



جامعة ميدأوشن

كلية الإدارة

قسم / تخصص إدارة الأعمال

عنوان البحث

التحول الرقمي في قطاع التجزئة

إعداد الطالب/

خالد محمد الجهني

إشراف/

العام الدراسي:

2025

مقدمة:

في ظل تسارع وتيرة الأعمال و تطور قنوات البيع و الوصول و العروض وعدم اقتصار الأسواق على محيط جغرافي واحد مؤطر و تداخل منصات عديدة هدفها الوصول لأكبر شريحة سوقية باتباع منهجيات وتقنيات حديثة لاكتساح أسواق جديدة و أحداث ارباك في الأسواق والتصور المعهود لدى المستهلك النهائي.

لذا دعت الحاجة الى مواكبة التطور التقني بهدف التحليل و التقصي و توجيه دفة الاستثمار نحو احتياجات المستهلك النهائي و صناعة أسواق هدفها الاستدامة و تقديم خدمات ذات قيمة بأقصى منفعة و أدنى قيمة.

مشكلة الدراسة:

استقصاء حول الأثر المباشر وغير المباشر على عدم تبني استراتيجيات تحول رقمي بهدف الاستدامة من زاوية المورد و رواد التجزئة.

أهمية الدراسة:

تأطير التحديات الحالية للقطاع و قياس حجم الفجوة الحالية و المستقبلية المتوقعة بمقابل الاستثمار و وضع خطة انقاذ للحد من تآكل الحصة السوقية.

أهداف الدراسة:

إبداء الأثر الإيجابي لانتهاج خطط تحول رقمي و تحديثها بهدف الوصول لاستدامة في قطاع التجزئة و تحويل نظرة متخذ القرار لكون الاستثمار في أدوات تقنية أصبح متطلب يتعدى كونه تكلفة عرضية الى كونه ضرورة للبقاء و احداث اثر يعزز التنافسية و البقاء في السوق كحد ادنى.

تساؤلات الدراسة

- هل التحول الرقمي بتلك الأهمية؟
- من الأطراف الأكثر حظوة في الاستفادة من التقنية؟
- ما هو الأثر المباشر والغير مباشر على الاستثمار المبكر من عدمه؟
- ماهي ابرز المظاهر التي تغيرت في قطاع التجزئة؟
- من هم اطراف سوق التجزئة ؟
- ماهي أنواع أسواق التجزئة ؟
- هل من الضروري اجراء تغيير شمولي و دفعة واحدة؟
- ماهي متطلبات التحول الرقمي؟

فروض الدراسة:

تقتض الدراسة بأن الشركات التي لم تستثمر في التحول التقني و الاحتراف في استخدام ادواته قد تكون تضررت حصتها السوقية و بشكل ملموس و متنامي لحساب جهات نجحت بتمكينها لبنيتها التقنية من اختراق أسواق جديدة ونطاق مكاني أوسع و فرض أساليب هيمنة و ان التحول الرقمي بالنسبة للشركات المتضررة اصبح حتمي و التأخر في انتهاج هذا النهج قد يقضي عدد لا بأس به من السوق.

الدراسات السابقة:

لا يوجد.

المنطلقات النظرية للدراسة:

- ادراج أمثلة لمشاريع ناجحة في تحولها الرقمي.
- ادراج تصنيف للقطاعات المستهدفة من الدراسة
- اجراء مقارنات و إيجاد أوجه التشابه و الاختلاف.
- محاكاة لحجم النمو في حال تطبيق الحلول.
- قياس اثر دخول شركات التجزئة الالكترونية لقطاعات حيوية.

المنهجية وطرق البحث:

- استقصاء عن السوق المحلي السعودي
- استبيان للمستهلك المحلي.

أدوات الدراسة :

-استقصاء عن السوق المحلي السعودي

-استبيان للمستهلك المحلي.

- تحليل دراسات سوقية منشورة.

حدود الدراسة :

السوق المحلي السعودي و الإقليمي والمتمثل في قطاع التجزئة والذي يشمل
المستلزمات الأساسية والحيوية و المطاعم و حسب ما يمكن توفيره من عينة
الاستقصاء.

المراجع: