

مقرر قضايا بحثية ٢

المهمة السابعة: كتابة النتائج

بالتطبيق على دراستي:

- منصوري ، شيماء .(٢٠٢٤). تأثير التسويق الرقمي في تحسين جودة الخدمة المصرفية دراسة عينة من المصارف الجزائرية. رسالة دكتوراه الطور الثالث في العلوم التجارية ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، جامعة محمد خيضر -بسكرة .الجزائر .
- الكاف، أروى عبد الرحمن زين.(٢٠٢٤). استراتيجيات التسويق الرقمي المستخدمة في الترويج للوجهات السياحية في المملكة العربية السعودية(دراسة ميدانية).المجلة الأكاديمية للأبحاث والنشر العلمي . الإصدار الواحد والستون. ٢٩٠-٣١٠.

"

اعداد الطالب / فارس المزيني

الفصل الدراسي

العام الدراسي ١٤٤٦ - ٢٠٢٤

مقدمة:

تبحث هذا المهمة في كتابة النتائج التي تم جمعها لتكون بالصيغة أو بالشكل الذي يسهل فهمه على القارئ، ويتم عرض وكتابة النتائج من خلال ثلاث طرق رئيسية (الطريقة الانشائية - التوزيعات التكرارية من خلال الجداول ، الرسوم الهندسية للمعلومات) .

وسوف يتناول الباحث في هذه المهمة عملية كتابة وعرض النتائج ، وذلك من خلال التطبيق على الدراستين التاليتين موضحا طرق عرض النتائج ومدى وضوح النتائج ، و ملائمتها للأساليب الاحصائية المستخدمة .

- تأثير التسويق الرقمي في تحسين جودة الخدمة المصرفية دراسة عينة من المصارف الجزائرية.
- استراتيجيات التسويق الرقمي المستخدمة في الترويج للوجهات السياحية في المملكة العربية السعودية.

أولاً: دراسة : تأثير التسويق الرقمي في تحسين جودة الخدمة المصرفية دراسة عينة من المصارف الجزائرية.

وبالتطبيق على الدراسة المختارة: تأثير التسويق الرقمي في تحسين جودة الخدمة المصرفية دراسة عينة من المصارف الجزائرية. نجد ان الباحثة قامت بعرض نتائج الدراسة بطريقة جيدة ، ويتضح ذلك في الاتي :

- قامت الباحثة بعرض النتائج الخاصة بخصائص العينة (الجنس، العمر ،المستوى التعليمي، المهنة، مستوى الدخل، سنوات التعامل مع المصرف، مدى استخدام الخدمات المصرفية الرقمية في معاملتك، المصرف المتعامل معه، أي من أدوات التسويق الرقمي التي تفضلها) بطريقة جيدة مستخدمه في ذلك كافة طرق عرض البيانات والنتائج ، حيث استخدمت طريقة العرض بالجدول والتوزيعات التكرارية ، كما استخدمت طرق العرض بالأعمدة والمستطيلات، والعرض بطريقة الدوائر والرسوم الهندسية ، ثم قامت باستخدام

الطريقة الانشائية من خلال توضيح وكتابة النتائج تحت كل جدول من الجداول ، وتحت كل شكل من الاشكال ، موضحة نسب التكرارات والنسب المئوية ، لكل عنصر وخاصة من خصائص العينة ،

- قامت الباحثة بكتابة وعرض النتائج الخاصة باتجاهات المبحوثين حول متغيرات الدراسة المتغير المستقل (التسويق الرقمي) بأبعاده المختلفة ، والمتغير التابع (جودة الخدمة المصرفية) بأبعادها المختلفة ، وذلك بطريقة واضحة من خلال جداول التكرارات والنسب المئوية لكل عبارة من عبارات كل بعد من الابعاد ، بالإضافة إلى الطريقة الانشائية موضحة درجة الموافقة على كل عبارة من عبارات كل بعد (مرتفعة - منخفضة - متوسطة) ، والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري، ومرتبة العبارات وفقا لدرجة الموافقة من المرتفعة الى المنخفضة .

- ويرى الباحث ان الباحثة قامت بكتابة النتائج بطريقة جيدة وواضحة وبخطوات دقيقة ، وملائمة للأساليب الاحصائية المستخدمة ، حيث استخدمت (التكرارات والنسب المئوية) من أجل توزيع أفراد عينة الدراسة وفقا لخصائصهم الشخصية والوظيفية، بالإضافة إلى التكرارات والنسب المئوية لكل عبارة من عبارات محاور الدراسة، كما قامت باستخدام المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري :حيث تم استخدام المتوسط الحسابي من مقاييس النزعة المركزية والانحراف المعياري من مقاييس التشتت، وذلك من أجل دراسة اتجاهات أفراد العينة حول عبارات الاستبيان.

- كما قامت الباحثة باستخدام تحليل التباين الأحادي (One Way Anova) : وذلك لمعرفة الفروقات في إجابات افراد العينة حول المتغيرات المستقلة والتابعة تعزى للمتغيرات (الجنس، العمر ،المستوى التعليمي، المهنة، مستوى الدخل، سنوات التعامل مع المصرف، مدى استخدام الخدمات المصرفية الرقمية في معاملتك، المصرف المتعامل معه، أي من أدوات التسويق الرقمي التي تفضلها)

ثانيا / دراسة: استراتيجيات التسويق الرقمي المستخدمة في الترويج للوجهات السياحية في المملكة العربية السعودية.

وبالتطبيق على الدراسة المختارة: استراتيجيات التسويق الرقمي المستخدمة في الترويج للوجهات السياحية في المملكة العربية السعودية. نجد ان الباحثة قامت بعرض نتائج الدراسة بطريقة جيدة الى حد ما ، ويتضح ذلك في الاتي :

- ان الباحثة استخدمت عرض وكتابة النتائج بطريقة جداول (التوزيع التكراري)، حيث قامت بعرض وكتابة النتائج بالجدول والتوزيعات التكرارية ، لكافة محاور الاستبانة ، والتي تكونت من اربعة محاور، تجيب عن اسئلة الدراسة ، ثم قامت موضحة هذه الجداول والتوزيعات التكرارية بالطريقة الانشائية التي وضحت من خلالها المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية لعبارات كل محور على حدة، مرتبة تنازلياً حسب متوسطات الموافقة المعيارية، والرتب لاستجابات أفراد الدراسة عن كل محور .
- كما قامت الباحثة بعرض وكتابة النتائج المتعلقة باختبار فرضيات الدراسة من خلال استخدام اختبار تحليل التباين (ANOVA) .
- من خلال الاطلاع على نتائج هذه الدراسة نجد ان الباحثة قامت بكتابة وعرض النتائج بشكل جيد وواضح ، من خلال طريقة (الجدول و التوزيع التكراري) ، حيث عرضت استجابات أفراد عينة الدراسة حول محاور الاستبانة وذلك بالإجابة عن تساؤلات الدراسة عن طريق حساب التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والرتب لاستجابات أفراد عينة الدراسة لأسئلة الاستبانة، كما وضحت ذلك بالطريقة الانشائية التي ساعدت في توضيح ما تحتويه الجداول من معلومات ، كما قامت الباحثة باستخدام اختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لاختبار الفرضيات ، وكانت هذه الطريقة ملائمة للأساليب الاحصائية المستخدمة .

ومن خلال الاطلاع على نتائج كلا من الدراستين نجد ان الباحثان قامتا بعرض نتائج دراستهما بطريقة جيدة موضحة الخطوات جيدا ، وموضحين طرق عرض النتائج والتي كانت مركزة على طريقتي (التوزيع التكراري - الطريقة الانشائية) وكانت هذه الطرق مناسبة للأساليب الاحصائية

المستخدمة (التكرارات والنسب المئوية - المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري - اختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA))

ولكن تتميز الدراسة الاولى "تأثير التسويق الرقمي في تحسين جودة الخدمة المصرفية دراسة عينة من المصارف الجزائرية" عن الدراسة الثانية "استراتيجيات التسويق الرقمي المستخدمة في الترويج للوجهات السياحية في المملكة العربية السعودية" باستخدام طريقة الاعمدة والمستطيلات والرسوم البيانية والدوائر في عرض بعض النتائج .