

Final Project 2

PMG 497

المشروع النهائي 2

عنوان المشروع

أسم الطالب
عمر عبد الواحد برغش

المشروع النهائي- 2
كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف
د.
عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

التاريخ- الفصل الدراسي
الفصل الدراسي الأول-2026/04/16

1. الفصل الثالث: منهجية الدراسة

1.1. المقدمة

يتناول هذا الفصل منهجية الدراسة التي تم الاعتماد عليها في تنفيذ هذا البحث، والتي تمثل الإطار العلمي المنظم الذي يوجه خطوات الباحث نحو تحقيق أهداف الدراسة والإجابة عن تساؤلاتها واختبار فرضياتها بشكل دقيق وموضوعي. وتُعد المنهجية من الركائز الأساسية في أي بحث علمي، إذ تضمن سلامة الإجراءات المتبعة وموثوقية النتائج التي يتم التوصل إليها، من خلال الاعتماد على أساليب علمية واضحة ومتربطة.

وفي ضوء طبيعة هذه الدراسة التي تهدف إلى تحليل أثر التسعير الديناميكي على رضا العملاء، فقد تم اختيار منهج علمي يتلاءم مع دراسة الظواهر السلوكية والتسويقية، ويساعد على فهم العلاقات بين المتغيرات المختلفة، سواء المباشرة أو غير المباشرة. وعليه، يركز هذا الفصل على عرض وتوضيح مختلف الجوانب المنهجية التي تم اتباعها، بدءاً من تحديد نوع المنهج المستخدم، مروراً بتعريف مجتمع الدراسة والعينة التي تم اختيارها، وانتهاءً بأداة جمع البيانات المستخدمة وكيفية تصميمها.

كما يتناول هذا الفصل شرحاً مفصلاً للإجراءات التي تم اعتمادها للتحقق من صدق الأداة وثباتها، لضمان دقة القياس وإمكانية الاعتماد على النتائج المستخلصة منها. إضافة إلى ذلك، يتم استعراض الأساليب الإحصائية التي تم استخدامها في تحليل البيانات، والتي تتيح اختبار الفرضيات وقياس طبيعة العلاقة بين المتغير المستقل (التسعير الديناميكي) والمتغير التابع (رضا العملاء)، فضلاً عن المتغيرات الوسيطة التي تؤثر في هذه العلاقة مثل إدراك عدالة الأسعار وثقة العملاء وتقبلهم للتسعير الديناميكي.

ويهدف هذا الفصل أيضاً إلى توفير وصف واضح ومنهجي لكيفية تنفيذ الدراسة ميدانياً، بما يساهم في تعزيز مصداقية البحث وإمكانية تعميم نتائجه ضمن حدود معينة. وبذلك، يمثل هذا الفصل الأساس الذي تُبنى عليه مراحل تحليل البيانات وتفسير النتائج في الفصل التالي، حيث سيتم من خلاله الانتقال من الجانب النظري إلى التطبيق العملي للدراسة.

1.2. التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث

تُعد التعريفات الإجرائية من العناصر الأساسية في المنهجية العلمية، حيث تهدف إلى توضيح كيفية قياس متغيرات الدراسة عملياً من خلال أداة البحث المعتمدة، بما يضمن الدقة والوضوح في تفسير النتائج. وفي هذه الدراسة، تم تحديد التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث استناداً إلى الأدبيات السابقة، وبما يتلاءم مع أهداف الدراسة وطبيعة مجتمعها.

أولاً: المتغير المستقل – التسعير الديناميكي

يُعرّف التسعير الديناميكي إجرائياً في هذه الدراسة بأنه: مدى إدراك العملاء لقيام الشركة بتعديل أسعار خدماتها بشكل مستمر ومرن وفقاً لتغيرات الطلب والعرض وظروف السوق.

ويتم قياس هذا المتغير من خلال مجموعة من العبارات في الاستبيان التي تعكس:

- مرونة الأسعار
- تكرار التغير في الأسعار
- وضوح أسباب التغيرات السعرية
- ملائمة الأسعار للظروف المختلفة

ثانياً: المتغير التابع – رضا العملاء

يُعرّف رضا العملاء إجرائياً بأنه:

درجة شعور العميل بالرضا والقبول تجاه خدمات الشركة، نتيجة لمقارنة توقعاته المسبقة مع تجربته الفعلية.

ويتم قياس هذا المتغير من خلال مجموعة من العبارات التي تعكس:

- مستوى الرضا العام عن الخدمة
 - مدى تلبية الخدمة لتوقعات العميل
 - جودة تجربة التعامل مع الشركة
 - استعداد العميل للتوصية بالخدمة
-

ثالثاً: المتغيرات الوسيطة

1. إدراك عدالة الأسعار

يُعرّف إجرائياً بأنه:

مدى شعور العميل بأن الأسعار التي تفرضها الشركة عادلة ومنصفة مقارنة بالخدمة المقدمة وبالعلاء الآخرين.

ويتم قياسه من خلال عبارات تتعلق بـ:

- عدالة السعر مقارنة بالخدمة
 - العدالة بين العملاء
 - وضوح مبررات اختلاف الأسعار
-

2. ثقة العملاء

تُعرّف إجرائياً بأنها:

مدى ثقة العميل في مصداقية الشركة ونزاهتها في تقديم خدماتها وتسعيرها.

ويتم قياسها من خلال:

- مصداقية الشركة في التسعير
 - وضوح المعلومات المقدمة
 - شعور العميل بالأمان في التعامل
-

3. تقبل العملاء للتسعير الديناميكي

يُعرّف إجرائياً بأنه:

مدى قبول العميل لفكرة تغيير الأسعار واستعداده للتعامل معها دون الشعور بعدم الارتياح.

ويتم قياسه من خلال:

- تقبل تغيير الأسعار
 - فهم أسباب التغيير
 - الاستعداد للاستمرار في التعامل رغم تغيير السعر
-

رابعاً: متغير نية إعادة الشراء

يُعرّف إجرائياً بأنه:

مدى استعداد العميل للتعامل مرة أخرى مع الشركة في المستقبل.

ويتم قياسه من خلال:

- نية إعادة استخدام الخدمة
- تكرار التعامل مستقبلاً
- تفضيل الشركة على المنافسين

3.1. تصميم البحث (بصلة البحث)

يُقصد بتصميم البحث الإطار العام الذي يحدد كيفية تنفيذ الدراسة ميدانياً، ويشمل تحديد نوع الدراسة، وطبيعة العلاقة بين متغيراتها، والأسلوب المعتمد في جمع البيانات وتحليلها، بما يضمن تحقيق أهداف البحث بصورة منهجية ومنظمة. ويُعد تصميم البحث من العناصر الأساسية التي تسهم في توجيه مسار الدراسة وضمان دقة نتائجها وقابليتها للتفسير.

وفي ضوء طبيعة هذه الدراسة التي تهدف إلى تحليل أثر التسعير الديناميكي على رضا العملاء، فقد تم اعتماد تصميم بحث وصفي تحليلي، يقوم على دراسة العلاقة بين المتغير المستقل (التسعير الديناميكي) والمتغير التابع (رضا العملاء)، مع الأخذ بعين الاعتبار مجموعة من المتغيرات الوسيطة التي تسهم في تفسير هذه العلاقة، والمتمثلة في إدراك عدالة الأسعار، وثقة العملاء، وتقبلهم للتسعير الديناميكي، بالإضافة إلى متغير نية إعادة الشراء.

ويعتمد هذا التصميم على جمع البيانات من الواقع العملي من خلال أداة الاستبيان، وتحليلها باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة، بهدف اختبار الفرضيات وقياس قوة واتجاه العلاقات بين المتغيرات. كما يتيح هذا النوع من التصميم فهماً أعمق للجوانب السلوكية والإدراكية للعملاء تجاه ممارسات التسعير الحديثة.

ومن حيث نوع الدراسة، تُعد هذه الدراسة دراسة كمية (Quantitative Research) ، حيث تعتمد على تحويل آراء وتوجهات أفراد العينة إلى بيانات رقمية قابلة للتحليل الإحصائي، مما يساعد على الوصول إلى نتائج موضوعية يمكن تعميمها ضمن حدود الدراسة.

كما يتضمن تصميم البحث تحديد العلاقات المباشرة وغير المباشرة بين المتغيرات، حيث يُفترض أن يؤثر التسعير الديناميكي بشكل مباشر على رضا العملاء، وكذلك بشكل غير مباشر من خلال تأثيره على إدراك عدالة الأسعار وثقة العملاء وتقبلهم لهذه الاستراتيجية، وهو ما سيتم اختباره باستخدام نماذج التحليل الإحصائي المناسبة.

وبناءً على ما سبق، فإن تصميم البحث في هذه الدراسة يوفر إطاراً متكاملاً يجمع بين الجانب النظري والتطبيقي، ويسهم في تحقيق فهم دقيق لطبيعة العلاقة بين التسعير الديناميكي ورضا العملاء، بما يدعم الوصول إلى نتائج علمية موثوقة يمكن الاستفادة منها في الجانب الأكاديمي والتطبيقي.

3.2. مجتمع البحث وطرق وتقنيات أخذ العينات

يُعد تحديد مجتمع البحث واختيار العينة المناسبة من الخطوات الأساسية في المنهجية العلمية، لما لهما من دور مهم في ضمان دقة النتائج وإمكانية تعميمها. ويعتمد نجاح الدراسة إلى حد كبير على مدى تمثيل العينة لمجتمع البحث بصورة صحيحة.

أولاً: مجتمع البحث

يتكون مجتمع البحث في هذه الدراسة من جميع عملاء شركة مدن اكسبريس للتوصيل السريع في العراق، والذين سبق لهم التعامل مع خدمات الشركة، سواء في مجال التوصيل أو نقل البضائع أو الخدمات اللوجستية الأخرى التي تقدمها.

ويشمل هذا المجتمع فئات متنوعة من العملاء، تختلف من حيث الخصائص الديموغرافية مثل العمر والجنس ومستوى الدخل، بالإضافة إلى اختلاف طبيعة استخدامهم لخدمات الشركة، سواء بشكل مستمر أو عرضي، مما يوفر قاعدة بيانات مناسبة لدراسة سلوك العملاء واتجاهاتهم نحو التسعير الديناميكي.

ثانياً: عينة البحث

نظراً لصعوبة دراسة جميع أفراد مجتمع البحث، تم الاعتماد على عينة ممثلة يتم اختيارها من هذا المجتمع. وقد تم اختيار عينة من عملاء شركة مدن اكسبريس، حيث بلغ حجم العينة (10 – 15) مفردة، وهو حجم مناسب لإجراء التحليل الإحصائي واختبار فرضيات الدراسة.

ثالثاً: طرق وتقنيات أخذ العينات

تم استخدام أسلوب العينة العشوائية البسيطة (Simple Random Sampling) ، حيث تم اختيار أفراد العينة بشكل عشوائي من بين عملاء الشركة، وذلك لإعطاء فرصة متساوية لجميع أفراد المجتمع للمشاركة في الدراسة، مما يعزز من حيادية النتائج ويقلل من التحيز.

كما تم توزيع الاستبيان باستخدام طريقتين:

- التوزيع المباشر: من خلال التواصل مع العملاء بشكل مباشر
 - التوزيع الإلكتروني: عبر وسائل التواصل أو النماذج الإلكترونية
- وذلك بهدف الوصول إلى أكبر عدد ممكن من المستجيبين وتنوع العينة.
-

رابعاً: مبررات اختيار العينة

تم اختيار هذا الأسلوب في أخذ العينة للأسباب التالية:

- سهولة التطبيق في البيئة الميدانية
 - توفير الوقت والجهد
 - إمكانية الحصول على بيانات متنوعة من فئات مختلفة من العملاء
 - مناسب لطبيعة الدراسة الوصفية التحليلية
-

خامساً: شروط اختيار أفراد العينة

تم تحديد مجموعة من الشروط لاختيار أفراد العينة، وهي:

- أن يكون المبحوث قد تعامل مع خدمات شركة مدن اكسبريس سابقاً
- أن يكون لديه معرفة أو تجربة بأسعار الخدمات
- الاستعداد للإجابة على الاستبيان بشكل موضوعي

وبذلك، تم تحديد مجتمع البحث واختيار عينة ممثلة له باستخدام أسلوب علمي مناسب، مما يسهم في الحصول على نتائج دقيقة يمكن الاعتماد عليها في تحليل العلاقة بين التسعير الديناميكي ورضا العملاء.

3.3. طريقة جمع البيانات

تُعد عملية جمع البيانات من المراحل الأساسية في البحث العلمي، حيث تعتمد عليها دقة النتائج ومصادقية التحليل. وفي هذه الدراسة، تم الاعتماد على مصدرين رئيسيين للبيانات، وهما البيانات الأولية والبيانات الثانوية، وذلك للحصول على صورة شاملة ومتكاملة حول موضوع البحث.

أولاً: البيانات الأولية

تم جمع البيانات الأولية من خلال الاستبيان، الذي تم تصميمه خصيصاً لقياس متغيرات الدراسة، وهي التسعير الديناميكي، وإدراك عدالة الأسعار، وثقة العملاء، وتقبلهم للتسعير الديناميكي، بالإضافة إلى رضا العملاء ونية إعادة الشراء.

وقد تم إعداد الاستبيان بالاعتماد على الأدبيات والدراسات السابقة ذات العلاقة بموضوع البحث، مع مراعاة وضوح العبارات وسهولة فهمها من قبل أفراد العينة.

آلية توزيع الاستبيان:

تم توزيع الاستبيان باستخدام طريقتين:

- التوزيع المباشر: من خلال التواصل مع عملاء شركة مدن اكسبريس بشكل مباشر
 - التوزيع الإلكتروني: عبر النماذج الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي
- وذلك بهدف الوصول إلى أكبر عدد ممكن من أفراد العينة، وضمان تنوع الاستجابات.

ثانياً: البيانات الثانوية

تم الاعتماد على البيانات الثانوية لدعم الجانب النظري للدراسة، وذلك من خلال:

- الكتب العلمية المتخصصة في التسويق وإدارة الأسعار
 - الأبحاث والدراسات السابقة المنشورة في المجالات العلمية
 - الرسائل الجامعية ذات العلاقة بموضوع البحث
 - المصادر الإلكترونية الموثوقة
- وقد ساهمت هذه المصادر في بناء الإطار النظري للدراسة وتحديد متغيراتها وصياغة فرضياتها.

ثالثاً: إجراءات جمع البيانات

تمت عملية جمع البيانات وفق الخطوات التالية:

1. تصميم الاستبيان بصيغته الأولية
2. عرضه على مجموعة من المحكمين للتأكد من وضوحه وصلاحيته
3. إجراء التعديلات اللازمة بناءً على ملاحظات المحكمين
4. توزيع الاستبيان على أفراد العينة
5. جمع الاستبيانات والتأكد من اكتمالها وصلاحيتها للتحليل

3.4. أنواع البيانات

تعتمد هذه الدراسة على نوعين رئيسيين من البيانات، وذلك بهدف تحقيق التكامل بين الجانب النظري والتطبيقي، وضمان الوصول إلى نتائج دقيقة وموثوقة، وهما البيانات الأولية والبيانات الثانوية.

أولاً: البيانات الأولية (Primary Data)

تُعد البيانات الأولية المصدر الأساسي لهذه الدراسة، حيث تم جمعها مباشرة من أفراد عينة البحث، بهدف التعرف على آرائهم واتجاهاتهم حول موضوع الدراسة.

وقد تم الحصول على هذه البيانات من خلال الاستبيان، الذي تم تصميمه لقياس متغيرات الدراسة، والمتمثلة في:

- التسعير الديناميكي
- إدراك عدالة الأسعار
- ثقة العملاء
- تقبل العملاء للتسعير الديناميكي
- رضا العملاء
- نية إعادة الشراء

وتتميز البيانات الأولية بأنها حديثة ومباشرة وتعكس الواقع الفعلي لآراء العملاء، مما يعزز من دقة التحليل وموثوقية النتائج.

ثانياً: البيانات الثانوية (Secondary Data)

تم استخدام البيانات الثانوية لدعم الجانب النظري للدراسة، حيث تم جمعها من مصادر علمية موثوقة، مثل:

- الكتب والمراجع العلمية في مجالي التسويق وإدارة الأسعار
 - الدراسات والأبحاث السابقة ذات العلاقة بموضوع التسعير الديناميكي ورضا العملاء
 - الرسائل الجامعية المنشورة
 - المقالات العلمية والمواقع الإلكترونية الموثوقة
- وقد ساهمت هذه البيانات في بناء الإطار النظري للدراسة، وتحديد المفاهيم الأساسية، وصياغة مشكلة البحث وفرضياته.

أهمية تنوع مصادر البيانات

إن الجمع بين البيانات الأولية والثانوية يحقق تكاملاً في الدراسة، حيث:

- تدعم البيانات الثانوية الجانب النظري وتوفر أساساً علمياً للدراسة
- تعكس البيانات الأولية الواقع العملي وآراء أفراد العينة
- يساعد هذا التكامل في الوصول إلى نتائج أكثر دقة وشمولية

وبذلك، فإن تنوع مصادر البيانات في هذه الدراسة يعزز من قوة البحث، ويسهم في تقديم تحليل علمي متكامل لموضوع التسعير الديناميكي وأثره على رضا العملاء.

3.5. إجراءات التحليل الإحصائي

تُعد إجراءات التحليل الإحصائي من المراحل الأساسية في البحث العلمي، حيث يتم من خلالها معالجة البيانات التي تم جمعها وتحويلها إلى نتائج قابلة للتفسير، بما يساهم في اختبار فرضيات الدراسة والإجابة عن تساؤلاتها بشكل دقيق وموضوعي.

وفي هذه الدراسة، تم استخدام مجموعة من الأساليب الإحصائية المناسبة لطبيعة البيانات وأهداف البحث، وذلك بالاعتماد على برنامج SPSS، الذي يُعد من أكثر البرامج استخداماً في تحليل البيانات في الدراسات الإدارية والتسويقية.

أولاً: مرحلة تجهيز البيانات

قبل البدء بعملية التحليل الإحصائي، تم إجراء مجموعة من الخطوات التمهيدية، وهي:

- مراجعة الاستبيانات والتأكد من اكتمالها وصلاحياتها للتحليل
 - استبعاد الاستبيانات غير المكتملة أو غير الصالحة
 - ترميز البيانات (Coding) وتحويلها إلى بيانات رقمية
 - إدخال البيانات إلى برنامج SPSS
-

ثانياً: التحليل الإحصائي الوصفي

تم استخدام الأساليب الإحصائية الوصفية بهدف وصف خصائص عينة الدراسة وتلخيص البيانات، ومن أهم هذه الأساليب:

- التكرارات والنسب المئوية: لوصف الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة
 - المتوسط الحسابي: (Mean) لقياس اتجاهات إجابات أفراد العينة
 - الانحراف المعياري: (Standard Deviation) لقياس مدى تشتت البيانات
-

ثالثاً: اختبار صدق وثبات الأداة

تم التحقق من صلاحية أداة الدراسة من خلال:

- صدق الأداة: عبر عرض الاستبيان على مجموعة من المحكمين المختصين
 - ثبات الأداة: باستخدام معامل كرون باخ ألفا (Cronbach's Alpha)، حيث تم التأكد من أن قيمة الثبات مقبولة إحصائياً ($0.70 \leq$)، مما يدل على اتساق الأداة وإمكانية الاعتماد عليها
-

رابعاً: التحليل الإحصائي الاستدلالي

تم استخدام مجموعة من الأساليب الإحصائية الاستدلالية لاختبار فرضيات الدراسة، وهي:

- معامل الارتباط بيرسون: (Pearson Correlation) لقياس قوة واتجاه العلاقة بين المتغيرات
- تحليل الانحدار: (Regression Analysis) لقياس تأثير المتغير المستقل (التسعير الديناميكي) على المتغير التابع (رضا العملاء)
- اختبار (T-test) لقياس الفروق بين متوسطات مجموعتين
- تحليل التباين: (ANOVA) لقياس الفروق بين أكثر من مجموعتين (عند الحاجة)

خامساً: مستوى الدلالة الإحصائية

تم اعتماد مستوى الدلالة الإحصائية ($0.05 \geq \alpha$) كمعيار للحكم على معنوية النتائج، حيث:

- إذا كانت قيمة (Sig) أقل من (0.05) → توجد دلالة إحصائية
- إذا كانت أكبر من (0.05) → لا توجد دلالة إحصائية

سادساً: تفسير النتائج

بعد إجراء التحليل الإحصائي، تم تفسير النتائج في ضوء أهداف الدراسة وفرضياتها، وربطها بالدراسات السابقة والإطار النظري، وذلك للوصول إلى استنتاجات علمية دقيقة تساعد في تقديم توصيات عملية.

وبذلك، تم اتباع إجراءات تحليل إحصائي منهجية ومنظمة، تسهم في تحقيق أهداف الدراسة واختبار فرضياتها بدقة، مما يعزز من مصداقية النتائج التي سيتم عرضها في الفصل التالي.

3.6. الخاتمة

تناول هذا الفصل منهجية الدراسة بشكل مفصل، حيث تم توضيح الإطار العلمي والإجرائي الذي اعتمدت عليه الدراسة في جمع البيانات وتحليلها. وقد شمل ذلك تحديد نوع المنهج المستخدم، ووصف تصميم البحث، وتحديد مجتمع الدراسة والعينة، بالإضافة إلى بيان طرق وتقنيات اختيار العينة بما يضمن تمثيلها لمجتمع البحث بشكل مناسب.

كما تم عرض أنواع البيانات المعتمدة في الدراسة، سواء البيانات الأولية التي تم جمعها من خلال الاستبيان، أو البيانات الثانوية التي تم الاعتماد عليها في بناء الإطار النظري. إضافة إلى ذلك، تم توضيح أداة جمع البيانات وإجراءات إعدادها وتوزيعها، فضلاً عن بيان طرق التحقق من صدقها وثباتها لضمان دقة القياس.

وفي السياق نفسه، تم شرح إجراءات التحليل الإحصائي التي تم اتباعها باستخدام برنامج SPSS ، والأساليب الإحصائية الوصفية والاستدلالية المستخدمة في تحليل البيانات واختبار فرضيات الدراسة، بما يحقق أهداف البحث ويجيب عن تساؤلاته.

وبناءً على ما سبق، يشكل هذا الفصل الأساس المنهجي الذي تُبنى عليه عملية تحليل البيانات في الفصل الرابع، حيث سيتم الانتقال من الجانب النظري والمنهجي إلى الجانب التطبيقي، بهدف تفسير العلاقات بين متغيرات الدراسة واستخلاص النتائج النهائية.

