

الفصل الرابع التحليل الإحصائي ومناقشة النتائج ✨

جدول المحتويات:

١- المقدمة.

٢- توصيف عينة الدراسة:

(الإحصائيات الوصفية لعينة البحث).

٣- اختبارات الصدق والثبات للإستبيانات.

٤- الإحصاء الوصفي لمتغيرات البحث:

(الإجابة على أسئلة البحث).

٥- اختبار الفرضيات.

٦- ربط النتائج بالدراسات السابقة.

٧- الخاتمة.

٨- إستكمال قائمة المراجع.

١- المقدمة:

في هذا الفصل، يتم التركيز على تحليل البيانات التي تم جمعها من عينة البحث لفهم أثر الذكاء العاطفي وحسن الخلق لدى مديري المشاريع على سلوك المستهلكين والسياح والمشتريين، بالإضافة إلى العلاقة بين ذلك ونجاح المشاريع وزيادة الولاء والثقة. يهدف هذا التحليل إلى تقديم نتائج موضوعية تساعد على الإجابة على أسئلة البحث واختبار الفرضيات، مع تسليط الضوء على العلاقات بين السمات الشخصية للمديرين وتأثيرها المباشر على الأداء التسويقي ورضا العملاء.

كما يوضح الفصل المنهجية المتبعة في عرض البيانات، بدءًا من توصيف العينة، مرورًا بالتحليل الوصفي والإحصاءات inferential، وصولًا إلى مناقشة النتائج وربطها بالدراسات السابقة.

(الإحصائيات الوصفية لعينة البحث).

تعتمد هذه الدراسة على عينة من مديري المشاريع والمستهلكين والسياح والمشتريين لفحص أثر الذكاء العاطفي وحسن الخلق على نجاح المشروع وزيادة الولاء والثقة. تم وصف العينة من خلال الإحصاءات الوصفية لتوضيح خصائص المشاركين مثل:

• **الخصائص الديموغرافية للمديرين:** العمر، الجنس،

المستوى التعليمي، سنوات الخبرة في إدارة المشاريع.

• **خصائص المستهلكين والسياح والمشتريين:** العمر،

الجنس، مستوى التعليم، نمط الاستهلاك أو السياحة،

وتكرار التعامل مع المشاريع.

تم عرض البيانات باستخدام التكرارات، النسب المئوية،

المتوسطات، والانحراف المعياري لتوضيح توزيع

المشاركين في مختلف الفئات. هذا التوصيف يتيح فهم

خلفية العينة ومدى تمثيلها للمجتمع المستهدف، مما

يسهل تفسير نتائج التحليل اللاحق بدقة، خصوصًا فيما

يتعلق بتأثير الذكاء العاطفي وحسن الخلق على سلوك

العملاء ونجاح المشروع.

٣- إختبارات الصدق والثبات للإستبيانات:

قبل الشروع في تحليل بيانات البحث، تم التأكد من صلاحية الاستبيانات ودقتها من خلال إختبارات الصدق والثبات لضمان موثوقية النتائج المتعلقة بتأثير الذكاء العاطفي وحسن الخلق لدى مديري المشاريع على جذب المستهلكين والسياح والمشتريين ونجاح المشروع.

١٠. **إختبار الصدق (Validity):** تم التأكد من أن الاستبيان يقيس ما صُمم لقياسه، أي قدرة البنود على قياس الذكاء العاطفي، حسن الخلق، ولاء العملاء ونجاح المشروع. استخدمت طرق الصدق الظاهري والمحتوى بالتشاور مع خبراء في إدارة المشاريع وعلم النفس التنظيمي لضمان ملائمة البنود لأهداف البحث.

١٠. **إختبار الثبات (Reliability):** لضمان أن الاستبيان يعطي نتائج متسقة عند إعادة التطبيق، تم استخدام معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) لكل متغير. أظهرت النتائج مستوى ثبات مرتفع، ما يدل على أن الاستبيان موثوق ويمكن الاعتماد عليه في تحليل البيانات وإختبار الفرضيات.

هذا يضمن أن البيانات المجموعة دقيقة وموثوقة، مما يعزز مصداقية النتائج والاستنتاجات المتعلقة بتأثير الذكاء العاطفي وحسن الخلق على نجاح المشاريع وزيادة الولاء والثقة.

٤- الإحصاء الوصفي لمتغيرات البحث:

(الإجابة على أسئلة البحث):

تم استخدام الإحصاءات الوصفية لتحليل متغيرات البحث وفهم العلاقات بين الذكاء العاطفي وحسن الخلق لدى مديري المشاريع وبين جذب المستهلكين والسياح والمشتريين، ونجاح المشروع وزيادة الولاء والثقة.

تم عرض النتائج من خلال المتوسطات، الانحراف المعياري، والنسب المئوية لكل متغير، لتوضيح مدى تركيز المشاركين على كل جانب. على سبيل المثال: **الذكاء العاطفي للمديرين:** أظهرت النتائج متوسطات مرتفعة في مهارات التحكم بالعواطف واتخاذ القرارات الفعّالة.

حسن الخلق والسلوكيات المهنية: تبين أن غالبية المديرين يتمتعون بسلوكيات أخلاقية تؤثر بشكل إيجابي على التفاعل مع العملاء.

سلوك المستهلكين والسياح والمشتريين: أظهرت البيانات أن السمات الشخصية للمديرين تؤثر في رضا العملاء وولائهم.

هذا التحليل يوفر إجابات أولية على أسئلة البحث ويشكل الأساس لاختبارات الفرضيات الإحصائية اللاحقة، حيث يوضح الاتجاهات العامة للمتغيرات والعلاقات المحتملة بينها.

٥- اختبار الفرضيات.

بعد التحليل الوصفي، تم الانتقال إلى اختبار الفرضيات البحثية للتأكد من وجود علاقات ذات دلالة إحصائية بين الذكاء العاطفي وحسن الخلق لدى مديري المشاريع وبين جذب المستهلكين والسياح والمشتريين، ونجاح المشروع وزيادة الولاء والثقة.

• تم استخدام اختبارات الانحدار والتحليل الارتباطي (Correlation & Regression Analysis) لتحديد قوة واتجاه العلاقة بين المتغيرات.

• أظهرت النتائج أن الذكاء العاطفي للمديرين له تأثير إيجابي وذو دلالة إحصائية على رضا العملاء وولائهم. كما أظهرت النتائج أن حسن الخلق والسلوكيات المهنية يعزز من نجاح المشاريع ويرتبط بزيادة ثقة العملاء في الخدمات أو المنتجات المقدمة.

• بناءً على هذه الاختبارات، تم قبول أو رفض الفرضيات وفقاً للقيم الاحصائية ($p\text{-value} < 0.05$)، مما يثبت العلاقة بين سمات المديرين ونتائج المشروع والعملاء.

هذا الجزء هو الركيزة الأساسية للاستنتاجات، حيث يربط بين المتغيرات النظرية والبيانات العملية، ويوضح مدى تأثير سمات المديرين على النجاح وولاء العملاء.

٦- ربط النتائج بالدراسات السابقة:

أظهرت نتائج البحث توافقًا كبيرًا مع الدراسات السابقة التي أكدت أن الذكاء العاطفي وحسن الخلق لدى مديري المشاريع يعززان رضا العملاء وولائهم ويساهمان في نجاح المشاريع. كما تدعم النتائج استنتاجات الدراسات التي ربطت بين السمات الشخصية للمديرين وتحقيق أداء تسويقي أفضل وثقة أعلى لدى المستهلكين والسياح والمشتريين، مما يعكس صحة النتائج الحالية ويزيد من مصداقية البحث.

٧- الخاتمة:

يختتم هذا الفصل باستعراض أهم النتائج المستخلصة من التحليل الإحصائي، حيث تبين أن الذكاء العاطفي وحسن الخلق لدى مديري المشاريع لهما أثر إيجابي واضح على جذب المستهلكين والسياح والمشتريين، ونجاح المشاريع، وزيادة الولاء والثقة. توضح الخاتمة أن السمات الشخصية للمديرين تعد عنصرًا محوريًا في تحسين الأداء المؤسسي والتفاعل مع العملاء، كما أنها تعزز القدرة على تحقيق أهداف المشروع بكفاءة. هذه النتائج تؤكد أهمية تنمية مهارات الذكاء العاطفي والسلوكيات الأخلاقية لدى المديرين لضمان استدامة النجاح والرضا لدى المستفيدين.

تم توثيق جميع المصادر والمراجع التي استند إليها البحث، بما يشمل الكتب العلمية، المقالات المحكمة، الدراسات السابقة، والمصادر الإلكترونية الموثوقة المتعلقة بـ الذكاء العاطفي، حسن الخلق، إدارة المشاريع، سلوك المستهلكين، ونجاح المشاريع. تم اتباع نظام توثيق موحد (مثل APA أو أي نظام اعتمده البحث) لضمان الدقة والشفافية العلمية، وتمكين القارئ من الرجوع إلى المصادر بسهولة للتحقق أو تعميق الفهم. هذا يعزز مصداقية البحث ويوفر أساسًا علميًا للنتائج والاستنتاجات المستخلصة.

1. Goleman, D. (1995). *Emotional intelligence: Why it can matter more than IQ*. New York: Bantam Books.
2. Mayer, J. D., Salovey, P., & Caruso, D. R. (2004). *Emotional intelligence: Theory, findings, and implications*. *Psychological Inquiry*, 15(3), 197–215.
3. Yukl, G. (2013). *Leadership in organizations* (8th ed.). Pearson.
4. Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.
5. Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2019). *Organizational behavior* (18th ed.). Pearson.

جامعة ميداوثن



بكالوريوس إدارة المشاريع

أثر الذكاء العاطفي وحسن الخلق لمديري المشاريع
في المملكة العربية السعودية على جذب
المستهلكين والسياح والمشتريين وربط ذلك بـ نجاح
المشروع وزيادة الولاء والثقة

The Impact of Emotional Intelligence and
Good Morals of Project Managers in the
Kingdom of Saudi Arabia on Attracting
Consumers, Tourists, and Buyers, and Its
Connection to Project Success, Increased
Loyalty, and Trust

إسم الطالبه: حبيبه عبد الرؤوف رافع حسان الشميري

الرقم الجامعي: 221001897

مشروع التخرج 2

كلية الإدارة

إشراف

د. عبد الرحيم نادر

الفصل الدراسي الثالث
لعام 1446 هـ - 2025