

دراسات نقدية ٣ – تكليف ١٠

إعداد

عاطف عبدالله بخاري
242000399



النقد العلمي الشامل لرسالة بعنوان " اثر استخدام الذكاء الاصطناعي على تعزيز ولاء العملاء في قطاع التجزئة بالمملكة العربية السعودية"

يوسف بخاري

2025



النقد العلمي الايجابي

يتميز هذا البحث بعدة نقاط قوة أكاديمية وعملية تؤهله ليكون مرجعًا مهمًا في مجال دراسة أثر الذكاء الاصطناعي على ولاء العملاء في قطاع التجزئة بالمملكة العربية السعودية. من أبرز الجوانب الإيجابية ما يلي:

1. الارتباط الوثيق برؤية السعودية 2030

يرتبط موضوع الدراسة ارتباطًا مباشرًا بأهداف رؤية المملكة 2030، من حيث التحول الرقمي والاعتماد على الابتكار والتكنولوجيا الحديثة، وهو ما يُضفي أهمية استراتيجية على نتائج البحث.

2. إطار نظري شامل وثيري

اعتمد الباحث على مجموعة من النظريات المتنوعة التي تشكل قاعدة صلبة لتحليل الظاهرة المدروسة، ومن أبرزها:

- نموذج تقبل التكنولوجيا (TAM)
 - نظرية انتشار الابتكار (DOI)
 - نظرية رضا العملاء
 - نظرية التسويق المعتمد على البيانات
- هذا التنوع يعزز من عمق التحليل ويمنح الدراسة قوة تفسيرية واضحة.

3. استخدام أدوات إحصائية دقيقة

شملت أدوات التحليل الإحصائي كلاً من:

- تحليل الارتباط (Pearson)

- الانحدار الخطي

- تحليل الثبات (كرونباخ ألفا)

- التحليل العائلي (PCA)

وهذه الأدوات مناسبة تماماً لنوع البحث وتدعم الفرضيات بطريقة علمية رصينة.

4. تصميم استبيان جيد وذو مصداقية

تم تصميم الاستبيان وفق أسس علمية سليمة، وتم اختباره تجريبيًا لضمان الصدق والثبات، واعتمد على مقياس ليكرت الخماسي، مما يتيح إمكانية التحليل الكمي بشكل فعال.

5. عرض منظم وتسلسل منطقي

اتسمت فصول البحث بالترتيب المنطقي من تحديد المشكلة إلى التحليل ثم التوصيات، مما يجعل الدراسة سهلة التتبع وفهم السياق العام.

النقد العلمي السلبي

على الرغم من الإيجابيات، إلا أن هناك مجموعة من الملاحظات التي تستوجب التحسين لضمان تكاملية البحث ورفع مستواه الأكاديمي، ومنها:

1. تكرار وتطويل غير مبرر

ظهر تكرار كبير في صياغة المشكلة والأهداف والأسئلة، مما أدى إلى إطالة غير ضرورية دون إضافة قيمة تحليلية جديدة. كان من الممكن التركيز والاختصار دون المساس بالمعنى.

2. ضعف في الجانب النوعي

ركز البحث حصرياً على الجانب الكمي (استبيان وتحليل رقمي) دون دمج أدوات نوعية مثل المقابلات أو تحليل المحتوى، والتي كانت ستثري النتائج وتُفسر دوافع المستهلكين بعمق عاطفي وسلوكي.

3. غياب المقارنة المرجعية Benchmarking

لم يقوم الباحث بإجراء مقارنة مع تجارب دولية أو خليجية مماثلة، مثل الإمارات أو سنغافورة، والتي قد توفر دروسًا تطبيقية لتحسين ممارسات القطاع المحلي.

4. عدم تطوير نموذج تطبيقي واقعي

رغم النتائج المهمة، لم يقوم الباحث بتقديم نموذج عملي أو إطار استراتيجي تطبيقي يمكن أن تستفيد منه الشركات أو صناع القرار بشكل مباشر.

5. الافتقار لتحليل العوائق الفعلية

لم يتم تحليل التحديات الواقعية التي قد تواجه التجار عند تبني تقنيات الذكاء الاصطناعي مثل:

- محدودية الميزانيات
 - ضعف الوعي الرقمي
 - قضايا الخصوصية والثقة
- كل هذه عوامل يجب تناولها ضمن إطار واقعي عند الحديث عن التبني التكنولوجي.

مقترحات للتحسين

1. دمج تحليل نوعي Qualitative Complement

إجراء مقابلات نصف مهيكلية مع مديري التسويق وخبراء تجزئة لتفسير النتائج الرقمية وربطها بسياق عملي ملموس.

2. بناء نموذج تطبيقي محلي

اقترح نموذج ولاء مدعوم بالذكاء الاصطناعي مكوّن من مراحل: جمع البيانات – التخصيص – التفاعل – القياس – التطوير ، لتطبيقه في البيئة السعودية.

3. توسيع الدراسة لتشمل عينة أكبر وأكثر تنوعًا

زيادة العينة من حيث التوزيع الجغرافي والعمرى والاجتماعي، مع إشراك شرائح غير حضرية وذات وعي تكنولوجي منخفض.

4. إضافة مقارنة مرجعية Benchmark

مقارنة ما توصل إليه البحث مع تجارب دول مثل الإمارات وكوريا الجنوبية للاستفادة من أفضل الممارسات، مع إبراز الفروقات الثقافية التي تؤثر على فعالية التكنولوجيا.

5. دمج تحليل المخاطر والتحديات

تقديم فصل أو ملحق خاص بتحليل عوائق التطبيق الفعلية، متضمنًا آليات التغلب على التحديات مثل مقاومة التغيير ومشاكل الأمن السيبراني.

الخلاصة



الدراسة تمثل جهدًا بحثيًا متميزًا من حيث الإطار النظري والتحليل الإحصائي، وتُعد مساهمة واعدة في أدبيات التسويق التكنولوجي بالمملكة. ومع ذلك، فإن تطوير بعض الجوانب التطبيقية والنوعية سيعزز من قيمة البحث وفاعليته كمصدر عملي لصناع القرار في قطاع التجزئة.



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You

