

تحليل مشكلة الدراسة والفجوة البحثية

إشراف: أ.د. طارق نائل هاشم
إعداد الباحث: مساعد سليمان الحزامي



نظرة عامة على الورقة المُحلّلة

عنوان الدراسة:

Does AI-Driven Personalisation Create Sustainable Consumer Behaviour:

Moderating Role of Level of Digital Awareness

أثر التخصيص المعتمد على الذكاء الاصطناعي في تعزيز السلوك الاستهلاكي المستدام: الدور المعدّل لمستوى الوعي الرقمي

الباحثون:

Hashem, T.N., Jaradat, N.M.S., Adili, A.N.B., & Ahmad, A.

المجلة:

World Journal of Science, Technology and Sustainable Development (WJSTSD)

Vol. 21, No. 1-2, 2026, pp. 13-30

DOI: 10.47556/J.WJSTSD.21.1-2.2026.2

المشكلة البحثية — الظاهرة والسياق

تسعى الدراسة إلى الإجابة عن تساؤل مركزي: هل يُسهم الذكاء الاصطناعي في تشكيل استهلاك مستدام؟

الظاهرة المُدرسة:

- تصاعد تطبيقات التخصيص القائم على الذكاء الاصطناعي (AI-Driven Personalisation) في منصات التجارة الإلكترونية
- التساؤل حول ما إذا كانت هذه التقنية تُعزز السلوك الاستهلاكي المستدام أم تزيده استهلاكاً

السياق والعينة:

- المنطقة الجغرافية: الشرق الأوسط وشمال أفريقيا (MENA)
- حجم العينة: 463 مستجيباً من مستخدمي منصات رقمية
- المنهجية: بحث كمي — استبانة إلكترونية — تحليل SPSS

تقييم وضوح صياغة مشكلة الدراسة

نقاط القوة في الصياغة:

- تحديد واضح للمتغيرات: التخصيص الذكي (مستقل) ← السلوك المستدام (تابع) ← الوعي الرقمي (منظّم)
- الفرضيتان (1H, 2H) قابلتان للقياس والاختبار الإحصائي بدقة
- 1H دعمتها النتائج ($R=0.835$, $R^2=0.697$) مما يعكس ارتباطاً مرتفعاً

ملاحظات تتعلق بالصياغة:

- غياب النطاق الزمني عن صياغة المشكلة يُضعف حدودها البحثية
- مفهوم "السلوك الاستهلاكي المستدام" لم يُحدّد بدقة في إطار المشكلة
- الاقتصار على بيئة MENA يُقيّد إمكانية تعميم النتائج

الفجوة البحثية — التحديد والتقييم

ما حددته الدراسة من فجوة بحثية:

- ندرة الدراسات التي ربطت التخصيص القائم على AI بالسلوك الاستهلاكي المستدام تحديداً
- غياب اختبار الوعي الرقمي كمتغير منظم في هذه العلاقة
- قلة البحوث التي تناولت سياق MENA الرقمي في مجال الاستدامة

تقييم نقدي للفجوة:

- الفجوة حقيقية ومُعَللة بالأدبيات، مما يمنح الدراسة مشروعيتها العلمية
- التأثير التفاعلي للوعي الرقمي ($R^2 = 0.6\%$) محدود عملياً رغم دلالاته الإحصائية ($p = 0.004$)
- الفجوة الجغرافية (MENA) وحدها لا ترقى لمبرر كافٍ — الحاجة إلى إسهام نظري أعمق

نقاط قوة الدراسة:

- موضوع معاصر يجمع بين الذكاء الاصطناعي والاستدامة في تكامل نظري متماسك
- اختيار متغير منظم مبتكر (الوعي الرقمي) يفتح مساراً بحثياً جديداً
- منهجية كمية صارمة مع عينة موسعة (463 مشاركاً)

مقترحات لتعزيز الدراسة:

- تعريف إجرائي أوضح للسلوك الاستهلاكي المستدام قبل قياسه
- توسيع نطاق الدراسة الجغرافي لرفع مستوى التعميم
- دراسة مستقبلية تختبر المتغيرات الوسيطة الأخرى كالثقة بالتقنية والوعي البيئي

المراجع الرئيسي للورقة المُحلّلة:

Hashem, T.N., Jaradat, N.M.S., Adili, A.N.B., & Ahmad, A. (2026).

Does AI-Driven Personalisation Create Sustainable Consumer Behaviour:

Moderating Role of Level of Digital Awareness.

World Journal of Science, Technology and Sustainable Development (WJSTSD),

Vol. 21, No. 1-2, pp. 13-30.

<https://doi.org/10.47556/J.WJSTSD.21.1-2.2026.2>



Thank You