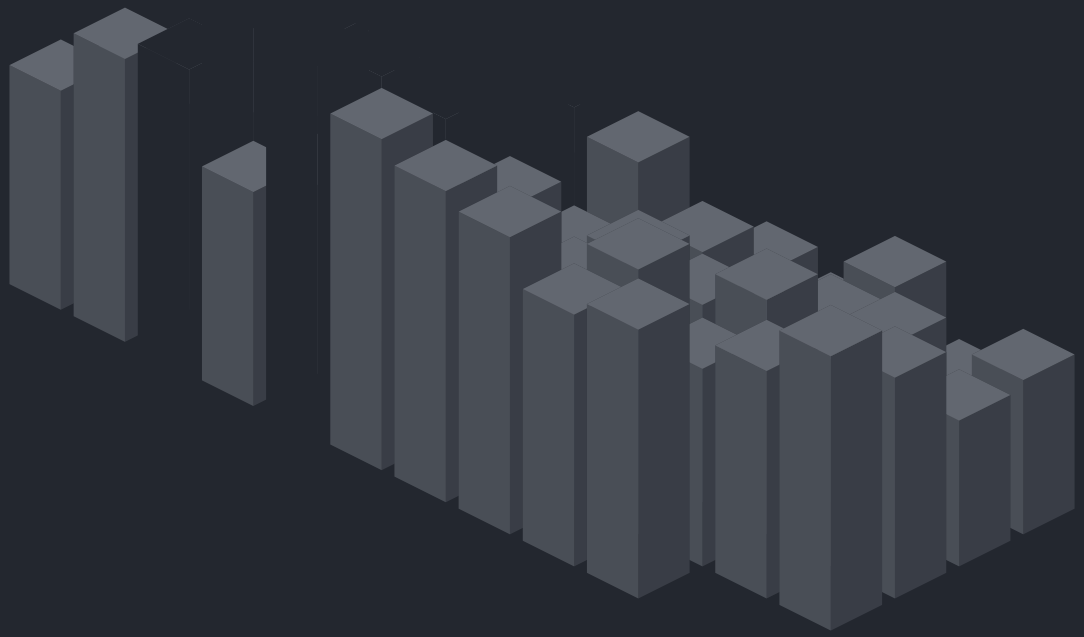
المهند مساعد المزيني

محلل بيانات

خمس دراسات حالة في تحليل البيانات

almuhnd.me



جميع الدراسات مبنية على بيانات محاكاة

لنتحدث

الجوال

+966 59 108 8799

البريد

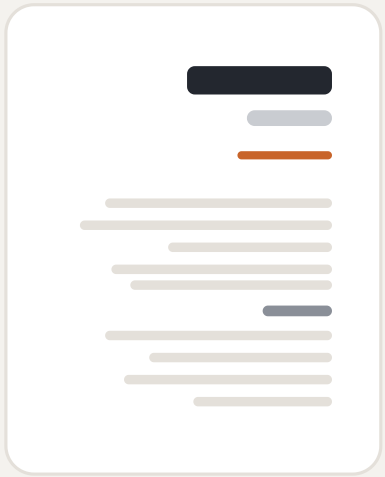
almuhnd9@gmail.com

الموقع

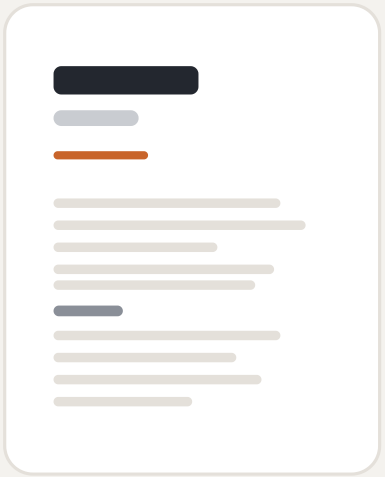
almuhnd.me

المدينة المنورة

السيرة الذاتية



العربية



English

اضغط على البطاقة لفتح السيرة

من أنا وكيف أعمل

نبذة

محلل بيانات حاصل على ماجستير الاقتصاد الإسلامي. أحلّل البيانات المالية والتشغيلية للتطبيقات والمشاريع التقنية، وأحوّلها إلى مؤشرات وتقارير واضحة تدعم القرار.

التعليم

ماجستير الاقتصاد الإسلامي، الجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة، 2024.
بحث الماجستير: المصرفية المفتوحة ودورها في دعم القطاع المصرفي في المملكة.

الأدوات

Power BI · SQL · PostgreSQL · SPSS · Excel

كيف أعمل

1. **السؤال**
   أبدأ بسؤال العمل المطلوب جوابه، لا بالبيانات المتاحة.
2. **البيانات**
   أحدّد مصدر كل رقم وتعريفه قبل أي حساب.
3. **التنظيف**
   أفحص النواقص والتكرار والقيم الشاذة، وأوثّق ما عُدِّل.
4. **التحليل**
   أختار أبسط طريقة تجيب عن السؤال، وأطابق النتيجة بحساب ثانٍ.
5. **التوصية**
   أنتهي بقرار واحد قابل للتنفيذ، ومؤشر يقيس نجاحه.

الدراسات الخمس

01 **من هم أفضل عملائنا، وأين نخسر الطلبات؟**
التحليل الوصفي وتقسيم العملاء
46% من المبيعات تصنعها شريحة واحدة من العملاء

02 **لماذا يتوقف المستخدمون بعد الشهر الأول؟**
تحليل الأفواج والاحتفاظ
2.6 ضعف الاحتفاظ لمن يبدأ سريعاً

03 **هل النمو مربح، وكم يكفي النقد؟**
التحليل المالي واقتصاديات الوحدة
14.7 شهراً لاسترداد تكلفة اكتساب العميل

04 **ما العوامل المؤثرة في نية العملاء استخدام خدمات المصرفية المفتوحة؟**
الإحصاء الاستدلالي
0.39 معامل أثر الثقة والأمان

05 **كم سيكون الطلب في الأشهر الستة القادمة؟**
السلاسل الزمنية والتنبؤ
4.5% متوسط خطأ التنبؤ الشهري

46% من المبيعات يصنعها 12% من العملاء، وأكبر خسارة للطلبات عند الدفع.

إجمالي قيمة المبيعات GMV
11.9 مليون ر.س
▲ 23.5% عن النصف الأول 2025

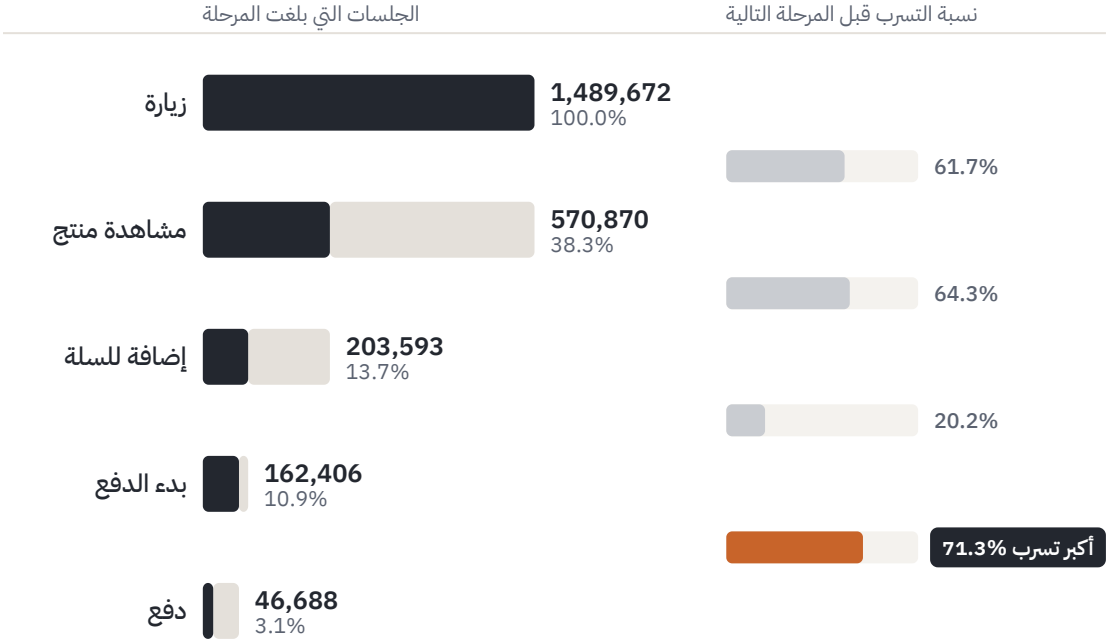
متوسط قيمة الطلب AOV
265 ر.س
▲ 4.3% عن النصف الأول 2025

معدل التحويل CR
3.13%
0.0 نقطة عن النصف الأول 2025

نسبة عمولة المنصة Take rate
10.0%
0.0 نقطة عن النصف الأول 2025

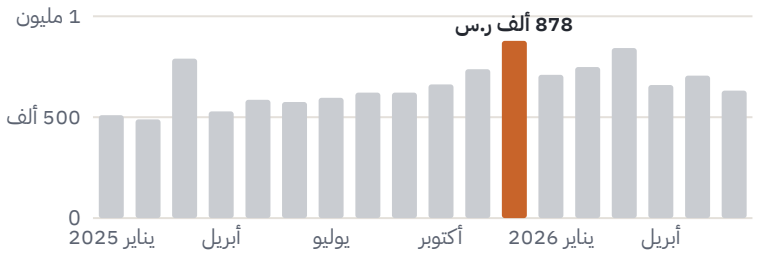
أين نخسر الطلبات؟

الجلسات التي بلغت كل مرحلة، ونسبة التسرب بين كل مرحلتين



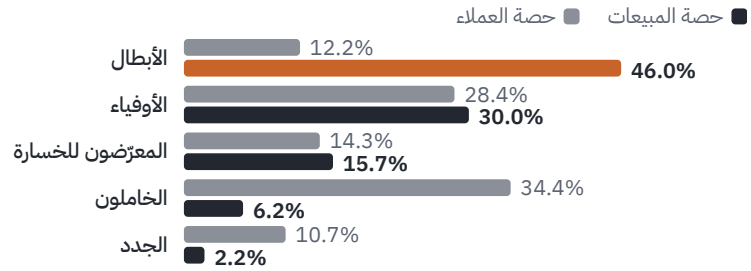
كيف تتحرك المبيعات؟

إجمالي قيمة المبيعات الشهري



من يصنع المبيعات؟

حصة كل شريحة من العملاء ومن المبيعات



بيانات محاكاة لأغراض العرض — لا تمثل جهة حقيقية

السؤال

من هم أفضل عملائنا، وأين نخسر الطلبات؟

البيانات

- 18 شهراً: يناير 2025 – يونيو 2026.
- 46,688 طلباً من 8,000 عميل و120 بائعاً.
- 1.5 مليون جلسة تصفح، ولكل جلسة أبعد مرحلة بلغتها في القمع.
- الحقول الرئيسية: تاريخ الطلب، قيمته، عمولة المنصة، الفئة، المدينة، القناة، حالة الطلب.

المنهج

1. تثبيت التعريفات أولاً: المبيعات هي الطلبات المدفوعة غير الملغاة.
2. بناء القمع من أبعد مرحلة بلغتها كل جلسة، ثم حساب نسبة التسرب بين كل مرحلتين متتاليتين.
3. تقسيم العملاء بدرجات خُمسية للحداثة والتكرار والقيمة، ثم تصنيفهم في خمس شرائح بقواعد معلنة.
4. مطابقة كل نتيجة بحسابين مستقلين قبل اعتمادها.

قواعد الشرائح، تُطبَّق بالترتيب

الأبطال	R ≥ 4 و F + M = 10
الأوفياء	R ≥ 3 و F + M ≥ 6
الجدد	R ≥ 4
المعرّضون للخسارة	F + M ≥ 6
الخاملون	ما عدا ذلك

R الحداثة، F التكرار، M القيمة. أعلى درجة هي الأفضل.

النتائج

1 شريحة صغيرة تصنع أكبر حصة

46% من المبيعات

شريحة الأبطال تمثل 12.2% من العملاء المشترين، وتصنع 46.0% من المبيعات.

2 أكبر تسرب عند خطوة الدفع

71% ممن بدأوا الدفع لم يكملوه

النسبة 77.7% على متصفح الجوال مقابل 63.9% على التطبيق.

3 عمولة المنصة تتفاوت بين الفئات

10.0% متوسط نسبة العمولة

تتراوح بين 6.3% في فئة إلكترونيات و15.0% في فئة الجمال والعناية.

دليل الأداة

استعلام تقسيم العملاء كما نُفِّذ على قاعدة البيانات، بدالة النوافذ NTILE.

```
WITH base AS (
  SELECT customer_id,
         DATE '2026-07-01' - MAX(order_date) AS recency,
         COUNT(*) AS frequency, SUM(amount) AS monetary
  FROM orders WHERE status = 'completed'
  GROUP BY customer_id
), scored AS (
  SELECT *,
    NTILE(5) OVER (ORDER BY recency DESC, customer_id) AS r,
    NTILE(5) OVER (ORDER BY frequency, customer_id)    AS f,
    NTILE(5) OVER (ORDER BY monetary, customer_id)     AS m
  FROM base
)
SELECT CASE WHEN r >= 4 AND f + m = 10 THEN 'champions'
            WHEN r >= 3 AND f + m >= 6 THEN 'loyal'
            WHEN r >= 4                THEN 'new'
            WHEN f + m >= 6            THEN 'at_risk'
            ELSE 'dormant' END AS segment,
       COUNT(*) AS customers, SUM(monetary) AS gmv
FROM scored GROUP BY 1 ORDER BY gmv DESC;
```

التوصية

تبسيط خطوة الدفع على متصفح الجوال أولاً. لو بلغ إتمام الدفع فيه معدل التطبيق لزادت الطلبات بنحو 11,956 طلب، أي قرابة 3 مليون ر.س.

مؤشر النجاح: نسبة إتمام الدفع على متصفح الجوال، وهي الآن 22.3%.

حدود التحليل

البيانات محاكاة. الفرق بين القناتين ارتباط لا يثبت السببية، ويُتحقق منه باختبار مقارن. التقسيم مبني على سلوك الشراء وحده.

من ينفّذ أول عملية خلال 48 ساعة يبقى بمعدل 2.6 ضعف غيره.

المستخدمون النشطون شهرياً MAU
6,163
▲ 6.8% عن مايو 2026

معدل الالتصاق DAU/MAU
24.3%
▲ 0.5 نقطة عن مايو 2026

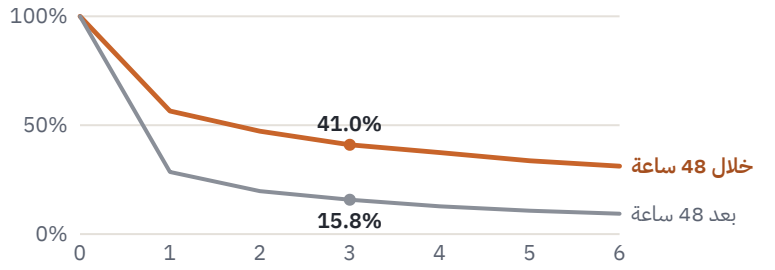
حجم المدفوعات TPV
12.8 مليون ر.س
▲ 5.9% عن مايو 2026

مدة الوصول لأول عملية TTFT
31 ساعة
وسيط المدة بين التسجيل وأول عملية

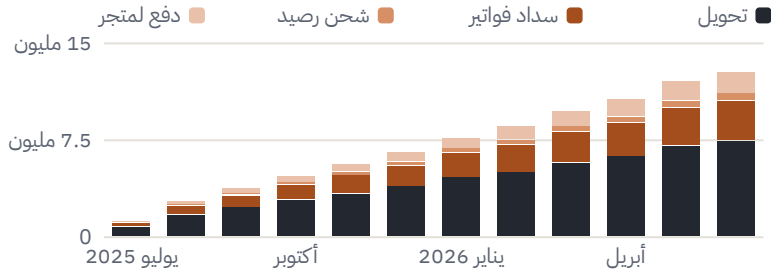
كم يبقى من كل فوج؟
نسبة النشطين من الفوج في كل شهر بعد أول عملية

الفوج	الحجم	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
يوليو 2025	973	100%	42%	32%	28%	24%	21%	20%	18%	17%	16%	15%	13%
أغسطس 2025	1,141	100%	43%	33%	29%	25%	22%	20%	19%	17%	16%	15%	
سبتمبر 2025	1,206	100%	42%	32%	29%	25%	22%	19%	19%	16%	15%		
أكتوبر 2025	1,325	100%	42%	33%	27%	24%	21%	19%	18%	16%			
نوفمبر 2025	1,461	100%	39%	31%	27%	24%	21%	19%	16%				
ديسمبر 2025	1,381	100%	41%	33%	27%	24%	21%	19%					
يناير 2026	1,692	100%	46%	37%	30%	27%	24%	بداية التحسّن					
فبراير 2026	1,700	100%	47%	37%	32%	28%							
مارس 2026	1,735	100%	44%	37%	30%								
أبريل 2026	1,886	100%	46%	37%									
مايو 2026	1,932	100%	47%										
يونيو 2026	1,958	100%											

هل تغيّر سرعة البدء شيئاً؟
الاحتفاظ حسب أشهر العمر



فيمَ تُستخدم المحفظة؟
حجم المدفوعات الشهري حسب نوع العملية



بيانات محاكاة لأغراض العرض — لا تمثل جهة حقيقية

محفظة رقمية ومدفوعات

التحليل

السؤال

لماذا يتوقف المستخدمون بعد الشهر الأول؟

البيانات

- 12 فوجاً شهرياً: يوليو 2025 – يونيو 2026.
- 25,000 مستخدم مسجَّل، و387,702 عملية من أربعة أنواع.
- لكل مستخدم: وقت التسجيل، وقت إكمال التحقق، وقت أول عملية.
- لكل عملية: وقتها، نوعها، قيمتها، حالتها.

المنهج

1. الفوج هو من نفّذ أول عملية ناجحة في الشهر نفسه.
2. المستخدم نشط في الشهر إن نفّذ فيه عملية ناجحة واحدة على الأقل.
3. الاحتفاظ: النشطون من الفوج في كل شهر بعد أول عملية، مقسومين على حجم الفوج.
4. مقارنة احتفاظ من بدأ خلال 48 ساعة من التسجيل بمن تأخر.
5. تحديد الفوج الذي تغيّر عنده الاحتفاظ بمقارنة متوسط ما قبله بمتوسط ما بعده.

النتائج

1 البداية السريعة تضاعف البقاء

2.6 ضعف احتفاظ المتأخرين

بعد ثلاثة أشهر يبقى 41.0% ممن بدأوا خلال 48 ساعة، مقابل 15.8% ممن تأخروا.

2 كثير من المسجلين لا يبدأ أصلاً

26% سجّلوا ولم ينفّذوا أي عملية

و60.9% فقط من المسجلين نفّذوا أول عملية خلال أسبوع.

3 الاحتفاظ تحسّن من فوج يناير 2026

46% احتفاظ الشهر الأول

مقابل 41.4% قبله. ومعه ارتفعت نسبة البادئين سريعاً من 46.0% إلى 62.1%.

دليل الأداة

استعلام جدول احتفاظ الأفواج كما نُفِّذ على قاعدة البيانات.

```
WITH first_tx AS (
  SELECT user_id, date_trunc('month', MIN(tx_at)) AS cohort
  FROM transactions WHERE status = 'success'
  GROUP BY user_id
), activity AS (
  SELECT DISTINCT f.cohort, t.user_id,
         date_trunc('month', t.tx_at) AS month
  FROM transactions t JOIN first_tx f USING (user_id)
  WHERE t.status = 'success'
), counted AS (
  SELECT cohort, COUNT(*) AS active,
         (EXTRACT(year  FROM age(month, cohort)) * 12 +
          EXTRACT(month FROM age(month, cohort)))::int AS n
  FROM activity GROUP BY cohort, n
)
SELECT to_char(cohort, 'YYYY-MM') AS cohort, n AS month_n,
       active,
       ROUND(active::numeric / FIRST_VALUE(active) OVER (
         PARTITION BY cohort ORDER BY n), 4) AS retention
FROM counted ORDER BY cohort, n;
```

التوصية

دفع المستخدم الجديد إلى أول عملية خلال 48 ساعة: تذكير بعد التسجيل، واختصار خطوات التحقق، وحافز صغير على العملية الأولى.

مؤشر النجاح: نسبة من ينفّذ أول عملية خلال 48 ساعة، وهي الآن 55.4% من المفعَّلين.

حدود التحليل

البيانات محاكاة. سرعة البدء مرتبطة بالبقاء ولا تثبت أنها سببه، فقد يكون البادئون سريعاً أحوج إلى الخدمة أصلاً. يُحسم ذلك بتجربة على عيّنة.

الإيراد ينمو 4.2% شهرياً، لكن استرداد تكلفة العميل طال من 8.7 إلى 14.7 شهراً.

الإيراد الشهري المتكرر MRR
524 ألف ر.س
الإيراد السنوي المتكرر ARR 6.3 مليون ر.س

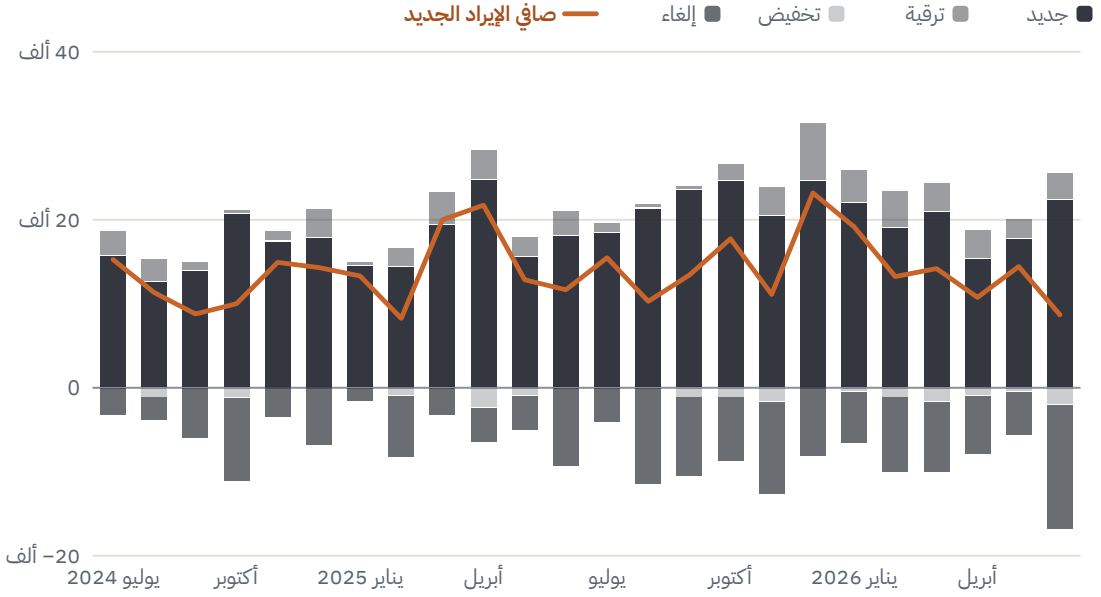
هامش الربح الإجمالي GM
79.8%
عن الربع الثاني 2025 ▲ 1.7 نقطة

قيمة العميل إلى تكلفته LTV:CAC
2.8
عن الربع الثاني 2025 ▼ −1.8

كفاية النقد Runway
16.0 شهراً
بمتوسط الحرق لآخر 3 أشهر

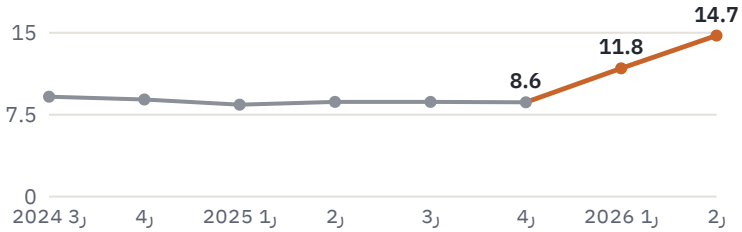
من أين يأتي النمو وأين يتسرب؟

حركة الإيراد الشهري المتكرر، بالريال



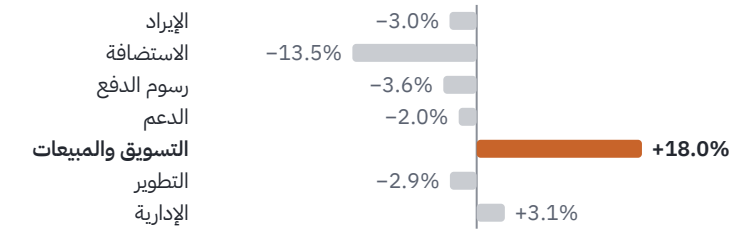
كم شهراً لاسترداد تكلفة العميل؟

فترة استرداد الاكتساب لكل ربع



أين خالفنا الموازنة؟

انحراف الفعلي عن موازنة النصف الأول 2026



بيانات محاكاة لأغراض العرض — لا تمثل جهة حقيقية

السؤال

هل النمو مربح، وكم يكفي النقد؟

البيانات

- 24 شهراً: يوليو 2024 – يونيو 2026.
- سجل اشتراكات 875 عميلاً على ثلاث باقات، بحركاته: جديد، ترقية، تخفيض، إلغاء.
- قائمة دخل شهرية: تكلفة مباشرة (استضافة، رسوم دفع، دعم)، تسويق ومبيعات، تطوير، إدارية.
- موازنة النصف الأول 2026 مقابل الفعلي، والرصيد النقدي الشهري.

المنهج

1. بناء حركة الإيراد الشهري المتكرر من سجل الاشتراكات، والتحقق من أن الافتتاحي مع الحركات يساوي الختامي.
2. حساب اقتصاديات الوحدة لكل ربع: تكلفة الاكتساب، القيمة الدائمة، فترة الاسترداد.
3. نسبة التسرب تُحسب على آخر اثني عشر شهراً لتخفيف تذبذب الأرباع.
4. مقارنة الفعلي بالموازنة لكل بند، وحساب كفاية النقد من متوسط الحرق لآخر ثلاثة أشهر.

النتائج

1 اكتساب العميل صار أغلى

73%

ارتفاع تكلفة الاكتساب خلال عام

من 5,697 ر.س إلى 9,871 ر.س للعميل، فطالت فترة الاسترداد من 8.7 إلى 14.7 شهراً.

2 النسبة دون القاعدة الشائعة

2.8

القيمة الدائمة إلى تكلفة الاكتساب

كانت 4.6 قبل عام. القاعدة الشائعة ثلاثة إلى واحد، وهي قاعدة عملية لا معيار رسمي.

3 التسويق تجاوز موازنته

18%

فوق موازنة النصف الأول 2026

والاستضافة أقل من موازنتها بنسبة 13.5%. والنقد يكفي 16.0 شهراً بالحرق الحالي.

دليل الأداة

معادلات آخر ربع كما هي في خلايا المصنف، ثم نتائجها لآخر خمسة أرباع.

تكلفة اكتساب العميل	L9	=D9/E9	9,871 ر.س
القيمة الدائمة للعميل	M9	=J9*I9/K9	27,151 ر.س
فترة استرداد الاكتساب	O9	=L9/(J9*I9)	14.7 شهراً

الربع	تكلفة الاكتساب	LTV:CAC	الاسترداد
الربع الثاني 2025	5,697 ر.س	4.6	8.7 شهراً
الربع الثالث 2025	5,655 ر.س	4.3	8.7 شهراً
الربع الرابع 2025	5,677 ر.س	4.4	8.6 شهراً

التوصية

إيقاف زيادة مصروف التسويق حتى تعود فترة الاسترداد قرب مستواها قبل عام، وتحليل الاكتساب حسب القناة لمعرفة مصدر الارتفاع.

مؤشر النجاح: فترة استرداد الاكتساب، وهي الآن 14.7 شهراً مقابل 8.7 قبل عام.

حدود التحليل

البيانات محاكاة. تكلفة الاكتساب محسوبة على مجموع المصروف دون تفصيل بالقناة، والقيمة الدائمة تفترض ثبات نسبة التسرب.

الثقة والأمان أقوى ما يدفع العميل للتجربة، والوعي بالخدمة وحده لا يكفي.

حجم العينة
n
385
معادلة كوكران: ثقة 95% وهامش خطأ 5%

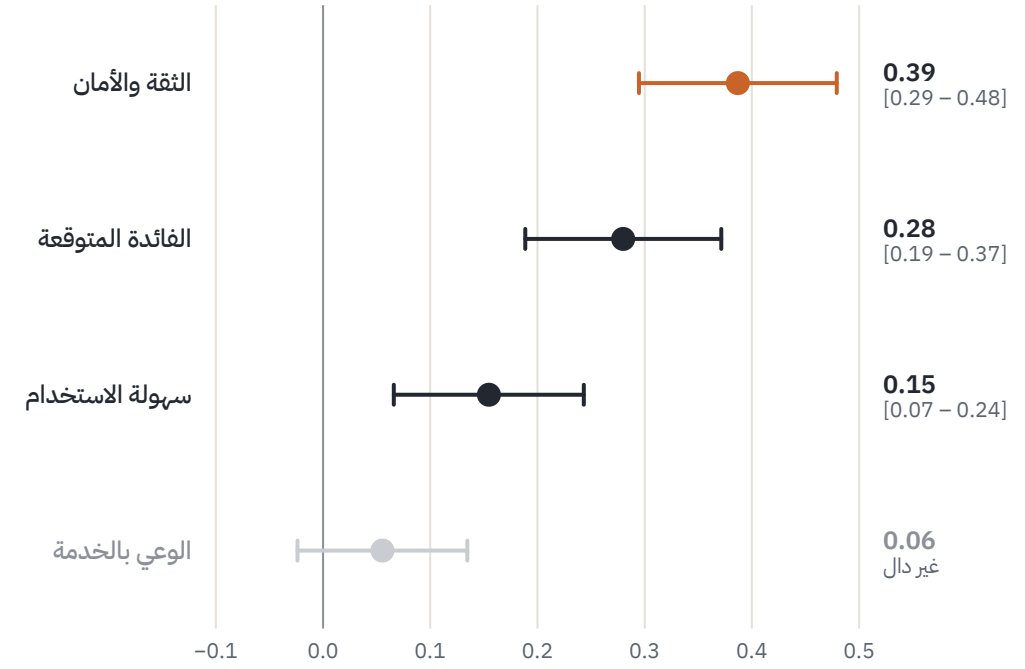
معامل التحديد المعدّل
Adj. R^2
0.52
ما يفسّره النموذج من تباين نية الاستخدام

أقوى معامل بيتا
β
0.39
الثقة والأمان

ألفا كرونباخ
α
0.85 – 0.88
مدى المحاور الخمسة، وحد القبول 0.70

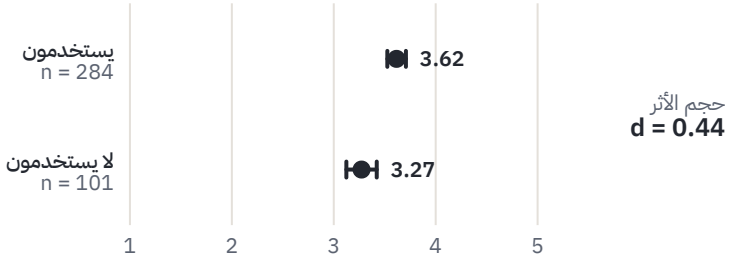
أي العوامل أقوى أثراً؟

معاملات بيتا القياسية وفترات الثقة عند مستوى 95%



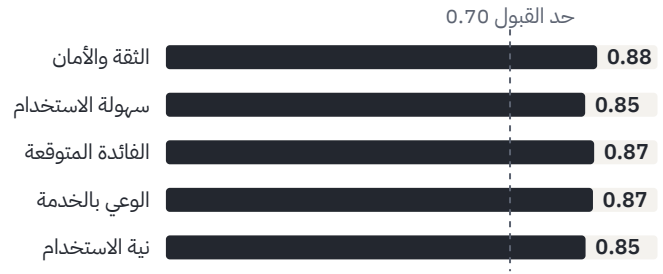
هل يختلف مستخدمو التطبيقات المالية؟

متوسط نية الاستخدام من خمسة



هل المقياس ثابت؟

ألفا كرونباخ لكل محور



بيانات محاكاة لأغراض العرض — لا تمثل جهة حقيقية

استبيان تقبّل المصرفية المفتوحة

التحليل

السؤال

ما العوامل المؤثرة في نية العملاء استخدام خدمات المصرفية المفتوحة؟

البيانات

- استبيان محاكى من 385 مستجيباً، وهو حجم العينة بمعادلة كوكران عند ثقة 95% وهامش خطأ 5%.
- 20 عبارة بمقياس ليكرت الخماسي في أربعة محاور: الثقة والأمان، سهولة الاستخدام، الفائدة المتوقعة، الوعي بالخدمة.
- المتغير التابع: نية الاستخدام. والمتغيرات الديموغرافية: الجنس، الفئة العمرية، المؤهل، استخدام التطبيقات المالية.
- ليست بيانات رسالة الماجستير. الموضوع قريب منها والبيانات مولَّدة.

المنهج

1. ثبات كل محور بمعامل ألفا كرونباخ، ثم درجة المحور هي متوسط عباراته.
2. اختبار ت لعينتين مستقلتين بين مستخدمي التطبيقات المالية وغيرهم، مع حجم الأثر.
3. تحليل التباين الأحادي بين الفئات العمرية، مع مربع إيتا.
4. انحدار متعدد لنية الاستخدام على المحاور الأربعة، مع فحص التعدد الخطي.

النتائج

1 الثقة والأمان أقوى العوامل

0.39 معامل بيتا القياسي

تليها الفائدة المتوقعة (0.28) ثم سهولة الاستخدام (0.15). والنموذج يفسّر 52% من تباين نية الاستخدام.

2 الوعي بالخدمة وحده لا يكفي

0.06 معامل الوعي، غير دال إحصائياً

قيمة الدلالة 0.17 أعلى من 0.05. من يعرف الخدمة لا ينوي استخدامها ما لم يثق بها ويرَ فائدتها.

3 مستخدمو التطبيقات المالية أعلى نية

0.44 حجم الأثر

متوسط النية 3.62 مقابل 3.27 من خمسة، والفرق دال إحصائياً. أما الفروق بين الفئات العمرية فغير دالة إحصائياً.

دليل الأداة

جدول معاملات الانحدار المتعدد، والمتغير التابع نية الاستخدام.

العامل	بيتا	قيمة ت	الدلالة	VIF
الثقة والأمان	0.39	8.24	<0.001	1.78
الفائدة المتوقعة	0.28	6.02	<0.001	1.75
سهولة الاستخدام	0.15	3.43	<0.001	1.64
الوعي بالخدمة	0.06	1.37	0.170	1.31

الاختبار	الإحصاءة	الدلالة	حجم الأثر
اختبار ت: استخدام التطبيقات	3.83	<0.001	0.44
تحليل التباين: الفئة العمرية	0.83	0.479	0.01

التوصية

بناء الثقة قبل التعريف بالخدمة: إظهار ضمانات الأمان والترخيص وحق سحب الموافقة في أول شاشة، ثم شرح الفائدة العملية.

مؤشر النجاح: متوسط محور الثقة والأمان في قياس لاحق، وهو الآن 3.27 من خمسة.

حدود التحليل

استبيان محاكى، وليس بيانات رسالة الماجستير. الانحدار يبيّن ارتباطاً لا سببية، والنتائج لا تُعمَّم على مجتمع حقيقي.

بيانات محاكاة لأغراض العرض — لا تمثل جهة حقيقية

مواسم المدينة هجرية: نموذج يراعيها يخطئ 4.5% فقط، مقابل 8.5% للمقارنة بالسنة الماضية.

نسبة الإشغال — Occ
68.4%
▲ 4.8 نقطة آخر 12 شهراً عن سابقتها

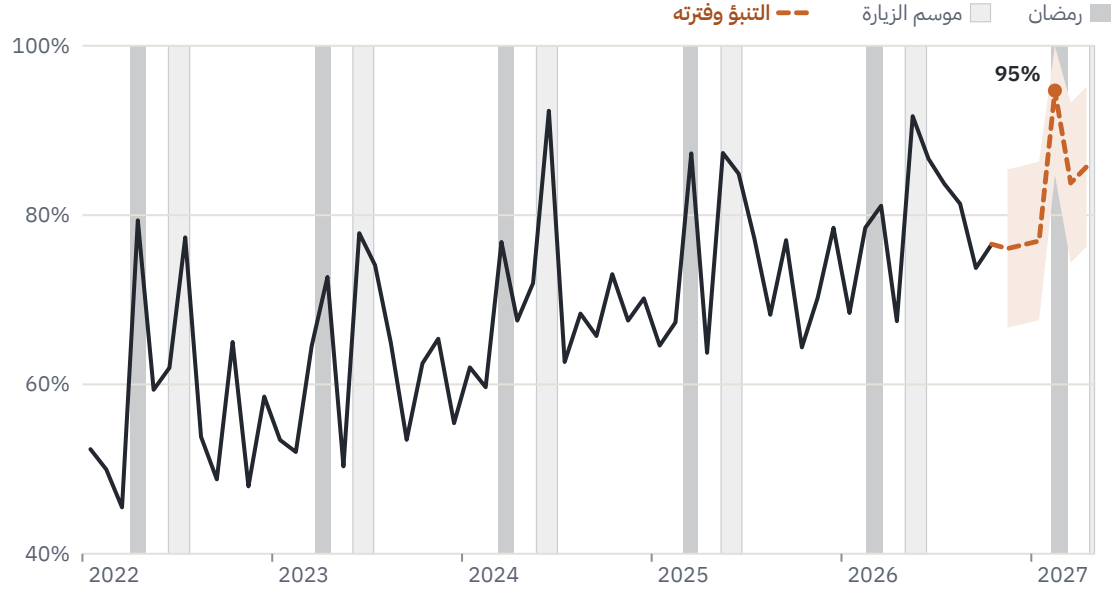
متوسط السعر اليومي — ADR
593 ر.س
▲ 7.0% آخر 12 شهراً عن سابقتها

العائد لكل غرفة متاحة — RevPAR
406 ر.س
▲ 14.1% آخر 12 شهراً عن سابقتها

متوسط الخطأ النسبي — MAPE
4.5%
على 6 أشهر لم يرها النموذج

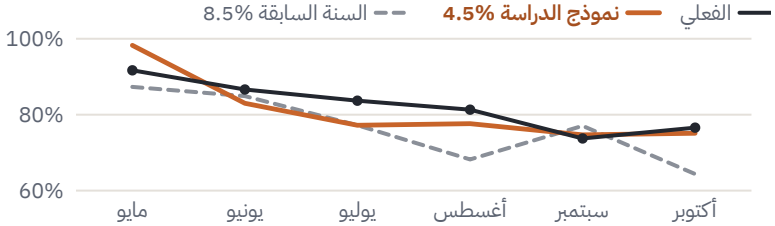
كيف يتحرك الطلب مع المواسم الهجرية؟

نسبة الإشغال الشهرية، ثم التنبؤ حتى أبريل 2027



أي النموذجين أدق؟

الفعلي والمتوقع في أشهر الاختبار



متى يبلغ العائد ذروته؟

العائد لكل غرفة متاحة بالريال، الأشهر الميلادية × السنوات

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
2022	235	217	188	492	293	339	480	249	214	341	209	288
2023	251	241	362	446	230	498	455	347	254	330	357	272
2024	329	309	499	399	439	665	339	390	369	438	386	412
2025	361	384	627	353	615	596	491	400	494	369	425	512
2026	409	528	568	400	694	618	581	555	470	502		

بيانات محاكاة لأغراض العرض — لا تمثل جهة حقيقية

إشغال فنادق المدينة المنورة

التحليل

السؤال

كم سيكون الطلب في الأشهر الستة القادمة؟

البيانات

- بيانات يومية لـ12 فندقاً افتراضياً: ثلاث فئات في منطقتين، المركزية وخارجها.
- يناير 2022 – أكتوبر 2026: 21,180 سجلاً يومياً تُجمَّع في 58 شهراً.
- لكل يوم: الغرف المتاحة، الغرف المباعة، إيراد الغرف.
- تواريخ رمضان وموسم الزيارة محسوبة بتقويم أم القرى.

المنهج

1. بناء متغيرين شهريين: نسبة أيام الشهر الواقعة في رمضان، ونسبتها الواقعة في موسم الزيارة.
2. انحدار خطي للإشغال الشهري على الاتجاه العام ومتغيري الموسم الهجري وإجازة الصيف.
3. التدريب على 52 شهراً، والاختبار على آخر 6 أشهر.
4. المقارنة بنموذج بسيط: الشهر الميلادي نفسه من السنة السابقة.
5. ثم التنبؤ بـ6 أشهر مع فترة تنبؤ عند مستوى 95%.

النتائج

1 مراعاة التقويم الهجري تقلّل الخطأ

4.5% متوسط الخطأ النسبي للنموذج

مقابل 8.5% عند مقارنة الشهر بمثيله من السنة السابقة، على 6 أشهر لم يرها النموذج.

2 الموسم الهجري يرفع الإشغال

24.7 نقطة

أثر شهر كامل من موسم الزيارة

ورمضان يرفعه 23.1 نقطة. والموسمية أشد في المنطقة المركزية: 29.6 نقطة مقابل 17.2 نقطة خارجها.

3 الذروة القادمة في فبراير 2027

95% إشغال متوقع

بين 85% و100% عند مستوى 95%. والسعر اليومي يرتفع في أشهر الموسم إلى 672 ر.س مقابل 557 ر.س خارجها.

دليل الأداة

أشهر الاختبار التي لم يرها النموذج، ثم معاملات نموذج الانحدار.

شهر الاختبار	الفعلي	النموذج	السنة السابقة
مايو 2026	91.7%	98.3%	87.3%
يونيو 2026	86.7%	83.0%	84.9%
يوليو 2026	83.7%	77.2%	77.2%
أغسطس 2026	81.3%	77.6%	68.2%
سبتمبر 2026	73.8%	74.7%	77.0%
أكتوبر 2026	76.6%	75.1%	64.4%

متغير النموذج	أثره على الإشغال	الدلالة
الاتجاه العام (لكل سنة)	5.4 نقطة	<0.001
شهر كامل في رمضان	23.1 نقطة	<0.001
شهر كامل في موسم الزيارة	24.7 نقطة	<0.001
إجازة الصيف	4.4 نقطة	0.007

التوصية

تخطيط التسعير والعمالة بالتقويم الهجري لا الميلادي: رفع الجاهزية قبل فبراير 2027، وعدم مقارنة أي شهر بمثيله الميلادي من السنة الماضية.

مؤشر النجاح: متوسط الخطأ النسبي للتنبؤ الشهري، وهو الآن 4.5%.

حدود التحليل

البيانات محاكاة، فدقة النموذج توضّح المنهج ولا تمثل دقة متوقعة في سوق حقيقي. والنموذج خطي لا يلتقط الأحداث الاستثنائية.

المهارة ودليلها

	المهارة	الدراسة التي تثبتها	أبرز نتيجة
01	**التحليل الوصفي وتقسيم العملاء**	سوق إلكتروني	**46%** من المبيعات تصنعها شريحة واحدة من العملاء
02	**تحليل الأفواج والاحتفاظ**	محفظة رقمية ومدفوعات	**2.6** ضعف الاحتفاظ لمن يبدأ سريعاً
03	**التحليل المالي واقتصاديات الوحدة**	تقرير مالي لشركة تقنية باشتراكات	**14.7 شهراً** لاسترداد تكلفة اكتساب العميل
04	**الإحصاء الاستدلالي**	استبيان تقبّل المصرفية المفتوحة	**0.39** معامل أثر الثقة والأمان
05	**السلاسل الزمنية والتنبؤ**	إشغال فنادق المدينة المنورة	**4.5%** متوسط خطأ التنبؤ الشهري

يسعدني عرض أي دراسة بالتفصيل والإجابة عن منهجها.

التواصل

الجوال +966 59 108 8799

البريد almuhnd9@gmail.com

الموقع almuhnd.me

المهند مساعد المزيني

محلل بيانات

المدينة المنورة | almuhnd9@gmail.com | 0591088799

النبذة المهنية

محلل بيانات حاصل على ماجستير الاقتصاد الإسلامي، بخبرة عملية في تحليل البيانات المالية والتشغيلية للتطبيقات والمشاريع التقنية. أدير دورة حياة البيانات كاملة: من استخراجها من قواعد البيانات العلائقية (SQL) وضبط جودتها، مرورًا بالنمذجة الإحصائية والمالية باستخدام SPSS وExcel، وصولًا إلى تصميم لوحات مؤشرات قيادية في Power BI مرتبطة بمؤشرات الأداء الاستراتيجية (KPIs). أجمع بين الدقة المحاسبية في تدقيق الأرقام والقدرة على صياغة التقارير التنفيذية وسرد البيانات (Data Storytelling) لدعم صناع القرار ورفع كفاءة الإنفاق والتشغيل.

المؤهل التعليمي

الجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة 2024

ماجستير الاقتصاد الإسلامي | المعدل 4.75 من 5

بحث الماجستير: المصرفية المفتوحة ودورها في دعم القطاع المصرفي في المملكة العربية السعودية.

الجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة 2018

بكالوريوس الشريعة | المعدل 4.16 من 5

الخبرات

عمل حر فبراير 2023 – حتى الآن

محلل بيانات وتقارير مالية

- استخراج البيانات من قواعد PostgreSQL باستعلامات SQL متقدمة، وبناء مسارات لتنظيفها والتحقق من صحتها لضمان دقة التقارير وموثوقيتها.
- تصميم لوحات مؤشرات تفاعلية في Power BI وExcel لمتابعة مؤشرات الأداء التشغيلية والمالية (KPIs) لحظيًا.
- إعداد النماذج المالية والتقارير الدورية لتحليل الإيرادات وهيكلة التكاليف وكفاءة الإنفاق، وعرضها على أصحاب المشاريع.
- تحويل المخرجات الرقمية إلى توصيات استراتيجية تدعم صناع القرار في الميزانية وأولويات العمل.

مؤسسة تجارية مايو 2021 – ديسمبر 2022

محاسب

- إعداد تقارير مالية دورية وتحليل البيانات التشغيلية لتزويد الإدارة بصورة واضحة عن الأداء المالي.
- تنفيذ التسويات البنكية ومتابعة التسويات التجارية دعمًا لإدارة السيولة والتدفقات النقدية.
- المشاركة في إعداد الموازنة السنوية والإقرارات الضريبية وتوفير البيانات المالية الداعمة للقرار.
- مسك القيود اليومية والأستاذ العام بما يضمن دقة البيانات المالية وموثوقيتها.

المهارات

- **أدوات التحليل:** Power BI، Excel (جداول محورية، نمذجة مالية)، SQL (PostgreSQL)، SPSS.
- **التحليل الكمي والإحصائي:** الإحصاء الوصفي والاستدلالي، اختبار الفرضيات، تحليل الانحدار، التنبؤ بالسلاسل الزمنية، تحليل الشرائح والأفواج.
- **إدارة وحوكمة البيانات:** تنظيف البيانات وتجهيزها (ETL / Data Wrangling)، تدقيق جودة البيانات ومطابقتها، تصميم مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs).
- **التحليل المالي والتشغيلي:** تحليل الموازنات وكفاءة الإنفاق، تحليل الانحرافات، النمذجة المالية، تقييم الأثر الاقتصادي.
- **القيادة والتواصل:** سرد البيانات، تبسيط المعطيات المعقدة لغير المتخصصين، إعداد التقارير التنفيذية، التفكير النقدي وحل المشكلات، العمل ضمن فريق.

الدورات

- دورة التحليل الإحصائي المتقدم ببرنامج SPSS | الجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة.

اللغات

- **العربية:** اللغة الأم | **الإنجليزية:** إجادة تامة للمصطلحات التقنية والمالية وإعداد التقارير.

Almuhannad Musaed Almuzaini

Data Analyst

Madinah, Saudi Arabia | almuhnd9@gmail.com | +966 59 108 8799

Professional Summary

Data analyst with a Master's degree in Islamic Economics and hands-on experience analyzing financial and operational data for tech projects. Manages the full data lifecycle: extracting data from relational databases (SQL) and ensuring its quality, through statistical and financial modeling (SPSS, Excel), to executive Power BI dashboards tied to strategic KPIs. Combines accounting precision with executive reporting and data storytelling to support decision-makers and improve spending and operational efficiency.

Education

Islamic University of Madinah 2024
Master of Islamic Economics | GPA 4.75 / 5
Thesis: Open Banking and Its Role in Supporting the Banking Sector in the Kingdom of Saudi Arabia.

Islamic University of Madinah 2018
Bachelor of Sharia | GPA 4.16 / 5

Experience

Freelance Feb 2023 – Present
Data & Financial Reporting Analyst

- Extracted data from PostgreSQL databases with advanced SQL queries and built data cleansing and validation pipelines to ensure accurate, reliable reporting.
- Designed interactive Power BI and Excel dashboards to track operational and financial KPIs in real time.
- Built financial models and periodic reports on revenue, cost structure, and spending efficiency.
- Turned analytical outputs into strategic recommendations for decision-makers on budgets and work priorities.

Trading Establishment May 2021 – Dec 2022
Accountant

- Prepared periodic financial reports and analyzed operational data to give management a clear view of financial performance.
- Performed bank reconciliations and followed up on trade reconciliations to support liquidity and cash-flow management.
- Contributed to the annual budget and tax returns, providing financial data to support decision-making.
- Maintained daily journal entries and the general ledger, ensuring accurate and reliable financial data.

Skills

- **Analytics tools:** Power BI, Excel (pivot tables, financial modeling), SQL (PostgreSQL), SPSS.
- **Quantitative & statistical analysis:** descriptive and inferential statistics, hypothesis testing, regression, time-series forecasting, segment and cohort analysis.
- **Data management & governance:** data cleaning and preparation (ETL / data wrangling), data quality auditing and reconciliation, KPI design.
- **Financial & operational analysis:** budget and spending-efficiency analysis, variance analysis, financial modeling, economic impact assessment.
- **Communication & leadership:** data storytelling, simplifying complex findings for non-specialists, executive reporting, critical thinking, problem solving, teamwork.

Courses

- Advanced Statistical Analysis with SPSS | Islamic University of Madinah

Languages

- **Arabic:** native | **English:** full command of technical and financial terminology and reporting