

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:
12	2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة:
13	2.1. المقدمة:
14	2.2. المتغير المستقل:
15	2.3. المتغير التابع:
16	2.4. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع:
17	2.5. الخاتمة:
18	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

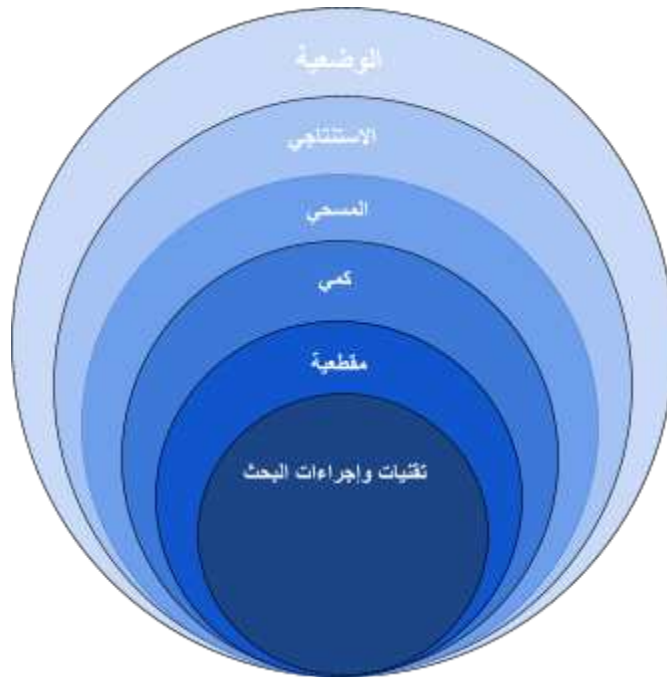


المتغير المستقل

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

2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة

2.1. المقدمة

يعد الأداء الوظيفي في قطاع المبيعات من الموضوعات الحيوية التي حظيت باهتمام كبير في الأدبيات الإدارية، نظرًا لدوره المحوري في تحقيق أهداف المنظمات وتعزيز قدرتها التنافسية في الأسواق المختلفة. وتُعد المنظمات الحديثة أكثر اعتمادًا على الكفاءات البشرية، حيث يمثل العنصر البشري أحد أهم الموارد التي تسهم في تحقيق النجاح والاستدامة، خاصة في القطاعات التي تعتمد بشكل مباشر على التفاعل مع العملاء، مثل قطاع بيع الأجهزة الترفيهية.

وفي هذا السياق، تُعتبر نتائج المبيعات من أبرز المؤشرات الكمية التي تعتمد عليها المؤسسات في تقييم أداء العاملين، إذ توفر هذه النتائج بيانات دقيقة وقابلة للقياس تعكس مستوى الإنتاجية والكفاءة لدى الموظف.

كما أن الاعتماد على نتائج المبيعات في تقييم الأداء يساهم في تحقيق العدالة والشفافية داخل بيئة العمل، من خلال ربط التقييم بمعايير واضحة ومحددة.

وقد أشار (Churchill et al., 1985) إلى أن الأداء البيعي يُعد من أكثر مجالات الأداء التي يمكن قياسها بدقة، نظرًا لاعتماده على نتائج رقمية قابلة للتحليل.

ومع ذلك فإن التركيز المفرط على نتائج المبيعات قد يؤدي إلى إغفال جوانب أخرى من النجاح الوظيفي، مثل الرضا المهني، والتطوير الشخصي، والاستقرار الوظيفي، وهي عناصر لا تقل أهمية في بناء بيئة عمل متوازنة ومستدامة.

وفي ظل التغيرات المتسارعة في بيئة الأعمال، وزيادة حدة المنافسة بين الشركات، أصبح من الضروري إعادة النظر في العلاقة بين نتائج المبيعات والنجاح الوظيفي، من خلال دراسة علمية تسعى إلى تحقيق فهم أعمق لهذه العلاقة.

كما تبرز أهمية هذا الموضوع في البيئة السعودية، خاصة مع التوسع في قطاع الترفيه وازدياد عدد الشركات العاملة في مجال بيع الأجهزة الترفيهية، الأمر الذي يزيد من الحاجة إلى تطوير أنظمة تقييم الأداء بما يتواءم مع طبيعة هذا القطاع. ومن هنا، تأتي هذه الدراسة لتسليط الضوء على العلاقة بين نتائج المبيعات ونجاح الموظفين، ومحاولة تقديم إطار علمي يساهم في فهم هذه العلاقة وتحليلها بصورة منهجية.

2.2. المتغير المستقل: نتائج المبيعات

تُعد نتائج المبيعات من أهم المؤشرات التي تستخدمها المنظمات في تقييم أداء العاملين، خاصة في الوظائف المرتبطة مباشرة بالبيع والتسويق. ويُقصد بنتائج المبيعات حجم أو قيمة المبيعات التي يحققها الموظف خلال فترة زمنية محددة، سواء كانت يومية أو شهرية أو سنوية، حيث تعكس هذه النتائج مدى قدرة الموظف على تحقيق الأهداف البيعية المحددة من قبل المنظمة.

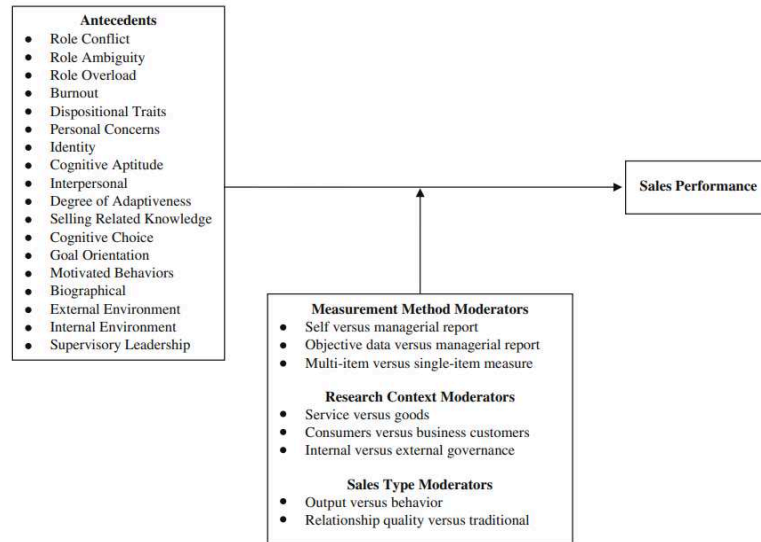
وقد أكدت العديد من الدراسات أن نتائج المبيعات تمثل أداة فعالة لقياس الأداء، نظرًا لارتباطها المباشر بتحقيق الإيرادات وتعزيز الربحية. فقد أشار (Verbeke et al., 2011) إلى أن الأداء البيعي يتأثر بمجموعة من العوامل الفردية والتنظيمية، مثل المهارات والخبرة والتحفيز، إلا أن نتائج المبيعات تظل المؤشر الأكثر استخدامًا في تقييم الأداء، نظرًا لسهولة قياسها ومقارنتها بين الموظفين.

كما أن الاعتماد على نتائج المبيعات يسهم في تعزيز روح المنافسة بين الموظفين، ويدفعهم إلى تحسين أدائهم لتحقيق مستويات أعلى من الإنجاز. إلا أن بعض الدراسات تشير إلى أن الاعتماد الكامل على هذا المؤشر قد يؤدي إلى التركيز على النتائج قصيرة المدى، على حساب تطوير المهارات طويلة المدى، مما قد يؤثر سلبًا على الأداء المستقبلي للموظفين.

وعليه، فإن نتائج المبيعات تُعد مؤشرًا مهمًا، لكنها ليست كافية بمفردها لتقييم الأداء بشكل شامل، مما يستدعي النظر إليها ضمن إطار أوسع يأخذ في الاعتبار أبعاد النجاح الوظيفي المختلفة.

الشكل 3 : نموذج محددات الأداء البيعي

Fig. 1 Conceptual model of the meta-analysis



(Verbeke et al., 2011)

2.3 المتغير التابع: النجاح الوظيفي

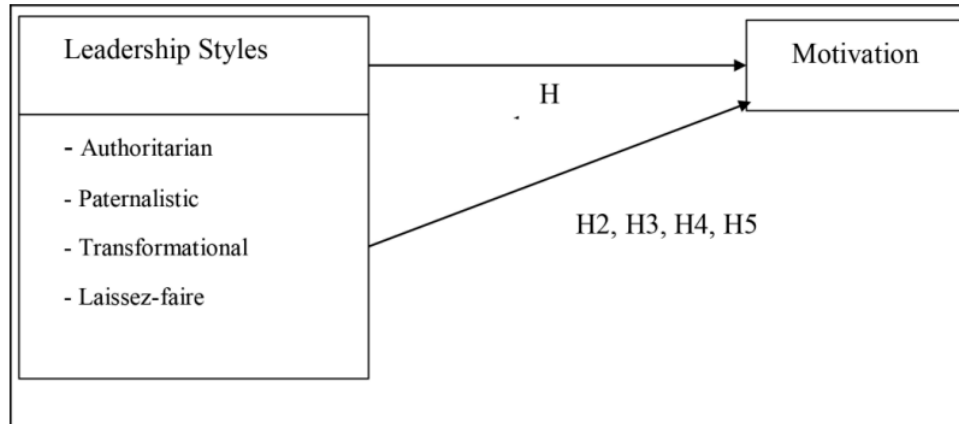
يُعد النجاح الوظيفي من المفاهيم متعددة الأبعاد في مجال إدارة الموارد البشرية، حيث يشمل الترقّي الوظيفي، والحوافز المادية والمعنوية، والاستقرار المهني، والتقدير المؤسسي. ويعكس هذا المفهوم مدى تحقيق الموظف لأهدافه المهنية داخل المنظمة.

وقد بينت دراسة (Al-Harbi, 2017) أن ممارسات إدارة الموارد البشرية تسهم بشكل كبير في تحسين الأداء الوظيفي وتحقيق النجاح المهني. كما أكدت دراسة (Al-Ghamdi, 2018) أن القيادة الفعالة تلعب دوراً مهماً في تعزيز أداء العاملين وزيادة فرص نجاحهم الوظيفي.

ويُفهم من ذلك أن النجاح الوظيفي لا يعتمد فقط على الأداء الكمي، بل يتأثر بعدة عوامل تنظيمية وسلوكية، مما يجعله مفهوماً شاملاً يتطلب دراسة متكاملة.

الشكل 4 : النموذج البحثي

Research Model



(Al-Ghamdi, 2018)

2.4 العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع

تشير الأدبيات إلى وجود علاقة وثيقة بين نتائج المبيعات والنجاح الوظيفي، حيث تُستخدم نتائج المبيعات كمعيار رئيس في تقييم أداء الموظفين وتحديد فرص ترقّيهم. وقد أوضحت دراسة (Babakus et al., 1996) أن الأداء البيعي المرتفع يرتبط بزيادة فعالية المنظمة وتحقيق أهدافها.

كما أشار (Churchill et al., 1985, pp. 107–110) إلى أن الأداء البيعي يتأثر بعوامل متعددة، إلا أن نتائج المبيعات تظل من أهم المؤشرات المستخدمة في تقييم الأداء، حيث تُسهم في تحديد مستوى نجاح الموظف داخل المنظمة. وفي السياق ذاته، أكدت دراسة (Verbeke et al., 2011, p. 414) أن تحقيق نتائج مبيعات مرتفعة يعزز من فرص الترقّي والحصول على الحوافز.

ومع ذلك، فإن بعض الدراسات تشير إلى أن الاعتماد المفرط على نتائج المبيعات قد يؤدي إلى إغفال بعض الجوانب المهمة مثل المهارات السلوكية والعمل الجماعي، مما يستدعي دراسة هذه العلاقة بصورة أكثر توازناً.

2.5 الخاتمة

في ختام هذا المقترح البحثي، تم استعراض الأطر النظرية والتطبيقية لدراسة أثر نتائج المبيعات على نجاح الموظفين في قطاع بيع الأجهزة الترفيهية بالمملكة العربية السعودية. وقد كشفت المراجعة العلمية أن نتائج المبيعات لا تمثل مجرد أرقام إيرادية للمنظمة، بل هي متغير مستقل حيوي يؤثر بشكل مباشر على المسار المهني للموظف. ومن خلال التركيز على شركة Geekay للألعاب بمدينة جدة كنموذج للدراسة الميدانية، يسعى هذا البحث إلى تقديم فهم أعمق لكيفية تحويل الأداء الكمي إلى نجاح وظيفي ملموس.

أهم الاستنتاجات النظرية للمقترح:

- تلعب نتائج المبيعات دوراً محورياً كأحد أدق المؤشرات القابلة للقياس في تقييم كفاءة المورد البشري في قطاع التجزئة.
- يرتبط النجاح الوظيفي في البيئة السعودية بمجموعة من الأبعاد المتداخلة، تشمل الترقى الوظيفي، والحوافز بنوعها المادي والمعنوي، والاستقرار المهني.
- أظهرت الأدبيات أن الاعتماد المتوازن على نتائج المبيعات يسهم في تعزيز الشفافية والعدالة التنظيمية، مع ضرورة الحذر من إغفال الجوانب النوعية والسلوكية للموظف لضمان استدامة الأداء.

التوصيات المستقبلية للدراسة:

1. تطوير معايير التقييم: يوصى بضرورة تبني إدارات المبيعات في قطاع الأجهزة الترفيهية لنماذج تقييم شمولية تدمج بين النتائج الرقمية والمهارات الفنية والسلوكية لضمان بناء مسار وظيفي مستدام.
2. تفعيل أنظمة الحوافز: التأكيد على أهمية ربط نتائج المبيعات بنظام حوافز عادل يعزز من الولاء التنظيمي ويقلل من معدلات الدوران الوظيفي في هذا القطاع الحيوي.
3. الاستثمار في التدريب: ضرورة توجيه البرامج التدريبية لتحسين المهارات البيعية التي تساهم بشكل مباشر في رفع الأداء الكمي، مما ينعكس إيجاباً على فرص الترقى المهني للموظفين.

إن هذا البحث، من خلال منهجيته الكمية وفلسفته الوضعية، يطمح لأن يكون مرجعاً علمياً يساهم في سد الفجوة البحثية في المكتبة الإدارية السعودية، ويوفر لصناع القرار في شركات الأجهزة الترفيهية أدوات قائمة على الأدلة العلمية لتحسين سياسات إدارة المواهب وتحقيق الميزة التنافسية المستدامة.

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)، 181–135.
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)، 72–45.
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
6. Churchill, G. A., Ford, N. M., Hartley, S. W., & Walker, O. C. (1985). The determinants of salesperson performance: A meta-analysis. Journal of Marketing Research, 22(2), 103–118.
7. Verbeke, W., Dietz, B., & Verwaal, E. (2011). Drivers of sales performance: A contemporary meta-analysis. Journal of the Academy of Marketing Science, 39(3), 407–428