



إعداد الباحثة/

منال أنيس شودي

العام الدراسي:

٢٠٢٤

مقرر / دراسات نقدية ٢

التكليف التاسع

المهمة التاسعة (النتائج والتوصيات)

بيانات دراسة الدكتوراه

العالول, اياد فتحى. (٢٠١٦). اثر التسويق الداخلى على الولاء التنظيمى من خلال الرضا الوظيفى لدى موظفى شركة جوال فى قطاع غزة. رسالة دكتوراه , (جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا ، كلية الدراسات العليا).

استعرض الباحث فى الفصل السادس (النتائج والتوصيات والبحوث المقترحة)

١- النتائج:

- تناول الباحث النتائج فى ثلاث نقاط رئيسية وهي:

- أهم نتائج الدراسة : عرض الباحث النتائج الخاصة بالاجابة على تساؤلات الدراسة وفروض

الدراسة فى عدد ٥ نتائج.

- مناقشة نتائج الدراسة : استعرض الباحث النتائج هنا فى صورة علاقات بين متغيرات

الدراسة وعددهم ٥ ، على سبيل المثال العلاقة بين التسويق الداخلى والولاء التنظيمى ، و

العلاقة بين التسويق الداخلى والرضا التنظيمى، وأضاف فى كل مناقشة ربط النتيجة بنتائج

الدراسات السابقة ونقاط الاتفاق والاختلاف بين النتيجة ونتائج الدراسات السابقة.

- تأثيرات الدراسة : صنف الباحث التأثيرات الى تأثيرات نظرية واخرى عملية، التأثيرات

النظرية ارتبطت بنتائج متغيرات الدراسة مع بعضها البعض ومع البيانات الشخصية لعينة

الدراسة، أما التأثيرات العملية مثل العوامل التى تؤثر ايجابا على الولاء التنظيمى والرضا

الوظيفى (تقديم رؤية الشركة – المكافآت – القيادة – الدعم الادارى) وهذه النتائج تؤثر

على متخذي القرارات في الشركات الفلسطينية.

- تم عرض النتائج بطريقة واضحة وسهلة الفهم، ومركزة.
- الباحث بذل مجهود كبير في صياغة النتائج بأسلوب علمى لاييجاد حلول خاصة بالدراسة، كما أضاف فيها بعض الاستنتاجات ، وعرضها في شكل فقرات موجزة في شكل نقاط.
- تم تفسير النتائج بطريقة تتوافق مع أهداف الدراسة وفرضياتها، وهذا موضح في أهم نتائج الدراسة ومناقشة نتائج الدراسة ، ولكن كان من الأفضل أن يعرض الباحث ملخص نتائج أسئلة الدراسة واختبار الفروض وفروعها في صورة جدول يعرض الهدف والنتيجة ومدى تحقق الهدف.
- تجنب الباحث المبالغة في استنتاجات النتائج، ولم تحتوي على تعميمات غير مستندة إلى الأدلة.
- تم مقارنة النتائج بالدراسات السابقة بطريقة صحيحة، وتم توضيح ما إذا كانت النتائج تدعم أو تتناقض مع الأدبيات السابقة كما ذكرنا سابقا ، ولكن لم يتم تقديم تفسير للاختلافات لأنها غير موجودة.

٢- التوصيات:

تناول الباحث (التوصيات) في ثلاث نقاط رئيسية هي:

١. **توصيات الدراسة :** عرض الباحث التوصيات في عدد ٥ توصيات بدأها بكلمات تدل على

النصح والارشاد مثل (المحافظة - ضرورة) ولم يصنف تلك التوصيات الى جهات متنوعة مسؤولة

عن تنفيذها، واقتصر بتوجيهها الى الشركة ولم يبين أي نوع من الشركات المنوطة بتنفيذها.

٢. **محددات الدراسة :** أشار الباحث الى عدم امكانية تعميم النتائج التي توصلت لها الدراسة وبدأ

بسرود حدود الدراسة الموضوعية والمكانية والصعوبات التي قابلها فيما يخص المراجع واداة الدراسة

والعينة ، كل ذلك اعتقد وجوده لا يرتبط بالتوصيات فلم يوفق الباحث في وضعه في مكانه

الصحيح.

٣. **البحوث المقترحة :** اقترح الباحث ٣ موضوعات ليستفاد بها الباحثين مستقبلا ولكن عرض

العنوان دون الهدف من الدراسة.

● لم يستعرض الباحث آليات تطبيق التوصيات، او يضع مثلا خطة عمل تنفيذ التوصيات موضحا

التوصية والجهة المسؤولة عن التنفيذ وآليات التطبيق والمدة الزمنية.

● صاغ الباحث التوصيات بأسلوب علمي، وفهم جيد لموضوع الدراسة والنتائج التي توصلت لها،

وتم بناء التوصيات على أساس النتائج، فالتوصيات منطقية وقائمة على ما تم اكتشافه من خلال

التحليل.

● التوصيات الأربعة الأولى قابلة للتطبيق في الواقع وقابلة للتنفيذ في المجال الذي تمت دراسته، ولكن

التوصية رقم ٥ "ضرورة تعزيز القدرات الفكرية والمعنوية في الشركة من أجل تجسير الفجوة

بين صياغة الاستراتيجية وتنفيذها" صيغت بأسلوب غير واضح المعالم وكلام فضفاض.