

مهارات بحثية 3

إعداد الطالب:
فيصل الشمري

د/ احمد وراق



Chapter

01

عنوان التكليف

أهمية وأهداف الدراسة

ورقة التكليف

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

لكل رسالة دكتوراه أهمية من كتابتها بحيث تقدم إضافة للمعرفة، وتوصيات لمجتمع الدراسة، ومقترحات بحثية مستقبلية، وبنقد وتمحيص أهمية الدراسة لهذه الرسالة نجد إنها كالآتي:

في الأهمية العلمية أشار الباحث إن الدراسة ستضيف إثراءً للأدب النظري من خلال دراسة متغير: التسويق الداخلي، والولاء التنظيمي، والرضا الوظيفي، ومن ثم برهنة العلاقة بين تلك المتغيرات، في حين لا يوجد دراسة سابقة برهنت ذلك.

ونجد إن الباحث قد كتب الأهمية النظرية وفق المعتاد في الأبحاث، والتي تشير بأن الدراسة تضيف لميدان المعرفة، والأدب الإداري.

أما من الناحية العملية فقد حدد الباحث بأن أهم النقاط هي تحديد أبعاد التسويق الداخلي المؤثرة في الولاء التنظيمي في قطاع الاتصالات الفلسطينية، فهو بذلك يحاول معرفة الأبعاد ومدى توافرها في مجتمع الدراسة ومدى تأثيرها على الولاء التنظيمي بعد معرفة توافر أبعاده في مجتمع الدراسة، وذلك من خلال استقصاء عينة الدراسة، ومعرفة آرائها تجاه الفقرات التي تعكس المتغير والبعد في مجتمع الدراسة.

وتأتي الأهمية الثانية متمثلة في توجيه المسؤولين إلى الاهتمام بأنشطة التسويق الداخلي، والنشاط الأمثل الذي يزيد من رضا الموظفين، ومن ثم زيادة الولاء التنظيمي. وتكتسب الأبحاث أهميتها من تطرقها للواقع العملي من خلال لفت الإدارة إلى اتباع الأساليب والأنشطة الفعالة التي تزيد من فعالية الأداء وكفاءته، وقد قام الباحث بالإشارة لذلك في الأهمية الثانية أعلاه.

في حين إن الباحث في الأهمية الثالثة ذكر الخروج بتوصيات لإدارة تلك الشركات فيما يخص تطبيق التسويق الداخلي، فهو بذلك هنا يعطي الطرق المثلى لتطبيق أنشطة التسويق الداخلي، بينما في السابق يلفت النظر إلى النشاط المناسب وذا الأهمية في تحقيق الولاء التنظيمي.

وأخيراً اختتم الأهمية للدراسة بأنها تتعلق بقطاع من أهم القطاعات في الاقتصاد الفلسطيني وهو قطاع الاتصالات الذي تفوق حصته السوقية أكثر من مليوني عميل، إضافة إلى الاحتياج اليومي لخدمات ذلك القطاع، مما يعني إنه يوظف المزيد من العناصر البشرية التي تعمل بشكل مكثف لتقديم خدمات الاتصالات للعملاء، وهو الأمر الذي يتطلب من إدارات ذلك القطاع زيادة رضاهم الوظيفي وتحقيق الولاء التنظيمي لديهم.

وبهذا نجد إن أهمية الدراسة قد حققت المعايير الواجب توافرها في أي بحث علمي من حيث الأهمية العلمية تتمثل في الإثراء النظري لمتغيرات الدراسة، والإضافة لميدان الأدب الإداري، أما من حيث الأهمية العملية، فتتمثل في: معرفة الأثر بين متغيرات الدراسة، والخروج بتوصيات لمجتمع الدراسة.

ونجد إن الباحث لم يدرج ضمن الأهمية العملية معرفة مستوى توافر متغيرات الدراسة، ولو أضافها لأعطت الأهمية قيمة مميزة.

وبخصوص أهداف الدراسة نجد إنها كلها انحصرت وتفرعت في معرفة الأثر بين متغيرات الدراسة، من حيث أثر المتغير المستقل على التابع، وأثر المتغير المستقل على المتغير الوسيط، وأثر المتغير الوسيط على المتغير التابع، وأثر المتغير المستقل على التابع بوجود المتغير الوسيط، وفي الأخير قياس الاختلاف في آراء عينة الدراسة تجاه الولاء التنظيمي بالنسبة للمتغيرات الديموغرافية.

ومما سبق نقارن أهداف الدراسة بقاعدة الأهداف الذكية SMART، والتي يجب أن يكون الهدف فيها:

- مخصص Specific: وهنا خصص الباحث دراسته حول ثلاثة متغيرات: التسويق الداخلي، الرضا الوظيفي، الولاء التنظيمي.
- قابل للقياس Measurable: وهنا نجد إن أهداف الدراسة قابلة للقياس الكمي، من خلال الاستبانة التي تحوي فقرات تقيس آراء العينة من خلال مقياس ليكرت الخماسي.

ومما سبق نقارن أهداف الدراسة بقاعدة الأهداف الذكية SMART، والتي يجب أن يكون الهدف فيها:

- قابل للإنجاز Achievable: ونجد إن أهداف الدراسة قابلة للإنجاز، فالباحث حدد مجتمع الدراسة في مكان محصور، وبالتالي حدد عينة الدراسة بموظفي قطاع الاتصالات وعددهم 150 موظف، مما يعني إن الهدف قابل للإنجاز.
- واقعي Relevant: إن أهداف الدراسة واقعية من حيث إنها مخصصة وتتناول موضوع في غاية الأهمية يحتاجه مجتمع الدراسة، وهي قابلة للإنجاز، وقابلة للقياس فهي بذلك واقعية تماماً.

ومما سبق نقارن أهداف الدراسة بقاعدة الأهداف الذكية SMART، والتي يجب أن يكون الهدف فيها:

- محدد بزمان Timely: لقد كانت أهداف الدراسة محددة بزمان حينما تم إنجاز الدراسة في 2016م.

- إن الفرق بين أهمية الدراسة وأهداف الدراسة باختصار:
- إن الأهمية تتعلق بالقيمة المضافة للدراسة في حقل المعرفة والواقع العملي، من خلال لفت المسؤولين إلى ممارسة الأنشطة التي تحسن الأداء وترفع معدل الكفاءة.
 - إن أهداف الدراسة الدليل المرشد التي تسلكه الدراسة للوصول إلى النتائج، والتي بدورها تكون القيمة المضافة للدراسة وتمثل الأهمية، مما يعني إن الأهداف طريق موصول للأهمية.

مشروع البحث

دورة حياة المنظمة وعلاقتها بكفاءة الرفع المالي

دراسة وصفية على عينة من الشركات السعودية المدرجة في السوق المالية السعودية (تداول)

أهداف الدراسة:

وتهدف الدراسة إلى الآتي:

- التأصيل النظري لمتغيرات الدراسة والمفاهيم ذات الصلة بها: دورة حياة المنظمة، فاعلية المنظمة، الكفاءة المالية، الرفع المالي، الأداء المالي، حتى يمكن بناء إطار نظري يحوي هذه المتغيرات.
- معرفة علاقة دورة حياة المنظمة بكفاءة الرفع المالي في الشركات السعودية المدرجة في السوق المالية السعودية (تداول) خلال الفترة (2015-2024).

أهداف الدراسة:

وتهدف الدراسة إلى الآتي:

- التوصل إلى نتائج وتوصيات في هذا المجال تساعد في الشركات السعودية المدرجة في السوق المالية السعودية (تداول) في تعظيم العائد على حقوق المساهمين.

أهمية الدراسة:

الأهمية العلمية: وتكتسب هذه الدراسة أهميتها العلمية من الآتي:

- إثراء المعرفة العلمية حول مفهوم دورة حياة المنظمة، ومفهوم كفاءة الرفع المالي.
- الإسهام في إثراء الفكر التنظيمي والمالي في موضوع دورة حياة المنظمة كفاءة الرفع المالي الذي يُعد من الموضوعات ذات الصعوبة والتعقيد مقارنة مع الموضوعات الأخرى.
- تُعد الدراسة الأولى على حد علم الباحث التي تربط بين دورة حياة المنظمة وكفاءة الرفع المالي.

الأهمية التطبيقية:

وتتلخص أهمية الدراسة التطبيقية في الآتي:

- إنها تدرس علاقة دورة حياة المنظمة بكفاءة الرفع المالي في الشركات السعودية المدرجة في السوق المالية السعودية (تداول) لمالها من أهمية كبيرة في الاقتصاد الوطني والقومي للمملكة العربية السعودية.
- توفر نتائج الدراسة قاعدة معلومات يمكن الاستفادة منها من قبل الشركات مجتمع الدراسة في القرارات الخاصة بالرفع المالي ومدى كونه ميزة أو نقطة ضعف.

الأهمية التطبيقية:

وتتلخص أهمية الدراسة التطبيقية في الآتي:

- إن معرفة علاقة دورة حياة المنظمة بكفاءة الرفع المالي في الشركات السعودية المدرجة في السوق المالية السعودية (تداول) يعطينا السياسة المثلى لهيكل التمويل الذي يعظم حقوق المساهمين.



Thank You