

تقييم وتحليل فصل النتائج لرسالتي ماجستير في إدارة الأعمال

رغد القحطاني

إعداد



الربط مع المهام السابقة (الأهداف والمنهجية)

- **الهدف من الربط:** لا يمكن فهم النتائج بمعزل عن "مشكلة الدراسة" و"المنهجية" التي وضعت في المهام السابقة.
- **الرسالة الأولى:** اعتمدت المنهج الوصفي التحليلي؛ لذا جاءت النتائج متمحورة حول قياس الارتباط.
- **الرسالة الثانية:** اعتمدت منهج دراسة الحالة؛ مما جعل النتائج تركز على تحليل البيانات النوعية والكمية لمنظمة محددة.
- **الخلاصة:** النتائج الحالية هي الثمرة المباشرة للأدوات الإحصائية (SPSS) التي تم تحديدها مسبقاً.



عرض نتائج الرسالة الأولى (القيادة التحويلية)

يوجد ارتباط طردي قوي :النتيجة الجوهرية
بين التحفيز الإلهامي وكفاءة الأداء

\$r معامل ارتباط بيرسون :البيانات الإحصائية •
= 0.82\$.

•وسيلة بصرية مقترحة:

•أظهرت الجداول أن الموظفين الذين :التحليل
يتلقون دعماً معنوياً من القادة تزداد إنتاجيتهم
مقارنة بغيرهم 35% بنسبة

عرض نتائج الرسالة الثانية (التسويق الرقمي)

الوسيلة	معدل العائد على الاستثمار (ROI)	نسبة الوصول للجمهور
التسويق الرقمي	210%	85%
التسويق التقليدي	45%	20%

- النتيجة الجوهرية: الإعلانات الموجهة عبر وسائل التواصل الاجتماعي تزيد من الحصة السوقية للشركات الناشئة بشكل أسرع من الوسائل التقليدية.
- مقارنة بين التسويق الرقمي والتسويق التقليدي

التقييم النقدي لوضوح النتائج

• نقاط القوة:

- استخدام الرسوم البيانية سهل قراءة البيانات المعقدة (كما في الرسالة الثانية).
- ربط النتائج بالفرضيات كان مباشراً ودقيقاً.

• نقاط التحسين:

- في الرسالة الأولى، كان هناك إسهاب في الجداول النصية المملة؛ كان يفضل تحويلها إلى رسوم بيانية دائرية (Pie Charts).
- تحتاج النتائج إلى ربط أكبر بالجانب التطبيقي (توصيات إدارية).

الخلاصة والتوصيات

- **الخلاصة:** إن وضوح النتائج يعتمد كلياً على جودة عرض البيانات (Data Visualization) وليس كثرتها.
- **التوصية:** يجب على الباحثين في إدارة الأعمال استخدام "لوحات المعلومات" (Dashboards) في عرض النتائج النهائية لتسهيل اتخاذ القرار الإداري.
- **حالة الفرضيات:** تم إثبات صحة جميع الفرضيات الأساسية في كلا الدراستين بناءً على الأرقام المعروضة.