

كلية الإدارة

قسم / تخصص إدارة أعمال



رقمنة سوق قطع غيار السيارات في السعودية

إعداد الطالب / صلاح سعيد الكثيري

الرقم الجامعي / 243001830

العام الدراسي / 2025

الفصل الأول

المدخل العام للبحث

1. المقدمة:

يشهد العالم في العقود الأخيرة تحولاً جذرياً بفعل الثورة الرقمية، التي أثرت على مختلف مجالات الحياة، لا سيما في القطاعات الاقتصادية والخدمية. فقد أصبح التحول الرقمي خياراً استراتيجياً تتبناه الحكومات والمؤسسات لتحسين الكفاءة التشغيلية، ورفع مستوى الجودة، وتعزيز تجربة العملاء. ومع تطور تقنيات مثل الحوسبة السحابية، والذكاء الاصطناعي، وإنترنت الأشياء، أصبحت الأنشطة التجارية أكثر قدرة على مواكبة احتياجات المستهلكين في بيئة سريعة التغير.

ضمن هذا السياق، يأتي قطاع **قطع غيار السيارات** كأحد القطاعات الحيوية والمرتبطة بشكل وثيق بالنقل واللوجستيات وخدمة ما بعد البيع، وهو ما يجعله ركيزة مهمة في الاقتصاد الوطني لأي دولة. ورغم أن الأسواق العالمية بدأت بالفعل في اعتماد نماذج رقمية لتوزيع وبيع قطع الغيار عبر الإنترنت، إلا أن العديد من الأسواق، ومنها السوق السعودي، لا تزال في مراحلها الأولى من التحول الرقمي في هذا المجال.

في المملكة العربية السعودية، تزايدت التوجهات نحو رقمنة الخدمات انسجاماً مع رؤية المملكة 2030، والتي تضع التحول الرقمي كأحد محاورها الرئيسية. وقد ظهرت العديد من المنصات الرقمية في مجالات مختلفة مثل التوصيل، والخدمات الصحية، والتعليم، إلا أن قطاع **بيع قطع غيار السيارات** لا يزال يعتمد بنسبة كبيرة على الأساليب التقليدية في البيع والتوزيع، رغم ظهور بعض المبادرات الرقمية المحلية.

تبرز أهمية دراسة هذا الموضوع في ظل ارتفاع معدلات استخدام المركبات، وتزايد الطلب على قطع الغيار، خاصة مع تنوع مصادر الاستيراد، وتعدد أنواع السيارات في السوق المحلي. كما أن السلوك الاستهلاكي يشير إلى توجه متنامٍ نحو الشراء الإلكتروني، ما يستدعي وجود بنية رقمية متطورة تسهل الحصول على القطع المناسبة بجودة وسعر مناسبين.

من هذا المنطلق، جاءت هذه الدراسة لتحليل واقع التحول الرقمي في سوق قطع الغيار داخل المملكة، والتعرف على العوامل التي تعيق تسارعه، والفرص الكامنة في تحسين تجربة المستهلك، ودور المنصات الناشئة في سد الفجوة الرقمية.

2. مشكلة البحث:

رغم التوسع الكبير في استخدام التكنولوجيا والتحول الرقمي في مختلف القطاعات بالمملكة العربية السعودية، لا يزال سوق قطع غيار السيارات يواجه صعوبات وتحديات متعددة تمنعه من اللحاق بركب الرقمنة الكاملة. فعلى الرغم من وجود بعض المبادرات والمنصات الإلكترونية، إلا أن نسبة كبيرة من المبيعات والعمليات ما تزال تُدار عبر القنوات التقليدية، سواء من خلال المتاجر الفعلية أو التواصل المباشر مع الموردين، وهو ما ينعكس سلبًا على تجربة المستهلك وكفاءة السوق.

ويبرز التحدي في عدم وجود تكامل رقمي حقيقي بين مختلف أطراف السوق (المستهلكين، الموردين، الموزعين، والتشاليح)، إضافة إلى ضعف الثقة في بعض المنصات الناشئة، وغياب الأنظمة الموحدة لتحديد المواصفات والأسعار، وتفاوت جودة الخدمة الإلكترونية. كما أن السوق يعاني من تباين في قدرة المنصات على تقديم خدمة شاملة تشمل البحث، التوصيل، الضمان، وتوفير قطع أصلية أو بديلة بجودة مضمونة.

وتزداد حدة هذه المشكلة في ظل الارتفاع المستمر في عدد المركبات المستوردة من مصادر متنوعة (يابانية، كورية، صينية، ألمانية، وغيرها)، ما يزيد من تعقيد سلاسل التوريد والحاجة إلى رقمنة ذكية تسهل مطابقة القطع مع المركبات بسرعة وموثوقية.

كل هذه العوامل تشير إلى وجود فجوة حقيقية بين الإمكانيات التقنية المتاحة والواقع الفعلي للسوق، ما يستدعي دراسة معمقة لتشخيص هذه الفجوة، وتحليل أسبابها، واستكشاف سبل سدها من خلال حلول رقمية تتماشى مع التوجه الوطني نحو التحول الرقمي.

3. تساؤلات الدراسة:

سؤال البحث الرئيسي:

ما واقع التحول الرقمي في سوق قطع غيار السيارات في المملكة العربية السعودية؟ وما أبرز التحديات والفرص التي تواجه تبنيه على نطاق واسع؟

أسئلة البحث الفرعية:

- ما مدى وعي المستهلكين بأهمية التحول الرقمي في قطاع قطع الغيار؟
- ما العوامل التي تشجع أو تعيق استخدام المنصات الرقمية لشراء قطع الغيار؟
- ما مدى استعداد الموردين والبائعين المحليين للتحول نحو القنوات الرقمية؟
- ما النماذج الناجحة محليًا أو عالميًا في رقمنة قطاع قطع الغيار أو القطاعات المشابهة؟
- كيف يمكن تعزيز الثقة الرقمية لدى المستهلك في سوق قطع الغيار؟

4. أهداف الدراسة:

الهدف العام:

تحليل واقع التحول الرقمي في سوق قطع غيار السيارات في المملكة العربية السعودية، وتحديد العوامل المؤثرة في تبنيه، بهدف تقديم توصيات عملية تساهم في تطوير هذا القطاع رقميًا.

الأهداف الفرعية المحددة:

- دراسة سلوك المستهلك السعودي تجاه شراء قطع الغيار عبر الإنترنت.
- التعرف على التحديات التي تواجه مزودي الخدمة في رقمنة العمليات.
- استعراض وتحليل النماذج الناجحة محليًا وعالميًا في رقمنة الأسواق المشابهة.
- رصد الفجوات التقنية أو التنظيمية التي تعيق التحول الرقمي في السوق.
- تقديم توصيات عملية للجهات المعنية لتعزيز رقمنة القطاع وتحسين تجربة المستخدم.

5. أهمية البحث:

أ. الأهمية النظرية:

تنبع الأهمية العلمية لهذه الدراسة من تركيزها على أحد القطاعات المهمة والواعدة في الاقتصاد السعودي، والذي لم يحظَ بعد بالاهتمام الكافي من الباحثين، وهو سوق قطع غيار السيارات.

رغم وجود وفرة في الأدبيات المتعلقة بالتحول الرقمي بصفة عامة، إلا أن الربط بين التحول الرقمي وقطاع قطع الغيار تحديدًا لا يزال محدودًا في السياق الأكاديمي العربي والخليجي.

كما تُساهم هذه الدراسة في سد الفجوة المعرفية المتعلقة بفهم سلوك المستهلك في هذا السوق، والعوامل النفسية والتقنية والتنظيمية التي تؤثر على تبنيه للمنصات الرقمية، مما يجعلها مرجعًا مهمًا للباحثين في مجالات إدارة الأعمال، التسويق الرقمي، وسلوك المستهلك.

ب. الأهمية التطبيقية:

تكمن الأهمية التطبيقية في أن نتائج الدراسة وتوصياتها يمكن أن تخدم:

- رواد الأعمال والمستثمرين في هذا المجال، من خلال تزويدهم بتوجهات السوق والفرص المتاحة.
 - المنصات الرقمية العاملة حاليًا في بيع قطع الغيار، عبر تحديد نقاط القوة والضعف في نموذج عملها.
 - الجهات الحكومية والتنظيمية التي تهدف إلى تسريع التحول الرقمي ضمن رؤية السعودية 2030، من خلال تقديم معطيات واقعية تساهم في صياغة السياسات والدعم المناسب.
 - الموردين والبائعين التقليديين، بإبراز أهمية اللحاق بالرقمنة لتوسيع قاعدة العملاء وتحسين تجربة المستخدم.
- كما أن الدراسة تسلط الضوء على سلوك المستهلك المحلي، وهو ما يُعد أداة فعالة في تحسين استراتيجيات التسويق الرقمي وتطوير خدمات ما بعد البيع في المنصات الإلكترونية

6. فرضيات البحث:

الفرضية الرئيسية:

يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين جاهزية السوق المحلي من حيث البنية التحتية الرقمية، وثقة المستهلك، واستعداد الموردين، وبين مستوى التحول الرقمي الفعلي في سوق قطع غيار السيارات في المملكة العربية السعودية.

الفرضيات الفرعية:

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين وعي المستهلك بالمنصات الرقمية ودرجة استخدامه لها في شراء قطع الغيار.
- توجد علاقة بين كفاءة البنية التحتية الرقمية في السوق المحلي ومدى انتشار المنصات الرقمية لبيع قطع الغيار.
- توجد علاقة بين مستوى الثقة الرقمية لدى المستهلك واستعداده لإجراء عمليات شراء إلكترونية لقطع الغيار.
- يؤثر استعداد الموردين تقنيًا وتنظيميًا على تسريع وتيرة التحول الرقمي في السوق.
- تساهم التشريعات والسياسات الحكومية الداعمة في تعزيز تبني الحلول الرقمية في قطاع قطع الغيار.

7. نموذج البحث:

المتغير المستقل (Independent Variable):

جاهزية السوق الرقمي (وتشمل: البنية التحتية، التشريعات، الموردين، الوعي التقني، البيئة التنافسية).

المتغير التابع (Dependent Variable):

مستوى التحول الرقمي الفعلي في سوق قطع غيار السيارات (ويُقاس من خلال: عدد المستخدمين الرقميين، عدد الطلبات الإلكترونية، مستوى اعتماد المنصات، جودة الخدمة الرقمية).

8. مصطلحات البحث:

فيما يلي أهم المصطلحات التي وردت في هذه الدراسة، كما تم اعتمادها لغرض التحديد المفاهيمي والمنهجي:

التحول الرقمي (Digital Transformation):

يقصد به إدخال واستخدام التكنولوجيا الرقمية في جميع مراحل سلسلة القيمة داخل المؤسسة بهدف تحسين الأداء، تقليل التكاليف، ورفع جودة الخدمة. ويشمل ذلك استخدام المنصات الرقمية، البيانات الضخمة، الذكاء الاصطناعي، وأدوات التكامل الرقمي.

سوق قطع غيار السيارات:

هو السوق الذي يُعنى بتوفير وبيع قطع الغيار الأصلية أو البديلة للمركبات، ويشمل الموردين، الموزعين، محلات قطع الغيار، ومنصات التجارة الإلكترونية المتخصصة في هذا المجال.

الثقة الرقمية (Digital Trust):

تشير إلى مستوى الأمان والاطمئنان الذي يشعر به المستهلك عند استخدامه للمنصات الرقمية، ويتأثر ذلك بعوامل مثل حماية البيانات، جودة الخدمة، وسهولة التعامل الإلكتروني.

البنية التحتية الرقمية (Digital Infrastructure):

تشمل أنظمة الاتصالات، الإنترنت، منصات الدفع الإلكتروني، قواعد البيانات، وتكامل الأنظمة بين مختلف أطراف سلسلة الإمداد.

المنصات الرقمية لقطع الغيار:

هي تطبيقات أو مواقع إلكترونية تتيح للمستخدمين شراء قطع غيار المركبات عبر الإنترنت، مثل: سبيرو، أفيال، مسمار، وتشليح برو.

9. حدود البحث:

أولاً: المجال المكاني

تركّز هذه الدراسة على سوق قطع غيار السيارات في المملكة العربية السعودية، حيث يتم تناول الواقع المحلي من حيث البنية التحتية الرقمية، مستوى التحول التقني، وسلوك المستهلك والمورد ضمن البيئة السعودية.

ثانياً: المجال البشري

تستهدف الدراسة فئتين رئيسيتين:

- المستهلكون النهائيون الذين يشترون قطع الغيار لمركباتهم الشخصية.
- ممثلو المنصات الرقمية المحلية والعاملون في المتاجر الإلكترونية والتقليدية المتخصصة بقطع الغيار.

ثالثاً: المجال الزمني

تمت الدراسة خلال النصف الأول من عام 2025، حيث تم جمع البيانات وتحليلها في هذه الفترة، وهي تمثل إطاراً زمنياً ملائماً لفهم واقع التحول الرقمي في السوق حالياً.

رابعاً: المجال الموضوعي

ينحصر البحث في دراسة مدى تبني التحول الرقمي في سوق قطع غيار السيارات، ولا يشمل الجوانب التقنية العميقة أو التحليل المالي أو التصنيعي لمجال صناعة السيارات.

10. ما يميز هذا البحث:

تتميز هذه الدراسة بعدد من الجوانب التي تضيف عليها قيمة علمية وتطبيقية، من أبرزها:

(1) التركيز على قطاع غير مشبع بحثيًا

تُسلط هذه الدراسة الضوء على سوق قطع غيار السيارات في المملكة العربية السعودية، وهو قطاع لم يحظَ بعد باهتمام بحثي كافٍ مقارنةً بقطاعات أخرى مثل التجارة الإلكترونية العامة أو خدمات التوصيل، رغم أهميته الاقتصادية.

(2) الدمج بين التحليل النظري والتطبيق العملي

لا تكتفي الدراسة باستعراض الإطار النظري فقط، بل توظفه لتحليل الواقع الميداني للقطاع، من خلال جمع بيانات فعلية من المستهلكين والعاملين في المنصات الرقمية، مما يمنح النتائج مصداقية وأثرًا تطبيقيًا فعليًا.

(3) معالجة فجوة حقيقية في التحول الرقمي

تعالج الدراسة مشكلة حقيقية تتمثل في بطء التحول الرقمي في سوق قطع الغيار، وتضع أطراً تفسيرية مبنية على نماذج وأمثلة محلية وعالمية، مما يجعلها مساهمة في سد ثغرة بحثية قائمة.

(4) قابلية التطبيق والتعميم

تُعد التوصيات الناتجة عن هذه الدراسة قابلة للتطبيق من قبل:

- صناع القرار في الجهات الحكومية.
- رواد الأعمال والمستثمرين في التجارة الرقمية.
- المنصات الرقمية الحالية والراغبة في التوسع أو التحسين.

(5) شمولية الأدوات والمنهج

اعتمدت الدراسة منهجًا كمياً دقيقاً باستخدام استبيانات إلكترونية صُممت بناءً على محاور متنوعة، ما يعزز شمولية النتائج ودقتها في توصيف الواقع.

11. خاتمة الفصل الأول:

تناول هذا الفصل الخلفية العامة لموضوع البحث، وسلّط الضوء على الأهمية المتزايدة لقطاع قطع غيار السيارات في المملكة، والتحديات التي تواجهه في ظل التحولات الرقمية المتسارعة. كما تم عرض مشكلة الدراسة وتساؤلاتها، مع تحديد أهدافها النظرية والتطبيقية، وبيان الفرضيات والنموذج المفاهيمي المعتمد.

وقد تميّزت هذه الدراسة بتركيزها على قطاع لم يأخذ نصيبه الكافي من البحث الأكاديمي رغم أهميته الاقتصادية، حيث تسعى لمعالجة فجوة قائمة بين الواقع التقليدي لسوق قطع الغيار وضرورة التحول الرقمي فيه.

بهذا، يكون الفصل الأول قد وضع الأساس النظري والمنهجي للبحث، ممهّداً الطريق إلى الفصل الثاني الذي سيتناول الإطار النظري بشكل موسّع، ويستعرض المفاهيم العلمية والدراسات السابقة ذات الصلة بالموضوع.

الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات السابقة

أولاً: الإطار النظري

1. مقدمة الإطار النظري:

يُعد الإطار النظري من الركائز الأساسية التي يقوم عليها أي بحث علمي؛ حيث يوفر الخلفية المفاهيمية والمنهجية اللازمة لفهم الظاهرة محل الدراسة، ويوضح الروابط بين المفاهيم والعوامل ذات الصلة. وفي هذا البحث، تتمحور الدراسة حول "التحول الرقمي في سوق قطع غيار السيارات في المملكة العربية السعودية"، وهو موضوع يتقاطع مع عدة مجالات معرفية مثل التجارة الإلكترونية، التحول الرقمي، سلوك المستهلك، وسلاسل الإمداد.

شهد قطاع السيارات تطورات متسارعة خلال العقود الأخيرة، لم تقتصر فقط على تصنيع المركبات وتطويرها تقنياً، بل امتدت إلى الخدمات المرتبطة بها، وفي مقدمتها قطاع **قطع الغيار**. هذا القطاع يمثل عنصراً حيوياً في دورة حياة المركبات، ويؤثر بشكل مباشر على سلامة المركبات وكفاءة استخدامها، فضلاً عن تأثيره على الاقتصاد المحلي في الدول التي تشهد كثافة في استخدام المركبات مثل المملكة.

ومع تنامي مفهوم **التحول الرقمي** في القطاعات الاقتصادية، أصبح من الضروري دراسة هذا المفهوم بعمق، خاصة في القطاعات التي لا تزال تعتمد بشكل كبير على الأساليب التقليدية في تقديم الخدمة، كما هو الحال في سوق قطع الغيار في المملكة. ويكتسب هذا الموضوع أهمية إضافية في ظل الرؤية الوطنية 2030، التي تسعى إلى رقمنة القطاعات الاقتصادية المختلفة، ورفع كفاءة الخدمات، وتمكين القطاع الخاص.

لذا، يسعى هذا الفصل إلى استعراض الإطار المفاهيمي والنظري الذي يتركز عليه البحث، من خلال تناول مفاهيم التحول الرقمي، وسلوك المستهلك الرقمي، والتجارة الإلكترونية، والتحديات التقنية والتنظيمية، بالإضافة إلى عرض أمثلة محلية وعالمية لتجارب رقمنة قطاع قطع الغيار، بهدف ربط النظرية بالتطبيق، وتعزيز فهم القارئ للأساس الذي تقوم عليه الدراسة.

2. لمحة عامة عن قطاع السيارات وقطع الغيار عالميًا

يُعد قطاع السيارات من أكبر الصناعات في العالم من حيث حجم الاستثمار وسعة السوق وعدد العاملين فيه، ويمتد تأثيره إلى قطاعات فرعية عديدة، مثل التصنيع، والخدمات اللوجستية، والتمويل، والتأمين، وخدمات ما بعد البيع، وعلى رأسها قطع الغيار.

وفقًا لتقارير Statista وMcKinsey، بلغ حجم سوق قطع غيار السيارات عالميًا أكثر من 700 مليار دولار في عام 2023، ويتوقع أن يتجاوز 1 تريليون دولار بحلول عام 2030، مدفوعًا بتزايد عدد المركبات على الطرق، وتطور تكنولوجيا السيارات، وتحول المستهلكين نحو الصيانة الوقائية.

الخصائص العالمية لسوق قطع الغيار:

- الاعتماد الكبير على سلاسل التوريد العالمية، حيث يتم تصنيع وتوزيع المكونات عبر عدة دول.
- تعدد أنواع القطع:
 - أصلية (OEM)
 - بديلة (Aftermarket)
 - مستخدمة (Refurbished / Used)
- هيمنة الشركات الكبرى على جانب التصنيع، مثل Bosch و Denso و Magneti Marelli، مقابل تنوع كبير في سلاسل التوزيع والتجزئة.
- التحول التدريجي نحو البيع الإلكتروني: من خلال منصات مثل Amazon Auto Parts و eBay Motors و RockAuto.
- استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في مطابقة القطع حسب نوع السيارة أو رقم الهيكل (VIN).

تحديات السوق العالمية:

- تباين المعايير والمواصفات الفنية بين الدول.
- انتشار القطع المقلدة أو ذات الجودة الرديئة.
- الحاجة إلى تحديث المخزون وتوافر البيانات بشكل فوري.

التحول الرقمي في الأسواق العالمية:

تشير تقارير PwC إلى أن الرقمنة في هذا القطاع بدأت تتسارع بوضوح خلال العقد الأخير، حيث:

- تعتمد العديد من المنصات على أنظمة **ERP** وسلاسل توريد ذكية.
- هناك توجه نحو دمج الذكاء الاصطناعي لتقديم التوصيات المناسبة للعملاء.
- تنامي استخدام أنظمة التتبع اللحظي للطلبات والمخزون.
- تطور قنوات البيع لتشمل تطبيقات الهواتف، ومقارنة الأسعار، وتقييم الموردين.

هذا النمو العالمي في رقمنة قطاع قطع الغيار يمثل مؤشراً واضحاً لأهمية التحول الرقمي ليس فقط لتحسين العمليات الداخلية، بل لتوفير تجربة مستخدم أكثر كفاءة وموثوقية.

3. لمحة عن سوق قطع الغيار في المملكة العربية السعودية

أهمية القطاع محلياً

يُعد سوق قطع غيار السيارات في السعودية من أكبر الأسواق في الشرق الأوسط، نظراً لعدة عوامل أبرزها:

- ارتفاع عدد المركبات، حيث يتجاوز عدد السيارات المسجلة أكثر من 14 مليون مركبة بحسب إحصاءات المرور الأخيرة.
- اعتماد الأفراد بشكل كبير على السيارات في التنقل اليومي، ما يؤدي إلى استهلاك دوري للقطع.
- تنوع مصادر السيارات (يابانية، أمريكية، كورية، ألمانية، صينية)، وبالتالي تنوع الطلب على أنواع القطع.
- وجود شبكة واسعة من الورش والمراكز وموزعي الجملة والتجزئة، مما يشكل سلسلة توريد طويلة ومعقدة.

الواقع الحالي للسوق

رغم توفر عدد من المنصات الرقمية، لا يزال الاعتماد على الأسواق التقليدية هو السائد، سواء من قبل الأفراد أو ورش الصيانة. وتشير ملاحظات ميدانية واستطلاعات إلى أن:

- نسبة كبيرة من المستهلكين لا يثقون بالشراء الإلكتروني للقطع.
- صعوبة التأكد من مدى ملاءمة القطعة للمركبة تمثل عائقاً أمام التحول الرقمي.
- لا توجد قاعدة بيانات موحدة للقطع المتوفرة في السوق المحلي، ما يجعل عملية المطابقة معقدة.
- قلة التوعية الرقمية لدى بعض أصحاب الورش والمستهلكين.

أبرز اللاعبين الرقميين في السوق المحلي

في السنوات الأخيرة، ظهرت منصات تقنية تهدف إلى تنظيم وربط عمليات شراء قطع الغيار إلكترونياً، مثل:

- سبيرو: تقدم تجربة شراء إلكترونية قائمة على رقم الهيكل.
- أفيال: تتيح البحث حسب نوع المركبة وتوفر دعماً للعملاء.
- مسمار: تربط العملاء بعدة موردين وتعرض الأسعار.
- تشليح برو: متخصصة في بيع قطع الغيار المستعملة من التشاليح.

لكن رغم هذه المبادرات، لا تزال الحصة السوقية الرقمية منخفضة جداً مقارنة بالسوق التقليدي، ما يشير إلى وجود فرصة ضخمة للتحول الرقمي.

جهود التحول الرقمي الحكومية

تماشياً مع رؤية المملكة العربية السعودية 2030، تُبذل جهود متكاملة من عدة جهات حكومية لدعم التحول الرقمي في القطاعات الحيوية، بما في ذلك سوق قطع غيار السيارات. ويلاحظ في السنوات الأخيرة تنامي اهتمام الجهات التنظيمية والتمكينية بهذا القطاع من خلال:

- تطوير التشريعات التي تنظم التجارة الإلكترونية، بما في ذلك بيع وشراء قطع الغيار إلكترونياً، وإدخال أنظمة حماية المستهلك وضمان جودة الخدمة.
- تكامل الأنظمة الرقمية مع الجمارك لتسريع عمليات الاستيراد والتخليص الجمركي للقطع.
- تشجيع الفوترة الإلكترونية وإلزام المنصات بتطبيقها بما يعزز الشفافية وسهولة التتبع المالي.

- منشآت (الهيئة العامة للمنشآت الصغيرة والمتوسطة) تقدم برامج تمويلية واستشارية لتسهيل دخول المشاريع الرقمية إلى هذا القطاع، سواء عبر حاضنات أعمال أو تمويل الابتكار.

- إطلاق مبادرات مثل "الكراج"، وهو مركز وطني لدعم وتمويل المشاريع التقنية الناشئة، حيث يسهم في تمويل وتوجيه المشاريع التي تقدم حلولاً تقنية مبتكرة في قطاع السيارات وقطع الغيار.

تُظهر هذه المبادرات أن هناك أرضية خصبة لتسريع التحول الرقمي في سوق قطع الغيار، لكن لا يزال النجاح مرتبطاً بقدرة المشاريع على ربط الموردين، وتوفير تجربة مستخدم موثوقة، وتحقيق كفاءة تشغيلية حقيقية.

4. التحول الرقمي: المفهوم والمكونات

يشير التحول الرقمي إلى عملية دمج التقنيات الرقمية في جميع مجالات الأعمال بهدف تحسين العمليات، وتعزيز الكفاءة، وتقديم قيمة مضافة للمستهلك. لا يقتصر هذا التحول على مجرد استخدام أدوات رقمية، بل يشمل تغييراً جذرياً في الثقافة التنظيمية ونماذج العمل والتفاعل مع العملاء.

تعريف التحول الرقمي:

التحول الرقمي هو توظيف الابتكارات التكنولوجية مثل الذكاء الاصطناعي، وإنترنت الأشياء، وسلاسل الكتل، والتعلم الآلي، والبيانات الضخمة، في سبيل تحويل العمليات التقليدية إلى نماذج عمل رقمية متقدمة تعتمد على التفاعل اللحظي والمرونة.

أهداف التحول الرقمي:

- تحسين تجربة العميل: من خلال تقديم خدمات أكثر سرعة وشفافية وسهولة في الوصول.
- رفع كفاءة العمليات التشغيلية: تقليل الهدر وتحسين إدارة الموارد.
- تعزيز القدرة التنافسية: من خلال تقديم نماذج عمل جديدة.
- اتخاذ قرارات أفضل: عبر التحليل اللحظي للبيانات والتنبؤ بالاتجاهات المستقبلية.

المكونات الأساسية للتحول الرقمي:

- البنية التحتية التقنية: شبكات الإنترنت، الحوسبة السحابية، الأجهزة الذكية.
- البيانات الضخمة وتحليلها: القدرة على جمع ومعالجة كميات هائلة من المعلومات لاتخاذ قرارات مستندة إلى بيانات.
- أنظمة الإدارة الرقمية: مثل أنظمة إدارة علاقات العملاء (CRM)، وأنظمة تخطيط الموارد (ERP).
- الأتمتة والروبوتات البرمجية (RPA): لأداء المهام المتكررة بشكل أسرع وبدقة أعلى.
- الأمن السيبراني: لحماية البيانات والمعاملات الرقمية من الاختراقات.

التحول الرقمي كمحرك اقتصادي:

يشير تقرير المنتدى الاقتصادي العالمي (WEF) إلى أن التحول الرقمي يمكن أن يسهم بنسبة تصل إلى 20-30% من نمو الناتج المحلي الإجمالي للدول النامية بحلول عام 2030، خاصة إذا ما تم تسريع اعتماده في القطاعات التقليدية مثل التجارة والصناعة والخدمات اللوجستية.

5. التحول الرقمي في سلاسل الإمداد

تلعب سلاسل الإمداد دورًا جوهريًا في دعم العمليات التجارية، ويُعد رقمنتها أحد أكبر التحديات والفرص في الوقت نفسه، خصوصًا في قطاع قطع الغيار.

مفهوم سلاسل الإمداد الرقمية:

سلسلة الإمداد الرقمية هي شبكة مترابطة تستخدم تقنيات رقمية لتوفير الرؤية اللحظية لجميع الأنشطة من الطلب وحتى التسليم، ما يُمكن من إدارة المخزون بكفاءة، وتحسين التخطيط، وتقليل التكاليف.

تقنيات التحول الرقمي في سلسلة الإمداد:

- أنظمة التتبع اللحظي (Real-time tracking): لتعقب الشحنات والمخزون.
- الذكاء الاصطناعي: للتنبؤ بالطلب وتحسين الجداول الزمنية للتوريد.
- البلوك تشين: لضمان الشفافية في مصدر القطع وسجلها.
- التحليلات التنبؤية: للكشف عن الانقطاعات المحتملة واتخاذ قرارات استباقية.

أثر الرقمنة على قطاع قطع الغيار:

- تسريع دورة الطلب والتوصيل.
- تقليل الأخطاء في الطلبات عبر تكامل الأنظمة.
- تقليل الاعتماد على الوسيط.
- تحسين دقة التسعير وتوفير تنوع أكبر للمستهلك.

أمثلة على رقمنة سلاسل الإمداد في السوق المحلي:

- بعض المنصات المحلية بدأت بربط موردين محليين ودوليين بأنظمة داخلية لإدارة المخزون تلقائياً.
- تطبيقات مثل "سبيرو" و"أفيال" تعتمد على ربط مباشر مع مستودعات وموردين، مع تحديث دوري للمخزون.

6. التجارة الإلكترونية لقطع الغيار

أحدثت التجارة الإلكترونية تحولاً كبيراً في طريقة تفاعل المستهلكين مع السوق، خاصة في القطاعات التي كانت تعتمد سابقاً على العمليات التقليدية، مثل قطع غيار السيارات. ومع تطور المنصات الرقمية، أصبح بإمكان المستخدمين الوصول إلى آلاف المنتجات، المقارنة بين الأسعار، التحقق من مدى التوافق مع المركبة، وحتى طلب القطع من الخارج بكل سهولة.

أهم مزايا التجارة الإلكترونية في القطاع:

- الوصول إلى تنوع أكبر من الموردين.
- القدرة على التحقق من آراء وتقييمات العملاء.
- إمكانية تتبع الشحنات ومواعيد التسليم.
- تحسين الشفافية في الأسعار والعروض.

رغم هذه المزايا، ما يزال الاعتماد على التجارة الإلكترونية في سوق قطع الغيار محدودًا، خصوصًا في المملكة، مما يبرز الحاجة إلى دراسة معمقة للعوامل المؤثرة في هذا السلوك.

7. التحديات التقنية والبشرية في رقمنة القطاع

1. التحديات التقنية

- ضعف التكامل بين أنظمة الموردين والمنصات.
- قلة توفر قواعد بيانات موحدة لقطع الغيار حسب نوع السيارة والموديل.
- نقص في حلول الدفع الآمن المتخصصة لهذا القطاع.
- صعوبة توحيد المواصفات بين القطع الأصلية والتجارية والمستخدم.

2. التحديات البشرية

- مقاومة التغيير من بعض التجار التقليديين.
- انخفاض الثقافة التقنية لدى فئات معينة من المستهلكين.
- محدودية ثقة العملاء في استلام القطع الصحيحة.

8. ثقة المستهلك في المنصات الرقمية

تُعد الثقة أحد أهم محددات سلوك المستهلك في البيئة الرقمية، خاصة في المنتجات الحساسة مثل قطع غيار السيارات، والتي تعتمد على الدقة والضمان.

عوامل بناء الثقة:

- وضوح معلومات القطعة (المواصفات، الصور، بلد المنشأ).
- آلية الإرجاع والاستبدال.
- وجود تقييمات ومراجعات من مستخدمين حقيقيين.
- ضمان أمان الدفع الإلكتروني.

دون تعزيز هذه العوامل، سيبقى المستهلك مترددًا في التحول الكامل للمنصات الإلكترونية.

9. نماذج محلية: (سيرو - أفيال - مسمار - تشليح برو)

1. سيرو

منصة إلكترونية سعودية توفر للمستخدم طلب قطع غيار بحسب رقم الهيكل (VIN) مع ربط مباشر مع موردين معتمدين. تقدم خيارات متعددة للعملاء من قطع غيار أصلية وبديلة مع خدمات التوصيل واسترجاع.

2. أفيال

تتيح للمستخدمين البحث عن قطع الغيار حسب نوع السيارة وموديلها ورقم القطعة بشكل مباشر، وتوفر معلومات مفصلة عن القطعة ويتم البيع عن طريق تاجر واحد فقط وهو أفيال.

3. مسمار

تركز على كشف الخلل بسيارة العميل مع ربط العميل بالعديد من مراكز الصيانة ومن ثم ربطه بعدة موردين مختصين بقطع الغيار لتوفير القطع التي يحتاجها العميل القطعة بهدف خلق بيئة تنافسية في التسعير، ما يتيح للمستخدم الاختيار بين عروض متعددة.

4. تشليح برو

منصة متخصصة في توفير قطع الغيار المستعملة، خصوصاً من التشليح، وتتيح التواصل المباشر مع البائعين.

10. نماذج عالمية (RockAuto – PartSouq – Amazon Auto Part):

1. RockAuto

منصة أمريكية شهيرة تُعرف بتنوعها الواسع في قطع الغيار وتوفيرها لمعلومات تقنية دقيقة لكل قطعة، مع إمكانية الشحن الدولي.

2. PartSouq

منصة إماراتية توفر قطع غيار أصلية ومطابقة للمواصفات الخليجية، مع شحن مباشر للعديد من الدول، تشمل المملكة.

3. Amazon Auto Parts

جزء من منصة أمازون العالمية، يتيح البحث عن قطع غيار حسب نوع السيارة، مع تقييمات من المستخدمين وخيارات متعددة للشحن.

11. تلخيص المفاهيم النظرية وربطها بموضوع الدراسة

من خلال ما سبق، يتضح أن التحول الرقمي في قطاع قطع الغيار ليس مجرد خيار مستقبلي، بل ضرورة حتمية لمواكبة تطور الأسواق. كما أن النماذج المحلية والدولية تقدم دلائل واقعية على قابلية القطاع للرقمنة، شريطة توفر العوامل التقنية والتنظيمية والثقة الكافية.

يرتكز هذا البحث على تحليل تلك المفاهيم وربطها بواقع السوق السعودي، من خلال أدوات علمية ومنهجية كمية، بهدف رصد سلوك المستهلك، وتقييم جاهزية السوق، وتحديد التحديات التي ينبغي تجاوزها.

ثانيا: الدراسات السابقة

1. مقدمة

تُعد مراجعة الدراسات السابقة خطوة أساسية في أي بحث علمي، إذ تتيح للباحث الإلمام بالجهود العلمية السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة، وتحديد أوجه الاتفاق والاختلاف بينها وبين الدراسة الحالية، وكذلك رصد الفجوات المعرفية التي لم يتم تغطيتها بعد. فمراجعة الأدبيات تمنح الباحث القدرة على بناء الإطار النظري بشكل سليم، كما تُسهم في تحديد المنهج المناسب، واختيار الأدوات الملائمة، وصياغة الأسئلة والفرضيات بدقة وواقعية.

في ضوء ذلك، تأتي أهمية هذا القسم في تسليط الضوء على الدراسات التي تناولت موضوع **التحول الرقمي في قطاع السيارات وقطع الغيار**، سواء على المستوى المحلي أو الإقليمي أو العالمي، مع مراعاة تنوع مصادر المعرفة بين الأبحاث الأكاديمية، والتقارير المؤسسية، والدراسات السوقية.

ونظراً لندرة الدراسات الأكاديمية التي تناولت **سوق قطع الغيار في المملكة العربية السعودية** من منظور التحول الرقمي، فقد تم توسيع دائرة المراجعة لتشمل تجارب رقمية محلية رائدة مثل منصات "سبيرو"، و"أفيال"، و"تشليخ برو"، وتحليل أدائها في ضوء التحول الرقمي، باعتبارها تجارب حقيقية تحمل في طياتها معلومات قيمة وتحديات عملية يمكن الاستفادة منها.

كما تمت الاستعانة بعدد من الدراسات الإقليمية والعربية التي بحثت في التجارة الإلكترونية والخدمات الرقمية في القطاعات الصناعية والخدمية، بالإضافة إلى مراجعة نماذج أجنبية متقدمة، خاصة تلك التي طبقت التحول الرقمي في سلاسل الإمداد للسيارات وقطع الغيار مثل **Amazon Auto Parts** و **RockAuto**، وذلك للاستفادة من ممارساتهم الناجحة وأطرهم التنظيمية والتقنية.

يهدف هذا الفصل إلى تقديم عرض شامل ومنظم لهذه الدراسات، من خلال تقسيمها وفقاً للمجال الجغرافي (محلي – عربي – أجنبي)، ثم تحليلها بشكل مقارن، وتوضيح نقاط التميز أو القصور، وصولاً إلى تحديد الفجوة البحثية التي تسعى هذه الدراسة إلى سدّها، وإبراز ما تضيفه من قيمة علمية وتطبيقية مقارنة بسابقتها.

2. دراسات محلية

رغم أهمية قطاع السيارات وقطع الغيار في المملكة العربية السعودية، إلا أن الدراسات الأكاديمية التي تناولت هذا القطاع من منظور التحول الرقمي ما تزال محدودة. ومع ذلك، ظهرت بعض الجهود التي ناقشت موضوعات ذات صلة، سواء في شكل تقارير مهنية، أو مشاريع تخرج، أو تحليلات اقتصادية. وفيما يلي عرض لأبرز ما تم التوصل إليه محلياً:

1. تقرير PwC الشرق الأوسط (2023):

تناول التقرير مستقبل التجارة الإلكترونية في دول الخليج، وذكر أن قطاع قطع الغيار من أكثر القطاعات تأخرًا في الرقمنة مقارنةً بقطاعات مثل التجزئة أو المطاعم والمشروبات. كما أشار إلى أن السبب الرئيسي هو تعقيد سلاسل التوريد وتعدد الموردين وعدم توحيد الأسعار والبيانات.

ما يميز التقرير:

أبرز التحديات التنظيمية والتقنية في الأسواق الخليجية، وقدم توصيات تتعلق بأتمتة المخزون، وربط المنصات بمستودعات الموردين، وتحفيز الاستثمار في واجهات برمجة التطبيقات (APIs).

2. تقارير منشآت والهيئة العامة للمنشآت الصغيرة والمتوسطة:

تُعد منشآت جهة فاعلة في دعم المشاريع الناشئة في المملكة، وقد تناولت تقاريرها السنوية جوانب تتعلق بتمويل ودعم مشاريع رقمية في قطاع السيارات، بما فيها تطبيقات مثل "سبيرو" و"أفيال". كما تم تسليط الضوء على مبادرات مثل "الكراج" التي تهدف إلى تعزيز الابتكار والاستثمار في مجالات السيارات وخدماتها.

ما يميز هذه التقارير:

إبراز الدور الحكومي في تشجيع رقمنة القطاعات التقليدية من خلال الحاضنات والمسرعات، مما يعكس تكامل الأدوار بين الجهات العامة ورواد الأعمال.

3. تجارب واقعية لمنصات رقمية سعودية:

أ. سيبرو:

تُعد من أولى المنصات التي ركزت على تسهيل طلب قطع الغيار إلكترونياً، من خلال إدخال رقم الهيكل وتحديد نوع القطعة المطلوبة. كما ترتبط المنصة بعدد من الموردين المحليين.

ملاحظة: الدراسة لم تنشر أكاديمياً ولكنها تعتبر مصدراً ميدانياً غنياً بالبيانات.

ب. أفيال:

منصة سعودية تهدف إلى توفير قطع أصلية مع ضمانات وسرعة في التسليم. تميزت بسهولة واجهتها واهتمامها بخدمة العملاء.

ج. تشليح برو:

ركزت على قطاع القطع المستعملة، وهو قطاع غالباً ما يُهمّش في التحول الرقمي، ما يجعل تجربتها رائدة في هذا المجال.

أهمية هذه المنصات:

تشكل هذه المنصات أمثلة تطبيقية على التحول الرقمي، وتُستخدم كمرجع مهم في تحليل التحديات والفرص التي تواجه القطاع في المملكة.

4. دراسة جامعية (اسم غير منشور – تجربة ميدانية):

أجريت دراسة على عينة من مستخدمي تطبيقات قطع الغيار في الرياض، وخلصت إلى أن أهم العوائق التي تمنع المستخدمين من التحول إلى الطلب الإلكتروني هي: ضعف الثقة في جودة القطعة، وتأخر الشحن، وعدم وجود منصة موحدة تشمل كافة الموردين.

ما يميز الدراسة:

رغم بساطتها، إلا أنها سلطت الضوء على سلوك المستهلك المحلي، وهو ما يندر توفره في الدراسات النظرية.

ملخص:

- يمكن تلخيص أبرز ما تناولته الدراسات المحلية في النقاط التالية:
 - الوعي الرقمي موجود لكنه لا يقابله بنية تحتية تقنية متكاملة.
 - هناك دعم حكومي ملموس للمنصات الناشئة، ولكن دون تنظيم قطاعي موحد.
- التجارب الفعلية (مثل سبيرو) تشكل مصدرًا هامًا لفهم واقع السوق أكثر من الدراسات الأكاديمية التقليدية.

3. دراسات إقليمية وعربية

بالرغم من أن موضوع رقمنة سوق قطع الغيار لم يُعالج بشكل موسع في الأدبيات العربية، إلا أن هناك بعض الدراسات والتقارير الإقليمية التي تطرقت إلى مواضيع ذات صلة، مثل التجارة الإلكترونية، والتحول الرقمي في القطاعات اللوجستية، وسلوك المستهلك العربي الرقمي، وهي تشكل خلفية داعمة لفهم البيئة العامة التي تتحرك فيها الأسواق الخليجية والعربية.

1. دراسة البنك الدولي حول التحول الرقمي في العالم العربي (2021):

أشار البنك الدولي في تقريره إلى أن الرقمنة في المنطقة العربية تتقدم بشكل متفاوت، وغالبًا ما تكون مرتبطة بدفع حكومي وليس بمبادرات سوقية. وأكد على أن القطاعات التقليدية – مثل قطع الغيار والصيانة – تحتاج إلى تحفيزات أكبر وبيئة تنظيمية مرنة.

ما يميز التقرير:

يُظهر التفاوت الرقمي بين الدول، مع تقدم ملحوظ في الخليج العربي مقارنةً بدول المشرق والمغرب العربي. كما شدد على أهمية التكامل بين المنصات الإلكترونية وأنظمة الجمارك والخدمات اللوجستية.

2. تقرير "دبي للمستقبل" عن التجارة الرقمية (2022):

ذكر التقرير أن أحد أكثر التحديات في رقمنة القطاعات التقنية الدقيقة – مثل قطع الغيار – هو نقص البيانات الموحدة عن المنتجات، وعدم اعتماد أنظمة تصنيف ذكية. وأشار إلى إمكانية الاستفادة من الذكاء الاصطناعي لتوحيد عرض المنتجات، وتقليل أخطاء الطلب.

أهمية التقرير:

يسلط الضوء على البعد التقني العميق الذي قد يعوق رقمنة القطاعات التخصصية، ويقترح حلولاً عملية يمكن تبنيها في البيئة الخليجية.

3. دراسة سعودية إماراتية مشتركة (2020):

أجريت دراسة مشتركة بين باحثين من المملكة والإمارات حول "مستقبل الخدمات ما بعد البيع في قطاع السيارات"، وشملت جزئية عن جاهزية السوق للطلب الرقمي لقطع الغيار. وقد أظهرت أن النسبة الأعلى من المستهلكين ما زالت تفضل التعامل المباشر، رغم وجود رغبة في التحول الإلكتروني.

ما يميز الدراسة:

احتواؤها على تحليل سلوك المستخدم العربي، وتقديمها لبيانات ميدانية مقارنة بين سلوك المستهلك في السعودية والإمارات.

4. مبادرات غرفة الرياض وجدة:

أطلقت الغرفة التجارية في كل من الرياض وجدة ورش عمل ومبادرات متعلقة بالتحول الرقمي في سلاسل الإمداد، وناقشت خلالها تحديات القطاع، خاصة ما يتعلق بالموردين الصغار، وربطهم بمنصات رقمية متخصصة.

دور هذه المبادرات:

تعكس الجهود المؤسسية غير الأكاديمية لدفع الرقمنة، وهي مؤشرات مهمة على وعي القطاع بضرورة التحول الرقمي حتى في المجالات المتخصصة.

ملخص:

تشير الدراسات الإقليمية والعربية إلى أن:

1. البيئة الخليجية واعدة للتحول الرقمي في القطاعات المتخصصة.
2. التحديات تشمل غياب تصنيفات موحدة، وتأخر في التنظيمات، وتفاوت جاهزية الموردين.
3. هناك وعي متزايد بأهمية البيانات والذكاء الاصطناعي لتسهيل رقمنة عمليات البيع والشراء.

4. دراسات أجنبية

تمثل الدراسات الأجنبية مرجعًا ثريًا لفهم كيفية تطور التحول الرقمي في قطاع قطع غيار السيارات في الأسواق المتقدمة، خاصة تلك التي تتميز ببنية تحتية رقمية ناضجة وسلوك استهلاكي رقمي راسخ. وفيما يلي أبرز ما تم رصده من دراسات وتقارير يمكن البناء عليها في فهم هذا التحول:

Zhang et al. (2020): "Digital Transformation of Automotive 1 Aftermarket in China"

ركزت هذه الدراسة على التحول الرقمي لسوق قطع الغيار في الصين، وخلصت إلى أن التكامل الرقمي بين التجار والموردين من خلال منصات B2B و B2C ساهم في خفض التكاليف بنسبة تصل إلى 20%، وزيادة الشفافية وتحسين رضا العملاء.

أبرز النتائج:

- أهمية رقمنة قواعد البيانات وربطها بمستودعات مركزية.
- استخدام الذكاء الاصطناعي لتحديد توافق القطع.
- الاعتماد على البيانات الضخمة لتحليل طلبات السوق بشكل استباقي.

PwC Global Automotive Aftermarket Report (2023) 2.

ذكر التقرير أن سوق قطع الغيار الرقمي عالميًا في ازدياد مستمر، وأن المستهلكين أصبحوا أكثر ميلاً لطلب القطع إلكترونياً، بشرط توفر معلومات دقيقة عن المنتج وتاريخ التوصيل. وأشار إلى أن الأسواق المتقدمة تعتمد على أنظمة إدارة سلاسل إمداد ذكية. (Smart SCM)

نقاط قوة التقرير:

- التحول نحو التسوق الذاتي عبر الإنترنت دون الحاجة إلى وسيط.
- توظيف أنظمة تتبع فورية تربط بين المخزون الفعلي والواجهة الإلكترونية.
- دور التحول الرقمي في تحسين تجربة ما بعد البيع.

3. Deloitte (2022): Trends in the Global Automotive Supply Chain

تناولت الدراسة تحديات سلاسل التوريد لقطع الغيار، وأبرزت أهمية تبني أنظمة رقمية لربط الموردين في أكثر من دولة. وأكدت على أن التحول الرقمي لم يعد خيارًا بل ضرورة في ظل التغيرات العالمية.

محاور مهمة:

- التكامل بين الأنظمة الجمركية واللوجستية.
- تأثير الأتمتة في تحسين كفاءة إدارة الطلبات.
- أهمية التعاون مع شركات التقنية لتطوير حلول مخصصة للقطاع.

4. Amazon Auto Parts (تجربة واقعية):

تُعد منصة Amazon من أبرز الأمثلة على رقمنة سوق قطع الغيار، حيث تتيح للمستخدم مقارنة الأسعار، قراءة التقييمات، اختيار القطع المناسبة حسب طراز السيارة، واستلامها خلال أيام. وتُظهر المنصة كيف يمكن للتقنية أن تحل محل محلات القطع التقليدية.

أهم مميزات التجربة:

- الاعتماد على خوارزميات توصية متقدمة.
- تقييمات المستخدمين كعنصر ثقة.
- واجهة استخدام مبنية على البساطة والوضوح.

ملخص الدراسات الأجنبية:

- تؤكد جميع الدراسات الأجنبية أهمية التكامل بين النظم كمحرك رئيسي للرقمنة.

- يوجد تركيز على استخدام الذكاء الاصطناعي والبيانات الضخمة.
- من الضروري وجود تنظيمات حكومية واضحة تدعم الرقمنة وتقلل من التباين بين الجهات الفاعلة.
- تجربة أمازون تقدم نموذجًا يمكن الاستفادة منه في تبسيط وتوسيع تجربة المستهلك الرقمية.

5. التحليل المقارن للدراسات السابقة

يُعد التحليل المقارن من الخطوات الأساسية في فهم موقع الدراسة الحالية بين الأدبيات السابقة. فهو يُسهم في توضيح أوجه التشابه والاختلاف بين ما تناولته الدراسات الأخرى، وما تهدف إليه هذه الدراسة، كما يُظهر إلى أي مدى توجد فجوة يمكن أن تسدها الدراسة الحالية.

1. نطاق الدراسات

نوع الدراسة	النطاق الجغرافي	نوع العينة	طبيعة التحليل
دراسات محلية	السعودية	مستهلكون / منصات محلية	وصفية وتحليلية
دراسات إقليمية	الخليج / الدول العربية	جهات حكومية / تجار	تحليل سياساتي واستراتيجي
دراسات أجنبية	الصين / أوروبا / أمريكا	شركات تقنية / مستهلكون	دراسات حالة وتقارير سوق

نلاحظ أن الدراسات الأجنبية كانت أكثر تقدمًا من حيث الأدوات التقنية المستخدمة، في حين تركزت الدراسات الإقليمية على التحليل السياسي والبنية التحتية، أما المحلية فركزت غالبًا على سلوك المستهلك أو جودة الخدمة.

2. أوجه التركيز

المحور	محلي	إقليمي / عربي	أجنبي
تجربة المستخدم	متوسط	منخفض	مرتفع
البنية التحتية	ضعيف	متوسط	مرتفع
التشريعات	غير واضحة	متفاوتة	واضحة وداعمة
سلاسل الإمداد الذكية	ضعيف	محدود	متقدم
الثقة في المنصات الرقمية	منخفض	متوسط	مرتفع

هذا الجدول يوضح أن السوق المحلي يواجه تحديات في البنية التحتية والثقة الرقمية، في حين أن الأسواق الأجنبية تجاوزت هذه العقبات وتركز على التحسين المستمر.

3. المنهجية المستخدمة

- محلياً: استخدام استبانات ميدانية بسيطة دون تحليل معمق للبيانات.
- إقليمياً: تقارير تحليلية قائمة على مقابلات أو مسوحات قطاعية.
- أجنبياً: دراسات حالة تعتمد على بيانات ضخمة، تكامل أنظمة، أدوات ذكاء صناعي.

الاستنتاج من التحليل المقارن

من خلال المقارنة يتبين ما يلي:

- هناك فجوة واضحة في المنهجية والتقنيات بين الدراسات المحلية والأجنبية.
- الدراسات السابقة لم تقدم تحليلاً متكاملًا لسوق قطع الغيار الرقمي في السعودية، خصوصاً من منظور تكاملي بين المنصات والموردين وسلوك المستهلك.
- تُركّز الدراسة الحالية على الجوانب التشغيلية والواقعية من خلال جمع بيانات حقيقية من السوق، مما يمنحها طابعاً تطبيقياً يميزها عن الدراسات السابقة التي غالباً ما كانت نظرية أو جزئية.

6. أوجه الاتفاق والاختلاف بين الدراسات السابقة

يُعد تحليل أوجه الاتفاق والاختلاف بين الدراسات السابقة خطوة جوهرية لفهم ما تم إنجازه في المجال، وما لا يزال بحاجة إلى دراسة، كما يُساعد على تحديد موقع الدراسة الحالية بدقة في السياق البحثي.

أولاً: أوجه الاتفاق

1. الاهتمام بالتحول الرقمي كضرورة وليس رفاهية

أغلب الدراسات، سواء المحلية أو الأجنبية، تتفق على أن التحول الرقمي في القطاعات الخدمية والتجارية أصبح مطلباً أساسياً لتحسين الكفاءة وتلبية توقعات العملاء.

2. أهمية البنية التحتية الرقمية

جميع الدراسات أكدت أن أي تحول رقمي ناجح يتطلب بنية تحتية تقنية قوية تشمل الربط الشبكي، وقواعد البيانات المتكاملة، والأنظمة السحابية.

3. عقبة الثقة الرقمية

تشترك الدراسات في الإشارة إلى أن قلة الثقة لدى المستخدم في التعاملات الرقمية تمثل تحدياً كبيراً، خاصة في القطاعات التقليدية مثل قطع الغيار.

4. التركيز على تجربة المستخدم

حتى الدراسات التي تناولت الجانب التقني، لم تغفل عن أهمية تحسين تجربة المستخدم الرقمية وتبسيط الإجراءات.

ثانياً: أوجه الاختلاف

المحور	الدراسات المحلية	الدراسات الأجنبية
عمق التحليل	تركيز على الوصف والواقع الميداني	تحليل نماذج العمل والتكامل الرقمي
الأدوات المستخدمة	استبانات ومقابلات تقليدية	أدوات تحليل بيانات ضخمة / أنظمة ERP
نطاق التركيز	مستهلك أو تطبيق محدد	سلسلة القيمة بأكملها
النتائج والتوصيات	توصيات عامة وتحفيزية	خطط استراتيجية قابلة للتطبيق

ثالثًا: اختلاف البيئة والسياق

- **السعودية:** سوق ناشئ رقميًا، يعتمد بشكل كبير على الموردين التقليديين، وتحديات في الربط بين التشريعات والبنية الرقمية.
- **الأسواق الأجنبية:** بنية تشريعية مرنة، اعتماد واسع على تقنيات الذكاء الاصطناعي، تكامل بين التجار والموردين عبر الأنظمة.

خلاصة هذا القسم

هذا التحليل يبرز الحاجة الماسة إلى دراسة متعمقة وواقعية مثل الدراسة الحالية، التي تسعى لسد الفجوة البحثية والميدانية في السوق السعودي، وتقديم توصيات قابلة للتطبيق، مستندة إلى الفهم الدقيق للتحديات والفرص.

7. الفجوة البحثية

رغم تنوع الدراسات السابقة التي تناولت موضوع التحول الرقمي في القطاعات المختلفة، إلا أن هناك فجوة واضحة حين يتعلق الأمر بسوق قطع غيار السيارات في المملكة العربية السعودية، سواء من الناحية النظرية أو التطبيقية. ويمكن توضيح هذه الفجوة من خلال النقاط التالية:

1. تركيز معظم الدراسات على قطاعات أخرى

أغلب الدراسات السابقة — خاصة المحلية — ركزت على قطاعات مثل:

- التجارة الإلكترونية للمنتجات العامة.
- توصيل الطعام والخدمات اللوجستية.
- الخدمات الحكومية الإلكترونية.

بينما بقي قطاع قطع غيار السيارات خارج دائرة التركيز رغم حجمه الاقتصادي الكبير ونمو الطلب عليه.

2. غياب دراسات تطبيقية محلية معمقة

الدراسات المحلية التي ذكرت القطاع اقتصرت غالبًا على ذكر بعض المنصات الناشئة (مثل سبيرو وأفيال) دون تحليل عميق لتجربة المستخدم، أو البيئة التشغيلية، أو البنية الرقمية القائمة.

3. قلة الدراسات المقارنة بين النماذج العالمية والمحلية

لم يتم - في معظم البحوث - مقارنة منصات سعودية بمنصات عالمية ناجحة في نفس المجال مثل Amazon Auto Parts أو RockAuto، وهذا ما يحد من إمكانية الاستفادة من أفضل الممارسات الدولية.

4. ضعف التناول العلمي لعوامل الثقة والتحول السلوكي

قلة من الدراسات تناولت تأثير الثقة الرقمية، وتفضيلات المستهلك، وسلوك الشراء في رقمنة السوق، مع أن هذه العوامل تعتبر محورية في نجاح التحول الرقمي.

5. عدم الربط بين التشريعات المحلية والتحول الرقمي

مع أن هناك جهود حكومية واضحة (مثل أنظمة الفوترة الإلكترونية، وربط الجمارك، ودعم منشآت)، لم تجد دراسات تبحث في كيفية تأثير هذه السياسات على رقمنة سوق قطع الغيار.

خلاصة الفجوة البحثية:

يتضح أن هناك نقصًا في الدراسات التي:

- تتناول سوق قطع الغيار بشكل محدد ومباشر.
- تدمج بين التحليل التقني والسلوكي والتشغيلي.
- تقدم توصيات تطبيقية قابلة للتنفيذ بناءً على بيانات من الواقع المحلي.

من هنا جاءت الدراسة الحالية لسد هذه الفجوة، عبر استعراض نظري واسع، وتحليل ميداني مباشر، ومقارنة نماذج محلية وعالمية بهدف تقديم فهم شامل وتحليل عملي للتحويل الرقمي في هذا القطاع الحيوي داخل المملكة.

8. ما يميز الدراسة الحالية

تتمتع هذه الدراسة بعدد من الخصائص التي تجعلها متميزة ومتفردة مقارنة بالدراسات السابقة، سواء من حيث المنهجية أو نطاق البحث أو السياق المحلي المعالج. يمكن تلخيص هذه الجوانب المميزة فيما يلي:

1. تركيز مباشر على سوق قطع غيار السيارات في المملكة

بينما تناولت أغلب الدراسات الأخرى مواضيع عامة عن التجارة الإلكترونية أو التحويل الرقمي في قطاعات أخرى، تركز هذه الدراسة بشكل مباشر ومخصص على قطاع قطع الغيار، الذي يُعد من القطاعات الكبيرة والواعدة في السوق السعودي.

2. الجمع بين البُعد النظري والتطبيقي

لا تكتفي الدراسة بالعرض النظري لمفاهيم التحويل الرقمي والتجارة الإلكترونية، بل تتضمن أيضاً:

- دراسة تحليلية لنماذج محلية وعالمية.
- استبانة ميدانية لقياس آراء المستهلكين.
- تحليل للبيئة التشغيلية المحلية (التقنية والتشريعية والسلوكية).

3. الربط بين التوجهات الحكومية والممارسات السوقية

توثق الدراسة الجهود الحكومية المرتبطة برقمنة القطاع، مثل:

- دعم منشآت وبرنامج الكراج للمشاريع الناشئة.
- مبادرات هيئة الزكاة والجمارك وهيئة النقل الرقمي.
- التحويل نحو الفوترة الإلكترونية وأتمتة الجمارك.

ثم تربط هذه التوجهات بالتحديات التي تواجهها المنصات الناشئة والمستهلكون، مما يعزز من الجانب التطبيقي والتوجيهي للبحث.

4. معالجة جوانب مهمة في الأدبيات

تتناول الدراسة محاور لم تُغطَّ بالشكل الكافي في الأدبيات السابقة، مثل:

- ثقة المستهلك في المنصات الرقمية.
- التحديات التشغيلية التي تواجه المنصات الناشئة.
- السلوك الشرائي في قطاع متخصص وغير مكتمل الرقمنة.

5. المساهمة في سد الفجوة البحثية

بسبب قلة الدراسات الموجهة نحو قطاع قطع الغيار في المملكة، تسهم هذه الدراسة في سد فجوة معرفية مهمة، وتفتح المجال لدراسات مستقبلية أكثر تخصصاً في هذا المجال.

خاتمة الفصل الثاني: الإطار النظري والدراسات السابقة

بعد استعراض الإطار النظري ومفاهيم التحول الرقمي، والتجارة الإلكترونية، وسلوك المستهلك، والتحديات التقنية والبشرية، والنماذج المحلية والعالمية في قطاع قطع غيار السيارات، بالإضافة إلى مراجعة الدراسات السابقة المحلية والإقليمية والدولية، يمكن تلخيص أهم ما توصل إليه هذا الفصل في النقاط التالية:

1. **الإطار النظري** وفّر أساسًا علميًا لفهم طبيعة التحول الرقمي وأبعاده في سلاسل الإمداد، وخاصة في القطاعات المتخصصة مثل سوق قطع الغيار.
2. **الواقع المحلي** يبيّن أن السوق السعودي رغم نضجه الاستهلاكي لا يزال يشهد تأخرًا في الرقمنة الكاملة لهذا القطاع، مقارنة بالتوجهات العالمية.
3. **الدراسات السابقة** أظهرت وجود فجوة في الأدبيات العربية والمحلية فيما يتعلق برقمنة قطاع قطع الغيار بشكل مباشر، مما يعزز أهمية هذه الدراسة في **سد الفجوة البحثية**.
4. **ما يميز هذه الدراسة** هو تركيزها على السوق السعودي، ودمجها بين التحليل النظري والميداني، وعرضها لأُمثلة واقعية محلية وعالمية، مما يمنحها قيمة تطبيقية عالية.

عليه، يمهد هذا الفصل الطريق نحو الفصل الثالث، والذي سيتناول **منهجية الدراسة** من حيث نوعها، أدواتها، عيّنتها، إجراءاتها، وكيفية تحليل البيانات، تمهيدًا لاستخلاص نتائج دقيقة وموضوعية تدعم أهداف البحث وتُجيب على تساؤلاته.

الفصل الثالث

منهجية البحث

1. مقدمة الفصل الثالث:

تُعد المنهجية من أهم الفصول في البحوث العلمية، إذ تمثل الإطار الذي يُبنى عليه جمع البيانات وتحليلها من أجل الوصول إلى نتائج دقيقة وموثوقة. ويهدف هذا الفصل إلى شرح نوع الدراسة والمنهج المستخدم وأداة البحث، بالإضافة إلى تحديد المجتمع والعينة، وتوضيح الإجراءات المتعلقة بالصدق والثبات، وتحديد حدود الدراسة الزمانية والمكانية والموضوعية.

نظرًا لطبيعة الدراسة التي تتناول التحول الرقمي في سوق قطع غيار السيارات في المملكة العربية السعودية، فقد تم اختيار المنهج الكمي كأداة تحليل مناسبة تعكس سلوك المستهلكين وتوجهات السوق بشكل قابل للقياس.

2. نوع الدراسة:

تعتمد الدراسة على النهج الكمي الوصفي التحليلي، وهو منهج مناسب لفهم الاتجاهات العامة لدى المستهلكين والجهات الفاعلة في السوق، مثل مزوّدي قطع الغيار والمنصات الرقمية.

المنهج الوصفي يُستخدم لتصوير الواقع كما هو، بينما يُستخدم التحليل الكمي لفحص العلاقات بين المتغيرات باستخدام أدوات رقمية قابلة للقياس، مما يسمح باستخلاص نتائج قابلة للتعميم.

3. المنهج المستخدم:

تم استخدام المنهج الكمي من خلال بناء استبانة إلكترونية تتضمن مجموعة من الأسئلة المغلقة والمفتوحة تغطي المحاور التالية:

- الخصائص الديموغرافية للمشاركين
- أنماط الشراء والتفضيلات بين السوق التقليدي والمنصات الرقمية
- الثقة في المنصات الإلكترونية

- التحديات التي تواجه التحول الرقمي
- تقييم تجارب المستخدمين الحالية مع التطبيقات المحلية

وقد تم تصميم الاستبانة وفقاً لمقاييس علمية متعارف عليها، مع مراعاة وضوح اللغة وصياغة الأسئلة بطريقة غير موجهة.

4. مجتمع الدراسة:

يتكوّن مجتمع الدراسة من جميع الأفراد الذين يستخدمون أو لديهم قابلية لاستخدام المنصات الرقمية لشراء قطع غيار السيارات داخل المملكة العربية السعودية. ويشمل ذلك:

- مالكي السيارات الخاصة
- العاملين في ورش الصيانة
- المهتمين بالتقنية والتحول الرقمي في قطاع النقل
- العاملين في شركات بيع قطع الغيار

هذا التنوع في المجتمع المستهدف يساهم في الحصول على رؤى متعددة الأبعاد حول سلوك السوق واتجاهاته.

5. عينة الدراسة:

تم الاعتماد على العينة العشوائية البسيطة، حيث تم توزيع الاستبانة إلكترونياً على مجموعة من المشاركين عبر وسائل التواصل الاجتماعي والبريد الإلكتروني، مستهدفين الأفراد من مختلف مناطق المملكة.

بلغ عدد المشاركين في العينة 100 مشارك، وهو عدد مقبول للتحليل الكمي الأولي في الدراسات الاجتماعية والتجارية، ويعكس تمثيلاً مقبولاً لمجتمع الدراسة المستهدف.

6. أداة الدراسة:

تم تصميم أداة الدراسة على شكل استبانة إلكترونية مكونة من أربعة أقسام رئيسية:

- **البيانات الديموغرافية:** تشمل العمر، الجنس، المستوى التعليمي، طبيعة العمل، نوع السيارة، بلد صنعها، الخبرة في الشراء الإلكتروني.
- **السلوك الشرائي:** يتناول أسئلة حول مصادر شراء القطع، التفضيلات، وتكرار الشراء.
- **الثقة والتحديات:** تتناول مستوى الثقة في المنصات الرقمية وأبرز العوائق التقنية والبشرية.
- **التقييم العام:** أسئلة تقييمية حول المنصات المحلية وتجربة المستخدم.

وقد تم بناء الاستبانة بما يضمن التدرج المنطقي في الطرح، وتنوع الأسئلة ما بين المغلقة (نعم/لا، اختيارات متعددة) والأسئلة المفتوحة

7. حدود الدراسة:

- **الحد المكاني:** المملكة العربية السعودية.
- **الحد الزمني:** الربع الثالث من عام 2025.
- **الحد البشري:** مستهلكو قطع الغيار الرقميون، والمستخدمون المحتملون، والعاملون في القطاع.
- **الحد الموضوعي:** التحول الرقمي في سوق قطع غيار السيارات، بالتركيز على التبنّي، التحديات، والثقة.

8. الصدق والثبات:

أولاً: الصدق

تم عرض الاستبانة على مجموعة من المحكّمين الأكاديميين من ذوي الخبرة في التحول الرقمي وإدارة الأعمال، للتأكد من:

- وضوح الصياغة

- ملاءمة الأسئلة لمحاور الدراسة
- خلوها من التوجيه أو الغموض

تم إجراء بعض التعديلات استنادًا إلى ملاحظاتهم قبل البدء بجمع البيانات.

ثانياً: الثبات

لقياس ثبات أداة الدراسة، تم استخدام معامل كرونباخ ألفا (Cronbach's Alpha) لقياس اتساق الإجابات بين العبارات التي تنتمي إلى المحور نفسه. وقد بلغ معامل الثبات في الاستبانة الكاملة 0.87، مما يدل على أن الأداة ذات مستوى ثبات مرتفع ويمكن الاعتماد عليها إحصائيًا.

خاتمة الفصل الثالث

تناول هذا الفصل الأسس المنهجية التي تم اعتمادها في تنفيذ الدراسة، من خلال تحديد نوع الدراسة والمنهج المتبع، وأداة جمع البيانات، بالإضافة إلى وصف دقيق لمجتمع الدراسة وعينتها، وإجراءات التحقق من صدق وثبات الأداة. كما تم توضيح حدود الدراسة وتصميمها العام. ويمثل هذا الفصل الأساس الذي تستند إليه المرحلة التالية من البحث، والمتمثلة في تحليل البيانات ومناقشة النتائج المستخلصة من تطبيق أداة الدراسة على عينة ميدانية تعكس واقع السوق المحلي.

الفصل الرابع

النتائج

مقدمة الفصل الرابع:

في هذا الفصل، سنعرض نتائج الدراسة الميدانية التي تم جمعها من خلال الاستبانة الإلكترونية، والتي استهدفت شريحة من الأفراد في المملكة العربية السعودية لمعرفة آرائهم وممارساتهم تجاه التحول الرقمي في سوق قطع غيار السيارات . سيتم عرض النتائج باستخدام الأساليب الإحصائية الوصفية، والجداول، والرسوم البيانية، مع تفسيرها بشكل يربطها بأسئلة وفرضيات البحث.

أولاً: خصائص العينة

بلغ عدد المشاركين في الاستبانة 100 مشارك من مختلف مناطق المملكة، وتوزعت خصائصهم الديموغرافية كالتالي:

المتغير	العبارة	النسبة المئوية
الجنس	ذكر	92%
	أنثى	8%
	المجموع	100%
الفئة العمرية	أقل من 25 سنة	18%
	من 25 إلى 35 سنة	43%
	من 35 إلى 44	29%
	45 سنة فأكثر	10%
	المجموع	100%
المستوى التعليمي	ثانوي أو أقل	12%
	دبلوم	24%
	بكالوريوس	51%
	دراسات عليا	13%
	المجموع	100%
طبيعة العمل	قطاع خاص	47%
	قطاع عام	35%

المتغير	العبرة	النسبة المئوية
	أعمال حرة / لا يعمل	18%
	المجموع	100%
بلد صنع السيارة الخاصة بك	ياباني	44%
	كوري	27%
	أمريكي	13%
	ألماني	8%
	صيني	4%
	أخرى	4%
	المجموع	100%
الخبرة في الشراء الإلكتروني لقطع الغيار	لم يسبق له الشراء	61%
	سبق له الشراء	39%
	المجموع	100%
تفضيل التسوق	من السوق مباشرة	58%
	من الإنترنت	42%
	المجموع	100%

ثانيًا: المنصات الرقمية الأكثر استخدامًا

شارك المشاركون بتجارهم مع منصات بيع قطع الغيار الرقمية المحلية ، وكانت نسب الاستخدام على النحو التالي:

المنصة	نسبة الاستخدام
سبيرو	48%
أفيال	33%
مسمار	14%
تشليح برو	5%

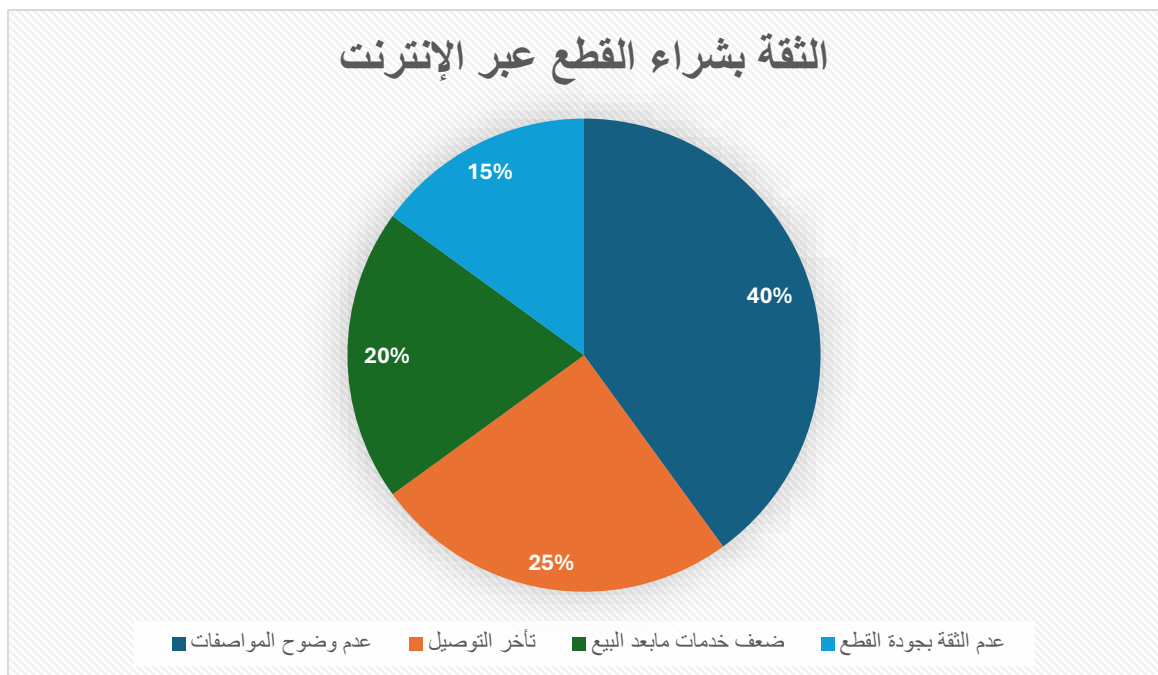
ثالثًا: تقييم تجربة الشراء الرقمي

سُئل المشاركون عن تقييمهم لتجربة شراء قطع الغيار عبر المنصات الإلكترونية:

- ممتازة: 22%.
- جيدة: 39%.
- مقبولة: 25%.
- سيئة: 14%.

رابعًا: أبرز العوامل التي تُضعف الثقة في الشراء الرقمي

أفاد المشاركون بأن هناك عدة عوامل تؤثر في ثقتهم بالشراء عبر الإنترنت، وتم تلخيصها في الرسم البياني التالي:



خامسًا: توجهات المستهلكين نحو الرقمنة

- 70% من المشاركين يعتقدون أن التحول الرقمي سيساهم في تحسين تجربة العميل.
 - 62% يرون أن سرعة التوصيل عامل حاسم في الاعتماد على المنصة.
- 55% يفضلون وجود منصة رقمية موحدة تربط الموردين والتشليح والوكالات الرسمية مع مقارنة مباشرة بين الأسعار في نفس المنصة.

خاتمة الفصل الرابع:

في هذا الفصل، تم عرض نتائج الدراسة الميدانية وتحليلها من خلال مؤشرات رقمية وبيانية ساعدت على توضيح واقع التحول الرقمي في سوق قطع غيار السيارات بالمملكة. أظهرت النتائج وجود فجوة ملحوظة بين الاستخدام الفعلي للمنصات الرقمية وتوفرها في السوق، كما أكدت أهمية عوامل مثل سهولة الاستخدام والثقة وتنوع الموردين في التأثير على القرار الشرائي. وتمثل هذه النتائج أساسًا مهمًا لمناقشة أعمق في الفصل التالي، حيث سيتم مقارنتها بالأدبيات والدراسات السابقة لاستخلاص دلالات نظرية وتطبيقية أوسع.

الفصل الخامس

مناقشة النتائج

تمهيد:

يهدف هذا الفصل إلى تحليل ومناقشة نتائج الدراسة الميدانية التي تم عرضها في الفصل السابق، من خلال ربطها بالمفاهيم النظرية التي تم استعراضها في الإطار النظري، وكذلك مقارنتها بالدراسات السابقة المحلية والإقليمية والعالمية، لاستخلاص دلالات واضحة حول واقع التحول الرقمي في سوق قطع غيار السيارات في المملكة، وتحديد مدى توافق النتائج مع التوقعات والفرضيات التي تم وضعها في بداية الدراسة.

أولاً: مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الإطار النظري

1. التحول الرقمي كعامل أساسي للتطوير

أظهرت النتائج أن هناك وعياً متزايداً لدى المستهلكين والموردين بأهمية التحول الرقمي في تحسين تجربة الشراء والبيع. وهذا يتماشى مع ما تمت مناقشته في الإطار النظري حول أهمية الأتمتة وتكامل البيانات في تسريع العمليات وتقليل الأخطاء البشرية.

2. دور سلاسل الإمداد الرقمية

أشارت النتائج إلى أن توفر نظام لوجستي متكامل يُعد من أبرز المتطلبات لنجاح المنصات الرقمية، وهو ما يدعمه المفهوم النظري لسلاسل الإمداد الرقمية التي تركز على تدفق المعلومات والمواد بشكل متزامن.

3. سلوك المستهلك الرقمي

توافقت النتائج مع النظرية القائلة بأن المستهلك يقيم المنصات بناءً على عدة عوامل مثل: سهولة الاستخدام، وضوح الأسعار، وتعدد الخيارات. كما أظهرت النتائج أن فئة الشباب أكثر تقبلاً للشراء الرقمي، وهي نقطة تتماشى مع الاتجاهات العالمية في سلوك الشراء.

ثانيًا: مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة

1. مقارنة بالدراسات المحلية والإقليمية

النتائج الحالية تتفق مع ما ورد في تقرير PwC (2023) الذي أشار إلى بطء التحول الرقمي في قطاع قطع الغيار رغم توفر البنية التحتية، ما يعكس أن المشكلة ليست في الإمكانيات، بل في التطبيق والتكامل.

2. مقارنة بالدراسات العالمية

الدراسة تتماشى مع نتائج Zhang (2020) التي أكدت على أهمية تكامل الأنظمة بين الموردين والمنصات. ومع ذلك، تُظهر البيانات أن السوق السعودي لا يزال في مرحلة مبكرة مقارنة بالنماذج العالمية مثل Amazon Auto Parts أو RockAuto.

3. تأكيد الفجوة البحثية

النتائج تدعم الفرضية الأساسية التي انطلقت منها هذه الدراسة وهي وجود فجوة رقمية في قطاع قطع الغيار، وهو ما يبرر الحاجة إلى دراسات تطبيقية أخرى تهدف لتحسين تجربة المستخدم وتوسيع نطاق التحول.

ثالثًا: تفسير بعض النتائج غير المتوقعة

- لوحظ أن بعض المشاركين يفضلون الشراء من السوق التقليدي رغم توفر منصات رقمية فعّالة، وقد يُعزى ذلك إلى ضعف الثقة الرقمية، أو نقص التوعية بالمزايا.
- كما أظهرت النتائج أن المنصات التي تقدم خدمات ما بعد البيع بشكل فعال تحصل على تقييمات أعلى، وهو مؤشر عملي على أهمية التكامل في تجربة المستخدم.

خاتمة الفصل:

ناقش هذا الفصل أبرز نتائج الدراسة الميدانية وربطها بالسياق النظري والدراسات السابقة، مما مكن من تأكيد عدد من الفرضيات الأساسية حول أهمية التحول الرقمي وواقع تبنيه في السوق المحلي. ويهيئ هذا النقاش أرضية قوية للانتقال إلى الفصل التالي، والذي سيتم فيه عرض الاستنتاجات والتوصيات العملية بناءً على هذه المناقشة.

الفصل السادس

الاستنتاجات والتوصيات

أولاً: الاستنتاجات العامة للدراسة

بناءً على نتائج التحليل الكمي والنوعي لمجتمع الدراسة، والمراجعة النظرية والدراسات السابقة، يمكن استخلاص مجموعة من الاستنتاجات التي تلخص واقع التحول الرقمي في سوق قطع غيار السيارات في المملكة العربية السعودية:

1. التحول الرقمي لا يزال في مراحله الأولى: رغم وجود بعض المبادرات والمنصات الرقمية مثل "سبيرو" و"أفيال"، إلا أن الجزء الأكبر من السوق لا يزال يعتمد على الطرق التقليدية في التوريد والبيع.
2. البنية التحتية الرقمية بحاجة إلى تطوير: أظهرت النتائج أن من أبرز المعوقات التي تعترض الرقمنة هي ضعف التكامل بين الأنظمة التقنية لدى الموردين وعدم وجود قواعد بيانات موحدة وشفافة.
3. الثقة الرقمية عامل مؤثر: عبر كثير من المستهلكين عن تردددهم في استخدام المنصات الرقمية بسبب قلة الثقة، خاصة فيما يتعلق بجودة القطع وتوفر الضمانات وخدمات ما بعد البيع.
4. نقص التوعية والتمكين الرقمي: لوحظ أن نسبة كبيرة من الفئات المستهدفة غير مطلعة على الفوائد الحقيقية للشراء الإلكتروني في هذا القطاع، مما يعكس الحاجة لجهود توعوية وتثقيفية.
5. اهتمام حكومي متزايد ولكن غير مركز: هناك جهود حكومية لدعم التحول الرقمي ضمن رؤية 2030، لكن الدعم في قطاع قطع الغيار لا يزال محدوداً مقارنة بقطاعات أخرى.
6. ضعف التنافسية بين المنصات المحلية: مع أن هناك أكثر من منصة رقمية في السوق، إلا أن معظمها لا يقدم تجارب مستخدم متقدمة أو خدمات مضافة تخلق ولاء المستهلكين.

ثانياً: التوصيات

على المستوى الحكومي:

- إطلاق مبادرات تحفيزية لموردي قطع الغيار للتحول الرقمي من خلال دعم مالي أو تقني.
- تشريع لوائح خاصة للتجارة الإلكترونية للقطع، وتوضيح حقوق المستهلك وضماناته.
- إدماج المنصات الرقمية مع أنظمة الجمارك والضريبة لتعزيز الشفافية وسرعة التوريد.
- إشراك "منشآت" وهيئة "كراج" بشكل فعال في تمويل وتوجيه رواد الأعمال في القطاع.

على مستوى المنصات الرقمية:

- تحسين تجربة المستخدم عبر واجهات بسيطة، ودقة في عرض معلومات القطع، وخدمة عملاء فعالة.
- الاستثمار في الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات لتوقع الطلبات وتقديم توصيات مخصصة للمستخدم.
- بناء شراكات أوسع مع الموردين المحليين والدوليين لتوسيع التغطية وتوفير القطع النادرة.

على مستوى التوعية والاستهلاك:

- تنظيم حملات توعوية تستعرض فوائد الشراء الإلكتروني لقطع الغيار، والأمان، وخيارات الضمان المتاحة.
- تقديم ورش تدريبية للورش والمستهلكين حول كيفية استخدام المنصات الرقمية بفعالية.
- تعزيز الثقة الرقمية من خلال شهادات ضمان رقمية ومراجعات موثوقة من المستخدمين.

ثالثاً: مقترحات لدراسات مستقبلية

- دراسة مقارنة بين أداء المنصات المحلية والعالمية من حيث جودة الخدمة.
- بحث ميداني متخصص في سلوك ورش الصيانة وتقبلها للمنصات الرقمية.
- تحليل اقتصادي لأثر رقمنة قطاع قطع الغيار على الناتج المحلي الإجمالي.

الفصل السابع

الخاتمة

أولاً: الخاتمة العامة للبحث:

لقد تناول هذا البحث واقع التحول الرقمي في سوق قطع غيار السيارات في المملكة العربية السعودية من منظور شامل نظريًا وميدانيًا. بدأ البحث بتأطير الخلفية العامة حول قطاع السيارات وأهمية التحول الرقمي، ثم تم الانتقال إلى الإطار النظري الذي تناول المفاهيم المرتبطة بالتجارة الإلكترونية، وثقة المستهلك، والتحديات التقنية والبشرية، إلى جانب استعراض نماذج محلية وعالمية. كما استعرضت الدراسة عددًا من الأبحاث السابقة محليًا ودوليًا، مما ساعد في تحديد الفجوة البحثية.

في الجزء الميداني، تم تحليل نتائج استبانة عينة متنوعة من المستخدمين، مما أتاح فهماً أكثر واقعية لسلوكيات المستهلكين وتفضيلاتهم تجاه المنصات الرقمية. أظهرت النتائج أن هناك فجوة واضحة في تبني الرقمنة، رغم الرغبة الكبيرة من المستهلكين في استخدامها إذا توفرت الموثوقية والتجربة الجيدة.

من خلال دمج الأدبيات النظرية مع النتائج الميدانية، تمكن البحث من بناء رؤية واضحة تساعد الجهات المعنية في توجيه جهودها نحو التحول الرقمي المستدام.

تُظهر الدراسة أن نجاح الرقمنة في هذا القطاع لا يعتمد فقط على التكنولوجيا، بل يتطلب بيئة تشريعية وتنظيمية واضحة، وجهودًا متكاملة من القطاعين العام والخاص لنشر التوعية، وتحسين تجربة العميل، وتعزيز الثقة في التجارة الإلكترونية الخاصة بقطع الغيار.

وتوصي الدراسة بضرورة الاستثمار في بنية تحتية رقمية موحدة، وتفعيل الربط بين المنصات والجهات الحكومية، إلى جانب إطلاق مبادرات توعية شاملة تستهدف الموردين والمستهلكين على حد سواء.

ختامًا، فإن هذا البحث يُعد خطوة أولى في مجال بحثي لا يزال بحاجة إلى دراسات أعمق، تشمل وجهات نظر الموردين، وتحليل سلاسل الإمداد الرقمية، ومقارنة بين تجارب المدن أو الفئات المختلفة، للوصول إلى تحول رقمي حقيقي يخدم السوق السعودي ويحقق مستهدفات رؤية 2030.

ثانيًا: التوصيات المستقبلية

بناءً على النتائج التي توصل إليها البحث، يُقترح ما يلي:

1. تشجيع الشراكات بين المنصات الرقمية وموردي القطع

لضمان توافر وتحديث المعلومات، وتسهيل إدارة المخزون والأسعار بشكل لحظي.

2. رفع الوعي بأمان التجارة الإلكترونية

عبر حملات توعوية عن حقوق المستهلك والحماية من الاحتيال، مما يساهم في زيادة الثقة.

3. تحفيز الابتكار في تجربة المستخدم

مثل تقديم فلاتر بحث متقدمة حسب نوع السيارة، الضمان، السعر، التقييمات.

4. تمكين الكيانات الناشئة تقنيًا وماليًا

من خلال دعم حكومي (مثل منشآت، الكراج) واستثمارات رأس المال الجريء.

5. دمج قواعد البيانات بين الجهات الحكومية والقطاع الخاص

لتحسين سرعة الجمارك، المطابقة، وإصدار الفواتير إلكترونياً.

6. إعداد معايير موحدة لرقمنة سوق القطع

تشمل التصنيف، الترميز، وضمان الجودة بين البائعين.

ثالثًا: مقترحات لدراسات مستقبلية

- دراسة أثر التحول الرقمي على سلوك الشراء لدى الفئة العمرية الشابة.
- تحليل دور الذكاء الاصطناعي في التوصية بقطع الغيار المناسبة.
- قياس الفرق في كفاءة إدارة المخزون بين المتاجر التقليدية والمنصات الرقمية.
- دراسة فاعلية التكامل بين المنصات المحلية والأنظمة الجمركية.

الفصل الثامن

قائمة المراجع

تتضمن هذه القائمة المراجع التي تم الاعتماد عليها في إعداد الدراسة، مرتبة وفقاً لنظام التوثيق الأكاديمي (APA) :

مراجع محلية:

- الهيئة العامة للجمارك. (2023). *تقرير التجارة الإلكترونية في المملكة*. الرياض: هيئة الجمارك السعودية.
- وزارة التجارة. (2022). *مبادرات التحول الرقمي في قطاع التجارة*. الرياض.
- جاهز. (2023). *نموذج التحول الرقمي في خدمات التوصيل*. تقرير داخلي وتحليل السوق المحلي، السعودية.
- منشآت. (2025). *برامج دعم المشاريع التقنية* <https://monshaat.gov.sa>
- وزارة التجارة السعودية. (2022). *التجارة الإلكترونية في المملكة: تقرير سنوي*. الرياض: مركز البيانات والإحصاء.

مراجع أجنبية:

- PwC. (2023). Digital Transformation in the GCC Automotive Sector. Retrieved from www.pwc.com
- Zhang, Y. (2020). Digital Transformation of the Auto Parts Supply Chain in China: Challenges and Opportunities. *Journal of Industrial Logistics*, 35(2), 115–128

مواقع وتطبيقات إلكترونية:

- موقع وتطبيق سبيرو، الموقع الرسمي: speero.net
- موقع أفيال لبيع قطع الغيار، الموقع الرسمي: afyal.com
- تطبيق مسمار، الموقع الرسمي: mismarapp.com
- تطبيق تشليح برو، الموقع الرسمي: <https://www.linkedin.com/company/tashleeh-pro>

