

جامعة ميدأوشن
كلية الإعلام والتسويق
بكالوريوس التسويق الرقمي

إتجاهات الشابات السعوديات في استخدام
ChatGPT

في الحصول على توصيات تسوق خاصة

إعداد: ريم محمدخير الجوجو

الرقم الأكاديمي: ٢٣٢٠٠٢٦٢٦

تحت إشراف: د. علياء قمر

المحور الأول:

ChatGPT الدراسات المتعلقة باستخدام

والذكاء الاصطناعي التوليدي

ويتضمن الدراسات التي تناولت تقبل المستخدمين لتطبيقات الذكاء الاصطناعي والعوامل المؤثرة في استخدامها

(الزهراني ٢٠٢٦)

المخاطر الثقافية للذكاء الاصطناعي التوليدي لدى الشباب: وجهات نظر الشباب والآباء والمعلمين في سياق غير " بعنوان ، هدفت إلى استكشاف تصورات الشباب السعوديين وأسرهم ومعلميهم تجاه استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي "عربي التوليدي والمخاطر المرتبطة بها

اعتمدت الدراسة على المنهج المختلط، واستخدمت المقابلات وتحليل المحتوى

وتوصلت نتائج الدراسة إلى انتشار استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي بين الشباب

كما كشفت عن أهمية العوامل الثقافية والاجتماعية في تشكيل اتجاهات الاستخدام

رابط الدراسة

<https://arxiv.org/abs/2604.26494>

(الدخيل ٢٠٢٦)

، هدفت إلى "الذكاء الاصطناعي التوليدي في السعودية: مسح وطني للتبني والمخاطر والتصورات العامة" بعنوان ، استكشاف مستوى انتشار واستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي التوليدي في المجتمع السعودي

طبقت الدراسة على عينة قوامها (٣٣٠) مشاركاً من مختلف مناطق المملكة العربية السعودية

اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي، واستخدمت أداة الاستبيان الإلكتروني

وتوصلت نتائج الدراسة إلى وجود انتشار واسع لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي التوليدي بين أفراد المجتمع السعودي

كما كشفت عن إدراك المستخدمين لفوائد هذه التطبيقات في تسهيل الوصول إلى المعلومات ودعم اتخاذ القرارات

رابط الدراسة

<https://arxiv.org/abs/2601.18234>

دراسة (الخميس ٢٠٢٦)

، هدفت إلى دراسة مستوى الثقة في "الثقة في الذكاء الاصطناعي لدى طلبة علوم الحاسب في الشرق الأوسط" بعنوان ، تطبيقات الذكاء الاصطناعي وأنماط استخدامها

طبقت الدراسة على عينة من طلبة علوم الحاسب في السعودية والكويت والأردن

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، واستخدمت أداة الاستبيان

وتوصلت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة إيجابية بين الثقة في أنظمة الذكاء الاصطناعي وكثافة استخدامها

كما كشفت عن أهمية الشفافية ودقة المعلومات في تعزيز ثقة المستخدمين

رابط الدراسة

<https://arxiv.org/abs/2604.06418>

(سنبيل الدخس العتيبي ٢٠٢٥)

، "لدى متعلمي اللغة الإنجليزية في المملكة العربية السعودية ChatGPT العوامل المؤثرة في قبول واستخدام" :بعنوان
لدى طلبة الجامعات السعودية ChatGPT هدفت إلى التعرف على العوامل المؤثرة في تبني واستخدام

.طبقت الدراسة على عينة من طلبة التعليم العالي في المملكة العربية السعودية

.اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي، واستخدمت أداة الاستبيان

.ChatGPT وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن الفائدة المتوقعة وسهولة الاستخدام تؤثران إيجابياً في تبني

.كما كشفت عن وجود تأثير إيجابي للعوامل الاجتماعية في تعزيز نية الاستخدام لدى الطلبة

رابط الدراسة

<https://www.nature.com/articles/s41599-025-04945-2>

المحور الثاني: الدراسات المتعلقة برобوتات الدردشة والأنظمة الذكية

يتناول هذا المحور الدراسات التي بحثت في استخدام روبوتات الدردشة والأنظمة الذكية في تقديم الخدمات الرقمية وتحسين
تجربة المستخدم

دراسة (مرسي، ٢٠٢٣)

، هدفت إلى "في خدمة العملاء (Chatbot) اتجاهات الجمهور السعودي نحو استخدام روبوتات الدردشة التفاعلية": بعنوان التعرف على اتجاهات الجمهور السعودي نحو استخدام روبوتات الدردشة في خدمة العملاء

طُبِّقَت الدراسة على عينة من الجمهور السعودي المستخدم للخدمات الرقمية

اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي، واستخدمت أداة الاستبيان

وتوصلت نتائج الدراسة إلى وجود اتجاهات إيجابية نحو استخدام روبوتات الدردشة في تقديم الخدمات

كما كشفت عن أن سرعة الاستجابة وسهولة الحصول على المعلومات تعدان من أهم أسباب قبول هذه التقنية

رابط الدراسة

<https://www.jalhss.com/index.php/jalhss/article/view/866>

دراسة (خنوش وآخرون، ٢٠٢٣)

، هدفت إلى "وربوتات الدردشة التوليدية ChatGPT إحداث ثورة في تفاعل العملاء: رؤى وتحديات توظيف": بعنوان تحليل فرص وتحديات استخدام روبوتات الدردشة التوليدية في خدمة العملاء

اعتمدت الدراسة على المنهج التحليلي واستخدمت أسلوب تحليل المحتوى

وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن روبوتات الدردشة المدعومة بالذكاء الاصطناعي تسهم في تحسين جودة التفاعل مع العملاء

كما كشفت عن تحديات تتعلق بالدقة والخصوصية وأمن البيانات

رابط الدراسة

<https://arxiv.org/abs/2311.09976>

المحور الثالث: الدراسات المتعلقة بالسلوك الشرائي والتوصيات الرقمية

يركز هذا المحور على الدراسات التي تناولت السلوك الشرائي الإلكتروني والعوامل المؤثرة في قرارات الشراء ودور التوصيات الرقمية في توجيه المستهلكين

(عبدالقادر، ٢٠٢٤)

، هدفت إلى دراسة أثر التقنيات الرقمية "سلوك المستهلك السعودي في العصر الرقمي: تحليل سيبراني اجتماعي": بعنوان الحديثة، ومنها التوصيات المدعومة بالذكاء الاصطناعي وروبوتات الدردشة، على سلوك المستهلك السعودي عبر الإنترنت

مشاركاً من المستهلكين السعوديين، ينتمون إلى مجتمع مستخدمي المنصات الرقمية (984) طُبِّقَت الدراسة على عينة قوامها والتجارة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية

اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي الوصفي، واستخدمت أداة الاستبيان الإلكتروني

وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن التوصيات الشخصية المدعومة بالذكاء الاصطناعي تؤثر بصورة إيجابية في السلوك الشرائي للمستهلكين.

كما كشفت عن أن روبوتات الدردشة تعزز الثقة في المتاجر الإلكترونية وترفع نية الشراء لدى المستخدمين.

رابط الدراسة

[Saudi Consumer Behavior in the Digital Age: A Cyber-Sociological Analysis](#)

(برايس ووترهاوس كوبرز، ٢٠٢٤)

، هدفت إلى التعرف على اتجاهات المستهلكين السعوديين "صوت المستهلك في المملكة العربية السعودية ٢٠٢٤": بعنوان نحو التقنيات الحديثة المستخدمة في التسوق.

اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي.

وتوصلت نتائج الدراسة إلى تزايد اهتمام المستهلكين بالتوصيات الذكية والتجارب الشخصية أثناء التسوق.

كما كشفت عن ارتفاع توقعات المستهلكين تجاه الخدمات الرقمية المعتمدة على الذكاء الاصطناعي.

رابط الدراسة

<https://www.pwc.com/m1/en/publications/voice-of-the-consumer-2024-survey-saudi-arabia-findings.html>

دراسة (الغامدي وآخرون، ٢٠١٢)

، هدفت إلى تحديد "العوامل المؤثرة في قرارات المستهلكين السعوديين للشراء من متاجر التجزئة الإلكترونية": بعنوان العوامل المؤثرة في قرارات الشراء الإلكتروني لدى المستهلك السعودي.

طبقت الدراسة على عينة من المستهلكين السعوديين المستخدمين للمتاجر الإلكترونية.

اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي، واستخدمت أداة الاستبيان.

وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن الثقة وتوافر المعلومات وجودة الخدمة من أبرز العوامل المؤثرة في قرار الشراء.

كما كشفت عن أهمية السمعة الإلكترونية للمتاجر في تعزيز نية الشراء.

رابط الدراسة

<https://arxiv.org/abs/1211.2407>