

مقرر قضايا بحثية ٢

المهمة الخامسة: جمع البيانات

بالتطبيق على دراسة

أثر التسويق الداخلي على الإبداع التنظيمي

دراسة تطبيقية على شركة الاتصالات السعودي STC

بيانات النشر

دراسة منشورة في: مجلة جامعة العين للأعمال و القانون.

الاصدار: الثاني السنة : ٦ السنة: ٢٠٢٢

الصفحات: ٤٠-١ .

اعداد الباحثون : بسيم قائد العريقي ، عبد العالم محمد ، احمد عبد الرازق
النصري

اعداد الطالب / فارس المزيني

الفصل الدراسي

العام الدراسي ١٤٤٦ - ٢٠٢٤

مقدمة : تعد عملية جمع البيانات والمعلومات من أهم خطوات البحث العلمي ، ويقصد بها جمع المعلومات الكافية والوافية والشاملة لكل الجوانب الخاصة بموضوع الدراسة ومشكلتها ، ويسير جمع المعلومات في البحث العلمي في اتجاهين هما :

- جمع المعلومات المتعلقة بالجانب النظري والوثائقي في البحث ، وهذا يعتمد على مراجعة كافية للمصادر المطلوبة كالكتب والمقالات والدوريات التي تعالج موضوع البحث بشكل نظري وافي بالغرض.
- جمع المعلومات المتعلقة بالجانب الميداني ، ويكون من خلال الاستبانة أو المقابلة ، أو الملاحظة. (قنديلجي ، ٢٠٢٢ ، ٨٠)
- وسوف يتناول الباحث في هذه المهمة عملية جمع المعلومات وذلك من خلال التطبيق على دراسة : أثر التسويق الداخلي على الإبداع التنظيمي دراسة تطبيقية على شركة الاتصالات السعودي STC موضحا الاتي :

أولاً: مصادر المعلومات : تناول الباحثون المعلومات من خلال مصدرين هما :

- **المصادر الثانوية:** تم الرجوع إلى مصادر البيانات الثانوية والتي تتمثل في الكتب، والمراجع العربية والأجنبية، والدوريات، والمقالات والتقارير، والأبحاث والدراسات السابقة التي تناولت موضوع الدراسة والبحث والمطالعة في مواقع الإنترنت المختلفة.
- **المصادر الأولية :** لمعالجة الجوانب التحليلية لموضوع البحث، تم جمع البيانات الأولية من خلال الاستبانة كأداة رئيسة للبحث، صممت خصيصاً لهذا الغرض، وقد تم تفريغ وتحليل البيانات باستخدام البرنامج الإحصائي.

ثانياً: أداة جمع البيانات:

استخدم الباحثون الاستبانة كأداة رئيسة لجمع البيانات ، ولقد تم استخدام الاستبانة الالكترونية لقياس أبعاد المتغير المستقل المتمثل بأبعاد التسويق الداخلي والمتغير التابع المتمثل بالإبداع التنظيمي

لمناسبتها لموضوع البحث، وتكونت الاستبانة من معلومات عن خصائص العينة (النوع - العمر - الخبرة - المؤهل العلمي).

كما تكونت من محورين على النحو التالي :

- **المحور الأول :** وتناول أبعاد التسويق الداخلي (اختيار العاملين، وتدريب العاملين، وتحفيز العاملين، و تمكين العاملين، و الاتصالات الداخلية) وتكون المحور من (٢٧) عبارة .

- **المحور الثاني :** تناول الابداع التنظيمي ، وتكون من (٩) عبارات .

ثالثا: تعريف متغيرات الدراسة: قام الباحثون بتعريف متغيرات الدراسة، وكيفية قياسها:

المتغير المستقل : وهو التسويق الداخلي بأبعاده المتمثلة ب(اختيار العاملين، وتدريب العاملين، وتحفيز العاملين، وتمكين العاملين، و الاتصالات الداخلية)، وتم قياسه بالاعتماد على الباحث.

المتغير التابع : وهو الإبداع التنظيمي وتم قياسه بالاعتماد على الباحث.

رابعا : وضوح الهدف من جمع البيانات وتناسبه مع اسئلة الدراسة : ومن خلال الاطلاع على أهداف الدراسة ، نجد ان محاور الاستبانة ما جاءت الا لتحقيق اهداف الدراسة حيث هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير أبعاد التسويق الداخلي والتي تشمل (اختيار العاملين، وتدريب العاملين، وتحفيز العاملين، و تمكين العاملين، و الاتصالات الداخلية)، على الإبداع التنظيمي في شركة الاتصالات السعودية STC من وجهة نظر العاملين، والتعرف على مستوى تطبيق أبعاد التسويق الداخلي، والابداع التنظيمي لدى شركة الاتصالات السعودية من وجهة نظر العاملين.

كما نجد ان محاور الاستبانة جاءت لتجيب عن اسئلة الدراسة ، حيث تمثلت اسئلة الدراسة في الاتي:

- ما مدى تأثير أبعاد التسويق الداخلي (اختيار العاملين، وتدريب العاملين، وتحفيز العاملين، و تمكين العاملين، و الاتصالات الداخلية)، على الإبداع التنظيمي في شركة الاتصالات السعودية STC من وجهة نظر العاملين؟

- ما درجة تطبيق أبعاد التسويق الداخلي لدى شركة الاتصالات السعودية من وجهة نظر العاملين؟

- ما مستوى الإبداع التنظيمي للعاملين لدى شركة الاتصالات السعودية من وجهة نظر العاملين؟

خامسا : شمولية الطرق المستخدمة و تفاصيل كيفية تنفيذها:

من خلال ما سبق نجد ان الاستبانة كانت شاملة ووافية لكل عناصر البحث ومتغيراته ، حيث تناولت متغيرات البحث (التسويق الداخلي وابعاده - الابداع التنظيمي) . ولقد تم التحقق من صدق وثبات الاستبانة ، حيث استخدم الباحث اختبار ألفا كرونباخ لاختبار ثبات أداة الدراسة، ولقد تبين ان جميع عبارات الاستبيان تتمتع باتساق عالي حيث بلغ معامل الفاكرونباخ ٠.٩٨ وهو أكبر من المستوى المعتمد في المقارنة ٠.٦٠ وفيما يخص معامل الثبات لمحاو الاستبيان فقد حقق نسبة ثبات عالية تجاوزت الحد الأدنى في المقارنة ٠.٦٠ أي هناك ثبات في إجابات أفراد العينة تجاه عبارات ومحاو الدراسة.

سادسا : تحديد مجتمع و عينة الدراسة وكيفية اختيارها : يتمثل مجتمع الدراسة من العاملين في شركة الاتصالات السعودية Stc في المملكة العربية السعودية، والبالغ عددهم (١٧٠٠) موظفا وموظفة، وتكونت عينة الدراسة من (٣٧٦) موظف من العاملين في شركة الاتصالات السعودية Stc ، ولقد تم تحديد حجم العينة وفقا لجدول (مورجان لتحديد حجم العينة)، حيث تم توزيع أداة البحث (الاستبيان) على عينة إلكترونية ميسرة من العاملين في شركة الاتصالات السعودية، لتكون هذه العينة الفعلية للدراسة، ونجد ان الباحثون اختاروا عينة ممثلة لمجتمع الدراسة، ومناسبة لحجمه ، كما إن أفراد عينة الدراسة متجانسة مع صفات وخصائص أفراد مجتمع الدراسة الأصلي .

سابعا: وضوح جدول زمني ومراقبة جودة البيانات: لم يضع الباحثون جدول زمني لجمع البيانات، ولم يهتموا بمراقبة جودة البيانات.