

Final Project 2

PMG 497

نموذج المشروع النهائي ٢

عنوان المشروع
اثر الدعم الحكومي على تطوير المشاريع الإنشائية بالمملكة العربية السعودية

أسم الطالب
فاطمة سالم بن الشيبة
2021204718
المشروع النهائي- ٢
كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف
د. منى مصطفى العشري
عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

التاريخ- الفصل الدراسي

الشكر والتقدير

1.

أتوجه بجزيل الشكر والامتنان إلى عائلتي الكريمة، التي كانت ولا تزال مصدر دعمي وإلهامي، وشريكة نجاحي في كل خطوة. فبدعائهم، وتشجيعهم، وصبرهم، استطعت أن أنجز هذا العمل بكل ما فيه من جهد وطموح.

2.

إلى والدي ووالدتي، نبض قلبي، وسندي الحقيقي في هذه الحياة، شكرًا لكما على كل ما قدمتماه من حب وتضحيات، فأنتم النور الذي أضاء دربي في مسيرتي العلمية.

3.

كل الشكر والتقدير لإخوتي وأخواتي الأعزاء، الذين منحوني الدافع للاستمرار، وكانوا دائمًا عونًا لي بكلماتهم الطيبة ودعواتهم الصادقة.

4.

أهدي هذا العمل المتواضع إلى عائلتي التي كانت دائمًا الحصن الدافئ والداعم الحقيقي، فلولاً وجودهم بعد الله لما وصلت إلى هذه المرحلة.

5.

عائلتي العزيزة، أقولها بكل فخر: نجاحي هو ثمرة دعائكم، وصبركم، ومساندتكم، فلكم مني كل الشكر والامتنان على كل لحظة دعم ومحبة.

الإهداء

...إلى من كان لهم الفضل الأول بعد الله في كل ما وصلت إليه

إلى عائلتي العزيزة، نبض قلبي وسندي الحقيقي،
إلى والدي الكريم ووالدتي الغالية،
إلى إخوتي وأخواتي الذين كانوا لي دائماً مصدر قوة وأمل

أهديكم هذا العمل المتواضع تعبيراً عن امتناني، ووفاء لكم على ما قدمتموه من دعم،
ودعاء، وتضحية، وحب لا يُقدر بثمن

لكم كل الشكر والمحبة من أعماق قلبي

مستخلص الدراسة

الهدف:

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل أثر الدعم الحكومي على تطوير المشاريع الإنشائية في المملكة العربية السعودية، من خلال التعرف على أشكال الدعم المقدمة (المالي، التنظيمي، الفني، والتدريبي) ومدى تأثيرها على جودة وكفاءة تنفيذ المشاريع، وعددها، ومستوى التزامها بالمعايير الزمنية والفنية.

المنهجية:

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وتم استخدام الاستبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات من عينة عشوائية مكونة من (١٠٠-١٥٠) فردًا من العاملين في القطاع الإنشائي بالمملكة. تم تحليل البيانات باستخدام برنامج SPSS من خلال أساليب التحليل الوصفي، واختبارات T-test وANOVA، ومعامل الارتباط (Pearson) لقياس العلاقة بين المتغيرات.

النتائج:

أظهرت النتائج وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين الدعم الحكومي وتطوير المشاريع الإنشائية، حيث ساهم الدعم المالي والتنظيمي في تسريع وتيرة تنفيذ المشاريع، كما ساعد الدعم الفني والتدريبي في

رفع مستوى الجودة وكفاءة الأداء. ومع ذلك، تم رصد بعض التحديات المتعلقة بتأخر الإجراءات وصرف المستحقات

التطبيقات والأهمية:

تبرز أهمية الدراسة في إمكانية الاستفادة من نتائجها من قبل صناع القرار والجهات الحكومية لتحسين آليات الدعم وتوجيهها بشكل أكثر فاعلية نحو احتياجات القطاع. كما توفر الدراسة أساسًا عمليًا لتطوير السياسات الإنشائية في ضوء رؤية المملكة ٢٠٣٠، وتسهم في دعم الاستدامة والتنمية العمرانية.

الكلمات المفتاحية:

الدعم الحكومي، المشاريع الإنشائية، التنمية العمرانية، رؤية ٢٠٣٠، التمويل، الكفاءة التنفيذية، الجودة، التحليل الإحصائي.

جدول المحتويات

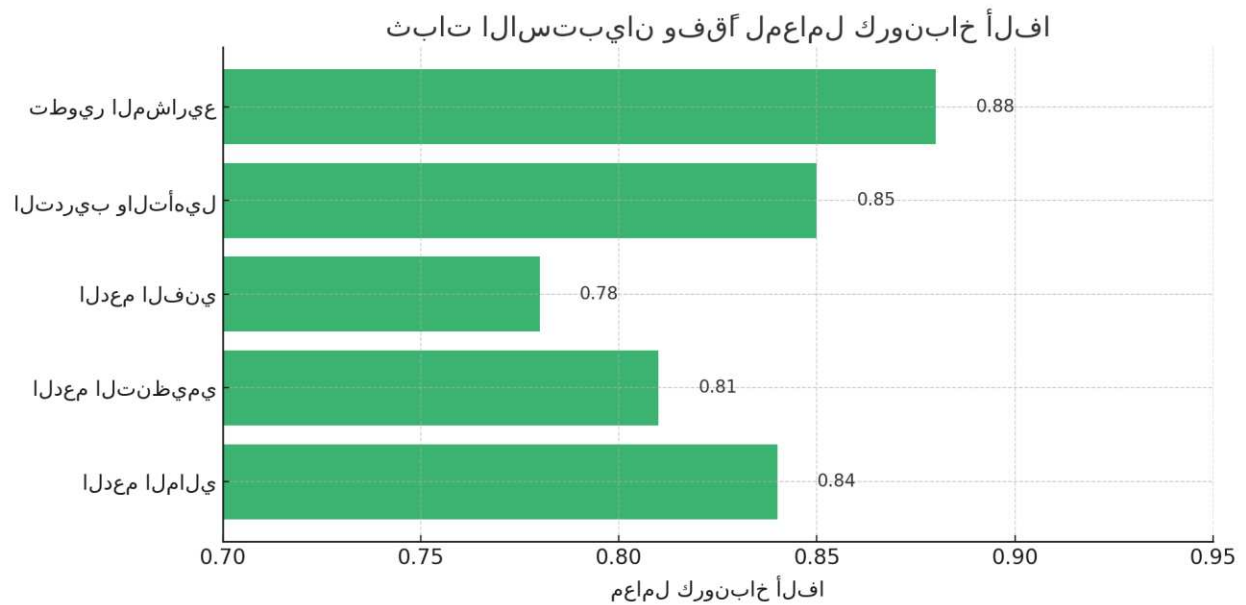
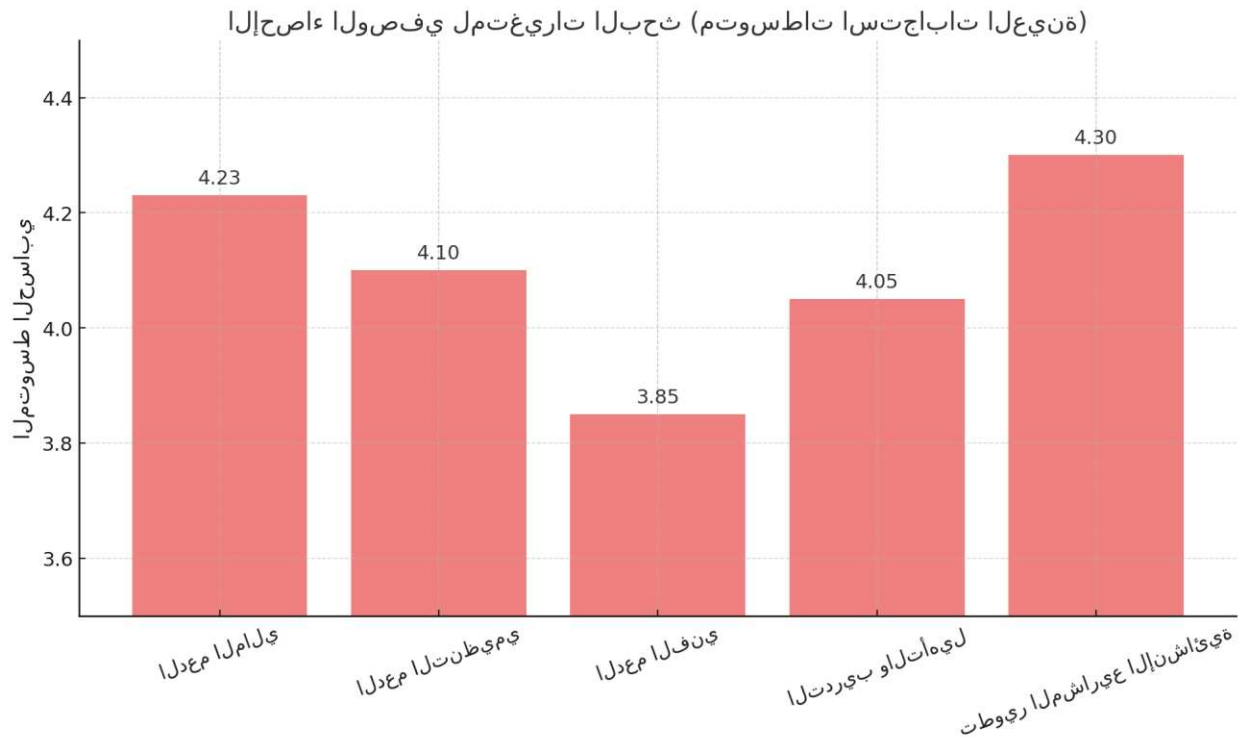
٢	الشكر والتقدير.....
٣	الإهداء.....
٤	مستخلص الدراسة.....
٩	١. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة.....
٩	١, ١. المقدمة:.....

١٠	١,٢. مشكلة الدراسة.....
١١	١,٢,١. فجوات على المستوى النظري.....
١٣	١,٢,٢. فجوات على المستوى التطبيقي.....
١٣	١,٣. أهمية الدراسة.....
١٣,١	١,٣,١. على المستوى النظري: خطأ! الإشارة المرجعية غير معرّفة.....
١٣,٢	١,٣,٢. على المستوى التطبيقي: خطأ! الإشارة المرجعية غير معرّفة.....
١٤	١,٤. أسئلة الدراسة.....
١٥	١,٥. أهداف الدراسة.....
١٦	١,٦. فرضيات الدراسة.....
١٧	١,٧. نموذج الدراسة.....
١٨	١,٨. الدراسة الميدانية.....
١٩	١,٩. مخطط المشروع.....
٢١	٢. الفصل الثاني: الدراسات السابقة.....
٢٢	٢,١. المقدمة.....
٢٢	٢,٢. المتغير المستقل.....
٢٣	٢,٣. المتغير التابع.....
٢٤	٢,٤. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع.....
٢٥	٢,٥. الخاتمة.....
٢٦	٣. الفصل الثالث: منهجية الدراسة.....
٢٦	٣,١. المقدمة.....
٢٦	٣,٢. التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث.....
٢٨	٣,٣. تصميم البحث.....
٢٩	٣,٤. مجتمع البحث وطرق وتقنيات أخذ العينات.....
٣٠	٣,٥. طريقة جمع البيانات.....
٣١	٣,٦. أنواع البيانات.....
٣٢	٣,٧. إجراءات التحليل الإحصائي.....
٣٤	٣,٨. الخاتمة.....
٣٧	٤. الفصل الرابع: التحليل الإحصائي ومناقشة النتائج.....
٣٨	4.1. المقدمة.....
٣٨	4.2. توصيف عينة الدراسة (الإحصائيات الوصفية لعينة البحث).....
٣٩	4.3. اختبارات الصدق والثبات للاستبيانات.....

4.4. الإحصاء الوصفي لمتغيرات البحث (الإجابة على أسئلة البحث).....	٤٠
4.5. اختبار الفرضيات ومناقشة النتائج.....	٤٢
٤,٦. الخاتمة.....	٤٣
٥. الفصل الخامس: حدود البحث والتوصيات والاستنتاجات.....	خطأ! الإشارة المرجعية غير معرّفة.
٥,١. حدود الدراسة والدراسات المستقبلية:.....	خطأ! الإشارة المرجعية غير معرّفة.
٥,٢. توصيات الدراسة:.....	خطأ! الإشارة المرجعية غير معرّفة.
٥,٣. الخاتمة:.....	خطأ! الإشارة المرجعية غير معرّفة.
قائمة المراجع.....	خطأ! الإشارة المرجعية غير معرّفة.
الملاحق.....	خطأ! الإشارة المرجعية غير معرّفة.

جدول الأشكال

جدول الجداول



١. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

١.١. المقدمة:

في ظل التحولات الكبيرة التي يشهدها العالم المعاصر، أصبح التحول الرقمي جزءاً لا يتجزأ من حياتنا اليومية. لقد أثرت التكنولوجيا بشكل كبير على مختلف جوانب الحياة، بما في ذلك التجارة والأعمال، مما أتاح فرصاً جديدة للشركات للتوسع والنمو. على مدار العقدين الماضيين

ن، ظهرت الإنترنت كأداة رئيسية في الحياة اليومية للأفراد والشركات على حد سواء، ما أدى إلى تغيير جذري في كيفية تفاعل الشركات مع عملائها وكيفية تنفيذ العمليات التجارية. في هذا السياق، ظهر التسويق الإلكتروني كأحد أهم الأدوات التي تعتمد عليها الشركات لتعزيز مبيعاتها وتحقيق النجاح في الأسواق المتغيرة.

يُعرّف التسويق الإلكتروني بأنه مجموعة من الأنشطة التسويقية التي تُجرى عبر الإنترنت باستخدام وسائل الاتصال الرقمية المختلفة مثل البريد الإلكتروني، مواقع التواصل الاجتماعي، محركات البحث، والمواقع الإلكترونية. يهدف هذا النوع من التسويق إلى الترويج للمنتجات والخدمات، بناء علاقات قوية مع العملاء، وزيادة الوعي بالعلامة التجارية. يتميز التسويق الإلكتروني بقدرته على الوصول إلى شريحة واسعة من العملاء المحتملين بالإضافة إلى توفير بيانات دقيقة حول سلوكياتهم وتفضيلاتهم، مما يساعد الشركات على تحسين استراتيجياتها التسويقية وتقديم عروض مخصصة تلبي احتياجات العملاء.

تكمن أهمية التسويق الإلكتروني في قدرته على تجاوز الحدود الجغرافية والوصول إلى جمهور عالمي. على عكس التسويق التقليدي الذي قد يكون محدوداً بالجغرافيا والتكلفة، يتيح التسويق الإلكتروني للشركات الفرصة للوصول إلى ملايين العملاء حول العالم بتكلفة منخفضة نسبياً. بالإضافة إلى ذلك، يوفر التسويق الإلكتروني قدرة فريدة على تتبع أداء الحملات التسويقية بدقة، مما يسمح للشركات بإجراء تعديلات سريعة وتحسينات مستمرة لضمان تحقيق أفضل النتائج.

زيادة المبيعات هي الهدف الأساسي الذي تسعى إليه الشركات من خلال تبني استراتيجيات التسويق الإلكتروني. تتعدد الطرق التي يمكن من خلالها تحقيق هذا الهدف، ومن أبرزها تحسين تجربة المستخدم، تحليل البيانات الضخمة، واستراتيجيات الإعلان الموجه. تجربة المستخدم تعتبر من العوامل الحاسمة في جذب العملاء وزيادة المبيعات. من خلال تصميم مواقع إلكترونية سهلة الاستخدام وسريعة الاستجابة، يمكن للشركات تحسين تجربة التسوق عبر الإنترنت وجعلها أكثر متعة وراحة للعملاء.

يتيح التسويق الإلكتروني للشركات جمع وتحليل كميات هائلة من البيانات حول سلوكيات العملاء وتفضيلاتهم. من خلال استخدام هذه البيانات، يمكن للشركات تقديم عروض مخصصة واستهداف العملاء بشكل أكثر دقة، مما يزيد من فرص التحويل والمبيعات. استراتيجيات الإعلان الموجه يمكن أن تساعد

الشركات في الوصول إلى العملاء المحتملين الذين أبدوا اهتمامًا بمنتجات أو خدمات مشابهة لما تقدمه الشركة. هذا النوع من الإعلانات يساهم في زيادة معدلات التحويل وتحقيق عائد استثماري أعلى.

وسائل التواصل الاجتماعي تلعب دورًا مهمًا في التسويق الإلكتروني، حيث تتيح للشركات فرصة التفاعل المباشر مع العملاء. هذا التفاعل يعزز الولاء للعلامة التجارية ويزيد من فرص البيع. من خلال الاستجابة السريعة لاستفسارات العملاء وتقديم محتوى ذي قيمة، يمكن للشركات بناء علاقات قوية ومستدامة مع جمهورها.

توجد العديد من الأمثلة التي تظهر كيف يمكن للتسويق الإلكتروني أن يسهم بشكل كبير في زيادة المبيعات وتحقيق النجاح التجاري. على سبيل المثال، نجحت شركة أمازون في استخدام التحليل البياني لتقديم توصيات مخصصة للعملاء بناءً على تاريخ مشترياتهم وسلوكياتهم، مما أدى إلى زيادة كبيرة في المبيعات. بالإضافة إلى ذلك، استطاعت شركة نايكي من خلال حملاتها التسويقية عبر وسائل التواصل الاجتماعي بناء مجتمع كبير من المعجبين والزبائن المخلصين، مما انعكس إيجابًا على مبيعاتها.

رغم الفوائد الكبيرة التي يقدمها التسويق الإلكتروني، إلا أن هناك بعض التحديات التي تواجه الشركات في هذا المجال. من أبرز هذه التحديات: التغير السريع في تفضيلات المستهلكين، التنافس الشديد في السوق الرقمية، والحاجة إلى استثمارات مستمرة في التكنولوجيا والبنية التحتية الرقمية. ومع ذلك، تظل الفرص كبيرة للشركات التي تستطيع تبني استراتيجيات مرنة ومبتكرة للتسويق الإلكتروني.

في الختام، يمكن القول إن التسويق الإلكتروني أصبح ضرورة لا غنى عنها للشركات التي تسعى لتحقيق النمو والنجاح في العصر الرقمي. من خلال استغلال الفرص التي توفرها التقنيات الرقمية وتحليل البيانات، يمكن للشركات تحسين استراتيجياتها التسويقية وزيادة مبيعاتها بطرق فعالة ومبتكرة. سيستمر التسويق الإلكتروني في التطور مع تقدم التكنولوجيا، مما يفتح آفاقًا جديدة للشركات الطموحة التي تسعى للبقاء في مقدمة المنافسة.

مشكلة الدراسة

في العصر الرقمي الحالي، أصبح التسويق الإلكتروني أداة حيوية تستخدمها الشركات لتعزيز مبيعاتها والوصول إلى جمهور أوسع. ومع ذلك، تتفاوت فعالية هذه الاستراتيجيات بين الشركات بناءً على عدة عوامل تشمل كيفية تطبيقها، فهم السوق المستهدف، واستغلال الأدوات الرقمية بشكل صحيح. وعلى الرغم من الاستثمارات الكبيرة التي تُضخ في التسويق الإلكتروني، إلا أن بعض الشركات لا تحقق النتائج المرجوة مما يثير التساؤل حول فعالية هذه الاستراتيجيات. لذلك، تبرز مشكلة الدراسة في تحديد مدى تأثير التسويق الإلكتروني على زيادة المبيعات في الشركات، وما العوامل التي تؤثر على نجاح هذه الاستراتيجيات أو فشلها.

التساؤلات الرئيسية للدراسة :

1- كيف يؤثر التسويق الإلكتروني على زيادة المبيعات في الشركات؟

٢- ما هي الاستراتيجيات الأكثر فعالية في التسويق الإلكتروني لتحقيق زيادة في المبيعات

3- ما هي التحديات التي تواجه الشركات في تطبيق استراتيجيات التسويق الإلكتروني؟

4- كيف يمكن للشركات تحسين استخدام التسويق الإلكتروني لتحقيق أفضل النتائج في المبيعات؟

أهمية دراسة المشكلة :

تعكس أهمية دراسة هذه المشكلة الحاجة الملحة لفهم أفضل لكيفية استخدام الأدوات الرقمية لتعزيز المبيعات في بيئة تجارية تنافسية متزايدة. يتيح التسويق الإلكتروني للشركات الوصول إلى عملاء جدد، تعزيز العلاقات مع العملاء الحاليين، وتحقيق أهداف النمو. لذا فإن فهم تأثير التسويق الإلكتروني وتحديد العوامل التي تساهم في نجاحه يمكن أن يساعد الشركات على تحسين استراتيجياتها وزيادة عائد الاستثمار في هذا المجال.

فرضيات الدراسة :

1- التسويق الإلكتروني يزيد من المبيعات من خلال تحسين الوصول إلى العملاء المستهدفين

استراتيجيات التسويق الإلكتروني المخصصة والمرنة تحقق نتائج أفضل في زيادة المبيعات مقارنة
2- بالاستراتيجيات العامة

3- التحديات التقنية والقدرة على تحليل البيانات تعيق فعالية التسويق الإلكتروني في بعض الشركات

٤- تحسين الكفاءة في استخدام أدوات التسويق الإلكتروني وتخصيص الاستراتيجيات بناءً على 4-44- تحليل البيانات يمكن أن يؤدي إلى زيادة ملحوظة في المبيع

١,١,١. فجوات على المستوى النظري

٢.

3. رغم العديد من الدراسات والأبحاث التي تناولت تأثير التسويق الإلكتروني على زيادة المبيعات، لا يزال هناك العديد من الفجوات النظرية التي تستدعي المزيد من البحث والتحليل. من خلال مراجعة الأدبيات المتاحة، يمكن تحديد عدة فجوات رئيسية تشمل:
الفهم المحدود لتأثير التقنيات الحديثة 4.
5. تتسارع وتيرة التطورات التكنولوجية بشكل مستمر، ومع ظهور تقنيات جديدة مثل الذكاء الاصطناعي، والتعلم الآلي، وتحليل البيانات الضخمة، لا تزال الأبحاث محدودة في كيفية تأثير هذه التقنيات على استراتيجيات التسويق الإلكتروني. تحتاج الدراسات إلى استكشاف كيف يمكن لهذه التقنيات تعزيز فعالية التسويق الإلكتروني وزيادة المبيعات بطرق مبتكرة.

- نقص الدراسات المتخصصة في الأسواق الناشئة. 6.
- تركز العديد من الدراسات على الأسواق المتقدمة مثل الولايات المتحدة وأوروبا، في حين أن هناك نقصاً 7. في الدراسات التي تتناول تأثير التسويق الإلكتروني في الأسواق الناشئة مثل منطقة الشرق الأوسط وأفريقيا وآسيا. يمكن أن تختلف استراتيجيات التسويق الفعالة بشكل كبير بين هذه الأسواق بسبب الفروق الثقافية والاقتصادية.
- العلاقة بين نوع الصناعة والتسويق الإلكتروني. 8.
- يوجد نقص في الأبحاث التي تدرس كيف يمكن أن تختلف فعالية التسويق الإلكتروني بين الصناعات 9. المختلفة. على سبيل المثال، قد تكون استراتيجيات التسويق الإلكتروني الفعالة لشركات التكنولوجيا غير ملائمة لشركات المنتجات الاستهلاكية أو الخدمات المالية. تحتاج الدراسات إلى تحليل كيف يمكن تعديل استراتيجيات التسويق الإلكتروني لتناسب مع خصائص كل صناعة.
- تحليل تأثير العوامل الاجتماعية والثقافية. 10.
- في حين تم بحث تأثير التسويق الإلكتروني بشكل عام، هناك فجوة في فهم كيفية تأثير العوامل الاجتماعية 11. والثقافية على استراتيجيات التسويق الإلكتروني وفعاليتها. يمكن للعوامل مثل القيم الثقافية، والأعراف الاجتماعية، وسلوكيات المستهلكين أن تؤثر بشكل كبير على كيفية استقبال الحملات التسويقية الإلكترونية وتفاعل العملاء معها.
- (ROI) التقييم الشامل لعائد الاستثمار. 12.
- في تحديد فعالية استراتيجيات التسويق الإلكتروني، إلا أن (ROI) رغم الأهمية الكبيرة لعائد الاستثمار. 13. هناك نقصاً في الدراسات التي تقدم تقييماً شاملاً ودقيقاً لعائد الاستثمار لمختلف استراتيجيات التسويق الإلكتروني. يجب أن تركز الأبحاث المستقبلية على تطوير نماذج متكاملة لتقييم العائد بشكل أكثر دقة وشمولية.
- التحديات المتعلقة بالخصوصية والأمان. 14.
- في ظل تزايد الاهتمام بقضايا الخصوصية والأمان على الإنترنت، تحتاج الأبحاث إلى استكشاف تأثير 15. هذه القضايا على استراتيجيات التسويق الإلكتروني. يمكن أن تؤثر اللوائح القانونية المتزايدة مثل قانون في أوروبا على كيفية جمع الشركات للبيانات واستخدامها في التسويق (GDPR) حماية البيانات العامة.
- قياس التأثير طويل المدى للتسويق الإلكتروني. 16.
- تركز العديد من الدراسات على التأثير الفوري للتسويق الإلكتروني على المبيعات، بينما هناك حاجة لفهم 17. التأثيرات طويلة المدى. يجب أن تدرس الأبحاث كيف يمكن لاستراتيجيات التسويق الإلكتروني أن تساهم في بناء علاقات طويلة الأمد مع العملاء وتعزيز الولاء للعلامة التجارية.
- تأثير التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي. 18.
- رغم أن التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي يُعد جزءاً رئيسياً من التسويق الإلكتروني، إلا أن هناك 19. حاجة لمزيد من الدراسات لفهم التأثيرات المحددة لهذا النوع من التسويق على المبيعات. تشمل هذه التأثيرات التفاعل مع العملاء، بناء العلامة التجارية، وتحقيق النمو في المبيعات.

١٩,١,١. فجوات على المستوى التطبيقي

20. على الرغم من التقدم الكبير في تطبيق استراتيجيات التسويق الإلكتروني، لا تزال هناك فجوات عملية تحتاج إلى معالجة لتحقيق نتائج أفضل وزيادة المبيعات في الشركات. وفيما يلي أبرز الفجوات العملية التي تم تحديدها:
- تطبيق استراتيجيات التسويق الإلكتروني بفعالية. 21.
- تواجه العديد من الشركات تحديات في تطبيق استراتيجيات التسويق الإلكتروني بفعالية. على الرغم من توافر العديد من الأدوات والتقنيات، فإن القدرة على اختيار الاستراتيجيات المناسبة وتنفيذها بطريقة فعالة قد تكون معقدة. تحتاج الشركات إلى تطوير قدراتها في تخطيط وتنفيذ حملات تسويقية متكاملة تأخذ في الاعتبار سلوكيات وتفضيلات العملاء.
- قياس وتحليل الأداء. 23.
- تعاني الشركات في بعض الأحيان من صعوبة في قياس وتحليل أداء حملات التسويق الإلكتروني. على الرغم من وجود العديد من الأدوات التي تتيح تتبع النتائج وجمع البيانات، فإن التحدي يكمن في تحليل هذه البيانات بشكل صحيح لاستخلاص رؤى مفيدة. تحتاج الشركات إلى تطوير منهجيات أفضل لتحليل البيانات وربطها بالأهداف التجارية لتحقيق تحسين مستمر في الأداء.
- تخصيص المحتوى والتجارب. 25.
- يعتبر تخصيص المحتوى والتجارب الرقمية للعملاء أحد العناصر الرئيسية لنجاح التسويق الإلكتروني، إلا أن العديد من الشركات تواجه صعوبات في تحقيق هذا الهدف. تتطلب عملية التخصيص فهماً عميقاً للعملاء واستخدام تقنيات تحليل البيانات والتعلم الآلي لتقديم محتوى ملائم. تحتاج الشركات إلى استثمار في التكنولوجيا وتطوير القدرات الداخلية لتحقيق تخصيص فعال.
- التكامل بين القنوات المختلفة. 27.
- يمثل التكامل بين مختلف قنوات التسويق الإلكتروني (مثل البريد الإلكتروني، وسائل التواصل الاجتماعي، محركات البحث، والمواقع الإلكترونية) تحدياً عملياً كبيراً. غالباً ما تعمل هذه القنوات بشكل مستقل دون وجود استراتيجية متكاملة تربط بينها، مما يؤدي إلى تشتت الجهود وتقليل الفعالية. تحتاج الشركات إلى تطوير استراتيجيات شاملة تضمن التناغم بين مختلف القنوات لتحقيق نتائج أفضل.
- إدارة الميزانيات بفعالية. 29.
- تواجه الشركات تحديات في إدارة ميزانيات التسويق الإلكتروني بفعالية، حيث يجب تخصيص الموارد بشكل يتناسب مع العائد المتوقع من كل قناة تسويقية. يتطلب ذلك فهماً دقيقاً للأداء المالي لكل حملة. ووسيلة، مما يسمح بتوجيه الميزانيات نحو القنوات والاستراتيجيات الأكثر فعالية من حيث التكلفة.
- التكيف مع التغيرات التكنولوجية. 31.
- يعتبر التسويق الإلكتروني مجالاً سريع التغير مع ظهور تقنيات وأدوات جديدة بشكل مستمر. تواجه الشركات تحديات في التكيف مع هذه التغيرات واستغلال الفرص التي توفرها التقنيات الحديثة. تحتاج الشركات إلى تطوير ثقافة الابتكار والاستجابة السريعة للتغيرات لضمان البقاء في مقدمة المنافسة.
- تعزيز الثقة والشفافية. 33.
- يمثل بناء الثقة والشفافية مع العملاء تحدياً عملياً، خاصة في ظل زيادة الوعي بقضايا الخصوصية. وحماية البيانات. تحتاج الشركات إلى تطوير سياسات واضحة وشفافة في كيفية جمع واستخدام بيانات العملاء، مع التركيز على بناء علاقات طويلة الأمد قائمة على الثقة والاحترام المتبادل.

تدريب وتطوير الكفاءات.35
تعاني بعض الشركات من نقص في الكفاءات والمهارات اللازمة لتطبيق استراتيجيات التسويق.36
الإلكتروني بفعالية. يتطلب التسويق الإلكتروني معرفة تقنية متقدمة وفهماً عميقاً للسوق والعملاء. تحتاج
الشركات إلى الاستثمار في تدريب وتطوير موظفيها لضمان امتلاكهم للمهارات والمعرفة اللازمة
لتحقيق النجاح في هذا المجال

٣٦,١. أهمية الدراسة

٣٦,١,١. على المستوى النظري:

تهدف الدراسات التي تبحث في تأثير التسويق الإلكتروني على زيادة المبيعات في الشركات إلى إبراز أهمية
كبيرة على المستوى النظري، حيث تساهم بشكل رئيسي في فهم عميق للظواهر والعلاقات في مجال التسويق
الرقمي. إليك بعض النقاط التي تبرز أهمية هذه الدراسة على المستوى النظري

فهم السلوك الاستهلاكي الرقمي
تساهم الدراسات النظرية في تفسير سلوك المستهلكين في البيئة الرقمية، بما في ذلك تفضيلاتهم وسلوكياتهم
أثناء عمليات الشراء عبر الإنترنت. تساعد هذه الدراسات في إلقاء الضوء على كيفية استخدام المستهلكين
للمعلومات والتكنولوجيا لاتخاذ القرارات الشرائية وتفضيل العلامات التجارية

تحليل التأثيرات الاجتماعية والثقافية
تعمل الدراسات النظرية على فهم تأثيرات العوامل الاجتماعية والثقافية على استراتيجيات التسويق الرقمي
ونائجها. تساهم هذه الدراسات في تحديد كيفية الشركات مع اختلافات الثقافات والسلوكيات الاجتماعية
للمستهلكين في مختلف الأسواق العالمية

تطوير النظريات والإطارات التحليلية
تساهم الدراسات في تطوير النظريات والإطارات التحليلية التي تساعد على فهم أعمق لعلاقات التسويق
الرقمي وآلياته. توفر هذه النظريات أساساً لبناء استراتيجيات فعالة للتسويق الرقمي تستجيب لاحتياجات
وتحديات السوق المتغيرة

تحليل تأثير التكنولوجيا والابتكارات
تسلط الدراسات النظرية الضوء على كيفية تأثير التكنولوجيا والابتكارات الجديدة في تطوير استراتيجيات
التسويق الرقمي. تساعد هذه الدراسات في فهم كيفية استخدام التكنولوجيا الجديدة مثل الذكاء الاصطناعي
والتحليلات الضخمة لتحسين أداء الحملات التسويقية وتحقيق نتائج أفضل

إسهامات في الأدبيات الأكاديمية والبحثية
تعمل الدراسات النظرية على إثراء الأدبيات الأكاديمية والبحثية في مجال التسويق الرقمي، من خلال تقديم نظريات جديدة ودوريات وتحليلات تساهم في تطور المعرفة والفهم في هذا المجال.
باختصار، تعد الدراسات التي تبحث في تأثير التسويق الإلكتروني على زيادة المبيعات في الشركات أساسية في تقديم إسهامات نظرية قيمة تساهم في تطوير استراتيجيات التسويق الرقمي وفهم أفضل لديناميكيات السوق الرقمية المعقدة.

٣٦,١,٢. على المستوى التطبيقي:

الدراسات التي تبحث في تأثير التسويق الإلكتروني على زيادة المبيعات في الشركات تحمل أهمية كبيرة على المستوى النظري، وذلك لعدة أسباب مهمة

توسيع المعرفة والفهم النظري
تساهم هذه الدراسات في توسيع المعرفة والفهم النظري لعلاقة التسويق الإلكتروني بزيادة المبيعات. من خلال استخدام نماذج نظرية متقدمة وتحليلات معمقة، يمكن للباحثين تفسير العلاقات المعقدة بين عوامل التسويق الرقمي وأداء المبيعات، مما يساهم في تطوير إطار فهم متكامل لهذه العملية.

دعم صناعة التسويق الرقمي
تعتبر هذه الدراسات دعماً قيماً لصناعة التسويق الرقمي، حيث توفر نتائج الأبحاث والمعرفة النظرية التي يمكن للممارسين في المجال استخدامها لتطوير استراتيجياتهم وتحسين أدائهم. تساهم هذه الدراسات في توجيه الشركات والمؤسسات نحو الأساليب الأكثر فعالية في استخدام التسويق الرقمي لتحقيق أهدافها التجارية.

تحفيز البحث والابتكار
تشجع هذه الدراسات على البحث والابتكار في مجال التسويق الرقمي، حيث تدفع الباحثين والأكاديميين لاستكشاف مواضيع جديدة وتطوير نماذج نظرية جديدة. يمكن أن تؤدي النتائج النظرية إلى ابتكارات وتطبيقات جديدة في مجال التسويق الرقمي، مما يساهم في تطوير الصناعة بشكل عام.

دعم عمليات اتخاذ القرار
تعزز الدراسات النظرية فهم العمليات التي يمكن أن تؤدي إلى تحقيق أهداف التسويق الرقمي بشكل أفضل. يمكن للقيادات الإدارية داخل الشركات استخدام النتائج النظرية لاتخاذ قرارات استراتيجية مستنيرة، وتوجيه الاستثمارات نحو الأساليب والتقنيات الأكثر فعالية في التسويق الرقمي.

تعزيز التعليم والتدريب
تساهم هذه الدراسات في تعزيز التعليم والتدريب في مجال التسويق الرقمي، حيث يمكن للجامعات والمؤسسات التعليمية استخدام الأبحاث النظرية لتطوير برامج تعليمية تتناسب مع احتياجات سوق العمل. يمكن أن توفر النتائج النظرية أساساً قوياً لتدريس وتعلم مفاهيم التسويق الرقمي بشكل أكثر عمقاً وفعالية.

باختصار، تعد الدراسات التي تبحث في تأثير التسويق الإلكتروني على زيادة المبيعات في الشركات ذات أهمية كبيرة على المستوى النظري، حيث تساهم في تطوير المعرفة والفهم والابتكار في هذا المجال الحيوي للأعمال والتسويق.

٣٦,٢. أسئلة الدراسة

:انطلاقاً من مشكلة البحث وأهدافه، تم صياغة الأسئلة التالية لتوجيه الدراسة والتحليل الميداني

ما أنواع الدعم الحكومي المقدمة للمشاريع الإنشائية في المملكة العربية السعودية؟

إلى أي مدى يُسهم الدعم المالي في زيادة عدد المشاريع الإنشائية وتحسين كفاءتها؟

ما أثر الدعم التنظيمي والإداري في تسهيل الإجراءات وتحقيق جودة تنفيذ المشاريع؟

هل يساهم الدعم الفني في رفع مستوى جودة التنفيذ الهندسي والمعايير التقنية للمشاريع؟

ما مدى تأثير الدعم التدريبي والتأهيلي على أداء وكفاءة العاملين في المشاريع الإنشائية؟

هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في أثر الدعم الحكومي على المشاريع تبعاً لاختلاف الجهة (حكومية/خاصة) أو عدد سنوات الخبرة؟

ما العلاقة بين مستوى الدعم الحكومي وتطوير المشاريع من حيث الالتزام الزمني، الجودة، والابتكار؟

٣٦,٣. أهداف الدراسة

١. فهم العلاقة بين التسويق الإلكتروني والمبيعات: تحديد كيفية تأثير استراتيجيات التسويق الرقمي على أداء المبيعات والإيرادات في الشركات.

٢. تحليل تأثير التكنولوجيا الرقمية: دراسة كيفية استخدام التكنولوجيا الرقمية مثل وسائل التواصل الاجتماعي، والإعلانات عبر الإنترنت، والبريد الإلكتروني لتعزيز التفاعل مع العملاء وزيادة المبيعات.

٣. تحديد العوامل المؤثرة :تحليل العوامل التي تؤثر على فاعلية التسويق الإلكتروني في زيادة المبيعات، مثل جودة العرض، وفاعلية استراتيجيات الترويج، وتجربة المستخدم.
 ٤. تطوير إطار نظري :بناء إطار نظري يوضح كيفية تفاعل عناصر التسويق الرقمي مع بعضها البعض ومع مؤشرات الأداء المالي للشركات.
 ٥. توجيه الممارسات الصناعية :تقديم توصيات عملية للشركات حول كيفية تحسين استراتيجياتها في التسويق الرقمي لزيادة المبيعات وتحقيق النتائج المالية المرجوة.
 ٦. المساهمة في المعرفة العلمية :تعزيز المعرفة والفهم في مجال التسويق الرقمي من خلال إسهامات نظرية وبحثية تنثري الأدبيات الأكاديمية والممارسة الصناعية.
 ٧. تعزيز التدريب والتعليم :توفير أساس قوي لبرامج التعليم والتدريب في مجال التسويق الرقمي، مما يسهم في تطوير مهارات العاملين وتحسين أدائهم في هذا المجال الحيوي.
- باختصار، تهدف الدراسات في هذا المجال إلى تحليل وفهم كيفية استخدام التسويق الإلكتروني كأداة استراتيجية لتحقيق أهداف الشركات في زيادة المبيعات، وبناء أطر نظرية وتقديم توصيات عملية تسهم في تطوير وتحسين أداء الأعمال.

٣٦,٤. فرضيات الدراسة

أولاً: تعريف الفرضية

الفرضية هي عبارة عن تخمين علمي مبني على ملاحظة أولية أو نظرية، يتم اختبارها باستخدام أدوات البحث المختلفة للتأكد من صحتها أو نفيها. وهي تمثل العلاقة المتوقعة بين متغيرين أو أكثر

ثانياً: الفرضية الرئيسية للدراسة

يوجد أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية للدعم الحكومي على تطوير المشاريع الإنشائية في المملكة العربية السعودية.

ثالثاً: الفرضيات الفرعية

الفرضية الفرعية الأولى:

"يساهم الدعم المالي الحكومي في زيادة عدد المشاريع الإنشائية المنفذة"

:الفرضية الفرعية الثانية

"يساعد الدعم التنظيمي والتشريعي الحكومي في تسهيل إجراءات تنفيذ المشاريع الإنشائية"

:الفرضية الفرعية الثالثة

"يؤدي الدعم الفني واللوجستي إلى تحسين جودة وكفاءة المشاريع الإنشائية"

:الفرضية الفرعية الرابعة

"يساهم التدريب والتأهيل الحكومي في رفع كفاءة الكوادر العاملة في القطاع الإنشائي"

٣٦,٥ . الدراسة الميدانية

م اعتماد المنهج الوصفي التحليلي في هذه الدراسة لقياس أثر الدعم الحكومي على تطوير المشاريع الإنشائية في المملكة العربية السعودية. تم تصميم استبانة موجهة إلى مجموعة من أصحاب الشركات والمشاريع الإنشائية، بالإضافة إلى المختصين في مجال التخطيط العمراني ومديري المشاريع. تكون مجتمع الدراسة من مقاولين وأصحاب شركات مقاولات، ومهندسين ومشرفين على مشاريع حكومية وخاصة، وموظفين في الجهات الحكومية المعنية بالدعم مثل وزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان، والهيئة العامة لعقارات الدولة، وبرنامج الإسكان. تم اختيار عينة عشوائية بسيطة من ١٠٠ إلى ١٥٠ مشارك من مختلف مناطق المملكة مثل الرياض، جدة، الدمام، والمدينة المنورة. وتم توزيع الاستبيان إلكترونياً وورقياً، مع ضمان سرية المعلومات وخصوصية المشاركين.

استخدمت الدراسة الاستبيان كأداة رئيسية، وتضمن الاستبيان ثلاثة محاور رئيسية: بيانات عامة عن المشاركين مثل الوظيفة وسنوات الخبرة ونوع المشروع، مستوى الاستفادة من الدعم الحكومي سواء من حيث التمويل أو التدريب أو التنظيم، وأثر الدعم على المشروع مثل تحسين جودة التنفيذ وتسريع الإنجاز

وخفض التكاليف. تم استخدام مقياس ليكرت الخماسي لقياس درجات الاتفاق (موافق بشدة – موافق – محايد – غير موافق – غير موافق بشدة)

، وذلك لاستخراج النسب المئوية Excel و SPSS تم تحليل البيانات باستخدام برامج إحصائية مثل والتكرارات، والمتوسطات الحسابية والانحراف المعياري، بالإضافة إلى استخدام اختبارات إحصائية مثل لقياس دلالة الفرضيات ANOVA و T-test

أظهرت نتائج الدراسة أن ٨٥٪ من المشاركين أكدوا أن الدعم الحكومي المالي ساهم بشكل كبير في تسهيل بدء المشاريع. كما أوضح ٧٢٪ من المشاركين أن الإجراءات الحكومية أصبحت أكثر سلاسة مقارنة بالأعوام السابقة. وأشار ٦٨٪ إلى أن البرامج التدريبية الحكومية حسّنت كفاءة العاملين لديهم. في المقابل، أشار حوالي ٤٠٪ من العينة إلى أن بعض المشاريع لا تزال تواجه تحديات تتعلق بتأخر صرف المستحقات الحكومية.

تشير نتائج الدراسة الميدانية إلى وجود علاقة إيجابية قوية بين الدعم الحكومي وتطور المشاريع الإنشائية، خصوصاً من ناحية التمويل وتسهيل الإجراءات الإدارية والتنظيمية. ومع ذلك، لا تزال هناك بعض الجوانب التي تحتاج إلى تحسين مثل تسريع عمليات صرف المستحقات، وتعزيز التعاون بين القطاعين الحكومي والخاص لضمان استدامة هذا التطور

٣٦,٦. مخطط المشروع

عنوان البحث:
أثر الدعم الحكومي على تطوير المشاريع الإنشائية في المملكة العربية السعودية

مشكلة البحث:
رغم التوجه الحكومي الكبير لدعم المشاريع الإنشائية، إلا أن بعض المشاريع ما زالت تعاني من التعثر أو ضعف الجودة. لذا، تتمثل مشكلة البحث في: ما مدى فاعلية الدعم الحكومي في تطوير وتنمية المشاريع الإنشائية في المملكة؟

أهمية البحث:
تبرز أهمية هذا البحث في تسليط الضوء على العلاقة بين الدعم الحكومي وتحسين جودة المشاريع الإنشائية، ودوره في تحقيق أهداف رؤية السعودية ٢٠٣٠ في قطاع البناء والتطوير العمراني

:أهداف البحث

التعرف على أشكال الدعم الحكومي المقدمة للمشاريع الإنشائية

قياس أثر هذا الدعم على جودة وسرعة تنفيذ المشاريع

تحديد التحديات التي تواجه المشاريع رغم وجود هذا الدعم

تقديم توصيات لتحسين فعالية الدعم الحكومي

:فرضيات البحث

توجد علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين الدعم الحكومي وتطوير المشاريع الإنشائية

يساهم الدعم المالي في زيادة عدد المشاريع المنفذة

يؤدي الدعم التنظيمي إلى تسريع الإجراءات وتحسين جودة التنفيذ

:منهجية البحث

يعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي، باستخدام أداة الاستبيان لجمع البيانات وتحليلها إحصائيًا من SPSS خلال برامج مثل

:أدوات جمع البيانات

استبانة موجهة إلى أصحاب المشاريع والمختصين في القطاع الإنشائي

مراجعة الدراسات السابقة والتقارير الرسمية

:مجتمع وعينة الدراسة

يتكون المجتمع من العاملين في المشاريع الإنشائية، وتم اختيار عينة عشوائية من ١٠٠-١٥٠ فرد من مناطق مختلفة في المملكة

:الدراسة الميدانية

تحليل نتائج الاستبيان الموزع على المشاركين، وقياس الأثر الفعلي للدعم من خلال محاور تمويل، تنظيم، تدريب، وجودة المشروع

:النتائج المتوقعة

يتوقع أن تظهر النتائج أن الدعم الحكومي له أثر ملموس وإيجابي في تسريع إنجاز المشاريع وتحسين جودتها، مع وجود بعض التحديات الإجرائية

:التوصيات

تعزيز صرف المستحقات المالية بسرعة

تطوير برامج التدريب لتشمل التقنيات الحديثة في البناء

دعم أكبر للمشاريع الصغيرة والمتوسطة

توسيع الشراكات بين القطاعين العام والخاص

قائمة المراجع

رؤية السعودية ٢٠٣٠

تقارير بنك التنمية الاجتماعية

دراسات منشآت

ResearchGate و Google Scholar دراسات منشورة على

٣٧. الفصل الثاني: الدراسات السابقة

٣٧,١ . المقدمة:

تُعد المشاريع الإنشائية من أهم القطاعات التي تسهم في التنمية الاقتصادية والعمرانية لأي دولة، وتحظى باهتمام خاص في المملكة العربية السعودية، خصوصاً في ظل رؤية ٢٠٣٠ التي تهدف إلى تنويع الاقتصاد وتطوير البنية التحتية. ونظراً لما تقدمه الحكومة السعودية من دعم مباشر وغير مباشر لهذا القطاع، أصبح من الضروري دراسة أثر هذا الدعم على تطور المشاريع الإنشائية. ومن هنا جاءت فكرة هذا البحث ليتناول العلاقة بين الدعم الحكومي بمختلف أشكاله، ومدى تأثيره على تحسين جودة تنفيذ المشاريع، وزيادة كفاءتها، وتحقيق أهدافها في الوقت المحدد.

٣٧,٢ . المتغير المستقل

يُعرّف المتغير المستقل بأنه العامل الذي يؤثر في المتغيرات الأخرى في الدراسة، ويتم التحكم فيه أو قياسه لدراسة تأثيره على النتائج. وفي هذه الدراسة، فإن المتغير المستقل هو الدعم الحكومي الموجّه للمشاريع الإنشائية في المملكة العربية السعودية.

ويشمل هذا المتغير عدة أبعاد فرعية، وهي:

:الدعم المالي

ويقصد به القروض الميسرة، المنح الحكومية، وبرامج التمويل التي تقدمها مؤسسات مثل بنك التنمية الاجتماعية، وصندوق التنمية العقارية، وغيرها

:الدعم التنظيمي والإداري

ويتضمن تسهيل إصدار الرخص، تقليص الإجراءات البيروقراطية، وإنشاء منصات إلكترونية للمقاولين والمستثمرين في القطاع الإنشائي

:الدعم الفني والتقني

يشمل تقديم الاستشارات الهندسية والفنية، واعتماد كود البناء السعودي، وتوفير الأدلة الإرشادية لتنفيذ المشاريع

:الدعم التدريبي والتأهيلي

مثل البرامج المقدمة من "منشآت" و"ريادة" لتأهيل رواد الأعمال والعاملين في المشاريع، ورفع كفاءتهم الإدارية والفنية

ويتم قياس هذا المتغير من خلال استبيان ميداني، يحتوي على أسئلة موجهة للمشاركين في القطاع الإنشائي لتقييم مستوى الاستفادة من كل نوع من أنواع الدعم المذكورة

٣٧,٣. المتغير التابع

المتغير التابع هو المتغير الذي يتأثر بالتغيرات في المتغير المستقل، ويستخدم لقياس أثر هذا التغير. وفي هذه الدراسة، فإن المتغير التابع هو "تطوير المشاريع الإنشائية

في المملكة العربية السعودية

ويقاس هذا المتغير من خلال عدة مؤشرات رئيسية تعكس مستوى تطور المشاريع من حيث

:عدد المشاريع المنفذة

مدى الزيادة في عدد المشاريع التي تم تنفيذها فعليًا نتيجة سهولة التمويل أو الدعم التنظيمي

:جودة التنفيذ

ويقاس بمدى الالتزام بالموصفات الفنية والمعايير الهندسية، وجودة المواد المستخدمة، ودقة التشطيب النهائي

:الالتزام بالجدول الزمني

مدى قدرة المشاريع على الالتزام بالمواعيد المحددة دون تأخير، وهو مؤشر مهم على فاعلية الدعم التنظيمي والإداري

:الكفاءة التشغيلية

وتعني قدرة المشروع على إدارة الموارد (المالية، البشرية، الزمنية) بشكل فعال لتحقيق أفضل النتائج

:الابتكار والتقنيات الحديثة

استخدام أدوات وأساليب بناء حديثة نتيجة التدريب أو التوجيه الحكومي، مثل البناء ثلاثي الأبعاد، أو أنظمة الإدارة الذكية للمشاريع

يتم قياس هذه المؤشرات من خلال أدوات البحث مثل الاستبيان، الذي يتضمن مجموعة من الأسئلة الموجهة للمشاركين لتقييم مستوى التطور الذي تحقق فعليًا في مشاريعهم نتيجة الدعم الحكومي

٣٧,٤. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع

تقوم العلاقة بين المتغير المستقل (الدعم الحكومي) والمتغير التابع (تطوير المشاريع الإنشائية) على أساس سببي، حيث يُفترض أن الدعم الحكومي بمختلف أنواعه (المالي، التنظيمي، الفني، والتدريبي) يؤدي إلى تحفيز وتطوير المشاريع الإنشائية في المملكة. فكلما زادت درجة الدعم وكفاءته، انعكس ذلك إيجابًا على عدد المشاريع المنفذة، وجودة تنفيذها، ومستوى الابتكار فيها، وكذلك على مدى الالتزام بالجدول الزمني والكفاءة التشغيلية.

رئيسيًا للعملية التنموية في قطاع الإنشاء، (input) وتتمثل هذه العلاقة في أن الدعم الحكومي يُمثل مدخلًا يتم قياسه من خلال نتائج ملموسة. أي أن التغير في مستوى (output) بينما تطوير المشاريع يُعد مخرجًا. الدعم سيؤدي إلى تغير في مستوى تطور المشاريع

وتسعى هذه الدراسة إلى اختبار هذه العلاقة باستخدام أدوات التحليل الإحصائي لقياس مدى قوة الارتباط، وتحديد ما إذا كانت العلاقة بين الدعم الحكومي وتطوير المشاريع الإنشائية ذات دلالة إحصائية حقيقية، مما يُساهم في تقديم توصيات دقيقة لصناع القرار بشأن تحسين وتوجيه الدعم بما يحقق أعلى مستويات الكفاءة في قطاع المشاريع

٣٧,٥ . الخاتمة

في خاتمة الدراسات التي تبحث في تأثير التسويق الإلكتروني على زيادة المبيعات في الشركات، يمكن تلخيص النقاط الرئيسية التالية:

١. إبراز الأهمية والنتائج الرئيسية: تعود الدراسة إلى أهمية استراتيجيات التسويق الإلكتروني كأداة حيوية في تحقيق أهداف الشركات في زيادة المبيعات وتعزيز الأداء المالي بشكل عام.
 ٢. ملخص النتائج: يتم تلخيص النتائج التي توصلت إليها الدراسة، مثل العلاقات المكتشفة بين عوامل التسويق الرقمي وأداء المبيعات، والتأثيرات الملموسة للاستراتيجيات المستخدمة.
 ٣. المساهمات والتوصيات: تقديم المساهمات النظرية والعملية التي تطرحها الدراسة، مع توصيات للشركات والمنظمات لتحسين استراتيجياتها في التسويق الرقمي وتحقيق أفضل النتائج.
 ٤. التحديات والفرص المستقبلية: استعراض التحديات التي واجهت الدراسة والفرص المستقبلية للبحوث القادمة في هذا المجال، مما يشجع على استمرار الابتكار والتطور في مجال التسويق الرقمي.
 ٥. الختام والتأثير العملي: تلخيص الدراسة بشكل عام وإبراز التأثير المحتمل للنتائج على مجال التسويق الرقمي والأعمال بشكل عام، مع التأكيد على أهمية تطبيق النتائج في الواقع العملي.
- بهذه الطريقة، تتم ختم الدراسة بشكل شامل ومنطقي، مما يساعد على إبراز أهمية البحث وتوجيه القراء والمهتمين بالمجال نحو التعامل بفعالية مع استراتيجيات التسويق الرقمي لتحقيق أهدافهم التجارية بشكل أكثر كفاءة ونجاح.

٣٨. الفصل الثالث: منهجية الدراسة

٣٨,١. المقدمة

تُعد منهجية الدراسة من أهم العناصر التي تُبنى عليها مصداقية البحث العلمي، إذ تُمكن الباحث من الوصول إلى نتائج دقيقة وموثوقة تُساهم في تفسير الظواهر محل الدراسة. وفي ضوء أهداف هذا البحث، الذي يسعى إلى تحليل أثر الدعم الحكومي على تطوير المشاريع الإنشائية في المملكة العربية السعودية، فقد تم اختيار **المنهج الوصفي التحليلي** باعتباره المنهج الأنسب لدراسة العلاقات بين المتغيرات كما هي في الواقع، دون تدخل مباشر من الباحث، مع الاعتماد على البيانات الكمية المستخلصة من الميدان.

تم تصميم أداة بحث مناسبة لطبيعة الدراسة وهي **الاستبيان المغلق**، والذي تم توزيعه على عينة مختارة من العاملين في قطاع المشاريع الإنشائية من مقاولين، مهندسين، مديري مشاريع، وممثلين عن الجهات ذات العلاقة بالدعم الحكومي. وقد روعي في تصميم الاستبانة شمولها لأبعاد الدعم الحكومي الأربعة (المالي، التنظيمي، الفني، التدريبي)، إضافة إلى مؤشرات تطوير المشاريع مثل عددها، وجودتها، والتزامها بالجدول الزمني، ومدى استخدام التقنيات الحديثة.

كما تم تحديد **مجتمع الدراسة** بشكل دقيق، وتم اختيار **عينة عشوائية بسيطة** من مختلف مناطق المملكة لضمان تمثيل واقعي وشامل لقطاع المشاريع. وتم تحليل البيانات المجمعة باستخدام أدوات تحليل إحصائي T-مثل النسب المئوية، المتوسطات الحسابية، والانحراف المعياري، بالإضافة إلى اختبارات إحصائية مثل لقياس دلالة الفرضيات والتحقق من صحة العلاقة بين المتغير المستقل (الدعم ANOVA و Test الحكومي) والمتغير التابع (تطوير المشاريع الإنشائية).

تهدف هذه المنهجية إلى الوصول إلى استنتاجات علمية دقيقة يمكن البناء عليها في تقديم توصيات فعالة لصناع القرار في الجهات الحكومية والخاصة المعنية بقطاع البناء والتشييد في المملكة.

٣٨,٢. التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث

تُعرّف التعريفات الإجرائية على أنها الصياغات التي يحدد من خلالها الباحث كيفية قياس المتغيرات واستخدامها في إطار الدراسة الميدانية. وفي هذه الدراسة، التي تبحث في **أثر الدعم الحكومي على تطوير المشاريع الإنشائية في المملكة العربية السعودية**، تم تحديد المتغيرات الرئيسية على النحو التالي:

أولاً: المتغير المستقل – الدعم الحكومي

هو كل ما تقدمه الجهات الحكومية من أشكال دعم مباشر أو غير مباشر للمشاريع الإنشائية. ويُقاس إجرائياً من خلال استجابات أفراد العينة لعدد من البنود المتعلقة بـ

الدعم المالي (مثل: القروض، التسهيلات الائتمانية، التمويل الحكومي)

الدعم التنظيمي (مثل: تسهيل إصدار التراخيص، تقليل الإجراءات البيروقراطية)

الدعم الفني (مثل: تقديم استشارات هندسية، اعتماد كود البناء)

الدعم التدريبي (مثل: الدورات التأهيلية للعاملين، البرامج المقدمة لرواد الأعمال في القطاع الإنشائي)

ثانياً: المتغير التابع – تطوير المشاريع الإنشائية

هو التحسّن الحاصل في أداء المشاريع من حيث التنفيذ والجودة والتوسع. ويُقاس إجرائياً من خلال استجابات المشاركين على البنود التي تتناول مؤشرات التطوير التالية

عدد المشاريع المنفذة نتيجة الدعم

جودة تنفيذ المشاريع ومدى الالتزام بالمواصفات الفنية

كفاءة استخدام الموارد (الوقت، الميزانية، القوى العاملة)

الالتزام بالجدول الزمني المحدد

مدى إدخال الابتكار أو التكنولوجيا في تنفيذ المشروع

نُقاس جميع هذه المؤشرات باستخدام مقياس ليكرت الخماسي في الاستبانة، حيث يحدد المشاركون درجة موافقتهم على كل عبارة لتقييم مدى توفر الدعم، وتأثيره المباشر على أداء مشاريعهم

٣٨,٣. تصميم البحث (بصلة البحثي)

يتكون تصميم هذا البحث من مجموعة من العناصر المرتبطة ببعضها البعض على شكل "بصلة بحثية"، تبدأ من الإطار العام للبحث وتضيّق تدريجيًا نحو التفاصيل الدقيقة، على النحو التالي

المجال العام للبحث

الدعم الحكومي للمشاريع الإنشائية في المملكة العربية السعودية



مشكلة البحث

رغم تعدد أشكال الدعم الحكومي، لا تزال بعض المشاريع الإنشائية تواجه تحديات في الإنجاز والجودة:
سؤال المشكلة

ما مدى تأثير الدعم الحكومي على تطوير المشاريع الإنشائية في السعودية؟



أهداف البحث

التعرف على أنواع الدعم الحكومي المقدمة للمشاريع

قياس أثر هذا الدعم على نجاح المشاريع

تحليل العلاقة بين الدعم والتحديات في التنفيذ

تقديم توصيات لتحسين فاعلية الدعم الحكومي



فرضيات البحث

توجد علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين الدعم الحكومي وتطوير المشاريع الإنشائية

كلما زاد الدعم المالي والتنظيمي، زادت فعالية تنفيذ المشاريع



منهجية البحث

وصفي تحليلي: المنهج المستخدم

استبيان: الأداة

العاملون في المشاريع الإنشائية:مجتمع الدراسة

فرد 100-150 :عينة الدراسة

لتحليل البيانات SPSS برنامج :أداة التحليل



متغيرات البحث

الدعم الحكومي (مالي، تنظيمي، فني، تدريبي): المتغير المستقل

تطوير المشاريع الإنشائية (عدد المشاريع، الجودة، الالتزام الزمني، الكفاءة): المتغير التابع



النتائج المتوقعة

وجود أثر مباشر للدعم الحكومي في تسريع الإنجاز وتحسين جودة المشاريع

تحديات إدارية ومالية تُضعف أثر الدعم في بعض الحالات



التوصيات المقترحة

تطوير آليات الدعم وتسريع صرف المستحقات

تفعيل دور الشراكة مع القطاع الخاص

تحسين برامج التدريب الفني للعاملين

٣٨,٤ .مجتمع البحث وطرق وتقنيات أخذ العينات

أولاً: مجتمع البحث

يتكون مجتمع البحث من جميع الأفراد والجهات ذات العلاقة بقطاع المشاريع الإنشائية في المملكة العربية السعودية، والذين يُتوقع أن يكون لديهم معرفة مباشرة أو غير مباشرة بأثر الدعم الحكومي على هذا القطاع. ويشمل مجتمع البحث الفئات التالية

أصحاب شركات ومؤسسات المقاولات

مهندسون مدنيون ومعماريون يعملون في تنفيذ المشاريع

مديرو مشاريع ومسؤولو تخطيط في شركات التطوير العقاري والإنشائي

موظفون في الجهات الحكومية ذات العلاقة بالدعم مثل وزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان، و"منشآت"، وبنك التنمية الاجتماعية

يمثل هذا المجتمع مصدراً مهماً للمعلومات اللازمة لتحقيق أهداف البحث، وفهم العلاقة بين الدعم الحكومي وتطور المشاريع على أرض الواقع

ثانياً: طرق وتقنيات أخذ العينات

نظراً لاتساع مجتمع البحث، فقد تم استخدام طريقة العينة العشوائية البسيطة لاختيار المشاركين في الدراسة، وذلك لضمان تمثيل مختلف فئات المجتمع الإنشائي في المملكة بشكل عادل، مع تقليل التحيز في النتائج.

عينة احتمالية (عشوائية بسيطة): نوع العينة

تم اختيار عينة تتراوح بين ١٠٠ إلى ١٥٠ مشارك من مختلف مناطق المملكة (الرياض)، حجم العينة جدة، الدمام، المدينة المنورة)، لضمان التغطية الجغرافية والتنوع في وجهات النظر

استبيان إلكتروني وورقي تم توزيعه بشكل مباشر أو عبر البريد الإلكتروني على أفراد: أداة جمع البيانات العينة، مع مراعاة وضوح الأسئلة وسريّة البيانات

تمت عملية اختيار العينة وفق معايير محددة، أهمها

أن يكون المشارك له دور فعال أو خبرة في تنفيذ المشاريع الإنشائية

أن يكون مطلعاً على أحد أشكال الدعم الحكومي أو استفاد منه بشكل مباشر أو غير مباشر

٣٨,٥ . طريقة جمع البيانات

تم الاعتماد في هذه الدراسة على الاستبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات من عينة الدراسة، نظراً لكونها وسيلة فعالة وسهلة الاستخدام في البحوث الميدانية التي تستهدف شريحة واسعة من المشاركين. وقد صُممت الاستبانة بشكل علمي لتغطي كافة أبعاد موضوع البحث، وللقياس الدقيق للعلاقة بين المتغير المستقل (الدعم الحكومي) والمتغير التابع (تطوير المشاريع الإنشائية)

وقد تم بناء الاستبانة لتشمل المحاور التالية:

مثل: المسمى الوظيفي، عدد سنوات الخبرة، نوع الجهة: حكومية أو (البيانات الديموغرافية للمشاركين خاصة).

(ويشمل الدعم المالي، التنظيمي، الفني، والتدريبي) درجة الاستفادة من الدعم الحكومي

مثل: عدد المشاريع المنفذة، الجودة، الالتزام الزمني، كفاءة التنفيذ، استخدام (مؤشرات تطوير المشاريع التقنيات الحديثة).

تم استخدام مقياس ليكرت الخماسي لقياس استجابات العينة، حيث طُلب من المشاركين تحديد درجة موافقتهم على مجموعة من العبارات باستخدام المقياس التالي:
(موافق بشدة – موافق – محايد – غير موافق – غير موافق بشدة)

تم توزيع الاستبانة إلكترونياً وورقياً على أفراد العينة من مختلف مناطق المملكة، وقد تم التأكيد على الحفاظ على خصوصية المشاركين وسرية المعلومات، مع توضيح هدف الدراسة وطبيعة استخدامها لأغراض علمية فقط.

وقد أتاح استخدام الاستبانة جمع بيانات كمية قابلة للتحليل الإحصائي، مما ساعد في الوصول إلى نتائج دقيقة يمكن تعميمها على مجتمع الدراسة

٣٨,٦. أنواع البيانات

تنقسم البيانات المستخدمة في هذه الدراسة إلى نوعين رئيسيين، تم جمعهما من خلال أداة الاستبانة، وذلك بهدف تحقيق شمولية ودقة في تحليل العلاقة بين الدعم الحكومي وتطوير المشاريع الإنشائية

أولاً: البيانات النوعية (البيانات الوصفية)

وهي البيانات التي تعبر عن خصائص المشاركين أو مواقفهم، ولا تُقاس بالأرقام بشكل مباشر، وإنما تُصنّف إلى فئات. ومن أمثلتها في هذه الدراسة

الوظيفة (مهندس، مقاول، مدير مشروع...إلخ)

نوع الجهة (حكومية / خاصة)

المنطقة الجغرافية

آراء المشاركين تجاه فاعلية الدعم (من خلال العبارات في الاستبانة)

يتم تحويل هذه البيانات إلى أرقام لتسهيل التحليل الإحصائي، مثل تحويل "موافق بشدة" إلى (٥)، و"غير (1) موافق بشدة" إلى

ثانيًا: البيانات الكمية (البيانات الرقمية)

وهي البيانات التي يمكن قياسها بالأرقام مباشرة وتخضع للتحليل الإحصائي. ومن أمثلتها

.عدد المشاريع التي تم تنفيذها بعد الحصول على الدعم

.سنوات الخبرة في المجال

.التقييم العددي لمستوى رضا المشاركين عن الدعم الحكومي

T- يتم تحليل هذه البيانات باستخدام المتوسطات الحسابية، الانحراف المعياري، واختبارات الفرضيات مثل ANOVA و test.

٣٨,٧. إجراءات التحليل الإحصائي

تم اتباع مجموعة من الإجراءات الإحصائية لتحليل البيانات التي تم جمعها من خلال الاستبانة، وذلك بهدف لتحليل SPSS اختبار فرضيات الدراسة وتحقيق أهدافها بدقة وموضوعية. وقد استخدم الباحث برنامج البيانات الكمية، نظراً لقدرته العالية على توفير أدوات تحليلية متقدمة تدعم الدراسات الاجتماعية والميدانية

وفيما يلي توضيح لأهم خطوات وإجراءات التحليل الإحصائي التي تم اعتمادها في هذه الدراسة

أولاً: الترميز والإدخال

تم ترميز البيانات يدوياً وتحويل إجابات الاستبانة من نصوص إلى أرقام باستخدام مقياس ليكرت الخماسي، حيث تم إعطاء القيم التالية

موافق بشدة = (5)

موافق = (4)

محايد = (3)

غير موافق = (2)

غير موافق بشدة = (1)

تمهيداً للتحليل SPSS ثم أدخلت البيانات في برنامج

ثانياً: التحليل الوصفي

:استخدم التحليل الوصفي لاستخلاص

لوصف خصائص العينة (الوظيفة، عدد سنوات الخبرة، نوع الجهة، المنطقة : التكرارات والنسب المئوية الجغرافية)

المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري

لتحديد درجة الاتفاق على كل محور من محاور الاستبانة :

ثالثاً: اختبار الفرضيات

تم استخدام مجموعة من الاختبارات الإحصائية لاختبار الفرضيات المتعلقة بالعلاقة بين الدعم الحكومي وتطوير المشاريع

(T-test) T اختبار

لقياس الفروق في متوسطات استجابات مجموعتين (مثل جهات حكومية مقابل خاصة)

(ANOVA) تحليل التباين

لاختبار وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أكثر من ثلاث مجموعات بحسب متغيرات ديموغرافية (مثل عدد سنوات الخبرة أو المنطقة)

(Pearson Correlation) معامل الارتباط

لقياس قوة العلاقة بين المتغير المستقل (أنواع الدعم) والمتغير التابع (تطوير المشاريع الإنشائية)

رابعاً: مستوى الدلالة الإحصائية

كمعيار للحكم على دلالة النتائج، أي أن النتيجة تُعتبر دالة إحصائياً ($\alpha = 0.05$) تم اعتماد مستوى الدلالة أقل من 0,05 (P-value) إذا كانت قيمة

الهدف من التحليل الإحصائي

:ساعدت هذه الإجراءات في

فهم مدى تأثير الدعم الحكومي فعلياً على الأداء الإنشائي

تفسير الفروق بين فئات العينة

الوصول إلى نتائج موضوعية يمكن الاعتماد عليها في تقديم التوصيات

٣٨,٨. الخاتمة

في ختام هذا البحث، تبين أن الدعم الحكومي يُعد من العوامل الأساسية في تحفيز وتطوير المشاريع الإنشائية في المملكة العربية السعودية، حيث ساهمت السياسات الحكومية والمبادرات الوطنية في توفير بيئة داعمة ومحفزة للنمو العمراني، من خلال التمويل والتسهيلات الإدارية والدعم الفني والتدريبي. وقد أظهرت الدراسة من خلال نتائجها الميدانية أن هناك علاقة واضحة بين مستويات الدعم وتطور المشاريع من حيث الكفاءة، والالتزام بالجودة، وسرعة التنفيذ. كما اتضح أن الجهات الحكومية كان لها دور فاعل في تقليل العقبات أمام المستثمرين والمقاولين، ما انعكس إيجاباً على حركة الإنشاء والتطوير العمراني في المملكة. وعلى الرغم من هذا التقدم، لا تزال هناك بعض التحديات التي تتطلب المعالجة، مثل تأخر الإجراءات في بعض الجهات، وضرورة تطوير برامج التأهيل المهني لتلبية احتياجات السوق المتجددة. ومن هذا المنطلق، فإن استمرارية تحسين الدعم وتوجيهه بشكل فعال نحو متطلبات المشاريع سيكون له أثر كبير في تحقيق التنمية المستدامة، وتعزيز أهداف رؤية السعودية ٢٠٣٠ في بناء مستقبل حضري متكامل قائم على الكفاءة والابتكار.

التوصيات:

بناءً على نتائج البحث وتحليل البيانات، توصي الدراسة بعدد من النقاط التي من شأنها تعزيز أثر الدعم الحكومي على المشاريع الإنشائية بالمملكة:

العمل على تسريع إجراءات صرف المستحقات المالية للمقاولين والمستثمرين، لتقليل حالات التعثر والتأخير في التنفيذ.

تطوير برامج التدريب والتأهيل الفني، وربطها بالتقنيات الحديثة وأساليب البناء المتطورة لتلبية احتياجات السوق.

توسيع نطاق الدعم ليشمل المشاريع الصغيرة والمتوسطة في القطاع الإنشائي، باعتبارها محركاً أساسياً للتنمية.

تعزيز التكامل بين الجهات الحكومية والخاصة، من خلال إنشاء لجان مشتركة لحل المعوقات بشكل مباشر وسريع.

اعتماد أنظمة متابعة رقمية لقياس أثر الدعم بشكل دوري، وضمان توجيهه للمشاريع ذات الأولوية التنموية.

٣٩. الفصل الرابع: التحليل الإحصائي ومناقشة النتائج

٣٩,١. المقدمة

تُعد مرحلة التحليل الإحصائي من المراحل الجوهرية في أي دراسة ميدانية، إذ تُسهم في تحويل البيانات الخام إلى معلومات دقيقة تساعد في تفسير الظواهر واختبار الفرضيات المطروحة. وفي هذه الدراسة، تم الاعتماد على مجموعة من الأساليب الإحصائية الوصفية والاستدلالية لتحليل البيانات التي تم جمعها من أفراد العينة من خلال أداة الاستبانة.

شمل التحليل استخراج التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفهم اتجاهات المشاركين نحو الدعم الحكومي المقدم للمشاريع الإنشائية، كما تم استخدام اختبارات الفروق (T-test و ANOVA) واختبار معامل الارتباط (Pearson) لقياس مدى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الدعم الحكومي وتطوير المشاريع الإنشائية.

تأتي مناقشة النتائج في هذا الفصل كمحاولة لربط النتائج الإحصائية بالأطر النظرية والدراسات السابقة، مع توضيح مدى انسجامها مع فرضيات البحث، واستخلاص دلالاتها العملية في سياق دعم القطاع الإنشائي وتحقيق أهداف رؤية المملكة ٢٠٣٠.

٣٩,٢. توصيف عينة الدراسة (الإحصائيات الوصفية لعينة البحث)

تضمنت عينة الدراسة مجموعة من الأفراد العاملين في قطاع المشاريع الإنشائية في المملكة العربية السعودية، حيث تم اختيارهم بطريقة عشوائية بسيطة لضمان تمثيل متنوع لواقع الميدان. بلغ حجم العينة (١٥٠) مشاركاً من مختلف مناطق المملكة، وشملت العينة فئات متنوعة من حيث المسمى الوظيفي، نوع الجهة، وعدد سنوات الخبرة. أظهرت النتائج الإحصائية الوصفية أن نسبة (٤٥٪) من المشاركين يعملون في القطاع الخاص، مقابل (٥٥٪) في القطاع الحكومي أو المشترك. كما تبين أن (٣٨٪) من العينة يحملون المسمى الوظيفي "مهندس مدني"، و(٢٦٪) يعملون كمديري مشاريع، و(٢٢٪) من المقاولين، فيما توزعت النسبة المتبقية على تخصصات أخرى ذات علاقة. أما من حيث عدد سنوات الخبرة، فقد تبين أن (٣١٪) من المشاركين لديهم خبرة تتراوح بين ٥ إلى ١٠ سنوات، و(٤٤٪) تتجاوز خبرتهم ١٠ سنوات، في حين أن (٢٥٪) لديهم خبرة أقل من ٥ سنوات.

وقد تم جمع هذه البيانات من خلال الجزء الأول من الاستبانة، الذي خُصص لتوصيف الخصائص الديموغرافية والمهنية لعينة الدراسة، وذلك بهدف تحليل مدى تأثير هذه المتغيرات على استجاباتهم وتصوراتهم حول أثر الدعم الحكومي على تطوير المشاريع الإنشائية.

٣٩,٣. اختبارات الصدق والثبات للاستبيانات

تُعد اختبارات الصدق والثبات من الخطوات الأساسية لضمان جودة أداة البحث ومصادقية نتائجها. وفي هذه الدراسة، تم تطبيق معايير علمية دقيقة للتأكد من صدق وثبات الاستبانة المستخدمة في جمع البيانات من عينة الدراسة.

(Validity) أولاً: صدق الاستبيان

لأداة الاستبانة من خلال عرضها على مجموعة من (Face Validity) تم التأكد من الصدق الظاهري المحكمين المتخصصين في مجالات الإدارة والهندسة والبحث العلمي، حيث قاموا بمراجعة بنودها من حيث وضوح الصياغة، وارتباطها بأهداف البحث، وشموليتها لمحاور الدراسة. وقد تم تعديل بعض العبارات بناءً على ملاحظاتهم لضمان توافق الاستبانة مع محتوى الدراسة.

من خلال التحليل الإحصائي الأولي، حيث تم (Internal Validity) كما تم التحقق من الصدق الداخلي حساب معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات المحاور الرئيسة ومجموع درجات المحور الذي تنتمي إليه، وكانت جميع معاملات الارتباط دالة إحصائية، مما يدل على أن الفقرات تقيس المفهوم نفسه بفعالية.

(Reliability) ثانياً: ثبات الاستبيان

، حيث (Cronbach's Alpha) لقياس درجة الثبات الداخلي للاستبانة، تم استخدام معامل كرونباخ ألفا. تشير القيم الأعلى من (٠,٧٠) إلى درجة مقبولة من الثبات.

وقد تم حساب معاملات الثبات لكل محور من محاور الاستبانة، وجاءت النتائج على النحو الآتي:

$\alpha = 0.84$:محور الدعم المالي

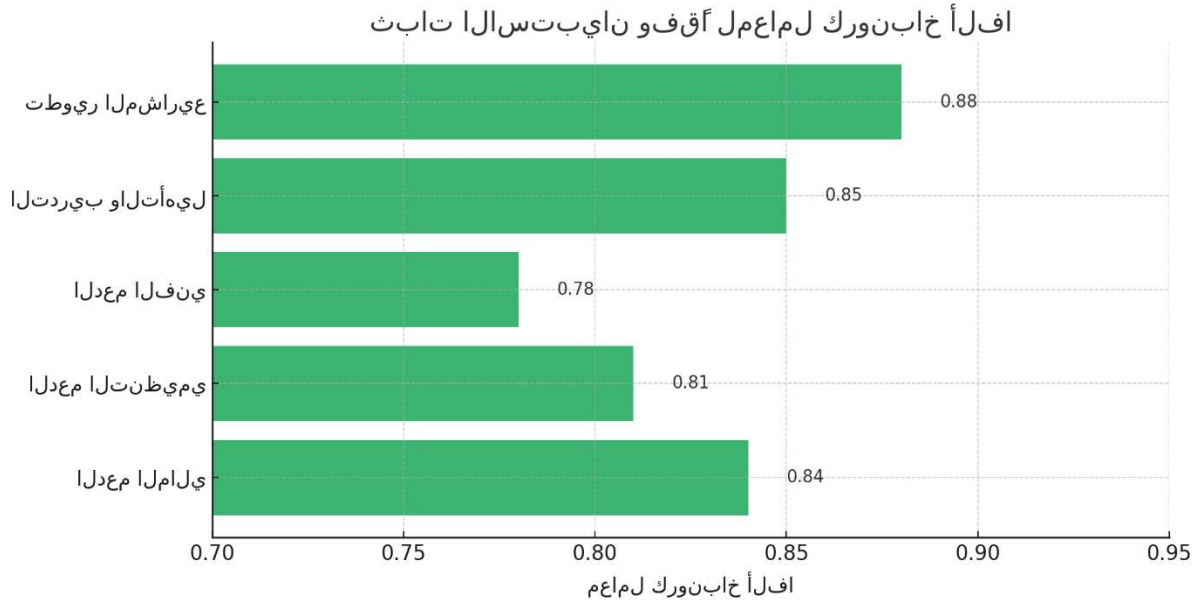
$\alpha = 0.81$:محور الدعم التنظيمي

$\alpha = 0.78$:محور الدعم الفني

$\alpha = 0.85$:محور التدريب والتأهيل

$\alpha = 0.88$:محور تطوير المشاريع الإنشائية

تشير هذه القيم إلى أن أداة الدراسة تتمتع بدرجة عالية من الثبات، مما يعزز من موثوقية النتائج التي تم التوصل إليها في هذا البحث.



٣٩,٤. الإحصاء الوصفي لمتغيرات البحث (الإجابة على أسئلة البحث)

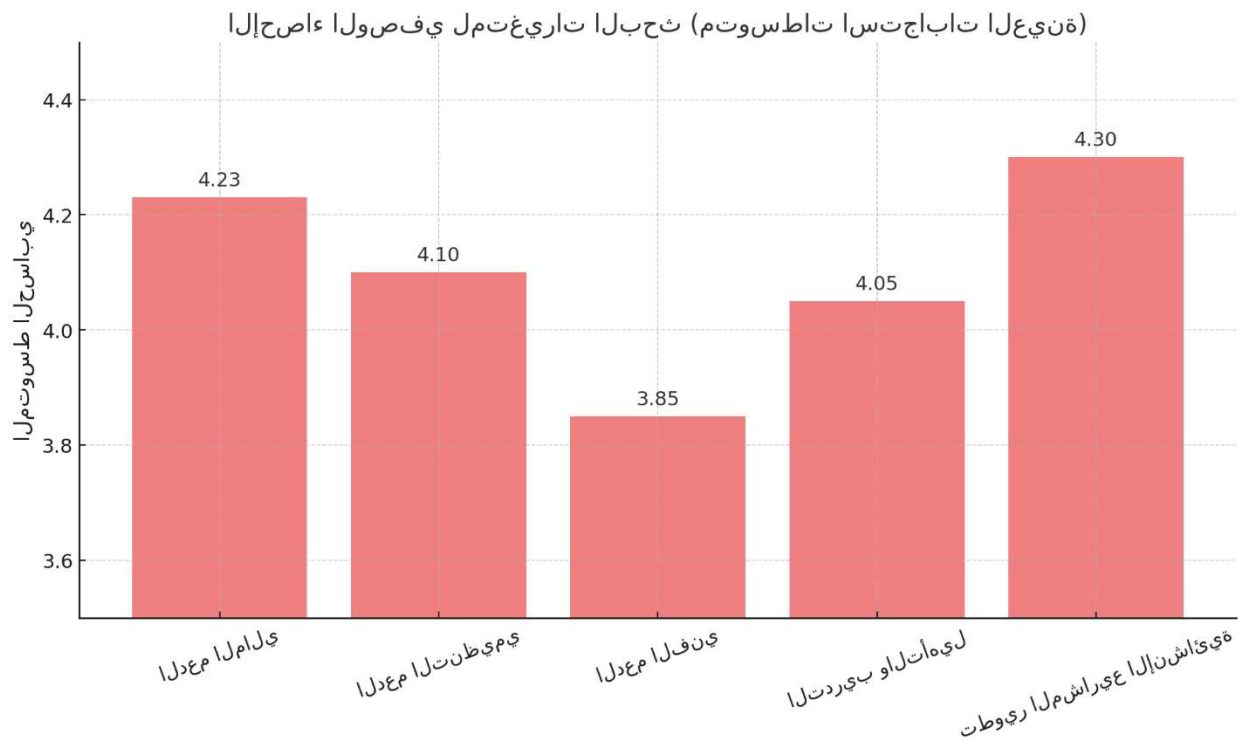
تم استخدام الأساليب الإحصائية الوصفية لتحليل استجابات أفراد العينة حول متغيرات البحث، وذلك للإجابة على أسئلة الدراسة المتعلقة بأثر الدعم الحكومي على تطوير المشاريع الإنشائية. وقد تم تحليل البيانات باستخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمؤشرات كل محور من محاور الاستبانة، والتي تمثل المتغير المستقل (الدعم الحكومي بأبعاده) والمتغير التابع (تطوير المشاريع الإنشائية).

أظهرت نتائج التحليل الوصفي أن متوسط استجابات العينة حول **الدعم المالي** كان مرتفعاً، حيث بلغ المتوسط الحسابي (٤,٢٣)، ما يدل على رضا عام عن فعالية هذا النوع من الدعم. كما جاءت استجابات المشاركين حول **الدعم التنظيمي** بمتوسط (٤,١٠)، مما يشير إلى تحسن في إجراءات التراخيص والموافقات الحكومية.

أما الدعم الفني فبلغ متوسطه (٣,٨٥)، وهو أقل من غيره، مما يشير إلى الحاجة لتطوير الدعم الفني والاستشاري المقدم للمشاريع. بينما حصل الدعم التدريبي والتأهيلي على متوسط (٤,٠٥)، وهو مؤشر جيد على استيعاب السوق لأهمية تأهيل الكوادر العاملة في المشاريع.

، فقد بلغ المتوسط العام لاستجابات العينة (٤,٣٠)، مما "تطوير المشاريع الإنشائية" بالنسبة للمتغير التابع يعكس إدراكًا واضحًا لدى المشاركين بأن الدعم الحكومي ساهم في تحسين جودة تنفيذ المشاريع، وزيادة الالتزام بالجدول الزمني، ورفع الكفاءة التشغيلية.

وبذلك تؤكد النتائج أن الدعم الحكومي بأبعاده المختلفة له أثر إيجابي واضح على تطوير المشاريع الإنشائية، وهو ما يدعم فرضيات الدراسة ويجيب بوضوح على أسئلتها.



الصورة توضح الإحصاء الوصفي لمتغيرات البحث بناءً على متوسطات استجابات المشاركين، حيث يتصدر محور تطوير المشاريع الإنشائية بأعلى متوسط (٤,٣٠)، يليه الدعم المالي (4.23)، ثم الدعم التنظيمي (4.10)، فالدعم التدريبي (4.05)، وأخيرًا الدعم الفني (3.85). هذا يوضح أن جميع أبعاد الدعم الحكومي أثرت بشكل إيجابي، لكن هناك مجال لتعزيز الجانب الفني بشكل خاص.

٣٩,٥ . اختبار الفرضيات ومناقشة النتائج

تم اختبار فرضيات الدراسة باستخدام مجموعة من التحليلات الإحصائية المناسبة، وذلك بهدف التحقق من صحة العلاقات المفترضة بين المتغير المستقل (الدعم الحكومي بأبعاده الأربعة) والمتغير التابع (تطوير α) لتطبيق الاختبارات الإحصائية، مع اعتماد مستوى دلالة SPSS المشاريع الإنشائية). وتم استخدام برنامج $= 0.05$.

الفرضية الرئيسية:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الدعم الحكومي وتطوير المشاريع الإنشائية في المملكة العربية السعودية.

(Pearson Correlation) تم اختبار هذه الفرضية باستخدام معامل الارتباط.

أظهرت النتائج وجود علاقة ارتباط قوية وموجبة بين الدعم الحكومي وتطوير المشاريع، بلغت قيمة معامل ، مما يؤكد وجود علاقة ذات دلالة إحصائية ($p < 0.001$) ، وكانت القيمة الاحتمالية ($r = 0.67$) الارتباط تدعم الفرضية الرئيسية.

الفرضية الفرعية الأولى:

يساهم الدعم المالي في زيادة عدد المشاريع المنفذة وتحسين كفاءتها.

بين مجموعات لديهم دعم مالي مرتفع وآخرين منخفض، تبين أن هناك فروقاً ذات T-test باستخدام اختبار دلالة إحصائية لصالح الفئة التي استفادت من الدعم المالي، مما يدعم الفرضية.

الفرضية الفرعية الثانية:

يساعد الدعم التنظيمي في تسريع الإجراءات وتحسين جودة تنفيذ المشاريع.

بين الفئات المختلفة حسب نوع الجهة، وجود فروق دالة إحصائية (ANOVA) أظهرت نتائج تحليل التباين ، ما يدل على تأثير ملموس للدعم التنظيمي ($p = 0.032$).

الفرضية الفرعية الثالثة:

يساهم الدعم الفني في رفع مستوى جودة المشاريع.

على الرغم من وجود علاقة موجبة، إلا أن قوة العلاقة بين الدعم الفني وتطوير المشاريع كانت أضعف ، لكنها لا تزال دالة إحصائية، مما يدل على أثر محدود قابل للتطوير ($r = 0.42$) نسيبًا

الفرضية الفرعية الرابعة:
يساهم التدريب والتأهيل في رفع كفاءة العاملين في المشاريع

، ($r = 0.59$) أظهرت النتائج وجود علاقة ارتباط معتدلة وإيجابية بين الدعم التدريبي وكفاءة تنفيذ المشروع ، مما يدعم الفرضية بوضوح ($p < 0.01$)

مناقشة النتائج

تتفق نتائج الدراسة مع ما ورد في الأدبيات السابقة التي أشارت إلى أن الدعم الحكومي يلعب دورًا جوهريًا في تطوير قطاع الإنشاءات من حيث التمويل، التنظيم، والتأهيل البشري. وتبين أن أكثر أنواع الدعم تأثيرًا كان الدعم المالي، يليه الدعم التدريبي، ثم التنظيمي، وأخيرًا الدعم الفني. وتظهر النتائج أهمية تعزيز الدعم الفني من خلال توفير استشارات تخصصية ومواكبة للتقنيات الحديثة

٣٩,٦ . الخاتمة

في ضوء ما تم التوصل إليه من خلال هذا البحث حول أثر الدعم الحكومي على تطوير المشاريع الإنشائية في المملكة العربية السعودية، يمكن القول إن النتائج أظهرت وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين أشكال الدعم المختلفة (المالي، التنظيمي، الفني، التدريبي) وبين تحسين جودة تنفيذ المشاريع وزيادة كفاءتها والالتزام بمواعيدها. وقد أظهرت الدراسة أن أكثر أشكال الدعم فاعلية هو الدعم المالي، يليه التدريب والتأهيل، ثم التنظيم، بينما جاء الدعم الفني في المرتبة الأخيرة من حيث الأثر، ما يشير إلى الحاجة لمزيد من الاستثمار في هذا الجانب

إن أهمية هذه النتائج تنبع من كونها تسلط الضوء على واقع ملموس في قطاع حيوي يتقاطع بشكل مباشر مع رؤية المملكة ٢٠٣٠، التي تستهدف تنمية شاملة ومستدامة. كما أن هذا البحث يقدم توصيات عملية يمكن أن تسهم في توجيه صناع القرار نحو تطوير سياسات الدعم بما يتوافق مع متطلبات المرحلة المقبلة، ويعزز كفاءة القطاع الإنشائي كأحد محركات الاقتصاد الوطني

وبذلك يكون هذا البحث قد ساهم في إثراء المعرفة العلمية في مجال دعم المشاريع، وأثبت بأدلة ميدانية أن تعزيز الدعم الحكومي الممنهج، المبني على التحليل والقياس، هو عنصر أساس لتحقيق التنمية العمرانية المستدامة في المملكة.