

دراسة قضية بحثية بعنوان:

أثر تفعيل الذكاء الاصطناعي التسويقي في دعم التكلفة
والتميز كأحد آليات الميزة التنافسية المستدامة

الباحث: منيف السبيعي

241002459

دكتوراه تقنية معلومات – قضايا بحثية 2 - الفصل الثاني

بإشراف: د. دعاء محمد

يوليو 2025

التكليف السادس



عنوان الرسالة

عنوان الرسالة:

الرسالة بعنوان:

أثر تفعيل الذكاء الاصطناعي التسويقي في دعم التكلفة
والتمايز كأحد آليات الميزة التنافسية المستدامة.

مجلة 4 عدد 8 يناير (2024)

مجلة المعهد العالي للدراسات النوعية

أثر تفعيل الذكاء الاصطناعي التسويقي في دعم التكلفة والتمايز كأحد
آليات الميزة التنافسية المستدامة

The impact of activating marketing artificial intelligence in
supporting cost and differentiation as one of the
mechanisms for sustainable

دكتورة/ إنتصار طة عبد الوهاب¹

entsartaha99@gmail.com

الأساليب الإحصائية

الأساليب الإحصائية:

استخدمت الباحثة تحليلًا إحصائيًا لتحديد العلاقة بين متغيرات الدراسة حيث تضمن ذلك قياس التأثير المباشر للذكاء الاصطناعي على تخفيض التكاليف ودعم التمايز. اعتمدت الباحثة على الاستبيان لجمع البيانات الأولية عبر استمارة استقصاء إلكترونية وزعت على عينة من عملاء التسويق الإلكتروني في مصر، كما استخدمت الباحثة أدوات إحصائية لتحليل الاستجابات، مثل التحليل الوصفي، تحليل الارتباط، التحليل الانحداري. و توصلت الباحثة إلى وجود تأثير إيجابي ومعنوي للذكاء الاصطناعي على تخفيض التكاليف (مثل استبعاد الأنشطة غير الفعالة) ودعم التمايز (مثل توفير معلومات دقيقة).

الأساليب النوعية

الأساليب النوعية:

قامت الباحثة بمراجعة شاملة للدراسات السابقة لتأصيل الإطار النظري، مع التركيز على تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التسويق وإدارة التكاليف. كما حلت الأدوار المختلفة لتقنيات الذكاء الاصطناعي في دعم الميزة التنافسية، مع تقديم أمثلة تطبيقية. استخلصت الباحثة توصيات بناءً على النتائج، مثل ضرورة زيادة وعي المنشآت بأهمية الذكاء الاصطناعي وتدريبه في كليات التجارة.

الأساليب النوعية (نقاط إيجابية) :

و بشكل عام، نجحت الباحثة بالجمع بين التحليل الإحصائي والتحليل النظري مما عزز مصداقية النتائج. شملت العينة عملاء من بيئة الأعمال المصرية، مما يعزز قابلية تعميم النتائج محليًا. كما قدمت الدراسة توصيات قابلة للتطبيق، مثل عقد دورات تدريبية حول الذكاء الاصطناعي.

الأساليب النوعية (نقاط سلبية) :

اقتصار العينة على عملاء التسويق الإلكتروني في مصر، مما قد يحد من تعميم النتائج على سياقات أخرى. و أيضاً غياب بعض الأدوات الإحصائية المتقدمة مثل تحليل العوامل أو النمذجة الهيكلية، والتي كانت ستضيف عمقاً أكبر للتحليل.

و مع ذلك أرى أن الدراسة قدمت تحليلاً متوازناً بين المنهجين الكمي والنوعي، مع تركيز قوي على التطبيقات العملية.

ملاءمة الأساليب للتحليل

ملاءمة الأساليب للتحليل:

الأساليب المستخدمة ملائمة للإجابة على أسئلة البحث، لكنها تحتاج إلى تعزيز التحليل الإحصائي بأدوات أكثر تقدمًا، و زيادة حجم العينة وتنويعها، و كذلك دعم النتائج النوعية بأمثلة تطبيقية أو مقابلات.

وضوح الخطوات

وضوح الخطوات:

الدراسة واضحة في شكل عام و اتبعت منهجية علمية، لكن بعض التفاصيل الفنية تحتاج إلى مزيد من التوضيح لضمان الشفافية والثقة في النتائج فمثلاً لم تذكر خطوات تصميم الاستبيان و كذلك لم يذكر ما إذا كانت هناك قيود أو تحيزات محتملة في البيانات.

طرق جمع البيانات و كيفية التنفيذ

طرق جمع البيانات و كيفية التنفيذ:

كما ذكرت في التكليف السابق، اعتمدت الباحثة على عدة مصادر لجمع البيانات منها استمارة استقصاء إلكترونية و المراجع العلمية و كذلك الدوريات والمواقع الإلكترونية كما جمعت البيانات من المؤتمرات و الدراسات السابقة و أيضاً رسائل الماجستير والدكتوراه المنشورة. تم جمع البيانات في هذه الرسالة من خلال استبانة إلكترونية، إجراء دراسة استطلاعية أولية. و لكنها لم تحدد الجدول الزمني لكل مرحلة و لم توثق إجراءات مراقبة جودة البيانات مثل اختبار الصدق والثبات إحصائياً.

المراجع:

chrome- ❖
extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://journals.ekb.eg/article
_350231_04614d9f91630abb1236058fbed4fb55.pdf



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You

