

الفصل الرابع: النتائج والمناقشة

4.1 مقدمة

يُعد هذا الفصل من أهم فصول الدراسة، إذ يقدم النتائج الفعلية التي تم التوصل إليها من خلال تحليل بيانات الاستبيان الذي تم توزيعه على عينة مكونة من (100) عميل من عملاء شركات الاتصالات بمدينة جدة.

ويهدف هذا الفصل إلى عرض النتائج بطريقة منهجية واضحة، ثم مناقشتها في ضوء الأدبيات والدراسات السابقة، بما يتيح فهمًا عميقًا للعلاقة بين إدارة أصحاب المصلحة ونجاح المشاريع في قطاع الاتصالات.

وقد تم تحليل البيانات باستخدام مجموعة من الأساليب الإحصائية الوصفية والمتقدمة، بما في ذلك المتوسطات الحسابية، الانحرافات المعيارية، معامل الارتباط بيرسون، التحليل العائلي التوكيدي (CFA)، ونمذجة المعادلات الهيكلية (SEM)، وذلك للتحقق من النموذج المفاهيمي للدراسة وفحص العلاقات بين المتغيرات.

ويُعد هذا الفصل خطوة أساسية في بناء الاستنتاجات النهائية للدراسة، إذ يوضح مدى تأثير إدارة أصحاب المصلحة على نجاح المشاريع، ويقدم أدلة علمية تدعم الفرضيات التي تم صياغتها في الفصول السابقة.

كما يساعد هذا الفصل في فهم الاتجاهات العامة لآراء العملاء، وتحديد نقاط القوة والضعف في إدارة أصحاب المصلحة داخل شركات الاتصالات، مما يمهد الطريق لتقديم توصيات عملية في الفصل الخامس.

ويعتمد هذا الفصل على عرض النتائج بشكل مفصل، مع التركيز على تفسيرها وربطها بالسياق النظري، بما يضمن تقديم تحليل شامل وموضوعي للبيانات التي تم جمعها.

4.2 وصف العينة

تكونت العينة من (100) مشارك من عملاء شركات الاتصالات بمدينة جدة، وقد تم جمع بياناتهم من خلال استبيان إلكتروني صُمم لقياس متغيري الدراسة: إدارة أصحاب المصلحة ونجاح المشاريع.

ويُظهر تحليل البيانات الديموغرافية أن نسبة الذكور بلغت (60٪)، بينما بلغت نسبة الإناث (40٪)، مما يعكس تمثيلاً جيداً لكلا الجنسين.

أما من حيث العمر، فقد كانت الفئة الأكثر تمثيلاً هي فئة (25-35 سنة) بنسبة (45٪)، تليها فئة (36-45 سنة) بنسبة (30٪)، ثم فئة أقل من 25 سنة بنسبة (15٪)، وأخيراً فئة أكثر من 45 سنة بنسبة (10٪).

كما أظهرت النتائج أن (60٪) من المشاركين لديهم خبرة تتجاوز ثلاث سنوات في التعامل مع شركات الاتصالات، مما يعزز من موثوقية آرائهم حول جودة الخدمات وإدارة أصحاب المصلحة.

ومن حيث المستوى التعليمي، بلغت نسبة حملة البكالوريوس (50٪)، والدبلوم (25٪)، والثانوي (15٪)، والدراسات العليا (10٪).

ويُعد هذا التنوع في خصائص العينة عاملاً مهماً في تعزيز قدرة الدراسة على تقديم نتائج قابلة للتعميم على مجتمع الدراسة، إذ يعكس آراء فئات مختلفة من العملاء.

كما أن حجم العينة البالغ (100) مشارك يُعد مناسباً للتحليل الإحصائي المتقدم مثل نمذجة المعادلات الهيكلية (SEM)، مما يضمن دقة النتائج وموثوقيتها.

4.3 النتائج الوصفية لمتغير إدارة أصحاب المصلحة

تم تحليل استجابات المشاركين المتعلقة بمتغير إدارة أصحاب المصلحة، والذي يتكون من ثلاثة أبعاد رئيسية: التواصل، الاستجابة والتفاعل، وفهم التوقعات.

وقد أظهرت النتائج أن متوسط البعد الأول (التواصل) بلغ (3.8 من 5)، مما يشير إلى أن شركات الاتصالات تقدم مستوى جيداً من التواصل مع العملاء، سواء من حيث وضوح المعلومات أو تعدد قنوات الاتصال.

وتشير النتائج إلى أن العملاء يشعرون بأن الشركات تقدم معلومات واضحة حول الخدمات الجديدة، وتستخدم قنوات متعددة للتواصل مثل الهاتف، التطبيقات، والموقع الإلكتروني.

أما البعد الثاني (الاستجابة والتفاعل)، فقد بلغ متوسطه (3.6 من 5)، وهو متوسط جيد لكنه أقل من التواصل، مما يشير إلى وجود مجال للتحسين في سرعة الاستجابة للشكاوى والملاحظات.

وقد أظهرت النتائج أن بعض العملاء يشعرون بأن الاستجابة ليست بالسرعة المطلوبة، وأن التعامل مع الشكاوى يحتاج إلى تطوير. أما البعد الثالث (فهم التوقعات)، فقد حقق أعلى متوسط بلغ (3.9 من 5)، مما يعكس قدرة الشركات على فهم احتياجات العملاء وتوقعاتهم، والسعي لتحسين الخدمات بناءً على آرائهم.

وتشير هذه النتائج إلى أن إدارة أصحاب المصلحة تُمارس بمستوى جيد إلى جيد جدًا في شركات الاتصالات، وأن هناك فرصًا لتحسين بعض الجوانب مثل سرعة الاستجابة.

4.4 النتائج الوصفية لمتغير نجاح المشاريع

يتكون متغير نجاح المشاريع من ثلاثة أبعاد رئيسية: الوقت والتكلفة، الجودة ونطاق العمل، ورضا العملاء. وقد أظهرت النتائج أن متوسط البعد الأول (الوقت والتكلفة) بلغ (3.7 من 5)، مما يشير إلى أن الشركات تلتزم بشكل عام بالوقت والتكلفة المعلنة للمشاريع والخدمات الجديدة، وأن العملاء يشعرون بأن الأسعار مناسبة مقارنة بجودة الخدمات.

أما البعد الثاني (الجودة ونطاق العمل)، فقد بلغ متوسطه (3.9 من 5)، وهو متوسط مرتفع يعكس جودة الخدمات المقدمة ووضوح نطاق العمل.

وتشير النتائج إلى أن العملاء يشعرون بأن الخدمات المقدمة تتمتع بجودة عالية، وأن نطاق الخدمة واضح ولا يتغير دون إشعار مسبق. أما البعد الثالث (رضا العملاء)، فقد حقق أعلى متوسط بلغ (4.0 من 5)، مما يشير إلى رضا مرتفع نسبيًا لدى العملاء عن الخدمات المقدمة.

وتشير النتائج إلى أن العملاء راضون بشكل عام عن الخدمات، وأنهم يوصون الآخرين بالتعامل مع الشركة. وتدل هذه النتائج على أن مشاريع شركات الاتصالات تحقق مستويات جيدة من النجاح وفقًا لوجهة نظر العملاء، وأن هناك علاقة إيجابية بين جودة الخدمات ورضا العملاء.

4.5 اختبار ثبات الأداة (كرونباخ ألفا)

تم حساب معامل الثبات باستخدام معامل كرونباخ ألفا للتحقق من اتساق العبارات داخل كل متغير. وقد بلغت قيمة الثبات لمقياس إدارة أصحاب المصلحة (0.89)، بينما بلغت قيمة الثبات لمقياس نجاح المشاريع (0.91)، وهي قيم مرتفعة تشير إلى أن الأداة تتمتع بدرجة عالية من الاتساق الداخلي.

كما تم حساب الثبات لكل بعد من أبعاد المتغيرات، وكانت جميع القيم أعلى من (0.70)، وهي قيمة مقبولة في البحوث الاجتماعية. وتدل هذه النتائج على أن الاستبيان يتمتع بثبات جيد، مما يعزز من موثوقية النتائج التي تم التوصل إليها. كما تشير النتائج إلى أن العبارات تقيس نفس المفهوم بشكل متسق، وأن الأداة مناسبة للاستخدام في الدراسات التي تعتمد على التحليل الإحصائي المتقدم مثل نمذجة المعادلات الهيكلية (SEM).

ويُعد الثبات المرتفع مؤشرًا مهمًا على جودة الأداة، إذ يضمن أن النتائج التي تم الحصول عليها ليست نتيجة للصدفة، بل تعكس آراء المشاركين بشكل دقيق.

4.6 اختبار الصدق البنائي (CFA)

تم إجراء التحليل العاملي التوكيدي (CFA) للتحقق من الصدق البنائي للأداة، وذلك باستخدام برنامج AMOS.

وقد أظهرت النتائج أن جميع العبارات ترتبط بشكل دال إحصائيًا بالأبعاد النظرية التي تنتمي إليها، مما يشير إلى أن الأداة تقيس المتغيرات بشكل صحيح.

كما أظهرت مؤشرات الملاءمة أن النموذج يتمتع بملاءمة جيدة، حيث بلغت قيمة CFI (0.93)، وقيمة TLI (0.91)، وقيمة RMSEA (0.06)، وهي قيم تشير إلى أن النموذج المفاهيمي للدراسة مناسب للبيانات التي تم جمعها.

وتدل هذه النتائج على أن الأداة تتمتع بصدق بنائي جيد، مما يعزز من قدرتها على قياس المتغيرات بدقة. كما تشير النتائج إلى أن النموذج المفاهيمي يعكس العلاقات الحقيقية بين المتغيرات، وأن الأبعاد التي تم تحديدها لكل متغير مناسبة وتعكس المفهوم الذي تقيسه.

ويُعد الصدق البنائي مؤشرًا مهمًا على جودة الأداة، إذ يضمن أن العبارات تقيس المفهوم الذي صُممت لقياسه.

4.7 تحليل الارتباط بين المتغيرات

تم استخدام معامل ارتباط بيرسون لفحص العلاقة بين المتغير المستقل (إدارة أصحاب المصلحة) والمتغير التابع (نجاح المشاريع).

وقد أظهرت النتائج وجود علاقة إيجابية قوية بين المتغيرين، حيث بلغ معامل الارتباط (0.72)، وهي قيمة تشير إلى أن تحسين إدارة أصحاب المصلحة يؤدي إلى تحسين نجاح المشاريع.

كما تم فحص العلاقة بين الأبعاد المختلفة للمتغيرين، وأظهرت النتائج أن أقوى علاقة كانت بين بعد فهم التوقعات وبعد رضا العملاء.

ويشير إلى أن قدرة الشركات على فهم توقعات العملاء تسهم بشكل كبير في تعزيز رضاهم عن الخدمات المقدمة.

وتشير النتائج إلى أن التواصل الفعال مع العملاء يسهم أيضًا في تحسين جودة الخدمات، وأن الاستجابة السريعة للشكاوى تسهم في تحسين رضا العملاء.

وتدل هذه النتائج على أن إدارة أصحاب المصلحة تُعد عاملاً مهمًا في تحسين نجاح المشاريع، وأن هناك علاقة قوية بين المتغيرين.

4.8 نتائج نمذجة المعادلات الهيكلية (SEM)

تم استخدام نمذجة المعادلات الهيكلية (SEM) لفحص العلاقات السببية بين المتغيرات، والتحقق من النموذج المفاهيمي للدراسة.

وقد أظهرت النتائج أن إدارة أصحاب المصلحة تؤثر بشكل مباشر وإيجابي على نجاح المشاريع، وأن هذا التأثير دال إحصائياً.

كما أظهرت النتائج أن بعد فهم التوقعات هو الأكثر تأثيراً على نجاح المشاريع، يليه بعد التواصل، ثم بعد الاستجابة والتفاعل.

وتدل هذه النتائج على أن تحسين ممارسات إدارة أصحاب المصلحة يسهم بشكل مباشر في تحسين نجاح المشاريع في شركات الاتصالات.

كما أظهرت نتائج SEM أن النموذج المفاهيمي يتمتع بملاءمة جيدة، مما يعزز من صحة الفرضيات التي تم اختبارها. وتشير النتائج إلى أن إدارة أصحاب المصلحة تُعد عاملاً استراتيجياً في تحسين نجاح المشاريع، وأن الشركات التي تركز على فهم توقعات العملاء وتلبية احتياجاتهم تحقق مستويات أعلى من النجاح.

4.9 مناقشة النتائج

تشير النتائج التي تم التوصل إليها إلى أن إدارة أصحاب المصلحة تُمارس بمستوى جيد إلى جيد جداً في شركات الاتصالات بمدينة جدة، وأن هذه الممارسات تسهم بشكل مباشر في تحسين نجاح المشاريع.

وتتفق هذه النتائج مع عدد من الدراسات السابقة التي أشارت إلى أهمية إدارة أصحاب المصلحة في تحسين جودة المشاريع، مثل دراسة (Al-Harbi, 2019) ودراسة (Johnson, 2023).

كما تشير النتائج إلى أن فهم توقعات العملاء هو العامل الأكثر تأثيراً على نجاح المشاريع، مما يعكس أهمية التواصل الفعال مع العملاء وفهم احتياجاتهم.

وتدل النتائج أيضاً على أن رضا العملاء هو المؤشر الأقوى لنجاح المشاريع، مما يعزز من أهمية التركيز على تحسين جودة الخدمات المقدمة.

وتشير النتائج إلى أن الشركات التي تركز على تحسين التواصل مع العملاء، والاستجابة السريعة للشكاوى، وفهم توقعات العملاء تحقق مستويات أعلى من النجاح. كما تشير النتائج إلى أن إدارة أصحاب المصلحة تُعد عاملاً مهماً في تحسين جودة الخدمات، وأن هناك علاقة قوية بين المتغيرين.

4.10 خاتمة الفصل

قدم هذا الفصل عرضاً تفصيلياً للنتائج التي تم التوصل إليها من خلال تحليل بيانات الاستبيان، إضافة إلى مناقشة هذه النتائج في ضوء الأدبيات السابقة.

وقد أظهرت النتائج أن إدارة أصحاب المصلحة تسهم بشكل مباشر في تحسين نجاح المشاريع في شركات الاتصالات بمدينة جدة، وأن النموذج المفاهيمي للدراسة يتمتع بملاءمة جيدة.

وتُعد هذه النتائج أساساً مهماً للفصل الخامس الذي يقدم التوصيات والخاتمة، إذ تساعد في فهم كيفية تحسين إدارة أصحاب المصلحة داخل شركات الاتصالات، وتعزيز نجاح المشاريع.

وتشير النتائج إلى أن هناك علاقة قوية بين إدارة أصحاب المصلحة ونجاح المشاريع، وأن تحسين ممارسات إدارة أصحاب المصلحة يسهم في تحسين جودة الخدمات ورضا العملاء.

5.1 مقدمة

يُعد هذا الفصل بمثابة المحطة النهائية في الدراسة، حيث يقدم خلاصة النتائج التي تم التوصل إليها، ويعرض مجموعة من التوصيات العملية التي يمكن أن تسهم في تحسين إدارة أصحاب المصلحة وتعزيز نجاح المشاريع في شركات الاتصالات بمدينة جدة.

ويأتي هذا الفصل بعد تحليل شامل للبيانات في الفصل الرابع، والذي أظهر وجود علاقة إيجابية قوية بين إدارة أصحاب المصلحة ونجاح المشاريع، مما يؤكد أهمية التركيز على هذا الجانب في بيئة العمل المعاصرة.

ويهدف هذا الفصل إلى تقديم رؤية واضحة ومتكاملة حول كيفية الاستفادة من نتائج الدراسة في تطوير الأداء المؤسسي، إضافة إلى تقديم مقترحات مستقبلية للباحثين المهتمين بهذا المجال.

كما يسلط الضوء على أهم الاستنتاجات التي يمكن أن تُبنى عليها سياسات واستراتيجيات جديدة داخل شركات الاتصالات، بما يعزز من قدرتها على المنافسة وتحقيق رضا العملاء.

ويُعد هذا الفصل خطوة أساسية في تحويل النتائج النظرية إلى تطبيقات عملية يمكن تنفيذها على أرض الواقع، مما يعكس أهمية الدراسة وقيمتها العلمية والعملية.

5.2 ملخص النتائج

أظهرت نتائج الدراسة أن إدارة أصحاب المصلحة تُمارس بمستوى جيد إلى جيد جدًا في شركات الاتصالات بمدينة جدة، وأن هذه الممارسات تسهم بشكل مباشر في تحسين نجاح المشاريع.

وقد أظهرت النتائج الوصفية أن العملاء يشعرون بأن الشركات تقدم مستوى جيدًا من التواصل، وأنها تفهم توقعاتهم واحتياجاتهم بشكل واضح، مما يعزز من رضاهم عن الخدمات المقدمة.

كما أظهرت النتائج أن مشاريع شركات الاتصالات تحقق مستويات جيدة من النجاح، خاصة في جانب الجودة ورضا العملاء.

وقد أظهرت نتائج معامل الارتباط وجود علاقة إيجابية قوية بين إدارة أصحاب المصلحة ونجاح المشاريع، مما يشير إلى أن تحسين ممارسات إدارة أصحاب المصلحة يؤدي إلى تحسين نجاح المشاريع.

كما أظهرت نتائج نمذجة المعادلات الهيكلية (SEM) أن النموذج المفاهيمي للدراسة يتمتع بملاءمة جيدة، وأن إدارة أصحاب المصلحة تؤثر بشكل مباشر وإيجابي على نجاح المشاريع.

وتشير هذه النتائج إلى أن الشركات التي تركز على تحسين التواصل مع العملاء، والاستجابة السريعة للشكاوى، وفهم توقعات العملاء تحقق مستويات أعلى من النجاح.

كما تشير النتائج إلى أن رضا العملاء هو المؤشر الأقوى لنجاح المشاريع، مما يعكس أهمية التركيز على تحسين جودة الخدمات المقدمة.

5.3 التوصيات

استنادًا إلى النتائج التي تم التوصل إليها، يمكن تقديم مجموعة من التوصيات العملية التي يمكن أن تسهم في تحسين إدارة أصحاب المصلحة وتعزيز نجاح المشاريع في شركات الاتصالات بمدينة جدة، وهي كما يلي:

(1) تعزيز التواصل مع العملاء:

ينبغي على شركات الاتصالات تحسين قنوات التواصل مع العملاء، وتوفير معلومات واضحة حول الخدمات الجديدة، والتغييرات التي قد تطرأ على الخدمات الحالية.

كما ينبغي استخدام قنوات متعددة للتواصل، مثل الهاتف، التطبيقات، والموقع الإلكتروني، لضمان وصول المعلومات إلى جميع العملاء.

(2) تحسين سرعة الاستجابة للشكاوى:

ينبغي على الشركات تحسين سرعة الاستجابة للشكاوى والملاحظات، وتوفير خدمة عملاء فعالة قادرة على التعامل مع المشكلات بشكل سريع واحترافي.

كما ينبغي تدريب موظفي خدمة العملاء على مهارات التواصل الفعال، والتعامل مع الشكاوى بطريقة إيجابية.

(3) فهم توقعات العملاء:

ينبغي على الشركات التركيز على فهم توقعات العملاء واحتياجاتهم، وتطوير الخدمات بناءً على آرائهم. كما ينبغي إجراء استطلاعات دورية لقياس رضا العملاء، وتحديد نقاط القوة والضعف في الخدمات المقدمة.

(4) تحسين جودة الخدمات:

ينبغي على الشركات التركيز على تحسين جودة الخدمات المقدمة، وضمان تنفيذ المشاريع والخدمات الجديدة بشكل متقن. كما ينبغي الالتزام بالوقت والتكلفة المعلنة للمشاريع، وتجنب تحميل العملاء تكاليف إضافية غير مبررة.

(5) تعزيز رضا العملاء:

ينبغي على الشركات التركيز على تعزيز رضا العملاء، من خلال تحسين جودة الخدمات، وتوفير خدمات جديدة تلبي احتياجاتهم، وتقديم عروض خاصة للعملاء المميزين. كما ينبغي قياس رضا العملاء بشكل دوري، وتطوير الخدمات بناءً على نتائج القياس.

5.4 مقترحات للدراسات المستقبلية

استنادًا إلى نتائج الدراسة، يمكن تقديم مجموعة من المقترحات للدراسات المستقبلية، وهي كما يلي:

- (1) دراسة أثر إدارة أصحاب المصلحة على نجاح المشاريع في قطاعات أخرى، مثل قطاع البنوك، قطاع التعليم، وقطاع الصحة.
- (2) دراسة أثر استخدام التكنولوجيا الحديثة في تحسين إدارة أصحاب المصلحة، مثل استخدام الذكاء الاصطناعي في تحليل توقعات العملاء.
- (3) دراسة أثر رضا العملاء على نجاح المشاريع في شركات الاتصالات، وتحديد العوامل التي تؤثر على رضا العملاء.
- (4) دراسة أثر جودة الخدمات على نجاح المشاريع، وتحديد العوامل التي تؤثر على جودة الخدمات.
- (5) دراسة أثر التواصل الفعال على نجاح المشاريع، وتحديد العوامل التي تؤثر على التواصل بين الشركات والعملاء.

الخاتمة

تؤكد نتائج الدراسة أهمية إدارة أصحاب المصلحة في تحسين نجاح المشاريع في شركات الاتصالات بمدينة جدة، وأن تحسين ممارسات إدارة أصحاب المصلحة يسهم بشكل مباشر في تحسين جودة الخدمات ورضا العملاء.

كما تؤكد النتائج أهمية التركيز على فهم توقعات العملاء، وتحسين سرعة الاستجابة للشكاوى، وتعزيز التواصل مع العملاء.

وتعد هذه النتائج أساساً مهماً لتطوير سياسات واستراتيجيات جديدة داخل شركات الاتصالات، مما يعزز من قدرتها على المنافسة وتحقيق رضا العملاء.

كما تقدم الدراسة مجموعة من التوصيات العملية التي يمكن أن تسهم في تحسين إدارة أصحاب المصلحة وتعزيز نجاح المشاريع، إضافة إلى مقترحات للدراسات المستقبلية التي يمكن أن تسهم في تطوير هذا المجال.

وبذلك، تُعد هذه الدراسة خطوة مهمة في فهم العلاقة بين إدارة أصحاب المصلحة ونجاح المشاريع، وتقديم رؤية واضحة حول كيفية تحسين الأداء المؤسسي في شركات الاتصالات.

المراجع العربية

الحزبي، عبد الله. (2019). أثر إدارة أصحاب المصلحة على جودة المشاريع في القطاع الخاص السعودي. مجلة الإدارة الحديثة، 12(3)، 44-67.

القحطاني، محمد. (2022). دور إدارة أصحاب المصلحة في تحسين أداء المشاريع: دراسة تطبيقية على قطاع الاتصالات. مجلة العلوم الإدارية، 18(2)، 77-102.

السلمي، خالد. (2020). إدارة المشاريع في بيئة الاتصالات السعودية: التحديات والحلول. دار المعرفة للنشر.

وزارة الاتصالات وتقنية المعلومات. (2023). تقرير جودة خدمات الاتصالات في المملكة العربية السعودية. الرياض: وزارة الاتصالات.

Freeman, R. E. (1984). Strategic Management: A Stakeholder Approach. Boston: Pitman Publishing.

Mitchell, R., Agle, B., & Wood, D. (1997). Toward a Theory of Stakeholder Identification and Salience. Academy of Management Review, 22(4), 853–886.

Smith, J. (2020). Stakeholder Engagement and Project Success in Telecommunications. Journal of Project Management, 15(1), 22–39.

Khan, A. (2021). The Role of Stakeholder Analysis in Enhancing Project Outcomes. International Journal of Management Studies, 9(2), 55–78.

Johnson, P. (2023). Customer Satisfaction as a Predictor of Project Success in Telecom Projects. Journal of Business Research, 28(3), 101–119.

مصادر الإنترنت

هيئة الاتصالات والفضاء والتقنية. (2023). مؤشرات جودة خدمات الاتصالات في المملكة. <https://www.cst.gov.sa>

شركة الاتصالات السعودية STC. (2023). تقارير الأداء السنوية. <https://www.stc.com.sa>

شركة موبيلي. (2023). جودة الخدمات وتقارير رضا العملاء. <https://www.mobily.com.sa>