

عنوان المشروع

دور استراتيجيات تطوير الأعمال في تعزيز القدرة التنافسية لشركات المقاولات
في المنطقة الشرقية

اسم الطالب

عبدالله سلمان عبدالله ال حماد

رقم الطالب

232001964

مشروع تخرج

3.1. Introduction / المقدمة

This section explains the methodology that was applied in the current project, in order to answer the study questions and test the study hypotheses. The following titles explain the operational definitions for the research variables, and what has been applied, as follows:

يوضح هذا الجزء المنهجية التي تم تطبيقها في المشروع الحالي، وذلك للإجابة على أسئلة الدراسة، واختبار فرضيات الدراسة.
توضح العناوين التالية التعريفات الإجرائية لمتغيرات الدراسة، وما تم تطبيقه، كما يلي

3.2. Operational definitions for research variables / التعريفات الإجرائية لمتغيرات الدراسة

في الدراسات البحثية، تعتبر التعريفات الإجرائية أساسية في تحديد المتغيرات التي يتم قياسها بوضوح. يصف التعريف الإجرائي كيفية قياس المتغير أو ملاحظته أو معالجته. يساعد الباحثين على التأكد من أن دراساتهم متسقة وموثوقة وصالحة.

3.2.1. Business Development Strategies (The independent variable - X):

Operational Definition: It refers to the strategic patterns adopted by construction firms to guide operations and build defences, operationalised into three core dimensions: Cost Leadership (operational efficiency and pricing control), Differentiation (technical expertise and BIM application), and Focus (specialisation in specific markets, such as energy and petrochemical projects).

(X - المتغير المستقل) استراتيجيات تطوير الأعمال

تشير إلى الأنماط الاستراتيجية التي تبنتها شركات المقاولات لتوجيه العمليات وبناء مراكز دفاعية، ويتم **التعريف التشغيلي** الخبرة التقنية)، التميز (الكفاءة التشغيلية والتحكم في الأسعار) **قيادة التكلفة**: قياسها إجرائياً من خلال ثلاثة أبعاد رئيسية (التخصص في أسواق محددة كمشاريع الطاقة والبتروكيماويات)، والتركيز (BIM وتطبيقات نمذجة البناء).

3.2.2. Competitive Advantage / Competitiveness (The dependent variable - Y):

Operational Definition: It represents the firm's capacity to maintain a sustainable superior position over rivals, operationalised through key performance indicators in the Eastern Region market, including **Market Share, Project Quality, Innovation, and Customer Satisfaction/Retention**.

(Y - المتغير التابع) القدرة التنافسية

تمثل مقدرة المنشأة على تحقيق أداء متميز ومستدام في سوقها المستهدف، ويتم قياسها إجرائياً عبر مؤشرات **التعريف التشغيلي** الحصبة السوقية، جودة المشاريع، الابتكار، رضا العملاء وتكرار الأعمال: الأداء الأساسية في سوق المنطقة الشرقية وتشمل

3.3. Research design / تصميم البحث

In this section, we present the structure covering the methodological layers based on Saunders' "research onion":

Saunders: في هذا القسم، نقدم الهيكل الذي يغطي المحددات المنهجية المعتمدة بناءً على نموذج "بصلة البحث" لـ

1. **Research Philosophy:** Positivist / الفلسفة البحث: الوضعية
2. **Research Approach:** Deductive / منهج البحث: استنتاجي
3. **Research Strategy:** Survey / استراتيجية البحث: مسحي
4. **Research Choice:** Quantitative / نوع البحث: كمي
5. **Time Horizon:** Cross-sectional / الأفق الزمني: مستعرض (مقطعي)
6. **Data Collection and Analysis Techniques:** Statistical analysis of survey results via SPSS V28 / SPSS V28 تقنيات جمع وتحليل البيانات: التحليل الإحصائي لنتائج المسح عبر برنامج

3.4. Research population & Sampling methods and technique / مجتمع الدراسة وعينتها

3.4.1. Research Population / مجتمع الدراسة

يتكون مجتمع الدراسة من جميع شركات المقاولات المصنفة العاملة في المنطقة الشرقية بالمملكة العربية السعودية، والمسجلة رسمياً لدى وزارة الشؤون البلدية والقروية والإسكان.

3.4.2. عينة الدراسة / Research Sample

The sample size will be determined in accordance with the Krejci & Morgan (1970) table based on the total active registered population. The questionnaires are targeted at executives, project managers, and senior engineers within these companies.

بناءً على العدد الإجمالي للمجتمع النشط المسجل. (Krejci & Morgan (1970 سيتم تحديد حجم العينة وفقاً لجدول وتستهدف الاستبانات المديرين التنفيذيين، مديري المشاريع، والمهندسين الرئيسيين داخل هذه الشركات

3.4.3. طرق وتقنيات أخذ العينة / Sampling Method & Techniques

The study adopts a **Probability Sampling Technique**, specifically utilizing the **Stratified Random Sampling** method to ensure representation from different classification grades (First, Second, and Third class companies).

تعتمد الدراسة على أسلوب أخذ العينات الاحتمالية، وتحديدًا باستخدام طريقة العينة العشوائية الطبقية لضمان تمثيل مختلف درجات تصنيف الشركات (الدرجة الأولى والثانية والثالثة)

3.5. طريقة جمع البيانات / Data collection method

This section describes the research instruments used to collect data. The researcher relied on the survey method to collect quantitative data via a questionnaire formatted on a 5-point Likert scale (1=Strongly Disagree, 5=Strongly Agree).

يصف هذا القسم أدوات البحث المستخدمة لجمع البيانات، حيث اعتمد الباحث على المنهج المسحي لجمع البيانات الكمية عن طريق استبانة صُممت وفق مقياس ليكرت الخماسي (1=غير موافق بشدة، 5=موافق بشدة)

3.5.1. المتغير المستقل (X) / The Independent Variable (X)

The instrument used to measure the independent variable (Business Development Strategies) consists of 3 dimensions adapted from previous strategic literature, containing a total of 12 items (3 items for Cost Leadership, 5 items for Differentiation, and 4 items for Focus).

اعتمد الباحث على تطوير أداة قياس للمتغير المستقل (استراتيجيات تطوير الأعمال) مكونة من 3 أبعاد مستندة للأدبيات الاستراتيجية السابقة، بإجمالي 12 فقرة (3 عناصر لبعـد قيادة التكلفة، 5 عناصر لبعـد التميز، و 4 عناصر لبعـد التركيز)

Table (3.1): The instrument of the independent variable (X)

(X) جدول (3.1): المقياس المستخدم لقياس المتغير المستقل

المتغير المستقل (Variable)	الأبعاد (Dimensions)	عدد العبارات (Number of Items)	المصدر (Sources)
استراتيجيات تطوير الأعمال (X)	قيادة التكلفة (Cost Leadership)	3	Porter (1980); Chen & Zhang (2022)
	التميز (Differentiation)	5	Park & Kim (2023); الدوسري والحربي (2023)
	التركيز (Focus)	4	Nakamura & Tanaka (2021); الشمري والعنزي (2021)
العدد الكلي	Over all	12	المصدر: الطالب (The Student)

3.5.2. The Dependent Variable (Y) / المتغير التابع (Y)

The instrument for measuring the dependent variable (Competitiveness) features a total of 8 items covering market indicators (Market Share, Project Quality, Innovation, and Customer Satisfaction).

تم بناء مقياس المتغير التابع (القدرة التنافسية) بإجمالي 8 فقرات تغطي مؤشرات السوق الإنشائي المحمية بنظرية الميزة التنافسية (الحصة السوقية، جودة المشاريع، الابتكار، ورضا العملاء).

Table (3.2): The instrument of the dependent variable (Y)

(Y) جدول (3.2): المقياس المستخدم لقياس المتغير التابع

المتغير التابع (Variable)	الأبعاد والمؤشرات (Dimensions & Indicators)	عدد العبارات (Number of Items)	المصدر (Sources)
القدرة التنافسية (Y)	الحصة السوقية، الجودة، الابتكار، رضا وتكرار أعمال العملاء	8	Porter (1985); Siamuzwe-Manase (2024)
العدد الكلي	Over all	8	المصدر: الطالب (The Student)

3.6. Types of data / أنواع البيانات

3.6.1. Primary Data / البيانات الأولية:

Consists of the quantitative empirical data collected directly from the target sample through the distributed field questionnaires answered by respondents in construction firms.

تتمثل في البيانات الكمية الميدانية التي يتم جمعها مباشرة من عينة الدراسة المستهدفة من خلال الاستبيانات الموزعة على المستجيبين في شركات المقاولات.

3.6.2. Secondary Data / البيانات الثانوية:

Consists of information gathered from relevant literature, academic journals, past peer-reviewed studies, official reports from the Ministry of Housing, and Saudi Vision 2030 publications.

تشمل المعلومات المستقاة من الأدبيات الأكاديمية، الكتب، الدراسات السابقة المحكمة، والتقارير الرسمية الصادرة عن وزارة البلديات والإسكان، ومنشورات رؤية السعودية 2030.

3.7. Data Analysis Methods & Procedures / طرق وأساليب تحليل البيانات

The Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) version 28 will be used to process and analyze the gathered data through the following procedures:

الإصدار 28 لمعالجة وتحليل البيانات المجمعة من خلال (SPSS) سيتم استخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية الإجراءات التالية:

- **Descriptive Analysis (Sample Profile Test):** Conducted via frequencies, percentages, means, and standard deviations to gain insights into the demographics and core characteristics of the sample population.

يُجرى من خلال التكرارات، النسب المئوية، المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية: التحليل الوصفي (توصيف العينة) للحصول على نظرة ثاقبة للتركيبة السكانية والخصائص الأساسية لمجتمع العينة.

- **Validity Test (Exploratory Factor Analysis - EFA):** Applied to confirm that the research instruments accurately measure the specific operational strategic dimensions they were designed for.

يُطبق للتأكد من أن أدوات البحث تقيس بدقة الأبعاد الاستراتيجية والإجرائية: اختبار الصدق (التحليل العاملي الاستكشافي) التي وُضعت لأجلها.

- **Reliability Test (Cronbach's Alpha):** Used to assess the internal consistency and stability of the responses over time for all survey items.

يُستخدم لتقييم الاتساق الداخلي وثبات الإجابات لجميع عبارات الاستبانة: اختبار الثبات (كرونباخ ألفا).

- **Hypothesis Testing (Multiple Linear Regression):** Executed to measure the statistical impact and significance $(\alpha \leq 0.05)$ of the independent dimensions (X) on the dependent competitiveness variable (Y).

مجتمعة ومنفردة على المتغير (X) يُنفذ لقياس مدى تأثير ودلالة الأبعاد المستقلة: اختبار الفرضيات (الانحدار الخطي المتعدد) التابع وهو القدرة التنافسية.

$(\alpha \leq 0.05)$ عند مستوى الدلالة (Y).

اختتم هذا الفصل بإرساء القاعدة المنهجية الكاملة للدراسة، وتحديد الإطار الكمي الوضعي القائم على المسح الميداني والعينة ، تضمن SPSS العشوائية التطبيقية. ومن خلال توظيف مقاييس متعددة العبارات واختبارات الانحدار المتعدد عبر برنامج المنهجية الحالية تقديم أدلة عملية متماسكة حول أثر استراتيجيات تطوير الأعمال في تعزيز القدرة التنافسية