

Final Project 1

Code: MGM 496-PMG496

Project Template

Faculty of Management
Midocean University

أثر التحفيز المالي على أداء الموظفين : دراسة تطبيقية في قطاع التسويق بمدينة الرياض .

أسم الطالب

عبدالرحمن بن عبدالعزيز عمر

مشروع تخرج- 1

كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف

د. عبدالرحيم نادر

عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

2025-11-28م - الفصل الدراسي الثالث

جدول المحتويات

1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة	3
1.1. المقدمة:	4
1.2. مشكلة الدراسة	5
1.2.1. فجوات على المستوى النظري	5
1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي	5
1.3. أهمية الدراسة	6
1.3.1. على المستوى النظري:	6
1.3.2. على المستوى التطبيقي:	6
1.4. أسئلة الدراسة	7
1.5. أهداف الدراسة	8
1.6. فرضيات الدراسة	9
1.7. نموذج الدراسة	10
1.8. منهجية الدراسة	11
1.9. الدراسة الميدانية	12
1.10. مخطط المشروع المقترح	13
2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة	14
2.1. المقدمة:	15
2.2. المتغير المستقل	15
2.3. المتغير التابع	15
2.4. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع	15

16.....	2.5.الخاتمة
16.....	قائمة المراجع

1.الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

1.1. المقدمة:

يعتبر التحفيز المالي من العوامل الأساسية التي تؤثر على أداء الموظفين في المؤسسات المختلفة، وخاصة في قطاعات مثل التسويق حيث يتطلب الأمر دافعية عالية لتحقيق النتائج المرجوة. تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف أثر التحفيز المالي على أداء موظفي التسويق في مدينة الرياض، بتحديد كيفية تأثير المكافآت والحوافز على الإنتاجية والرضا الوظيفي.

سيتضمن البحث معلومات أساسية حول مفهوم التحفيز المالي وأهميته في بيئة العمل، بالإضافة إلى الآليات التي يمكن من خلالها تحفيز الموظفين. سيتم تحليل العلاقة بين مستويات التحفيز المالي وأداء الموظفين، ليتسنى لصانعي القرار اتخاذ استراتيجيات فعالة لتحسين بيئة العمل.

يمكن أن تسهم نتائج هذه الدراسة في تطوير استراتيجيات تحفيزية فعالة، مما يؤدي إلى بيئة عمل أكثر إنتاجية وتحقيق الأهداف المؤسسية بكفاءة.

1.2. مشكلة الدراسة

على الرغم من اعتماد العديد من مؤسسات قطاع التسويق بمدينة الرياض على التحفيز المالي كأحد الأدوات الأساسية لرفع مستويات أداء الموظفين، إلا أن هناك تبايناً في النتائج العملية والدراسات العلمية حول مدى فعالية هذا النوع من التحفيز. وهذا ما يشير إلى وجود فجوتين رئيسيتين تتطلبان الدراسة والتحليل:

1.2.1. فجوات على المستوى النظري

تُظهر الأدبيات والدراسات السابقة اختلافاً في تفسير العلاقة بين التحفيز المالي وأداء الموظفين؛ فبعض الدراسات تؤكد وجود تأثير إيجابي مباشر، بينما تشير دراسات أخرى إلى محدودية هذا التأثير أو خضوعه لعوامل وسيطة مثل الرضا الوظيفي أو بيئة العمل. هذا التباين يكشف عن نقص في الوضوح العلمي بشأن مدى قوة وثبات أثر التحفيز المالي داخل قطاعات مختلفة، ومنها قطاع التسويق تحديداً.

1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي

على مستوى التطبيقات العملية داخل مؤسسات التسويق بمدينة الرياض، يُلاحظ أن العديد منها يُطبق برامج تحفيز مالي دون قياس دقيق لارتباطها بمستويات الأداء الفعلية للموظفين. كما لا توجد بيانات واضحة حول مدى فعالية هذه البرامج في تحسين الإنتاجية أو تحقيق الأهداف التشغيلية. مما يشير إلى قصور في التقييم العملي لاستراتيجيات التحفيز المالي وتأثيرها الحقيقي على أداء الموظفين في هذا القطاع.

سؤال البحث

إلى أي مدى يؤثر التحفيز المالي على أداء الموظفين في قطاع التسويق بمدينة الرياض؟

1.3. أهمية الدراسة

1.3.1. على المستوى النظري:

يسهم هذا البحث في تعزيز الإطار النظري المتعلق بعلاقة التحفيز المالي بأداء الموظفين، من خلال توضيح أثر التحفيز المالي في أحد القطاعات الحيوية وهو قطاع التسويق بمدينة الرياض. كما يسد جزءاً من الفجوة الناتجة عن تباين نتائج الدراسات السابقة، حيث يقدم توضيحاً أعمق حول قوة هذه العلاقة، وبذلك يثري الأدبيات العلمية المرتبطة بالسلوك التنظيمي وإدارة الموارد البشرية.

1.3.2. على المستوى التطبيقي:

يقدم هذا البحث قيمة عملية لمؤسسات التسويق في مدينة الرياض، إذ يساعدها على تقييم فعالية استراتيجيات التحفيز المالي المطبقة لديها، ومعرفة مدى تأثيرها على أداء موظفيها. كما يمكن أن يسهم في توجيه أصحاب القرار نحو تطوير سياسات تحفيزية أكثر كفاءة، ودعم تصميم برامج تستند إلى بيانات واقعية تعزز الإنتاجية وترفع مستوى الرضا الوظيفي داخل القطاع.

1.4. أسئلة الدراسة

السؤال الرئيسي :

1. ما مدى أثر التحفيز المالي على أداء الموظفين في قطاع التسويق بمدينة الرياض؟

الأسئلة الفرعية:

2. ما أنواع أساليب التحفيز المالي الأكثر شيوعاً في مؤسسات قطاع التسويق بمدينة الرياض؟

3. ما مدى إدراك الموظفين لفعالية الحوافز المالية المقدمة لهم؟

4. هل يسهم التحفيز المالي في تحسين مستوى الإنتاجية وجودة الأداء لدى الموظفين؟

5. ما العوامل الأخرى التي قد تؤثر في العلاقة بين التحفيز المالي وأداء الموظفين في قطاع التسويق؟

6. إلى أي مدى تختلف استجابة الموظفين لبرامج التحفيز المالي باختلاف خصائصهم الوظيفية (مثل

الخبرة، الدور الوظيفي، أو مستوى المسؤوليات)؟

1.5. أهداف الدراسة

الهدف الرئيسي :

1- قياس أثر التحفيز المالي على أداء الموظفين في قطاع التسويق بمدينة الرياض.

الأهداف

الأهداف الفرعية:

1- تحديد أساليب التحفيز المالي الشائعة المستخدمة في مؤسسات قطاع التسويق بمدينة الرياض.

2- تقييم مستوى إدراك الموظفين لفعالية الحوافز المالية المقدمة لهم.

3- تحليل مدى تأثير التحفيز المالي على مستوى الإنتاجية وجودة الأداء لدى الموظفين.

4- التعرف على العوامل المؤثرة في العلاقة بين التحفيز المالي وأداء الموظفين (مثل الخبرة، الدور الوظيفي، أو بيئة العمل

5- تقديم توصيات عملية لتحسين برامج التحفيز المالي بما ينعكس على رفع مستوى أداء الموظفين في قطاع التسويق.

1.6. فرضيات الدراسة

الفرضية الرئيسة:

H1: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتحفيز المالي على أداء الموظفين في قطاع التسويق بمدينة الرياض

الفرضيات الفرعية:

H1-1: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى الحوافز المالية المدفوعة ومستوى الإنتاجية لدى الموظفين.

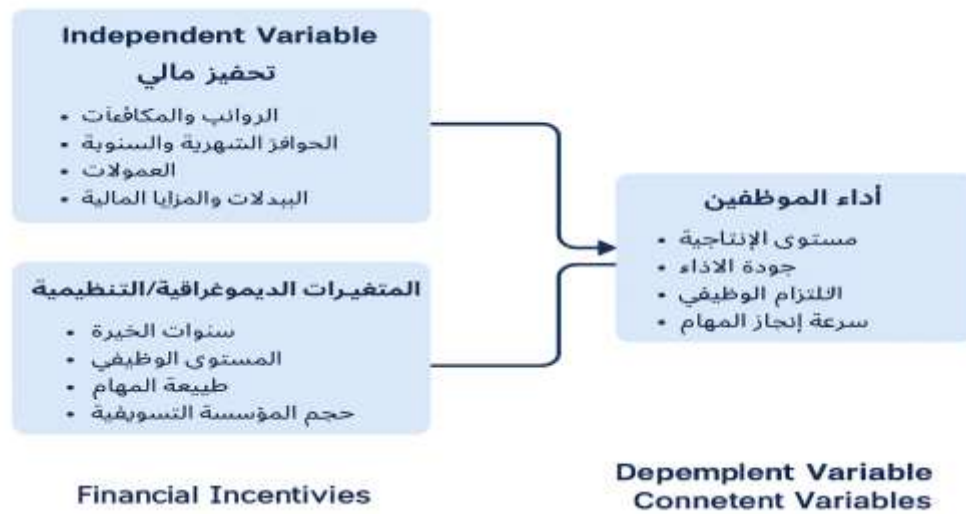
H1-2: توجد علاقة إيجابية بين إدراك الموظفين لفعالية الحوافز المالية وبين جودة أدائهم الوظيفي.

H1-3: تختلف استجابة الموظفين للتحفيز المالي باختلاف خصائصهم الوظيفية (مثل سنوات الخبرة أو مستوى المسؤوليات)

H1-4: تسهم الحوافز المالية في رفع مستويات الالتزام الوظيفي مما ينعكس على تحسين الأداء.

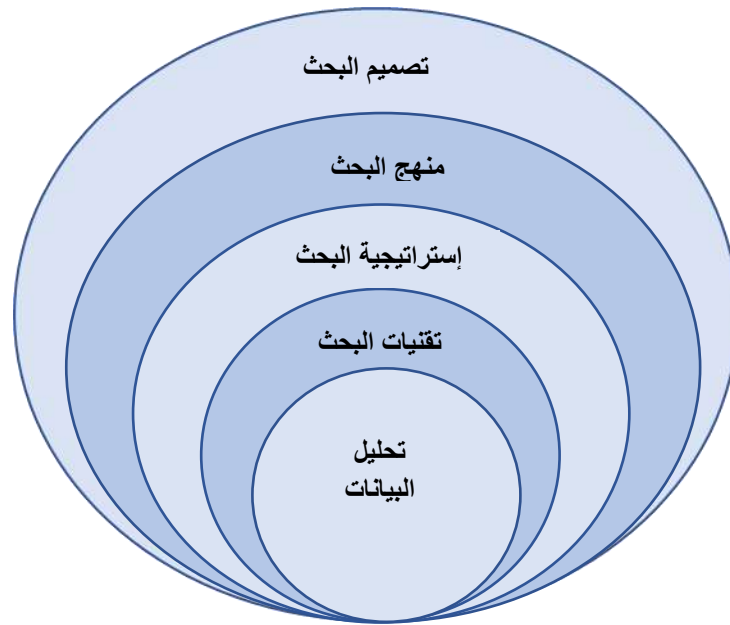
1.7. نموذج الدراسة

يقترح النموذج أن التحفيز المالي يمثل عاملاً رئيسياً يمكن أن يسهم في تحسين أداء الموظفين داخل قطاع التسويق. كما يفترض أن هذه العلاقة قد تتعزز أو تضعف بناءً على خصائص الموظفين أو طبيعة المؤسسات، مما يوجه الباحث إلى تحليل كمي للعلاقة واختبار الفرضيات باستخدام البيانات الميدانية.



الشكل 1 : نموذج البحث

1.8. منهجية الدراسة



الشكل 2 : منهجية البحث

1.9. الدراسة الميدانية

عنوان الدراسة:

أثر التحفيز المالي على أداء الموظفين في قطاع التسويق بمدينة الرياض.

الهدف:

التعرّف بسرعة على واقع التحفيز المالي وقياس تأثيره المباشر على أداء الموظفين.

المنهجية:

استبيان مختصر وُزِعَ على مجموعة من موظفي التسويق في عدة شركات بالرياض.

النتائج:

أظهرت البيانات أن زيادة الحوافز المالية ترتبط بارتفاع مستوى الإنتاجية وتحسن جودة الأداء لدى الموظفين.

الاستنتاج:

التحفيز المالي عامل رئيسي مؤثر إيجابياً على أداء الموظفين في قطاع التسويق.

التوصيات:

تعزيز برامج الحوافز المالية وربطها بشكل أوضح بنتائج الأداء.

1.10. مخطط المشروع المقترح

يهدف المشروع المقترح إلى تحليل تأثير التحفيز المالي على أداء العاملين داخل بيئة العمل، من خلال تصميم نموذج تطبيقي بسيط يوضح العلاقة بين مستوى الحوافز المالية ومستوى الإنتاجية. يعتمد المخطط على تحديد المتغيرات الأساسية، وآلية جمع البيانات، وطريقة تحليلها، للوصول إلى تصور واضح حول فعالية التحفيز المالي كأداة لتحسين الأداء.

1. مقدمة المشروع
2. مشكلة الدراسة
3. أهداف المشروع
4. أسئلة وفرضيات البحث
5. منهجية الدراسة
6. مجتمع وعينة الدراسة

2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة

2.1. المقدمة:

2.2. المتغير المستقل

2.3. المتغير التابع

2.4. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع

2.5. الخاتمة

قائمة المراجع