



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة حمة لخضر بالوادي



كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم التجارية

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي
ميدان العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
الشعبة: علوم تجارية
تخصص: مالية وتجارة دولية

أثر استخدامات الذكاء الاصطناعي في مجال التجارة الالكترونية

دراسة حالة على مجموعة من متعملي التجارة الالكترونية بولاية الوادي

تحت إشراف:

أ.د: عوادي مصطفى

د: الأسود محمد

إعداد الطلبة:

- جبران خليل بوطيب

- سفيان برير

- علي علي

- ليلي عويمر

أعضاء لجنة التقييم

الاسم واللقب	الرتبة	الجامعة	الصفة
حسين علي	أستاذ محاضر	جامعة الشهيد حمة لخضر الوادي	رئيسا
عوادي مصطفى	أستاذ	جامعة الشهيد حمة لخضر الوادي	مشرفا ومقررا
الأسود محمد	أستاذ محاضر	جامعة الشهيد حمة لخضر الوادي	
سمية دربال	أستاذ محاضر	جامعة الشهيد حمة لخضر الوادي	مناقشا

السنة الجامعية: 2024/2023



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة حمة لخضر بالوادي



كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم التجارية

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي
ميدان العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
الشعبة: علوم تجارية
تخصص: مالية وتجارة دولية

أثر استخدامات الذكاء الاصطناعي في مجال التجارة الالكترونية

دراسة حالة على مجموعة من متعاملي التجارة الالكترونية بولاية الوادي

تحت إشراف:

أ.د: عوادي مصطفى

د: الأسود محمد

إعداد الطلبة:

- جبران خليل بوطيب

- سفيان برير

- علي علي

- ليلي عويمر

أعضاء لجنة التقييم

الاسم واللقب	الرتبة	الجامعة	الصفة
حسين علي	أستاذ محاضر	جامعة الشهيد حمة لخضر الوادي	رئيسا
عوادي مصطفى	أستاذ	جامعة الشهيد حمة لخضر الوادي	مشرفا ومقررا
الأسود محمد	أستاذ محاضر	جامعة الشهيد حمة لخضر الوادي	
سمية دربال	أستاذ محاضر	جامعة الشهيد حمة لخضر الوادي	مناقشا

السنة الجامعية: 2024/2023

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الإهداء

الحمد لله الذي وفقني وأوصلني إلى هذا المقام

أهدي ثمرة هذا العمل

إلى من غمرتني بحبها وحنانها، إلى من كانت الجنة تحت أقدامها، إلى من كانت ملاذي وملجئي إلى القلب الذي

ينبض حباً وحناناً إلى قرّة عيني أُمّي الغالية رعاها الله وحفظها

إلى من علمني الإصرار في هذه الحياة أبي العزيز حفظه الله

إلى سندي في هذه الحياة وأعز وأغلى ما أملك في هذه الدنيا زوجتي الغالية رعاها الله بحفظه

إلى ضياء عيوني ونور قلبي وسبب وجودي في هذه الحياة

أبنائي وبناتي محمد سراج وإيلاف وفراس وسميرة

إلى من جمعني الله بهم في هذا العمل

إلى كل من دعا لي بالتوفيق والنجاح

إلى من أحبني في الله أهدي هذا العمل.

"خبران خليل"

الإهداء

الحمد لله وكفى والصلاة والسلام على النبي المصطفى وآله وصحبه ومن سار على نهجه واقتفى

إلى من أفضلها على نفسي، ولم لا؛ فلقد ضحّت من أجلي ولم تدّخر جهداً في سبيل إسعادي على الدوام (أمي

الحبيبة).

نسير في دروب الحياة، ويبقى من يُسيطر على أذهاننا في كل مسلك نسلكه صاحب الوجه الطيب، والأفعال

الحسنة. فلم يبخل عليّ طيلة حياته (والدي العزيز).

إلى زوجتي وبناتي؛ من هم كل الدعم والأثر في كل العقبات والصعاب في حياتي.

إلى اخوتي، أصدقائي ومعارفي الذين أجلّهم وأحترمهم، وإلى كل الذين لم يتوانوا في مد يد العون لي وفاءً وتقديراً

واعترافاً مني بالجميل وإلى كل المخلصين الذين لم يألوا جهداً في مساعدتي.

"سفيان"

الإهداء

الحمد لله الذي بفضله تتم الصالحات، اللهم لك الحمد حتى ترضى ولك الحمد إذا رضيت
ولك الحمد بعد الرضى، الحمد لله هذا بفضل ربي، وصلي اللهم وسلم على سيدنا محمد
اهدي هذا العمل لأمي الحبية يا جسر المحبة الصاعد الى الجنة. يا نور يضيء حياتي ودرربي

إلى ابي الغالي، كنت دائما اعترازي وفخري،

الى زوجتي الغالية يا مصدر إلهامي وقوتي فأنت رفيقة دربي وشريكة حياتي

إلى شموع بيتي أبنائي الأعزاء فاللهم أكتب لهما السعادة في الدنيا والاخرة وأحفظهما

فهم حضني الدافئ وسعادتي ونور حياتي

إلى اخوتي واخواتي من كنتم لي دائما سنداً في السراء والضراء يا من جمعتمني معكم أحلى وأجمل الذكريات

إلى كل اصدقائي وزملائي وكل أقاربي وعائلي

إلى كل أساتذتي

"علي"

الإهداء

" اللَّهُمَّ أَنْفَعْنِي بِمَا عَلَّمْتَنِي، وَعَلِّمْنِي مَا يَنْفَعُنِي، وَزِدْنِي عِلْمًا "

الحمد لله الذي أنار لي طريق العلم ووفقني لإتمام عملي هذا

أهدي ثمرة جهدي هذا إلى أعز ما أملك في الوجود والداي العزيزين حفظهما الله ورعاهما وأطال عمرهما

إلى عائلتي الصغيرة زوجي وأولادي

إسماعيل ، مروى ، زكرياء

إلى أخوتي وأخواتي كل واحد باسمه حفظهم الله

"ليلي"

الشكر والعرفان

وفي بداية كلمتنا لا بدّ لنا من التوجه أولاً بالشكر لله عزّ وجلّ الذي وفقنا للوصول الى هذه المرحلة العلمية، ومهد لنا الطريق لكي نكون هنا اليوم.

نقدم أسى آيات الشكر والعرفان بالجميل للدكتور مصطفى عوادي الذي تفضّل بقبول الإشراف على رسالة الماجستير، والذي منحنا من وقته الثمين وتوجيهاته ونصائحه، فنسأل الله العزيز أن يجازيه خير الجزاء.

والشكر موصول لأعضاء لجنة المناقشة الكرام كل واحد باسمه وصفته على تفضلهم بقبول مناقشة رسالة الماجستير هذه.

لا يسعنا كذلك سوى تقديم الشكر الجزيل للأخ أحمد هشام الذي كان له كل الجهد والدور الفعال جداً في هذا العمل.

بالإضافة الى شكرنا الكبير لجميع أفراد عينة الدراسة الذين منحونا الكثير من وقتهم، وبذلوا الكثير من الجهود في سبيل خروج المذكرة بأدق النتائج وأكثرها فعالية.

"شكراً"



الملخص

تهدف هذه الدراسة الى دراسة أثر استخدامات الذكاء الاصطناعي في مجال التجارة الالكترونية، لمعالجة هذا البحث اعتمدنا على المنهج الوصفي لتوضيح الإطار النظري لكل من الذكاء الاصطناعي والتجارة الالكترونية، أما الجانب التطبيقي فقد اعتمدنا على منهج دراسة حالة من خلال تصميم استبيان الكتروني تضمنت الجوانب الرئيسية لمحاوور البحث، وتمثل أفراد العينة في 38 فردا، وقد توصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج، أهمها:

- يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 التعلم الآلي في تعزيز التجارة الالكترونية.
- يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 المعالجة اللغوية الطبيعية في تعزيز التجارة الالكترونية.
- يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 النظم الخبيرة في تعزيز التجارة الالكترونية.
- يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 التخطيط والتنظيم في تعزيز التجارة الالكترونية.
- لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للذكاء الاصطناعي في تعزيز التجارة الالكترونية عند مستوى معنوية 0.05.

الكلمات المفتاحية: ذكاء اصطناعي، تجارة الكترونية.

Summary

This study aims to investigate the impact of artificial intelligence applications on the field of e-commerce. To address this research, we relied on a descriptive approach to clarify the theoretical framework of both artificial intelligence and e-commerce. For the practical aspect, we employed a case study methodology by designing an online questionnaire that covered the main research areas, with a sample consisting of 38 individuals. The study reached several findings, the most important of which are:

- There is a statistically significant impact at a 0.05 level of significance of machine learning in enhancing e-commerce.
- There is a statistically significant impact at a 0.05 level of significance of natural language processing in enhancing e-commerce.
- There is a statistically significant impact at a 0.05 level of significance of expert systems in enhancing e-commerce.
- There is a statistically significant impact at a 0.05 level of significance of planning and organization in enhancing e-commerce.

-There is no statistically significant impact of artificial intelligence in enhancing e-commerce at a 0.05 level of significance.

Keywords: Artificial Intelligence, E-commerce.



قائمة المحتويات

فهرس المحتويات

الصفحة	المحتوى
-	الإهداء
-	الشكر والعرفان
-	الملخص
I	فهرس المحتويات
III	فهرس الجداول
IV	فهرس الأشكال
V	فهرس الملاحق
أ	مقدمة
الفصل الأول: الأدبيات النظرية والتطبيقية للدراسة	
02	تمهيد
03	المبحث الأول: الأدبيات النظرية
03	المطلب الأول: ماهية الذكاء الاصطناعي
09	المطلب الثاني: ماهية التجارة الالكترونية
17	المبحث الثاني: الأدبيات التطبيقية
17	المطلب الأول: الدراسات العربية
21	المطلب الثاني: الدراسات الاجنبية
24	المطلب الثالث: أوجه التشابه والاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة
26	خلاصة
الفصل الثالث: الدراسة الميدانية	
28	تمهيد
29	المبحث الأول: الطريقة والأدوات
29	المطلب الأول: الطريقة
29	المطلب الثاني: الأدوات
35	المبحث الثاني: نتائج الدراسة التطبيقية واختبار الفرضيات
35	المطلب الأول: خصائص عينة الدراسة
38	المطلب الثاني: تفسير وتحليل اتجاهات أفراد العينة نحو متغيرات الدراسة

45	المطلب الثالث: اختبار الفرضيات
51	خلاصة
53	خاتمة
57	قائمة المصادر والمراجع
62	الملاحق

فهرس الملاحق

الصفحة ..	عنوان الملحق	رقم الملحق
62	الاستمارة	01
66	مخرجات Spss	02



مقدمة

01- توطئة

في العقدين الأخيرين، أصبحت التجارة الإلكترونية إحدى الركائز الأساسية للنمو الاقتصادي العالمي. فقد شهدت هذه الصناعة تحولاً هائلاً من مجرد بيع وشراء المنتجات عبر الإنترنت إلى نظام متكامل يشمل كل جوانب التجارة. تقدم التجارة الإلكترونية فرصاً غير محدودة للمستهلكين والتجار على حد سواء، حيث تتيح للعملاء الوصول إلى مجموعة واسعة من المنتجات والخدمات دون الحاجة للتنقل الفعلي، مما يوفر الوقت ويقلل التكاليف. تطورت هذه التجارة لتشمل نماذج متعددة مثل البيع بالتجزئة عبر الإنترنت، الأسواق الإلكترونية، والتجارة بين الشركات، مما أدى إلى تنوع هائل في طرق الشراء والبيع. مع تطور تقنيات الدفع عبر الإنترنت والخدمات اللوجستية المتقدمة، أصبحت التجارة الإلكترونية أكثر مرونة وكفاءة، مما يعزز من قدرتها على تلبية احتياجات المستهلكين بشكل أسرع وأكثر فعالية.

كما يعتبر الذكاء الاصطناعي أحد أكثر المجالات التقنية إثارة وتحولاً في العصر الحديث، حيث يتميز بقدرته على محاكاة القدرات العقلية البشرية مثل التعلم، التحليل، واتخاذ القرارات، وتنوع تطبيقات الذكاء الاصطناعي من الروبوتات الذكية إلى أنظمة التعرف على الصوت والصورة، مما يساهم في تحسين فعالية الأداء في مجموعة واسعة من الصناعات. ويعتمد الذكاء الاصطناعي على تقنيات مثل التعلم الآلي والشبكات العصبية الاصطناعية لتحليل البيانات واستخراج الأنماط والمعارف المفيدة. وبفضل الذكاء الاصطناعي، يمكن تحسين العمليات، تعزيز تجربة المستخدم، وتقديم حلول مبتكرة للتحديات المعقدة.

وفي السنوات الأخيرة، أصبح التكامل بين التجارة الإلكترونية والذكاء الاصطناعي أحد الاتجاهات الأكثر إثارة في عالم الأعمال، حيث يعمل الذكاء الاصطناعي على تعزيز فعالية التجارة الإلكترونية من خلال توفير أدوات تحليل بيانات متقدمة، وتخصيص تجربة التسوق، وتحسين استراتيجيات التسويق.

وباستخدام الذكاء الاصطناعي، يمكن للمؤسسات والأشخاص تحليل سلوك العملاء وتوقع احتياجاتهم بشكل أكثر دقة، مما يساعد في تحسين تقديم عروض مخصصة. كما يساهم الذكاء الاصطناعي في تحسين خدمة العملاء من خلال الدردشة الذكية والأنظمة الآلية التي توفر الدعم الفوري. ويعتبر هذا التكامل خطوة هامة نحو خلق تجربة تسوق أكثر سلاسة وفعالية، مما يعزز من قدرة الشركات على المنافسة في سوق التجارة الإلكترونية العالمي.

02- الإشكالية

وبناء على ما سبق يمكننا بلورة إشكالية البحث في التساؤل الرئيسي الآتي:

- ما أثر استخدامات الذكاء الاصطناعي في مجال التجارة الالكترونية؟

ويتفرع عن هذا السؤال التساؤلات الفرعية التالية:

-هل يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 التعلم الآلي في تعزيز التجارة الالكترونية؟

-هل يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 المعالجة اللغوية الطبيعية في تعزيز التجارة الالكترونية؟

-هل يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 النظم الخبيرة في تعزيز التجارة الالكترونية؟

-هل يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 التخطيط والتنظيم في تعزيز التجارة الالكترونية؟

03- فرضيات الدراسة

-يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 التعلم الآلي في تعزيز التجارة الالكترونية.

-يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 المعالجة اللغوية الطبيعية في تعزيز التجارة الالكترونية.

-يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 النظم الخبيرة في تعزيز التجارة الالكترونية.

-يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 التخطيط والتنظيم في تعزيز التجارة الالكترونية.

04-أهداف الدراسة

تهدف الدراسة بشكل أساسي الى تحقيق الأهداف التالية:

- التعرف على مدى ممارسة متعاملي التجارة الالكترونية للذكاء الاصطناعي.

- توضيح أثر الذكاء الاصطناعي على التجارة الالكترونية.

- ابراز أهمية وخصوصية الموضوع وإمكانية مواصلة البحث فيه من جوانب أخرى لم يتم التطرق اليها في إطار الدراسة الحالية.

05- أهمية الدراسة

دراسة التجارة الإلكترونية والذكاء الاصطناعي تعد ضرورية لفهم التحولات الكبيرة في عالم الأعمال والتكنولوجيا، فالتجارة الإلكترونية توفر فرصاً هائلة للنمو من خلال تحسين استراتيجيات التسويق وتجربة

العملاء عبر الإنترنت، ومن ناحية أخرى، يعزز الذكاء الاصطناعي القدرة على تحليل البيانات وتقديم حلول مبتكرة، مما يحسن عمليات اتخاذ القرارات. فعندما يتكامل الذكاء الاصطناعي مع التجارة الإلكترونية، يتم تعزيز فعالية الاستراتيجيات وتحسين تجربة العملاء، مما يجعل فهم هذين المجالين أمراً أساسياً للاستفادة من الفرص الجديدة في السوق.

07- أسباب اختيار الموضوع

ان اختيار أي موضوع له دوافع وأسبابه، بالنسبة لنا اختيار الخوض في هذا الموضوع بالبحث والدراسة له عدة أسباب ودوافع نحاول اختصارها فيما يلي:

- الرغبة والميل الشخصي لدراسة هذا الموضوع.
- يندرج ضمن التخصص.
- حداثة الموضوع
- الوزن العلمي للموضوع كونه حديث يدرس ظاهرتين مهمتين في الزمن الحالي.

08- حدود الدراسة

من أجل دراسة الموضوع وبلوغ الأهداف المرجوة، تم رسم حدود لهذه الدراسة، يأتي ذكرها كما يلي:

- الحدود المكانية: اقتصرت الدراسة الميدانية على متعاملي التجارة الإلكترونية.
- الحدود الزمنية: يرتبط مضمون ونتائج الدراسة الميدانية بالزمن الذي أجريت فيه، وذلك خلال الفصل الثاني من سنة 2024.
- الحدود الموضوعية: اهتمت هذه الدراسة بالإجابة على الموضوع النظري، والمتعلق أساساً بالذكاء الاصطناعي والتجارة الإلكترونية.

09- منهج الدراسة

لمعالجة هذه البحث اعتمدنا على المنهج الوصفي لتوضيح الإطار النظري لكل من الذكاء الاصطناعي والتجارة الإلكترونية وما يتضمنهما، أما الجانب التطبيقي فقد اعتمدنا على منهج دراسة حالة من خلال تصميم استبيان الكتروني تضمنت الجوانب الرئيسية لمحاوور البحث.

10- هيكل الدراسة

يشتمل موضوع الدراسة على فصلين عرضت بطريقة تخدم الموضوع، وتعمل على توضيح الإطار النظري لكل من العنصرين الأساسيين للموضوع وهما الذكاء الاصطناعي والتجارة الالكترونية. فقد تناولنا في الفصل الأول الإطار النظري للتجارة الالكترونية والذكاء الاصطناعي، وتعرضنا من خلاله في المبحث الأول الى الأدبيات النظرية، أما المبحث الثاني فعرضنا فيه الدراسات السابقة مع تحديد أوجه التشابه والاختلاف.

أما الفصل الثاني كان عبارة عن دراسة ميدانية، حيث تطرقنا في المبحث الأول للطريقة والأدوات أم المبحث الثاني فخصصناه لنتائج الدراسة التطبيقية واختبار الفرضيات.



الفصل الأول:

الأدبيات النظرية والتطبيقية

للدراسة

تمهيد الفصل

يعتبر الذكاء الاصطناعي والتجارة الإلكترونية مجالان مترابطان يشكلان محورا حيويا في التطور التكنولوجي الحديث وتحولات الأعمال، ويعتبر الذكاء الاصطناعي محركا رئيسيا للتحويل الرقمي في مجموعة متنوعة من الصناعات، بما في ذلك التجارة الإلكترونية.

يستخدم الذكاء الاصطناعي لتحسين العديد من جوانب العمليات التجارية، بدءا من تحسين تجربة المستخدم وصولا إلى تحسين عمليات التسويق والتوزيع. ويتيح الذكاء الاصطناعي لأصحاب التجارة الإلكترونية فهم البيانات بشكل أفضل واستخدامها لتقديم توجيهات دقيقة وتوصيات مخصصة للعملاء، وهو ما يسهم في زيادة معدلات التحويل والولاء للعلامة التجارية.

ومن خلال ما سبق سنتطرق في هذا الفصل الى الإطار لكل من الذكاء الاصطناعي والتجارة الإلكترونية وذلك من خلال:

المبحث الأول: الأدبيات النظرية

المبحث الثاني: الادبيات التطبيقية

المبحث الأول: الأدبيات النظرية

في عصر يتسم بالتقدم التكنولوجي السريع، تبرز التجارة الإلكترونية كأحد أبرز مظاهر التحول الرقمي الذي شهدته الأسواق العالمية. وقد أسهم الذكاء الاصطناعي، بما يمتلكه من قدرات متطورة، في تغيير مشهد التجارة الإلكترونية بشكل جذري.

المطلب الأول: ماهية الذكاء الاصطناعي

يعتبر الذكاء الاصطناعي من المجالات التي تهتم بإنشاء أنظمة تكنولوجية قادرة على تنفيذ مهام تتطلب عادة الذكاء البشري، ويعتمد على مجموعة واسعة من التقنيات والمفاهيم، بما في ذلك التعلم الآلي.

الفرع الأول: تعريف وخصائص الذكاء الاصطناعي

سننظر في هذا العنصر إلى تعريف الذكاء الاصطناعي وذكر خصائصه.

أولاً: تعريف الذكاء الاصطناعي

التعريف الأول: حيث عرف الذكاء الاصطناعي بأنه: "أحد العلوم المتفرعة من علم الحاسوب، وهو العلم المعني بجعل الحواسيب تقوم بمهام مشابهة - وبشكل تقريبي - لعمليات الذكاء البشرية منها: التعلم، الاستنباط واتخاذ القرارات"¹.

التعريف الثاني: وعرف أيضاً بأنه: "يشير الذكاء الاصطناعي إلى قدرة الآلة القادرة على تكرار أو محاكاة السلوكيات البشرية الذكية مثل التحليل وإصدار الأحكام والقرارات، نشأ الذكاء الاصطناعي في الكمبيوتر ومجال متنازع عليه في الفلسفة، وقد تطور وتطور بسرعة في العقود الماضية، ويمكن الآن العثور على حالات استخدام الذكاء الاصطناعي في جميع أنحاء مجتمعنا: المساعدون الصوتيون الرقميون الموجودون في هواتفنا الذكية أو مكبرات الصوت الذكية، روبوتات الدردشة لدعم العملاء، الروبوتات الصناعية"².

التعريف الثالث: وعرف كذلك بأنه: "هو المجال الذي يركز على تطوير الآلات وأنظمة الكمبيوتر قادرة على أداء المهام التي تتطلب تقليدياً الذكاء البشري، والتي تم تأسيسها بين عقدي الأربعينات والستينات"³.

ثانياً: خصائص الذكاء الاصطناعي

¹ سالم عبد الله سعيد الفاخري، سيكولوجية الذكاء، مركز الكتاب الأكاديمي، عمان، 2018، ص 119.

² بن بردي حنان، أسماء عزيز، الذكاء الاصطناعي كمدخل لتدعيم التسويق الرقمي: دراسة حالة شركتي أمازون وعلي بابا، مجلة الاقتصاد والتنمية المستدامة، المجلد 06، العدد 01، 2023، ص 329.

³ Zebda Abdelbaki, The Promise and Peril of Artificial Intelligence: Presented by the PhD student (Hybrid Program), Journal of Law and Interscience, Vol.02, N03, 2023.P 142.

يمكن أن توصف هذه الأنظمة بأنها ذكية ومن أهم هذه الخصائص¹:

- تمثيل المعرفة بواسطة الرموز: هذه أولى خصائص برامج الذكاء الاصطناعي المستخدمة من قبل الشركات إذ أنها تتعامل عامة مع رموز غير عددية هذا عكس ما هو معروف ومقبول في معظم الحواسيب التي تتعامل مع الكميات العددية والأرقام؛
- إمكانية تمثيل المعرفة: إن برامج الذكاء الاصطناعي على عكس البرامج الإحصائية تحتوي على أسلوب التمثيل المعلومات ان تستخدم هيكله خاصة الوصف المعرفة حيث تتضمن هذه الهيكله الحقائق والعلاقات بين هذه الحقائق والقواعد التي تربط بين هذه العلاقات داخل الشركة المطبقة لها؛
- استخدام الأسلوب التجريبي المتفائل من الصفات المهمة في مجال الذكاء الاصطناعي انها تركز على الحلول الوافية وعدم تأكيد الحلول المثلى او الدقيقة كما هو معمول به في البرامج التقليدية الحالية؛
- قابلية التعامل مع المعلومات الناقصة: حيث أن برامج الذكاء الاصطناعي لها قابلية على إيجاد بعض الحلول حتى لو كانت المعلومات غير متوافرة بأكملها في الوقت الذي يتطلب فيه الحل وان تبعات عدم تكامل المعلومات يؤدي إلى استنتاجات أقل واقعية أو أقل جدارة؛
- قابلية للتعلم: وهي من الصفات المهمة للتصرف الذكي القابلية للتعلم من الخبرات والممارسات السابقة فضلا عن القابلية على تحسين الأداء أخذا في الاعتبار الأخطاء السابقة تطبيقات الذكاء الاصطناعي.

الشكل رقم (01-01): خصائص الذكاء الاصطناعي

¹ بوزيد سفيان، توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التسويق الإلكتروني، مجلة الاقتصاد الصناعي، المجلد 12، العدد 01، 2022، ص ص 473-474.



المصدر: من اعداد الطلبة اعتماد على بوزيد سفيان، توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التسويق الالكتروني، مجلة الاقتصاد الصناعي، المجلد 12، العدد 01، 2022، ص ص 473-474.

الفرع الثاني: أهمية وأهداف الذكاء الاصطناعي

سنتطرق في هذا المطلب الى أهمية الذكاء الاصطناعي وذكر أهدافها.

أولاً: أهمية الذكاء الاصطناعي

يمكن الإشارة عموماً إلى بعض جوانب هذه الأهمية¹:

- من المتوقع أن يساهم الذكاء الاصطناعي في المحافظة على الخبرات البشرية المتراكمة بنقلها للآلات الذكية؛
- يتمكن الإنسان من استخدام لغة الإنسانية في التعامل مع الآلات عوضاً عن لغات البرمجة الحاسوبية، مما يجعل استخدام الآلات في متناول كل شرائح المجتمع حتى ذوي الاحتياجات الخاصة، بعدما كان التعامل مع الآلات المتقدمة حكراً على المتخصصين وذوي الخبرات؛
- يلعب الذكاء الاصطناعي دوراً هاماً في الكثير من الميادين الحساسة كالمساعدة في تشخيص الأمراض ووصف الأدوية، والاستشارات القانونية والمهنية، والتعليم التفاعلي، والآلات الأمنية والعسكرية، وغيرها من الميادين الأخرى؛

¹ زعمركي سالم، مرزوق فتيحة حبابي، الذكاء الاصطناعي وانعكاساته الاقتصادية على العالم، مجلة التراث، المجلد 13، العدد 04، 2023، ص ص 39-38.

- تساهم الأنظمة الذكية في الآلات التي يصنع فيها القرار، فهذه الأنظمة تتمتع بالاستقلالية والدقة والموضوعية، وبالتالي تكون قراراتها بعيدة عن الخطأ والانحياز والعنصرية أو الاحكام المسبقة أو حتى التدخلات الخارجية أو الشخصية؛

- تخفف الآلات الذكية عن الإنسان الكثير من المخاطر والضغوطات النفسية، وتجعله يركز على أشياء أكثر أهمية وأكثر إنسانية بتوظيف هذه الآلات للقيام بأعمال الشاقة والخطرة واستكشاف الأماكن المجهولة، والمشاة ركة في عمليات الإنقاذ أثناء الكوارث الطبيعية، كما أن لهذه الآلات دوراً فعالاً في الميادين التي تتضمن تفاصيل كثيرة تتسم بالتعقيد والتي تحتاج إلى تركيز عقلي متعب وحضور ذهني متواصل وقرارات حساسة وسريعة لا تحتمل التأخير والخطأ.

ثانياً: أهداف الذكاء الاصطناعي

تتميز أهداف الذكاء الاصطناعي¹:

1-الهدف الأساسي للذكاء الاصطناعي

يهدف الذكاء الاصطناعي إلى فهم طبيعة الذكاء الانساني عن طريق عمل البرامج للحاسب الآلي لها القدرة على محاكاة السلوك الانساني الذي يتصف بالذكاء، أي تكون لها القدرة على حل مشكلة ما أو اتخاذ قرار في موقف ما، ويعود ذلك للبرنامج الذي يقوم بايجاد الطريقة الواجب اتباعها لحل هذه المشكلة أو التوصل إلى القرار، وذلك استناداً إلى جملة من العمليات الاستدلالية التي غذي بها البرنامج.

فالذكاء الاصطناعي كعلم من العلوم الجديدة يحوي خلفيات علمية متعددة، له هدف أساسي هو فهم ملكة الذكاء لدى الانسان، ليكون للحاسوب الاستطاعة لاستيعاب المعرفة والمعلومات الإنسانية ويندرج تحت هذا الهدف الرئيسي جملة من الأهداف الفرعية.

2-الاهداف الثانوية للذكاء الاصطناعي: على سبيل المثال لا الحصر يمكن تلخيصها في:

-الوصول إلى أنماط يمكن من خلالها الوصول إلى العمليات العقلية التي تتم داخل العقل البشري ومعالجتها؛
-تسهيل استخدام وتعظيم فوائد الحاسوب من خلال قدرته على حل المشكلات وذلك ما سيعمل على تسهيل جملة من التغييرات التي تساهم في عمليات التدريب بطريقه جيده وغير مكلفه؛

¹ شتوح أنفال هبة الله، بهناس نسيمه، الذكاء الاصطناعي وآثاره في التعامل التجاري، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص قانون أعمال، جامعة زيان عاشور، الجلفة، 2022/2021، ص 18-19.

- تطوير برامج الحاسوب حتى يكون باستطاعتها أن تتعلم من التجارب والخبرات السابقة وصولاً إلى حل المشكلات المعقدة؛

- تصميم أنظمة ذكية لها نفس السمات المعروفة بالذكاء في السلوك الانساني ومعالجه الرموز غير الخوارزمية للوصول إلى حل ما؛

- قيام الحاسبات الآلية بمحاكاة عملية الذكاء التي تتم داخل العقل الانساني بحيث تصبح لديها القدرة لحل المشكلات واتخاذ القرارات بأسلوب منطقي، كتفكير العقل الانساني بالإضافة إلى تمثيل برامج المحاسبة لمجال من مجالات الحياة، وتحسين عناصره؛

- العمل على تخزين المعرفة وتحليلها وتخزين القواعد المنهجية للتعامل معها وصولاً إلى حقائقها؛

- اكتساب وتحديث المعرفة البشرية واستثمارها لحل المشاكل؛

- استثمار المعرفة والخبرات العلمية والتطبيقية لتجاوز عده مشاكل كالتلف والنقص؛

- توليد وتطوير معارف وخبرات جديدة وتفعيل المعرفة المحوسبة واستخدامها في اتخاذ القرارات.

ونخلص في الأخير أن اهداف الذكاء الاصطناعي تختلف باختلاف الغاية التي وظفت من أجلها تقنياته وحسب المجال المراد تطبيق هاته التقنيات فيه فكل مجال يكون للذكاء الاصطناعي اهداف تختلف عن غيره لتقديم أحسن الخدمات، فأهداف الذكاء الاصطناعي في المجال التجاري ليست نفسها في مجال التعليم، وعلى هذا الأساس فإن كافة اهدافه تصب في وعاء واحد، الهدف منه خدمة البشرية وتذليل الصعاب التي يتعرض لها في مختلف مجالات الحياة.

الفرع الثالث: المجالات والتطبيقات الأساسية للذكاء الاصطناعي

من المجالات والتطبيقات التي استخدم فيها الذكاء الاصطناعي، ما يلي¹:

1- معالجة اللغات الطبيعية: حيث يتم تطوير برامج ونظم لها القدرة على فهم أو توليد اللغة البشرية، ولقد أدى البحث في معالجة اللغات الطبيعية إلى تطوير لغات برمجة ملائمة لهذا الغرض بهدف جعل الاتصال بين الانسان والحاسب يتم بصورة طبيعية، وينقسم هذا المجال إلى جزئين رئيسيين:

- فهم اللغات الطبيعية: ويبحث هذا المجال عن الطرق التي تسمح للحاسب بفهم لغة الانسان بسهولة؛

- إنتاج اللغات الطبيعية: ويبحث هذا المجال عن الطرق التي تسمح للحاسب على إنتاج لغة طبيعية مثل إنتاج جملا بالعربية أو الإنجليزية؛

¹ سعاد بويحة، الذكاء الاصطناعي: تطبيقات وانعكاسات، مجلة اقتصاد المال والأعمال، المجلد 06، العدد 04، 2022، ص ص 97-98.

2- التعرف على الكلام: تبحث تطبيقات الذكاء الاصطناعي عن الطرق التي تجعل الحاسب قادراً على التعرف على حديث الإنسان أي أن الإنسان يصبح قادراً على توجيه الأوامر إلى الحاسب شفها ويقوم الحاسب بفهم هذه الأوامر وتنفيذها؛

3- البرمجة الآلية: تعني القدرة على إيجاد مفسرات أو مترجمات تمكن الحاسوب من استلام برنامج المصدر مكتوب بلغة طبيعية، ثم القيام بتوليد برنامج يمكن الحاسوب تنفيذه والتعامل معه؛

4- الرؤية بالحاسوب: يقصد بها تزويد الحاسوب بأجهزة استشعار ضوئية، بحيث تمكنه من التعرف على الأشخاص أو الأشكال الموجودة، وذلك عن طريق تطوير أساليب فنية لتحليل الصورة وتمييز الوجوه بهدف جعل الحاسب قادر على رؤية الوسط المحيط به والتعرف عليه؛

5- النظم الخبيرة: هي عبارة عن نظم كومبيوتر معقدة تقوم على تجميع معلومات متخصصة من الخبراء البشريين لتمكين الكمبيوتر من تطبيق تلك المعلومات في حل مشكلات مماثلة؛

6- الإنسان الآلي: تعتبر تكنولوجيا الإنسان الآلي من أكثر تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي تقدماً من حيث التطبيقات والتي تقدم حلولاً للمشكلات، فهي عبارة عن آلة كهروميكانيكية تتلقى الأوامر من كمبيوتر تابع لها، فيقوم بأعمال معينة، والذكاء الاصطناعي في هذا المجال يقوم بإعطاء الروبوت القدرة على الحركة وفهم المحيط من حوله بالإضافة إلى ألعاب الكومبيوتر (Games) التي تعتمد على برامج قادرة على دراسة الأساليب الفنية للألعاب كلعبة الشطرنج.

الفرع الرابع: فرص ومخاطر تقنيات الذكاء الاصطناعي

فيما يتعلق بفرص الاستثمار في تقنيات الذكاء الاصطناعي، فإن الذكاء الاصطناعي له القدرة على تقليل دورة معالجة البيانات، كما أنه له القدرة على تقليل الأخطاء عن طريق استبدال الأفعال البشرية بأفعال الآلة القابلة للتكرار بشكل مثالي، وله القدرة على استبدال الأنشطة التي تستغرق وقتاً طويلاً بأنشطة فعالة من حيث توقيت إتمام العمليات، مما يقلل من وقت العمالة وتكاليفها، كما أن له القدرة على أن تحل الروبوتات أو الطائرات بدون طيار محل البشر في المواقف التي يحتمل أن تكون خطيرة، وله القدرة على عمل تنبؤات أفضل، لكل شيء مثل التنبؤ بمبيعات سلع معينة في أسواق معينة إلى توقع الأوبئة والكوارث الطبيعية، وأخيراً، فإنه له القدرة على زيادة الإيرادات وزيادة حصة الشركات في السوق من خلال مبادرات الذكاء الاصطناعي.

أما فيما يتعلق بمخاطر الذكاء الاصطناعي، قد تكون التحيزات البشرية غير المحددة جزءاً لا يتجزأ من تقنية الذكاء الاصطناعي، وقد تكون الأخطاء البشرية متضمنة في تقنية الذكاء الاصطناعي، كما قد يؤدي عدم كفاية الاختبار والرقابة على الذكاء الاصطناعي إلى نتائج مشكوك فيها من الناحية الأخلاقية، قد تتسبب

منتجات وخدمات الذكاء الاصطناعي في العديد من الأضرار، مثل الضرر المالي و/أو السمعة، قد لا يقبل العملاء أو أصحاب المصالح الآخرين أن يتبنوا مبادرات الشركات للذكاء الاصطناعي وقد تتأخر الشركة عن المنافسين إذا لم تستثمر في أنظمة الذكاء الاصطناعي الصحيحة، وأخيراً، قد لا ينتج عن الاستثمار في الذكاء الاصطناعي البنية التحتية والبحث والتطوير واكتساب المواهب عائد استثمار مقبول

المطلب الثاني: ماهية التجارة الالكترونية

تعتبر التجارة الالكترونية عملية بيع وشراء السلع والخدمات عبر الانترنت، وقد شهدت هذه التجارة في السنوات الأخيرة نمواً هائلاً نظراً لتطوير التكنولوجيا وانتشار الانترنت، وفي هذا المبحث سنسلط الضوء على التجارة الالكترونية من خلال مفهومها وأساسياتها وذكر أهم مزاياها وعيوبها.

الفرع الأول: مفهوم التجارة الالكترونية

سنطرق في هذا المطلب الى تعريف التجارة الالكترونية وذكر خصائصها ودوافعها.

أولاً: تعريف التجارة الإلكترونية

التجارة بصفة عامة تعني عمليات تبادل سلع وخدمات بين طرفين على الأقل، سواء كان أحدهما أو كلاهما فرد أو منشأة، وسواء كانت المنشأة شركة أشخاص أو أموال، المهم كيان تنظيمي يمارس الأعمال، ويلزم لإتمام هذا التبادل الاعتماد على وسيلة أو أكثر لإتمامه¹.

التعريف الأول: تعرف التجارة الالكترونية بأنها: "تنفيذ وإدارة الأنشطة التجارية المتعلقة بالبضاعة والخدمات بواسطة تحويل المعطيات عبر شبكة الانترنت أو الأنظمة التقنية الشبيهة"².

التعريف الثاني: حيث عرفت منظمة التجارة العالمية بأنها: "مجموعة متكاملة من عمليات عقد الصفقات وتأسيس الروابط التجارية وتوزيع وتسويق وبيع المنتجات عبر شبكة الانترنت"³.

التعريف الثالث: وعرفها قانون المبادلات والتجارة الالكترونية التونسي بأنها: "العمليات التجارية التي تتم عبر المبادلات الالكترونية، وفي الوقت ذاته عرف المبادلات الالكترونية بأنها المبادلات التي تتم باستعمال الوثائق الالكترونية"⁴.

¹ أحمد عبده الصباغ، وقتيّة الإفصاح المحاسبي عن طريق الإنترنت وأثرها على منفعة المعلومات المحاسبية، دار حميثرا للنشر والترجمة، القاهرة، 2023، ص 139.

² باسم أحمد المبيضين، التجارة الالكترونية وأثرها على الأداء الاستراتيجي، دار جليس الزمان للنشر والتوزيع، دمشق، 2010، ص 19.

³ محمد عبد الله شاهين محمد، التجارة الالكترونية العربية بين التحديات وفرص النمو، دار الحميثرا للنشر والترجمة، مصر، 2017، ص 16.

⁴ زهير الدين عبد الرحمان، مقاصد الشريعة في أحكام البيوع، دار الكتب العلمية، لبنان، 2009، ص 252.

ثانيا: خصائص التجارة الالكترونية

إن التجارة الالكترونية تختص بمجموعة من الخصائص ويمكن إبرازها فيما يلي¹:

- **الطابع العالمي للتجارة الالكترونية:** إن أنشطة التجارة الالكترونية تتميز بطابع عالمي فهي لا تعرف الحدود المكانية أو الجغرافية، فأى نشاط تجاري يقدم سلعا أو خدمات على الانترنت لا يعني بالضرورة الانتقال إلى منطقة جغرافية بعينها، بإنشاء موقع الجاري على الانترنت يمكن صاحب الشركة حتى ولو كانت صغيرة بإمكانية التغلغل إلى أسواق ومستخدمي شبكة الانترنت عبر العالم كله. لكن ما يعيب هذه الخاصية انه في حالة السلع أو الخدمات التي تسلم على الخط، أي السلع غير مادية فإنه يصعب فرض الضرائب عليها؛
- **الطابع المتداخل في التجارة الالكترونية:** إن الفوارق في توزيع الوسائل المادية بين المؤسسات سواء كانت كبيرة أو صغيرة أصبحت في التجارة الالكترونية اقل وضوحا وحدة، وأصبح بالإمكان تسليم السلع والخدمات بالطريقتين التقليدية أو بطريقة الكترونية مباشرة على الانترنت مثل الموسيقى والأقراص المدججة وأفلام الفيديو... الخ، وهذا ما يخلق صعوبة فرض الضريبة على المنتج إذا ما كان سلعة أو خدمة هذه الخاصية تلزم المؤسسات على إعادة هيكلة نفسها لمواجهة التغيرات الطارئة التي تفرضها ممارس التجارة الالكترونية؛
- **غياب التعامل الورقي في معاملات التجارة الالكترونية:** إتمام صفقة تجارية كاملة بدأ من التفاوض على الشراء والتعاقد ودفع قيمة البضاعة واستلامها الكترونيا يتم دون تبادل مستندات ورقية على الإطلاق (في حالة السلع القابلة للتقييم. وهذا ما يدعم هدف التجارة الالكترونية وهو خلق مجتمع اللاورقية؛
- **عدم الكشف عن هوية المتعاملين:** إن التعاملات التجارية الالكترونية تتم بين أطراف قد يفصل بينهما آلاف الأميال كما قد يختلف التوقيت الزمني بينهم، وبالتالي غياب المعلومات الكافية عن المتعاملين بين بعضهم البعض قد يخلق سلبيات كتقدم معلومات زائفة أو تقديم بطاقات ائتمان مسروقة أو إساءة استخدام المعلومات أثناء التعامل وهذا ما يثير مسألة الخصوصية وسرية المعلومات، لكن التقدم الذي تشهده التكنولوجيا الحديثة سيوفر حتما الأمان والموثوقية والنزاهة والصدق في التعاملات التجارية عبر الانترنت؛
- **سرعة تغير المفاهيم والأنشطة في التجارة الالكترونية:** إن اتساع حجم نطاق التجارة الالكترونية والتغيرات المتسارعة التي تتعرض لها أنشطتها ونظرا لارتباط أنشطتها بوسائل الاتصال الالكتروني وحالات الاتصالات والمعلومات التي تعرف هي الأخرى تغيرات متسارعة يعرض التجارة الالكترونية هي الأخرى للتغير المتسارع.

¹ عبد العزيز دمان، يوسف واضح، واقع وآفاق التجارة الالكترونية في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم التسيير، تخصص إدارة مالية، جامعة محمد بوضياف، مسيلة، ص ص 17-18.

ثالثا: دوافع التجارة الالكترونية

تتمثل أهم دوافع التجارة الإلكترونية في تسيير المعاملات التجارية، قصد تسهيل المعاملات بين البائع والمشتري، والفعالية التجارية للوصول إلى مستوى عال في الإنتاج والتوزيع وتطوير أسواق جديدة، كل هذا سنتناوله فيما يلي¹:

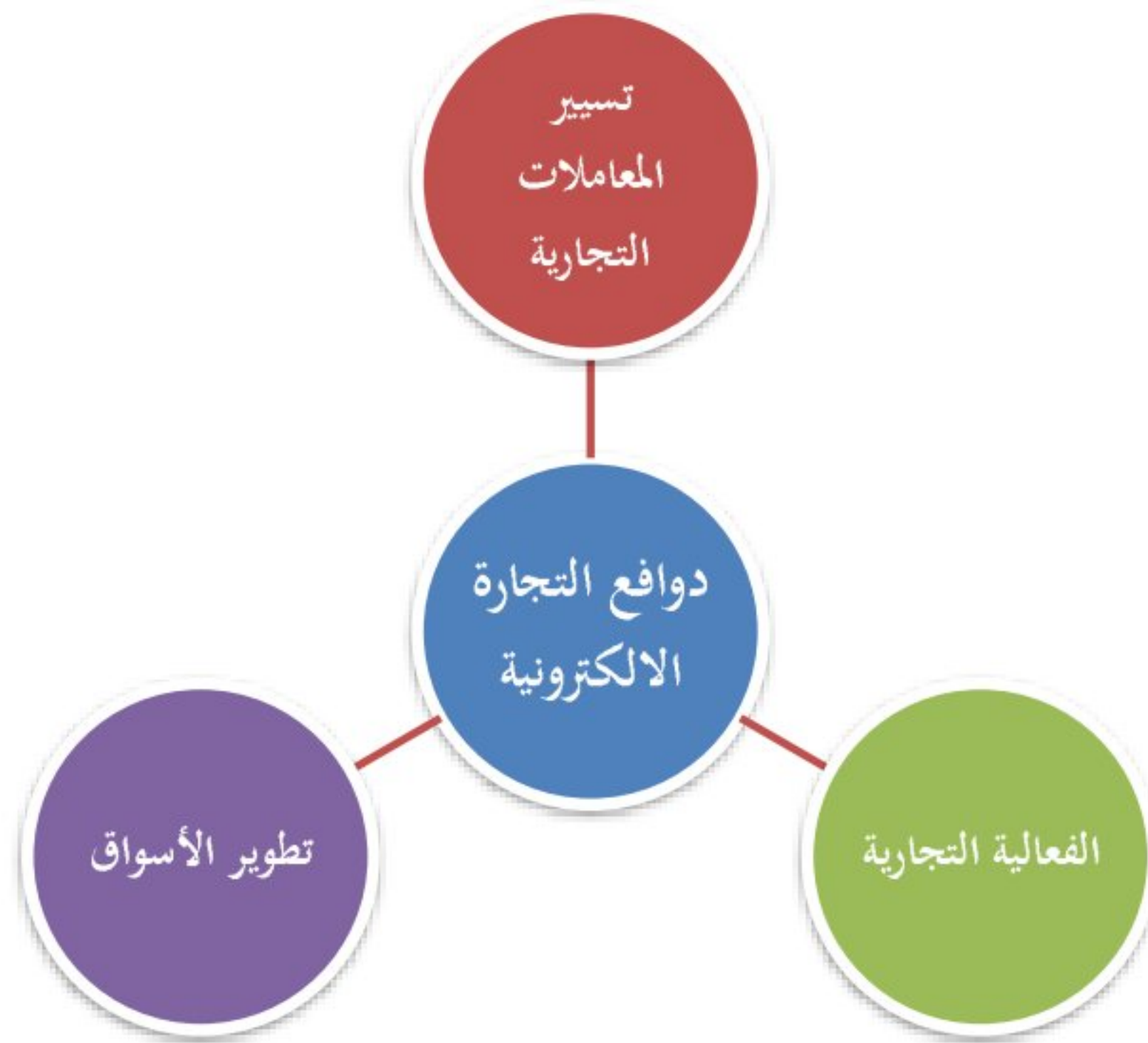
1- تسيير المعاملات التجارية: التجارة الإلكترونية تسمح بدمج جزء كبير من المراحل المختلفة الداخلية بصفة عادية في المعاملات التجارية بين البائع والمشتري، فالشبكات تسمح بتدنية قسم كبير من الآثار الاقتصادية للزمن والمسافة زيادة على هذا المعاملات التجارية القائمة في محيط إلكتروني، تستطيع أن تشمل منتجات مادية وغير مادية على حد السواء، في حقيقة الأمر يجب أن تستجيب التجارة الإلكترونية إلى مجموعة كبيرة من الشروط التكميلية لنقل علاقات السوق الحالية إلى سوق الكتروني، والسماح بإنشاء علاقات سوقية جديدة مما يستوجب تلاؤم أكثر في التشريعات وطرق جديدة في التسيير التنظيمي داخل المؤسسات فضلا عن التخفيض المنتظر في تكاليف المعاملات التجارية؛

2- الفعالية التجارية: الرغبة في الوصول إلى مستوى عال من النجاعة في الإنتاج والتوزيع، يشكل كذلك دافعا مهما يتطلب تدفق عال للمعلومات وقد قامت بعض المؤسسات الدولية باعتماد تكنولوجيا الإعلام والاتصال في إطار برامج موجهة للدعم والتطوير تسمح بمواجهة التحديات المنتظرة في المحيط التجاري يتجه لأن يكون عالميا أكثر فأكثر، وتمكن التجارة الإلكترونية من إنتاج معلومات بالإمكان حفظها وبطريقة آلية، بحيث أن المعالجة تتم بصفة متطورة والتوزيع يتم بصفة سريعة، هذه المعلومات المجمعة يمكن أن تستعمل فيما بعد في تقييم السوق، زيادة على ذلك تستعمل في التخطيط والتطوير والتحسين في هذا الصدد بعد تطوير قواعد المعطيات حول المستهلكين ضرورة تلقى اهتماما كبيرا في عمليات المؤسسة وإستراتيجياته؛

3- تطوير الأسواق: هناك العديد من المؤسسات ممن استخدمت العلاقات التجارية الإلكترونية تجاوبا مع التكنولوجيا الجديدة، وهناك مؤسسات أخرى اعتمدت تكنولوجيا الإعلام والاتصال في إطار سياسة المحاكاة لبعض منافسيها المستخدمين لهذه التكنولوجيا المتطورة، بعد هذا وتدرجيا اعتمدت هذه المؤسسات موقفا أكثر فعالية وأكثر حركية لتطوير التجارة الإلكترونية عن طريق إيجاد منافذ وأسواق تجارية جديدة خصوصا وقد أدركت هذه المؤسسات وفهمت كيفية تطبيق تكنولوجيا الإعلام والاتصال في إجراءاتها التجارية من أجل تموقع إستراتيجي لائق في هذه المنافذ الجديدة وهذه بدافع تطور أسواق جديدة.

¹ أحمد عبد الله العوضي، العوامل المؤثرة في التسويق والتجارة الالكترونية، مجلة الاقتصاد والمجتمع، العدد 06، 2010، ص 171.

الشكل رقم (01-02): دوافع التجارة الالكترونية



المصدر: من اعداد الطلبة اعتماد على: أحمد عبد الله العوضي، العوامل المؤثرة في التسويق والتجارة الالكترونية، مجلة الاقتصاد والمجتمع، العدد 06، 2010، ص 171.

الفرع الثاني: أسس التجارة الالكترونية

سنتطرق في هذا المطلب الى أسس التجارة الالكترونية وذلك من خلال متطلباتها وأهدافها.

أولاً: متطلبات التجارة الالكترونية

يتطلب انتشار التجارة الإلكترونية في أي مجتمع توفر البيئة المناسبة لها وكذا المتطلبات اللازمة لتحقيقها ويمكن عرض وتبويب بإيجاز لهذه المتطلبات كالتالي¹:

1- البنية التحتية الإلكترونية: يرتبط نمو التجارة الإلكترونية بتطور وانتشار تقنيات المعلومات الجديدة والبنية التحتية للاتصالات، والتي تتضمن شبكات الاتصال السلكي واللاسلكي، الفاكس، الهاتف، الإنترنت، الحاسبات الآلية برامج التطبيقات والتشغيل خدمات الدعم الفنية رأس المال البشري فهذه البنية توفر البيئة المناسبة للتجارة الإلكترونية وتساعد على انتشار استخدام الإنترنت؛

2- التشريعات والأنظمة للتجارة الإلكترونية: وتشمل التشريعات وقوانين التعاقد وأدلة التوقيع الإلكترونية التي طبيعة التجارة عبر شبكة الإنترنت، والتي تتمثل في الإطار القانوني الذي يضمن استمرار التجارة الإلكترونية

¹ بنا نامة فاطمة زهراء، أخلاقيات التجارة الالكترونية ودورها في كسب الميزة التنافسية في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية: دراسة حالة بعض البنوك والمواقع الالكترونية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص حوكمة الشركات، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2018/2017، ص ص 23-24.

وحماية حقوق الأطراف المتعاملة فيها وفض النزاعات التجارية الإلكترونية سواء كانت في نفس الدولة أو في دول مختلفة، فلعل من المقومات الأساسية لزرع الثقة والأمان لدى المتعاملين في تتلاءم مع التجارة الإلكترونية هو وجود تنظيم قانوني ملائم ومناسب يضع القواعد المنظمة لمختلف جوانبها؛

3-توفر الكوادر البشرية: يعتمد نجاح التجارة الإلكترونية في أي مجتمع على مدى توفر الكوادر البشرية المتخصصة في قطاع تقنية المعلومات شبكات الاتصال الإنترنت والبرامج التطبيقية ذات العلاقة بالتجارة الإلكترونية، كما تتطلب ارتفاع مؤشر الاستعداد الإلكتروني والذي يتأتى من خلال تطوير نوعية الأنظمة التعليمية التي تعطي للمجتمع معرفة وثقافة تكنولوجية؛

4-الضرائب : انسجاما مع تحرير التجارة والخدمات المتعلقة بالأنشطة التقليدية، تتجه السياسات الحكومية إلى عدم إقرارية الضرائب على الأنشطة التجارية الإلكترونية، وهذا لصعوبة تتبع التسليم المادي للمنتجات الإلكترونية المباعة، إضافة إلى غياب آليات ضريبية وجمركية متعلقة بالتجارة الإلكترونية ومع أنه كان الاهتمام في السابق م ركز على كافة الأوعية الضريبية والتي تخص التجارة التقليدية، إلا أنه لا توجد المرونة الكافية للتأقلم مع المستجدات العالمية وخصوصا التكنولوجية منها في معظم الدول مما يجعل الأنظمة الضريبية الآن غير مهيأة لاستقبال ومتابعة عمليات التجارة الإلكترونية سواء على المستوى الفني أو التكنولوجي؛

5-الثقة والأمان إن التعاملات في إطار التجارة الإلكترونية تختلف في كثير من جوانبها عن التجارة التقليدية بدءا بعملية الاتصال عبر الوسائل الإلكترونية وانتهاء بعملية التسليم لبعض السلع والخدمات وما يصاحبها من تسوية المدفوعات المترتبة عليها بالوسائل الإلكترونية كذلك.

ومن ثم فإن نموها ينبنى على الثقة المتبادلة بين الأطراف الداخلية فيها وخاصة في ظل افتقار التشريعات الحاكمة لمثل هذا النوع الجديد من النشاط، لذا فإن الدول المتقدمة تبادر إلى الدخول إلى اتفاقيات مشتركة ثنائية أو جماعية وإصدار إعلانات مشتركة تركز فيها على أهمية التجارة الإلكترونية وحمايتها.

6-تطوير وتنويع الهيكل الاقتصادي: إن التجارة الإلكترونية لا تنشأ من فراغ وإنما تعمل في اقتصاد ما وتعكس ما يدور فيه وتدفعه نحو التقدم نحو التفاعل المشترك ولكن ذلك يتطلب تعبئة مختلف القطاعات الاقتصادية المادية والخدماتية وتوظيف تكنولوجيا المعلومات في خدماتها في الإنتاج والتسويق والتوزيع والخدمات المرتبطة وكذلك الخدمات المستقلة لذلك فالنظرة الصحية لهذه التجارة هي ركن أساسي من أركان الاقتصاد.

بالإضافة إلى ذلك هناك بعض المقومات الأخرى التي تساعد التجارة الإلكترونية في الانتشار مثل السياسات الاقتصادية الملائمة والتدريب والتعليم المستمر وكذلك وجود نظام رقابي جيد لكي يضمن عملية السداد من خلال الشبكة.

ثانيا: أهداف التجارة الالكترونية

- تسعى التجارة الإلكترونية إلى تحقيق عدد من الأهداف، والتي نستطيع حصرها فيما يأتي¹:
- العمل على زيادة نطاق السوق، وتجاوز الحدود الجغرافية والإقليمية أمام السلع، وهو أهم ما حققته، وتحقيقه وتركز عليه التجارة الالكترونية؛
 - السعي نحو زيادة معدلات الوصول إلى العملاء والتواصل معهم وبناء علاقات متينة مع الزبائن والعملاء، الفعليين منهم والمحتملين؛
 - التقليل من تكاليف الإنتاج والتسويق والتوزيع مقارنة بالتجارة التقليدية، وفي ضوء طبيعة التجارة الإلكترونية؛
 - تحقيق السرعة في أداء الأعمال، في ضوء التحول نحو استثمار تكنولوجيا المعلومات والاتصالات واستثمار تطوراتها وتحولاتها المعاصرة، والاعتماد عليها؛
 - البحث عن عملاء جدد، والوصول إليهم، وجذبهم للشراء، اعتمادا على طبيعة التعامل، والمزايا التي تعرض عليهم وتجتذب الكثير منهم؛
 - القيام بعمليات التفاوض والتسويق والبيع والشراء، وإجراءات الدفع والتسديد، من خلال شبكة الإنترنت وما تقدمه من تسهيلات في كل هذه العمليات والإجراءات؛
 - تقديم وتحسين الخدمات المقدمة للعملاء وتحسين الصورة الذهنية للمنشأة بالمقارنة مع التجارة التقليدية، والصورة التي رسمتها وترسمها عند الكثير من الزبائن والعملاء؛
 - التجارة الالكترونية تساهم في تطوير الأسواق التجارية وجعلها أسواقا مفتوحة أمام الزبائن بغض النظر عن الموقع الجغرافي إذ أنها تتعدى الحدود الزمانية والمكانية التي تعيق حركة التعاملات التجارية.

الفرع الثالث: مزايا وعيوب التجارة الالكترونية

سنطرق في هذا المطلب الى مزايا وعيوب التجارة الالكترونية.

أولا: مزايا التجارة الالكترونية

¹ بلعربي يونس عبد القادر، عبد الله ميسوم، أهمية التجارة الالكترونية ودورها في تفعيل التجارة الخارجية: دراسة حالة، مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم التجارية، تخصص مالية وتجارة دولية، جامعة ابن خلدون، تيارت، 2021/2020، ص 48.

تتمثل مزايا التجارة الالكترونية في¹:

أ- على مستوى الأفراد:

- تتيح إمكانية التسوق في مختلف الأسواق العالمية بكل منتجاتها وخدماتها المعروضة بطريقة ممتعة وواضحة.
- خدمة مواقع التجارة الالكترونية بدون توقف وعلى مدار الساعة.
- تتيح فرصة أكبر للمفاضلة بين السلع والخدمات.
- الاستفادة من فروق أسعار العملة.
- توفير الوقت والجهد الذي يهدر بسبب البحث التقليدي.

ب- على مستوى قطاع الأعمال

- تمنح فرصة للتوسع ودخول أسواق جديدة قد تحتاج جهد وتكلفة كبيرة بدون استخدام تكنولوجيا التجارة الالكترونية.
- انخفاض التكلفة مقارنة بأنشطة التجارة التقليدية إلى حد كبير حيث إنها لا تحتاج إلى متاجر أو معارض أو مخازن أو مجتمعات تسويق إذ يكفي وضع موقع على الإنترنت.
- تعد المواقع الالكترونية وسيلة إعلانية عن الشركة.
- إمكانية تلقي أوامر الشراء وتنفيذها للعملاء دون مقابلة شخصية.
- إمكانية السداد الالكتروني.

ج- على المستوى القومي

- فتح أسواق عالمية جديدة وإمكانية غزوها.
- تتيح فرص تصديرية أكبر مما يؤدي إلى تحسن الميزان التجاري وتدفق العملة الصعبة.
- التعرف على المزايا التنافسية التي تتمتع بها المنتجات والخدمات المحلية.
- مواكبة التقدم التكنولوجي العالمي.

ثانياً: عيوب التجارة الالكترونية

كما ان للتجارة الالكترونية مزايا عديدة أيضا لها عيوب منها²:

¹ طرشي محمد، بوفليح نبيل، التجارة الالكترونية في الدول العربية بين الواقع والمأمول، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، المجلد 14، العدد 19، 2018، ص 38.

² دانا القوقا وآخرون، الصعوبات التي تواجه التجارة الالكترونية الالكترونية في فلسطين وأثرها على طريقة الاستخدام وتطبيقاتها، بحث لاستكمال مساق مشروع نخرج، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين، 2010/2011، ص ص 20-21.

- بعض أنشطة الأعمال لا يمكن بحال أن تدخل في التجارة الإلكترونية فمثلا الأغذية سريعة التلف والأصناف عالية التكلفة مثل المجوهرات والأثاث يمكن أن يكون ممن المستحيل معاينتها بدرجة كافية من مكان بعيد؛

- كثيرا من المنتجات والخدمات تتطلب أن عددا حاسما من المشترين المحتملين يكون مجهزا ومستعدا للشراء عبر الإنترنت، فمثلا البقالة تعرض خدمات تسليمها فقط في مدن قليلة، فإذا صار عدد أكبر من العملاء المحتملين لمحات مريوطين بالإنترنت وبدئوا يشعرون بالراحة بالشراء المباشر فإن الأعمال ينبغي أن تكون قادرة على التوسع في مناطق جغرافية أكثر؛

- غالبا تحسب الأعمال أرقام العائد على رأس المال قبل استخدامها لأي تكنولوجيا جديدة، وكان هذا صعبا عملها بالنسبة للاستثمارات في التجارة الإلكترونية . . . ، لأن التكلفة العالية والمنافع كان من الصعب تحديدهما كليا

- هناك مشكلة أخرى تواجه الشركات التي تقوم بأنشطة أعمال على الإنترنت وهي صعوبة دمج قواعد البيانات الحالية والبرمجيات الخاصة لمعالجة الصفقات المصممة للتجارة التقليدية في البرمجيات التي يمكن من خلالها استخدام التجارة الإلكترونية؛

- بالإضافة إلى مسألتها التكنولوجية والبرمجيات فإن كثيرا من شركات الأعمال واجهت مصاعب ثقافية وقانونية لإجراء التجارة الإلكترونية، فبعض المستهلكين لا يزالون خائفين من إرسال أرقام بطاقات ائمتناهم على الإنترنت. ومستهلكين آخرون مجرد مقاومون للتغيير ولا يرتاحون أن تتم المتاجرة التي تجرى فيها التجارة الإلكترونية بقوانين غير واضحة ومتعارضة.

المبحث الثاني: الأدبيات التطبيقية

نستعرض في هذا المبحث تقديم الدراسات السابقة المتعلقة بالدراسة الحالية للبحث، ومن ثم توضيح أوجه التشابه والاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة وبعدها التعقيب على الدراسات السابقة.

المطلب الأول: الدراسات العربية

الدراسة الأولى: سهام معاش، اتجاهات الجزائر نحو التجارة الالكترونية: دراسة ميدانية على عينة المؤسسات الجزائرية: مجلة الاقتصاد الصناعي، العدد 11، 2016.

هدفت هذه الدراسة الى تحديد اتجاهات الجزائر نحو التجارة الالكترونية، وذلك من خلال واقع بنيتها التحتية وأهم مظاهرها في الجزائر، وتم اجراء دراسة ميدانية على عينة تتكون من 32 مؤسسة جزائرية، وقد توصلت الدراسة الى ان المؤسسات الجزائرية لم تصل الى مستوى البيع باعتماد الدفع الالكتروني، كما توصي الى تفعيل وسائل الدفع الالكتروني وضرورة تنظيم التجارة الالكترونية بنصوص قانونية.

الدراسة الثانية: نبيلة جعيجع، التجارة الالكترونية في العالم العربي وأهم المعوقات التي تحد من تطويرها، مجلة افاق علوم الادارة والاقتصاد، المجلد 02، العدد 02، 2018.

هدفت الدراسة إلى التعرف على أهم المؤشرات التي توضح واقع التجارة الالكترونية في الدول العربية وأهم المعوقات التي تحد من تطويرها بالاعتماد في ذلك على التقرير السنوي الذي تعده شركة بيفورت حول إحصائيات التجارة الالكترونية في بلدان العالم العربي، وقد تبين من خلال هذه الدراسة أن التجارة الالكترونية في البلدان العربية في نمو مستمر وقد تطورت بنسب هائلة مقارنة ببدايات ظهور التجارة الالكترونية، لكنها ما تزال بعيدة عما وصلت إليه الدول المتقدمة من تحقيق للأرباح ومعدلات نمو مرتفعة، وهذا يرجع إلى توفيرها للعوامل المشجعة على تطور التجارة الالكترونية وأهمها عامل وسائل الدفع الالكتروني الحديثة، و التي تعتبر في نفس الوقت أهم عائق يحد من تطور وازدهار التجارة الالكترونية في البلدان العربية.

الدراسة الثالثة: عصام لعياضي، عشب لخضر، نماذج عن تطبيق الذكاء الاصطناعي في علوم الرياضة، Sciences of sport performance، المجلد 03، العدد 02، 2021.

تهدف هذه الدراسة للتعرف على نماذج عن تطبيق الذكاء الاصطناعي في علوم الرياضة خصوصا والعالم يعيش ثورة كبيرة في المعلومات، كما تحاول تسليط الضوء على تطبيق الذكاء الاصطناعي في مجال التدريب الرياضي والمعدات والمنشآت الرياضية، وقد تمت بدراسة وصفية تحليلية للنماذج الخاصة بتطبيق الذكاء الاصطناعي في الرياضة، وأهم النتائج المتوصل إليها:- ساهم الذكاء الاصطناعي في تطوير التدريب الرياضي

كثيرا من خلال انشاء المدرب الذكي- ساهم الذكاء الاصطناعي في تطوير المعدات الرياضية بشكل أفضل - ساهم الذكاء الاصطناعي في تطوير المنشآت الرياضية .

الدراسة الرابعة: بوخاري فاطنة حنان، واقع تطبيق التجارة الإلكترونية وآليات تفعيلها في الجزائر: المعوقات وسبل توسيعها-دراسة تقويمية تحليلية -حالة الجزائر، مجلة التكامل الاقتصادي، المجلد 10، العدد 03، 2022. هدفت الدراسة لتسليط الضوء على أهمية التجارة الالكترونية وتكنولوجيا المعلومات والاتصال وواقع تطبيقها في الجزائر ومدى تأثيرها على الاقتصاد الوطني، وكذا مناقشة أبرز التحديات والمعوقات التي تحول دون التوسع في انتشار وتطوير التجارة الالكترونية في الجزائر، واستعراض أهم المجالات التي يؤمل من الجزائر أن تستفيد من تطبيقات التجارة الالكترونية فيها.

وتوصلت الدراسة في الأخير أن الجزائر تعاني من تدني كبير في نسبة استخدام التجارة الالكترونية، ويعود سبب هذا التعثر لضعف واضح في المؤشرات الغير مباشرة للتجارة الالكترونية في الجزائر والمتعلقة أساسا بالبنية التقنية للاتصالات والمعلومات فرغم أن هذه البنية التقنية شهدت تطورات كبيرة خلال الفترة الأخيرة لكنها مازالت دون المستوى المطلوب والكافي لتطبيق التجارة الالكترونية سواء من حيث الانتشار أو الجودة أو التكاليف.

الدراسة الخامسة: هذلي فواز، شيخ هجيرة، تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال التصميم وعلاقته بالإبداع والابتكار كتوجه حديث -التجربة اليابانية نموذجا، مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد 05، العدد 01، 2022.

الغرض من هذه الورقة البحثية تسليط الضوء على الذكاء الاصطناعي كأحد أبرز المجالات في العصر الحديث، كما ويهدف إلى إبراز علاقة التكامل والترابط بينه وبين الإبداع ابتكار، وباعتماد المنهج الوصفي تم معالجة كل من الذكاء الاصطناعي والإبداع والابتكار من خلال ما توفر من قراءات ومراجع تعنى بهاذين المتغيرين، مدعمين الدراسة بقراءة للتجربة اليابانية المحاكية للإبداع والابتكار والذكاء الاصطناعي .

وقد تم رصد علاقة وتكامل بين الإبداع والابتكار والذكاء الاصطناعي أين أصبحت الدول وفي ظل الاقتصاد المعرفي تسعى إلى تحقيق أكبر قدر ممكن من براءات الاختراع والاكتشاف (التجربة اليابانية)، وتوصي الدراسة الى بناء مجتمعات مستدامة ومزدهرة فعلينا حرض الإبداعات والابتكارات والمراهنة عليها خاصة في ظل التوجهات الحديثة وعصر الذكاءات. أما للتحضير لدخول الثورة الصناعية الرابعة فوجب الاستثمار في الذكاء الإنساني والاصطناعي.

الدراسة السادسة: سرايدي منار، عبد الرزاق عبير، دور التجارة الإلكترونية عبر منصات التواصل الاجتماعي في تطوير المؤسسات الناشئة: تطبيق برستو أنموذجا: دراسة ميدانية في مؤسسة برستو، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، تخصص اتصال تنظيمي، جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي، تبسة، 2023/2022.

يتمحور موضوع الدراسة حول دور التجارة الإلكترونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تطوير المؤسسات الناشئة كما يعكس ذلك الفايستوك أنموذجا والذي تهدف دراستنا بشكل رئيسي إلى تحليل دور ظاهرة التجارة الإلكترونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تطوير المؤسسات الناشئة، وإلقاء الضوء على مدى استعداد الاقتصاد الجزائري لتطبيق التجارة الإلكترونية وتحديد أهم المعوقات والتحديات التي تقف في وجه إنتشارها، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي المعتمد التحليل بهدف جمع البيانات وتحليل تطور المؤسسات الناشئة التي تعتمد التجارة الإلكترونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وأيضا بهدف التعمق في أبعاد المتغيرين، وشملت العينة 7 أفراد من المجتمع الدراسة ممثلين للمجتمع الكلي ضمن أسلوب المسح الشامل وللوصول للأهداف المرجوة من هاته الدراسة تم الاعتماد على أداة الاستمارة والمقابلة والملاحظة، وأسفرت الدراسة عن مجموعة من النتائج حيث توفر مواقع التواصل الاجتماعي بيئة مثالية للشركات والمؤسسات للتفاعل المباشر مع العملاء والجمهور، كما أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت أداة قوية في عالم التجارة الإلكترونية، وتعتبر جزءا أساسيا من استراتيجيات التسويق الرقمي للشركات والمؤسسات الناشئة.

الدراسة السابعة: نجلاء المصليحي، الأبعاد الاجتماعية للتجارة الإلكترونية في مصر بين الفرص والتحديات: دراسة اجتماعية - ميدانية على عينة من أصحاب صفحات التجارة الإلكترونية، مجلة كلية الآداب جامعة الفيوم، المجلد 15، 2023.

سعت الدراسة الراهنة إلى استقصاء الأبعاد الاجتماعية للتجارة الإلكترونية في مصر، وخصوصا واقع التجارة الإلكترونية لدى الأفراد أصحاب الصفحات الإلكترونية، للتعرف على الفرص المتاحة لهم، وأيضا التعرف على التحديات والصعاب التي يواجهونها، والتعرف على المنتجات التي يتم تسويقها والتعرف على مستقبل التجارة الإلكترونية مع التجارة التقليدية ما إذا كانت علاقة تكامل أم سيطرة، وما إذا كانت ستؤدي إلى إلغاء التجارة التقليدية، وتنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وقد أجريت الدراسة الميدانية على أصحاب الصفحات التجارية الإلكترونية وذلك من خلال سحب عينة عمدية وتم جمع البيانات من خلال الاستبيان الذي طبق على 136 صاحب صفحة تجارة الكترونية، وأيضا تم تطبيق استمارة دليل المقابلة على 10 أصحاب صفحات تجارة إلكترونية. وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها مساهمة التجارة الإلكترونية في

توفير فرص عمل لمختلف الأعمار، وكذلك في انخفاض التكلفة وتحقيق الربح. كما تبين من النتائج مساهمة التجارة الإلكترونية في المساواة بين الذكور والإناث في العمل.

أوضحت النتائج أن التحدي الأهم يكمن في وجود الأمية (الأبجدية - الإلكترونية) في المجتمع مما يؤدي إلى انخفاض الوعي بالتجارة الإلكترونية، كما بينت النتائج عدم وجود قانون للتجارة الإلكترونية يضمن حقوق العاملين بها. كما أكدت النتائج البقاء على التجارة التقليدية - السوق التقليدي مع التجارية الإلكترونية.

الدراسة الثامنة: مها رضوان محمد محمد، وائل فوزي عبد الباسط، دور التجارة الإلكترونية في جذب الاستثمار الأجنبي المباشر وتعزيز تحقيق التنمية المستدامة في مصر خلال الفترة من (2010-2022)، مجلة البحوث التجارية، المجلد 45، 2023.

استهدف البحث التعرف على أثر حجم التجارة الإلكترونية على قيمة صافي الاستثمار الأجنبي المباشر وقيمة معدل نمو الناتج المحلي الإجمالي في مصر خلال الفترة 2010-2022 وتوصل البحث إلى مجموعة من النتائج ومنها وجود تأثير طردي ذي دلالة إحصائية لمستوي حجم التجارة الإلكترونية على قيمة صافي الاستثمار الأجنبي المباشر في مصر خلال الفترة 2010-2022 وتبين أن كلما ازداد معدل مستوي حجم التجارة الإلكترونية في مصر بمقدار 1% ازدادت قيمة صافي الاستثمار الأجنبي المباشر في مصر بمقدار 1.887% وكذلك وجود تأثير طردي ذي دلالة إحصائية لمستوي حجم التجارة الإلكترونية على قيمة معدل نمو الناتج المحلي الإجمالي في مصر خلال الفترة 2010 وتبين أن كلما ازداد معدل مستوي حجم التجارة الإلكترونية في مصر بمقدار 1% ازدادت قيمة معدل نمو الناتج المحلي الإجمالي في مصر بمقدار 0.802%.

الدراسة العاشرة: رويشد الزهراء، طالب أحمد نور الدين، سبل تحقيق التميز المؤسسي من خلال تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي - دراسة ميدانية بمؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط، مجلة أبحاث اقتصادية معاصرة، المجلد 07 العدد 01، 2024.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى اهتمام الموظفين في المؤسسة الجزائرية بتقنيات وأساليب الذكاء الاصطناعي ومدى الاطلاع عليها والعمل بها، حيث أصبح من المهم لكل مؤسسة تسعى للاستمرار، أن تكون قادرة على مواكبة التطور والتقدم المستمر في بيئتها ومن ثم النجاح والتميز المستمر، حيث تم عرض مفهوم وأهمية التميز المؤسسي وأهم أبعاده من جهة والتعرف على أهم مفاهيم الذكاء الاصطناعي وسبل تحقيقه من جهة أخرى، ومن أجل معرفة مدى مساهمة الذكاء الاصطناعي في تحقيق التميز المؤسسي بمؤسسة اتصالات الجزائر فقد تم تصميم استبيان وتوزيعه على 50 مفردة، وتم تحليل النتائج باستخدام برنامج SPSS22.

وخلصت الدراسة إلى أنه يوجد دور ومساهمة إيجابية للذكاء الاصطناعي بين مختلف أبعاد التميز المؤسسي والذكاء الاصطناعي، لكنها ليست بالدرجة المطلوبة فالاعتماد الرسمي لتقنيات الذكاء الاصطناعي مازال بعيد كل البعد عن المؤسسات الجزائرية، كما أوصت الدراسة في الأخير بالعمل على تكوين وتدريب الموظفين ومواكبة التطور الحاصل في العالم فيما يخص الذكاء الاصطناعي مما ينعكس على المؤسسة بالإيجاب من حيث تحسين الخدمات وتوفير الوقت والجهد.

الدراسة الحادي عشر: خلفه ساهل الويزة، سنوسي أسامة، تطبيقات الذكاء الاصطناعي في صناعة السياحة والسفر تحول جديد في الرحلات والإقامة دراسة حالة فنادق سويسرا، مجلة القانون والعلوم البينية، المجلد 03، العدد 01، 2024.

تهدف هذه الدراسة من خلال الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي الى تبيان الدور الذي تلعبه تطبيقات الذكاء الاصطناعي على تحسين تجربة السفر وزيادة فعالية صناعة السياحة من خلال التطرق الى مثال حي حول تطبيقات الذكاء الاصطناعي في بعض فنادق سويسرا، حيث يعد الذكاء الاصطناعي من أهم الاستراتيجيات التي توفر المعلومات لسياحية الرقمية الخاصة باتخاذ القرارات الهامة في القطاع السياحي والفندقي. وقد توصلت الدراسة الى عدة نتائج وتوصيات خلصت على أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي تعتبر من أهم الوسائل المعتمدة من قبل صناع القرار في القطاع السياحي والفندقي كما توصي الدراسة بضرورة الاهتمام والتركيز بشكل مكثف على تطبيقات الذكاء الاصطناعي والروبوت واتباع التطورات التكنولوجية الحديثة للنهوض بقطاع السياحة والفندقة وتوصيله لمستوى مرموق وزيادة عوائده بجعله أقوى صناعة من خلال جلب أكبر نسبة ممكنة من العملة الصعبة وجذب أكبر قدر ممكن من السياح.

المطلب الثاني: الدراسات الأجنبية

01- Tonderai Maswera and others, Recommendations for e-commerce systems in the tourism industry of sub-Saharan Africa, Telematics and Informatics, Vol. 26, 2009.

تشرح هذه الورقة كيف يمكن للمنظمات السياحية في أفريقيا جنوب الصحراء الكبرى أن تطور مواقعها الإلكترونية إلى أدوات تسويقية وكيف يمكنها التغلب على العوائق التي تحول دون اعتماد التجارة الإلكترونية واستخدامها. تشرح التوصيات أيضا كيف يمكن للاعبين الرئيسيين الآخرين في اقتصادات هذه البلدان أن يجعلوا البيئة مواتية لتنمية التجارة الإلكترونية ونموها حتى تتمكن المنظمات السياحية من هذه المنطقة من اقتحام سوق السياحة الدولية المربحة. وتم اختبار التوصيات بإرسالها إلى المنظمات الإفريقية والخبراء في التجارة الإلكترونية والسياحة الذين عملوا أو يقيمون حاليا في إفريقيا جنوب الصحراء. وأظهرت النتائج أن

معظم المنظمات والخبراء الذين استجابوا يعتقدون أن هذه التوصيات ستساعد منظمات السياحة الأفريقية على تبني واستخدام التجارة الإلكترونية. ينبغي لمنظمات السياحة الأفريقية التي تنوي تنفيذ أنظمة التجارة الإلكترونية أو هي في طور تنفيذها أن تتبع التوصيات الموضحة في هذه الورقة لمساعدة أفريقيا جنوب الصحراء الكبرى على تحقيق إمكاناتها السياحية.

02- Martin Falk, Eva Hagsten, E-commerce trends and impacts across Europe, International Journal of Production Economics, Vol 170, Part A, 2015.

تبحث هذه الدراسة في أنماط أنشطة التجارة الإلكترونية (التجارة الإلكترونية) وتأثيرها على نمو إنتاجية العمل لمجموعة مكونة من 14 دولة أوروبية. توجد في متناول اليد لهذا التمريم مجموعة فريدة من البيانات المجمعة على مستوى الشركات والتي تغطي الأعوام من 2002 إلى 2010. يتضمن النهج التجريبي عنصرين رئيسيين: المواصفات الثابتة ونموذج بيانات اللوحة الديناميكية. الأول عبارة عن مواصفات فرق تم تقديرها بواسطة OLS ، ويستخدم النموذج الأخير مقدر نظام GMM لمراعاة التجانس الداخلي لأنشطة التجارة الإلكترونية. ولتحليل التأثير، يتم تعريف التجارة الإلكترونية على وجه التحديد على أنها المبيعات الإلكترونية - أي الطلبات التي تتلقاها الشركات إلكترونياً (من خلال تبادل البيانات الإلكترونية أو مواقع الويب). وتشير الإحصائيات الوصفية إلى أن نسبة الشركات التي تمارس أنشطة البيع الإلكتروني، بعد أن بدأت من مستوى منخفض، تتزايد ببطء مع مرور الوقت. تظهر تقديرات OLS، التي تتحكم في تأثيرات الصناعة والوقت والبلد، أن التغييرات في أنشطة المبيعات الإلكترونية ونمو إنتاجية العمل ترتبط ارتباطاً إيجابياً بشكل كبير. وعلى وجه التحديد، تؤدي الزيادة في المبيعات الإلكترونية بمقدار نقطة مئوية واحدة إلى زيادة نمو إنتاجية العمل بمقدار 0.3 نقطة مئوية على مدى فترة عامين. وتشهد الصناعات الخدمية تأثيراً أكبر من التصنيع. وتنتج نتائج مماثلة من خلال تقديرات بيانات اللوحة الديناميكية، والتي تظهر أن الزيادة في أنشطة المبيعات الإلكترونية خلال الفترة المدروسة تمثل 18 في المائة من إجمالي النمو في إنتاجية العمل. وبالإضافة إلى ذلك، تظهر النتائج أن الشركات الصغيرة هي التي تجني أكبر قدر من الربح من الزيادات في المبيعات الإلكترونية. بشكل عام، يختلف حجم التقديرات عبر الأساليب بشكل أقل مما هو عليه بين الصناعات أو بمرور الوقت.

03- Martin Falk, Federico Biagi, The impact of ICT and e-commerce on employment in Europe, Journal of Policy Modeling, Vol 39, 2017.

تقدم هذه الدراسة أدلة تجريبية جديدة فيما يتعلق بتأثير أنشطة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات/التجارة الإلكترونية على الطلب على العمالة. تستند البيانات إلى بيانات جديدة وفريدة من نوعها لعشرة دول أوروبية للفترة 2002-2010. ومن السمات الرئيسية للتحليل التجريبي استخدام عدة أنواع من

أنشطة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات المتقدمة، مثل أنظمة تخطيط موارد المؤسسات (ERP)، والوصول إلى الإنترنت عبر الهاتف المحمول، وممارسات التجارة الإلكترونية. والنتيجة الرئيسية للدراسة هي أن الزيادة في أنشطة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات/التجارة الإلكترونية مع مرور الوقت لم تؤد إلى انخفاض في الوظائف. وينطبق هذا على الصناعات التحويلية وصناعات الخدمات، وكذلك على الشركات الصغيرة والمتوسطة والشركات الكبيرة. بالنسبة لأنظمة تخطيط موارد المؤسسات (ERP) والمواقع الإلكترونية، هناك بعض الأدلة على وجود آثار إيجابية. لا تدعم هذه النتائج الفرضية القائلة بأن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات يؤدي إلى استبدال العمالة بشكل عام. وفي الواقع، يبدو أن أنشطة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات محايدة إلى حد ما بالنسبة للعمالة. وكانت النتائج قوية ليس فقط بالنسبة لمواصفات النموذج، ولكن أيضاً لطريقة التقدير المطبقة.

04- mohamed muse hassan, geunhee lee, online payment options and consumer trust: determinants of e-commerce in africa, international journal of entrepreneurial knowledge, vol. 9 no. 2, 2021.

الغرض من هذه الورقة هو دراسة تأثير خيارات الدفع عبر الإنترنت وثقة المستهلك على وعي وإدراك التجارة الإلكترونية في أفريقيا. تم تطوير نموذج خماسي البناء واختباره تجريبياً باستخدام تقنية نمذجة المعادلات الهيكلية (SEM) للبحث عن إجابات للمتغيرات قيد الدراسة. استجاب 760 متخصصاً وطالباً جامعياً يقيمون في الصومال لاستبياننا عبر الإنترنت، ثم تم اختيار 744 إجابة نظيفة بعد إزالة الإجابات غير المكتملة. توصلت نتائج الدراسة إلى أن توفر خيارات الدفع الشائعة محلياً مثل الدفع عبر الهاتف المحمول في إفريقيا يؤثر على مستوى الوعي والإدراك العام تجاه التجارة الإلكترونية. علاوة على ذلك، فإن خيارات الدفع العالمية الحالية عبر الإنترنت تتجاهل التقنيات المحلية الشائعة في أفريقيا. كما وجد أن ثقة المستهلك تعد عاملاً جيداً في تحديد الوعي والتصوير للتجارة الإلكترونية في أقل البلدان نمواً. وترى هذه الورقة أن إدراج المزيد من خيارات الدفع من شأنه أن يحدث فرقاً في أفريقيا. كما يوضح أيضاً أنه يمكن حل مشكلة انخفاض ثقة المستهلك إذا تم منح المستهلكين ضمانات بشأن معاملاتهم المالية عبر الإنترنت. تساهم هذه الورقة في الأدبيات الموجودة التي تثبت أن خيارات الدفع المختلفة عبر الإنترنت وثقة المستهلك يمكن أن تكون محددات قوية للتجارة الإلكترونية، حتى في أقل البلدان نمواً مثل الصومال.

05- Bernd Carsten Stahl and others, A systematic review of artificial intelligence impact assessments, Artificial Intelligence Review, Vol.56, 2023.

توضح هذه المقالة أول مراجعة منهجية لهذه AI-IAs من خلال العمل مع مجموعة مكونة من 181 وثيقة، حدد المؤلفون 38 من عمليات الذكاء الاصطناعي الفعلية وأخضعوها لتحليل نوعي صارم فيما يتعلق بغرضها ونطاقها وسياقها التنظيمي والقضايا المتوقعة والإطار الزمني والعملية والأساليب والشفافية والتحديات. توضح المراجعة بعض التقارب بين AI-IAs كما يوضح أيضا أن المجال لم يصل بعد إلى نقطة الاتفاق الكامل على المحتوى والهيكلة والتنفيذ.

يشير المقال إلى أنه من الأفضل فهم عمليات الذكاء الاصطناعي باعتبارها وسيلة لتحفيز التفكير والمناقشة بشأن العواقب الاجتماعية والأخلاقية للأنظمة البيئية للذكاء الاصطناعي. استنادا إلى تحليل عمليات الذكاء الاصطناعي الحالية، يصف المؤلفون عملية أساسية لتنفيذ عمليات الذكاء الاصطناعي التي يمكن تنفيذها من قبل مطوري وبائعي الذكاء الاصطناعي والتي يمكن استخدامها كمقياس حاسم من قبل المنظمين والمراقبين الخارجيين لتقييم نهج المنظمات في التعامل مع عمليات الذكاء الاصطناعي. منظمة العفو الدولية.

المطلب الثالث: أوجه التشابه والاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة

من خلال الدراسات السابقة التي تطرقنا لها، نستنتج ان هذه الدراسات تطرقت الى جزء او أكثر من موضوع دراستنا ولتوضيح أكثر نلخص المقارنة بين الدراسات في جدول التالي، حيث يتضمن اهم أوجه الاختلاف والتشابه بين هذه الدراسات.

أولا: أوجه التشابه

الجدول رقم (01-01): أوجه التشابه بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية

البيان	أوجه التشابه بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية
أداة الدراسة	معظم الدراسات استخدمت الاستبيان كأداة دراسة، وهذا ما سيتم استخدامه في هذه الدراسة
منهج الدراسة	استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي حيث كانت متفقة في ذلك مع معظم الدراسات السابقة.

المصدر: من اعداد الطلبة اعتمادا على معلومات الدراسات السابقة أعلاه

ثانيا: أوجه الاختلاف

الجدول رقم (01-02): أوجه الاختلاف بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية

أوجه الاختلاف		البيان
الدراسات الحالية	الدراسات السابقة	
الدراسات الحالية	الدراسات السابقة	البيان
أما في دراستنا الحالية فتناولنا معا، حيث سنقوم بدراسة أثر استخدامات الذكاء الاصطناعي في مجال التجارة الإلكترونية	تناولت الدراسات السابقة الذكاء الاصطناعي والتجارة الالكترونية كل على حدا، فليس هناك دراسة تناولت المتغيرات معا.	متغيرات الدراسة
فيما تمثلت دراستنا في مستخدمي التجارة الالكترونية بالوادي	تناولت جل الدراسات مؤسسات أخرى مثل: مؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط، فنادق سويسرا، اليابان، أصحاب صفحات التجارة الإلكترونية بمصر، 14 دولة أوروبية، الصومام	مكان وعينة الدراسة

المصدر: من اعداد الطلبة اعتمادا على معلومات الدراسات السابقة أعلاه

ثالثا: التعقيب على الدراسات السابقة

- الاستفادة منها في اثراء الجانب النظري للدراسة؛
- التعرف على مختلف الاختلافات والتداخلات بين آراء الباحثين وتوارد أفكارهم؛
- الاستفادة من الدراسات السابقة في اختيار منهج الدراسة؛
- الربط والمقارنة وتحليل النتائج بين ما تم التوصل إليه من خلال هذه الدراسة مع نتائج الدراسات السابقة التي تناولت نفس الموضوع.

خلاصة الفصل

الذكاء الاصطناعي والتجارة الإلكترونية يمثلان نقطة تلاقٍ حيث تجتمع التكنولوجيا الحديثة مع عمليات البيع والشراء عبر الإنترنت، ويعتبر الذكاء الاصطناعي، الذي يمثل مجموعة من التقنيات التي تسمح للأنظمة بالتعلم والتكيف مع البيئة، محركاً للتحسين المستمر في تجربة التسوق الإلكتروني، فهو يسمح بتوفير تجارب شخصية وتوجيهات دقيقة للعملاء، وتحسين عمليات الإدارة والتنبؤ بالاتجاهات السوقية.

من جانبها، تتيح التجارة الإلكترونية الوصول السهل والفعال إلى السوق العالمي، مما يزيد من فرص البيع والنجاح للشركات والأفراد على حد سواء، بفضل هذا التزامن بين الذكاء الاصطناعي والتجارة الإلكترونية، تصبح عمليات التسوق عبر الإنترنت أكثر شخصية وفعالية، مما يعزز التفاعل بين العملاء والشركات ويزيد من فرص النمو والازدهار في السوق الرقمي.



الفصل الثاني

الدراسة الميدانية

تمهيد . . .

بغية الإلمام بموضوع الدراسة وتغطية الجوانب النظرية التي تم تناولها في الفصل النظري، وبهدف الإجابة على إشكالية الدراسة وأسئلتها الفرعية، حاولنا من خلال هذا الفصل إجراء دراسة ميدانية، نسعى من خلالها إلى معرفة أثر استخدامات الذكاء الاصطناعي في مجال التجارة الالكترونية، ولتحقيق ذلك عمدنا إلى إعداد استمارة الكترونية احتوت على مجموعة من الأسئلة التي تشمل محاور الدراسة، وقد وزعت هذه الاستمارات إلكترونياً على عينة الدراسة، وانطلاقاً من إجابات أفراد العينة تم تحليل النتائج للتأكد من صحة الفرضيات، وعليه فقد تم تقسيم هذا الفصل إلى مبحثين هي:

-المبحث الأول: الطريقة الأدوات

-المبحث الثاني: خصائص عينة الدراسة التطبيقية واختبار الفرضيات

المبحث الأول: الطريقة والأدوات

من خلال هذا المبحث سيتم التعريف بالطريقة المنهجية في هذه الدراسة ألا وهي الاستمارة وأيضا معرفة المراحل التي سنقوم بها من خلال إعداد الاستمارة وطريقة توزيعه وفي الاخير سنتطرق الى العينة المدروسة.

المطلب الأول: الطريقة

يشمل هذا المطلب تحليل مجتمع وعينة الدراسة.

1- منهجية الدراسة

ان المنهج يمكننا من تبسيط موضوع البحث والكشف على الحقائق العلمية وتحديد الأسباب والنتائج المترتبة عنها، ونظرا لطبيعة موضوع بحثنا في معرفة أثر استخدامات الذكاء الاصطناعي في مجال التجارة الالكترونية، كما ان طبيعة الدراسة الميدانية التي يتطلبها موضوع بحثنا فهو يركز على الاستبيان، لذلك سنعتمد على المنهج التحليلي للبيانات والمعلومات التي تم جمعها عن طريق الاستبيان.

2-مجتمع الدراسة

يقصد بمجتمع الدراسة: " جميع وحدات المعاينة التي تنتمي الى مجتمع الدراسة، حيث يتم تحديد وحدة المعاينة والخصائص التي نود قياسها والمتغيرات التي نود استخدامها"¹، فمجتمع هذه الدراسة يتمثل في مستخدمي التجارة الالكترونية.

3-عينة الدراسة

تعد العينة الطريقة الأكثر شيوعا في معظم البحوث العلمية، وتعرف بأنها: "نموذجا يشمل ويعكس جانبا أو جزءا من وحدات المجتمع الأصلي المعني بالبحث، تكون ممثلة له بحيث تحمل صفاته المشتركة، وهذا النموذج أو الجزء يغني الباحث عن دراسة كل وحدات ومفردات المجتمع الأصل، خاصة في حالة صعوبة او استحالة دراسة كل تلك وحدات المجتمع المعني بالبحث"²، أما عينة الدراسة فقد اقتصرنا على مستخدمي التجارة الالكترونية، وقد تم توزيع الاستمارة على 36 فرد، وقد أجابوا على الاستمارة كلهم.

المطلب الثاني: الأدوات

¹ فتحي احمد عاروري، المعاينة الإحصائية طرقها واستخداماتها، دار الأكاديميون للنشر والتوزيع، الاردن، 2013، ص 18.

² عامر إبراهيم قنديلجي، منهجية البحث العلمي، دار اليازوري العلمية، الأردن، 2013، ص 186.

يشمل هذا العنصر الأدوات المستخدمة في جمع المعلومات وكذلك البرامج والأدوات الإحصائية المستعملة في تحليل الدراسة.

1- الأدوات المستخدمة في جمع المعلومات

تعتبر الاستثمار الالكترونية من أهم أدوات جمع المعلومات، وتعرف: " أداة لجمع البيانات من السياقات الافتراضية، والذي يصمم الباحث استثماره وتوضع على أحد مواقع الشبكات الاجتماعية، ويرسل الباحث الرابط عبر الشبكة أو بريدهم الالكتروني، ثم يتولى المبحوث ردها على نفس الموقع أو البريد الالكتروني الذي يحدده الباحث"¹، وقد تطلب بناء الاستثمار عدة مراحل هي:

1-1 مرحلة تصميم الاستثمار

تم إعداد الاستثمار خصصت لجمع المعلومات المتعلقة بالذكاء الاصطناعي والتجارة الالكترونية، بحيث تغطي هذه المعلومات فرضيات وأهداف الدراسة، وقد اجتهدنا على أن تكون هذه المعلومات واضحة ومفهومة من قبل الأفراد المستجوبين.

شملت المعلومات الواردة في الاستثمار أهم الأسئلة التي يمكن أن تجيب على فرضيات البحث، حيث راعينا أثناء إعداد الاستثمار ترتيب المحاور والأسئلة بما يتناسب مع ترتيب فرضيات الدراسة. سبقت محاور الاستثمار دياجة تضمنت موضوع البحث والهدف منه، مع تقديم مختصر للشهادة العلمية المراد الحصول عليها، والمؤسسة الجامعية المانحة لهذه الشهادة والتي ينتمي إليها الباحث، كما تم إعلام الأفراد المستجوبين بأهمية رأيهم في الموضوع ورجائهم للإجابة على أسئلة الاستثمار بدقة وموضوعية، مع التأكيد لهم بأن المعلومات التي يقدموها سوف تحظى بالسرية التامة ولا يتم استخدامها إلا في إطارها العلمي فقط، وفي الأخير تم شكرهم على حسن تعاونهم.

1-2 محتوى الاستثمار

احتوت الاستثمار على مجموعة من الأسئلة يقوم أفراد العينة بالإجابة عنها وفق اختيار بديل من 5 بدائل (غير موافق بشدة، غير موافق، محايد، موافق، موافق بشدة)، وقد تم تقسيمها إلى جزئين على النحو التالي: (أنظر للملحق رقم 01).

¹ صباح غربي، محمود تيشوش، الاستبيان الالكتروني كأداة لجمع البيانات من المجتمع الافتراضي، مجلة الحوار الثقافي، المجلد 11، العدد 03، 2023، ص 43.

❖ الجزء الأول: يتكون من أسئلة عامة تتعلق بالبيانات الشخصية لأفراد العينة ويتكون من أربعة فقرات (العمر، المؤهل العلمي، منذ متى تستخدم الذكاء الاصطناعي).

❖ الجزء الثاني: يناقش فرضيات الدراسة وقد تم تقسيمه إلى محورين كما يلي:

● المحور الأول: الذكاء الاصطناعي، ويتكون من 20 فقرة، مقسمة إلى أربعة أبعاد:

-البعد الأول: التعلم الآلي: يتكون من 05 فقرات؛

-البعد الثاني: المعالجة اللغوية الطبيعية: يتكون من 05 فقرات؛

-البعد الثالث: النظم الخبيرة: يتكون من 05 فقرات؛

-البعد الرابع: التخطيط والتنظيم: يتكون من 05 فقرات؛

● المحور الثاني: التجارة الالكترونية، ويتكون من 10 فقرات.

1-3مرحلة صدق الاستمارة

قبل اختبار الفرضيات قام الباحث بالتأكد من موثوقية الأداة المستخدمة في القياس، إذ تعكس الموثوقية درجة ثبات أداة القياس: الثبات الداخلي والثبات الخارجي؛ فالثبات الداخلي فيقصد به مدى اتصاف عبارات القياس بالتناسق الداخلي، أما الثبات الخارجي فيتعلق بدرجة ثبات أداة القياس بمرور الوقت، وقد اقتصررت هذه الدراسة على اختبار درجة الثبات الداخلي للاستبانة فقط، وذلك بالاعتماد على تحكيمها من قبل مجموعة من الاساتذة وكذلك حساب معامل ألفا كرونباخ.

أ-التحكيم من قبل الاساتذة

بعد الانتهاء من تصميم الاستمارة وصياغة الأسئلة التي تخدم موضوع الدراسة، تم عرضه على مجموعة من الأساتذة المحكمين بغية التأكد من سلامة بنائه، وتصحيح الأخطاء التي قد تحول دون الوصول إلى تحقيق الأهداف المرجوة من البحث، وقد تم الأخذ بالتوجيهات المقدمة من الأساتذة الذين قدموا عدة ملاحظات أهمها:

- إعادة صياغة بعض الأسئلة وتبسيطها حتى تكون مفهومة من طرف الأفراد المستجوبين؛

- تفادي وتجنب استخدام الأسئلة المركبة والطويلة.

ب-حساب معامل الفا كرومباخ: يظهر الجدول التالي معامل الفا كرومباخ لمحاور الاستبانة وإجمالي فقراتها:

الجدول رقم (02-01): معامل الثبات لفقرات الاستمارة (ألفا كرونباخ).

الصدق	الثبات	عدد الفقرات	محاور الاستبانة
0.973	0.948	20	المحور الأول: الذكاء الاصطناعي
0.881	0.777	05	التعلم الآلي
0.895	0.802	05	المعالجة اللغوية الطبيعية
0.911	0.83	05	النظم الخبيرة
0.952	0.907	05	التخطيط والتنظيم
0.948	0.9	10	المحور الثاني: التجارة الالكترونية
0.98	0.961	30	الاستمارة كلها

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج (spss).

نلاحظ من الجدول السابق أن:

المحور الأول: الذكاء الاصطناعي: معامل الثبات الخاص به 0.948 أي 94.8% أي أنه يتمتع بدرجة ثبات ممتازة.

البعد الأول: التعلم الآلي: معامل الثبات الخاص به 0.777 أي 77.7% أي أنه يتمتع بدرجة ثبات ممتازة.

البعد الثاني: المعالجة اللغوية الطبيعية: معامل الثبات الخاص به 0.802 أي 80.2% أي أنه يتمتع بدرجة ثبات ممتازة.

البعد الثالث: النظم الخبيرة: معامل الثبات الخاص به 0.83 أي 83% أي أنه يتمتع بدرجة ثبات ممتازة.

البعد الرابع: التخطيط والتنظيم: معامل الثبات الخاص به 0.907 أي 90.7% أي أنه يتمتع بدرجة ثبات ممتازة.

المحور الثاني: التجارة الالكترونية: معامل الثبات الخاص به 0.9 أي 90% أي أنه يتمتع بدرجة ثبات ممتازة.

أما الاستمارة ككلها قدر معامل ثباته 0.961 أي 96.1% وهي قيمة تفوق الـ 0.6 وذات درجة

ثبات ممتازة وصدق 98%.

4-1 توزيع الاستمارة

بعد الانتهاء من تصميم وإعداد الاستمارة جاءت مرحلة توزيعها على عينة الدراسة، وقد تمت هذه العملية عن طريق الاتصال المباشر بأفراد العينة، مع حرص الباحث على التواجد أثناء عملية ملئها من طرف الأفراد المعنيين من أجل إزالة اللبس والغموض اللذان قد يصادفان الأفراد أثناء عملية ملء الاستمارة، وذلك حتى تكون إجاباتهم أكثر دقة وموضوعية.

3- مقياس ليكارت

لقد تم استخدام مقياس ليكارت الخماسي المكون من خمس درجات، وذلك لقياس درجة استجابات أفراد العينة محل الدراسة لفقرات الاستمارة، والجدول الموالي يوضح ذلك:

الجدول رقم (02-02): درجات مقياس ليكارت

الاستجابة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
الوزن	1	2	3	4	5
الدرجة	1.8-1	2.60-1.80	3.40-2.60	4.20-3.40	5-4.20

المصدر: من إعداد الطلبة.

ثالثاً: الأدوات الإحصائية والبرامج المستخدمة

تتمثل الأدوات الإحصائية والبرامج المستخدمة في دراستنا في:

1- الأدوات الإحصائية

تم استخدام مجموعة من الأساليب الإحصائية من أجل القيام بقراءة ودراسة أجوبة عينة الدراسة حول دور جودة الحياة الوظيفية في تنمية الولاء التنظيمي للعاملين، ومن هذه الأدوات نجد:

- المتوسط الحسابي المرجح: يعرف بأنه: " مجموع القراءات مقسوماً على عددها، وهو أكثر مقاييس المتوسطات استخداماً"¹.

- اختبار الطبيعية (Test Of Normality): من أهم الفروض في الاختبارات الإحصائية المعلمية أن يكون التوزيع الاحتمالي للبيانات المستخدمة هو التوزيع الطبيعي حيث يعتبر من أهم التوزيعات في علم الإحصاء بل يعتبر أساساً لكثير من النظريات الإحصائية الرياضية ويلعب دوراً أساسياً في اختبارات الفروض الإحصائية وفترات الثقة وغير ذلك وأن الكثير من الصفات كالتطول والوزن ومستوى الذكاء وما إلى ذلك إذا قيست لعدد كبير من المشاهدات فإن توزيعها يقترب من التوزيع الطبيعي إن لم يكن يأخذ صورة التوزيع الطبيعي،

¹حامد الشمري، الأساليب الإحصائية في اتخاذ القرار: تطبيقات في منظمات أعمال إنتاجية وخدمية، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، الأردن، 2005، ص96.

ويعرف بأسماء مختلفة منها التوزيع الجرسى لكون شكله يشبه الجرس، وبدون ذلك الشرط لا يمكن تطبيق الاختبار من الناحية العلمية¹.

- **الانحدار الخطي البسيط:** هو أداة رياضية تستخدم لتقدير العلاقة بين متغيرين أو أكثر، أحد هذه المتغيرات يسمى متغيراً تابعاً، وهو الذي تتأثر قيمة المتغير المستقل ويسمى بالمتغير الدال، والآخر يسمى بالمتغير المستقل وهو يؤثر في قيمة المتغير التابع ويسمى بالمتغير المفسر².

2- البرامج المستخدمة في معالجة البيانات:

تم استعمال برنامج spss v25 والذي يعني برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية، حيث كان في بادئ الأمر يستعمل في دراسات العلوم الاجتماعية، إلا أنه تطور استخدامه في فروع العلم الأخرى نظراً لحاجة الباحثين له وهو ما تم القيام به في دراستنا هذه.

¹ وليد عبد الرحمن الفراء، تحليل بيانات الاستبيان باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS، الندوة العالمية للشباب الإسلامي، 2008، ص 31.

² محمد بدوي، محمد دوة، الإحصاء المطبق في العلوم الاجتماعية، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع، عمان، 2016، ص 132.

المبحث الثاني: نتائج الدراسة التطبيقية واختبار الفرضيات

المطلب الأول: خصائص عينة الدراسة

سيتم فيما يلي تحليل الخصائص الديمغرافية للعينة محل الدراسة وذلك من حيث العمر، المؤهل العلمي، استخدامك للذكاء الاصطناعي، حيث تساعد هذه الخصائص في التحليل في مراحل لاحقة.

1- تحليل خصائص أفراد حسب العمر

الجدول الموالي يبين توزيع افراد العينة حسب العمر:

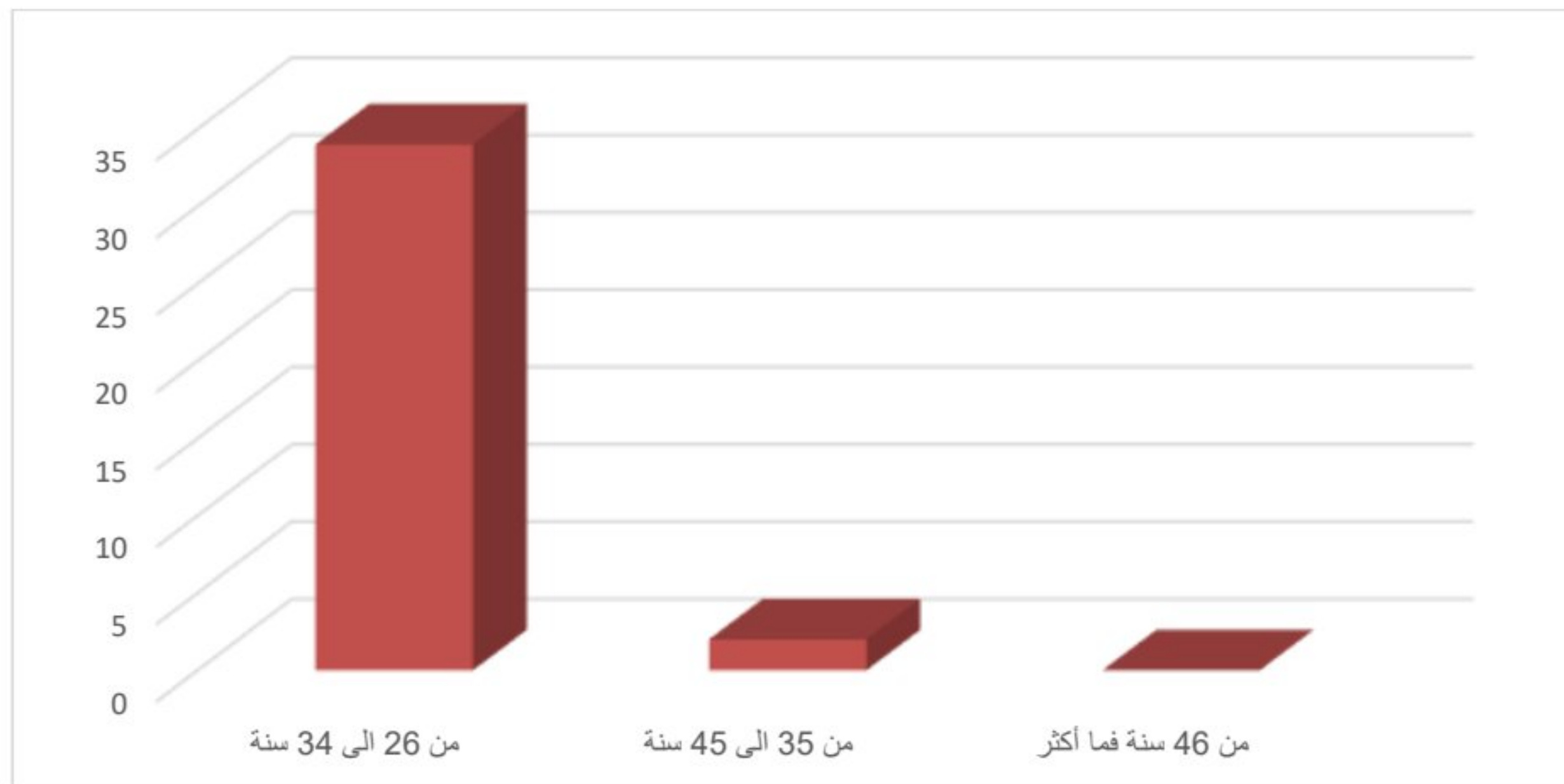
الجدول رقم (02-03): توزيع العينة حسب العمر.

النسبة	التكرار	البيان
%94.4	34	من 26 الى 34 سنة
%05.6	02	من 35 الى 45 سنة
00	00	من 46 سنة فما أكثر
%100	36	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج (spss).

من خلال الجدول رقم (02-03) الذي يوضح توزيع أفراد العينة حسب العمر، نلاحظ بأن غالبية أفراد عينة الدراسة هم من الفئة العمرية من 26 الى 34 سنة وذلك بنسبة %94.4، تليها الفئة من 35 الى 45 سنة بنسبة %05.6، فيما لم نسجل أي فرد في الفئة العمرية من 46 سنة فما أكثر.

الشكل رقم (02-01): توزيع العينة حسب العمر.



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج (spss).

2- تحليل خصائص أفراد العينة حسب المؤهل العلمي

الجدول الموالي يبين توزيع افراد العينة حسب المؤهل العلمي:

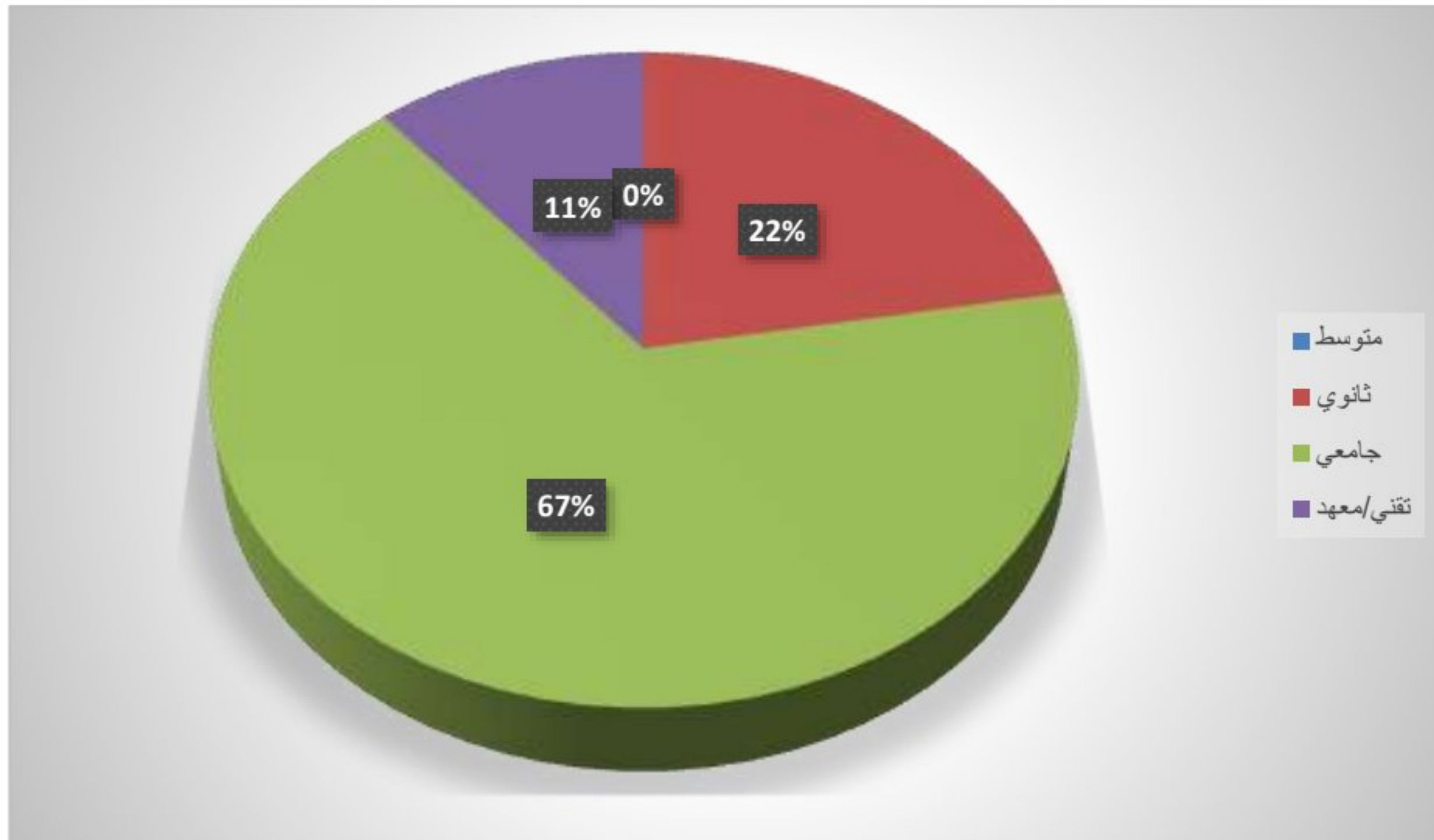
الجدول رقم (04-02): توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي.

النسبة المئوية	التكرار	البيان
00	00	متوسط
%22.2	08	ثانوي
%66.7	24	جامعي
%11.1	04	تقني/معهد
%100	36	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج (spss).

من خلال الجدول رقم (04-02) الذي يوضح توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي، أن أكبر الجامعيين هم الأكبر مستوى بنسبة %66.7، تليها المستوى الثانوي بنسبة %22.2، ثم تقني/معهد بنسبة %11.1، فيما لم نسجل أي فرد بمستوى متوسط

الشكل رقم (02-02): توزيع العينة حسب المؤهل العلمي



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج (spss).

3-تحليل خصائص أفراد العينة حسب استخدام الذكاء الاصطناعي

الجدول الموالي يبين توزيع افراد العينة حسب استخدام الذكاء الاصطناعي:

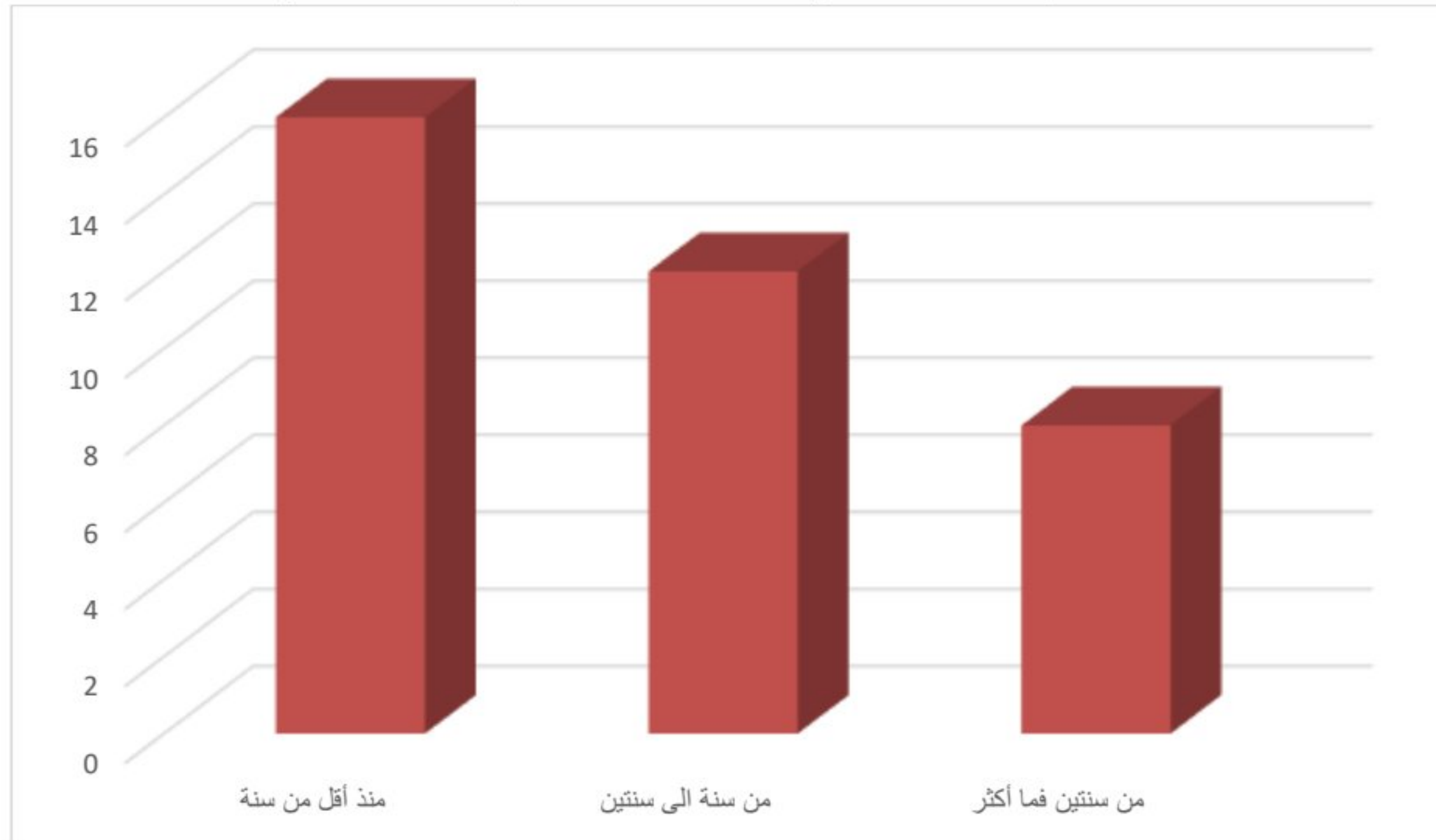
الجدول رقم (02-05): توزيع أفراد العينة حسب استخدام الذكاء الاصطناعي

النسبة المئوية	التكرار	البيان
44.4%	16	منذ أقل من سنة
33.3%	12	من سنة الى سنتين
22.2%	08	من سنتين فما أكثر
100%	36	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على مخرجات برنامج (spss).

من خلال الجدول رقم (02-05) الذي يوضع توزيع أفراد العينة حسب استخدام الذكاء الاصطناعي، نلاحظ ان أكبر فئة هي التي تستخدم الذكاء الاصطناعي منذ أقل من سنة بنسبة 44.4%، تليها الذين استخدموا الذكاء الاصطناعي من سنة الى سنتين بنسبة 33.3%، وفي الأخير الفئة من سنتين فما أكثر بنسبة 22.2%.

الشكل رقم (02-03): توزيع العينة حسب استخدام الذكاء الاصطناعي



المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على مخرجات برنامج (spss).

المطلب الثاني: تفسير وتحليل اتجاهات أفراد العينة نحو متغيرات الدراسة

سيتم من خلال هذا المطلب تفسير وتحليل اتجاهات أفراد العينة الخاصة بالاستبيان نحو متغيرات الدراسة، وذلك بحساب المتوسطات الحسابية، واتجاه كل فقرة لكل محور وذلك اعتماداً على مقياس ليكارت الخماسي.

الفرع الأول: تفسير وتحليل اتجاهات فقرات المحور الأول: الذكاء الاصطناعي

سيتم فيما يلي تفسير وتحليل اتجاهات فقرات ابعاد محور الذكاء الاصطناعي الأربعة.

1-1 تفسير وتحليل اتجاهات فقرات البعد الأول: التعلم الآلي

فيما يلي جدول يوضح تكرارات ونسب ومتوسطات واتجاه فقرات البعد الأول: التعلم الآلي

الجدول رقم (06-02): تكرارات ونسب ومتوسطات واتجاه فقرات البعد الأول: التعلم الآلي

المكون	ارقام الفقرات	العبارات	غير موافق بشدة		غير موافق		محايد		موافق		المتوسط الحسابي	الترتيب	الاتجاه العام
			العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%			
البعد الأول: التعلم الآلي	01	يعتمد التعلم الآلي على الخوارزميات والنماذج الرياضية لتحليل البيانات واكتساب المعرفة	-	-	04	16	16	16	16	4.33	01	موافق بشدة	
			-	-	-	44.4	44.4	11.1					
	02	من خلال التعلم الآلي، يمكن للأنظمة تحسين أدائها بشكل تدريجي دون تدخل بشري مستمر	-	08	06	14	08	22.2	38.9	3.61	05	موافق	
			-	22.2	16.7	38.9	22.2						
	03	تقنيات التعلم الآلي تسهم في تطوير أنظمة قادرة على اتخاذ القرارات والتنبؤ بالأحداث	-	02	08	14	12	33.3	38.9	4	04	موافق	
-			05.6	22.2	38.9	33.3							
04	يمكن أن يؤدي التعلم الآلي الى تغييرات كبيرة في طريقة تفكير البشر في المستقبل	-	04	04	10	18	50	27.8	4.17	03	موافق		
		-	11.1	11.1	27.8	50							
05	يمكن أن يساعد التعلم الآلي في تحسين العمليات التجارية والصناعية، وتحسين الرعاية الصحية، وتوفير حلول للمشاكل البيئية، وتطوير الترفيه والترفيه التفاعلي.	-	02	-	10	24	66.7	27.8	4.5	02	موافق بشدة		
		-	05.6	-	27.8	66.7							
مجموع البعد الأول: التعلم الآلي									4.12		موافق		

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج (spss).

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه والذي يبين لنا كل آراء افراد العينة حول البعد الأول: التعلم الآلي،

ما يلي:

-المرتبة الأولى: الفقرة رقم 01 والتي تنص على: " يعتمد التعلم الآلي على الخوارزميات والنماذج الرياضية لتحليل البيانات واكتساب المعرفة " بمتوسط حسابي 4.33 واتجاه (موافق بشدة).

-المرتبة الثانية: الفقرة رقم 05 والتي تنص على: " يمكن أن يساعد التعلم الآلي في تحسين العمليات التجارية والصناعية، وتحسين الرعاية الصحية، وتوفير حلول للمشاكل البيئية، وتطوير الترفيه والترفيه التفاعلي. " بمتوسط حسابي 4.5 واتجاه (موافق بشدة).

-المرتبة الثالثة: الفقرة رقم 04 والتي تنص على: " يمكن أن يؤدي التعلم الآلي الى تغييرات كبيرة في طريقة تفكير البشر في المستقبل. " بمتوسط حسابي 4.17 واتجاه (موافق).

-المرتبة الرابعة: الفقرة رقم 03 والتي تنص على: " تقنيات التعلم الآلي تسهم في تطوير أنظمة قادرة على اتخاذ القرارات والتنبؤ بالأحداث. " بمتوسط حسابي 4 واتجاه (موافق).

-المرتبة الخامسة: الفقرة رقم 02 والتي تنص على: " من خلال التعلم الآلي، يمكن للأنظمة تحسين أدائها بشكل تدريجي دون تدخل بشري مستمر. " بمتوسط حسابي 3.61 واتجاه (موافق).

أما البعد ككل فجاء متوسطه الحسابي 4.12 أي ان اتجاهه (موافق).

1-2 تفسير وتحليل اتجاهات فقرات البعد الثاني: المعالجة اللغوية الطبيعية

فيما يلي جدول يوضح تكرارات ونسب ومتوسطات واتجاه فقرات البعد الثاني: المعالجة اللغوية

الطبيعية

الجدول رقم (02-07): تكرارات ونسب ومتوسطات واتجاه فقرات البعد الثاني: المعالجة اللغوية الطبيعية.

المكون	ارقام الفقرات	العبارات	غير موافق بشدة					المتوسط الحسابي	الرتيب	الاتجاه العام
			غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة			
			العدد	العدد	العدد	العدد	العدد			
البعد الثاني: المعالجة اللغوية الطبيعية	01	تقنيات المعالجة اللغوية الطبيعية تسمح للأنظمة الذكية بفهم اللغة الطبيعية المكتوبة والمنطوقة والتفاعل معها بشكل فعال.	-	02	06	20	08	3.94	03	موافق
			-	05.6	16.7	55.6	22.2			
	02	يمكن للمعالجة اللغوية الطبيعية أن تسهم في تطوير أنظمة تعلم الآلة التي تتفاعل بشكل أفضل مع المستخدمين وتفهم احتياجاتهم.	-	-	12	14	10	3.94	04	موافق
			-	-	33.3	38.9	27.8			
	03	البحث في المعالجة اللغوية الطبيعية يستهدف تحسين فهم الحواسيب للغة البشرية وتطوير تطبيقات تفاعلية تحقق تجارب مستخدم ممتازة.	02	-	08	18	08	3.83	05	موافق
			05.6	-	22.2	50	22.5			

موافق بشدة	02	4.28	16	14	06	-	-	يمكن للمعالجة اللغوية الطبيعية أن تلعب دوراً مهماً في تقديم حلول فعالة وذكية في مجالات متعددة مثل التعليم، والصحة، والتجارة، وغيرها.	04
			44.4	38.9	16.7	-	-		
موافق بشدة	01	4.33	18	12	06	-	-	تحتاج تقنيات المعالجة اللغوية الطبيعية إلى قاعدة بيانات كبيرة ومتنوعة من النصوص لتحسين أدائها ودقتها.	05
			50	33.3	16.7	-	-		
موافق		4.06	مجموع البعد الثاني: المعالجة اللغوية الطبيعية						

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج (spss).

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه والذي يبين لنا كل آراء افراد العينة حول البعد الثاني: المعالجة اللغوية الطبيعية، ما يلي:

-المرتبة الأولى: الفقرة رقم 05 والتي تنص على: " تحتاج تقنيات المعالجة اللغوية الطبيعية إلى قاعدة بيانات كبيرة ومتنوعة من النصوص لتحسين أدائها ودقتها." بمتوسط حسابي 4.33 واتجاه (موافق بشدة).

-المرتبة الثانية: الفقرة رقم 04 والتي تنص على: " يمكن للمعالجة اللغوية الطبيعية أن تلعب دوراً مهماً في تقديم حلول فعالة وذكية في مجالات متعددة مثل التعليم، والصحة، والتجارة، وغيرها." بمتوسط حسابي 4.28 واتجاه (موافق بشدة).

-المرتبة الثالثة: الفقرة رقم 01 والتي تنص على: " تقنيات المعالجة اللغوية الطبيعية تسمح للأنظمة الذكية بفهم اللغة الطبيعية المكتوبة والمنطوقة والتفاعل معها بشكل فعال." بمتوسط حسابي 3.94 واتجاه (موافق).

-المرتبة الرابعة: الفقرة رقم 02 والتي تنص على: " يمكن للمعالجة اللغوية الطبيعية أن تلعب دوراً مهماً في تقديم حلول فعالة وذكية في مجالات متعددة مثل التعليم، والصحة، والتجارة، وغيرها." بمتوسط حسابي 3.94 واتجاه (موافق).

-المرتبة الخامسة: الفقرة رقم 03 والتي تنص على: " يمكن للمعالجة اللغوية الطبيعية أن تلعب دوراً مهماً في تقديم حلول فعالة وذكية في مجالات متعددة مثل التعليم، والصحة، والتجارة، وغيرها." بمتوسط حسابي 3.83 واتجاه (موافق).

أما البعد ككل فجاء متوسطه الحسابي 4.06 أي ان اتجاهه (موافق).

3-1 تفسير وتحليل اتجاهات فقرات البعد الثالث: النظم الخبيرة

فيما يلي جدول يوضح تكرارات ونسب ومتوسطات واتجاه فقرات البعد الثالث: النظم الخبيرة

الجدول رقم (02-08): تكرارات ونسب ومتوسطات واتجاه فقرات البعد الثالث: النظم الخبيرة

الاتجاه العام	الترتيب	المتوسط الحسابي	موافق بشدة		محايد	غير موافق		العبارات	ارقام الفقرات	المكون
			العدد	العدد		العدد	العدد			
			%	%		%	%			
موافق	03	3.89	10	14	10	02	-	يهدف النظام الخبير إلى محاكاة قرارات الخبراء البشريين وتطبيق معرفتهم وتجربتهم في حل المشكلات	01	البعد الثالث: النظم الخبيرة
			27.8	38.9	27.8	05.6	-			
موافق	02	4	12	14	08	02	-	تعتمد عملية تطوير النظم الخبيرة على تحليل معرفة الخبراء وتحويلها إلى قواعد معرفية يمكن للنظام الخبير استخدامها.	02	
			33.3	38.9	22.2	05.6	-			
موافق	04	3.89	08	16	12	-	-	تطبيقات النظم الخبيرة تشمل تشخيص الأمراض، وتحليل البيانات، ودعم اتخاذ القرارات في المؤسسات والشركات.	03	
			22.2	44.4	33.3	-	-			
موافق	05	3.78	08	16	08	04	-	يمكن أن تسهم النظم الخبيرة في تحسين الكفاءة والدقة في عمليات اتخاذ القرارات وحل المشكلات المعقدة.	04	
			22.2	44.4	22.2	11.1	-			
موافق	01	4.11	14	12	10	-	-	يعتبر استخدام النظم الخبيرة جزءاً مهماً من التطورات الحديثة في مجال الذكاء الاصطناعي وتحسين الأنظمة الذكية والتفاعلية.	05	
			38.9	33.3	27.8	-	-			
موافق		3.93	مجموع البعد الثالث: النظم الخبيرة							

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج (spss).

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه والذي يبين لنا كل آراء أفراد العينة حول البعد الثالث: النظم الخبيرة، ما يلي:

-المرتبة الأولى: الفقرة رقم 05 والتي تنص على: " يعتبر استخدام النظم الخبيرة جزءاً مهماً من التطورات الحديثة في مجال الذكاء الاصطناعي وتحسين الأنظمة الذكية والتفاعلية." بمتوسط حسابي 4.11 واتجاه (موافق).

-المرتبة الثانية: الفقرة رقم 02 تنص على: " تعتمد عملية تطوير النظم الخبيرة على تحليل معرفة الخبراء وتحويلها إلى قواعد معرفية يمكن للنظام الخبير استخدامها." بمتوسط حسابي 4 واتجاه (موافق).

-المرتبة الثالثة: الفقرة رقم 01 والتي تنص على: " يهدف النظام الخبير إلى محاكاة قرارات الخبراء البشريين وتطبيق معرفتهم وتجربتهم في حل المشكلات." بمتوسط حسابي 3.89 واتجاه (موافق).

-المرتبة الرابعة: الفقرة رقم 03 والتي تنص على: " تطبيقات النظم الخبيرة تشمل تشخيص الأمراض، وتحليل البيانات، ودعم اتخاذ القرارات في المؤسسات والشركات." بمتوسط حسابي 3.89 واتجاه (موافق).

-المرتبة الخامسة: الفقرة رقم 04 والتي تنص على: " يمكن أن تسهم النظم الخبيرة في تحسين الكفاءة والدقة في عمليات اتخاذ القرارات وحل المشكلات المعقدة." بمتوسط حسابي 3.78 واتجاه (موافق).

أما البعد ككل فجاء متوسطه الحسابي 3.93 أي ان اتجاهه (موافق).

4-1 تفسير وتحليل اتجاهات فقرات البعد الرابع: التخطيط والتنظيم

فيما يلي جدول يوضح تكرارات ونسب ومتوسطات واتجاه فقرات البعد الرابع: التخطيط والتنظيم

الجدول رقم (02-09): تكرارات ونسب ومتوسطات واتجاه فقرات البعد الرابع: التخطيط والتنظيم

المكون	ارقام الفقرات	العبارات	موافق بشدة		غير موافق بشدة		المتوسط الحسابي	الترتيب	الاتجاه العام
			العدد	%	العدد	%			
			موافق	موافق	محايد	غير موافق			
البعد الرابع: التخطيط والتنظيم	01	يهدف التخطيط التنظيم في الذكاء الاصطناعي إلى تنظيم المهام وتحديد الأولويات وتوزيع الموارد بكفاءة.	12	20	04	-	4.22	01	موافق بشدة
			33.3	55.6	11.1	-			
	02	تعتمد نجاح تطبيقات الذكاء الاصطناعي على التخطيط المستمر والتنظيم الجيد للمشاريع والعمليات.	16	12	06	02	4.17	03	موافق
			44.4	33.3	16.7	05.6			
	03	يساهم التخطيط والتنظيم الجيد في زيادة كفاءة الأنظمة الذكية وتحسين أدائها في تحليل البيانات واتخاذ القرارات.	14	12	08	02	4.06	05	موافق
38.9			33.3	22.2	05.6				
04	يعتبر تنظيم البيانات وإدارتها جزءاً هاماً من التخطيط والتنظيم في الذكاء الاصطناعي لضمان سلاسة العمليات ودقة النتائج.	14	16	06	-	4.22	02	موافق بشدة	
		38.9	44.4	16.7	-				
05	يسهم التخطيط والتنظيم الفعالين في تقليل التكاليف وزيادة الإنتاجية في مشاريع الذكاء الاصطناعي.	14	14	08	-	4.17	04	موافق	
		38.9	38.9	22.2	-				
مجموع البعد الرابع: التخطيط والتنظيم			4.16		موافق				

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج (spss).

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه والذي يبين لنا كل آراء افراد العينة حول البعد الرابع: التخطيط والتنظيم، ما يلي:

-المرتبة الأولى: الفقرة رقم 01 والتي تنص على: " يهدف التخطيط التنظيم في الذكاء الاصطناعي إلى تنظيم المهام وتحديد الأولويات وتوزيع الموارد بكفاءة." بمتوسط حسابي 4.22 واتجاه (موافق بشدة).

-المرتبة الثانية: الفقرة رقم 04 والتي تنص على: " يعتبر تنظيم البيانات وإدارتها جزءاً هاماً من التخطيط والتنظيم في الذكاء الاصطناعي لضمان سلاسة العمليات ودقة النتائج." بمتوسط حسابي 4.22 واتجاه (موافق بشدة).

-المرتبة الثالثة: الفقرة رقم 02 والتي تنص على: " تعتمد نجاح تطبيقات الذكاء الاصطناعي على التخطيط المستمر والتنظيم الجيد للمشاريع والعمليات." بمتوسط حسابي 4.17 واتجاه (موافق).

-المرتبة الرابعة: الفقرة رقم 05 والتي تنص على: " يسهم التخطيط والتنظيم الفعالين في تقليل التكاليف وزيادة الإنتاجية في مشاريع الذكاء الاصطناعي." بمتوسط حسابي 4.17 واتجاه (موافق).

-المرتبة الخامسة: الفقرة رقم 03 والتي تنص على: " يساهم التخطيط والتنظيم الجيد في زيادة كفاءة الأنظمة الذكية وتحسين أدائها في تحليل البيانات واتخاذ القرارات." بمتوسط حسابي 4.06 واتجاه (موافق).

أما البعد ككل فجاء متوسطه الحسابي 4.16 أي ان اتجاهه (موافق).

الفرع الثاني: تفسير وتحليل اتجاهات فقرات المحور الثاني: التجارة الالكترونية

سيتم فيما يلي تفسير وتحليل اتجاهات فقرات المحور الثاني الخاص بالتجارة الالكترونية.

الجدول رقم (10-02): تكرارات ونسب ومتوسطات واتجاه المحور الثاني: التجارة الالكترونية

المكون	ارقام الفقرات	العبارات	غير موافق بشدة					المتوسط الحسابي	الرتيب	الاتجاه العام
			غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة			
			العدد	العدد	العدد	العدد	العدد			
المحور الثاني: التجارة الالكترونية	01	تعتمد التجارة الإلكترونية على استخدام التقنيات الحديثة لتسهيل عمليات الشراء والبيع والتسويق عبر الإنترنت.	-	-	02	12	22	4.56	01	موافق بشدة
			-	-	05.6	33.3	61.1			
	02	تطبيقات التجارة الإلكترونية تشمل المتاجر الإلكترونية، والتسوق عبر الهواتف الذكية، ومواقع المزادات الإلكترونية.	-	02	04	10	20	4.33	04	موافق بشدة
-			05.6	11.1	27.8	55.6				
	03		02	02	02	10	20	09	4.22	

موافق بشدة			55.6	27.8	05.6	05.6	05.6	يمكن للتجارة الإلكترونية أن توفر للمستهلكين الراحة والمرونة في التسوق من أي مكان وفي أي وقت.		
موافق بشدة	05	4.33	18	14	02	02	-	يعتمد نجاح التجارة الإلكترونية على جودة الخدمة المقدمة، وسهولة التصفح والدفع، وسرعة التوصيل.	04	
			50	38.9	05.6	05.6	-			
موافق بشدة	02	4.44	22	08	06	-	-	يمكن للتجارة الإلكترونية أن تسهم في زيادة الوصول إلى السلع والخدمات، وتحقيق التوسع الجغرافي للأعمال التجارية.	05	
			61.1	22.2	16.7	-	-			
موافق بشدة	06	4.33	20	10	04	02	-	تواجه التجارة الإلكترونية تحديات مثل الأمان الإلكتروني، وحماية البيانات الشخصية، ومكافحة الاحتيال.	06	
			55.6	27.8	11.1	05.6	-			
موافق بشدة	08	4.28	18	12	04	02	-	يعتبر التسويق الإلكتروني جزءاً أساسياً من استراتيجيات التجارة الإلكترونية، حيث يتم الترويج للسلع والخدمات عبر الوسائط الرقمية.	07	
			50	33.3	11.1	05.6	-			
موافق بشدة	03	4.39	20	10	06	-	-	يتطلب النجاح في مجال التجارة الإلكترونية الابتكار المستمر ومواكبة التطورات التكنولوجية واحتياجات السوق.	08	
			55.6	27.8	16.7	-	-			
موافق بشدة	07	4.33	20	10	04	02	-	يمكن للتجارة الإلكترونية أن تكون وسيلة فعالة لتحقيق التنمية الاقتصادية وتحفيز النمو الاقتصادي في العديد من القطاعات.	09	
			55.6	27.8	11.1	05.6	-			
موافق بشدة	10	4.22	16	14	04	02	-	يؤدي الاعتماد على التجارة الإلكترونية إلى تخفيف ضغط العمل وتسريعه.	10	
			44.4	38.9	11.1	05.6	-			
موافق بشدة		4.34	مجموع المحور الثاني: التجارة الإلكترونية							

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS).

- يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه والذي يبين لنا كل آراء أفراد العينة حول المحور الثاني: التجارة الإلكترونية، ما يلي
- المرتبة الأولى: الفقرة رقم 01 والتي تنص على: "تعتمد التجارة الإلكترونية على استخدام التقنيات الحديثة لتسهيل عمليات الشراء والبيع والتسويق عبر الإنترنت." بمتوسط حسابي 4.56 واتجاه (موافق بشدة).
- المرتبة الثانية: الفقرة رقم 05 والتي تنص على: "يمكن للتجارة الإلكترونية أن تسهم في زيادة الوصول إلى السلع والخدمات، وتحقيق التوسع الجغرافي للأعمال التجارية." بمتوسط حسابي 4.44 واتجاه (موافق بشدة).
- المرتبة الثالثة: الفقرة رقم 08 والتي تنص على: "يتطلب النجاح في مجال التجارة الإلكترونية الابتكار المستمر ومواكبة التطورات التكنولوجية واحتياجات السوق." بمتوسط حسابي 4.39 واتجاه (موافق بشدة).

- المرتبة الرابعة: الفقرة رقم 02 والتي تنص على: " تطبيقات التجارة الإلكترونية تشمل المتاجر الإلكترونية، والتسوق عبر الهواتف الذكية، ومواقع المزادات الإلكترونية. " بمتوسط حسابي 4.33 واتجاه (موافق بشدة).
- المرتبة الخامسة: الفقرة رقم 04 والتي تنص على: " يعتمد نجاح التجارة الإلكترونية على جودة الخدمة المقدمة، وسهولة التصفح والدفع، وسرعة التوصيل " بمتوسط حسابي 4.33 واتجاه (موافق بشدة).
- المرتبة السادسة: الفقرة رقم 06 والتي تنص على: " تواجه التجارة الإلكترونية تحديات مثل الأمان الإلكتروني، وحماية البيانات الشخصية، ومكافحة الاحتيال. " بمتوسط حسابي 4.33 واتجاه (موافق بشدة).
- المرتبة السابعة: الفقرة رقم 09 والتي تنص على: " يمكن للتجارة الإلكترونية أن تكون وسيلة فعالة لتحقيق التنمية الاقتصادية وتحفيز النمو الاقتصادي في العديد من القطاعات. " بمتوسط حسابي 4.33 واتجاه (موافق بشدة).

- المرتبة الثامنة: الفقرة رقم 07 والتي تنص على: " يعتبر التسويق الإلكتروني جزءاً أساسياً من استراتيجيات التجارة الإلكترونية، حيث يتم الترويج للسلع والخدمات عبر الوسائط الرقمية " بمتوسط حسابي 4.28 واتجاه (موافق بشدة).

- المرتبة التاسعة: الفقرة رقم 03 والتي تنص على: " يمكن للتجارة الإلكترونية أن توفر للمستهلكين الراحة والمرونة في التسوق من أي مكان وفي أي وقت. " بمتوسط حسابي 4.22 واتجاه (موافق بشدة).
- المرتبة العاشرة: الفقرة رقم 10 والتي تنص على: " يؤدي الاعتماد على التجارة الإلكترونية الى تخفيف ضغط العمل وتسريعه " بمتوسط حسابي 4.22 واتجاه (موافق بشدة).
- أما البعد ككل فجاء متوسطه الحسابي 3.34 أي ان اتجاهه (موافق بشدة).

المطلب الثالث: اختبار الفرضيات

سيتم من خلال هذا المطلب اختبار صحة الفرضيات، حيث سيتم اختبار مدى موافقة او رفض كل منها.

أولاً: اختبار التوزيع الطبيعي للبيانات

للتأكد مما إذا كانت البيانات تتبع التوزيع الطبيعي، يتم استخدام معامل الالتواء والتفلطح، بحث أن معامل الالتواء يجب أن يكون محصوراً بين (± 1) ، أما معامل التفلطح فيكون عنصراً بين (± 3) ، والجدول التالي يبين النتائج المتحصل عليها:

الجدول رقم (11-02): اختبار التوزيع الطبيعي للبيانات

المتغيرات	معامل الالتواء	معامل التفلطح
الاستثمار	-0.342	-0.626
الذكاء الاصطناعي	-0.119	-0.708
التجارة الإلكترونية	-0.456	-0.825

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على مخرجات برنامج (spss).

من خلال الجدول السابق يتضح بأن جميع المتغيرات المستقلة تتبع التوزيع الطبيعي لأن قيمتها تنتمي للمجال المقبول سواء لمعامل الالتواء أو لمعامل التفلطح، بحث نجد بأن قيم الالتواء تراوحت بين (-0.119) و(-0.456) وهي ضمن المجال المقبول (± 1)، أم قيم معامل التفلطح فتراوحت بين (-0.626) و(-0.825) وهي ضمن المجال المقبول (± 3)، وهو ما يسمح بمواصلة تحليل الدراسة من خلال استخدام أدوات التحليل للإختبارات المعلمية.

ثانياً: اختبار فرضيات الدراسة

سنحاول من خلال هذا الجزء اختبار الفرضيات الجزئية ثم الفرضية الرئيسية من خلال ما يلي:

-نتائج اختبار الفرضية الجزئية الأولى

نص الفرضية: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 بين التعلم الآلي في تعزيز التجارة الإلكترونية.

نقوم بصياغتها إحصائياً كما يلي:

■ الفرضية الصفرية (H_0): لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 بين التعلم الآلي في تعزيز التجارة الإلكترونية.

■ الفرضية البديلة (H_1): يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 بين التعلم الآلي في تعزيز التجارة الإلكترونية.

الجدول رقم (12-02): نتائج تحليل الارتباط والانحدار الخطي البسيط للفرضية الفرعية الأولى

معامل الارتباط (R)	معامل التفسير R ²	قيمة F	مستوى الدلالة (sig)	معاملات الانحدار	قيمة t	مستوى الدلالة (sig)
0.776	0.603	51.556	0.000	a	3.395	0.002
				b	7.18	0.000

معادلة نموذج الانحدار البسيط: $Y = 1.407 + 0.713x_1 + e_i$

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على مخرجات برنامج (spss).

- من خلال معامل الارتباط بيرسون الذي بلغت قيمته: $r = 0.776$ وهو موجب ويدل ذلك أن اتجاه العلاقة بين المتغيرين طردية (موجبة) أي أن بعد التعلم الآلي له تأثيراً إيجابياً على درجة التجارة الالكترونية حيث كلما ازدادت مستويات تطبيق بعد التعلم الآلي يعقبه زيادة في تعزيز التجارة الالكترونية.

- معامل التحديد المعدل 0.603، حيث يتضح بأن التجارة الالكترونية تفسر (فعاليتها) بـ 60.3% من التغيرات التي تحدث في درجة التجارة الالكترونية وهذا لآراء المستجوبين والباقي راجع إلى عوامل أخرى.

- قيمة الاختبار F المحسوبة بلغت 51.556 كما أن مستوى الدلالة يساوي 0.000 مما يعني فرضية العدم وقبول الفرضية البديلة، أي توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التعلم الآلي والتجارة الالكترونية.

بناءً عليه قرار اختبار الفرضية الأولى: نرفض الفرضية الصفرية (H_0) نقبل الفرضية البديلة (H_1) يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 التعلم الآلي في تعزيز التجارة الالكترونية.

- نتائج اختبار الفرضية الجزئية الثانية

نص الفرضية: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 المعالجة اللغوية الطبيعية في التجارة الإلكترونية.

نقوم بصياغتها إحصائياً كما يلي:

الفرضية الصفرية (H_0): لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 المعالجة اللغوية الطبيعية في التجارة الإلكترونية.

الفرضية البديلة (H_1): يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 المعالجة اللغوية الطبيعية في التجارة الإلكترونية.

الجدول رقم (02-13): نتائج تحليل الارتباط الانحدار الخطي البسيط للفرضية الفرعية الثانية

معامل الارتباط (R)	معامل التفسير R ²	قيمة F	مستوى الدلالة (sig)	معاملات الانحدار	قيمة t	مستوى الدلالة (sig)
0.714	0.509	35.291	0.000	A	2.658	0.012
				B	5.941	0.000

$$Y=1.353 +0.736x_2+e_i$$

معادلة نموذج الانحدار البسيط:

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على مخرجات برنامج (spss).

- من خلال معامل الارتباط بيرسون الذي بلغت قيمته: $r=0.714$ وهو موجب ويدل ذلك أن اتجاه العلاقة بين المتغيرين طردية (موجبة) أي أن بعد المعالجة اللغوية الطبيعية له تأثيراً إيجابياً على درجة التجارة الالكترونية حيث كلما ازدادت مستويات تطبيق بعد المعالجة اللغوية الطبيعية يعقبه زيادة في تعزيز التجارة الالكترونية.
-معامل التحديد المعدل 0.509 ، حيث يتضح بأن التجارة الالكترونية تفسر (فعاليتها) بـ 50.9% من التغيرات التي تحدث في درجة التجارة الالكترونية وهذا لآراء المستجوبين والباقي راجع إلى عوامل أخرى.
-قيمة الاختبار F المحسوبة بلغت 35.291 كما أن مستوى الدلالة يساوي 0.000 مما يعني فرضية العدم وقبول الفرضية البديلة، أي توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المعالجة اللغوية الطبيعية والتجارة الالكترونية.

بناءاً عليه قرار اختبار الفرضية الثانية: نرفض الفرضية الصفرية (H_0) نقبل الفرضية البديلة (H_1) يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 المعالجة اللغوية الطبيعية في تعزيز التجارة الالكترونية.

-نتائج اختبار الفرضية الجزئية الثالثة

نص الفرضية: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 النظم الخبيرة في التجارة الإلكترونية.
نقوم بصياغتها إحصائياً كما يلي:

الفرضية الصفرية (H_0): لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 النظم الخبيرة في التجارة الإلكترونية.

الفرضية البديلة (H_1): يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 النظم الخبيرة في التجارة الإلكترونية.

الجدول رقم (02-14): نتائج تحليل الارتباط الانحدار الخطي البسيط للفرضية الفرعية الثالثة

معامل الارتباط (R)	معامل التفسير R^2	قيمة F	مستوى الدلالة (sig)	معاملات الانحدار	قيمة t	مستوى الدلالة (sig)
0.758	0.575	45.983	0.000	A	3.603	0.001
				B	6.781	0.000

$$Y=1.521 +.0718+e_i$$

معادلة نموذج الانحدار البسيط:

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على مخرجات برنامج (spss).

- من خلال معامل الارتباط بيرسون الذي بلغت قيمته: $r=0.758$ وهو موجب ويدل ذلك أن اتجاه العلاقة بين المتغيرين طردية (موجبة) أي أن بعد النظم الخبيرة له تأثيراً إيجابياً على درجة التجارة الالكترونية حيث كلما ازدادت مستويات تطبيق بعد النظم الخبيرة يعقبه زيادة في تعزيز التجارة الالكترونية.

-معامل التحديد المعدل 0.575 ، حيث يتضح بأن التجارة الالكترونية تفسر (فعاليتها) بـ 57.5% من التغيرات التي تحدث في درجة التجارة الالكترونية وهذا لآراء المستجوبين والباقي راجع إلى عوامل أخرى.

-قيمة الاختبار F المحسوبة بلغت 45.983 كما أن مستوى الدلالة يساوي 0.000 مما يعني فرضية العدم وقبول الفرضية البديلة، أي توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين النظم الخبيرة والتجارة الالكترونية.

بناءً عليه قرار اختبار الفرضية الثالثة: نرفض الفرضية الصفرية (H_0) نقبل الفرضية البديلة (H_1) يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 النظم الخبيرة في تعزيز التجارة الالكترونية.

-نتائج اختبار الفرضية الجزئية الرابعة

نص الفرضية: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 التخطيط والتنظيم في التجارة الإلكترونية.

نقوم بصياغتها إحصائياً كما يلي:

الفرضية الصفرية (H_0): لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 التخطيط والتنظيم في التجارة الإلكترونية.

الفرضية البديلة (H_1): يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 التخطيط والتنظيم في التجارة الإلكترونية.

الجدول رقم (02-15): نتائج تحليل الارتباط الانحدار الخطي البسيط للفرضية الفرعية الرابعة

معامل الارتباط (R)	معامل التفسير R^2	قيمة F	مستوى الدلالة (sig)	معاملات الانحدار	قيمة t	مستوى الدلالة (sig)
0.811	0.658	65.376	0.000	A	3.203	0.003
				B	8.086	0.000

معادلة نموذج الانحدار البسيط: $Y=1.521 +.0718+e_i$

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على مخرجات برنامج (spss).

- من خلال معامل الارتباط بيرسون الذي بلغت قيمته: $r=0.811$ وهو موجب ويدل ذلك أن اتجاه العلاقة بين المتغيرين طردية (موجبة) أي أن بعد التخطيط والتنظيم له تأثيراً إيجابياً على درجة التجارة الالكترونية حيث كلما ازدادت مستويات تطبيق بعد التخطيط والتنظيم يعقبه زيادة في تعزيز التجارة الالكترونية.

-معامل التحديد المعدل 0.658، حيث يتضح بأن التجارة الالكترونية تفسر (فعاليتها) بـ 65.8% من التغيرات التي تحدث في درجة التجارة الالكترونية وهذا لآراء المستجوبين والباقي راجع إلى عوامل أخرى.
-قيمة الاختبار F المحسوبة بلغت 65.376 كما أن مستوى الدلالة يساوي 0.000 مما يعني فرضية العدم وقبول الفرضية البديلة، أي توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التخطيط والتنظيم والتجارة الالكترونية.

بناءا عليه قرار اختبار الفرضية الرابعة: نرفض الفرضية الصفرية (H_0) نقبل الفرضية البديلة (H_1) يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 التخطيط والتنظيم في تعزيز التجارة الالكترونية.

• نتائج اختبار الفرضية الرئيسية

بعد اختبار الفرضيات الفرعية نستنتج قرار اختبار الفرضية الرئيسية التي تنص على أنه يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية حول أثر استخدامات الذكاء الاصطناعي في تعزيز التجارة الالكترونية من خلال كل من: التعليم الآلي، المعالجة اللغوية الطبيعية، النظم الخبيرة، التخطيط والتنظيم. وعليه سوف نستخدم تحليل الانحدار المتعدد

نص الفرضية: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 للذكاء الاصطناعي في تعزيز التجارة الالكترونية.

نقوم بصياغتها إحصائيا كما يلي:

الفرضية الصفرية (H_0): لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للذكاء الاصطناعي في تعزيز التجارة الالكترونية عند مستوى معنوية 0.05

الفرضية البديلة (H_1): يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للذكاء الاصطناعي في تعزيز التجارة الالكترونية عند مستوى معنوية 0.05

الجدول رقم (02-16): نتائج تحليل الارتباط والانحدار المتعدد لأثر الذكاء الاصطناعي في تعزيز التجارة الالكترونية.

مستوى الدلالة (sig)	قيمة t	معاملات الانحدار		مستوى الدلالة (sig)	قيمة F	معامل التفسير R^2	معامل الارتباط (R)
0.035	2.206	0.947	A	0.000	19.901	0.72	0.848
0.075	1.841	0.279	b1				
0.717	-0.366	-0.95	b2				
0.242	1.194	0.275	b3				
0.076	1.839	0.372	b4				

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V25

تشير نتائج التحليل الإحصائي إلى عدم وجود أثر ذي دلالة إحصائية للذكاء الاصطناعي بأبعادها الأربعة على التجارة الالكترونية، حيث أن كل مستويات الدلالة كلها أكبر من 0.05.

بناءا عليه قرار اختبار الفرضية الرئيسية: نرفض الفرضية البديلة (H_1) نقبل الفرضية الصفرية (H_0) لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للذكاء الاصطناعي في تعزيز التجارة الالكترونية عند مستوى معنوية 0.05

خلاصة الفصل الثاني

من الدراسة التطبيقية التي تم القيام بها عن طريق اعداد استمارة الكترونية والتي تهدف إلى معرفة أثر استخدامات الذكاء الاصطناعي في مجال التجارة الالكترونية، حيث تم توزيعها على عينة من مستخدمي التجارة الالكترونية، وبعد جمع البيانات التي جاءت بها الإستمارة والمدرجة في برنامج (Spss) والتطرق إلى المنهجية والأدوات المستخدمة في الدراسة الميدانية، وتحليل وتفسير النتائج المتوصل إليها ومعالجتها، وإختبار صحة فرضيات الدراسة التي تم وضعها في مقدمة الدراسة، تم التوصل إلى النتائج التالية:

- يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 التعلم الآلي في تعزيز التجارة الالكترونية.
- يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 المعالجة اللغوية الطبيعية في تعزيز التجارة الالكترونية.
- يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 النظم الخبيرة في تعزيز التجارة الالكترونية.
- يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 التخطيط والتنظيم في تعزيز التجارة الالكترونية.
- لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للذكاء الاصطناعي في تعزيز التجارة الالكترونية عند مستوى معنوية 0.05.



خاتمة

خاتمة

سعيًا من خلال هذه الدراسة التي قمنا بها إلى الإجابة عن الإشكالية المطروحة والمطروحة والمتمثلة في أثر استخدامات الذكاء الاصطناعي في مجال التجارة الإلكترونية، حيث تمت معالجة هذه الإشكالية في فصلين، ذلك ومن خلال الدراسة التطبيقية حول هذا الموضوع، سوف تتضمن الخاتمة أهم النتائج التي تم التوصل إليها والتي على أساسها سوف يتم إثبات صحة أو خطأ الفرضيات ومن ثم الإجابة على إشكالية الموضوع وتساؤلاته الفرعية وعرض أهم التوصيات وآفاق البحث.

أولاً: اختبار الفرضيات

وانطلاقاً من محتوى الدراسة التي وضحتها الجانب النظري والتطبيقي يتجلى تأكيد الفرضيات التي تم وضعها:

- اختبار الفرضية الرئيسية: والتي تنص على: " يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للذكاء الاصطناعي في تعزيز التجارة الإلكترونية عند مستوى معنوية 0.05" توصلنا من خلال الجانب التطبيقي إلى عدم صحة الفرضية.

- اختبار الفرضية الفرعية الأولى: والتي تنص على: " يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 التعلم الآلي في تعزيز التجارة الإلكترونية." تم تأكيد صحة هذه الفرضية من خلال الجانب التطبيقي للدراسة.

- اختبار الفرضية الفرعية الثانية: والتي تنص على: " يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 المعالجة اللغوية الطبيعية في تعزيز التجارة الإلكترونية." تم تأكيد صحة هذه الفرضية من خلال الجانب التطبيقي للدراسة.

- اختبار الفرضية الفرعية الثالثة: والتي تنص على: " يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 النظم الخبيرة في تعزيز التجارة الإلكترونية." تم تأكيد صحة هذه الفرضية من خلال الجانب التطبيقي للدراسة.

- اختبار الفرضية الفرعية الرابعة: والتي تنص على: " يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 التخطيط والتنظيم في تعزيز التجارة الإلكترونية." تم تأكيد صحة هذه الفرضية من خلال الجانب التطبيقي للدراسة.

ثانياً: نتائج الدراسة

من خلال الدراسة النظرية والتطبيقية تم التوصل إلى مجموعة من النتائج كما يلي:

1- نتائج نظرية

- يساعد التعلم الآلي في تحليل بيانات العملاء لتقديم توصيات مخصصة للمنتجات.

- يتنبأ التعلم الآلي بالطلب المستقبلي ويحدد الأنماط الموسمية لتحسين إدارة المخزون.
- تمكين روبوتات الدردشة من فهم واستجابة استفسارات العملاء بسرعة ودقة.
- تقوم المعالجة اللغوية الطبيعية بتحليل المراجعات والتعليقات لفهم رأي العملاء وتحسين المنتجات والخدمات.
- تساهم المعالجة اللغوية الطبيعية في تحسين نتائج البحث من خلال فهم لغة المستخدم بشكل أفضل.
- تساهم المعالجة اللغوية الطبيعية في تحليل النصوص والتعليقات لتقديم توصيات أكثر دقة.
- تقدم النظم الخبيرة توصيات مبنية على قواعد محددة لتحسين عملية اتخاذ القرار.
- قدرة النظم الخبيرة على تحليل كميات كبيرة من البيانات لتوفير رؤى قيمة.
- يساعد التخطيط والتنظيم في وضع أهداف واضحة واستراتيجيات لتحقيقها.
- يساعد التخطيط والتنظيم في وضع خطط للتكيف مع التغيرات في السوق بسرعة وفعالية.

2- نتائج تطبيقية

- يتطلب استخدام الذكاء الاصطناعي مهارات ومعرفة قد لا تكون متوفرة عند كل متعاملي التجارة الإلكترونية.
- هناك بعض التحديات في تنظيم وتطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي.
- هناك بعض متعاملي التجارة الإلكترونية يعتقدون بأنه لا توجد فوائد واضحة من استخدام في التجارة الإلكترونية.
- بعض متعاملي التجارة الإلكترونية قد تركز على استراتيجيات وتقنيات تقليدية في التجارة الإلكترونية دون استكشاف أو تبني الذكاء الاصطناعي.
- بعض من متعاملي التجارة الإلكترونية كانت تجربتهم مع الذكاء الاصطناعي غير متوقعة أو مرغوب فيها، فقد ينظر البعض إلى هذه التقنية على أنها غير فعالة أو غير ذات علاقة.
- فهم العلاقة بين الذكاء الاصطناعي والتجارة الإلكترونية يمكن أن يكون غير واضح لبعض الأفراد أو الشركات بسبب قلة التوعية، تجارب غير ناجحة، أو التركيز على استراتيجيات تقليدية. ومع ذلك، هناك العديد من الأدلة التي تدل على أن الذكاء الاصطناعي له تأثير إيجابي كبير في تعزيز التجارة الإلكترونية، إذا تم تبنيه وتطبيقه بشكل فعال.

ثالثاً: التوصيات

يمكن عرض بعض التوصيات والتي من شأنها تدعم الدراسة في النقاط التالية:

- تنظيم ورش عمل وندوات لتبادل المعرفة والخبرات حول كيفية استفادة التجارة الإلكترونية من الذكاء الاصطناعي.

- تقييم أداء تقنيات الذكاء الاصطناعي بانتظام وقياس تأثيرها على المبيعات وتحسين تجربة العملاء.

- العمل على تطوير حلول ذكاء اصطناعي مخصصة تناسب مع احتياجاتك الخاصة والأهداف التجارية.

- التأكد من أن تقنيات الذكاء الاصطناعي تتوافق مع معايير الأمان وحماية البيانات.

- التحديد بوضوح الأهداف المراد تحقيقها باستخدام الذكاء الاصطناعي، مثل تحسين تجربة العميل، زيادة المبيعات، أو تحسين إدارة المخزون.

- تقييم الجوانب التي تحتاج إلى تحسين في العمل والتعرف على كيف يمكن للذكاء الاصطناعي أن يسد هذه الفجوات.

- الإبقاء على الاطلاع المستمر بأحدث التطورات في الذكاء الاصطناعي.

رابعا: افاق الدراسة

بعد عرضنا لموضوع البحث والنتائج واقتراحنا للتوصيات التي نراها مفيدة، طرأت لنا نقاط أخرى ما

زالت مجهولة ويمكن أن تكون موضوعات بحوث أخرى وإشكاليات تنتظر المعالجة وهي:

➤ دور الذكاء الاصطناعي في تحسين رضا العملاء بالمؤسسة.

➤ دور الذكاء الاصطناعي في زيادة المبيعات بالمؤسسة.

➤ تأثير الذكاء الاصطناعي على أنظمة الدفع الإلكتروني والأمان.



قائمة المراجع

والمصادر

أ- المراجع العربية

أولاً: الكتب

1. أحمد عبده الصباغ، وقتيّة الإفصاح المحاسبي عن طريق الإنترنت وأثرها على منفعة المعلومات المحاسبية، دار حميثرا للنشر والترجمة، القاهرة، 2023.
 2. باسم أحمد المبيضين، التجارة الالكترونية وأثرها على الأداء الاستراتيجي، دار جليس الزمان للنشر والتوزيع، دمشق، 2010.
 3. حامد الشمري، الأساليب الإحصائية في اتخاذ القرار: تطبيقات في منظمات أعمال إنتاجية وخدمية، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، الأردن، 2005.
 4. زهير الدين عبد الرحمان، مقاصد الشريعة في أحكام البيوع، دار الكتب العلمية، لبنان، 2009.
 5. سالم عبد الله سعيد الفاخري، سيكولوجية الذكاء، مركز الكتاب الاكاديمي، عمان، 2018.
 6. عامر إبراهيم قنديجلي، منهجية البحث العلمي، دار اليازوري العلمية، الأردن، 2013.
 7. فتحي احمد عاروري، المعاينة الإحصائية طرقها واستخداماتها، دار الأكاديميون للنشر والتوزيع، الاردن، 2013.
 8. محمد بداوي، محمد دوة، الإحصاء المطبق في العلوم الاجتماعية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2016.
 9. محمد عبدالله شاهين محمد، التجارة الالكترونية العربية بين التحديات وفرص النمو، دار الحميثرا للنشر والترجمة، مصر، 2017.
- ثانياً: المذكرات والرسائل
10. بلعربي يونس عبد القادر، عبدالله ميسوم، أهمية التجارة الالكترونية ودورها في تفعيل التجارة الخارجية: دراسة حالة، مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم التجارية، تخصص مالية وتجارة دولية، جامعة ابن خلدون، تيارت، 2021/2020.
 11. نامة فاطمة زهراة، أخلاقيات التجارة الالكترونية ودورها في كسب الميزة التنافسية في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية: دراسة حالة بعض البنوك والمواقع الالكترونية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص حوكمة الشركات، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2018/2017.

12. دانا القوقا وآخرون، الصعوبات التي تواجه التجارة الالكترونية الالكترونية في فلسطين وأثرها على طريقة الاستخدام وتطبيقاتها، بحث لاستكمال مساق مشروع تخرج، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين، 2011/2010.
13. سرايدي منار، عبد الرزاق عبير، دور التجارة الالكترونية عبر منصات التواصل الاجتماعي في تطوير المؤسسات الناشئة: تطبيق برستو أمودجا: دراسة ميدانية في مؤسسة برستو، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، تخصص اتصال تنظيمي، جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي، تبسة، 2023/2022.
14. شتوح أنفال هبةالله، بهناس نسيم، الذكاء الاصطناعي وآثاره في التعامل التجاري، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص قانون أعمال، جامعة زيان عاشور، الجلفة، 2022/2021.
15. عبد العزيز دمان، يوسف واضح، واقع وآفاق التجارة الالكترونية في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم التسيير، تخصص إدارة مالية، جامعة محمد بوضياف، مسيلة.
- ثالثا:المجلات
16. أحمد عبدالله العوضي، العوامل المؤثرة في التسويق والتجارة الالكترونية، مجلة الاقتصاد والمجتمع، العدد 06، 2010.
17. بن بردي حنان، أسماء عزيز، الذكاء الاصطناعي كمدخل لتدعيم التسويق الرقمي: دراسة حالة شركتي أمازون وعلي بابا، مجلة الاقتصاد والتنمية المستدامة، المجلد 06، العدد 01، 2023.
18. بوخاري فاطنة حنان، واقع تطبيق التجارة الإلكترونية وآليات تفعيلها في الجزائر: المعوقات وسبل توسيعها-دراسة تقويمية تحليلية -حالة الجزائر، مجلة التكامل الاقتصادي، المجلد 10، العدد 03، 2022.
19. بوزيد سفيان، توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التسويق الالكتروني، مجلة الاقتصاد الصناعي، المجلد 12، العدد 01، 2022.
20. خلفه ساهل الويزة، سنوسي أسامة، تطبيقات الذكاء الاصطناعي في صناعة السياحة والسفر تحول جديد في الرحلات والإقامة دراسة حالة فنادق سويسرا، مجلة القانون والعلوم البنينة، المجلد 03، العدد 01، 2024.
21. رويشد الزهراء، طالب أحمد نور الدين، سبل تحقيق التميز المؤسسي من خلال تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي - دراسة ميدانية بمؤسسة اتصالات الجزائر بالأغواط، مجلة أبحاث اقتصادية معاصرة، المجلد 07، العدد 01، 2024.

22. زعم ركي سالم، مرزق فتيحة حبالى، الذكاء الاصطناعي وانعكاساته الاقتصادية على العالم، مجلة التراث، المجلد 13، العدد 04، 2023.
23. سعاد بوجحة، الذكاء الاصطناعي: تطبيقات وانعكاسات، مجلة اقتصاد المال والأعمال، المجلد 06، العدد 04، 2022.
24. سهام معاش، اتجاهات الجزائر نحو التجارة الالكترونية: دراسة ميدانية على عينة المؤسسات الجزائرية، مجلة الاقتصاد الصناعي، العدد 11، 2016.
25. صباح غربي، محمود تيشوش، الاستبيان الالكتروني كأداة لجمع البيانات من المجتمع الافتراضي، مجلة الحوار الثقافي، المجلد 11، العدد 03، 2023.
26. طرشى محمد، بوفليح نبيل، التجارة الالكترونية في الدول العربية بين الواقع والمأمول، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، المجلد 14، العدد 19، 2018.
27. عصام لعياضي، عشب لخضر، نماذج عن تطبيق الذكاء الاصطناعي في علوم الرياضة، Sciences of sport performance، المجلد 03، العدد 02، 2021.
28. مها رضوان محمد محمد، وائل فوزي عبد الباسط، دور التجارة الالكترونية في جذب الاستثمار الاجنبي المباشر وتعزيز تحقيق التنمية المستدامة في مصر خلال الفترة من (2010-2022)، مجلة البحوث التجارية، المجلد 45، 2023.
29. نبيلة جعيجع، التجارة الالكترونية في العالم العربي وأهم المعوقات التي تحد من تطويرها، مجلة افاق علوم الادارة والاقتصاد، المجلد 02، العدد 02، 2018.
30. نجلاء المصليحي، الأبعاد الاجتماعية للتجارة الالكترونية في مصر بين الفرص والتحديات: دراسة اجتماعية - ميدانية على عينة من أصحاب صفحات التجارة الإلكترونية، مجلة كلية الآداب جامعة الفيوم، المجلد 15، 2023.
31. هذلي فواز، شيخ هجيرة، تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال التصميم وعلاقته بالإبداع والابتكار، كتوجه حديث - التجربة اليابانية نموذجاً، مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد 05، العدد 01.
- رابعاً: الندوات
32. وليد عبد الرحمان الفراء، تحليل بيانات الاستبيان باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS، الندوة العالمية للشباب الإسلامي، 2008.

33. Bernd Carsten Stahl and others, **A systematic review of artificial intelligence impact assessments**, Artificial Intelligence Review, Vol.56, 2023.
34. Martin Falk, Eva Hagsten, **E-commerce trends and impacts across Europe**, International Journal of Production Economics, Vol 170, Part A, 2015.
35. Martin Falk, Federico Biagi, **The impact of ICT and e-commerce on employment in Europe**, Journal of Policy Modeling, Vol 39, 2017.
36. Mohamed Muse Hassan, Geunhee Lee, **online payment options and consumer trust: determinants of e-commerce in africa**, international journal of entrepreneurial knowledge, vol. 9 no. 2, 2021.
37. Tonderai Maswera and others, **Recommendations for e-commerce systems in the tourism industry of sub-Saharan Africa**, Telematics and Informatics, Vol. 26, 2009.
38. Zebda Abdelbaki, **The Promise and Peril of Artificial Intelligence: Presented by the PhD student (Hybrid Program)**, Journal of Law and Interscience, Vol.02, N03, 2023.





الملحق رقم 01: الاستثمارة

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الشهيد حمه لخضر-الوادي



كلية العلوم الاقتصادية والتجارة وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية

تخصص: مالية وتجارة دولية

استثمارة بحث حول:

أثر استخدامات الذكاء الاصطناعي في مجال التجارة الالكترونية

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر أكاديمي في العلوم التجارية

تخصص: مالية وتجارة دولية

ملاحظة: إن معلومات هذه الاستثمارة سرية ولا تستعمل إلا لأغراض علمية، نرجو منكم أن تتكرموا بالإجابة على أسئلة هذه الاستثمارة بكل صدق وموضوعية، وذلك عن طريق وضع العلامة (x) في المكان المناسب، مع كل التقدير .

السنة الجامعية: 2023 - 2024

- شرح مصطلحات الأبعاد:

قبل التطرق الى الاستبيان ارتأينا أن نعطي نظرة عامة حول مصطلحات الأبعاد التي تم توظيفها:

- 1-التعلم الآلي:** التعلم الآلي هو علم تطوير الخوارزميات والنماذج الإحصائية التي تستخدمها أنظمة الحاسوب لأداء المهام بدون تعليمات واضحة، اعتمادا على الأنماط والاستدلال بدلا من ذلك. وتستخدم أنظمة الحاسوب لوغاريتمات التعلم الآلي لمعالجة كميات كبيرة من البيانات السابقة والتعرف على أنماط البيانات. وهذا يسمح لها بتوقع النتائج بصورة أكثر دقة من مجموعة بيانات مدخلة معينة.
- 2- المعالجة اللغوية الطبيعية:** تفسير اللغة البشرية ومعالجتها وفهمها.
- 3- النظم الخبيرة:** استخدام الذكاء الاصطناعي لمحاكاة الخبرة والمعرفة البشرية في مجال معين.
- 4-التخطيط والتنظيم:** تطوير نماذج وخوارزميات لتنظيم البيانات وتخطيط الأنشطة لتحقيق أهداف محددة.

القسم الأول: المعلومات العامة

1- العمر

من 26 إلى 34 سنة من 35 إلى 45 سنة من 46 سنة فما أكثر

2- المؤهل العلمي

متوسط ثانوي جامعي تقني/معهد

3- منذ متى تستخدم الذكاء الاصطناعي

منذ اقل من سنة من سنة الى سنتين من سنتين فما أكثر

القسم الثاني: الأسئلة المتعلقة بموضوع الدراسة

المحور الأول: الذكاء الاصطناعي

الرقم	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
البعد الأول: التعلم الآلي						
01	يعتمد التعلم الآلي على الخوارزميات والنماذج الرياضية لتحليل البيانات واكتساب المعرفة					
02	من خلال التعلم الآلي، يمكن للأنظمة تحسين أدائها بشكل تدريجي دون تدخل بشري مستمر.					
03	تقنيات التعلم الآلي تسهم في تطوير أنظمة قادرة على اتخاذ القرارات والتنبؤ بالأحداث.					
04	يمكن أن يؤدي التعلم الآلي الى تغييرات كبيرة في طريقة تفكير البشر في المستقبل					
05	يمكن أن يساعد التعلم الآلي في تحسين العمليات التجارية والصناعية، وتحسين الرعاية الصحية، وتوفير حلول للمشاكل البيئية، وتطوير الترفيه والترفيه التفاعلي.					
البعد الثاني: المعالجة اللغوية الطبيعية						

					تقنيات المعالجة اللغوية الطبيعية تسمح للأنظمة الذكية بفهم اللغة الطبيعية المكتوبة والمنطوقة والتفاعل معها بشكل فعال.	01
					يمكن للمعالجة اللغوية الطبيعية أن تسهم في تطوير أنظمة تعلم الآلة التي تتفاعل بشكل أفضل مع المستخدمين وتفهم احتياجاتهم.	02
					البحث في المعالجة اللغوية الطبيعية يستهدف تحسين فهم الحواسيب للغة البشرية وتطوير تطبيقات تفاعلية تحقق تجارب مستخدم ممتازة.	03
					يمكن للمعالجة اللغوية الطبيعية أن تلعب دوراً مهماً في تقديم حلول فعالة وذكية في مجالات متعددة مثل التعليم، والصحة، والتجارة، وغيرها.	04
					تحتاج تقنيات المعالجة اللغوية الطبيعية إلى قاعدة بيانات كبيرة ومتنوعة من النصوص لتحسين أدائها ودقتها.	05
البعء الثالث: النظم الخبيرة						
					يهدف النظام الخبير إلى محاكاة قرارات الخبراء البشريين وتطبيق معرفتهم وتجربتهم في حل المشكلات.	01
					تعتمد عملية تطوير النظم الخبيرة على تحليل معرفة الخبراء وتحويلها إلى قواعد معرفية يمكن للنظام الخبير استخدامها.	02
					تطبيقات النظم الخبيرة تشمل تشخيص الأمراض، وتحليل البيانات، ودعم اتخاذ القرارات في المؤسسات والشركات.	03
					يمكن أن تسهم النظم الخبيرة في تحسين الكفاءة والدقة في عمليات اتخاذ القرارات وحل المشكلات المعقدة.	04
					يعتبر استخدام النظم الخبيرة جزءاً مهماً من التطورات الحديثة في مجال الذكاء الاصطناعي وتحسين الأنظمة الذكية والتفاعلية.	05
البعء الرابع: التخطيط والتنظيم						
					يهدف التخطيط والتنظيم في الذكاء الاصطناعي إلى تنظيم المهام وتحديد الأولويات وتوزيع الموارد بكفاءة.	01
					تعتمد نجاح تطبيقات الذكاء الاصطناعي على التخطيط المستمر والتنظيم الجيد للمشاريع والعمليات.	02
					يساهم التخطيط والتنظيم الجيد في زيادة كفاءة الأنظمة الذكية وتحسين أدائها في تحليل البيانات واتخاذ القرارات.	03

					يعتبر تنظيم البيانات وإدارتها جزءاً هاماً من التخطيط والتنظيم في الذكاء الاصطناعي لضمان سلاسة العمليات ودقة النتائج.	04
					يسهم التخطيط والتنظيم الفعالين في تقليل التكاليف وزيادة الإنتاجية في مشاريع الذكاء الاصطناعي.	05

المحور الثاني: التجارة الالكترونية

الرقم	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
01	تعتمد التجارة الإلكترونية على استخدام التقنيات الحديثة لتسهيل عمليات الشراء والبيع والتسويق عبر الإنترنت.					
02	تطبيقات التجارة الإلكترونية تشمل المتاجر الإلكترونية، والتسوق عبر الهواتف الذكية، ومواقع المزادات الإلكترونية.					
03	يمكن للتجارة الإلكترونية أن توفر للمستهلكين الراحة والمرونة في التسوق من أي مكان وفي أي وقت.					
04	يعتمد نجاح التجارة الإلكترونية على جودة الخدمة المقدمة، وسهولة التصفح والدفع، وسرعة التوصيل.					
05	يمكن للتجارة الإلكترونية أن تسهم في زيادة الوصول إلى السلع والخدمات، وتحقيق التوسع الجغرافي للأعمال التجارية.					
06	تواجه التجارة الإلكترونية تحديات مثل الأمان الإلكتروني، وحماية البيانات الشخصية، ومكافحة الاحتيال.					
07	يعتبر التسويق الإلكتروني جزءاً أساسياً من استراتيجيات التجارة الإلكترونية، حيث يتم الترويج للسلع والخدمات عبر الوسائط الرقمية.					
08	يتطلب النجاح في مجال التجارة الإلكترونية الابتكار المستمر ومواكبة التطورات التكنولوجية واحتياجات السوق.					
09	يمكن للتجارة الإلكترونية أن تكون وسيلة فعالة لتحقيق التنمية الاقتصادية وتحفيز النمو الاقتصادي في العديد من القطاعات.					
10	يؤدي الاعتماد على التجارة الإلكترونية إلى تخفيف ضغط العمل وتسريعه					

الملحق رقم 02: مخرجات Spss

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.961	30

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.948	20

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.900	10

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.777	5

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.802	5

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.830	5

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.907	5

Statistics

	N		Mean
	Valid	Missing	
العمر	36	0	1.06
المؤهل العلمي	36	0	2.89
استخدام IA	36	0	1.78
يعتمد التعلم الآلي على الخوارزميات والنماذج الرياضية لتحليل البيانات واكتساب المعرفة	36	0	4.33
من خلال التعلم الآلي، يمكن للأنظمة تحسين أدائها بشكل تدريجي دون تدخل بشري مستمر	36	0	3.61
تقنيات التعلم الآلي تسهم في تطوير أنظمة قادرة على اتخاذ القرارات والتنبؤ بالأحداث	36	0	4.00
يمكن أن يؤدي التعلم الآلي إلى تغييرات كبيرة في طريقة تفكير البشر في المستقبل	36	0	4.17
يمكن أن يساعد التعلم الآلي في تحسين العمليات التجارية والصناعية، وتحسين الرعاية الصحية	36	0	4.50
تقنيات المعالجة اللغوية الطبيعية تسمح للأنظمة الذكية بفهم اللغة الطبيعية المكتوبة والمنطوقة والتفاعل معها بشكل فعال	36	0	3.94
يمكن للمعالجة اللغوية الطبيعية أن تسهم في تطوير أنظمة تعلم الآلة التي تتفاعل بشكل أفضل مع المستخدمين وتفهم احتياجاتهم	36	0	3.94
البحث في المعالجة اللغوية الطبيعية يستهدف تحسين فهم الحواسيب للغة البشرية وتطوير تطبيقات تفاعلية تحقق تجارب مستخدم ممتازة	36	0	3.83
يمكن للمعالجة اللغوية الطبيعية أن تلعب دوراً مهماً في تقديم حلول فعالة وذكية في مجالات متعددة مثل التعليم، والصحة، والتجارة، وغيرها	36	0	4.28
تحتاج تقنيات المعالجة اللغوية الطبيعية إلى قاعدة بيانات كبيرة ومتنوعة من النصوص لتحسين أدائها ودقتها	36	0	4.33
يهدف النظام الخبير إلى محاكاة قرارات الخبراء البشريين وتطبيق معرفتهم وتجربتهم في حل المشكلات	36	0	3.89
تعتمد عملية تطوير النظم الخبيرة على تحليل معرفة الخبراء وتحويلها إلى قواعد معرفية يمكن للنظام الخبير استخدامها	36	0	4.00
تطبيقات النظم الخبيرة تشمل تشخيص الأمراض، وتحليل البيانات، ودعم اتخاذ القرارات في المؤسسات والشركات	36	0	3.89

يمكن أن تسهم النظم الخبيرة في تحسين الكفاءة والدقة في عمليات اتخاذ القرارات وحل المشكلات المعقدة.	36	0	3.78
يعتبر استخدام النظم الخبيرة جزءاً مهماً من التطورات الحديثة في مجال الذكاء الاصطناعي وتحسين الأنظمة الذكية والتفاعلية.	36	0	4.11
يهدف التخطيط التنظيم في الذكاء الاصطناعي إلى تنظيم المهام وتحديد الأولويات وتوزيع الموارد بكفاءة.	36	0	4.22
تعتمد نجاح تطبيقات الذكاء الاصطناعي على التخطيط المستمر والتنظيم الجيد للمشاريع والعمليات.	36	0	4.17
يساهم التخطيط والتنظيم الجيد في زيادة كفاءة الأنظمة الذكية وتحسين أدائها في تحليل البيانات واتخاذ القرارات.	36	0	4.06
يعتبر تنظيم البيانات وإدارتها جزءاً هاماً من التخطيط والتنظيم في الذكاء الاصطناعي لضمان سلاسة العمليات ودقة النتائج.	36	0	4.22
يسهم التخطيط والتنظيم الفعالين في تقليل التكاليف وزيادة الإنتاجية في مشاريع الذكاء الاصطناعي.	36	0	4.17
تعتمد التجارة الإلكترونية على استخدام التقنيات الحديثة لتسهيل عمليات الشراء والبيع والتسويق عبر الإنترنت.	36	0	4.56
تطبيقات التجارة الإلكترونية تشمل المتاجر الإلكترونية، والتسوق عبر الهواتف الذكية، ومواقع المزادات الإلكترونية.	36	0	4.33
يمكن للتجارة الإلكترونية أن توفر للمستهلكين الراحة والمرونة في التسوق من أي مكان وفي أي وقت.	36	0	4.22
يعتمد نجاح التجارة الإلكترونية على جودة الخدمة المقدمة، وسهولة التصفح والدفع، وسرعة التوصيل.	36	0	4.33
يمكن للتجارة الإلكترونية أن تساهم في زيادة الوصول إلى السلع والخدمات، وتحقيق التوسع الجغرافي للأعمال التجارية.	36	0	4.44
تواجه التجارة الإلكترونية تحديات مثل الأمان الإلكتروني، وحماية البيانات الشخصية، ومكافحة الاحتيال.	36	0	4.33
يعتبر التسويق الإلكتروني جزءاً أساسياً من استراتيجيات التجارة الإلكترونية، حيث يتم الترويج للسلع والخدمات عبر الوسائط الرقمية.	36	0	4.28

يتطلب النجاح في مجال التجارة الإلكترونية الابتكار المستمر ومواكبة التطورات التكنولوجية واحتياجات السوق.	36	0	4.39
يمكن للتجارة الإلكترونية أن تكون وسيلة فعالة لتحقيق التنمية الاقتصادية وتحفيز النمو الاقتصادي في العديد من القطاعات.	36	0	4.33
يؤدي الاعتماد على التجارة الإلكترونية الي تخفيف ضغط العمل وتسريعه	36	0	4.22

		العمر			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	من 26 إلى 34 سنة	34	94.4	94.4	94.4
	من 35 إلى 45 سنة	2	5.6	5.6	100.0
Total		36	100.0	100.0	

		المؤهل العلمي			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	ثانوي	8	22.2	22.2	22.2
	جامعي	24	66.7	66.7	88.9
	تقني/معهد	4	11.1	11.1	100.0
Total		36	100.0	100.0	

		IA استخدام			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	منذ اقل من سنة	16	44.4	44.4	44.4
	من سنة الى سنتين	12	33.3	33.3	77.8
	من سنتين فما أكثر	8	22.2	22.2	100.0
Total		36	100.0	100.0	

يعتمد التعلم الآلي على الخوارزميات والنماذج الرياضية لتحليل البيانات واكتساب المعرفة

		يعتمد التعلم الآلي على الخوارزميات والنماذج الرياضية لتحليل البيانات واكتساب المعرفة			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	محايد	4	11.1	11.1	11.1
	موافق	16	44.4	44.4	55.6
	موافق بشدة	16	44.4	44.4	100.0
Total		36	100.0	100.0	

من خلال التعلم الآلي، يمكن للأنظمة تحسين أدائها بشكل تدريجي دون تدخل بشري مستمر.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق	8	22.2	22.2	22.2
محايد	6	16.7	16.7	38.9
موافق	14	38.9	38.9	77.8
موافق بشدة	8	22.2	22.2	100.0
Total	36	100.0	100.0	

تقنيات التعلم الآلي تساهم في تطوير أنظمة قادرة على اتخاذ القرارات والتنبؤ بالأحداث.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق	2	5.6	5.6	5.6
محايد	8	22.2	22.2	27.8
موافق	14	38.9	38.9	66.7
موافق بشدة	12	33.3	33.3	100.0
Total	36	100.0	100.0	

يمكن أن يؤدي التعلم الآلي إلى تغييرات كبيرة في طريقة تفكير البشر في المستقبل.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق	4	11.1	11.1	11.1
محايد	4	11.1	11.1	22.2
موافق	10	27.8	27.8	50.0
موافق بشدة	18	50.0	50.0	100.0
Total	36	100.0	100.0	

يمكن أن يساعد التعلم الآلي في تحسين العمليات التجارية والصناعية، وتحسين الرعاية الصحية.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق بشدة	2	5.6	5.6	5.6
موافق	10	27.8	27.8	33.3
موافق بشدة	24	66.7	66.7	100.0
Total	36	100.0	100.0	

تقنيات المعالجة اللغوية الطبيعية تسمح للأنظمة الذكية بفهم اللغة الطبيعية المكتوبة والمنطوقة والتفاعل معها بشكل فعال.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق	2	5.6	5.6
	محايد	6	16.7	22.2
	موافق	20	55.6	77.8
	موافق بشدة	8	22.2	100.0
	Total	36	100.0	100.0

يمكن للمعالجة اللغوية الطبيعية أن تسهم في تطوير أنظمة تعلم الآلة التي تتفاعل بشكل أفضل مع المستخدمين وتفهم احتياجاتهم.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	محايد	12	33.3	33.3
	موافق	14	38.9	72.2
	موافق بشدة	10	27.8	100.0
	Total	36	100.0	100.0

البحث في المعالجة اللغوية الطبيعية يستهدف تحسين فهم الحواسيب للغة البشرية وتطوير تطبيقات تفاعلية تحقق تجارب مستخدم ممتازة.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	غير موافق بشدة	2	5.6	5.6
	محايد	8	22.2	27.8
	موافق	18	50.0	77.8
	موافق بشدة	8	22.2	100.0
	Total	36	100.0	100.0

يمكن للمعالجة اللغوية الطبيعية أن تلعب دوراً مهماً في تقديم حلول فعالة وذكية في مجالات متعددة مثل التعليم، والصحة، والتجارة، وغيرها.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	محايد	6	16.7	16.7
	موافق	14	38.9	55.6
	موافق بشدة	16	44.4	100.0

Total	36	100.0	100.0
-------	----	-------	-------

تحتاج تقنيات المعالجة اللغوية الطبيعية إلى قاعدة بيانات كبيرة ومتنوعة من النصوص لتحسين أدائها ودقتها.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid محايد	6	16.7	16.7	16.7
موافق	12	33.3	33.3	50.0
موافق بشدة	18	50.0	50.0	100.0
Total	36	100.0	100.0	

يهدف النظام الخبير إلى محاكاة قرارات الخبراء البشريين وتطبيق معرفتهم وتجربتهم في حل المشكلات.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق	2	5.6	5.6	5.6
محايد	10	27.8	27.8	33.3
موافق	14	38.9	38.9	72.2
موافق بشدة	10	27.8	27.8	100.0
Total	36	100.0	100.0	

تعتمد عملية تطوير النظم الخبيرة على تحليل معرفة الخبراء وتحويلها إلى قواعد معرفية يمكن للنظام الخبير استخدامها.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق	2	5.6	5.6	5.6
محايد	8	22.2	22.2	27.8
موافق	14	38.9	38.9	66.7
موافق بشدة	12	33.3	33.3	100.0
Total	36	100.0	100.0	

تطبيقات النظم الخبيرة تشمل تشخيص الأمراض، وتحليل البيانات، ودعم اتخاذ القرارات في المؤسسات والشركات.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid محايد	12	33.3	33.3	33.3
موافق	16	44.4	44.4	77.8

موافق بشدة	8	22.2	22.2	100.0
Total	36	100.0	100.0	

يمكن أن تسهم النظم الخبيرة في تحسين الكفاءة والدقة في عمليات اتخاذ القرارات وحل المشكلات المعقدة.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق	4	11.1	11.1	11.1
محايد	8	22.2	22.2	33.3
موافق	16	44.4	44.4	77.8
موافق بشدة	8	22.2	22.2	100.0
Total	36	100.0	100.0	

يعتبر استخدام النظم الخبيرة جزءاً مهماً من التطورات الحديثة في مجال الذكاء الاصطناعي وتحسين الأنظمة الذكية والتفاعلية.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid محايد	10	27.8	27.8	27.8
موافق	12	33.3	33.3	61.1
موافق بشدة	14	38.9	38.9	100.0
Total	36	100.0	100.0	

يهدف التخطيط التنظيم في الذكاء الاصطناعي إلى تنظيم المهام وتحديد الأولويات وتوزيع الموارد بكفاءة.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid محايد	4	11.1	11.1	11.1
موافق	20	55.6	55.6	66.7
موافق بشدة	12	33.3	33.3	100.0
Total	36	100.0	100.0	

تعتمد نجاح تطبيقات الذكاء الاصطناعي على التخطيط المستمر والتنظيم الجيد للمشاريع والعمليات.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق	2	5.6	5.6	5.6
محايد	6	16.7	16.7	22.2
موافق	12	33.3	33.3	55.6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
موافق بشدة	16	44.4	44.4	100.0
Total	36	100.0	100.0	

يساهم التخطيط والتنظيم الجيد في زيادة كفاءة الأنظمة الذكية وتحسين أدائها في تحليل البيانات واتخاذ القرارات.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق	2	5.6	5.6	5.6
محايد	8	22.2	22.2	27.8
موافق	12	33.3	33.3	61.1
موافق بشدة	14	38.9	38.9	100.0
Total	36	100.0	100.0	

يعتبر تنظيم البيانات وإدارتها جزءاً هاماً من التخطيط والتنظيم في الذكاء الاصطناعي لضمان سلسلة العمليات ودقة النتائج.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid محايد	6	16.7	16.7	16.7
موافق	16	44.4	44.4	61.1
موافق بشدة	14	38.9	38.9	100.0
Total	36	100.0	100.0	

يسهم التخطيط والتنظيم الفعالين في تقليل التكاليف وزيادة الإنتاجية في مشاريع الذكاء الاصطناعي.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid محايد	8	22.2	22.2	22.2
موافق	14	38.9	38.9	61.1
موافق بشدة	14	38.9	38.9	100.0
Total	36	100.0	100.0	

تعتمد التجارة الإلكترونية على استخدام التقنيات الحديثة لتسهيل عمليات الشراء والبيع والتسويق عبر الإنترنت.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid محايد	2	5.6	5.6	5.6
موافق	12	33.3	33.3	38.9
موافق بشدة	22	61.1	61.1	100.0

Total	36	100.0	100.0
-------	----	-------	-------

تطبيقات التجارة الإلكترونية تشمل المتاجر الإلكترونية، والتسوق عبر الهواتف الذكية، ومواقع المزادات الإلكترونية.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق	2	5.6	5.6	5.6
محايد	4	11.1	11.1	16.7
موافق	10	27.8	27.8	44.4
موافق بشدة	20	55.6	55.6	100.0
Total	36	100.0	100.0	

يمكن للتجارة الإلكترونية أن توفر للمستهلكين الراحة والمرونة في التسوق من أي مكان وفي أي وقت.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق بشدة	2	5.6	5.6	5.6
غير موافق	2	5.6	5.6	11.1
محايد	2	5.6	5.6	16.7
موافق	10	27.8	27.8	44.4
موافق بشدة	20	55.6	55.6	100.0
Total	36	100.0	100.0	

يعتمد نجاح التجارة الإلكترونية على جودة الخدمة المقدمة، وسهولة التصفح والدفع، وسرعة التوصيل.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق	2	5.6	5.6	5.6
محايد	2	5.6	5.6	11.1
موافق	14	38.9	38.9	50.0
موافق بشدة	18	50.0	50.0	100.0
Total	36	100.0	100.0	

يمكن للتجارة الإلكترونية أن تسهم في زيادة الوصول إلى السلع والخدمات، وتحقيق التوسع الجغرافي للأعمال التجارية.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid محايد	6	16.7	16.7	16.7
موافق	8	22.2	22.2	38.9
موافق بشدة	22	61.1	61.1	100.0

Total	36	100.0	100.0
-------	----	-------	-------

تواجه التجارة الإلكترونية تحديات مثل الأمان الإلكتروني، وحماية البيانات الشخصية، ومكافحة الاحتيال.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق	2	5.6	5.6	5.6
محايد	4	11.1	11.1	16.7
موافق	10	27.8	27.8	44.4
موافق بشدة	20	55.6	55.6	100.0
Total	36	100.0	100.0	

يعتبر التسويق الإلكتروني جزءاً أساسياً من استراتيجيات التجارة الإلكترونية، حيث يتم الترويج للسلع والخدمات عبر الوسائط الرقمية.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق	2	5.6	5.6	5.6
محايد	4	11.1	11.1	16.7
موافق	12	33.3	33.3	50.0
موافق بشدة	18	50.0	50.0	100.0
Total	36	100.0	100.0	

يتطلب النجاح في مجال التجارة الإلكترونية الابتكار المستمر ومواكبة التطورات التكنولوجية واحتياجات السوق.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid محايد	6	16.7	16.7	16.7
موافق	10	27.8	27.8	44.4
موافق بشدة	20	55.6	55.6	100.0
Total	36	100.0	100.0	

يمكن للتجارة الإلكترونية أن تكون وسيلة فعالة لتحقيق التنمية الاقتصادية وتحفيز النمو الاقتصادي في العديد من القطاعات.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق	2	5.6	5.6	5.6
محايد	4	11.1	11.1	16.7
موافق	10	27.8	27.8	44.4

موافق بشدة	20	55.6	55.6	100.0
Total	36	100.0	100.0	

يؤدي الاعتماد على التجارة الالكترونية الي تخفيف ضغط العمل وتسريعه

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid غير موافق	2	5.6	5.6	5.6
محايد	4	11.1	11.1	16.7
موافق	14	38.9	38.9	55.6
موافق بشدة	16	44.4	44.4	100.0
Total	36	100.0	100.0	

Descriptive Statistics

	Skewness		Kurtosis	
		Std. Error		Std. Error
الاستمارة	-.342	.393	-.626	.768
الجدول الاول	-.119	.393	-.708	.768
الجدول الثاني	-.456	.393	-.825	.768

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	المحور الاول ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: الجدول الثاني

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.776 ^a	.603	.591	.40117

a. Predictors: (Constant), المحور الاول

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	8.297	1	8.297	51.556	.000 ^b
	Residual	5.472	34	.161		
	Total	13.769	35			

a. Dependent Variable: الجدول الثاني

b. Predictors: (Constant), المحور الاول

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
				Beta		
1	(Constant)	1.407	.415		3.395	.002
	المحور الاول	.713	.099	.776	7.180	.000

a. Dependent Variable: الجدول الثاني

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	المحور الثاني ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: الجدول الثاني

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.714 ^a	.509	.495	.44577

a. Predictors: (Constant), المحور الثاني

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7.013	1	7.013	35.291	.000 ^b
	Residual	6.756	34	.199		
	Total	13.769	35			

a. Dependent Variable: الجدول الثاني

b. Predictors: (Constant), المحور الثاني

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
				Beta		
1	(Constant)	1.353	.509		2.658	.012
	المحور الثاني	.736	.124	.714	5.941	.000

a. Dependent Variable: الجدول الثاني

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	المحور الثالث ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: الجدول الثاني

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.758 ^a	.575	.562	.41491

a. Predictors: (Constant), المحور الثالث

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7.916	1	7.916	45.983	.000 ^b
	Residual	5.853	34	.172		
	Total	13.769	35			

a. Dependent Variable: الجدول الثاني

b. Predictors: (Constant), المحور الثالث

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.521	.422		3.603	.001
	المحور الثالث	.718	.106	.758	6.781	.000

a. Dependent Variable: الجدول الثاني

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	المحور الرابع ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: الجدول الثاني

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.811 ^a	.658	.648	.37223

a. Predictors: (Constant), المحور الرابع

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9.058	1	9.058	65.376	.000 ^b
	Residual	4.711	34	.139		
	Total	13.769	35			

a. Dependent Variable: الجدول الثاني

b. Predictors: (Constant), المحور الرابع

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.244	.388		3.203	.003
	المحور الرابع	.744	.092	.811	8.086	.000

a. Dependent Variable: الجدول الثاني

Statistics

		المحور الاول	المحور الثاني	المحور الثالث	المحور الرابع	الجدول الثاني	الجدول الاول	الاستمارة
N	Valid	36	36	36	36	36	36	36
	Missing	0	0	0	0	0	0	0
Mean		4.1222	4.0667	3.9333	4.1667	4.3444	4.0722	4.2083

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	المحور الرابع, المحور الاول, المحور الثالث, المحور الثاني ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: الجدول الثاني

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.848 ^a	.720	.684	.35283

a. Predictors: (Constant), المحور الرابع, المحور الاول, المحور الثالث, المحور الثاني

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9.910	4	2.477	19.901	.000 ^b
	Residual	3.859	31	.124		
	Total	13.769	35			

a. Dependent Variable: الجدول الثاني

b. Predictors: (Constant), المحور الرابع, المحور الاول, المحور الثالث, المحور الثاني

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.947	.429		2.206	.035
	المحور الاول	.279	.152	.304	1.841	.075
	المحور الثاني	-.095	.260	-.092	-.366	.717
	المحور الثالث	.275	.230	.290	1.194	.242
	المحور الرابع	.372	.202	.406	1.839	.076

a. Dependent Variable: الجدول الثاني

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ