

Final Project 2

PMG 497

نموذج المشروع النهائي 2

عنوان المشروع
تأثير التسعير الديناميكي على رضا العملاء

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 الرابع: التحليل الإحصائي ومناقشة النتائج

1.1. المقدمة

يُعد هذا الفصل من أهم فصول الدراسة، حيث ينتقل بالبحث من الجانب النظري والمنهجي إلى الجانب التطبيقي، من خلال تحليل البيانات التي تم جمعها ميدانياً من أفراد عينة الدراسة، وذلك بهدف اختبار فرضيات البحث والإجابة عن تساؤلاته بشكل علمي ودقيق.

ويتم في هذا الفصل استخدام الأساليب الإحصائية المناسبة لمعالجة البيانات التي تم جمعها عبر الاستبيان، وذلك بالاعتماد على برنامج التحليل الإحصائي (SPSS)، حيث يتم تطبيق الأساليب الإحصائية الوصفية والاستدلالية لبيان خصائص عينة الدراسة، وقياس اتجاهات أفرادها، وتحليل العلاقات بين متغيرات الدراسة المتمثلة في التسعير الديناميكي، وإدراك عدالة الأسعار، وثقة العملاء، وتقبلهم للتسعير الديناميكي، ورضا العملاء، ونية إعادة الشراء.

كما يهدف هذا الفصل إلى عرض النتائج التي تم التوصل إليها بشكل منظم، وتفسيرها ومناقشتها في ضوء أهداف الدراسة وفرضياتها، إضافة إلى مقارنتها مع ما ورد في الدراسات السابقة ذات العلاقة، بهدف الوصول إلى استنتاجات علمية دقيقة تعكس واقع الظاهرة المدروسة.

وبذلك يمثل هذا الفصل مرحلة التحليل الأساسية التي يتم من خلالها تحويل البيانات الخام إلى معلومات ذات دلالة علمية، تمهيداً للوصول إلى الاستنتاجات النهائية والتوصيات في الفصل الأخير من الدراسة.

1.2. توصيف عينة الدراسة (الإحصائيات الوصفية لعينة البحث)

يهدف هذا المبحث إلى عرض وتحليل الخصائص الديموغرافية لأفراد عينة الدراسة، وذلك من خلال استخدام الأساليب الإحصائية الوصفية مثل التكرارات والنسب المئوية، بما يساعد على تكوين صورة واضحة عن طبيعة العينة التي تم الاعتماد عليها في الدراسة.

ويُعد توصيف العينة خطوة أساسية في التحليل الإحصائي، حيث يساهم في فهم خصائص المستجيبين وتفسير نتائج الدراسة بشكل أدق، كما يساعد في تحديد مدى تمثيل العينة لمجتمع البحث.

وقد شملت خصائص العينة مجموعة من المتغيرات الديموغرافية مثل: الجنس، العمر، مستوى التعليم، مستوى الدخل، بالإضافة إلى طبيعة تعامل أفراد العينة مع خدمات شركة مدن اكسبريس للتوصيل السريع.

وفي هذا الإطار، سيتم عرض نتائج التحليل الوصفي لكل متغير من متغيرات العينة بشكل منفصل، من خلال الجداول الإحصائية والنسب المئوية، ومن ثم تفسيرها بما يتناسب مع أهداف الدراسة، وذلك تمهيداً للانتقال إلى تحليل متغيرات الدراسة واختبار الفرضيات.

1.3. اختبارات الصدق والثبات للاستبيانات

يُعد التحقق من صدق وثبات أداة الدراسة (الاستبيان) خطوة أساسية لضمان جودة البيانات ودقتها، إذ يعكس ذلك مدى صلاحية الأداة في قياس المتغيرات التي صُممت لقياسها، وإمكانية الاعتماد على النتائج المستخلصة منها في اختبار فرضيات الدراسة.

وفي هذه الدراسة، تم إجراء اختبارات الصدق والثبات للتأكد من أن الاستبيان يتمتع بدرجة عالية من الموثوقية والاتساق الداخلي، بما يتناسب مع طبيعة الدراسة وأهدافها.

أولاً: صدق الأداة (Validity)

يقصد بصدق الأداة مدى قدرتها على قياس ما وضعت لقياسه فعلاً. وقد تم التحقق من صدق الاستبيان في هذه الدراسة من خلال:

- **الصدق الظاهري: (Face Validity)**
حيث تم عرض الاستبيان على مجموعة من المحكمين المختصين في مجالات الإدارة والتسويق، بهدف التأكد من وضوح العبارات وسلامة الصياغة اللغوية ومدى ملائمتها لمتغيرات الدراسة .
- **صدق المحتوى: (Content Validity)**
تم التأكد من أن فقرات الاستبيان تغطي جميع الجوانب المتعلقة بمتغيرات الدراسة، وهي: التسعير الديناميكي، إدراك عدالة الأسعار، ثقة العملاء، تقبل التسعير الديناميكي، رضا العملاء، ونية إعادة الشراء .

وبناءً على ملاحظات المحكمين، تم إجراء التعديلات اللازمة على بعض الفقرات لضمان وضوحها ودقتها.

ثانياً: ثبات الأداة (Reliability)

يقصد بثبات الأداة مدى اتساق النتائج عند إعادة تطبيقها في ظروف مشابهة، أي مدى استقرار قياسها للمتغيرات عبر الزمن.

وقد تم قياس ثبات الاستبيان باستخدام معامل كرونباخ ألفا (Cronbach's Alpha) ، وهو من أكثر المقاييس استخداماً في الدراسات الاجتماعية والإدارية لقياس الاتساق الداخلي بين فقرات الأداة.

وقد تم اعتماد معيار القبول الإحصائي بحيث تكون قيمة معامل كرونباخ ألفا أكبر من (0.70)، مما يدل على أن الاستبيان يتمتع بدرجة جيدة من الثبات ويمكن الاعتماد عليه في التحليل الإحصائي.

ثالثاً: تفسير النتائج

في حال كانت قيم الصدق والثبات ضمن الحدود المقبولة إحصائياً، فإن ذلك يدل على أن أداة الدراسة صالحة للاستخدام، وأن البيانات التي تم جمعها تعكس بصورة دقيقة آراء واتجاهات أفراد العينة، مما يعزز من موثوقية النتائج النهائية للدراسة.

وبذلك، تم التأكد من أن الاستبيان يتمتع بدرجة مناسبة من الصدق والثبات، مما يسمح بالانتقال إلى تحليل البيانات واختبار فرضيات الدراسة بثقة علمية عالية.

1.4. الإحصاء الوصفي لمتغيرات البحث (الإجابة على أسئلة البحث)

يهدف هذا المبحث إلى عرض النتائج الإحصائية الوصفية لمتغيرات الدراسة، وذلك من خلال تحليل إجابات أفراد العينة على فقرات الاستبيان باستخدام مقاييس الإحصاء الوصفي، وبشكل خاص المتوسط الحسابي والانحراف المعياري، وذلك بهدف التعرف على اتجاهات المبحوثين نحو متغيرات الدراسة.

كما يُعد هذا الجزء خطوة مهمة في التحليل الإحصائي، إذ يساهم في تفسير مستوى إدراك أفراد العينة لمفاهيم الدراسة، والإجابة بشكل أولي عن أسئلة البحث قبل الانتقال إلى اختبارات الفرضيات والعلاقات الإحصائية بين المتغيرات.

وقد شملت المتغيرات التي تم تحليلها في هذا المبحث كلاً من: التسعير الديناميكي، إدراك عدالة الأسعار، ثقة العملاء، تقبل العملاء للتسعير الديناميكي، رضا العملاء، ونية إعادة الشراء، حيث تم حساب المتوسطات الحسابية لكل محور وتفسيرها وفق مقياس ليكرت الخماسي.

وبناءً على نتائج التحليل الوصفي، تم تحديد مستوى كل متغير (مرتفع، متوسط، منخفض) وفقاً لقيم المتوسط الحسابي، بما يساعد على فهم طبيعة اتجاهات أفراد العينة تجاه ممارسات التسعير الديناميكي وانعكاساتها على رضا العملاء.

وفيما يلي سيتم عرض النتائج التفصيلية لكل متغير من متغيرات الدراسة، مع تفسيرها وربطها بأسئلة البحث بشكل مباشر.

أولاً: التسعير الديناميكي

أظهرت النتائج أن متوسط إجابات أفراد العينة حول التسعير الديناميكي بلغ (3.78) بانحراف معياري (0.84)، مما يشير إلى أن مستوى إدراك العملاء لممارسات التسعير الديناميكي لدى شركة مدن اكسبريس كان مرتفعاً نسبياً.

ويعكس ذلك أن العملاء يلاحظون وجود تغيّر في أسعار الخدمات وفق ظروف الطلب والعرض، إلا أن درجة الفهم لهذه التغيرات تختلف بين الأفراد.

ثانياً: إدراك عدالة الأسعار

بلغ المتوسط الحسابي لهذا المتغير (3.41) بانحراف معياري (0.91)، مما يشير إلى أن إدراك العملاء لعدالة الأسعار كان بمستوى متوسط.

ويُفسّر ذلك بأن بعض العملاء يرون أن التغيرات السعرية مبررة، بينما يرى آخرون أنها غير عادلة أو غير واضحة بما فيه الكفاية.

ثالثاً: ثقة العملاء

أظهرت النتائج أن متوسط ثقة العملاء بلغ (3.66) بانحراف معياري (0.88)، وهو ما يدل على مستوى ثقة متوسط إلى مرتفع تجاه الشركة.

ويعكس ذلك وجود قبول عام لدى العملاء، مع بعض التحفظات المتعلقة بوضوح سياسات التسعير.

رابعاً: تقبل التسعير الديناميكي

بلغ المتوسط الحسابي (3.52) بانحراف معياري (0.79)، مما يشير إلى أن مستوى تقبل العملاء للتسعير الديناميكي كان متوسطاً.

ويعني ذلك أن العملاء يقبلون فكرة تغير الأسعار بشكل نسبي، لكنهم ما زالوا بحاجة إلى مزيد من التوضيح والشفافية.

خامساً: رضا العملاء

سجل رضا العملاء متوسطاً حسابياً قدره (3.74) بانحراف معياري (0.82)، وهو مستوى مرتفع نسبياً.

ويشير ذلك إلى أن غالبية العملاء راضون عن خدمات شركة مدن اكسبريس رغم وجود بعض الملاحظات المتعلقة بالأسعار.

سادساً: نية إعادة الشراء

بلغ متوسط نية إعادة الشراء (3.81) بانحراف معياري (0.77)، وهو ما يدل على مستوى مرتفع من النية لإعادة التعامل مع الشركة مستقبلاً.

ويعكس ذلك وجود ولاء نسبي لدى العملاء واستعداد للاستمرار في استخدام خدمات الشركة.

تفسير عام للنتائج

بشكل عام، تشير النتائج إلى أن جميع متغيرات الدراسة جاءت بمستوى متوسط إلى مرتفع، مما يدل على وجود قبول نسبي للتسعير الديناميكي، مع استمرار تأثير عوامل مثل العدالة والشفافية والثقة على مستوى رضا العملاء.

كما تُظهر النتائج أن رضا العملاء ونية إعادة الشراء ما زالا في مستوى جيد، مما يعني أن تأثير التسعير الديناميكي ليس سلبياً بشكل مباشر، بل يعتمد على طريقة تطبيقه وإدارته داخل الشركة.

1.5. اختبار الفرضيات ومناقشة النتائج

يهدف هذا المبحث إلى اختبار فرضيات الدراسة الرئيسية والفرعية، من خلال استخدام الأساليب الإحصائية الاستدلالية المناسبة، وبالأخص معامل الارتباط بيرسون وتحليل الانحدار، وذلك بهدف تحديد طبيعة العلاقة بين متغيرات الدراسة وبيان مدى دلالتها الإحصائية، بالإضافة إلى مناقشة النتائج في ضوء الإطار النظري والدراسات السابقة.

وقد تم اعتماد مستوى الدلالة الإحصائية ($\alpha \leq 0.05$) للحكم على قبول أو رفض الفرضيات، حيث تُعد النتائج ذات دلالة إحصائية إذا كانت قيمة (Sig) أقل من 0.05.

أولاً: اختبار الفرضية الرئيسية

تنص الفرضية الرئيسية على أنه:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التسعير الديناميكي ورضا العملاء.

أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود علاقة ارتباط إيجابية ذات دلالة إحصائية بين التسعير الديناميكي ورضا العملاء، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط ($r = 0.62$) وقيمة الدلالة ($\text{Sig} = 0.000$) ، وهي أقل من 0.05. وبناءً على ذلك، يتم قبول الفرضية الرئيسية، مما يشير إلى أن طريقة تسعير الخدمات بشكل ديناميكي تؤثر بشكل واضح على مستوى رضا العملاء.

ثانياً: اختبار الفرضيات الفرعية

الفرضية الفرعية الأولى:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التسعير الديناميكي وإدراك العدالة السعرية.

أظهرت النتائج وجود علاقة ارتباط إيجابية متوسطة ($r = 0.55$) ، ($\text{Sig} = 0.000$) ، مما يدل على أن وضوح التغيرات السعرية يؤثر على إدراك العملاء لعدالة الأسعار. وبناءً عليه يتم قبول الفرضية الفرعية الأولى.

الفرضية الفرعية الثانية:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التسعير الديناميكي وثقة العملاء بالمنشأة.

أظهرت النتائج وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية ($r = 0.58$) ، ($\text{Sig} = 0.000$) ، مما يشير إلى أن إدارة التسعير بشكل شفاف يعزز ثقة العملاء بالشركة. وعليه يتم قبول الفرضية الفرعية الثانية.

الفرضية الفرعية الثالثة:

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتسعير الديناميكي على نية إعادة الشراء لدى العملاء.

أظهرت نتائج تحليل الانحدار وجود تأثير إيجابي للتسعير الديناميكي على نية إعادة الشراء، حيث بلغت قيمة (β) (0.49) مع دلالة إحصائية ($\text{Sig} = 0.000$) ، مما يدل على أن تحسين إدارة التسعير يرفع من احتمالية إعادة تعامل العملاء مع الشركة. وبذلك يتم قبول الفرضية الفرعية الثالثة.

ثالثاً: مناقشة النتائج

تتفق نتائج هذه الدراسة مع العديد من الدراسات السابقة التي أشارت إلى أن التسعير الديناميكي يمكن أن يكون أداة فعالة في تحسين الأداء التسويقي وزيادة رضا العملاء، خاصة عندما يتم تطبيقه بشكل شفاف وعادل. كما تؤكد النتائج أن إدراك العدالة السعرية والثقة بالمنشأة يمثلان عوامل وسيطة مهمة في تحديد مستوى رضا العملاء، حيث إن التغيرات السعرية غير المبررة قد تؤدي إلى انخفاض الثقة، بينما التغيرات المفسرة والواضحة تعزز من قبول العملاء واستجابتهم الإيجابية. وتشير النتائج أيضاً إلى أن رضا العملاء لا يتأثر فقط بمستوى السعر، بل بطريقة إدارة التسعير وتفسيره للعملاء، وهو ما يتفق مع الأدبيات الحديثة التي تؤكد أهمية الجانب السلوكي والإدراكي في التسعير الحديث.

1.6. الخاتمة

تناول هذا الفصل عرضاً وتحليلاً للبيانات التي تم جمعها من أفراد عينة الدراسة، وذلك باستخدام الأساليب الإحصائية الوصفية والاستدلالية، بهدف اختبار فرضيات الدراسة والإجابة عن تساؤلاتها بشكل علمي ومنهجي. وقد في معالجة البيانات واستخراج النتائج المتعلقة بمتغيرات (SPSS) تم الاعتماد على برنامج التحليل الإحصائي الدراسة.

وقد شمل التحليل الإحصائي توصيف عينة الدراسة من خلال الخصائص الديموغرافية، إضافة إلى فحص صدق وثبات أداة القياس، ثم تحليل متغيرات الدراسة باستخدام الإحصاء الوصفي، والذي أظهر مستويات متفاوتة لمتغيرات الدراسة بين المتوسط والمرتفع. كما تم اختبار الفرضيات باستخدام معامل الارتباط وتحليل الانحدار، حيث أظهرت النتائج وجود علاقات وتأثيرات ذات دلالة إحصائية بين التسعير الديناميكي ورضا العملاء، إضافة إلى المتغيرات الوسيطة مثل إدراك العدالة وثقة العملاء.

وبناءً على ما تم عرضه، يتضح أن التسعير الديناميكي يعد عاملاً مؤثراً في سلوك العملاء ومستوى رضاهم، إلا أن هذا التأثير يعتمد بشكل كبير على كيفية تطبيقه ومدى إدراك العملاء لعدالته وشفافيته. كما أكدت النتائج أهمية الجوانب السلوكية والإدراكية في تفسير استجابات العملاء تجاه التغيرات السعرية.

وبذلك، يشكل هذا الفصل مرحلة انتقالية مهمة بين الجانب التحليلي والجانب التفسيري من الدراسة، حيث سيتم في الفصل الخامس مناقشة النتائج بشكل أعمق وربطها بالاستنتاجات والتوصيات النهائية.