

تأثير إستعمال تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال التسويق الرقمي

د.قديري عبد المالك* ، د.نوري يوسف**

الإرسال: 2025/06/11

القبول: 2025/12/02

النشر: 2026/06/10

ملخص :

تعتبر تأثير إستعمال تقنيات الذكاء الاصطناعي أكثر رواجاً وممارسة في مجال التسويق الرقمي، ومنها: تحليل البيانات الضخمة وتحليل شبكات التواصل الاجتماعي وإدارة المحتوى، والتفاعل والمشاركة، وتحسين محركات البحث، وتخصيص الإعلانات بحيث هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير تلك التقنيات في الوصول للجمهور المستهدف، وتحسين تجربة المستخدم وتفاعل العملاء، وقياس تأثيره على التسويق باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وقد طبقت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وقد اختار الباحثون العينة من الخبراء في مجال التسويق الرقمي أو الذكاء الاصطناعي، حيث توصلت الدراسة من خلال قياس آرائهم إلى عدة نتائج منها: أن الذكاء الاصطناعي يساعد في تحسين استراتيجيات التسويق الرقمي والوصول إلى الجمهور المستهدف، ويمكن الاعتماد عليه في كتابة المحتوى الرقمي، كما يساهم في تحسين فهم احتياجات العملاء وتقديم حلول مخصصة لهم، وبسببه يحصل زيادة في التفاعل والاستجابة من قبل العملاء، ويعزز التنافس بين تطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي. وخلص البحث إلى توصيات مهمة فيما يخص الذكاء الاصطناعي وعلاقته بالتسويق الرقمي.

الكلمات المفتاحية: التسويق الرقمي، الذكاء الاصطناعي، التقنيات الحديثة.

تصنيف JEL.....

The impact of using artificial intelligence techniques in the field of digital marketin - a case study –

Abstract:

The impact of using artificial intelligence technologies is considered more popular and practiced in the field of digital marketing, including: big data analysis, social media analysis, content management, interaction and engagement, search engine optimization, and advertising personalization.

The study aimed to identify the impact of these technologies in reaching the target audience, improving the user experience and customer interaction, and measuring its impact on marketing using social media. The study applied the descriptive analytical approach, and the researchers chose the sample from experts in the field of digital marketing or artificial intelligence. The

*دكتور ،جامعة بسكرة ، الجزائر ، abdelmalek.guediri@univ-biskra.dz**دكتور،جامعة البليدة 2 ، الجزائر ، nouriyoucef88@gmail.com

study reached several results by measuring their opinions, including: Artificial intelligence helps improve digital marketing strategies and reach the target audience, and can be relied upon in writing digital content. It also contributes to improving understanding of customer needs and providing customized solutions to them, and because of it, there is an increase in interaction and response from customers, and enhances competition between social media applications. The research concluded with important recommendations regarding artificial intelligence and its relationship to digital marketing.

keywords: Digital marketing – Artificial intelligence (AI) – Modern technologies

JEL Classification

1. المقدمة

يمثل التسويق الرقمي المعاصر نقلة نوعية وقفزة عن أساليب التسويق الإعتيادية والتقليدية، فمن خلاله يتمكن السوق من عرض ما لديه من منتجات أو سلع أو خدمات دون الحاجة، للوجود الفعلي للعميل، فالإنترنت جعل التسويق أيسر وأنجح، لذلك التسويق هو نقطة الإنطلاق وحجر الأساس في أي حملات اعلامية . وفي العصر الحاضر أثبت التقدم الحاسوبي وبرامجه سطوة وتمكين على جميع أنماط الأعمال التي يمارسها المجتمع، لاسيما مجال الذكاء الاصطناعي الذي اجتاحت الأعمال وأثبت تأثيره على النتائج في كافة المجالات المختلفة.

وقد لجأت كبرى الشركات التكنولوجية ومديري مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر شهرة إلى توظيف الذكاء الاصطناعي لمراقبة وقياس أنشطة شبكاتهم، وتقييم عدة مواقف تجاه قضايا معينة، لتحديد أوجه التعامل والتسويق الملائم لكل حالة على حدة، كما يتسم التسويق الرقمي بعدة خصائص مثل: المرونة في التحكم في الميزانية، والتفاعل المباشر مع العملاء ، وسرعة الحصول على النتائج والمخرجات وغيرها . ولذلك فقد تطرقنا من الأهمية دراسة تأثير إستعمال تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال التسويق الرقمي في المملكة العربية السعودية، كونها بوابة تمكين الأعمال المستقبلية للعالم، وفي ضوء رؤية التي ستساهم في دفع عجلة التنمية وتوظيف كل ما من شأنه اكتساب الوقت، وتقليل الجهد، وتعظيم الأثر والمخرج مقارنة بأساليب التسويق التقليدية.

إشكالية الدراسة : مدى تأثير إستعمال تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحسين استراتيجيات التسويق الرقمي بالمملكة العربية السعودية. وعلى ضوء هذه الإشكالية الرئيسية يمكن صياغة الأسئلة الفرعية التالية :

1. ما أهمية استخدام الذكاء الاصطناعي في مجال التسويق الرقمي في المملكة العربية السعودية ؟
2. ما تأثير الذكاء الاصطناعي في الوصول إلى الجمهور المستهدف العملاء؟
3. ماهي أبرز طرق تحسين تجربة المستخدم باستخدام الذكاء الاصطناعي ؟
4. ماهي مجالات تأثير الذكاء الاصطناعي في التسويق الرقمي باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي ؟

فرضيات الدراسة: للإجابة على الإشكالية الرئيسية والأسئلة الفرعية انطلقنا من الفرضيات التالية:

- أن للذكاء الاصطناعي تأثير إيجابي في صناعة التسويق الرقمي في المملكة العربية السعودية.

- سيسهل الذكاء الاصطناعي تحديد الفئات المستهدفة والجمهور .
- سيساهم الذكاء الاصطناعي بتقنياته المختلفة إلى تحسين تجربة المستخدم.
- سيساعد الذكاء الاصطناعي على زيادة تحسين التسويق باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

2. محتوى الدراسة

أ - أهمية الدراسة:

تبرز أهمية الدراسة من عدة نواحي منها الإسهام في الناتج البحثي عبر دمج مجالين من أكثر المجالات تداولاً وأهمية لدى الشركات والمسوقين وبالتالي نقل المعرفة لبعض القطاعات المهمة داخل المملكة العربية السعودية، واستفادة الخبراء والمهتمين في المجال من نتائج الدراسة، وأيضاً تبرز أهمية هذه الدراسة في إيجاد نتائج لتحليل البيانات لتحسين التفاعل الاجتماعي والوصول للجمهور المستهدف، كما تزداد أهمية توظيف الذكاء الاصطناعي لزيادة فعالية وسائل التواصل الاجتماعي في التسويق، ودراسة استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحسين خدمة العملاء .

ب - هيكل الدراسة :

أظهرت هذه الدراسة أن قسم الإتصال التسويقي في الجامعات السعودية يعرفون تقنيات الذكاء الاصطناعي المختلفة ويشير العديد منهم إلى اعتماد مواقع التواصل الاجتماعي على تقنيات الذكاء الاصطناعي. كما أوضحت الدراسة أن يمكن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بفاعلية في التسويق الرقمي عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وتحديدًا في إدارة الإستراتيجيات الإتصالية لأزمات العملاء. ويمكن استخدام برامج روبوتات الدردشة كوسيلة فعالة للاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي في التسويق الرقمي عبر مواقع التواصل الاجتماعي . واستخدمت الدراسة نظرية نشر الأفكار المستحدثة في تفسير نتائجها، ومنهج المسح بأداة الإستبيان لتحليل عينة قوامها 400 طالب من أقسام الإتصال التسويقي في جامعتي الملك عبدالعزيز والملك سعود.

ج- أهداف الدراسة : تهدف الدراسة إلى :

- تحديد درجة معرفة الباحثين بتقنيات الذكاء الاصطناعي ، وإدراكهم أهميتها وفعاليتها بمواقع التواصل الاجتماعي.
- رصد مدى اعتماد مواقع التواصل الاجتماعي على تقنيات الذكاء الاصطناعي.
- الكشف عن مدى تأثير استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في التسويق الرقمي عبر مواقع التواصل الاجتماعي
- تحديد مدى فاعلية استخدام بعض تقنيات الذكاء الاصطناعي في التسويق الرقمي عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- رصد التأثيرات الإيجابية والسلبية لإستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في مواقع التواصل الاجتماعي،

أولاً : مفهوم مصطلحات الدراسة

1- مفهوم الذكاء الاصطناعي : قام جون مكارثي بوضع مصطلح الذكاء الاصطناعي سنة 1956م

هو علم إنشاء أجهزة وبرامج كمبيوتر قادرة على التفكير بالطريقة نفسها التي يعمل بها الدماغ البشري، وهو عملية محاكاة الذكاء البشري عبر أنظمة كمبيوتر معقدة وقيل الذكاء الاصطناعي الحديث I هو : موضوع واسع يستخدم تقنيات متقدمة لاستخراج توقعات ووجهات النظر من كميات هائلة من البيانات. يتمثل المبدأ الأساسي وراءه في تدريب الآلات على التعلم وحل المشكلات التي نتعامل معها يوميًا. أدى ظهور التعلم الآلي في أوائل القرن العشرين إلى تسريع تطوير الذكاء الاصطناعي (Thilagavathy، 2021)

2- تعريف التسويق الرقمي هو: دمج الوسائط الرقمية والبيانات والتكنولوجيا في أنشطة التسويق، حيث يستخدم المسوقون الوسائط الإلكترونية للترويج للمنتجات أو الخدمات في السوق بهدف جذب الزبائن والسماح لهم بالتفاعل مع العلامة التجارية من أهم تقنياته التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي، التسويق عبر الإنترنت سواء عبر مواقع الويب أو الإعلانات عبر الإنترنت أو رسائل البريد الإلكتروني القابلة للاشتراك أو التلفزيون التفاعلي أو الهواتف المحمولة (Luu, 2021)

ثانياً: أبرز تقنيات الذكاء الاصطناعي

تقدم تقنيات الذكاء الاصطناعي العديد من الخدمات المساعدة في تحسين استراتيجيات التسويق الرقمي، كما أنها تطبق أنظمة وبرامج قادرة على محاكاة الذكاء البشري واتخاذ قرارات ذكية بناءً على تحليل البيانات والتعلم منها، وتوليد الأنماط والتوصيات، مما يمكن المسوقين والشركات على فهم السلوك والاهتمامات والتفضيلات الفردية للعملاء، من بين أبرز تقنيات الذكاء الاصطناعي التي تستخدم في تحسين استراتيجيات التسويق الرقمي :

1. تحليل البيانات الضخمة :

تحليل البيانات الضخمة هي عملية استخراج القيمة والمعرفة من مجموعات ضخمة من البيانات المتنوعة والمتزايدة بسرعة كبيرة. يعتبر تحليل البيانات الضخمة أحد أبرز تطبيقات الذكاء الاصطناعي ويساهم بشكل كبير في تحسين استراتيجيات التسويق الرقمي. يساعد تحليل البيانات الضخمة في فهم العميل وتحسين تجربته والتعرف على احتياجاته والتنبؤ بسلوكه المستقبلي كما يمكن استخدامه لتحديد تفضيلات الجمهور المستهدف والوصول إليهم. (بادي، 2021)

تحليل البيانات الضخمة يعتمد على استخدام تقنيات وأدوات تحليلية متقدمة مثل تعلم والتحليل والتعلم العميق، والتحليل الإحصائي والتنقيب عن البيانات

2. تحليل شبكات التواصل الاجتماعي:

تحليل شبكات التواصل الاجتماعي هي عملية دراسة وفهم العلاقات والتفاعلات بين المستخدمين والمجتمعات على منصات وسائل التواصل الاجتماعي التي تتيح للأفراد والمجتمعات التفاعل والتواصل مع بعضهم البعض. يتم جمع البيانات المتعلقة بالتفاعلات والمحتوى والعلاقات بين المستخدمين وتحليلها لاستخلاص المعلومات القيمة والتوجهات والاتجاهات

يتضمن هذا التحليل العديد من الجوانب المختلفة، بما في ذلك تحليل المحتوى لدراسة المقالات والمنشورات والتعليقات والتغريدات والصور والفيديوهات المنشورة على منصات التواصل الاجتماعي. يتم تحليل النصوص واستخلاص المعلومات الهامة مثل الأفكار والمشاعر والموضوعات الرئيسية والاتجاهات الشائعة.

كما يستخدم تحليل شبكات التواصل الاجتماعي لمراقبة وتحليل العلامات التجارية والشعبية. يمكن تتبع وفهم مدى انتشار العلامة التجارية والتفاعل معها وقياس مستوى الرضا عنها والتعرف على الاتجاهات الشائعة والمشكلات المحتملة لها . (سلامة، 2021)

بعض الأمثلة على أدوات تحليل شبكات التواصل الاجتماعي Google.Analytics, Facebook Insight, Twitter :

Analytics

3. إدارة المحتوى :

إدارة المحتوى هي نظام برمجي من أنظمة الذكاء الاصطناعي يساعد على إنشاء وتحرير وتنظيم ونشر المحتوى على الويب بشكل سهل وفعال. تساعد هذه الأدوات بإدارة محتوى مواقع التواصل الاجتماعي دون الحاجة إلى معرفة تقنية عميقة في تطوير الويب ، تساعد هذه التقنيات في إدارة وجدولة المحتوى المنشور على وسائل التواصل الاجتماعي. كما تتيح هذه الأدوات للمسوقين والمدراء التنفيذيين للشركات التسويقية على إنشاء وجدولة المشاركات وتحديد الوقت المثالي للنشر وإدارة الحملات الإعلانية. بعض الأمثلة على أدوات إدارة المحتوى هي :

Buffer ، Sprout Social ، Hootsuite ،

تقدم تقنيات الذكاء الاصطناعي أدوات للبحث عن المحتوى تساعد في اكتشاف المحتوى المناسب للمشاركة والتفاعل على وسائل التواصل الاجتماعي (صلاح، 2021)

توفر هذه الأدوات محركات بحث خاصة تسمح للمسوقين بالعثور على المقالات والمحتوى المرتبط بمواضيعهم واهتماماتهم. بعض الأمثلة على أدوات البحث عن Google Alerts ، Feedly ، BuzzSumo :

4. المشاركة والتفاعل:

تساعد تقنيات الذكاء الاصطناعي في تعزيز المشاركة والتفاعل مع الجمهور، تتيح بعض الأدوات المساعدة في تعزيز التفاعل وتقديم استجابة أفضل للمستخدمين في مواقع التواصل الاجتماعي. مثال على بعض الأدوات الشهيرة للمشاركة والتفاعل Zendesk هي منصة تفاعلية شهيرة توفر حلولاً لا شاملة لإدارة خدمة العملاء والدعم. تتضمن الميزات المتاحة فيها نظام تذاكر الدعم، وقوائم الانتظار، ومركز المساعدة، والدردشة المباشرة، والتحليلات. تساعد هذه المنصة على تحسين الاستجابة لاستفسارات المستخدمين وتوفير تجربة عملاء متميزة بمساعدة الذكاء الاصطناعي

أيضا أداة لمراقبة وتحليل التفاعل على وسائل التواصل الاجتماعي أداة Social

Mention، تقوم بمراقبة العلامات التجارية والكلمات الرئيسية والمواضيع المهمة ومعرفة كيفية تفاعل الجمهور معها. تقدم الأداة تحليلات حول الذكريات الإيجابية والسلبية والنسبة المئوية للتفاعل وغيرها من المعلومات القيمة. ومن بعض الأمثلة العديدة على تقنيات الذكاء الاصطناعي التي تساعد في المشاركة والتفاعل هي:

HubSpot ، Sprout Social

5. التصميم :

تلعب تقنيات الذكاء الاصطناعي دوراً مهماً في تحسين التصميم وإنشاء صور واقعية وجديدة بشكل تلقائي. تستخدم الشبكات العصبية العميقة ، تتطور التقنيات باستمرار وتظهر تقنيات مساعدة في تصميم المواقع أيضاً مثل Durable وهو برنامج يستخدم تقنيات الذكاء الاصطناعي وتعلم الآلة لتأتي بالتصاميم الجاهزة وتخصيص العناصر المختلفة ليتمكن المستخدمون من إنشاء مواقع ويب تبدو احترافية دون الحاجة إلى معرفة برمجية أو تصميم واسعة. (نصيرة، 2023)

كما يحتوي على خوارزميات مدعومة بالذكاء الاصطناعي لتحسين أداء المواقع واستجابتها. يقوم البرنامج تلقائياً بضبط التصميم والصور والمحتوى لضمان عرض مثالي على مختلف الأجهزة وأحجام الشاشة لتحسين تجربة المستخدم

6. تحسين محركات البحث :

يعتبر الذكاء الاصطناعي أداة فعالة لتحسين أداء محركات البحث وتوفير نتائج أفضل وأكثر دقة للمستخدمين. ويستخدم تقنيات متقدمة في تحليل البيانات والتعلم الآلي لفهم تفضيلات المستخدمين وتقديم نتائج بحث ملائمة ومخصصة. من خلال تحليل العوامل المؤثرة في ترتيب الصفحات في نتائج البحث، يستطيع الذكاء الاصطناعي تحسين جودة النتائج المقدمة. يتم تحليل محتوى الصفحة، واستخدام كلمات المفتاح، والنمط السابق للاستفسارات، وغيرها من العوامل لتحسين ترتيب الصفحات وتقديم النتائج الأكثر صلة للمستخدمين. (نصيرة، 2023)

بالإضافة إلى ذلك، يستخدم الذكاء الاصطناعي تقنيات تعلم الآلة Machine Learning لفهم سلوك المستخدم والتفاعل معه بشكل أفضل. يمكنه تحويل الاستفسارات الصوتية إلى نص وفهمها بشكل دقيق من خلال تقنية تحويل الكلام إلى نص () Speech-to-Text أو التعرف على الكلام (Speech Recognition)، مما يساهم في توفير إجابات أفضل وأكثر دقة.

7. تخصيص الإعلانات :

تخصيص الإعلانات هو أيضا جانب مهم يمكن تحسينه باستخدام الذكاء الاصطناعي. يتم تحليل بيانات المستخدم وتعلم تفضيلاته لتقديم إعلانات ملائمة ومناسبة. يمكن تحديد الإعلانات الأكثر فاعلية وزيادة معدل النقر وتحويلات الإعلانات. تُعتبر Google Ads إحدى منصات تخصيص الإعلانات الرائدة تستخدم تقنيات الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات الكبيرة لتخصيص الإعلانات بشكل فعال، تعتمد على مجموعة من الخوارزميات والنماذج المعتمدة على الذكاء الاصطناعي لتحديد الإعلانات الأكثر ملاءمة للمستخدمين.

تحلل البيانات المتاحة لـ Google، مثل الكلمات الرئيسية المستهدفة وتاريخ التصفح والاهتمامات، وتقارن مع ملفات تعريف المستخدم الفردية. يستفيد النظام من هذه المعلومات لعرض الإعلانات التي تتوافق مع اهتمامات المستخدم والسياق الذي يتصفحها. كما يوفر أدوات تحليل مفصلة تساعد الشركات على تقييم أداء إعلاناتها وفهم تفاعل المستخدمين معها. يتيح ذلك للشركات تحسين استراتيجياتها وتحديد الجمهور المستهدف بشكل أفضل لتحقيق أعلى عائد على استثمار الإعلانات.

8. روبوتات المحادثة :

هي برامج حاسوبية تستخدم للتفاعل مع الأشخاص والمستخدمين، تعمل روبوتات المحادثة عبر مختلف القنوات الرقمية مثل مواقع الويب، منصات التواصل الاجتماعي، تطبيقات الهواتف المحمولة، وتطبيقات المراسلة الفورية. ويمكن أن تكون متكاملة مع أنظمة إدارة العلاقات مع العملاء CRM () وأنظمة التسويق الأتوماتيكية لتوفير تجربة متكاملة ومتناغمة للمستخدمين. تلعب دورًا هامًا في مجال التسويق الرقمي. تعمل هذه الروبوتات على تحسين تجربة المستخدم، توفير الدعم للعملاء، وتحسين استراتيجيات التسويق الرقمي. تستخدم تقنيات التعلم الآلي Machine Learning () لتوفير ردود فعالة وسريعة للاستفسارات والمساعدة الشخصية. كما يمكن للروبوتات جمع بيانات هامة عن المستخدمين واستخدامها لتحسين استراتيجيات التسويق وتقديم عروض ومحتوى مخصص. بالإضافة إلى ذلك، تعمل الروبوتات على توجيه المستخدمين لاتخاذ إجراءات محددة مثل الشراء أو الاشتراك في النشرة الإخبارية.

يمكن للشركات تحسين تفاعلها مع العملاء وتعزيز تجربتهم الشخصية، مما يؤدي في النهاية إلى زيادة المبيعات وتعزيز العلاقات مع العملاء (خليفة، 2017)

ثالثا : دراسة ميدانية -عرض وتحليل البيانات -

تم استخدام طريقة معامل ألفا كرو نباخ لتقدير الثبات لتأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحسين استراتيجيات التسويق الرقمي دراسة ميدانية ، والتأكد من الاتساق الداخلي وتم إيجاد الصدق الإحصائي وهو يساوى الجذر التربيعي لمعامل الثبات والجدول التالي يوضح ذلك:

الجدول (1): تأثير الذكاء الاصطناعي في الوصول للجمهور المستهدف

العبارات	معامل الثبات الفاكرونباخ	الصدق الإحصائي
يساعد الذكاء الاصطناعي في تحسين استراتيجيات التسويق الرقمي والوصول إلى الجمهور المستهدف	0.742	0.856
يساعد الذكاء الاصطناعي في صنع تأثير مباشر على جذب العملاء	0.736	
يختصر الذكاء الاصطناعي الوقت في اختيار الفئات المستهدفة	0.741	
يساهم الذكاء الاصطناعي في تغطية الجمهور من المواقع الجغرافية المختلفة في العالم	0.711	
يوفر الذكاء الاصطناعي في انفاق المال والموارد للوصول للجمهور المستهدف	0.639	
يساعد استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحليل سلوك الجمهور المستهدف وتحديد ما يحتاجون إليه بشكل	0.707	
يمكن الاعتماد على تقنيات الذكاء الاصطناعي في كتابة المحتوى الرقمي لجذب الجمهور المستهدف	0.694	
يمكن للذكاء الاصطناعي تحديد الوقت والمكان الأمثل لنشر المحتوى الرقمي	0.673	
يساعد الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة الإعلانات الرقمية بما يتناسب مع اهتمامات الجمهور	0.672	
تفتقر تقنيات الذكاء الاصطناعي إلى اللمسة البشرية المطلوبة لإنشاء اتصالات والتأثير على الجمهور	0.755	
الاختبار الكلي للمحور	0.732	0.856

بلغ الثبات العام للمحور الأول تأثير الذكاء الاصطناعي في الوصول للجمهور المستهدف، 0.732 وهو يعتبر ثبات مقبول يعتمد عليه في التطبيق، بصدق إحصائي 0.856 وهذا يدل على صدق مرتفع.

وتفاوت الثبات للمحور الأول تأثير الذكاء الاصطناعي في الوصول للجمهور المستهدف من 0.639 إلى 0.755 وهذا يشير إلى وجود اتساق داخلي للمحور ككل

الجدول (2): تأثير الذكاء الاصطناعي على تحسين تجربة المستخدم وتفاعل العملاء

العبارات	معامل الثبات	الصدق
----------	--------------	-------

الإحصائي	الفكرونباخ	
	0.682	يجب استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لجمع البيانات عن سلوك العملاء المستقبلية والتنبؤ بها
	0.635	ساهم الذكاء الاصطناعي في تحليل مشاعر العملاء تجاه مواقف معينة
	0.706	لدي مخاوف بشأن الخصوصية والأمان عند التفاعل مع منتجات أو خدمات تستخدم التقنيات الذكاء الاصطناعي
	0.693	يجعل الذكاء الاصطناعي تجربة العملاء مواكبة لتوقعاتهم
	0.573	إن تجربة التفاعل مع منتجات أو خدمات تستخدم التقنيات الذكاء الاصطناعي تجربة أكثر فعالية وسهولة مقارنة بالأساليب التقليدية
	0.621	سبب الذكاء الاصطناعي يحصل زيادة في التفاعل والاستجابة من قبل العملاء
	0.671	يساعد الذكاء الاصطناعي في تجنب وقوع أخطاء مستقبلية مع العملاء
	0.630	سيغني الذكاء الاصطناعي عن الاستبانات والطرق التقليدية لقياس رضا العملاء
	0.615	ساهمت تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحسين فهم احتياجات العملاء وتقديم حلول مخصصة لهم
0.823	0.677	الاختبار الكلي للمحور

بلغ الثبات العام للمحور الثاني: تأثير الذكاء الاصطناعي على تحسين تجربة المستخدم وتفاعل العملاء ، 0.677 وهو يعتبر ثبات مقبول

يعتمد عليه في التطبيق، بصدق إحصائي 0.823 وهذا يدل علي صدق مرتفع.

وتفاوت الثبات للمحور الثاني: دور معاهد النور في تلبية الاحتياجات النفسية من 0.573 إلى 0.706 وهذا يشير إلى وجود اتساق داخلي للمحور ككل

الجدول (3): تأثير الذكاء الاصطناعي في التسويق باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي

العبارة	معامل الثبات	الصدق الإحصائي
	0.734	بالوضع الراهن تعتمد مواقع التواصل الاجتماعي في التسويق على تقنيات الذكاء الاصطناعي
	0.746	توفر تقنيات الذكاء الاصطناعي في وسائل التواصل الاجتماعي خوارزميات أدق لصنع القرارات
	0.722	يعزز الذكاء الاصطناعي التنافس بين تطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي
	0.702	تعتبر تقنيات الذكاء الاصطناعي طريقة فعالة في حل المشكلات الأمنية في وسائل التواصل الاجتماعي

	0.735	يساهم استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في صياغة محتوى محترف لمستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي
	0.699	بسبب الذكاء الاصطناعي يحصل زيادة في التفاعل والاستجابة من قبل مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي
	0.693	يعزز الذكاء الاصطناعي أداء العاملين في مجال التسويق باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي
	0.729	التسويق باستخدام الذكاء الاصطناعي في وسائل التواصل الاجتماعي غير مكلف ماديا
	0.702	استخدام الذكاء الاصطناعي بالتسويق الرقمي في وسائل التواصل الاجتماعي سيغني عن العنصر البشري
	0.707	من مساوا استخدام الذكاء الاصطناعي في وسائل التواصل الاجتماعي عدم إمكانية حفظ حقوق النشر
0.859	0.739	الإختبار الكلي للمحور

بلغ الثبات العام للمحور الثالث: تأثير الذكاء الاصطناعي في التسويق باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي ، 0.739 وهو يعتبر ثبات مقبول يعتمد عليه في التطبيق، بصدق إحصائي 0.859 وهذا يدل علي صدق مرتفع.

وتفاوت الثبات للمحور الثالث: تأثير الذكاء الاصطناعي في التسويق باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي من 0.693 إلى 0.746 وهذا يشير إلى وجود اتساق داخلي للمحور ككل

صدق الاتساق الداخلي : يقصد به مدى اتساق كل بعد مع الدرجة الكلية . تم حساب صدق الاتساق الداخلي للاستبيان عن طريق إيجاد قيمة الارتباط بمعامل ارتباط بيرسون والجداول أدناه ، تشير إلى أن جميع معاملات الارتباط دالة إحصائياً ، وهذا يعني وجود اتساق داخلي للاستبيان

الجدول (4) : تأثير الذكاء الاصطناعي في الوصول للجمهور المستهدف

الرقم	العبارات	معامل الارتباط	الدلالة الإحصائية
1	يساعد الذكاء الاصطناعي في تحسين استراتيجيات التسويق الرقمي والوصول إلى الجمهور المستهدف	*0.435	0.031
2	يساعد الذكاء الاصطناعي في صنع تأثير مباشر على جذب العملاء	*0.436	0.032
3	يختصر الذكاء الاصطناعي الوقت في اختيار الفئات المستهدفة	*0.439	0.034
4	يساهم الذكاء الاصطناعي في تغطية الجمهور من المواقع الجغرافية المختلفة في العالم	**0.565	0.009
5	يوفر الذكاء الاصطناعي في انفاق المال والموارد للوصول للجمهور المستهدف	**0.829	0.000
6	يساعد استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحليل سلوك الجمهور المستهدف وتحديد ما يحتاجون إليه بشكل	*0.528	0.017
7	يمكن الاعتماد على تقنيات الذكاء الاصطناعي في كتابة المحتوى الرقمي لجذب الجمهور المستهدف	**0.643	0.002

8	يمكن للذكاء الاصطناعي تحديد الوقت والمكان الأمثل لنشر المحتوى الرقمي	**0.725	0.000
9	يساعد الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة الإعلانات الرقمية بما يتناسب مع اهتمامات الجمهور	**0.724	0.000
10	تفتقر تقنيات الذكاء الاصطناعي إلى اللمسة البشرية المطلوبة لإنشاء الاتصالات والتأثير على الجمهور	*0.417	0.029

*الارتباط دال إحصائي عند مستوى . 0.05

**الارتباط دال إحصائي عند مستوى . 0.01

الجدول (5) : تأثير الذكاء الاصطناعي على تحسين تجربة المستخدم وتفاعل العملاء

الرقم	العبارات	معامل الارتباط	الدلالة الإحصائية
1	يجب استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لجمع البيانات عن سلوك العملاء المستقبلية والتنبؤ بها	*0.451	0.029
2	يساهم الذكاء الاصطناعي في تحليل مشاعر العملاء تجاه مواقف معينة	*0.582	0.007
3	لدي مخاوف بشأن الخصوصية والأمان عند التفاعل مع منتجات أو خدمات تستخدم التقنيات الذكاء الاصطناعي	*0.452	0.028
4	يجعل الذكاء الاصطناعي تجربة العملاء مواكبة لتوقعاتهم	*0.457	0.012
5	إن تجربة التفاعل مع منتجات أو خدمات تستخدم التقنيات الذكاء الاصطناعي تجربة أكثر فعالية وسهولة م بالأساليب التقليدية	**0.788	0.000
6	بسبب الذكاء الاصطناعي يحصل زيادة في التفاعل والاستجابة من قبل العملاء	**0.639	0.002
7	يساعد الذكاء الاصطناعي في تجنب وقوع أخطاء مستقبلية مع العملاء	*0.445	0.049
8	سيغني الذكاء الاصطناعي عن الاستبانات والطرق التقليدية لقياس رضا العملاء	**0.622	0.003
9	ساهمت تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحسين فهم احتياجات العملاء وتقديم حلول مخصصة لهم	**0.708	0.000

*الارتباط دال إحصائي عند مستوى . 0.05

**الارتباط دال إحصائي عند مستوى . 0.01

الجدول (6) : تأثير الذكاء الاصطناعي في التسويق باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي

الرقم	العبارات	معامل	الدلالة
-------	----------	-------	---------

الإحصائية	الارتباط	
0.037	*0.469	1 بالوضع الراهن تعتمد مواقع التواصل الاجتماعي في التسويق على تقنيات الذكاء الاصطناعي
0.031	*0.495	2 توفر تقنيات الذكاء الاصطناعي في وسائل التواصل الاجتماعي خوارزميات أدق لصنع القرارات
0.025	*0.501	3 يعزز الذكاء الاصطناعي التنافس بين تطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي
0.003	**0.629	4 تعتبر تقنيات الذكاء الاصطناعي طريقة فعالة في حل المشكلات الأمنية في وسائل التواصل الاجتماعي
0.040	*0.463	5 يساهم استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في صياغة محتوى محترف لمستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي
0.001	**0.665	6 بسبب الذكاء الاصطناعي يحصل زيادة في التفاعل والاستجابة من قبل مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي
0.001	**0.683	7 يعزز الذكاء الاصطناعي أداء العاملين في مجال التسويق باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي
0.011	*0.557	8 التسويق باستخدام الذكاء الاصطناعي في وسائل التواصل الاجتماعي غير مكلف ماديا
0.002	**0.659	9 استخدام الذكاء الاصطناعي بالتسويق الرقمي في وسائل التواصل الاجتماعي سيغني عن العنصر البشري
0.001	**0.666	10 من مساو استخدام الذكاء الاصطناعي في وسائل التواصل الاجتماعي عدم إمكانية حفظ حقوق النشر

*الارتباط دال إحصائي عند مستوى . 0.05

**الارتباط دال إحصائي عند مستوى . 0.01

1. الخلاصة

أصبح الذكاء الاصطناعي يحظى باهتمام كبير في التطور الذي عرفته تقنياته جعلته جزءاً لا يتجزأ من التسويق الرقمي، مما جعل أصحاب الشركات والمؤسسات بمختلف أنواعها وأحجامها يسعون ويدركون جيداً إلزامية استخدامه في أقرب مدة ممكنة، فالذكاء الاصطناعي يساعد على جعل أساليب التسويق أكثر ذكاء وتأثيراً وملائمة للمستهلك.

استهدفت الدراسة الحالية التعرف على تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحسين استراتيجيات التسويق الرقمي، وذلك نظراً للتطور الحديث في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، والحاجة إلى الوصول إلى قدر عالي من جودة التسويق الرقمي، ومع تطور أساليب الذكاء الاصطناعي والتي تم استخدامها وانتشارها في الكثير من التطبيقات وأهمها تطبيقات التواصل الاجتماعي

من خلال هذه الدراسة تم التعرف على تأثير الذكاء الاصطناعي في الوصول للجمهور المستهدف، و تأثير الذكاء الاصطناعي على تحسين تجربة المستخدم وتفاعل العملاء، و تأثير الذكاء الاصطناعي في التسويق باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي. وخلصت هذه الدراسة إلى عدة نتائج وتوصيات مهمة فيما يخص الذكاء الاصطناعي وعلاقته بالتسويق الرقمي.

أولاً: النتائج.

توصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج منها:

1. يساعد الذكاء الاصطناعي في تحسين استراتيجيات التسويق الرقمي والوصول إلى الجمهور المستهدف.
2. يمكن الاعتماد على تقنيات الذكاء الاصطناعي في كتابة المحتوى الرقمي لجذب الجمهور المستهدف.
3. ساهمت تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحسين فهم احتياجات العملاء وتقديم حلول مخصصة لهم.
4. يحصل زيادة في التفاعل والاستجابة من قبل العملاء بسبب الذكاء الاصطناعي الذي يعزز التنافس بين تطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي.
5. استخدام الذكاء الاصطناعي بالتسويق الرقمي في وسائل التواصل الاجتماعي سيغني عن العنصر البشري.

ثانياً : التوصيات.

- من خلال نتائج الدراسة الحالية واستعراض الباحثون للدراسات التي تناولت موضوع تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال التسويق الرقمي، يقدم الباحثون مجموعة من التوصيات التي من الممكن صياغتها في النموذج التالي:
1. على القطاعات المختصة بالتسويق الرقمي الاهتمام أكثر بالذكاء الاصطناعي، من خلال توفير الإمكانيات والوسائل الحديثة المساهمة في تطوير العاملين.
 2. قيام المختصين بتقديم مؤتمر علمي حول ماهية الذكاء الاصطناعي في التسويق الرقمي، والاستعانة بالخبراء من الدول الخارجية لنقل المعرفة.
 3. ينبغي للشركات تطوير تطبيقات ومنصات التسويق الرقمي باستخدام أحدث التقنيات الذكية.
 4. ضرورة استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي للتنبؤ بسلوكيات العملاء والمستهلكين.
 5. ضرورة استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في صياغة محتوى محترف لمستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي.
 6. اثناء المكتبات العربية بالشراكة العلمية بين المختصين في مجالي الذكاء الاصطناعي والعاملين في مجال التسويق الرقمي عبر نقل المعرفة التخصصية وتطبيقها.
 7. ينبغي للشركات المختصة بالتسويق تبني فكرة تكوين تصور عن أحدث تقنيات الذكاء الاصطناعي وتحديثه باستمرار، وممارسة تطبيقها في الواقع مع العملاء.
 8. زيادة الأوراق العلمية التي تعني بالدراسات البينية والدمج بين محال الذكاء الاصطناعي والتسويق

المراجع

D.1 & ,Praveen Kumar Thilagavathy .(2021). Artificial Intelligence on overview Nat.

Volatiles & Essent. Oils.9908-9895 الصفحات ، مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال ،

T.2 & ,all Luu .(2021). *Journal of Management Information and Decision*.14-1 الصفحات ،

3. إيهاب خليفة. (2017). للذكاء الاصطناعي تأثيرات تزايد دور التقنيات الذكية في الحياة اليومية للبشر ، اتجاهات الاحداث. ابوظبي: المستقبل للابحاث والدراسات المتقدمة .

- 4.شهد العشي، ضحى بادي. (2021). تحليل البيانات الضخمة من الشبكات الاجتماعية كعامل تمكين. مجلة دراسات المعلومات والتكنولوجيا .
- 5.عليط نصيرة. (31 مارس, 2023). توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي كآلية لتفعيل التسويق الرقمي :عرض لأمثلة وتجارب عالمية . مجلة اقتصاد المال والاعمال ، الصفحات 68-87.
- 6.مي وليد سلامة. (2021). فاعلية استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في التسويق الرقمي عبرمواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر طالب أقسام الاتصال التسويقي في الجامعات السعودية،. المجلة المصرية لبحوث الإعلام .
7. ناجي، إهداء صلاح. (2021). تطبيقات نظم الذكاء الاصطناعي في تحليل المحتوى وعمليات التكشيف:.