

التكليف ٨ دراسات نقدية ٢

الباحث / محمد عبدالعزيز بنتن



رسالة ماجستير بعنوان:

اثر تقنيات الذكاء الاصطناعي على الابتكار التسويقي
دراسة تطبيقية على شركة موبايلي بالمملكة العربية السعودية

الرابط :

<https://journals.ajsrp.com/index.php/jhss/article/view/8210>

ملائمة الأساليب الإحصائية في البحث العلمي

تُعد ملائمة الأساليب الإحصائية في البحث العلمي من العناصر الأساسية التي تعكس جودة وموثوقية نتائج الدراسة. فاختيار التحليل الإحصائي المناسب يجب أن يكون منسجماً مع طبيعة البيانات وأهداف البحث وأسئلته، سواء كانت البيانات كمية أو نوعية. كما أن تطبيق الأساليب بشكل علمي سليم يسهم في تفسير النتائج بدقة، ويُعزز من مصداقية الاستنتاجات التي يقدمها الباحث. ومن هنا تبرز أهمية تقييم مدى توافق هذه الأساليب مع منهجية البحث لضمان تحقيق أهدافه بشكل فعال.

١- هل تم اختيار الأساليب الإحصائية بشكل مناسب لتحقيق اهداف البحث ؟

- نعم تم اختيار الأساليب الإحصائية المتوافقة مع اهداف البحث وفرضياته ، استخدم الباحث اختبار معامل الثبات الفا كرو نباخ للتعرف على ثبات مكونات الدراسة .
- كما تم استخدام معامل بيرسون للتعرف على الصدق الداخلي لفقرات الاستبانة والصدق البنائي لأبعاد ومحاور الدراسة .
- تم استخدام بعض مقاييس النزعة المركزية والتشتت لإيجاد الإحصاء الوصفي لمحاور الدراسة
- تم استخدام اختبار الانحدار الخطي البسيط للتعرف على اثر استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي والابتكار التسويقي .

ويتضح ذلك من خلال :

الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

- اختبار معامل الثبات ألفا كرو نباخ للتعرف على ثبات مكونات الدراسة.
- اختبار معامل ارتباط بيرسون للتعرف على الصدق الداخلي لفقرات الاستبانة والصدق البنائي لأبعاد ومجاور الدراسة.
- استخدام بعض مقاييس التشتت والنزعة المركزية لإيجاد الاحصاء الوصفي لمجاور الدراسة.
- استخدام اختبار الانحدار الخطي البسيط للتعرف على أثر استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي على الابتكار التسويقي وأبعاده في شركة موبايلى.

- ومن ذلك يتضح ان الأساليب الإحصائية المختارة كانت مناسبة تماماً لطبيعة البيانات واسئلة البحث وتم تطبيقها بطرق منظمة

الجدول (1) التحليل الوصفي للمحور الأول: استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بشركة موبايلى

الرقم	المحور الأول: استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في شركة موبايلى	التباين	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	درجة الارتباط
1	تعتمد الشركة على روبوتات الدردشة الآلية للإجابة على الاستفسارات وتقديم الدعم للعملاء (خدمة المساعد الافتراضي)	.237	.486	4.65	93%	مرتفعة جداً
2	تطبق الشركة تقنية التعلم الآلي لتحليل معلومات العملاء والبحث عن عملاء محتملين	.245	.495	4.61	92,2%	مرتفعة جداً
3	تتبع الشركة تقنية تحليل شبكات التواصل الاجتماعي لفهم سلوك العملاء وقياس مدى انتشار العلامة التجارية	.237	.486	4.65	93%	مرتفعة جداً
4	تعتمد الشركة على تقنية نظم الوكيل الذكي لاستقبال ملاحظات وطلبات العملاء فيما يخص جودة المنتجات والخدمات المقدمة	.452	.672	4.42	88,4%	مرتفعة جداً
5	تستخدم الشركة تقنية تحليل البيانات الضخمة لتحسين تجربة العميل والتعرف على احتياجاته	.256	.506	4.55	91%	مرتفعة جداً
6	تعتمد الشركة على تقنية العروض الموجهة عن طريق تحليل نشاط العميل وتقديم إعلانات ذات علاقة باهتمامه	.237	.486	4.65	93%	مرتفعة جداً
7	تطبق الشركة تقنية توصية وتخصيص المحتوى لتقديم اقتراحات وتوصيات بالمنتجات والخدمات التي تتوافق مع احتياجات العملاء	.389	.624	4.45	89%	مرتفعة جداً
8	تمكّن تقنية الخوارزميات الجينية للشركة إيجاد أفضل الحلول والبدائل من بين الحلول والبدائل المتاحة في تصميم المنتجات	.512	.715	4.39	87,8%	مرتفعة جداً

٢- هل تم تحديد نوع البيانات المستخدمة وهل يتناسب نوع التحليل معها؟

- تم تحديد نوع البيانات بأنها كمية وتم جمعها عبر استبانة علمية تم توزيعها على مجتمع الدراسة وهم موظفو شركة موبايلى
 - وتم اختيار التحليل الكمي ليتناسب مع قياس التأثيرات والعلاقات بين المتغيرات و تحليل الفرضيات باستخدام أدوات إحصائية كمية فقط
- ويتضح ذلك من خلال :

منهج ومجتمع الدراسة:

اعتمدت الدراسة على منهج دراسة الحالة وذلك للتطبيق على شركة موبايلى بمدينة مكة المكرمة في المملكة العربية السعودية، حيث اقتصرت الدراسة على الفروع الرئيسية الثلاثة للشركة، وتم جمع البيانات من خلال أداة الاستبانة العلمية التي تم توزيعها على مجتمع الدراسة الذي بلغ 30 موظف، وتمت الإجابة على الاستبانة من قبل جميع أفراد عينة الدراسة، كما تم التأكد من صلاحية الاستبانة للتحليل والبالغ عددها (30) استبانة ، بالإضافة إلى استخدام منهج تحليل المحتوى لملائمته لأهداف الدراسة وإمكانية تحليل ودراسة الموضوعات والأدبيات السابقة والممارسات ذات الصلة بموضوع الدراسة والاستفادة منها في إعداد نموذج مقترح لكيفية استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في الابتكار التسويقي.

٣- هل تم استخدام الإحصاءات الوصفية والاستدلالية بشكل سليم للبيانات الكمية؟

- نعم تم استخدام الإحصاءات الوصفية المتوسط الحسابي ، الانحراف المعياري ، والتكرارات
- تم استخدام الإحصاءات الاستدلالية معامل ارتباط بيرسون والانحدار الخطي البسيط والمتعدد
- اختبار الدلالة الإحصائية لتحديد الفرضيات المقبولة .

فرضيات الدراسة:

الفرضية الرئيسية الأولى: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0,05 لتقنيات الذكاء الاصطناعي على الابتكار التسويقي في شركة موباي.

ويتفرع من هذه الفرضية الرئيسية عدة فرضيات فرعية تتمثل في الآتي:

1. يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0,05 لتقنيات الذكاء الاصطناعي على الابتكار التسويقي في المنتج في شركة موباي.
2. يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0,05 لتقنيات الذكاء الاصطناعي على الابتكار التسويقي في السعر في شركة موباي.
3. يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0,05 لتقنيات الذكاء الاصطناعي على الابتكار التسويقي في التوزيع في شركة موباي.
4. يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0,05 لتقنيات الذكاء الاصطناعي على الابتكار التسويقي في الترويج في شركة موباي.
5. يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0,05 لتقنيات الذكاء الاصطناعي على الابتكار التسويقي في المورد البشري في شركة موباي.
6. يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0,05 لتقنيات الذكاء الاصطناعي على الابتكار التسويقي في المحيط المادي في شركة موباي.
7. يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0,05 لتقنيات الذكاء الاصطناعي على الابتكار التسويقي في عملية تقديم الخدمة.

الفرضية الرئيسية الثانية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0,05 لتقنيات الذكاء الاصطناعي على الابتكار التسويقي في شركة موباي

ويتضح ذلك من خلال :

٤- هل تم استخدام التحليل النوعي بشكل مناسب اذا كانت البيانات نوعية ؟

- الدراسة لم تستخدم بيانات نوعية بل اعتمدت كلياً على المنهج الكمي الوصفي التحليلي وأدوات جمع كمية (الاستبانة)



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You

