

Final Project 1

Code: MGM 496-PMG496

Project Template

Faculty of Management
Midocean University

أثر نتائج المبيعات على نجاح موظفين في قطاع بيع الأجهزة الترفيهية
بالمملكة العربية السعودية: دراسة تطبيقية على شركة Geekay للألعاب
في جدة

محمد وليد عزي

.....

مشروع تخرج- 1
كلية الإدارة- جامعة ميد أوشن

إشراف

د. Alaa Ahmed

د. Sara Faried

د. Rokaya Salah

عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميد أوشن

2026 - الفصل الدراسي الأول

جدول المحتويات

3	1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة
4	1.1. المقدمة:
5	1.2. مشكلة الدراسة
5	1.2.1. فجوات على المستوى النظري
5	1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي
6	1.3. أهمية الدراسة
6	1.3.1. على المستوى النظري
6	1.3.2. على المستوى التطبيقي
7	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
11	1.10. مخطط المشروع المقترح
	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
12	قائمة المراجع

1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

1.1. المقدمة:

أصبحت بيئة الأعمال تشهد تحولات متسارعة بسبب التطور التكنولوجي و وبسبب ذلك اشتدت المنافسة في الأسواق مما دفع المؤسسات إلى التركيز بشكل أكبر على كفاءة الموارد البشرية باعتبارها أحد أهم مصادر الميزة التنافسية المستدامة ويعد القطاع البيع التجزئة من أكثر القطاعات ارتباطا بالأداء الفردي للعاملين حيث موظفو المبيعات نقطة اتصال الرئيسة بين المؤسسة والعميل وفي المملكة العربية السعودية يشهد قطاع بيع الأجهزة الترفيهية نموا ملحوظا بارتفاع الطلب الاستهلاكي وانتشار التقنيات الحديثة وتطور سلوك المستهلك وفي ظل هذا النمو أصبحت نتائج المبيعات مؤشر رئيسي تعتمد عليه الشركات في تقييم أداء الموظفين ومنح الحوافز و منح فرص الترقى الوظيفي بالحكم على نجاحهم المهني إلا ان نجاح الموظف لا يقتصر على تحقيق الأهداف البيعية فحسب بل يمتد ليشمل ابعاد اخرى مثل الاستقرار المهني وفرص التطور الوظيفي والتقدير الإداري للموظف ومن هنا تبرز الحاجة الى الدراسة علمية بتوضيح مدى تأثير نتائج المبيعات على نجاح الموظفين في هذا القطاع الحيوي داخل السوق السعودي.

"أشارت الأدبيات الإدارية إلى أن أنظمة تقييم الأداء والحوافز المرتبطة بالنتائج تسهم في تعزيز تحفيز الموظفين ورفع مستوى أدائهم" (Al-Kazlah & badkook,2021)

"إن ربط المكافآت بالأداء يسهم في تحسين الإنتاجية في بيع التجزئة" (ابوحميد,2021)

"إن فعالية نظام التقييم الأداء تسهم في تحسين مستوى أداء العاملين وتعزيز التزامهم التنظيمي" (Al-Amr & Al-hogail,2014)

ورغم أهمية هذه النتائج إلا أن العلاقة المباشرة بين النتائج المبيعات كمؤشر رقمي محدد و بين النجاح الوظيفي لا تزال بحاجة إلى دراسة متخصصة في قطاع الأجهزة الترفيهية وهو ما أسعى إليه لوصول حل لمعالجته و تكون هذه الدراسة مصدر للشركات في هذا المجال لتحسين ونجاح الموظفين وتحقيق نتائج المبيعات معا.

1.2. مشكلة الدراسة

تعتمد شركات بيع الأجهزة الترفيهية في المملكة العربية السعودية على نتائج المبيعات كمؤشر رئيس لتقييم أداء الموظفين إلا أن النجاح لا يقتصر على تحقيق أهداف نتائج المبيعات بل يشمل ذلك أبعاد متعددة مثل الترقى الوظيفي والاستقرار المهني و التقدير المؤسسي و الحوافز

وتشير الدراسات السابقة إلى أهمية تقييم الأداء والحوافز في تحسين أداء العاملين (Al-Amri & Al-Hogali, 2014; أبوحمد, 2021) ألا أن هناك نقصاً في الدراسات التي تناولت أثر نتائج المبيعات على النجاح المهني في قطاع متخصص مثل الأجهزة الترفيهية داخل المملكة

كما أن الاعتماد المكثف على المؤشرات البيعية قد يؤدي إلى تضيق نطاق تقييم الموظف على الجانب الكمي فقط دون مراعاة الجوانب النوعية التي تسهم في بناء مسار مهني صحيح ومن هنا تبرز الحاجة إلى دراسة علمية تحلل أثر نتائج المبيعات على نجاح الموظفين في هذا القطاع.

1.2.1. فجوات على المستوى النظري:

أظهرت مراجعة الأدبيات أن غالبية الدراسات ركزت على تقييم الأداء أو الحوافز أو ممارسات الموارد البشرية بصورة عامة دون التركيز على نتائج المبيعات كمتغير مستقل وتأثيره بشكل مباشر في النجاح الوظيفي كما لم تدمج أدبيات إدارة المبيعات مع مفهوم النجاح المهني ضمن إطار تحليلي موحد في البيئة السعودية مما يشير إلى وجود حاجة لتطوير نموذج يربط بين الأداء البيعي و النجاح الوظيفي في هذا القطاع.

1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي:

يعتمد العديد من الشركات الأجهزة الترفيهية على نتائج المبيعات كمقياس أساسي لتقييم الموظفين دون وجود مؤشرات متوازنة تراعي الجوانب النوعية لأداء كما يفتقر هذا القطاع إلى بحوث ميدانية متخصصة تدعم قرارات الإدارة بطرق قائمة على الأدلة العلمية الأمر الذي يبرز الحاجة إلى دراسة تطبيقية تساهم في تطوير أدوات التقييم أكثر شمولاً وعليه يأتي السؤال الرئيسي الآتي:

ما أثر نتائج المبيعات على نجاح الموظفين في قطاع بيع الأجهزة الترفيهية بالمملكة العربية السعودية ؟

1.3. أهمية الدراسة

تتبع أهمية هذا المقترح من أهمية المتزايدة التي تحظى بها قطاع بيع الأجهزة الترفيهية في المملكة العربية السعودية في ظل تطور الاقتصادي والتقني وما يصاحبه من ارتفاع مستوى المنافسة و اعتماد الشركات على نتائج المبيعات كمؤشر رئيس لتقييم الأداء وهنا يبرز الفهم العلمي لطبيعة العلاقة بين هذي النتائج و بين نجاح الموظف المهني.

1.3.1. على المستوى النظري:

تتمثل الأهمية النظرية لهذا المقترح في مساهمته في تطوير الإطار المعرفي الذي يربط بين النتائج المبيعات كأحد أهم مؤشرات الأداء الكمية وبين مفهوم النجاح الوظيفي مثل الترقية و الاستقرار الوظيفي والتقدير الإداري كما تساهم الدراسة في دمج علم إدارة المبيعات مع علم إدارة الموارد البشرية ضمن نموذج تحليلي موحد الأمر الذي يعزز البناء النظري في هذا المجال إضافة إلى ذلك يسعى المقترح إلى سد فجوة بحثية تتمثل في محدودية الدراسات التي تناولت هذا الموضوع في بيئة العمل السعودي وخاصة في قطاع الأجهزة الترفيهية مما يضيف بعد جديد لأبحاث المحلية و دعم المعرفة في هذا المجال.

1.3.2. على المستوى التطبيقي:

تظهر الأهمية العلمية والتطبيقية للدراسة في إمكانية الاستفادة من نتائجها من قبل إدارات الشركات وصناع القرار في قطاع الأجهزة الترفيهية من خلال تطوير أنظمة تقييم أداء شمولي و عادل يراعي جميع الجوانب الكمية والنوعية الأداء الوظيفي منا يمكن أن تسهم نتائج الدراسة في إعادة النظر في آليات ربط النتائج المبيعات في الحوافز والترقيات بما يعزز العدالة والاستقرار المهني للعاملين ومن المتوقع ان تساعد مخرجات المقترح في تحسين سياسات إدارة المواهب و تصميم برامج تحفيزية قائمة على أسس علمية مما ينعكس بشكل إيجابي على أداء الشركات و استمرارية التنافس في هذا القطاع.

1.4. أسئلة الدراسة

سؤال الدراسة الرئيسي:

ما أثر نتائج المبيعات على نجاح الموظفين في قطاع بيع الأجهزة الترفيهية بالمملكة العربية السعودية ؟

أسئلة الدراسة الفرعية:

ما طبيعة العلاقة بين نتائج المبيعات ونجاح الموظفين في قطاع بيع الأجهزة الترفيهية؟

ما مدى تأثير نتائج المبيعات على الترقى الوظيفي للموظفين ؟

ما أثر نتائج المبيعات على الحوافز المادية والمعنوية؟

1.5. أهداف الدراسة

الهدف العام للبحث هو:

تحليل العلاقة بين نتائج المبيعات ونجاح الموظفين في قطاع بيع الأجهزة الترفيهية.

أهداف البحث الفرعية:

قياس أثر نتائج المبيعات على الترقى الوظيفي .

دراسة تأثير نتائج المبيعات على الحوافز المادية والمعنوية.

تحليل أثر نتائج المبيعات على الاستقرار المهني .

1.6. فرضيات الدراسة

الفرضية الرئيسية H1

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نتائج المبيعات ونجاح الموظفين.

الفرضية الفرعية الأولى H1a

تؤثر نتائج المبيعات تأثيرًا إيجابيًا على الترقى الوظيفي.

الفرضية الفرعية الثانية H1b

تؤثر نتائج المبيعات تأثيرًا إيجابيًا على الحوافز المادية والمعنوية.

الفرضية الفرعية الثالثة H1c

توجد علاقة إيجابية بين نتائج المبيعات والاستقرار المهني.

1.7. نموذج الدراسة

المتغير التابع

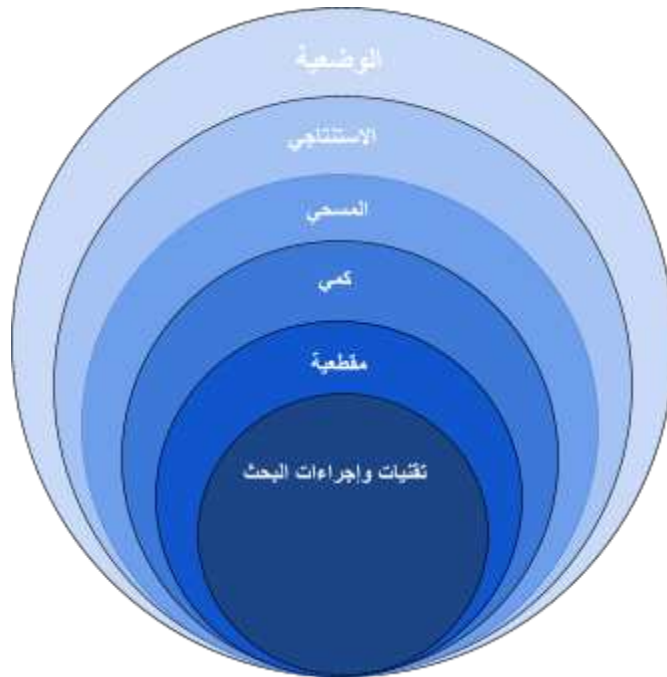


المتغير المستقل

الشكل 1: نموذج الدراسة (اعداد الطالب)

1.8. منهجية الدراسة

- فلسفة الدراسة: الوضعية
- استراتيجية الدراسة: المسحي
- اختيار الدراسة: كمي
- الأفق الزمني: مقطعية
- تقنيات وإجراءات الدراسة: الاستبانة كأداة رئيسة لجمع البيانات



الشكل 2 : ملخص منهجية الدراسة (اعداد الطالب)

1.9. الدراسة الميدانية

تُطبق هذه الدراسة ميدانيًا على إحدى شركات بيع الألعاب الإلكترونية في مدينة جدة، وهي شركة متخصصة في بيع الأجهزة الترفيهية والمنتجات المرتبطة بها. ويُعد اختيار هذه الشركة مناسبًا نظرًا لاعتمادها بشكل كبير على نتائج المبيعات في تقييم أداء موظفيها، مما يوفر بيئة تطبيقية ملائمة لدراسة العلاقة بين نتائج المبيعات والنجاح الوظيفي.

1.10 : مخطط الدراسة المقترحة

الفصل الأول: المقدمة

الفصل الثاني: الإطار النظري

الفصل الثالث : منهجية الدراسة

الفصل الرابع: منهجية الدراسة

الفصل الخامس: مناقشة النتائج و الخاتمة

قائمة المراجع

1. Al-Amri, M., & Al-Hogail, K. (2014). The effectiveness of performance appraisal system and its impact on employees' performance in private sector companies in Riyadh. مجلة العلوم الإدارية والاقتصادية، 7(2)، 135-181.
2. Al-Kazlah, S. A. H., & Badkook, R. O. (2021). The effect of human resource management practices on employees' motivation and creativity in the private sector of Saudi Arabia. International Review of Management and Marketing, 11(5), 1-8.
3. أبوحيمد، م. ب. س. (2021). أثر الحوافز المادية والمعنوية على أداء العاملين: دراسة تطبيقية على موظفي شركة جريز بمدينة الرياض. مجلة العلوم الإدارية، 28(1)، 45-72.
4. Al-Harbi (2017) K. M. Saudi Arabian employee performance and human resource management methods. Business and Management International Journal
5. S. M. Al-Ghamdi (2018). The effect of Saudi Arabian leadership style on worker performance. Journal of Business and Social Science International