

عنوان المشروع
تأثير التحفيز على رضا وأداء العاملين في قطاع ناسا للتصميم بتطبيق في
مدينة مكة المكرمة

أسم الطالب

شهد عبدالسلام عبدالله

الرقم الجامعي

2021205420

مشروع تخرج- 1

كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف

د. منى مصطفى العشري

عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

التاريخ- الفصل الدراسي

جدول المحتويات

1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة	2
1.1. المقدمة:	3
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:	6
1.4. أسئلة الدراسة	7
1.5. أهداف الدراسة	7
1.6. فرضيات الدراسة	7
1.7. نموذج الدراسة	9
1.8. منهجية الدراسة	10
1.9. الدراسة الميدانية	10
1.10. مخطط المشروع المقترح	12
2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة	
1.....	1
	3
2.1. المقدمة:	14
2.2. المتغير المستقل	14
2.3. المتغير التابع	14
2.4. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع	14
2.5. الخاتمة	15

1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

1.1. المقدمة:

منذ نهايات القرن الماضي، استخدمت العديد من المنظمات الإنتاجية التحفيز كأداة رئيسية لتحسين الإنتاجية ورفع مستوى جودة المنتجات وأداء العاملين (Foreman & Arthur, 1995). هذا المنهج ساهم بشكل كبير في تحقيق أهداف المنظمة مثل زيادة الربحية وتعزيز الحصة السوقية، بالإضافة إلى بناء علاقات طويلة الأمد مع العملاء. يهدف التحفيز إلى تعزيز رضا العاملين من خلال تلبية حاجاتهم وتحفيزهم لتحقيق أداء متميز، مما ينعكس إيجاباً على رضا العملاء الخارجيين. من خلال تحقيق مستويات عالية من الرضا بين العاملين، يمكن تجنب المشاكل المحتملة مثل رفضهم أو استيائهم من تقديم المنتجات والخدمات، مما يساهم في تحقيق أهداف المنظمة بشكل فعال ومستدام. (ALmajali, M., Bashabsheh, A., & ALmajali, H. (2016).

إنّ سياسات التحفيز تعدّ من العوامل الأساسية التي تستخدمها المنظمات لتحقيق رضا العاملين وبناء بيئة عمل مثمرة. تركز هذه السياسات على خلق درجات عالية من الولاء التنظيمي وتعزيز الرضا الوظيفي، والذان يعدّان أساسيين في تعزيز أداء العاملين. تحاول الدراسات التحليلية مثل تلك التي أجريت في شركات الاتصال بتثاد، فهي تبحث عن أنماط التحفيز وتأثيرها الفعّال على الأداء الوظيفي بشكل علمي. من خلال دراسة تطبيقية في أنجينا، استخدمت الدراسة أدوات مثل الاستبيانات لتحديد علاقة إيجابية ومعنوية بين استخدام الحوافز وتحسين أداء العاملين. كما نتجت الدراسة عن توصيات مهمة، منها ضرورة إدارة الحوافز بشكل عادل والاهتمام ببرامج التدريب والتأهيل لرفع كفاءة العمل في المؤسسات. (د. محمد النور آدم أحمد، د. الطيب حسن تجاني، & د. محمد بشر الكاتب. (في الفترة من 2018-2022م)).

في عالم ريادة الأعمال، تمثل التحفيزات المتقدمة تحولاً هاماً في الفكر الإداري التنظيمي، حيث تبرز مفاهيم إدارية جديدة تركز بشكل أساسي على المورد البشري باعتباره رأس المال الفكري الأساسي لأي مؤسسة. يسعى القادة اليوم إلى تعزيز رضا العاملين من خلال تبني استراتيجيات التمكين الإداري، التي تهدف إلى بناء الثقة وتحفيز الإبداع والأداء المتميز بين الفرق العاملة. تعزز مثل هذه الاستراتيجيات البيئة الداخلية للمؤسسة، وتحفز على التفكير الإبداعي وابتكار الحلول غير التقليدية لتحقيق الأهداف الإنتاجية والأدائية بشكل أكثر فعالية ومرونة. يُعتبر التحفيز عاملاً أساسياً لدعم رضا العاملين وإشراكهم بشكل أكبر في عمليات الشركة، مما يساهم في تحقيق النجاح المؤسسي والاستمرارية في مواجهة التحديات المتزايدة في سوق الأعمال المعاصر. (بن عابيد بشرى الخير 2022).

في ظل المنافسة الشديدة في الأسواق اليوم، يُعد التركيز على العنصر البشري واستثماره على المدى الطويل أحد أهم مرتكزات نجاح المنظمات الصناعية والخدمية. تواجه المنظمات ظروف اقتصادية واجتماعية تؤثر بشكل كبير على العاملين، مما يبرز أهمية تحفيزهم وتعزيز رضاهم الوظيفي. تعتبر عمليات إنتاج الخدمة وتقديمها تبدأ من الموظفين في نقاط مختلفة، مما يجعل التحفيز والتدريب أساسيات لضمان تقديم خدمات متميزة وتحقيق رضا العملاء. تحليل مكونات وأساليب التحفيز يساهم في إنشاء بيئة عمل تعزز الرضا والأداء الفعال، مما يعزز من ولاء العملاء ونجاح المنظمة في السوق. (بومعل، & أبوبكر الصديق 2022).

تهتم إدارات المنظمات بإدارة الموارد البشرية من خلال دراسة العوامل المؤثرة في أداء العاملين، بهدف رفع مستوى الإنتاجية والكفاءة داخل المنظمات. يُعتبر توفير موارد بشرية مؤهلة وتطوير مهارات العمال جوانب أساسية لتحقيق هذا الهدف (حلابية، 2013). بالإضافة إلى ذلك، يجب على المنظمات التقدير والاعتراف بجهود موظفيها من خلال تحفيزهم للحفاظ على أداء فعال ومستمر، حيث أظهرت الدراسات أن الحوافز، سواء كانت مادية أو معنوية، تلعب دوراً بارزاً في تعزيز الدافعية لدى العاملين (حمد، 2020). المنظمات الناجحة هي التي تستثمر في تفعيل كافة أنواع الحوافز لتعزيز رضا وأداء موظفيها، مما يساهم في تحقيق أهدافها الاستراتيجية بنجاح (الصديق، 2015). ورغم توفر المنظمات الجزائرية على موارد مالية ومادية كبيرة، إلا أنها تواجه تحديات في تحسين أداء موظفيها في ظل البيئة الاقتصادية المتغيرة والتنافس مع المؤسسات الأجنبية. لذا، يُحث الباحثون على التفكير الاستراتيجي لتحقيق تحسينات في الأداء المؤسسي والربط بين أهداف المنظمة والأهداف الشخصية للعاملين، مما يساهم في تعزيز التزامهم ومساهماتهم في نجاح المنظمة واستدامتها. (لميس ريان، حرش، سالم، & حسين. 2023).

إدارة المؤسسات المختلفة تولي اهتماماً كبيراً للعنصر البشري عبر البحث عن العوامل المؤثرة في إنتاجية وكفاءة العاملين. يهدف المسؤولون إلى تحقيق أقصى كفاءة ممكنة للعمال من خلال توفير العمالة المهرة والمؤهلة وتنمية مهاراتهم الضرورية. ومع ذلك، يتوقف تحقيق هذا الهدف على وجود دافع يحفز العمل، حيث تعتمد كفاءة الفرد على القدرة والرغبة في العمل. القدرة تتضمن المهارات والمعارف والقدرات الشخصية، بينما الرغبة تتأثر بعوامل التحفيز التي تعزز سلوك الفرد نحو تحقيق أهداف المؤسسة. أساليب التحفيز متنوعة وقد تكون إيجابية أو سلبية، وقد تتمثل في حوافز مادية أو معنوية، مما يبرز أهمية دراسة تأثيرات هذه العوامل على رضا العاملين وأدائهم داخل المؤسسات (ميدوني صارة، لونس نبيلة 2023).

جاح أي مؤسسة اقتصادية يعتمد على قدرتها على التحكم في مواردها، سواء كانت مادية أو مالية أو بشرية. الموارد المادية والمالية يمكن للمؤسسة التحكم فيها من خلال كفاءتها في الإدارة والتسيير، بينما تمثل الموارد البشرية عنصراً حيوياً يتطلب اهتماماً خاصاً. تلجأ المؤسسات إلى تبني طرق وأساليب للتأثير على سلوك وأداء العاملين، حيث يشمل ذلك نظام الحوافز الذي يتكون من مجموعة متنوعة من الأساليب التي تعزز أداء العمال وتساهم في تحقيق أهداف المؤسسة. يعد العمال المحرك الرئيسي

لنجاح أو فشل المؤسسة، وبالتالي يكمن أهمية نظام الحوافز في تحفيزهم للإظهار بقدراتهم وتحسين أدائهم الوظيفي، مما يؤدي إلى تعزيز رضاهم وزيادة إنتاجيتهم داخل المؤسسة. (بن الشيخ وردة، قوادر جمعة. 2012).

1.2. مشكلة الدراسة

لعب الحوافز دورًا كبيرًا في التأثير على أداء العاملين سواء بشكل إيجابي أو سلبي. عدم توفر الحوافز أو توزيعها بشكل عادل قد ينعكس مباشرة على أداء العاملين. تتمثل مشكلة البحث في الإجابة على التساؤل الرئيسي: ما هو أثر الحوافز المادية والمعنوية في تحسين أداء العاملين في منتزه العين للحياة البرية؟

عدم توافر الحوافز المناسبة للموظف المجتهد قد يؤثر سلبيًا على أدائه ويضعف إنتاجيته، مما يقلل من فرص تحقيق الأهداف المرجوة للمؤسسة. هذا يبرز أهمية الحوافز في رفع مستوى أداء الموظف، التي تختلف أهميتها وطبيعتها من فرد لآخر بناءً على الجنس، العمر، المنصب الوظيفي، المستوى المعيشي، والعلمي. كما تختلف الحوافز من مؤسسة لأخرى حسب النشاط والعمل الذي تمارسه المؤسسة، سواء كان وظيفيًا أو إداريًا.

لذلك، فإن دراسة الحوافز وتحديد الأنسب منها لكل شريحة من شرائح الموظفين يعد أمرًا بالغ الأهمية. الموظفون في منتزه العين للحياة البرية، كغيرهم من الموظفين في المؤسسات الأخرى، بحاجة إلى مستوى معين من الحوافز، سواء كانت مادية أو معنوية، لرفع مستوى الأداء وتحفيزهم لبذل أقصى جهد.

من هذا المنطلق، يمكن القول إن للحوافز دورًا كبيرًا في تغيير مستوى أداء الموظف، سواء بشكل سلبي أو إيجابي، مما يتطلب الحرص على توزيع تلك الحوافز بشكل عادل وموضوعي. نظرًا لأن الموظفين في منتزه العين للحياة البرية يتعاملون مع شريحة من المجتمع تختلف عن أي مؤسسة أخرى كمؤسسة سياحية كبيرة ذات طابع فريد على مستوى الدولة والشرق الأوسط، فإن الحاجة إلى البحث والتحليل لرفع مستوى هؤلاء العاملين تزداد أهمية، حتى يكون أدائهم على مستوى المسؤولية للوصول إلى الأهداف المرجوة.

1.2.1. فجوات على المستوى النظري

تتعلق الفجوة النظرية بنقص الدراسات والأبحاث التي تتناول تأثير الحوافز المادية والمعنوية بشكل متكامل ومحدد على أداء العاملين في قطاع المتنزهات والحياة البرية. معظم الدراسات تركز على المؤسسات التقليدية والإدارية دون النظر إلى المؤسسات السياحية والبيئية التي تتطلب معايير وحوافز مختلفة.

1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي

الفجوة العملية تتمثل في عدم تطبيق نتائج الأبحاث النظرية بشكل فعلي في متنزه العين للحياة البرية. يوجد نقص في تنفيذ استراتيجيات واضحة ومعتمدة لتوزيع الحوافز بشكل عادل وفعال يتناسب مع احتياجات الموظفين وتوقعاتهم، مما يؤدي إلى تباين في مستويات الأداء وعدم تحقيق الأهداف المؤسسية المرجوة.

سؤال البحث الأساسي:

تتناول هذه الدراسة التساؤل البحثي الرئيسي التالي:

ما هو أثر تطبيق التحفيز على أداء العاملين؟

1.3. أهمية الدراسة

تبرز أهمية هذه الدراسة من خلال التركيز على تأثير نظام التحفيز على أداء العاملين في المؤسسات الاقتصادية. يمكن لهذه البحث أن يلقي اهتمامًا كبيرًا من قبل المؤسسات الاقتصادية، حيث يساعدها على استخدام النتائج لتحسين أداء موظفيها وزيادة فعاليتهم في تحقيق أهداف المؤسسة بنجاح.

1.3.1. على المستوى النظري:

تتضح الأهمية النظرية للدراسة الراهنة في تحقيق الرضا الوظيفي كأحد عوامل النجاح الأساسية داخل أي تنظيم، سواء للعاملين فيه أو لأولئك الراغبين في الانضمام إليه، مما يساعد في تحقيق أهداف التنظيم وسياساته. بالإضافة إلى ذلك، تتأكد الأهمية النظرية من خلال محاولة الدراسة التحقق من مدى صحة النظريات المختلفة، مثل نظرية آدمز حول المساواة والإنصاف والعدالة ودورها في رفع الأداء وتحقيق الرضا الوظيفي، ورؤية بورتو ولولر حول الإنجاز والعائد، وكذلك رؤية بلاو حول المدخلات والمخرجات كأسس لدراسة التنظيم وكيفية تحسين أو تقليل الأداء فيه، مما يؤدي في النهاية إلى تحقيق الرضا الوظيفي للعاملين.

1.3.2. على المستوى التطبيقي:

تركز الأهمية العلمية لهذه الدراسة على تقديم نتائج وتوصيات تساهم في توسعة مدى الرؤية أمام صانع السياسات، وتمكن متخذي القرار من تبني سياسات جديدة قابلة للتطبيق على واقع المجتمع المصري، خاصة فيما يتعلق بتعزيز الرضا الوظيفي في الجامعات ورفع مستوى الأداء الوظيفي للعاملين، سواء كانوا موظفين إداريين أو أعضاء هيئة تدريس. هذه الجهود تعود بالنفع العام على المجتمع وتساهم في تحقيق أهداف الدولة بتحويل الجامعات المصرية إلى جامعات عالمية.

1.4. أسئلة الدراسة

سؤال البحث الأساسي: ما هو أثر تطبيق التحفيز على أداء العاملين؟

السؤال الفرعي 1: ما هي أساليب التحفيز التي تُعتبر الأكثر فعالية في تحسين أداء الموظفين؟

السؤال الفرعي 2: ما هو دور المكافآت المالية في تحفيز الموظفين مقارنة بأساليب التحفيز غير المالية مثل التقدير والتطوير المهني؟

السؤال الفرعي 3: كيف يؤثر التواصل الفعال بين الإدارة والموظفين على نجاح استراتيجيات التحفيز؟

1.5. أهداف الدراسة

الهدف العام:

تحليل تأثير استراتيجيات التحفيز على أداء الموظفين:

الهدف الفرعي:

1. تحديد استراتيجيات التحفيز الرئيسية المستخدمة في المنظمة
2. تقييم فعالية استراتيجيات التحفيز في تحسين الأداء الوظيفي
3. تحليل العلاقة بين التحفيز والتزام الموظفين

1.6. فرضيات الدراسة

الفرضية الرئيسية:

*H01: هناك علاقة موجبة ذات دلالة إحصائية بين تحفيز الموظفين ورضاهم وأداءهم في الشركة.

الفروض الفرعية:

*H01.1: هناك علاقة موجبة ذات دلالة إحصائية بين فعالية استراتيجيات التحفيز وزيادة رضا الموظفين في الشركة.

*H01.2: هناك علاقة موجبة ذات دلالة إحصائية بين استراتيجيات التحفيز وتحسين مستوى الأداء الوظيفي للموظفين في الشركة.

*H01.3: هناك علاقة موجبة ذات دلالة إحصائية بين التقدير والمكافآت غير المالية ورضا الموظفين في الشركة.

*H01.4: هناك علاقة موجبة ذات دلالة إحصائية بين فرص التدريب والتطوير وتحسين أداء الموظفين في الشركة.

*H01.5: هناك علاقة موجبة ذات دلالة إحصائية بين التحفيز الشخصي (مثل التقدير والتشجيع) ورضا الموظفين عن بيئة العمل في الشركة.

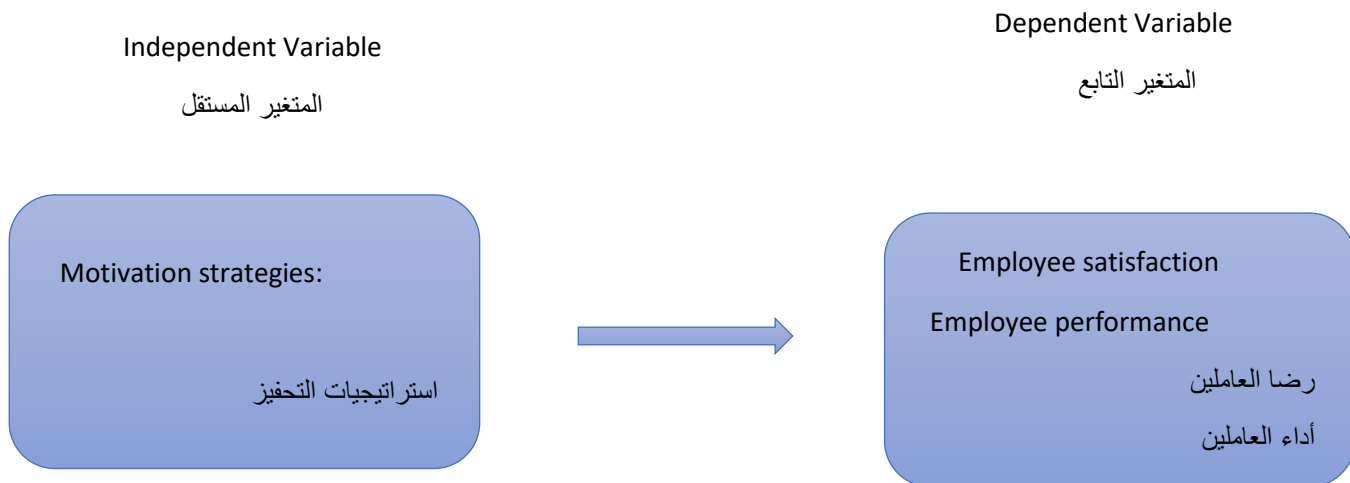
*H01.6: هناك علاقة موجبة ذات دلالة إحصائية بين التحفيز على أساس الأداء (مثل المكافآت المرتبطة بالأداء) وتحسين الإنتاجية والكفاءة الوظيفية في الشركة.

*H01.7: هناك علاقة موجبة ذات دلالة إحصائية بين تطبيقات التحفيز المختلفة (مثل المكافآت والتقدير) وتحسين علاقات العمل والتعاون بين الموظفين في الشركة.

***H01.8:** هناك علاقة موجبة ذات دلالة إحصائية بين استراتيجيات التحفيز وفعالية الأنشطة الإدارية المتعلقة بإدارة الأداء والتطوير الوظيفي في الشركة.

تسعى هذه الفروض إلى استكشاف كيف يمكن لاستراتيجيات التحفيز أن تؤثر بشكل إيجابي على رضا وأداء الموظفين، مما يعزز من تحسينات ملموسة في بيئة العمل وفعالية الأداء الوظيفي.

1.7. نموذج الدراسة



1.8. منهجية الدراسة

فلسفة البحث: الوضعية.

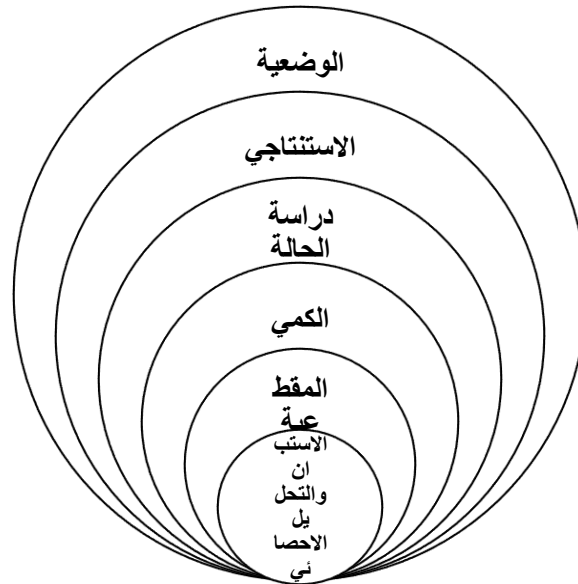
منهج البحث: الاستنتاجي.

استراتيجية البحث: دراسة الحالة.

نوع البحث: الكمي.

الأفق الزمني: المقطعية.

التقنيات والاجراءات: الاستبيان والتحليل الاحصائي.



1.9. الدراسة الميدانية

تسعى الشركة إلى أن تكون في طليعة الإعلام، حيث تهدف إلى رسم صورة مستقبلية باهرة وإرساء معايير جديدة في عالم الإعلام. تلتزم الشركة بتقديم محتوى إعلامي متفوق يساهم في صناعة أفق سامي يعكس الإبداع والابتكار. رؤيتنا تتجاوز حدود الحاضر، ونحن مصممون على استكشاف الأفق الإعلامي وتوسيع نطاق تأثيرنا ليشمل أبعاداً جديدة تتيح لنا الوصول إلى مستويات غير مسبوقة من التميز الإعلامي.

تعد رؤيتنا بمثابة خريطة واضحة لمستقبل مشرق ومتميز، حيث نرسم لك صورة ملهمة لمستقبل باهر يتجلى في أفق الإعلام الواسع. نحن نطمح لأن نكون قادة في صناعة الإعلام، مقدمين محتوى يثري عقول الناس ويغني حياتهم بتجارب فريدة وقيم نبيلة. من خلال رؤيتنا، نهدف إلى خلق مساحات إعلامية تفتح أمامك أبواباً جديدة من الفرص والإلهام، وتجعل من كل خطوة تخطوها في هذا المجال سبيلاً لتحقيق إنجازات غير مسبوقة. نحن نؤمن بأن الإعلام ليس مجرد وسيلة لنقل المعلومات، بل هو منصة لتحقيق التغيير الإيجابي وبناء الأفق السامي الذي يعكس الطموحات الكبيرة ويشجع على الابتكار والتفوق. لذا، فإن رؤيتنا تتطلع إلى تأسيس عالم إعلامي يتسم بالتميز والإبداع، حيث يصبح كل محتوى نشاركه نقطة انطلاق لمستقبل مليء بالفرص والإمكانيات الواعدة.

الرسالة:

تقع الشركة في قلب أم القرى، حيث تأخذ على عاتقها مسؤولية تقديم القيمة الرفيعة وروعة التعبير الإعلامي. نحن نلهم الإبداع في كل ما نقوم به ونسعى إلى تقديم محتوى إعلامي يلامس القلوب ويدعونا لعيش تجربة إعلامية متميزة. تتمثل رسالتنا في قيادة الإعلام الهادف، من خلال تقديم محتوى يعكس الجودة والابتكار، ويعزز القيم النبيلة ويخدم المجتمع بشكل إيجابي. اسم الشركة هو تجسيد لهذه الرؤية الطموحة والتزامنا العميق بالتميز والتميز في صناعة الإعلام.

من قلب مدينة أم القرى العريقة، التي تعد رمزاً للتميز والأصالة، يأتي تميزنا ليعكس سمو القيمة وروعة الديباجة التي نلتزم بها في كل ما نقدمه. لقد منحنا تاريخ هذه المدينة العظيمة إلهاماً عميقاً وساهم في تشكيل رؤيتنا الإعلامية التي تلتزم بالريادة والابتكار. في رسالتنا، نحرص على تقديم إعلام هادف يعكس القيم الأصيلة ويعزز من جودة المحتوى الذي نقدمها لجمهورنا. نحن ملتزمون بتقديم تجربة إعلامية متميزة تواكب العصر وتلبي تطلعات المجتمع، مع التركيز على تحقيق توازن بين الترفيه والثقافة. ونسعى من

خلال هذه الرسالة إلى بناء سمعة قوية كرواد في الإعلام الهادف، حيث يكون اسمنا مرادفاً للتميز والتأثير الإيجابي في كل ما نفعله.

بفضل التزامنا برؤيتنا ورسالتنا، نطمح إلى أن نكون الرواد في تقديم إعلام هادف يلبي تطلعات جمهورنا ويعزز من تأثيرنا في صناعة الإعلام. نحن نؤمن بأن الإعلام له القدرة على تشكيل المستقبل، ونسعى جاهدين لنكون جزءاً من هذا التغيير الإيجابي من خلال تقديم محتوى يثرى الحياة ويساهم في بناء مجتمع واعٍ ومتنور.

1.10. مخطط المشروع المقترح

1. الفصل الأول: المقدمة
2. الفصل الثاني: الإطار النظري
3. الفصل الثالث: منهجية البحث
4. الفصل الرابع: التحليل الإحصائي
5. الفصل الخامس: مناقشة النتائج والخاتمة

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

- 1- ن الشيخ وردة، قوادير جمعة. -أثر الحوافز على أداء العاملين دراسة حالة مؤسسة سونلغاز مديرية التوزيع-ورقلة حضري (Doctoral dissertation) <https://aaasjournals.com/index.php/ajashss/article/view/664>
- 2- ALmajali, M., Bashabsheh, A., & ALmajali, H (2016). تأثير ابعاد التسويق الداخلي على رضا العاملين وأثرة على ادائهم في البنوك التجارية العاملة في محافظة الكرك. Jordan Journal of Business Administration, 12(3) <https://archives.ju.edu.jo/index.php/JJBA/article/view/14774>
- 3- هاني القاسم, ع, عامر, رياض محمد البدور, لميس, & إسماعيل الغرابي (2016). تأثير التحفيز في تحسين أداء الموظفين (دراسة عن منتزه العين للحياة البرية). مجلة الدراسات التجارية المعاصرة (2)2. 246-290. https://journals.ekb.eg/article_90522_2e5269d97bbd9d22e6fe2e57110c3656.pdf
- 4- د. محمد النور آدم أحمد, د. الطيب حسن تجاني, & د. محمد بشر الكاتب. (2024). تأثير سياسات التحفيز في أداء العاملين في الشركات: دراسة حالة شركة الاتصالات في تشاد (في الفترة من 2018-2022م). المجلة الإفريقية للدراسات المتقدمة في العلوم الإنسانية والاجتماعية 40-57, (AJASHSS). <https://aaasjournals.com/index.php/ajashss/article/view/664>

5- بومعل, & أبوبكر الصديق. أثر التسويق الداخلي على رضا العاملين دراسة ميدانية في مؤسسة اتصالات الجزائر وحدة ورقة

(Doctoral dissertation, جامعة قاصدي مرباح ورقلة).-[https://dspace.univ-](https://dspace.univ-ouargla.dz/jspui/handle/123456789/32445)

[ouargla.dz/jspui/handle/123456789/32445](https://dspace.univ-ouargla.dz/jspui/handle/123456789/32445)

6- ميدوني, صارة, لونس, نبيلة, جودي, & حمزة/مؤطر. (2023). أثر الحوافز على أداء العاملين (Doctoral

dissertation, جامعة احمد دراينة-ادرار).-[https://dspace.univ-](https://dspace.univ-adrar.edu.dz/jspui/handle/123456789/8275)

[adrar.edu.dz/jspui/handle/123456789/8275](https://dspace.univ-adrar.edu.dz/jspui/handle/123456789/8275)

7- قنمان, لميس ريان, حرش, سالم, & حسين. (2023). أثر التحفيز على أداء العاملين -[https://dspace.univ-](https://dspace.univ-temouchent.edu.dz/handle/123456789/2972)

[temouchent.edu.dz/handle/123456789/2972](https://dspace.univ-temouchent.edu.dz/handle/123456789/2972)

8 - دار ناسا للتصميم

[/https://dn.sa](https://dn.sa)

مع أطيب الأمنيات بالنجاح والتوفيق

It` s Never Too Late to START. Just Begin!

Best of Luck 😊 Dr. Mona Moustafa Elashry