

تأثير دمج تقنيات الذكاء الاصطناعي في التصميم البصرية للمتاجر الرقمية
على تفاعل المستهلكين السعوديين وقرارات الشراء لديهم
دراسة ميدانية

The Impact of Integrating Artificial Intelligence Technologies into the Visual Designs
of Digital Platforms on Consumer Behavior and Purchasing Decisions

نموذج استمارة استبانة لاستكمال البحث المطلوب لاستكمال
متطلبات الحصول على درجة الماجستير في التسويق الرقمي

إعداد الباحث:

أشرف جمعة أبكر ناصر

251003049

إشراف:

د. محمد عويس

١٤٤٧هـ - ٢٠٢٥ م

مشكلة الدراسة:

شهد استخدام الذكاء الاصطناعي (AI) في التسوق الرقمي تحولاً جذرياً خلال السنوات الخمس الأخيرة ، مدفوعاً بالتطورات في التعلم الآلي وتحليل البيانات الضخمة، مما أدى إلى تعزيز التخصيص والتفاعلية في المتاجر الإلكترونية، وعلى الرغم من التوسع الهائل في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في التجارة الإلكترونية لتخصيص المحتوى والتوصيات لا تزال هناك فجوة معرفية واضحة في فهم التأثير المباشر والعميق لدمج الذكاء الاصطناعي في تخصيص وإنشاء التصاميم البصرية على كل من مستويات تفاعل المستهلكين مع المتجر، والآليات التي تحكم قراراتهم الشرائية النهائية، ولذلك، تتجسد المشكلة في عدم وجود إطار تحليلي كافٍ يوضح كيف يمكن لتقنيات الذكاء الاصطناعي البصرية أن تحسن أو تُضرر بالخبرة الجمالية والإدراكية للمستهلك، وتحديد الآليات الوسيطة (مثل الانغماس، أو الثقة البصرية) التي تفسر هذا التأثير في بيئة التسوق الرقمي.

وبناء عليه يمكن القول بأن مشكلة الدراسة هي: الكشف عن تأثير دمج تقنيات الذكاء الاصطناعي في التصاميم البصرية على سلوك المستهلكين السعوديين وقرارات الشراء لديهم في المتاجر الرقمية .

أهمية الدراسة:

على الرغم من الأدلة التطبيقية المتزايدة على فاعلية الذكاء الاصطناعي في البيع، فإن الآليات الدقيقة التي من خلالها يؤثر دمج هذه التقنيات في التصاميم البصرية تحديداً على عملية التفاعل وصنع القرار لدى المستهلك لا تزال غير مستكشفة بشكل كافٍ في الأدبيات الأكاديمية. تسعى هذه الدراسة إلى سد هذه الفجوة المعرفية من خلال تقديم تحليل منهجي لكيفية تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي في التصاميم البصرية للتجارة الرقمية وتشكيل سلوك المستهلك.

كما تنبع أهمية هذا البحث من كونه يسد فجوة بحثية حديثة ويقدم قيمة مضافة على الصعيدين النظري والتطبيقي:

الأهمية العلمية:

- 1- تساهم الدراسة في تطوير الأدبيات المتعلقة بالذكاء الاصطناعي في التسويق والتجارة الإلكترونية، خاصة فيما يتعلق بعلم الجمال الرقمي (Digital Aesthetics) وتأثيره على السلوك الشرائي.
- 2- تقدم الدراسة فهماً أعمق لكيفية تأثير التصميم البصري المُدار بالذكاء الاصطناعي على العمليات الإدراكية والعاطفية للمستهلك، وتحديد دور المتغيرات الوسيطة (كالانغماس البصري) كجسر بين التقنية والقرار.
- 3- يعتبر من أوائل الأبحاث التي تتناول بشكل منهجي تقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي في سياق التصميم البصري للمتاجر الرقمية، مما يثري المعرفة في مجال تكنولوجيا المعلومات والتصميم التفاعلي.
- 4- تسليط الضوء على الجوانب الأخلاقية والتحديات التي تواجه استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في التصاميم البصرية.

الأهمية العملية:

- 1- تزود الدراسة مديري المتاجر الرقمية ومصممي تجربة المستخدم (UX/UI Designers) بتوصيات واضحة ومبنية على الأدلة حول أفضل الطرق لدمج تقنيات الذكاء الاصطناعي البصرية لزيادة التفاعل والمبيعات.
- 2- تساعد المتاجر في فهم كيفية استثمار أموالها في تقنيات الذكاء الاصطناعي البصرية التي تحقق أعلى عائد من حيث زيادة تفاعل العملاء وتحسين معدلات التحويل.
- 3- يوفر للشركات رؤى ثمينة حول التفضيلات البصرية للمستهلكين في البيئة الرقمية وكيف يمكن للذكاء الاصطناعي تلبية هذه التفضيلات بشكل شخصي وديناميكي.

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى سد الفجوة المعرفية والتطبيقية المذكورة أعلاه، من خلال تحقيق الأهداف التالية:

الهدف الرئيسي :

تحديد وقياس طبيعة واتجاه تأثير دمج تقنيات الذكاء الاصطناعي في التصميم البصرية للمتاجر الرقمية على مستوى تفاعل المستهلكين .

وينبثق من هذا الهدف ، عدة أهداف فرعية أهمها:

- 1- تحليل العلاقة المباشرة بين التخصيص البصري المُدار بالذكاء الاصطناعي وبين نية المستهلكين وقرارات الشراء الفعلية.
- 2- قياس تأثير التصميم المولدة بالذكاء الاصطناعي على خلق تفاعل لعملاء المتاجر الرقمية.
- 3- اكتشاف وتوضيح دور المتغيرات الوسيطة (مثل الإدراك الجمالي، الانغماس البصري، والثقة التكنولوجية) في تفسير العلاقة بين التصميم البصرية المدعومة بالذكاء الاصطناعي وقرارات الشراء.
- 4- يسعى البحث إلى كشف الآثار الإيجابية مثل زيادة الرضا والولاء، بالإضافة إلى التحديات الأخلاقية والمخاطر المحتملة .
- 5- تقديم توصيات عملية للمصممين والتجار، مما يساهم في تعزيز التنافسية في سوق التجارة الإلكترونية.

تساؤلات الدراسة :

التساؤل الرئيسي:

ما هو تأثير دمج تقنيات الذكاء الاصطناعي في التصميم البصرية للمتاجر الرقمية على تفاعل المستهلكين وقرارات الشراء؟

التساؤلات الفرعية:

1. إلى أي مدى تساهم تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحسين التصميم البصرية للمتاجر الرقمية؟
2. ما هي العلاقة المباشرة بين التصميم البصرية المدعوم بالذكاء الاصطناعي ونية المستهلكين وقرارات الشراء الفعلية في المتاجر الرقمية؟
3. كيف تؤثر التصميم البصرية المولدة بالذكاء الاصطناعي على مستوى تفاعل المستهلكين في المتاجر الرقمية؟
4. ما هو دور الذكاء الاصطناعي في التأثير على قرارات الشراء لدى المستهلكين من خلال التصميم البصرية المدعومة به؟
5. ما هي الاعتبارات الأخلاقية والتحديات (مثل الخصوصية والتحيز الخوارزمي) في دمج الذكاء الاصطناعي بالتصميم البصرية، وكيف تؤثر على الثقة والقرارات الشرائية؟

وتهدف هذه الأسئلة إلى تقديم فهم شامل ومعمق لتأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي في التصميم البصرية للمتاجر الرقمية على سلوك المستهلك وقرارات الشراء.

الاستبيان

مقدمة الاستبيان:

يسعدنا مشاركتك في هذا الاستبيان الذي يهدف إلى جمع البيانات لدراسة الماجستير حول تأثير تقنيات الذكاء الاصطناعي المدمجة في التصميم البصرية للمتاجر الرقمية على سلوكك كمستهلك سعودي. تستغرق الإجابة حوالي 5-7 دقائق، وجميع إجاباتك ستعامل بسرية تامة وتستخدم فقط لأغراض البحث العلمي. شكرًا لوقتك وجهدك الثمين.

المحور الأول: المعلومات الأساسية للمبحوثين (السمات الديمغرافية):

- النوع:

- ☐ ذكر
- ☐ انثى

-العمر:

- ☐ أقل من ١٨
- ☐ ١٨ - ٢٤
- ☐ ٢٥ - ٣٥
- ☐ ٣٦ - ٤٥
- ☐ ٤٦ - ٥٥
- ☐ ٥٦ - ٦٥
- ☐ أكبر من ٦٥

-المستوى التعليمي:

- ☐ ابتدائي
- ☐ متوسط
- ☐ ثانوي
- ☐ دبلوم
- ☐ بكالوريوس
- ☐ ماجستير
- ☐ دكتوراه

- متوسط الدخل الشهري:

- ☐ أقل من ٣٠٠٠ ريال
- ☐ من ٣٠٠٠ ريال إلى ٥٠٠٠ ريال
- ☐ من ٥٠٠٠ ريال إلى ٧٠٠٠ ريال
- ☐ من ٧٠٠٠ ريال إلى ١٠٠٠٠ ريال
- ☐ أكثر من ١٠٠٠٠ .. من إلى

الموقع الجغرافي:

- ☐ منطقة الرياض
- ☐ منطقة مكة المكرمة
- ☐ منطقة المدينة المنورة
- ☐ منطقة القصيم
- ☐ المنطقة الشرقية
- ☐ منطقة عسير
- ☐ منطقة تبوك
- ☐ منطقة حائل
- ☐ منطقة الحدود الشمالية
- ☐ منطقة الجوف
- ☐ منطقة نجران
- ☐ منطقة جازان
- ☐ منطقة الباحة

المحور الثاني: سلوك التسوق عبر الإنترنت والوعي بالذكاء الاصطناعي:

كم مرة تتسوق عبر المتاجر الرقمية شهرياً؟

- ☐ مرة في الشهر.
- ☐ من ٢ إلى ٥ مرات
- ☐ من ٦ إلى ١٠ مرات
- ☐ أكثر من ١٠ مرات

ما هي القيمة التقريبية لمتوسط مشترياتك الشهرية عبر المتاجر الالكترونية؟

- ☐ ٥٠٠ ريال وأقل
- ☐ من ٥٠٠ ريال إلى ١٠٠٠ ريال
- ☐ من ١٠٠٠ إلى ٣٠٠٠ ريال
- ☐ من ٣٠٠٠ ريال إلى ٥٠٠٠ ريال
- ☐ أكثر من ٥٠٠٠ ريال

المتاجر التي تتسوق منها غالباً:

- ☐ أمازون
- ☐ نون
- ☐ علي اكسپرس
- ☐ ترينديول
- ☐ أخرى

ما مدى معرفتك بالتصاميم البصرية المولدة بالذكاء الاصطناعي في مواقع المتاجر؟

- أعرف جيداً
○ أعرف
○ محايد
○ لا أعرف
○ لا أعرف أبداً

المحور الثالث: دمج الذكاء الاصطناعي في التصميم البصرية :

الأسئلة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا اوافق	لا أوافق بشدة
1. أجد أن التصميم البصرية المولدة بالذكاء الاصطناعي المستخدمة في المتاجر تسهل عليّ العثور على ما أبحث عنه.					
2. التصميم المُحسَّنة بالذكاء الاصطناعي تساعدني على اتخاذ قرارات شراء أفضل وأسرع.					
3. التصميم البصرية في المتاجر المولدة بالذكاء الاصطناعي (صور المنتجات، الرسوم، الاعلانات) تبدو جذابة ومتناسقة جمالياً.					
4. أجد أن المتجر الذي يستخدم الذكاء الاصطناعي في التصميم يقدم لي تصميماً بصرياً فريداً ومختلفاً وأكثر احترافية عن باقي المتاجر التقليدية.					
5. لا أواجه صعوبة في التعامل مع التغييرات البصرية التي تحدث في واجهة المتجر المولدة بالذكاء الاصطناعي.					
6. أرى أن التصميم البصري المولد بالذكاء الاصطناعي واضح ولا يربكني أثناء التصفح					

المحور الرابع: تأثير الذكاء الاصطناعي في التصميم البصري

الأسئلة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا اوافق	لا أوافق بشدة
1. تساهم التوصيات المخصصة للمنتجات والمقدمة بواسطة الذكاء الاصطناعي في سهولة تصفحي للمتجر					
2. أرى أن التصميم البصرية التي تتغير بناءً على اهتماماتي تجعل تجربة التسوق أكثر جاذبية					

3.	أشعر أن استخدام الذكاء الاصطناعي يحسن من جودة الصور ومقاطع الفيديو التفاعلية للمنتجات				
4.	أثق في خوارزميات الذكاء الاصطناعي التي تنظم شكل وعرض المنتجات في الصفحة الرئيسية				
5.	أجد أن واجهة المتجر تبدو أكثر حداثة وتطوراً عندما تستخدم تقنيات الذكاء الاصطناعي في التصميم				
6.	يساعدني استخدام أدوات مثل "تجربة المنتج الافتراضية" في اتخاذ قرار الشراء.				

المحور الخامس: تفاعل المستهلكين

الأُسئلة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا اوافق	لا أوافق بشدة
1. أجد التصميم البصرية في المتاجر المدعومة بالذكاء الاصطناعي مُرضية من الناحية الجمالية					
2. أمضي وقتاً أطول في تصفح المتاجر التي تستخدم تصاميم بصرية بالذكاء الاصطناعي					
3. شعوري بالرضا عن التصميم البصري للمتجر المولد بالذكاء الاصطناعي يجعلني أرغب في تكرار زيارته والتفاعل معه مستقبلاً					
4. من المرجح أن أقوم بمشاركة أو التعليق على (المنتجات، العروض) التي تعرض بطريقة بصرية مبتكرة باستخدام الذكاء الاصطناعي					
5. أجد نفسي منجذب بصرياً على محتوى المتاجر التي تستخدم الذكاء الاصطناعي في التصميم لفترة طويلة					
6. أجد أن التصميم البصري المولد بالذكاء الاصطناعي يشجعني على استكشاف فئات منتجات جديدة لم أكن أخطط لتصفحها					
7. أشعر بالمتعة البصرية أثناء تصفح واجهة المتجر المُحسَّنة بالذكاء الاصطناعي.					
8. يساهم التصميم البصري المعزز بالذكاء الاصطناعي في المتاجر الالكترونية من عدم خروجي من المتجر واكمال التسوق					
9. التخصيص البصري (كعرض خلفيات متغيرة للمنتجات مولدة بالذكاء الاصطناعي) يضيف عنصراً من الإبداع والابتكار إلى تجربة التسوق					

					10. التفاعل البصري مع العناصر المخصصة (مثل عرض 360 درجة أو التجربة الافتراضية) يزيد من تركيزي على تفاصيل المنتج.
--	--	--	--	--	--

المحور السادس: التفاعل والثقة

الأسئلة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا اوافق	لا أوافق بشدة
1. أنا أشرك أو أنقر على العناصر البصرية المولدة بالذكاء الاصطناعي (صور، بنرات) التي يقدمها المتجر.					
2. أثق في أن الهدف من تخصيص التصميم البصرية المولدة بالذكاء الاصطناعي هو تحسين تجربتي وليس التلاعب بقرار الشراء.					
3. أثق في دقة وجودة التصميم والصور التي تم إنشاؤها أو تحسينها بواسطة الذكاء الاصطناعي في المتجر.					
4. أشعر بالقلق حيال استخدام الذكاء الاصطناعي لبياناتي الشخصية لتخصيص التصميم البصري للمتجر					
5. شفافية المتجر حول كيفية استخدام الذكاء الاصطناعي في التصميم البصري تزيد من ثقتي به					

المحور السابع: قرارات الشراء

الأسئلة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا اوافق	لا أوافق بشدة
1. تزيد التصميم البصرية المتميزة والحديثة المولدة بالذكاء الاصطناعي من قلبي المتصورة للمنتجات واحتمالية قيامي بإضافة المنتج إلى سلة التسوق					
2. أجد نفسي أقوم بشراء منتجات لم أكن أخطط لشراؤها مسبقاً بسبب التصميم البصري المولد بالذكاء الاصطناعي.					
3. أرى أن الذكاء الاصطناعي في التصميم البصري يزيد من ثقتي في المنتج وبالتالي يسهل قرار الشراء					
4. أنا مستعد لدفع سعر أعلى قليلاً مقابل منتج يتم عرضه في متجر يوفر تجربة بصرية متميزة بتقنيات الذكاء الاصطناعي					

					5. أجد التصميم التصميم البصري المولدة بالذكاء الاصطناعي تسهل علي اتخاذ قرار الشراء النهائي
					6. عندما يكون التصميم البصري المولد بالذكاء الاصطناعي للمتجر جيداً ومخصصاً، فمن المرجح أن أشتري منه بدلاً من منافسيه.
					7. الثقة الناتجة عن جودة التصميم البصري المدعوم بالذكاء الاصطناعي تجعلني أكثر استعداداً لاتخاذ قرار الشراء الفوري.

ما اقترحاتك لتطوير تقنيات الذكاء الاصطناعي في التصميم البصرية في المتاجر الالكترونية:

.....

.....

.....

نشكرك جزيل الشكر على وقتك الثمين وتعاونك في إكمال هذه الاستبانة، ونرحب بأي ملاحظات إضافية أو توضيحات قد تودون مشاركتها بخصوص الموضوعات المطروحة هذه الاستبانة. إن مداخلتكم الفكرية تسهم بشكل كبير في تعميق فهمنا لموضوع الدراسة وتعزز من قيمة النتائج التي نطمح لتحقيقها.