

دراسات نقدية 3

إعداد الطالب:
فيصل الشمري

د/ لمي اسبر



Chapter

01

عنوان التكليف الرابع

نتائج البحث

محور التطبيق

أثر التسويق الداخلي على الولاء التنظيمي من خلال الرضا الوظيفي لدى موظفي شركة جوال في قطاع غزة

إياد فتحي العالول

أطروحة دكتوراه، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا

2016م

إن نتائج الدراسة لابد أن تكون متفقة مع الفرضيات الموضوعية والمشتقة من أسئلة الدراسة،
ويمكننا نقد ذلك في رسالة الدكتوراه محور التطبيق كما يأتي:

إن الباحث قد وضع قرابة عشر فرضيات رئيسية بفروعها، قد تم اختبارها بالانحدار المتعدد وتمت صياغتها بفرضيات الأثر، وهي كالآتي:

- الفرضية الرئيسية الأولى: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) للتسويق الداخلي على الولاء التنظيمي لموظفي شركة جوال.
- الفرضية الرئيسية الثانية: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) للتسويق الداخلي على الرضا الوظيفي لموظفي شركة جوال.
- الفرضية الرئيسية الثالثة: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) للرضا الوظيفي على الولاء التنظيمي لموظفي شركة جوال.

- الفرضية الرئيسية الرابعة: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) للرضا الوظيفي كمتغير وسيط بين التسويق الداخلي على الولاء التنظيمي لموظفي شركة جوال.
- الفرضية الرئيسية الخامسة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) للولاء التنظيمي لموظفي شركة جوال تعزى للمتغيرات الديموغرافية: الجنس، العمر، والدخل، عدد سنوات الخبرة، المحافظة.

وقد قام الباحث باختبار تلك الفرضيات باستخدام اختبار الانحدار المتعدد من أجل معرفة تأثير أبعاد المتغير المستقل كاملة في المتغير التابع، ومن هذا الاختبار استنتج الباحث:

- معامل الانحدار: لمعرفة مقدار التغير في المتغير التابع حينما يزيد المتغير المستقل بدرجة واحدة.
- معامل الارتباط: لمعرفة مستوى العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع.
- معامل التحديد: لمعرفة مقدار أثر المتغير المستقل في المتغير التابع.
- اختبار F: لمعرفة دلالة معنوية الانحدار.

ومما سبق نجد إن الباحث قد توصل الباحث إلى نتائج متوافقة تماماً مع فرضيات الدراسة،
وبما يجيب عن أسئلة الدراسة، ويمكن إيجاز تلك النتائج كالآتي:

- نتيجة الفرضية الرئيسية الأولى: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) للتسويق الداخلي على الولاء التنظيمي لموظفي شركة جوال.
- نتيجة الفرضية الرئيسية الثانية: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) للتسويق الداخلي على الرضا الوظيفي لموظفي شركة جوال.
- نتيجة الفرضية الرئيسية الثالثة: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) للرضا الوظيفي على الولاء التنظيمي لموظفي شركة جوال.

- الفرضية الرئيسية الرابعة: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) للرضا الوظيفي كمتغير وسيط بين التسويق الداخلي على الولاء التنظيمي لموظفي شركة جوال.
- الفرضية الرئيسية الخامسة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) للولاء التنظيمي لموظفي شركة جوال تعزى لمتغيري: العمر، والدخل، في حين لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) للولاء التنظيمي لموظفي شركة جوال تعزى لمتغيرات: الجنس، عدد سنوات الخبرة، المحافظة.

الخلاصة:

نرى إن الباحث في دراسته قد صاغ تساؤلات الدراسة، بما يتوافق مع بحثه، والتي ترجمها في فرضيات متوافقة تماماً مع التساؤلات والأهداف، فقد وضعها بأسلوب الإثبات، ومن ثم في النهاية توصل إلى نتائج متوافقة تماماً مع تلك الفرضيات والتساؤلات وبما يحقق الأهداف.

ومن الانتقادات لهذه الدراسة يجب أن يقوم الباحث بتقسيم النتائج التي توصل إليها في أجزاء، يختص الجزء الأول بنتائج نظرية ومعرفية، والجزء الثاني مختص بنتائج خاصة بمجتمع الدراسة من حيث توافر فقرات الاستبيان ودلالاتها، بينما في الأخير تكون هناك نتائج خاصة باختبار الفرضيات.



Thank You