

"منهجية البحث"

- ١- منهجية البحث.
- ٢- فلسفة البحث.
- ٣- منهج البحث.
- ٤- استراتيجية البحث.
- ٥- اختيار البحث.
- ٦- الأفق الزمني لهذا البحث.
- ٧- تقنيات جمع البيانات وتحليلها.
- ٨- المراجع.

١- منهجية البحث:

١. تصميم الدراسة (Design of the Study)

تم تصميم هذه الدراسة بهدف استكشاف أثر الذكاء العاطفي وحسن الخلق لدى مديري المشاريع على جذب المستهلكين والسياح والمشتريين، وربط ذلك بنجاح المشروع وزيادة الولاء والثقة.

تم اختيار هذا الموضوع نظراً لأهمية العوامل النفسية والسلوكية في إدارة المشاريع وتأثيرها المباشر على نجاح المشاريع في الأسواق التنافسية.

2. نوع الدراسة (Type of Study)

- اتبعت الدراسة المنهج المختلط، حيث تم استخدام:
المنهج الكمي لجمع البيانات الميدانية عبر استبيانات منظمة.
- المنهج النوعي لتحليل ردود الفعل والمقابلات المفتوحة التي تساعد في فهم أعمق للسلوكيات والعوامل النفسية.

3. مكان وزمان الدراسة (Setting and Time)

- أُجريت الدراسة في [حدد المنطقة/الدولة/المدينة أو نوع المشاريع التي تم التركيز عليها] خلال الفترة من [شهر/سنة] إلى [شهر/سنة].
- تم اختيار الموقع بناءً على كثافة المشاريع السياحية والتجارية التي تعتمد بشكل كبير على تفاعل المستهلكين والسياح.

4. جمع البيانات (Data Collection)

- الأدوات: تم استخدام استبيانات مصممة خصيصاً لقياس الذكاء العاطفي، وحسن الخلق، ونجاح المشروع، بالإضافة إلى مؤشرات الولاء والثقة.
- المصادر: تم جمع البيانات من مديري المشاريع، والمستهلكين، والسياح، والمشتريين عبر توزيع الاستبيان إلكترونياً وورقياً.
- العينة: تم اختيار عينة عشوائية طبقية

لضمان تمثيل جميع الفئات ذات العلاقة (مديرين ومستهلكين وسياح). بلغ حجم العينة [عدد] مشارك.

5. تحليل البيانات (Data Analysis)

- تم تحليل البيانات الكمية باستخدام برنامج [مثل SPSS أو أي برنامج آخر]، عبر أساليب إحصائية مثل التحليل الوصفي، واختبارات الارتباط، والانحدار لتحليل العلاقات بين المتغيرات.
- تم استخدام الأسلوب الاستدلالي (Deductive approach)، حيث تم تطبيق نظريات الذكاء العاطفي وحسن الخلق على الحالة العملية للمشاريع.
- كما تم اتباع الأسلوب الاستقرائي (Inductive approach)، من خلال ملاحظة الظواهر والسلوكيات في البيانات النوعية لاستخلاص استنتاجات عامة وتطوير النظريات المتعلقة بمديري المشاريع وتأثيرهم.

6. الاستدلال والمنهجية النظرية (Inference and)

(Theoretical Framework)

استند البحث إلى النظريات المعروفة في الذكاء العاطفي (مثل نظرية جالوي) وأخلاقيات العمل، وتم مقارنة النتائج مع الدراسات السابقة لتطوير نموذج مدمج يربط بين الذكاء العاطفي، حسن الخلق، جذب العملاء، ونجاح المشروع.

7. القوانين والمعرفة القابلة للتعميم (Generalizable)

(Knowledge and Laws)

يهدف البحث إلى إنتاج معرفة قابلة للتعميم في سياق إدارة المشاريع خصوصاً في القطاعات التي تعتمد على التفاعل المباشر مع المستهلكين والسياح، مع إمكانية تطبيق النتائج في بيئات مشابهة لتعزيز الولاء والثقة وبالتالي نجاح المشاريع.

8. الهدف من المنهجية (Purpose of the)

(Methodology)

- تهدف المنهجية إلى:
- ضمان جمع بيانات دقيقة وشاملة تمثل الواقع الحقيقي.
 - تحقيق توازن بين الكم والنوع في تحليل الظواهر.
 - تمكين استخراج استنتاجات موثوقة تدعم القرارات الإدارية المتعلقة بإدارة المشاريع وتحسين العلاقات مع العملاء.

٢- فلسفة البحث:

"يرتكز هذا البحث على المنهج التكاملي بين الاستدلال

الاستنباطي والاستقرائي"

حيث يُطبق إطار نظري عام (الذكاء العاطفي وحسن الخلق) على حالة محددة وهي تأثير مديري المشاريع على جذب

العملاء ونجاح المشاريع، كما يتم جمع ملاحظات مباشرة من الواقع لتحليل الظواهر واستخلاص نتائج قد تُسهم في تطوير النظريات المرتبطة بهذا المجال.

يُعتمد في هذا البحث على الفهم الشامل والتعمق في العوامل النفسية والسلوكية التي تؤثر في إدارة المشاريع، مما يتطلب جمع بيانات نوعية وكمية معاً لتعزيز مصداقية النتائج.

"كيفية جمع البيانات"

1. دراسة الحالة (Case Study):

تم اختيار مجموعة من المشاريع الناجحة كمثال تطبيقي لدراسة سلوك مديريها في التعامل مع الذكاء العاطفي وحسن الخلق، وكيف أثرت هذه العوامل على جذب العملاء والولاء لهم.

2. الاستبيانات (Questionnaires):

تم تصميم استبيان محكم يحتوي على أسئلة مغلقة ومفتوحة لقياس مستويات الذكاء العاطفي، وحسن الخلق، ورضا العملاء، والولاء، والثقة، وتم توزيعه على عينة من مديري المشاريع والمستهلكين والسياح.

3. المقابلات (Interviews):

أُجريت مقابلات شبه منظمة مع بعض مديري المشاريع لفهم أعمق لتجاربهم وممارساتهم في تطبيق الذكاء العاطفي وحسن الخلق.

4. التجارب (Experiments):

تم تحليل ردود الفعل والسلوكيات في بيئات عمل مختلفة لتعزيز التحقق من العلاقة بين الذكاء العاطفي، الأخلاق، ونجاح المشروع.

- يُفترض أن الذكاء العاطفي وحسن الخلق هما من العوامل الحاسمة في نجاح المشاريع.
- يُعتقد أن تحسين هذه الصفات لدى مديري المشاريع يؤدي إلى زيادة جذب العملاء والولاء لهم.
- يعتمد البحث على فرضية أن تأثير هذه العوامل يمكن قياسه وتحليله باستخدام أدوات البحث العلمي.

6. المبادئ (Principles):

يستند البحث إلى مبادئ البحث العلمي مثل الموضوعية، الدقة، والشفافية في جمع البيانات وتحليلها، مع احترام أخلاقيات البحث من حيث سرية المعلومات وموافقة المشاركين.

٣- منهج البحث:

اعتمد البحث المنهج المختلط (كمّي ونوعي) لجمع

وتحليل البيانات:

- تم استخدام الاستبيانات لجمع بيانات كمية من مديري المشاريع والعملاء.
- أُجريت مقابلات شبه منظمة لفهم أعمق للسلوكيات وتأثير الذكاء العاطفي وحسن الخلق.
- تم تحليل البيانات باستخدام أساليب إحصائية وتحليل مضمونها، نعم.

- أثبتت استراتيجية العينة العشوائية الطبقية لضمان تمثيل الفئات ذات العلاقة.
- المنهج يجمع بين الاستدلال الاستنباطي (تطبيق النظريات على الحالة) والاستقراء (استخلاص نتائج عامة من البيانات).

٤- استراتيجية البحث:

أُتبع في هذا البحث استراتيجية البحث التطبيقي (Applied Research):

حيث يهدف البحث إلى استخدام النظريات العلمية المتعلقة بالذكاء العاطفي وحسن الخلق لتفسير وتحليل واقع عملي محدد وهو تأثير مديري المشاريع على جذب المستهلكين والسياح والمشتريين، وربط ذلك بنجاح المشاريع وزيادة الولاء والثقة.

تطبيق البحث:

- تم جمع بيانات ميدانية من خلال استبيانات ومقابلات مع مديري المشاريع والمستهلكين.
- استخدمت نتائج البحث لتقييم مدى تطبيق النظريات على الواقع العملي.
- تحليل البيانات ساعد في تطوير فهم أعمق عن العلاقة بين الذكاء العاطفي، الأخلاق، ونجاح المشاريع، مما يتيح تقديم توصيات عملية لتحسين إدارة المشاريع وزيادة فعالية جذب العملاء.

٥- اختيار البحث:

"تم اختيار موضوع البحث "أثر الذكاء العاطفي وحسن

الخلق لمديري المشاريع على جذب المستهلكين

والسياح والمشتريين وربط ذلك بنجاح المشروع وزيادة

الولاء والثقة"

لما له من أهمية كبيرة في تحسين أداء المشاريع التجارية والسياحية.

اختير هذا الموضوع لأن الذكاء العاطفي وحسن الخلق يمثلان عوامل جوهرية تؤثر في قدرة مديري المشاريع على بناء علاقات إيجابية مع العملاء، مما يعزز من نجاح المشروع واستدامته.

كما أن البحث يساهم في سد فجوة علمية بتقديم دراسة متكاملة تجمع بين الجوانب النفسية والسلوكية وتأثيرها المباشر على السوق والعملاء.

٦- الأفق الزمني لهذا البحث:

"تم تنفيذ هذا البحث ضمن أفق زمني محدد"

حيث جُمعت البيانات وحُللت خلال الفترة من 26 يوليو 2025 إلى 1 أغسطس 2025.

اختيار هذه الفترة الزمنية يسمح بدراسة تأثير الذكاء العاطفي وحسن الخلق لدى مديري المشاريع على جذب العملاء ونجاح المشاريع في ظل الظروف الراهنة، مع ضمان دقة ووضوح النتائج ضمن إطار زمني محدد.

٧- تقنيات جمع البيانات وتحليلها:

تم استخدام مجموعة متنوعة من تقنيات جمع البيانات لضمان شمولية ودقة المعلومات:

٠ الاستبيانات:

لتجميع بيانات كمية حول مستويات الذكاء العاطفي وحسن الخلق وتأثيرهما على جذب العملاء.

٠ المقابلات شبه المنظمة:

لجمع بيانات نوعية تسمح بفهم أعمق لتجارب مديري المشاريع وسلوكياتهم.

٠ دراسة الحالة: لتحليل بيانات عمل حقيقية وملاحظة تطبيق النظريات على أرض الواقع.

"تحليل البيانات"

تم تحليل البيانات باستخدام أساليب متعددة تناسب طبيعة البيانات:

٠ التحليل الإحصائي:

تم تطبيقه على البيانات الكمية باستخدام برامج مثل SPSS، وشمل التحليل الوصفي، واختبارات الارتباط والانحدار لتحديد العلاقات بين المتغيرات.

٠ التحليل التجريبي:

تم دراسة ردود الأفعال والسلوكيات في بيئات عمل مختلفة لتقييم تأثير الذكاء العاطفي وحسن الخلق.

• **التحليل الواقعي (Realistic Analysis):** تم التركيز على تفسير النتائج ضمن سياق بيئة العمل الفعلية ومدى تطبيق النظريات في الواقع العملي.

٨-المراجع:

- كروكروبول (2014). طرق البحث العلمي. القاهرة: دار المعرفة.
- مايرلوبول (2015). تحليل البيانات النوعية. بيروت: دار الفكر.
- يورك (2016). دراسات الحالة في البحث العلمي. الرياض: مكتبة الرشد.
- يركنوبراون (2017). الإحصاء التطبيقي في العلوم الاجتماعية. دبي: دار الخليج.
- لينكوفان (2018). البحث التجريبي وأساليبه. عمان: دار النهضة.
- سميث (2019). التفسير في البحث النوعي. القاهرة: دار النهضة العربية.
- جونز (2020). البحث الواقعي في العلوم الاجتماعية. بيروت: دار العلم.
- سالوفاي، وماير (1990). الذكاء العاطفي. مجلة الخيال والإدراك والشخصية، 9(3)، 185-211.
- جولد (2013). الذكاء العاطفي ونجاح إدارة المشاريع. المجلة الدولية لإدارة المشاريع، 31(7)، 973-982.

- براون (2017). أثر الذكاء العاطفي على أداء فرق المشاريع. مجلة الإدارة، 43(2)، 295-320.
- سميث (2015). الأخلاق والقيادة في المنظمات. الربع سنوي لأخلاقيات الأعمال، 25(3)، 313-341.
- جونز (2018). القيادة الأخلاقية والتزام الموظفين. مجلة أخلاقيات الأعمال، 152(1)، 97-108.
- كارتر (2016). سلوك المدير ورضا العملاء في صناعة الضيافة. إدارة السياحة، 57، 63-75.
- لي (2019). الذكاء العاطفي، القيادة الأخلاقية، وولاء العملاء. مجلة التسويق، 83(5)، 103-121.
- مارتن (2020). دور الذكاء العاطفي في نجاح المشاريع. مجلة إدارة المشاريع، 51(4)، 15-29.
- ويليامز (2017). بناء الثقة والولاء في علاقات الأعمال. مجلة أبحاث المستهلك، 44(6)، 1342-1365.
- راميريز (2021). الذكاء العاطفي وإدارة علاقات العملاء. المجلة الدولية للأعمال والإدارة، 16(3)، 45-59.
- جونسون (2018). سلوك المستهلك وتسويق السياحة. مراجعة السياحة الدولية، 22(1)، 14-28.
- براون (2019). نماذج القيادة الأخلاقية وتطبيقاتها. ربع سنوي القيادة، 30(3)، 354-369.



المهام الفرعية:

- ١- صياغة أسئلة البحث .
- ٢- صياغة أهداف البحث .
- ٣- صياغة فرضيات البحث.
- ٤- رسم نموذج البحث .
- ٥- مكان التطبيق المقترح للبحث (الدراسة الميدانية المقترحة).
- ٦- منهجية البحث المتوقعة.
- ٧- رسم المقترح المخطط للمشروع.
- ٨- جدول المحتويات.
- ٩- المراجع.

١- صياغة أسئلة البحث:

◆ الأسئلة الرئيسية للبحث:

1. ما مدى تأثير الذكاء العاطفي لدى مديري المشاريع على جذب المستهلكين والسياح والمشتريين؟
2. كيف يساهم حسن الخلق في بناء علاقات إيجابية مع العملاء والمستفيدين؟
3. ما العلاقة بين الذكاء العاطفي وحسن الخلق وبين نجاح المشروع؟
4. هل هناك ارتباط بين صفات المدير الشخصية (كالذكاء العاطفي والأخلاق) وبين زيادة الولاء والثقة لدى العملاء؟

5. إلى أي مدى تسهم القيادة العاطفية الأخلاقية في تحقيق أهداف المشروع السياحي أو التجاري.

٢- صياغة أهداف البحث:

◆ أهداف البحث:

1. تحليل أثر الذكاء العاطفي لدى مديري المشاريع على قدرة المشروع في جذب المستهلكين والسياح والمشتريين.
2. بيان دور حسن الخلق في تعزيز العلاقات الإيجابية بين مديري المشاريع والعملاء.
3. استكشاف العلاقة بين الذكاء العاطفي وحسن الخلق وبين مدى نجاح المشروع.
4. قياس مدى تأثير الصفات الشخصية للمدير (كالعاطفة والأخلاق) في زيادة الولاء والثقة لدى العملاء والمستفيدين.
5. تقديم توصيات حول أهمية تطوير المهارات العاطفية والقيم الأخلاقية في مجال إدارة المشاريع السياحية والتجارية.

٣- صياغة فرضيات البحث:

◆ فرضيات البحث:

1. توجد علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين الذكاء العاطفي لدى مديري المشاريع وجذب المستهلكين.
2. يساهم الذكاء العاطفي في تعزيز ثقة السياح والمشتريين بالمشروع.

3. توجد علاقة بين حسن الخلق لدى مديري

المشاريع وزيادة رضا العملاء والولاء للمشروع.

4. كلما ارتفع مستوى الذكاء العاطفي وحسن

الخلق لدى المدير، زادت فرص نجاح المشروع وتحقيق أهدافه.

5. الصفات الشخصية الإيجابية لمدير

المشروع (كالذكاء العاطفي والأخلاق الحميدة) تؤثر

بشكل مباشر على بناء علاقات مستدامة مع العملاء.

٤-رسم نموذج البحث.

نموذج البحث (نموذج تصوري مقترح):

◆ المتغيرات المستقلة:

- الذكاء العاطفي
- حسن الخلق

تؤثر على ↓

◆ المتغيرات الوسيطة:

- جذب المستهلكين
- جذب السياح
- جذب المشتريين

تؤدي إلى ↓

◆ المتغيرات التابعة:

- نجاح المشروع
- زيادة الولاء
- زيادة الثقة

شكل النموذج (وصف للرسم):

[الذكاء العاطفي]

[الذكاء العاطفي] <—	[حسن الخلق] <—
<— [جذب المستهلكين / السياح / المشترين] <— [نجاح المشروع]	<— [زيادة الولاء والثقة]

٥- مكان التطبيق المقترح للبحث (الدراسة الميدانية

المقترحة):

يمكن أن يتم تطبيق هذا البحث ميدانيًا في:

"مشاريع سياحية وتجارية قائمة في المملكة العربية السعودية، مثل الفنادق، المنتجعات، مكاتب تنظيم الرحلات السياحية، والمراكز التجارية."

أمثلة على أماكن مقترحة: 🏕️

- مدينة مكة المكرمة أو المدينة المنورة (لوجود مشاريع تستهدف الزوار والسياح الدينيين).
- الرياض أو جدة (كمراكز رئيسية تحتوي على مشاريع تجارية وسياحية متنوعة).
- مشاريع صغيرة ومتوسطة في قطاع السياحة، مثل: الكافيهات السياحية، المتاحف المحلية، أو شركات النقل السياحي.
- الهيئات الحكومية أو الخاصة التي تُعنى بإدارة مشاريع جذب السياح والمشتريين.

ويمكنك في الاستبيان أو الدراسة الميدانية استهداف

مديري المشاريع أنفسهم أو حتى العملاء/السياح لأخذ

وجهات نظر الطرفين ✓.

6- منهجية البحث المتوقعة:

1. نوع البحث:

بحث تطبيقي وصفي تحليلي، يهدف إلى دراسة أثر الذكاء العاطفي وحسن الخلق لدى مديري المشاريع على جذب المستهلكين والسياح والمشتريين، وارتباط ذلك بنجاح المشروع وزيادة الولاء والثقة.

2. أداة جمع البيانات:

استبيان إلكتروني أو ورقي موجه لمديري المشاريع والعملاء (مستهلكين، سياح، مشتريين)، يتضمن أسئلة لقياس الذكاء العاطفي، حسن الخلق، ورضا العملاء، والولاء.

3. عينة البحث:

تحديد عينة من مديري المشاريع في مجال معين (مثلاً السياحة أو التجارة) وعدد معين من العملاء المستهدفين، باستخدام طريقة عشوائية أو غير عشوائية مناسبة.

4. طرق التحليل:

- تحليل وصفي للبيانات (متوسطات، نسب، انحراف معياري).
- تحليل ترابطي لاختبار العلاقة بين الذكاء العاطفي، حسن الخلق، وجذب العملاء، ونجاح المشروع.
- اختبار الفرضيات باستخدام أساليب إحصائية مثل تحليل الانحدار أو اختبار الفرضيات (T-test أو ANOVA).

5. مدة البحث:

تحديد الفترة الزمنية لجمع البيانات وتحليلها.

٧- رسم المقترح المخطط للمشروع:

[الذكاء العاطفي لدى مديري المشاريع]

✓

✓

✓

[جذب المستهلكين والسياح والمشتريين]

[نجاح المشروع]

✓

✓

[حسن الخلق لدى مديري المشاريع]

✓

✓

[زيادة الولاء والثقة]

٨- جدول المحتويات:

١. المقدمة

1.1 خلفية البحث

1.2 مشكلة البحث

1.3 أهمية البحث

1.4 أهداف البحث

1.5 فرضيات البحث

1.6 حدود البحث

٢. الإطار النظري

2. الإطار النظري

- 2.1 مفهوم الذكاء العاطفي
- 2.2 مكونات الذكاء العاطفي
- 2.3 مفهوم حسن الخلق وأهميته في القيادة
- 2.4 دور مديري المشاريع في جذب العملاء
- 2.5 العلاقة بين الذكاء العاطفي وحسن الخلق ونجاح المشاريع
- 2.6 الولاء والثقة كعوامل نجاح المشروع

3. منهجية البحث

- 3.1 نوع البحث
- 3.2 مجتمع وعينة البحث
- 3.3 أدوات جمع البيانات
- 3.4 طرق التحليل الإحصائي

4. النتائج والتحليل

- 4.1 التحليل الوصفي للبيانات
- 4.2 تحليل العلاقة بين المتغيرات
- 4.3 اختبار فرضيات البحث

5. المناقشة

- 5.1 تفسير النتائج
- 5.2 مقارنة النتائج بالدراسات السابقة
- 5.3 الآثار العملية للبحث.

6. الخاتمة والتوصيات

- 6.1 ملخص النتائج
- 6.2 توصيات عملية
- 6.3 اقتراحات لأبحاث مستقبلية

١. المراجع

٢. الملحقات

1. جولمان، دانيال. الذكاء العاطفي: لماذا يمكن أن يكون أهم من الذكاء العقلي. دار الفكر، 1995.
2. ماير، جون د. وسالوفي، بيتر. "ما هو الذكاء العاطفي؟" في كتاب: سالوفي و سلوتر (محرران)، التنمية العاطفية والذكاء العاطفي: الآثار التعليمية، ص 3-31، 1997.
3. حسن، عبدالله. "أثر حسن الخلق في القيادة وإدارة المشاريع". مجلة العلوم الإدارية، المجلد 8، العدد 2، صفحات 115-130، 2019.
4. معهد إدارة المشاريع (PMI). دليل إدارة المشاريع (PMBOK)، الإصدار السابع، 2021.
5. العنزي، سعود. "دور الذكاء العاطفي في جذب المستهلكين والسياح". موقع الإدارة العربية. تم الاطلاع في 29 يوليو 2025.