

أثر التحول الرقمي على تجربة العميل وتحسين أداء المبيعات في قطاع العقار السعودي في ضوء رؤية المملكة ٢٠٣٠

Prepared by



العنوان

تميّز العنوان باحتوائه على المتغيرات الرئيسية (التحول الرقمي — تجربة العميل — أداء المبيعات) وتحديد القطاع (العقار السعودي) والإطار الاستراتيجي (رؤية ٢٠٣٠) والحالة التطبيقية (سكني — عقار)، مما يمنحه دقة ووضوحاً في تحديد نطاق البحث. غير أنه أخفق في عدة نواحٍ: فهو مفرط الطول مما يُثقل القراءة، كما أن صياغته توحي بوجود متغيرين تابعين منفصلين (تجربة العميل و أداء المبيعات) بينما عاملهما الباحث فعلياً كمحور واحد مدمج في التحليل، وكان الأدق منهجياً أن يكون العنوان "أثر التحول الرقمي على تجربة العميل وأداء المبيعات" دون كلمة "تحسين" التي تفترض مسبقاً نتيجة إيجابية قبل إجراء الدراسة، وهو ما يتعارض مع مبدأ الحياد العلمي.

المستخلص

تميّز المستخلص بشموليته حيث غطّى الهدف والمنهج وحجم العينة والأساليب الإحصائية وأبرز النتائج والتوصيات والكلمات المفتاحية باللغتين العربية والإنجليزية، كما ذكر نتائج رقمية محددة مثل "المتوسط العام (٣.٨٥)" و " $R^2=0.717$ " مما يمنح القارئ صورة كمية واضحة. لكنه أخفق في ذكر نتائج لم تظهر في فصل التحليل، إذ أشار إلى "وجود فروق ذات دلالة إحصائية تُعزى إلى متغيّرات العمر، وسنوات الخبرة، ونوع المنصة المستخدمة، في حين لم تظهر فروق تُعزى إلى النوع أو المؤهل العلمي" (ص٢)، بينما الفصل الرابع لا يتضمن أي اختبار (ت) أو ANOVA يدعم هذه النتائج، مما يعني أن المستخلص يحتوي على نتائج بلا سند تحليلي منشور في متن الرسالة، وهذا خلل جوهري.

تميّزت المقدمة بالتدرّج المنطقي من العام إلى الخاص، فبدأت بالتحول الرقمي كظاهرة عالمية ثم انتقلت إلى أبعاده ثم ربطته بتجربة العميل وأداء المبيعات وصولاً إلى القطاع العقاري السعودي، ودعمت كل فكرة بمرجع علمي مثل Jardak & Ben Hamad (2022) و Masoud & Basahel (2023) و Wengler et al. (2021) غير أنها أخفقت في أن الفقرة الأخيرة منها انتهت بجملة ناقصة: "يُعد من أكثر المداخل فعالية لتحسين أداء المبيعات وتعزيز التنافسية المؤسسية" (ص ٣) دون ذكر المرجع ودون نقطة ختام واضحة، كما أن المقدمة طويلة نسبياً وتتداخل مع ما سيُذكر لاحقاً في الإطار النظري مما يُوقع في التكرار.

مشكلة الدراسة

تميّزت مشكلة الدراسة بقوتها البنائية، فقد دعمها الباحث بأرقام واقعية دقيقة مثل "نسبة تملك بلغت ٦٦.٢% بنهاية عام ٢٠٢٥" و"أكثر من ٤.٦ ملايين مستخدم" و"أكثر من ١٠.٦ آلاف عقد سكني" و"سوق التقنية العقارية الذي بلغت قيمته نحو ٠.٨٦ مليار دولار" (ص٤)، وربط بين المؤشرات الواقعية والفجوة الأكاديمية بطريقة مقنعة، كما أشار إلى مبادرة الهيئة العامة للعقار لتحدي "رقمنة تجربة العميل" كدليل واقعي على وجود المشكلة. لكنه أخفق في عدم توثيق مصادر هذه الأرقام بدقة (أين رابط التقرير الرسمي أو التصريح؟)، كما أن التساؤل الرئيسي الذي انتهت إليه المشكلة طویل جداً ومرکّب بشكل يصعب اختباره إحصائياً كوحدة واحدة.

تميّزت الأهداف بالتفصيل والشمول حيث بلغت اثني عشر هدفاً فرعياً تغطي جميع أبعاد المتغير المستقل في علاقتها بكل من تجربة العميل وأداء المبيعات، مع إدراج هدف خاص باختبار الدور الوسيط وآخر بالفروق الديموغرافية وثالث بتقديم التوصيات. غير أنها أخفقت في أن عدداً من هذه الأهداف لم يُحقّق فعلياً في فصل التحليل: فهدف "الكشف عن الدور الوسيط لتجربة العميل" (ص ٥) لم يُختبر بسبب دمج المتغيرين التابعين، وهدف "تحديد مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية" (ص ٥) لم تُعرض نتائجه في الفصل الرابع، مما يعني أن الأهداف كانت طموحة لكنها تجاوزت ما استطاعت الدراسة تنفيذه فعلياً.

تميّزت أسئلة الدراسة بتطابقها المنطقي مع الأهداف الفرعية وتغطيتها لجميع العلاقات المفترضة بين المتغيرات، وصياغتها بصيغة الاستفهام العلمي المناسب (ما أثر...؟ هل تتوسط...؟ هل توجد فروق...؟). لكنها أخفقت في التكرار الحرفي تقريباً للأهداف بصيغة استفهامية دون أي إضافة مفاهيمية، كما أن السؤال المتعلق بالتوسيط "هل تتوسط تجربة العميل العلاقة بين التحول الرقمي بأبعاده وأداء المبيعات؟" (ص ٦) بقي دون إجابة في التحليل، مما يجعله سؤالاً معلقاً يُضعف البناء المنهجي للرسالة.

تميّزت الفروض بصياغتها الإثباتية الواضحة مع تحديد مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) وتفريعها إلى فرضيتين رئيسيتين وثمانى فرضيات فرعية تغطي أثر كل بُعد على كل من تجربة العميل وأداء المبيعات. غير أنها أخفقت في أن الفرضيات الفرعية من الأولى إلى الرابعة تختبر أثر كل بُعد على "تجربة العميل"، والفرضيات من الخامسة إلى الثامنة تختبر أثر كل بُعد على "أداء المبيعات"، لكن التطبيق الفعلي دمج المتغيرين في محور واحد، مما يعني أن الباحث اختبر فعلياً أربع فرضيات فقط (أثر كل بُعد على المحور المدمج) وليس ثمانية كما زعم. كما أنه لم ترد أي فرضية خاصة بالفروق الديموغرافية رغم وجود سؤال بحثي بشأنها.

تميّز هذا القسم بالتفصيل الكبير والتنوع في أوجه الأهمية، حيث قدّم ست نقاط للأهمية العلمية وتوسع نقاط للأهمية العملية تغطي شريحة واسعة من المستفيدين (وزارة البلديات، الشركة الوطنية للإسكان، شركات التطوير، المستثمرون، الباحثون). لكنه أخفق في المبالغة الواضحة، فادعاء أن الدراسة "تُعد من الأوائل على المستوى الأكاديمي" (ص ٧) دون مسح ببليوغرافي موثّق يدعم هذا الادعاء يُضعف المصداقية، كما أن بعض نقاط الأهمية متداخلة ومتكررة المضمون مثل "دعم صانعي القرار" و"دعم الشركة الوطنية للإسكان" و"توجيه شركات التطوير العقاري" التي يمكن دمجها في نقطة واحدة..

تميّز عرض الدراسات السابقة بتنظيمها في محورين واضحين (المتغير المستقل والمتغير التابع)، وتقديم كل دراسة بمنهجية موحدة (الهدف — المنهج — العينة — النتائج — التوصيات)، مع تنوع جغرافي وقطاعي جيد يشمل دراسات من مصر والسعودية وسوريا والسودان وليبيا وألمانيا والسويد وأمريكا. غير أنه أخفق في عدة نواح: أولاً، غياب أي دراسة سابقة مباشرة في قطاع العقار الرقمي (وهو ما يعترف به الباحث كفجوة لكنه يعني أيضاً ضعف الأساس المقارن)؛ ثانياً، عرض الدراسات بطريقة سردية وصفية دون مقارنة نقدية بينها أو مع الدراسة الحالية في جدول مقارن؛ ثالثاً، بعض الدراسات المُستعرضة ضعيفة الصلة بالموضوع مثل دراسة محمد (٢٠٢٢) عن المكتبات الجامعية ودراسة ماخوس (٢٠٢٣) عن تنشيط المبيعات في شركة اتصالات سورية.

تميّز هذا القسم بأنه من أقوى أجزاء الرسالة، حيث بُني بمنطق تراكمي مُحكم يبدأ بإثبات أن الدراسات السابقة ركّزت على قطاعات أخرى ثم يُضيف غياب التطبيق على المنصات السعودية ثم يُعمّق الفجوة بغياب اختبار التوسيط، ودعم كل ادعاء بمراجع محددة. لكنه أخفق في أن الفجوة التي حددها (اختبار الدور الوسيط لتجربة العميل) لم تُسد فعلياً في التطبيق بسبب دمج المتغيرين التابعين كما ذكر سابقاً، مما يعني أن الباحث حدد الفجوة بدقة لكنه لم يسدها كما وعد.

تميّز هذا المبحث بالعمق والشمول حيث غطّى المفهوم من زوايا متعددة (تقنية، استراتيجية، تنظيمية، تسويقية) واستعرض تعريفات متنوعة من الأدبيات العربية والأجنبية ثم قدّم تعريفاً إجرائياً خاصاً بسياق الدراسة، كما فصّل في الأهمية والأهداف والأبعاد الأربعة والاستراتيجيات بشكل واف. لكنه أخفق في الإسهاب الزائد والتكرار، فكثير من الأفكار المذكورة في المقدمة أُعيد طرحها هنا بالتفصيل ذاته، كما أن غياب أي إشارة إلى نظريات مرجعية كبرى (مثل نظرية الموارد Resource-Based View أو نموذج قبول التكنولوجيا TAM أو نظرية الانتشار لروجرز) يُضعف التأسيس النظري ويجعل المبحث أقرب إلى مراجعة أدبيات منه إلى تأصيل نظري.

تميّز هذا المبحث بتقديم تعريفات متعددة لتجربة العميل وأداء المبيعات مع محاولة ربطهما بالقطاع العقاري، وطرح فكرة العلاقة التكاملية بينهما بشكل مقنع نظرياً حيث كتب: "تحسين تجربة العميل يقود بالضرورة إلى تحسين أداء المبيعات من خلال مسارات متعددة" (ص ٣٦). لكنه أخفق في أنه بعد هذا التأصيل التفصيلي للتمايز المفاهيمي بين المتغيرين، ذهب الباحث إلى دمجهما في محور قياسي واحد، وهو تناقض صارخ بين الإطار النظري والتصميم التطبيقي. كما أن المبحث يفتقر إلى استعراض نماذج قياس تجربة العميل المعروفة عالمياً مثل نموذج (Schmitt 1999) أو نموذج (Verhoef et al. 2009) التي كان يمكن أن تُغني الإطار النظري.

تميّز هذا الفصل بالدقة في عرض جدول توزيع الاستبانات (٤٥٠ موزعة — ٤٢٨ مستردة — ٤١٤ صالحة)، وتفصيل محاور الاستبانة وأرقام فقراتها، وعرض نتائج ألفا كرونباخ المرتفعة (٠.٩٣٧ للأداة ككل)، ومصفوفة ارتباط بيرسون التي أظهرت علاقات دالة بين جميع المتغيرات. غير أنه أخفق في غياب قسم الصدق البنائي (التحليل العاملي التوكيدي (CFA) الذي ذكر في المنهجية الأولية (ص ١٨) لكنه لم يُنفذ، وفي عدم عرض نتائج اختبار التوزيع الطبيعي (K-S واختبارات VIF وTolerance التي وعد بها. كما أن وصف الصدق الظاهري ذكر أن "أدمجت فقرتان متشابهتان في واحدة، ليستقرّ العدد النهائي عند ٢٦ فقرة" (ص ٤١) دون توضيح أي فقرتين دُمجتا ومن أي بُعد، مما يُضعف الشفافية المنهجية.

تميّز هذا القسم بتقديم جدول تكراري شامل لجميع المتغيرات الديموغرافية الخمسة مع نسب مئوية واضحة وتفسير منطقي مثل: "الذكور يشكّلون الغالبية بنسبة (٦٠.٦%) وهو أمر يتّسق مع طبيعة السوق العقاري السعودي" (ص ٤٤). غير أنه أخفق في غياب متغير المنطقة الجغرافية رغم أن الباحث ذكر في المنهجية أنه سيراى "التوزيع الجغرافي (المنطقة الوسطى، الغربية، الشرقية، الجنوبية، الشمالية)" (ص ٣٩)، فأين هذا التوزيع في التحليل الفعلي؟ كما أن فئة "كلتا المنصتين" (١٨.١%) تطرح تساؤلاً: هل استجابات هؤلاء كانت عن تجربتهم الإجمالية أم عن إحدى المنصتين تحديداً؟ لم يوضّح الباحث ذلك.

تميّز بنتائج قوية إحصائياً: $R^2 = 0.717$ يعني أن ٧١.٧% من التباين مُفسَّر، وقيمة $F = 259.374$ دالة عند ، وجميع الأبعاد الأربعة دالة إحصائياً. غير أنه أخفق في عدة أمور: أولاً، لم تُعرض قيم Beta المعيارية (Standardized Coefficients) التي تُتيح المقارنة بين الأبعاد بشكل أدق، واكتُفي بمعاملات B غير المعيارية. ثانياً، لم تُذكر قيم VIF للتأكد من عدم وجود ازدواج خطي رغم الوعد بذلك. ثالثاً، الفرضية نصّت على "تجربة العميل" و"أداء المبيعات" كمتغيرين لكن الاختبار أُجري على محور مدمج واحد.

تميّز هذا الفصل بمحاولة ربط كل نتيجة بالدراسات السابقة المُستعرضة سابقاً مثل ربط نتيجة الذكاء الاصطناعي بدراسة (Rajan (2023 وربط نتيجة التكامل الرقمي بدراسة (Alonge et al. (2021 كما قدّم تفسيراً مثيراً للانتباه حول كون الأمن السيبراني "يعمل بمنطق الوقاية لا الإثراء" (ص ٥٣). غير أنه أخفق في عدم مناقشة القيود والمحددات (Limitations) التي واجهت الدراسة، فلم يُشر الباحث إلى أن الدور الوسيط لم يُختبر، ولم يعترف بأي قصور منهجي، وهو أمر غير مقبول أكاديمياً حيث يُتوقع من الباحث الإقرار بحدود دراسته بشفافية..

تميّزت التوصيات بكونها عملية ومحددة وقابلة للتنفيذ مثل "تطوير محرّكات توصية عقارية ذكية" و"بناء نماذج تقييم آلي لأسعار العقارات" و"إطلاق برامج تأهيل رقمي للفئات العمرية الأكبر" (ص ٥٤)، وارتباطها المباشر بالنتائج المُستخلصة. غير أنها أخفقت في غياب كامل للتوصيات البحثية والأكاديمية الموجهة للباحثين المستقبليين، مثل اقتراح دراسات تفصل بين المتغيرين التابعين أو دراسات طولية أو نوعية تُكمّل القصور في هذه الدراسة. كما أن التوصية بـ"تعاون بين المنصات عبر" (Open APIs ص ٥٥) طموحة لكنها لا ترتبط مباشرة بنتيجة إحصائية محددة في الدراسة.

تميّزت بتنوعها بين (٢٣) مرجعاً عربياً و(١٢) مرجعاً أجنبياً، وحداثة معظمها (٢٠٢١-٢٠٢٥)، وتوثيقها وفق نمط APA مقبول مع ذكر روابط قاعدة دار المنظومة. غير أنها أخفقت في تكرار مرجع "السواط والحربي (٢٠٢٢)" مرتين (ص ٥٧ وص ٥٨)، وخلوها من أي مرجع متخصص في قطاع التقنية العقارية (PropTech) رغم أن الباحث كرّس فقرة نظرية كاملة لهذا المفهوم (ص ١٥-١٦)، مما يعني أنه تحدث عن PropTech دون الاستناد إلى أدبياته المتخصصة. كما أن بعض المراجع الأجنبية هي من مجلات ومؤتمرات ذات تأثير محدود مثل Jurnal Ekonomi Teknologi dan Bisnis.



Thank You