

Final Project 2

PMG 497

نموذج المشروع النهائي 2

عنوان المشروع
دور الاتصال الفعال في المشاريع في تحسين رضا العملاء
أسم الطالب
فاطمه محمود الريفي

المشروع النهائي- 2
كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن
إشراف
د. عبد الرحيم نادر
د. رقية صلاح
د. سارة فريد
د علاء احمد
عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

التاريخ 27/2/2026- الفصل الدراسي التاسع

جدول المحتويات

الفصل الثالث: منهجيه البحث.....	3
1.1 المقدمة.....	4
1.2 التعريفات الاجرائيه لمتغيرات البحث.....	4
1.3 تصميم البحث (بصلة البحثي).....	5
1.4 مجتمع البحث وطرق وتقنيات أخذ العينات.....	6
1.5 طريقة جمع البيانات.....	6
1.6 أنواع البيانات.....	7
1.7 إجراءات التحليل الإحصائي.....	7
1.8 الخاتمه.....	8

جدول الأشكال

جدول الجداول

1. الفصل الثالث: منهجية الدراسة

1.1. المقدمة

يُعد اختيار منهجية البحث من أهم المراحل التي يعتمد عليها نجاح أي دراسة علمية، إذ تمثل الإطار الذي يستند إليه الباحث في جمع البيانات وتحليلها والوصول إلى نتائج دقيقة يمكن الاعتماد عليها في تفسير الظاهرة محل الدراسة. فكلما كانت المنهجية مناسبة لطبيعة المشكلة البحثية وأهدافها، زادت قدرة الدراسة على تقديم نتائج علمية تساهم في إثراء المعرفة، وتساعد في تقديم حلول عملية للمشكلة محل البحث. لذلك تحرص الدراسات العلمية على تحديد المنهج المستخدم، وأسلوب اختيار العينة، وأدوات جمع البيانات، وطرق تحليلها بصورة واضحة ومنظمة، بما يضمن تحقيق أهداف الدراسة واختبار فرضياتها بدرجة عالية من الموضوعية والدقة.

وتتناول هذه الدراسة موضوع دور الاتصال الفعال في المشاريع في تحسين رضا العملاء، وهو من الموضوعات التي حظيت باهتمام متزايد في السنوات الأخيرة نتيجة لما يشهده قطاع الأعمال من تطورات متسارعة وزيادة حدة المنافسة بين المؤسسات. فقد أصبح نجاح المشاريع لا يعتمد فقط على الالتزام بالوقت المحدد أو الميزانية المخصصة، وإنما أصبح مرتبطاً كذلك بمدى قدرة المؤسسة على بناء قنوات اتصال فعالة مع عملائها، والاستجابة لاحتياجاتهم وتوقعاتهم بصورة مستمرة، الأمر الذي ينعكس بصورة مباشرة على مستوى رضاهم عن الخدمات أو المنتجات المقدمة.

ويُعد الاتصال الفعال من الركائز الأساسية التي تقوم عليها إدارة المشاريع الحديثة، حيث يساهم في نقل المعلومات بين جميع الأطراف المعنية بصورة واضحة ودقيقة، ويعمل على تنسيق الجهود، وتقليل الأخطاء، وتجنب سوء الفهم الذي قد يؤثر سلباً على سير العمل. كما يساعد الاتصال الفعال على تعزيز التعاون بين فريق المشروع والعملاء، وإشراكهم في مختلف مراحل تنفيذ المشروع، بما يضمن فهم متطلباتهم بصورة أفضل، ويزيد من قدرتهم على متابعة تقدم الأعمال وإبداء الملاحظات في الوقت المناسب. ومن ثم فإن فعالية الاتصال لا تقتصر على تبادل المعلومات فقط، وإنما تمتد لتشمل بناء الثقة، وتعزيز الشفافية، وتحقيق التفاهم بين جميع أصحاب المصلحة.

ومن ناحية أخرى، يمثل رضا العملاء أحد أهم مؤشرات نجاح المشاريع، حيث تسعى المؤسسات إلى تحقيق مستويات مرتفعة من الرضا باعتباره عاملاً رئيسياً في تعزيز الولاء، وتحسين السمعة المؤسسية، وزيادة القدرة التنافسية. ويتأثر رضا العملاء بعدة عوامل، من أهمها جودة الاتصال خلال مراحل المشروع المختلفة، ومدى وضوح المعلومات المقدمة لهم، وسرعة الاستجابة لاستفساراتهم، والاهتمام بملاحظاتهم، وتوفير قنوات اتصال مناسبة تسهل عملية التواصل بينهم وبين فريق المشروع. لذلك أصبح تحسين الاتصال الفعال أحد المحاور الرئيسية التي تعتمد عليها المؤسسات الراغبة في رفع مستوى رضا عملائها وتحقيق نجاح مستدام لمشاريعها.

وانطلاقاً من ذلك، يعتمد هذا الفصل على توضيح المنهجية العلمية التي تم اتباعها في هذه الدراسة، من خلال بيان التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث، وتحديد تصميم الدراسة، ومجتمع البحث والعينة، وأداة جمع البيانات، وأنواع البيانات المستخدمة، بالإضافة إلى عرض الأساليب الإحصائية التي سيتم الاعتماد عليها في تحليل البيانات واختبار فرضيات الدراسة، وذلك بهدف الوصول إلى نتائج علمية دقيقة تعكس طبيعة العلاقة بين الاتصال الفعال في المشاريع ورضا العملاء، وتساعد في تحقيق أهداف الدراسة والإجابة عن أسئلتها.

1.2. التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث

يقصد بالتعريفات الإجرائية تحديد المفاهيم الرئيسة التي تعتمد عليها الدراسة بصورة عملية، بحيث يمكن قياسها من خلال أداة الدراسة وتحليلها إحصائياً. وتساعد هذه التعريفات في توضيح المقصود بمتغيرات البحث، وتحديد أبعادها بما يتناسب مع أهداف الدراسة وفرضياتها. واعتمدت الدراسة الحالية على متغير مستقل يتمثل في الاتصال الفعال في المشاريع، ومتغير تابع يتمثل في رضا العملاء، وفيما يلي التعريف الإجرائي لكل منهما:

أولاً: المتغير المستقل: الاتصال الفعال في المشاريع

يقصد بالاتصال الفعال في هذه الدراسة عملية تبادل المعلومات والبيانات والتعليمات بين فريق المشروع والعملاء بصورة واضحة ومنظمة وفي الوقت المناسب، بما يضمن تحقيق الفهم المشترك، وتقليل الأخطاء، وتعزيز التعاون بين جميع الأطراف ذات العلاقة بالمشروع. ويُقاس هذا المتغير من خلال مجموعة من الأبعاد الرئيسة، وهي:

1- وضوح المعلومات:

ويقصد به مدى تقديم المعلومات المتعلقة بالمشروع بصورة واضحة ودقيقة ومفهومة للعملاء، بحيث تساعدهم على معرفة أهداف المشروع ومراحله ومتطلباته، وتحد من احتمالية سوء الفهم أو الغموض أثناء تنفيذ المشروع.

2- سرعة التواصل والاستجابة:

ويقصد بها سرعة استجابة فريق المشروع لاستفسارات العملاء وطلباتهم، وسرعة نقل المعلومات المتعلقة بالمشروع في الوقت المناسب، بما يساهم في معالجة المشكلات أولاً بأول وتحقيق رضا العملاء.

3- التغذية الراجعة:

ويقصد بها مدى اهتمام فريق المشروع بالحصول على آراء العملاء وملاحظاتهم بصورة مستمرة، والعمل على الاستفادة منها في تحسين الأداء وتصحيح الأخطاء وتطوير سير العمل بما يتوافق مع احتياجات العملاء وتوقعاتهم.

4- قنوات الاتصال المستخدمة:

ويقصد بها الوسائل التي يتم من خلالها التواصل بين فريق المشروع والعملاء، مثل الاجتماعات، والبريد الإلكتروني، والاتصالات الهاتفية، ومنصات التواصل الرقمية، ومدى ملائمة هذه الوسائل في تسهيل عملية تبادل المعلومات وتحقيق التواصل الفعال.

ثانياً: المتغير التابع: رضا العملاء

يقصد برضا العملاء مدى شعور العملاء بالرضا تجاه الخدمات أو النتائج التي يقدمها المشروع ومدى توافق تلك النتائج مع توقعاتهم واحتياجاتهم ويُقاس رضا العملاء من خلال تقييمهم لجودة الخدمة، ومستوى التواصل مع فريق المشروع وسرعة الاستجابة لطلباتهم ومدى التزام المشروع بتلبية متطلباتهم وتحقيق النتائج المرجوة.

وتعتمد الدراسة على قياس العلاقة بين الاتصال الفعال في المشاريع بأبعاده المختلفة ورضا العملاء بهدف التعرف على مدى تأثير فعالية الاتصال في تحسين مستوى رضا العملاء واختبار الفرضيات التي قامت عليها الدراسة بما يساهم في الوصول إلى نتائج علمية يمكن الاستفادة منها في تطوير ممارسات إدارة المشاريع وتحسين جودة الخدمات المقدمة للعملاء.

1.3. تصميم البحث (بصلة البحثي)

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، لكونه المنهج الأكثر ملاءمة لطبيعة الدراسة وأهدافها، حيث يتيح وصف ظاهرة الاتصال الفعال في المشاريع وتحليلها، ودراسة علاقتها برضا العملاء بصورة علمية ومنهجية. كما يساعد هذا المنهج في جمع البيانات المتعلقة بمتغيرات الدراسة، وتحليلها، واستخلاص النتائج التي تسهم في تفسير العلاقة بين الاتصال الفعال في المشاريع وتحسين رضا العملاء.

ويرتكز تصميم الدراسة على دراسة أثر المتغير المستقل المتمثل في الاتصال الفعال في المشاريع، بأبعاده المتمثلة في وضوح المعلومات، وسرعة التواصل والاستجابة، والتغذية الراجعة، وقنوات الاتصال المستخدمة، على المتغير التابع المتمثل في رضا العملاء. ولتحقيق ذلك، سيتم جمع البيانات من أفراد عينة الدراسة باستخدام الاستبانة، والتي صممت لقياس متغيرات الدراسة وفق مقياس ليكرت الخماسي، بما يتيح الحصول على بيانات كمية يمكن تحليلها إحصائياً.

1.4. مجتمع البحث وطرق وتقنيات أخذ العينات

يتكون مجتمع الدراسة من العملاء الذين سبق لهم التعامل مع المشاريع محل الدراسة، وذلك باعتبارهم الفئة الأكثر قدرة على تقييم مستوى الاتصال الفعال الذي تم خلال مراحل تنفيذ المشروع، ومدى تأثيره في مستوى رضاهم عن الخدمات أو النتائج المقدمة. ويُعد اختيار هذه الفئة مناسباً لطبيعة الدراسة، نظراً لارتباطها المباشر بمتغيرات البحث وإمكانية الحصول منها على بيانات تعكس واقع الاتصال بين المؤسسة والعملاء.

ونظراً لصعوبة الوصول إلى جميع أفراد مجتمع الدراسة، فقد اعتمدت الدراسة على العينة العشوائية البسيطة، حيث تمنح هذه الطريقة جميع أفراد المجتمع فرصة متساوية للمشاركة في الدراسة، كما تعد من أكثر أساليب المعاينة استخداماً في الدراسات الوصفية، لما تتميز به من سهولة التطبيق وإمكانية الحصول على بيانات تمثل مجتمع الدراسة بصورة مناسبة.

وقد تم تحديد حجم العينة بما يتناسب مع طبيعة الدراسة وإمكانية جمع البيانات، حيث سيتم توزيع الاستبانة على (150) عميلاً ممن تعاملوا مع المشاريع محل الدراسة، وذلك بهدف الحصول على عدد كافٍ من الاستجابات التي يمكن الاعتماد عليها في إجراء التحليلات الإحصائية واختبار فرضيات الدراسة. كما سيتم استبعاد أي استبانة غير مكتملة أو التي تحتوي على بيانات غير صالحة للتحليل، لضمان دقة النتائج وموضوعيتها.

وتهدف عملية اختيار العينة إلى توفير بيانات ميدانية تعكس آراء العملاء حول مستوى الاتصال الفعال داخل المشاريع، ومدى تأثيره في تحسين رضاهم، بما يساعد على الوصول إلى نتائج علمية يمكن تعميمها بدرجة مقبولة، وتقديم توصيات عملية تسهم في تطوير أساليب الاتصال داخل المشاريع وتعزيز رضا العملاء.

1.5. طريقة جمع البيانات

اعتمدت هذه الدراسة على الاستبانة باعتبارها الأداة الرئيسة لجمع البيانات، وذلك لملاءمتها لطبيعة الدراسة وأهدافها، ولقدرتها على جمع البيانات من عدد كبير من أفراد عينة الدراسة في وقت مناسب، بالإضافة إلى سهولة تحليل البيانات التي يتم الحصول عليها باستخدام الأساليب الإحصائية المختلفة. كما تعد الاستبانة من أكثر الأدوات استخداماً في الدراسات الوصفية التي تهدف إلى التعرف على آراء واتجاهات المبحوثين تجاه موضوع معين.

وقد تم تصميم الاستبانة بالاعتماد على الأدبيات والدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الاتصال الفعال في المشاريع ورضا العملاء، بما يضمن شمولها لجميع متغيرات الدراسة وتحقيق أهدافها. وتتكون الاستبانة من قسمين رئيسيين، حيث يختص القسم الأول بجمع البيانات الشخصية للمبحوثين، مثل الجنس، والعمر، والمؤهل العلمي، وسنوات الخبرة، وذلك بهدف التعرف على الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة.

أما القسم الثاني فيتضمن مجموعة من العبارات التي تقيس متغيرات الدراسة، حيث خصصت مجموعة من الفقرات لقياس أبعاد الاتصال الفعال في المشاريع، والتي تشمل وضوح المعلومات، وسرعة التواصل والاستجابة، والتغذية الراجعة، وقنوات الاتصال المستخدمة، بالإضافة إلى مجموعة من الفقرات التي تقيس مستوى رضا العملاء عن المشاريع والخدمات المقدمة.

واعتمدت الدراسة على مقياس ليكرت الخماسي في قياس استجابات أفراد العينة، حيث تدرج الإجابات بين (أوافق بشدة، أوافق، محايد، لا أوافق، لا أوافق بشدة) ويتم توزيع الاستبانة على أفراد عينة الدراسة بطريقة إلكترونية أو ورقية مع التأكيد على سرية المعلومات واستخدامها لأغراض البحث العلمي فقط وذلك بهدف تشجيع المشاركين على تقديم إجابات دقيقة وموضوعية تعكس آرائهم الحقيقية، بما يساهم في زيادة مصداقية النتائج التي سيتم التوصل إليها.

1.6. أنواع البيانات

اعتمدت هذه الدراسة على نوعين من البيانات، وذلك بهدف بناء الإطار النظري للدراسة، وجمع البيانات الميدانية اللازمة للإجابة عن أسئلة الدراسة واختبار فرضياتها، وهما البيانات الأولية والبيانات الثانوية، وفيما يلي توضيح لكل منهما:

أولاً: البيانات الأولية

تتمثل البيانات الأولية في البيانات التي يتم جمعها مباشرة من أفراد عينة الدراسة، حيث اعتمدت الدراسة على الاستبانة بوصفها الأداة الرئيسة لجمع هذه البيانات وقد تم تصميم الاستبانة بما يتناسب مع أهداف الدراسة ومتغيراتها وذلك لقياس آراء أفراد العينة حول مستوى الاتصال الفعال في المشاريع ومدى تأثيره في تحسين رضا العملاء وتمثل هذه البيانات المصدر الأساسي الذي تعتمد عليه الدراسة في إجراء التحليلات الإحصائية واختبار فرضياتها والوصول إلى النتائج.

ثانياً: البيانات الثانوية

تتمثل البيانات الثانوية في المعلومات التي تم الحصول عليها من المصادر العلمية المختلفة والتي تشمل الكتب والمراجع العربية والأجنبية، والدوريات العلمية المحكمة، والرسائل الجامعية والأبحاث والدراسات السابقة بالإضافة إلى التقارير و المنشورات ذات الصلة بموضوع الدراسة وقد تم الاستفادة من هذه المصادر في إعداد الإطار النظري للدراسة وتحديد متغيراتها، وصياغة مشكلة الدراسة وأهدافها وفرضياتها بالإضافة إلى تصميم أداة الدراسة بما يتوافق مع طبيعة البحث. وقد ساهم الاعتماد على البيانات الأولية والثانوية معاً في توفير قاعدة علمية متكاملة للدراسة حيث أسهمت البيانات الثانوية في بناء الجانب النظري بينما وفرت البيانات الأولية المعلومات الميدانية اللازمة لتحليل العلاقة بين الاتصال الفعال في المشاريع ورضا العملاء والوصول إلى نتائج يمكن الاستفادة منها في تحقيق أهداف الدراسة وتقديم التوصيات المناسبة.

1.7. إجراءات التحليل الإحصائي

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة من خلال الاستبانة، سيتم مراجعة الاستبانات والتأكد من اكتمال البيانات وصلاحياتها للتحليل الإحصائي، ثم إدخالها إلى برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS)، والذي يُعد من أكثر البرامج استخداماً في تحليل البيانات في البحوث العلمية، لما يوفره من دقة في إجراء الاختبارات الإحصائية واستخراج النتائج.

وسيتم استخدام مجموعة من الأساليب الإحصائية المناسبة لطبيعة الدراسة وأهدافها، وذلك للإجابة عن أسئلة الدراسة واختبار فرضياتها، وتشمل ما يلي:

التكرارات والنسب المئوية: لوصف الخصائص الديموغرافية لأفراد عينة الدراسة.

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية: للتعرف على مستوى استجابات أفراد العينة تجاه متغيرات الدراسة وأبعادها المختلفة.

معامل الثبات (Cronbach's Alpha): للتأكد من مدى ثبات أداة الدراسة ودرجة اتساق فقراتها.

معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation): لقياس قوة واتجاه العلاقة بين الاتصال الفعال في المشاريع ورضا العملاء.

تحليل الانحدار الخطي: لقياس أثر الاتصال الفعال في المشاريع بأبعاده المختلفة على رضا العملاء، واختبار صحة فرضيات الدراسة.

سيتم اعتماد مستوى الدلالة الإحصائية (0.05) للحكم على دلالة نتائج الاختبارات الإحصائية، حيث تعد النتائج ذات دلالة إحصائية إذا كانت قيمة مستوى الدلالة أقل من (0.05).

ومن خلال هذه الإجراءات سيتم تحليل البيانات بصورة علمية ومنهجية بما يساهم في الوصول إلى نتائج دقيقة تساعد في تفسير العلاقة بين الاتصال الفعال في المشاريع ورضا العملاء، واستخلاص مجموعة من النتائج والتوصيات التي تحقق أهداف الدراسة وتجيّب عن أسئلتها، وتوفّر أساساً علمياً يمكن الاستفادة منه في تطوير ممارسات الاتصال داخل المشاريع وتحسين مستوى رضا العملاء.

1.9 الخاتمة

تناول هذا الفصل منهجية الدراسة، حيث تم توضيح المنهج الذي اعتمدت عليه الدراسة، والتعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث، بالإضافة إلى تصميم الدراسة، ومجتمع الدراسة والعينة، وطريقة جمع البيانات، وأنواع البيانات المستخدمة، والأساليب الإحصائية التي سيتم الاعتماد عليها في تحليل البيانات واختبار فرضيات الدراسة. وقد تم اختيار هذه المنهجية بما يتناسب مع طبيعة الدراسة وأهدافها، بما يضمن جمع بيانات دقيقة وتحليلها بصورة علمية تساعد في الوصول إلى نتائج موضوعية يمكن الاستفادة منها في تفسير العلاقة بين الاتصال الفعال في المشاريع ورضا العملاء. ويمثل هذا الفصل الأساس الذي سيتم الاعتماد عليه في الفصل التالي، والذي يتناول تحليل البيانات الميدانية، واختبار فرضيات الدراسة، ومناقشة النتائج التي سيتم التوصل إليها.

المراجع

- عبيدات، ذوقان، وعدس، عبد الرحمن، وعبد الحق، كايد. (2019). البحث العلمي: مفهومه وأدواته وأساليبه. عمان، الأردن: دار الفكر.
- السكارنة، بلال خلف. (2020). مهارات الاتصال الإداري (ط2). عمان، الأردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- الطائي، حميد عبد النبي، والعبادي، هاشم فوزي. (2018). إدارة المشاريع. عمان، الأردن: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.

- Sekaran, U., & Bougie, R. (2020). Research Methods for Business: A Skill Building Approach (8th ed.). John Wiley & Sons.
- Kerzner, H. (2022). Project Management: A Systems Approach to Planning, Scheduling, and Controlling
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2023). Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches