

جامعة ميدأوشن

كلية الإدارة

تخصص إدارة الأعمال



أثر استخدام الذكاء الاصطناعي على تحسين تجربة العملاء في قطاع التجزئة دراسة تطبيقية قطاع التجزئة بالمملكة العربية السعودية

إعداد الطالب/

مجدل ناصر رسام القحطاني

٢٤٣٠٠٢٠٥٤

أ.د. / الفیصل عبد الحمید

أ.د. / فايز جراد

العام الدراسي:

2025

جدول المحتويات

٣	مقدمة:
٣	مشكلة الدراسة:
٧	أهمية الدراسة:
٧	أهداف الدراسة:
٩	تساؤلات الدراسة:
١٠	فروض الدراسة:
١١	الدراسات السابقة:
٢١	الفجوة البحثية:
٢١	المنطلقات النظرية للدراسة:
٢٢	المنهجية وطرق البحث:
٢٥	مجتمع الدراسة وعينتها:
٢٥	أدوات جمع البيانات:
٢٦	طرق تحليل البيانات:
٢٧	حدود الدراسة:
٢٩	المراجع :

مقدمة:

يشهد قطاع التجزئة في المملكة العربية السعودية تحولاً جذرياً بفضل دمج تقنيات الذكاء الاصطناعي مما يساهم في تحسين تجربة العملاء وتعزيز كفاءة العمليات التشغيلية و يعتمد تجار التجزئة بشكل متزايد على النظم الخبيرة، والشبكات العصبية، والخوارزميات الجينية، والوكلاء الأذكاء لفهم سلوك العملاء وتقديم تجارب تسوق مخصصة (Patil 2025) و تعمل هذه التقنيات على تحليل بيانات المستهلكين بعمق مما يسمح بتطوير استراتيجيات تسويقية أكثر دقة وفعالية، وبالتالي تحسين مستوى الرضا والولاء للعملاء (Matharoo 2024).

يساعد الذكاء الاصطناعي في تحليل كميات هائلة من بيانات العملاء مما يمكن تجار التجزئة من تقديم تجارب تسوق مخصصة تتماشى مع تفضيلات كل عميل وتعتمد أنظمة التوصية الذكية على الشبكات العصبية العميقة و التي تعمل على تحليل الأنماط السلوكية للمستهلكين والتنبؤ بتفضيلاتهم مما يؤدي إلى تحسين معدلات التحويل وزيادة متوسط قيمة الطلبات (Patil 2025). و تتيح الخوارزميات الجينية تحسين استراتيجيات التوصية من خلال تحليل متغيرات متعددة وتوفير توصيات مخصصة لكل عميل مما يعزز من كفاءة تجربة التسوق (Matharoo 2024).

يساهم الذكاء الاصطناعي أيضاً في تعزيز تفاعل العملاء من خلال استخدام روبوتات المحادثة والوكلاء الأذكاء حيث توفر هذه الأدوات الذكية استجابات فورية لاستفسارات العملاء، مما يحسن من تجربة المستخدم ويقلل من التكاليف التشغيلية (Matharoo 2024). كما يساهم الذكاء الاصطناعي التوليدي في إنشاء محتوى مخصص يتكيف مع احتياجات العملاء مما يعزز من تفاعلهم مع العلامة التجارية ويجعل تجربة التسوق أكثر جاذبية (Patil 2025). بالإضافة إلى ذلك توفر هذه التقنيات

الحديثة تجربة تسوق سلسلة مما يسهم في بناء علاقات أقوى بين العملاء والعلامات التجارية (Carvalho et al 2023).

يعمل الذكاء الاصطناعي أيضًا على تحسين الكفاءة التشغيلية في قطاع التجزئة من خلال إدارة المخزون والتنبؤ بالطلب بكفاءة عالية و تساعد النظم الخبيرة والخوارزميات المتقدمة في تحليل البيانات التاريخية والتنبؤ بالتغيرات المستقبلية مما يضمن توافق مستويات المخزون مع الطلب الفعلي ويقلل من الفاقد ويعزز من جودة الخدمة (Haque et al 2024). كما يسهم الذكاء الاصطناعي في زيادة الربحية من خلال تقليل التكاليف التشغيلية وتحسين عمليات التوريد وإدارة الموارد بكفاءة أكبر (Matharoo 2024). يؤدي ذلك إلى تعزيز استدامة الشركات وقدرتها على المنافسة في سوق التجزئة المتسارع النمو (Patil 2025).

إن تبني تقنيات الذكاء الاصطناعي في قطاع التجزئة بالمملكة العربية السعودية يمثل خطوة أساسية نحو تحسين تجربة العملاء وزيادة الكفاءة التشغيلية. ومع استمرار تطور هذه التقنيات، يصبح من الضروري تطوير استراتيجيات متكاملة تضمن الاستخدام الأمثل لها و مع الحفاظ على العلاقة الإنسانية بين العملاء والعلامات التجارية إن تحقيق هذا التوازن بين التكنولوجيا والتفاعل البشري سيسهم في تحقيق رضا العملاء وتعزيز ولائهم للعلامات التجارية، مما يعزز من استدامة النمو في قطاع التجزئة بالمملكة العربية السعودية (Matharoo 2024).

مشكلة الدراسة:

يشهد قطاع التجزئة في المملكة العربية السعودية تحولاً جوهرياً مدفوعاً بتبني تقنيات الذكاء الاصطناعي التي تهدف إلى تحسين تجربة العملاء وتعزيز الكفاءة التشغيلية و يُعد الذكاء

الاصطناعي أداة قوية لفهم احتياجات العملاء وتقديم تجارب تسوق مخصصة من خلال النظم الخبيرة، والشبكات العصبية، والخوارزميات الجينية، والوكلاء الأذكاء و تسهم هذه التقنيات في تحليل كميات هائلة من البيانات مما يمكّن تجار التجزئة من تقديم توصيات دقيقة وتحسين التفاعل الفوري مع العملاء وإدارة المخزون بكفاءة أعلى وهو ما ينعكس إيجاباً على مستوى الرضا والولاء للعلامة التجارية

على الرغم من التقدم الكبير في تطبيقات الذكاء الاصطناعي في قطاع التجزئة عالمياً لا يزال هناك تباين في مدى تأثير هذه التقنيات على تحسين تجربة العملاء في السياق المحلي و تشير الدراسات السابقة إلى أن الذكاء الاصطناعي يسهم بشكل ملحوظ في تحسين جودة المعلومات المحاسبية كما أوضحت دراسة الغزاوي والربيع (٢٠٢١) التي أثبتت أن الخوارزميات الجينية تعد الأكثر تأثيراً في تحسين دقة البيانات، مما يساهم في دعم عملية اتخاذ القرار في المؤسسات التجارية. في حين وجدت دراسة العنزي والسعود (٢٠٢٠) أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي في قطاع الرعاية الصحية قد عززت الأداء المؤسسي من خلال تحسين العمليات التشغيلية وكفاءة التدريب وزيادة رضا العملاء ومع ذلك لا تزال هناك فجوة بحثية فيما يتعلق بتأثير هذه التقنيات على تجربة العملاء في قطاع التجزئة في المملكة العربية السعودية

أوضحت دراسة حسن وآخرون (٢٠٢١) أن استخدام الذكاء الاصطناعي في المكتبات أدى إلى تحسين الخدمات المقدمة للمستفيدين من خلال البحث الفوري في الفهارس وتقديم خدمات الإعارة باستخدام تقنيات مثل Alexa و Hoopla مما ساهم في تحسين كفاءة العمل وتقديم تجربة استخدام أكثر سلاسة أما دراسة القسايمة وأبو سليم (٢٠٢١) فقد أكدت على أن كفاءة الأنظمة المحاسبية تلعب دوراً وسيطاً في تحسين العلاقة بين الذكاء الاصطناعي وخصائص المعلومات المحاسبية مما يشير إلى أهمية

تكامل التكنولوجيا مع البنية التحتية المؤسسية لضمان تحقيق أقصى استفادة من إمكانيات الذكاء الاصطناعي

أوضحت دراسة المصاروة والسرحان (٢٠٢١) أن الذكاء الاصطناعي يساهم في تحسين الأداء المؤسسي من خلال تعزيز الكفاءة والفعالية لا سيما عند دمج مع رأس المال الفكري بينما أظهرت دراسة عبدالعزيز والعبادي (٢٠٢١) أن تطبيقات الذكاء الاصطناعي مثل النظم الخبيرة والوكلاء الأذكاء تسهم في تحسين جودة التدقيق الداخلي في البنوك التجارية مما يعزز من كفاءة الممارسات المحاسبية والرقابية و أوضحت دراسة الخلايلة والصمادي (٢٠٢١) أن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في الرعاية الصحية أدى إلى تحسين جودة الخدمات المقدمة، إلا أن تقييم التجربة ظل عند مستوى متوسط، مما يعكس تحديات تتعلق بمدى تقبل المستخدمين لهذه التقنيات

تشير الدراسات الحديثة مثل دراسة Patil (2025) إلى أن الذكاء الاصطناعي يحدث تحولاً في قطاع التجزئة من خلال تحسين تجربة العملاء عبر التوصيات الذكية، والمحادثات التفاعلية، وتحليل المشاعر، مما يعزز استراتيجيات تركيز على احتياجات المستهلكين. كما أوضحت دراسة Matharoo (2024) أن الذكاء الاصطناعي التوليدي لا يقتصر على تحسين العمليات الحالية، بل يعيد تشكيل العلاقة بين تجار التجزئة والمستهلكين مما يؤدي إلى زيادة الإيرادات وتحقيق أرباح أعلى و أظهرت دراسة Haque et al. (2024) أن الذكاء الاصطناعي يساهم في تحسين التسويق بالتجزئة من خلال تعزيز الكفاءة التشغيلية وتحليل سلوك العملاء بدقة أكبر. و وجدت دراسة Carvalho et al. (2023) أن بعض العملاء لا يزالون يفضلون التفاعل البشري على التعامل مع الأنظمة الذكية، مما يؤثر تساؤلات حول مدى تقبل العملاء لهذه التقنيات وتأثيرها على ولائهم للعلامات التجارية

تتضح الحاجة إلى دراسة أكثر تفصيلاً حول تأثير استخدام الذكاء الاصطناعي بأبعاده المختلفة على تحسين تجربة العملاء في قطاع التجزئة بالمملكة العربية السعودية. هل يمكن أن تسهم هذه التقنيات في تحسين تجربة العملاء بشكل كامل أم أن هناك تحديات تحد من فعاليتها وتأثيرها؟

أهمية الدراسة:

يشهد قطاع التجزئة في المملكة العربية السعودية تحولاً جوهرياً مدفوعاً بتبني تقنيات الذكاء الاصطناعي، التي تهدف إلى تحسين تجربة العملاء وتعزيز الكفاءة التشغيلية. يُعد الذكاء الاصطناعي أداة قوية لفهم احتياجات العملاء وتقديم تجارب تسوق مخصصة من خلال النظم الخبيرة، والشبكات العصبية، والخوارزميات الجينية، والوكلاء الأذكاء. تسهم هذه التقنيات في تحليل كميات هائلة من البيانات، مما يمكن تجار التجزئة من تقديم توصيات دقيقة، وتحسين التفاعل الفوري مع العملاء، وإدارة المخزون بكفاءة أعلى، وهو ما ينعكس إيجاباً على مستوى الرضا والولاء للعلامة التجارية

الأهمية العلمية:

تساهم هذه الدراسة في سد الفجوة البحثية حول تأثير الذكاء الاصطناعي بأبعاده المختلفة على تجربة العملاء في قطاع التجزئة في المملكة العربية السعودية من خلال تحليل دور النظم الخبيرة في دعم اتخاذ القرار وتعزيز استراتيجيات التسويق وتحليل تأثير الشبكات العصبية على فهم سلوك المستهلكين وتطوير نماذج توصية أكثر دقة كما تسلط الضوء على دور الخوارزميات الجينية في تحسين استراتيجيات التسعير وإدارة العروض الترويجية مما يسهم في تقديم رؤى علمية تدعم تبني استراتيجيات تعتمد على الذكاء الاصطناعي لتحسين تجربة العملاء كما تقدم الدراسة إسهاماً علمياً في تحليل تأثير الوكلاء الأذكاء على تحسين التفاعل بين العملاء وتجار التجزئة وتقديم حلول مبتكرة لتعزيز رضا

العملاء وولائهم مما يسهم في تطوير فهم أعمق لكيفية توظيف الذكاء الاصطناعي في تحسين العمليات التجارية

الأهمية العملية :

توفر هذه الدراسة دليلاً عملياً للشركات العاملة في قطاع التجزئة حول كيفية الاستفادة من تقنيات الذكاء الاصطناعي لتحسين تجربة العملاء وتعزيز الميزة التنافسية تساعد نتائج الدراسة تجار التجزئة في تبني النظم الخبيرة لدعم قرارات التسعير وإدارة المخزون مما يسهم في تقليل التكاليف التشغيلية وتحسين كفاءة العمليات كما توفر الدراسة رؤى عملية حول كيفية استخدام الشبكات العصبية لتحليل بيانات العملاء وتحسين التوصيات الشخصية مما يعزز معدلات التحويل والولاء للعلامة التجارية كما تساهم الدراسة في توضيح كيفية استخدام الخوارزميات الجينية لتحسين عمليات التسعير الديناميكي والتنبؤ بالطلب مما يساعد في تحقيق توازن مثالي بين العرض والطلب كما تساعد الدراسة الشركات في فهم دور الوكلاء الأذكياء في تحسين تجربة العملاء عبر منصات التجارة الإلكترونية والمتاجر الفعلية مما يسهم في تعزيز رضا العملاء وزيادة معدلات التفاعل مع العلامة التجارية

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل أثر استخدام الذكاء الاصطناعي بأبعاده (النظم الخبيرة، الشبكات العصبية، الخوارزميات الجينية، الوكلاء الأذكياء) على تحسين تجربة العملاء في قطاع التجزئة بالمملكة العربية السعودية، من خلال تقييم دور كل بعد من أبعاد الذكاء الاصطناعي في تحسين عناصر تجربة العملاء المختلفة. وتنبتق العديد من الاهداف فرعية :

- تحليل أثر النظم الخبيرة على تحسين تجربة العملاء في قطاع التجزئة بالمملكة العربية السعودية.
- دراسة تأثير الشبكات العصبية على تطوير تجربة العملاء وتعزيز رضاهم في قطاع التجزئة بالمملكة العربية السعودية.
- تقييم دور الخوارزميات الجينية في تحسين تجربة العملاء من خلال تخصيص العروض والخدمات في قطاع التجزئة بالمملكة العربية السعودية.
- استكشاف أثر الوكلاء الأذكاء على رفع مستوى التفاعل مع العملاء وتحسين تجربتهم في قطاع التجزئة بالمملكة العربية السعودية.

تساؤلات الدراسة

السؤال الرئيسي: إلى أي مدى يؤثر استخدام الذكاء الاصطناعي بأبعاده (النظم الخبيرة الشبكات العصبية الخوارزميات الجينية الوكلاء الأذكاء) على تحسين تجربة العملاء في قطاع التجزئة بالمملكة العربية السعودية؟

، وتتفرع منه عدة اهداف فرعية منها :

- كيف يؤثر استخدام النظم الخبيرة على تحسين تجربة العملاء في قطاع التجزئة بالمملكة العربية السعودية؟

- ما مدى تأثير الشبكات العصبية في تطوير تجربة العملاء وتعزيز رضاهم في قطاع التجزئة بالمملكة العربية السعودية؟

— ما دور الخوارزميات الجينية في تحسين تجربة العملاء من خلال تخصيص العروض

والخدمات في قطاع التجزئة بالمملكة العربية السعودية؟

— كيف تسهم الوكلاء الأذكاء في رفع مستوى التفاعل مع العملاء وتحسين تجربتهم في قطاع

التجزئة بالمملكة العربية السعودية؟

فروض الدراسة:

لتحقيق أهداف الدراسة فقد أعتمد على مجموعة من الفرضيات الآتية:

الفرضية الرئيسية الأولى: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لاستخدام

الذكاء الاصطناعي بأبعاده (النظم الخبيرة الشبكات العصبية الخوارزميات الجينية الوكلاء الأذكاء)

على تحسين تجربة العملاء في قطاع التجزئة بالمملكة العربية السعودية. وينبثق من هذه الفرضية

مجموعة من الفرضيات الفرعية التالية:

▪ لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لاستخدام النظم الخبيرة

على تحسين تجربة العملاء في قطاع التجزئة بالمملكة العربية السعودية.

▪ لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لاستخدام الشبكات العصبية

على تطوير تجربة العملاء وتعزيز رضاهم في قطاع التجزئة بالمملكة العربية السعودية.

▪ لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لاستخدام الخوارزميات

الجينية على تحسين تجربة العملاء من خلال تخصيص العروض والخدمات في قطاع التجزئة

بالمملكة العربية السعودية.

- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لاستخدام الوكلاء الأذكاء على رفع مستوى التفاعل مع العملاء وتحسين تجربتهم في قطاع التجزئة بالمملكة العربية السعودية.

الدراسات السابقة:

دراسة (الغزوى والربيع, ٢٠٢١)

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي بأبعاده (النظم الخبيرة، والشبكات العصبية، والخوارزميات الجينية، والوكلاء الأذكاء) على جودة المعلومات المحاسبية في الأردن، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي وتكونت العينة من ٢١٣ محاسبًا قانونيًا. وتوصلت نتائج الدراسة إلى وجود أثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام الذكاء الاصطناعي على جودة المعلومات المحاسبية سواء عند دراسة الأبعاد مجتمعة أو منفردة، حيث تبين أن الخوارزميات الجينية تعد الأكثر تأثيرًا وأوصت الدراسة بضرورة زيادة وعي إدارات الشركات بأهمية توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة المعلومات المحاسبية لدعم عملية اتخاذ القرار.

دراسة (العنزي والسعود, ٢٠٢٠)

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر الذكاء الاصطناعي بأبعاده (العمليات الداخلية، والتدريب والنمو، ورضا المراجعين) على أداء المنظمات في مؤسسة الرعاية الصحية الأولية بدولة قطر، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي وتكونت العينة من ١٣٠ موظفًا وتوصلت نتائج الدراسة إلى وجود أثر ذو دلالة إحصائية للذكاء الاصطناعي على أداء المنظمات حيث ساهم في تحسين العمليات التشغيلية، وزيادة كفاءة التدريب والتطوير، ورفع مستوى رضا العملاء. وأوصت الدراسة بضرورة تعزيز

استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الإدارة والخدمات المؤسسية بهدف تحسين جودة العمليات وتعزيز تجربة العملاء.

دراسة (حسن، وآخرون، ٢٠٢١).

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر برامج وخدمات الذكاء الاصطناعي بأبعاده (البحث في الفهارس، تقديم خدمات الإعارة، البحث عن المعلومات، وتطبيقات الروبوتات في المكتبات) على تطوير خدمات المكتبات في المكتبات المصرية واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي من خلال حصر ورصد برامج وخدمات الذكاء الاصطناعي المتاحة بالإضافة إلى المنهج التجريبي من خلال إعداد نموذج تجريبي لتطبيق Chatbot لتقديم خدمات المكتبات.

وتكونت العينة من أشهر برامج وخدمات الذكاء الاصطناعي المتاحة حتى نهاية عام ٢٠٢٠ دون التقيد بحدود جغرافية وتوصلت نتائج الدراسة إلى اعتماد أغلب المكتبات الأجنبية على برنامج Alexa للبحث في الفهارس، وبرنامج Alexa وخدمة Hoopla لتقديم خدمات الإعارة، بالإضافة إلى ظهور خدمة Watson Discovery التي تساهم في تسهيل البحث عن المعلومات. كما أظهرت النتائج انتشار استخدام الروبوتات في المكتبات العربية والأجنبية لكنها لا تزال مقتصرة على الخدمات البسيطة مثل الترتيب، تعليم الأطفال، استقبال الزوار، والبحث عن المعلومات.

وأوصت الدراسة بضرورة توجيه الاهتمام نحو الذكاء الاصطناعي في المكتبات والاستفادة من خدمات الذكاء الاصطناعي التي تقدمها شركة IBM في المكتبات المصرية كما تبنت الدراسة توصيات الاتحاد الدولي لجمعيات ومؤسسات المكتبات (IFLA) الموجهة إلى الحكومات، منظمات وجمعيات المكتبات، والمكتبات ومراكز المعلومات.

دراسة (القسايمية، و أبو سليم، ٢٠٢١).

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر الذكاء الاصطناعي بأبعاده (النظم الخبيرة، الشبكات العصبية، الخوارزميات الجينية، الوكلاء الأذكاء) على خصائص المعلومات المحاسبية في البنوك التجارية الأردنية، كما هدفت إلى معرفة أثر كفاءة الأنظمة المحاسبية على العلاقة بين الذكاء الاصطناعي وخصائص المعلومات المحاسبية في البنوك التجارية الأردنية.

واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، حيث تم تطوير استبانة لغرض جمع البيانات من البنوك التجارية الأردنية المدرجة في بورصة عمان، والبالغ عددها ١٣ بنكاً، وتم توزيع ١٩٥ استبانة إلكترونياً، واستُرجع منها ١٨٨ استبانة صالحة للتحليل الإحصائي. وتم استخدام برمجية الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) لتحليل البيانات.

وتوصلت نتائج الدراسة إلى وجود أثر ذو دلالة إحصائية للذكاء الاصطناعي على خصائص المعلومات المحاسبية في البنوك التجارية الأردنية، بالإضافة إلى تأثير كفاءة الأنظمة المحاسبية على العلاقة بين الذكاء الاصطناعي وخصائص المعلومات المحاسبية. وأوصت الدراسة بضرورة مواكبة البنوك التجارية الأردنية للتطورات في الذكاء الاصطناعي نظراً لأثره على الخصائص الأساسية والثانوية للمعلومات المحاسبية.

دراسة (المصاروة، و السرحان، ٢٠٢١).

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر الذكاء الاصطناعي بأبعاده (النظم الخبيرة، التعلم الآلي التلقائي، سهولة الاستعمال) على الأداء المؤسسي بأبعاده (الكفاءة، الفعالية) في البنوك التجارية في الأردن، من خلال المتغير الوسيط رأس المال الفكري.

واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي حيث تكون مجتمع الدراسة من جميع العاملين في البنوك التجارية في الأردن، والبالغ عددها ١٦ بنكاً تجارياً واعتمدت الدراسة على العينة الطبقية العشوائية المتناسبة من الإداريين في البنوك التجارية في الأردن (مدير، رئيس قسم، مشرف، إداري) وبلغ حجم العينة ٣٣٨ إدارياً.

وتوصلت نتائج الدراسة إلى وجود أثر ذو دلالة إحصائية للذكاء الاصطناعي بأبعاده على الأداء المؤسسي، ووجود أثر للذكاء الاصطناعي على رأس المال الفكري بالإضافة إلى وجود أثر لرأس المال الفكري على الأداء المؤسسي كما أظهرت النتائج وجود أثر غير مباشر للذكاء الاصطناعي على الأداء المؤسسي من خلال رأس المال الفكري في البنوك التجارية. وأوصت الدراسة بضرورة قيام إدارات البنوك بالاهتمام بالنظم الخبيرة التي يوفرها الذكاء الاصطناعي لاكتساب المعرفة من قواعد البيانات المخزنة لحل المشكلات المختلفة، وتطبيقها لتعزيز الأداء المؤسسي ورأس المال الفكري، مما يساهم في الاستمرارية والمنافسة في بيئة الأعمال المصرفية. كما أوصت بإيجاد أنظمة تعالج الأخطاء المحاسبية بشكل منطقي ومبرمج لرصد أي تلاعب، وإعادة تقييم العمليات الداخلية باستمرار بما يتلاءم مع التغيرات في بيئة العمل، من خلال استخدام التكنولوجيا الحديثة، ونقل المعرفة، وتعزيز البحث والتطوير.

دراسة (عبدالعزيز، و العبادي، ٢٠٢١).

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر تطبيقات الذكاء الاصطناعي بأبعاده (النظم الخبيرة، الشبكات العصبية الاصطناعية، الخوارزميات الجينية، والوكلاء الأذكاء) على جودة التدقيق الداخلي بأبعاده (الأهلية، الموضوعية، وجودة أداء العمل) في البنوك التجارية الأردنية.

واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي لتناسبه مع أغراض البحث، حيث تكون مجتمع الدراسة من جميع البنوك التجارية الأردنية البالغ عددها ١٣ بنكاً، وتم تطبيق المسح الشامل ليصبح حجم العينة مساوياً لمجتمع الدراسة. تم توزيع ١٣٠ استبانة إلكترونياً، بمعدل ١٠ استبانات لكل بنك، وتم استرجاع ١٢١ استبانة، منها ١١٦ استبانة صالحة للتحليل الإحصائي..

وتوصلت نتائج الدراسة إلى ارتفاع مستوى اهتمام المدققين الداخليين في البنوك التجارية الأردنية بتطبيقات الذكاء الاصطناعي حيث أظهرت جميع الأبعاد أهمية نسبية مرتفعة وقد احتل بُعد (النظم الخبيرة) المرتبة الأولى من حيث الأهمية، بينما جاء بُعد (الخوارزميات الجينية) في المرتبة الأخيرة. وأكدت النتائج أن تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي يساهم في تسهيل وإنجاح مهام المدققين الداخليين، بالإضافة إلى مساعدتهم في حل المشكلات ودعم عملية التدقيق الداخلي واتخاذ القرارات المناسبة. وأوصت الدراسة بضرورة زيادة مستوى اهتمام المدققين الداخليين في البنوك التجارية الأردنية بمواكبة التقدم والتطور العلمي والتكنولوجي من خلال تطبيق التكنولوجيا الحديثة والمطورة في العمل، وخاصة تطبيقات الذكاء الاصطناعي لما لها من دور في تحقيق الجودة والكفاءة والفاعلية في مهنة التدقيق الداخلي.

دراسة (الخلايلة، و الصمادي، ٢٠٢١).

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر تطبيقات الذكاء الاصطناعي بأبعاده المختلفة على جودة الرعاية الصحية في مستشفيات وزارة الصحة الأردنية.

واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي حيث قام الباحث بتطوير استبانة مكونة من ٤٠ فقرة، وتم استخدام عينة ملائمة بلغ حجمها ٣٢٩ من العاملين في القطاع الصحي ضمن المسميات الوظيفية (طبيب، ممرض، صيدلي، فني، سجلات طبية).

وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن المتوسط الحسابي العام لمستوى تطبيقات الذكاء الاصطناعي جاء بتقييم متوسط كما كان تقييم مستوى جودة الرعاية الصحية في مستشفيات وزارة الصحة الأردنية متوسطاً أيضاً. كما أظهرت النتائج وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لأبعاد تطبيقات الذكاء الاصطناعي على جودة الرعاية الصحية.

وأوصت الدراسة بضرورة تنظيم برامج تدريبية مستمرة لتطوير وتنمية مهارات العاملين في القطاع الصحي على استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي وتكثيف الدورات التعريفية والتوعوية بأهمية استخدام هذه التطبيقات في تقديم خدمات الرعاية الصحية، وخاصة في مستشفيات القطاع الحكومي نظراً لزيادة عدد المراجعين كما أوصت بأهمية استقصاء آراء المراجعين بعد تقديم الخدمة الصحية لهم لمعرفة درجة رضاهم عن جودة الخدمة، مع ضرورة التزام مستشفيات وزارة الصحة بتحسين سرعة ودقة تقديم الخدمة الصحية في الوقت المحدد والاهتمام أكثر بنظافة المرافق الصحية داخل المستشفيات.

دراسة (Patil, 2025)

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر الذكاء الاصطناعي بأبعاده (التوصيات المخصصة، التحليلات التنبؤية، التفاعل الفوري مع العملاء) على تجربة العملاء في قطاعي التجزئة والتجارة الإلكترونية. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي.

وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن الذكاء الاصطناعي يحدث تحولاً كبيراً في تجربة العملاء من خلال أنظمة التوصية الذكية، المحادثات التفاعلية عبر الشات بوت، وتحليل المشاعر، مما يعزز من استراتيجيات تركيز على العملاء كما تساهم تحليلات الذكاء الاصطناعي التنبؤية في تحسين إدارة المخزون، التنبؤ بالطلب، والتسعير الديناميكي، مما يساعد على تقليل الهدر وزيادة الأرباح. بالإضافة

إلى ذلك يغير الذكاء الاصطناعي طرق تفاعل الشركات مع العملاء من خلال تقنيات التفاعل الفوري، مثل المساعدات الصوتية والبحث المرئي، مما يعزز تجربة التسوق عبر الإنترنت.

وأوصت الدراسة بضرورة تحقيق التوازن بين تخصيص البيانات الشخصية وثقة المستهلكين مع التركيز على الخصوصية والعدالة الخوارزمية لضمان نمو مستدام. كما أوصت بتطوير حلول ذكاء اصطناعي تتسم بالشفافية والأمان و لضمان تجربة تسوق محسنة دون انتهاك خصوصية العملاء، مع تعزيز اعتماد تقنيات مثل الواقع المعزز والتعرف على الصور لتحسين تجربة التسوق الرقمي.

دراسة (Matharoo, 2024)

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر الذكاء الاصطناعي التوليدي بأبعاده (إنشاء المحتوى الجديد، تخصيص تجربة العملاء، تحسين العمليات التشغيلية) على تحول قطاع التجزئة في العصر الرقمي. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي من خلال استعراض تأثير الذكاء الاصطناعي التوليدي على تجربة العملاء، وإدارة العمليات، وتحسين الكفاءة التشغيلية، مستندة إلى بيانات إحصائية تدعم النمو المالي وتقليل التكاليف التشغيلية.

وتكونت العينة من تحليل تطبيقات الذكاء الاصطناعي التوليدي في قطاع التجزئة مع التركيز على استخدام الحلول الذكية مثل الشات بوت المتطور وإدارة المخزون وتحسين أداء الموظفين.

وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن الذكاء الاصطناعي التوليدي لا يقتصر فقط على تحسين العمليات الحالية، بل يعمل على إعادة تشكيل العلاقة بين تجار التجزئة والمستهلكين، من خلال تقديم تجارب أكثر تخصيصًا، وتوقع احتياجات العملاء، وتقليل التكاليف التشغيلية مما يؤدي إلى زيادة الإيرادات وتحقيق أرباح أعلى.

وأوصت الدراسة بضرورة تعزيز استخدام الذكاء الاصطناعي التوليدي في قطاع التجزئة مع التركيز على تحسين تجربة العملاء وتطوير استراتيجيات جديدة لتخصيص الخدمات وتبني حلول مبتكرة لتحسين كفاءة العمليات التشغيلية مما يساعد في تعزيز الربحية وفتح آفاق جديدة لنمو الأعمال في المستقبل.

دراسة (Haque et al., 2024)

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر الذكاء الاصطناعي بأبعاده (تفاعل العملاء، التخصيص، الكفاءة التشغيلية) على قطاع التسويق في التجزئة.

واستخدمت الدراسة المنهج البibliومتري والتحليل المحتوى، حيث تم تحليل ٤٠٤ مقالات منشورة وتم تحليل محتوى ٥٠ مقالاً حديثاً بناءً على مدى صلتها، حداثتها، وتأثيرها في الاستشهادات.

وتكونت العينة من المقالات العلمية والدراسات السابقة التي تناولت الذكاء الاصطناعي في التسويق بالتجزئة، حيث تم تصنيفها وفقاً لمحاور بحثية رئيسية.

وتوصلت نتائج الدراسة إلى تحديد ستة محاور بحثية رئيسية، تشمل: (١) سلوك المستهلك، (٢) الذكاء الاصطناعي في التسويق بالتجزئة، (٣) أداء الأعمال، (٤) الاستدامة، (٥) إدارة سلاسل الإمداد، و(٦) الثقة. كما أكدت النتائج أن الذكاء الاصطناعي يسهم بشكل كبير في تحسين تجربة العملاء، وزيادة كفاءة العمليات التجارية، وتعزيز استراتيجيات التسويق المخصصة.

وأوصت الدراسة بضرورة دمج الذكاء الاصطناعي في استراتيجيات التسويق بالتجزئة وتعزيز البحث في تأثيره على سلوك المستهلك مع التركيز على موضوعات الثقة والاستدامة لضمان نمو مستدام. كما

أوصت بتطوير تطبيقات ذكية تدعم التحليل العميق لبيانات العملاء وتحسن تجربة التسوق الشخصية، مما يساهم في تحسين أداء الأعمال وزيادة ولاء العملاء.

دراسة (Carvalho et al., 2023)

هدفت الدراسة إلى التعرف على تصورات العملاء حول فوائد استخدام الذكاء الاصطناعي بأبعاده (جودة الخدمة المدركة، التخصيص، الثقة في العلامة التجارية) على تجربة العملاء في قطاع التجزئة. واستخدمت الدراسة المنهج الكمي التحليلي حيث تم توزيع استبيان إلكتروني على عينة من عملاء أحد متاجر التجزئة الدولية المعروفة وذلك لفهم تأثير الذكاء الاصطناعي على تجربة العملاء ومدى ارتباطه بالولاء للعلامة التجارية.

وتكونت العينة من عملاء أحد متاجر التجزئة الدولية الذين تم استطلاع آرائهم حول تجربة استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في نقاط البيع وتأثيرها على علاقتهم بالعلامة التجارية. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن فاعلية الذكاء الاصطناعي التي تم قياسها من خلال تجربة العملاء، تؤثر بشكل إيجابي على جودة الخدمة المدركة، مستوى التخصيص، والثقة في العلامة التجارية، مما يساهم في زيادة الالتزام تجاه العلامة التجارية وتعزيز ولاء العملاء كما تم تقييم واعتماد النماذج والمقاييس المستخدمة في الدراسة.

وأوصت الدراسة بضرورة تحسين دمج تقنيات الذكاء الاصطناعي في نقاط البيع بطريقة تعزز تجربة العملاء، مع مراعاة التوازن بين التفاعل البشري والتقنيات الذكية، لضمان رضا العملاء وتعزيز الولاء للعلامة التجارية.

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر الذكاء الاصطناعي بأبعاده (اتخاذ القرارات المبنية على البيانات، تحليل سلوك العملاء، تعزيز تجربة القنوات المتعددة، تحسين استراتيجيات المخزون والتسعير) على تسويق التجزئة.

واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي من خلال مراجعة منهجية للمقالات البحثية والتقارير الصناعية، بهدف استكشاف التأثيرات المتنوعة للذكاء الاصطناعي على مختلف جوانب قطاع التجزئة. وتكونت العينة من دراسات وأبحاث سابقة وتقارير صناعية تناولت تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تسويق التجزئة وتأثيرها على كفاءة العمليات واستراتيجيات التسعير وإدارة المخزون.

وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن الذكاء الاصطناعي يسهم في إحداث تحول جوهري في قطاع التسويق بالتجزئة، من خلال تحسين تفاعل العملاء و تعزيز الكفاءة التشغيلية وتقديم رؤى دقيقة حول سلوك المستهلك مما يمكن الشركات من اتخاذ قرارات استراتيجية أكثر فعالية. كما أظهرت الدراسة أن التكامل بين الذكاء الاصطناعي وعمليات التجزئة أصبح ضرورة استراتيجية للحفاظ على التنافسية. وأوصت الدراسة بضرورة تعزيز تبني تقنيات الذكاء الاصطناعي في قطاع التجزئة، مع التركيز على معالجة التحديات المتعلقة بحماية البيانات، القيود المالية، والبيئة القانونية والأخلاقية المتغيرة. كما أكدت على أهمية الاستثمار المستمر في تطوير قدرات الذكاء الاصطناعي لضمان النجاح المستدام في صناعة التجزئة.

الفجوة البحثية

تتشابه الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في تناولها لأثر الذكاء الاصطناعي على مختلف الجوانب المؤسسية، حيث ركزت العديد من الدراسات على تحليل تأثير الذكاء الاصطناعي على جودة المعلومات المحاسبية، الأداء المؤسسي، جودة التدقيق الداخلي، وتحسين العمليات التشغيلية. كما استخدمت معظم الدراسات المنهج الوصفي التحليلي الذي يعتمد على تحليل البيانات المستمدة من استبيانات موجهة إلى العاملين في القطاعات المستهدفة و تطرقت بعض الدراسات إلى تحليل أبعاد الذكاء الاصطناعي التي تشمل النظم الخبيرة، الشبكات العصبية، الخوارزميات الجينية، والوكلاء الأذكاء، مما يعزز من تقاطع الموضوعات البحثية بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة.

تتميز الدراسة الحالية بتركيزها على قطاع التجزئة في المملكة العربية السعودية بينما تناولت معظم الدراسات السابقة مجالات مختلفة مثل المحاسبة، التدقيق الداخلي، البنوك التجارية، والرعاية الصحية. كما أن بعض الدراسات ركزت على استخدام الذكاء الاصطناعي في العمليات المؤسسية الداخلية أو تحليل جودة البيانات والمعلومات و دون تسليط الضوء بشكل مباشر على تجربة العملاء. أما الدراسة الحالية فتهدف إلى استكشاف العلاقة بين تطبيقات الذكاء الاصطناعي وتحسين تجربة العملاء وهو مجال لم يحظَ بتغطية كافية في الدراسات السابقة كما أن بيئة الدراسة تختلف عن معظم الدراسات التي أجريت في الأردن وقطر، مما يضيف بُعداً جديداً للدراسة الحالية من حيث التطبيق في بيئة الأعمال السعودية التي تشهد تطوراً متسارعاً في اعتماد تقنيات الذكاء الاصطناعي في قطاع التجزئة.

تناولت بعض الدراسات السابقة تأثير الذكاء الاصطناعي من خلال متغيرات مثل كفاءة العمليات، جودة البيانات، وتطوير الخدمات، بينما تركز الدراسة الحالية على تجربة العملاء باعتبارها العامل الأساسي الذي يتم قياس تأثير الذكاء الاصطناعي عليه كما أن بعض الدراسات مثل دراسة Patil

(٢٠٢٥) و Matharoo (٢٠٢٤) قد تناولت تجربة العملاء ولكن من زوايا مختلفة، مثل التسويق الإلكتروني أو تخصيص الخدمات، دون تقديم تحليل معمق لأثر الذكاء الاصطناعي بأبعاده المختلفة على تحسين تجربة العملاء بشكل شامل كما تسعى إليه الدراسة الحالية. ومن ناحية أخرى لم تتناول الدراسات السابقة بشكل تفصيلي كيفية تكامل هذه الأبعاد الأربعة للذكاء الاصطناعي مع الاستراتيجيات التشغيلية في قطاع التجزئة مما يبرز الحاجة إلى دراسة شاملة تربط بين هذه الجوانب المختلفة وتقدم إطاراً تحليلياً يمكن أن يساعد في تحسين تجربة العملاء على نحو أكثر فعالية.

المنطلقات النظرية للدراسة:

- الذكاء الاصطناعي:

اصطلاحاً: يُعرف الذكاء الاصطناعي بأنه مجال من علوم الحاسب يهدف إلى تطوير أنظمة وبرمجيات قادرة على محاكاة الذكاء البشري من خلال التعلم من البيانات، التحليل، واتخاذ القرارات المستقلة، مما يعزز الكفاءة التشغيلية ويوفر حلولاً مبتكرة في مختلف القطاعات (Patil, 2025).

- إجرائياً: يُقاس الذكاء الاصطناعي في هذه الدراسة من خلال مدى تأثير تطبيقاته، المتمثلة في النظم الخبيرة، الشبكات العصبية، الخوارزميات الجينية، والوكلاء الأذكاء، على تحسين العمليات التشغيلية وتطوير تجربة العملاء في قطاع التجزئة بالمملكة العربية السعودية.

- النظم الخبيرة:

اصطلاحًا: تُعرّف النظم الخبيرة على أنها أنظمة حاسوبية تعتمد على قاعدة معرفية متخصصة وخوارزميات استدلالية، مما يمكنها من تقديم استشارات وحلول للمشكلات المعقدة بطريقة تحاكي تفكير الخبراء في مجال معين (عبدالعزیز والعبادي، ٢٠٢١).

إجرائيًا: يتم قياس أثر النظم الخبيرة في هذه الدراسة من خلال مدى قدرتها على تحسين عملية اتخاذ القرار، تقديم توصيات دقيقة، وتحسين كفاءة العمليات التشغيلية في قطاع التجزئة السعودي.

• الشبكات العصبية:

اصطلاحًا: تشير الشبكات العصبية إلى نماذج حسابية مستوحاة من الدماغ البشري، تقوم بمعالجة البيانات وتحليل الأنماط باستخدام التعلم العميق من أجل اتخاذ قرارات دقيقة وتحسين الأداء التشغيلي في مختلف المجالات (القسايمة وأبو سليم، ٢٠٢١).

إجرائيًا: يتم تقييم الشبكات العصبية في هذه الدراسة بناءً على مدى فعاليتها في تحليل سلوك العملاء، تقديم توصيات مخصصة، وتعزيز الاستجابة الذكية في قطاع التجزئة السعودي.

• الخوارزميات الجينية:

اصطلاحًا: تُعرف الخوارزميات الجينية بأنها تقنيات حسابية تعتمد على آليات التطور البيولوجي مثل الانتقاء الطبيعي والطفرات الجينية، وتستخدم لحل المشكلات المعقدة من خلال البحث عن الحلول المثلى وتحسين الكفاءة التشغيلية (الغزاوي والربيع، ٢٠٢١).

إجرائيًا: يُقاس تأثير الخوارزميات الجينية في هذه الدراسة من خلال مدى مساهمتها في تخصيص الخدمات، تحسين استراتيجيات التسعير، وتحسين عمليات البيع بالتجزئة في المملكة العربية السعودية.

• الوكلاء الأذكياء:

اصطلاحًا: يُقصد بالوكلاء الأذكياء أنهم برمجيات قائمة على الذكاء الاصطناعي، تعمل بشكل مستقل لتنفيذ مهام مثل تحليل بيانات العملاء، تقديم التوصيات، والتفاعل مع المستخدمين بطرق ذكية وفقًا لسلوكهم وتفضيلاتهم (Matharoo, 2024).

إجرائيًا: يتم قياس أثر الوكلاء الأذكياء في هذه الدراسة من خلال مدى فعاليتهم في تحسين تجربة العملاء عبر تقديم دعم فوري، تخصيص التوصيات، وتعزيز التفاعل الرقمي في قطاع التجزئة السعودي.

• تحسين تجربة العملاء:

اصطلاحًا: يشير تحسين تجربة العملاء إلى تطوير آليات التفاعل مع العملاء بهدف زيادة رضاهم، تخصيص الخدمات، تقليل وقت الاستجابة، وتعزيز جودة العمليات التشغيلية، مما يؤدي إلى رفع مستوى الولاء للعلامة التجارية (Carvalho et al., 2023).

إجرائيًا: يتم تقييم تحسين تجربة العملاء في هذه الدراسة من خلال مؤشرات مثل رضا العملاء، جودة الخدمة المقدمة، مستوى تخصيص الخدمات، وسرعة الاستجابة في قطاع التجزئة السعودي.

• قطاع التجزئة:

اصطلاحًا: يُعرّف قطاع التجزئة بأنه القطاع الاقتصادي الذي يشمل بيع المنتجات والخدمات مباشرة إلى المستهلكين، سواء عبر المتاجر التقليدية أو المنصات الرقمية وهو أحد القطاعات التي تستفيد من تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تحسين عمليات البيع والخدمة (Haque et al., 2024).

إجرائيًا: يتم قياس قطاع التجزئة في هذه الدراسة بناءً على مدى تبني المتاجر والشركات السعودية لتقنيات الذكاء الاصطناعي بهدف تحسين تجربة العملاء وتعزيز الكفاءة التشغيلية.

المنهجية وطرق البحث:

ستعتمد الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي لقياس أثر استخدام الذكاء الاصطناعي بإبعاده (النظم الخبيرة، والشبكات العصبية، والخوارزميات الجينية، والوكلاء الأذكاء) على تحسين تجربة العملاء في قطاع التجزئة بالمملكة العربية السعودية. سيتم استخدام المنهج الكمي من خلال تصميم استبيان موجه إلى العاملين في قطاع التجزئة، بهدف جمع البيانات وتحليلها إحصائيًا باستخدام النمذجة بالمعادلات الهيكلية (SEM) لقياس العلاقة بين متغيرات الدراسة. كما سيتم دعم التحليل الكمي بمراجعة الدراسات السابقة لفهم تأثير استخدام الذكاء الاصطناعي بإبعاده (النظم الخبيرة، والشبكات العصبية، والخوارزميات الجينية، والوكلاء الأذكاء) على تحسين تجربة العملاء في قطاع التجزئة بالمملكة العربية السعودية.

مجتمع الدراسة وعينتها:

ستتكون مجتمع الدراسة من العاملين في شركات التجزئة بالمملكة العربية السعودية، حيث سيتم التركيز على الموظفين في مختلف المستويات الوظيفية داخل هذه الشركات، بهدف تحليل أثر استخدام الذكاء الاصطناعي بإبعاده (النظم الخبيرة، والشبكات العصبية، والخوارزميات الجينية، والوكلاء الأذكاء) على تحسين تجربة العملاء في قطاع التجزئة بالمملكة العربية السعودية.

أما عينة الدراسة، فسيتم اختيارها باستخدام أسلوب العينة الطبقية العشوائية، بحيث تشمل مجموعة من الموظفين بمختلف الفئات الوظيفية والتخصصات لضمان تمثيل شامل وموضوعي لمجتمع الدراسة. وسيتم تحديد حجم العينة بناءً على الأساليب الإحصائية المناسبة لضمان دقة النتائج وقابليتها للتعميم.

أدوات جمع البيانات:

ستعتمد الدراسة على الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات، حيث سيتم تصميم استبيان محكم لقياس أثر استخدام الذكاء الاصطناعي بأبعاده (النظم الخبيرة، والشبكات العصبية، والخوارزميات الجينية، والوكلاء الأذكاء) على تحسين تجربة العملاء في قطاع التجزئة بالمملكة العربية السعودية. سيتضمن الاستبيان مجموعة من الأسئلة المغلقة والمفتوحة التي تقيس اتجاهات وآراء المشاركين حول أبعاد الذكاء الاصطناعي (النظم الخبيرة، والشبكات العصبية، والخوارزميات الجينية، والوكلاء الأذكاء) على تحسين تجربة العملاء في قطاع التجزئة بالمملكة العربية السعودية. سيتم تحكيم الاستبيان من قبل مختصين في المجال لضمان صدق وثبات الأداة، كما سيتم توزيعه إلكترونياً وورقياً على عينة الدراسة التي سيتم اختيارها وفق العينة الطبقية العشوائية. وسيتم تحليل البيانات باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة للوصول إلى نتائج دقيقة وقابلة للتعميم.

الاساليب الإحصائية المستخدمة:

ستعتمد الدراسة على برنامج SPSS في تحليل البيانات الإحصائية، حيث سيتم استخدام مجموعة من الأساليب الإحصائية المناسبة لاختبار الفرضيات وتحليل أثر استخدام الذكاء الاصطناعي بأبعاده

(النظم الخبيرة، والشبكات العصبية، والخوارزميات الجينية، والوكلاء الأذكاء) على تحسين تجربة العملاء في قطاع التجزئة بالمملكة العربية السعودية.

- **الإحصاء الوصفي:** سيتم استخدام التكرارات، النسب المئوية، المتوسطات الحسابية، والانحراف المعياري لوصف خصائص العينة وتحليل اتجاهات المشاركين.
- **اختبار معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha):** لقياس ثبات وموثوقية الاستبيان والتأكد من دقة أداة القياس.
- **اختبار الانحدار الخطي المتعدد (Multiple Regression Analysis):** لتحليل تأثير المتغيرات.
- **اختبار T للعينات المستقلة (Independent Sample T-test):** للمقارنة بين مجموعات مختلفة في العينة.
- **تحليل التباين الأحادي (ANOVA):** لاختبار الفروق الإحصائية بين المتغيرات وفقاً للخصائص الديموغرافية للمشاركين.
- **اختبار الارتباط بيرسون (Pearson Correlation Test):** لقياس قوة واتجاه العلاقة بين متغيرات الدراسة.

حدود الدراسة:

- **الحدود الموضوعية:** تركز الدراسة على تحليل أثر استخدام الذكاء الاصطناعي بإبعاده (النظم الخبيرة، والشبكات العصبية، والخوارزميات الجينية، والوكلاء الأذكاء) على تحسين تجربة العملاء في قطاع التجزئة بالمملكة العربية السعودية.

- الحدود الزمانية: يتم تطبيق الدراسة خلال الفترة الزمنية ٢٠٢٥م.
- الحدود المكانية: تُجرى الدراسة في شركات التجزئة بالمملكة العربية السعودية.
- الحدود البشرية: تقتصر الدراسة على العاملين في شركات التجزئة، حيث سيتم اختيار عينة من مختلف المستويات الوظيفية لضمان تمثيل شامل لمجتمع الدراسة

المراجع :

حسن، ياسمين أحمد عامر، القلش، أسامة أحمد جمال السيد، و عبدالله، داليا موسى. (٢٠٢١). تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المكتبات المصرية: دراسة تخطيطية (رسالة ماجستير غير منشورة).

جامعة القاهرة، القاهرة. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1199022>

الخليلة، قصي محمد، و الصمادي، زياد محمد علي. (٢٠٢١). أثر تطبيقات الذكاء الاصطناعي على جودة الرعاية الصحية: دراسة تطبيقية على مستشفيات وزارة الصحة الأردنية (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة آل البيت، المفرق. مسترجع من

<http://search.mandumah.com/Record/1253311>

عبدالعزیز، آلاء علاء محمد، و العبادي، إبراهيم يوسف جويفل. (٢٠٢١). أثر تطبيقات الذكاء الاصطناعي على جودة التدقيق الداخلي: دراسة ميدانية على البنوك التجارية الأردنية (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة جرش، جرش. مسترجع من

<http://search.mandumah.com/Record/1242641>

العنزي، سعد حمود سعد الشملاني، و السعود، أنس راتب. (٢٠٢٠). أثر الذكاء الاصطناعي على أداء المنظمات: دراسة حالة مؤسسة الرعاية الصحية الأولية بدولة قطر (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة عمان الأهلية، السلط.

الغزالي، تيماء عبد الحميد أحمد، و الربيع، علاء محمد. (٢٠٢١). أثر استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي على جودة المعلومات المحاسبية من وجهة نظر المحاسبين القانونيين الأردنيين (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة جرش، جرش.

القسايمية، غازي محمد علي سلامة، و أبو سليم، خليل سليمان محمد. (٢٠٢١). أثر الذكاء الاصطناعي في خصائص المعلومات المحاسبية: الدور المعدل لكفاءة الأنظمة المحاسبية في البنوك التجارية الأردنية (رسالة دكتوراه غير منشورة). جامعة العلوم الإسلامية العالمية، عمان. مسترجع من

<http://search.mandumah.com/Record/1222250>

المصاروة، مهند كساب عبدالله، و السرحان، عطا الله بن فهد صياح. (٢٠٢١). أثر الذكاء الاصطناعي في الأداء المؤسسي: متغير وسيط رأس المال الفكري في البنوك التجارية في الأردن (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة آل البيت، المفرق. مسترجع من

<http://search.mandumah.com/Record/1250188>

2. Carvalho, J. M. S., Faria, S., & Oliveira, D. A. de. (2023). Artificial Intelligence Effectiveness in Customer Experience at Retail (pp. 180–199). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-6684-8574-3.ch009>
3. Haque, A., Akther, N., Khan, M. I., Agarwal, K., & Uddin, N. (2024). Artificial Intelligence in Retail Marketing: Research Agenda Based on Bibliometric Reflection and Content Analysis (2000–2023). *Informatics (Basel)*, 11(4), 74. <https://doi.org/10.3390/informatics11040074>
4. Matharoo, S. (2024). Transforming Retail: Elevating Customer Experience and Efficiency with Generative AI Technique. *Asian Journal of Research in Computer Science*, 17(12), 179–184. <https://doi.org/10.9734/ajrcos/2024/v17i12537>
5. Patil, D. (2025). Artificial Intelligence In Retail And E-Commerce: Enhancing Customer Experience Through Personalization, Predictive Analytics, And Real-Time Engagement. <https://doi.org/10.2139/ssrn.5057420>
6. Wang, Z. (2024). The Influence of Artificial Intelligence on Retail Marketing. *Advances in Economics, Management and Political Sciences*. <https://doi.org/10.54254/2754-1169/71/20241443>

Mid–Ocean University

College of Management

Specialization: Business Administration



**The Impact of Artificial Intelligence on Enhancing
Customer Experience in the Retail Sector: An Applied
Study on the Retail Sector in the Kingdom of Saudi
Arabia**

Preparation:

Majdal Nasser Rasam Al–Qahtani

243002054

Supervision:

Dr. Al faisal Abdelhameed Mohamed

Dr. Fayez Ali Jrad

1446 – 2025