

جامعة ميدأوشن

كلية الإدارة

تخصص إدارة المشاريع



دور القادة في تحفيز موظفي المبيعات من خلال مشاريع بيعية
مبتكرة: دراسة تطبيقية على شركة الاتصالات السعودية (STC)

إعداد الطالب/ عبدالله سعد علي الشهري.

233001617

إشراف/

د. أسماء أبو عنزة

العام الدراسي:

2024



Contents

4	مقدمة:
8	مشكلة الدراسة:
9	أهمية الدراسة:
12	أهداف الدراسة:
12	تساؤلات الدراسة:
13	فروض الدراسة:
15	نموذج الدراسة:
17	الدراسات السابقة:
24	المنطلقات النظرية للدراسة:
25	المنهجية وطرق البحث:
26	مصادر جمع البيانات:
27	أدوات الدراسة:
27	حدود الدراسة:
28	المراجع:

مقدمة:

يُعتبر دور القادة من العناصر الأساسية التي تساهم في تشكيل مسار أي منظمة وتحقيق أهدافها. فالقادة ليسوا مجرد أفراد يتخذون القرارات، بل هم أيضًا مصدر إلهام وتحفيز للفرق التي يقودونها. إن قدرة القائد على توجيه الآخرين وتطوير مهاراتهم تُعتبر من المتطلبات الحاسمة للنجاح في أي بيئة عمل. في عالم يتسم بالتغير السريع والتحديات المتزايدة، يصبح دور القادة أكثر أهمية، حيث يحتاجون إلى القدرة على التكيف مع الظروف المتغيرة وتوجيه فرقهم نحو تحقيق الأهداف المشتركة. يُعد القائد الفعال هو الذي يمتلك رؤية واضحة ويستطيع التعبير عنها بطرق تلهم الآخرين. إن الرؤية ليست مجرد خطة عمل، بل هي صورة مستقبلية تُحفز الأفراد على العمل بجدية وإبداع. عندما يكون لدى القائد القدرة على نقل هذه الرؤية وتحفيز أعضاء الفريق على تبنيها، فإنه يخلق بيئة عمل إيجابية تشجع على التفوق والابتكار. كما أن القادة الفعالين يتسمون بالقدرة على بناء علاقات قوية مع موظفيهم، حيث يُعتبر الدعم والتواصل المفتوح عوامل أساسية في تعزيز الولاء والانتماء.

يلعب القادة دورًا حيويًا في تطوير ثقافة العمل داخل المنظمة. من خلال قدوتهم وسلوكياتهم، يُمكن للقادة أن يُشكلوا القيم والمبادئ التي تُحدد كيفية عمل الفريق. إن القادة الذين يروجون للشفافية، والتعاون، والاحترام، يساهمون في بناء بيئة عمل محفزة تُعزز من أداء الأفراد وتزيد من إنتاجيتهم. في الوقت نفسه، يتطلب دور القائد الفعال القدرة على اتخاذ القرارات الصعبة في الأوقات الحرجة، مما يستدعي مستوى عالٍ من الحكمة والثقة بالنفس. في سياق التغيير، يُعتبر القادة هم المحركون الرئيسيون لعمليات التحول داخل المؤسسات. إن قدرتهم على إدارة التغيير بفعالية تُعتبر مهارة حيوية، حيث يتطلب ذلك التفاعل مع جميع مستويات المنظمة وتوجيهها نحو الأهداف الجديدة. القادة الذين يمتلكون القدرة

على التكيف مع التغيرات ودعم فرقهم خلال هذه الفترات الصعبة يُظهرون قوة القيادة الحقيقية. إنهم لا يتجنبون التحديات، بل يسعون إلى استغلالها كفرص للنمو والتطور.

يُعتبر دور القادة عنصرًا حيويًا في نجاح المنظمات. من خلال رؤيتهم، وقدرتهم على بناء العلاقات، وتطوير ثقافة العمل، وإدارة التغيير، يُمكن للقادة أن يُحدثوا تأثيرًا إيجابيًا ومستدامًا. إنهم ليسوا مجرد مدراء، بل هم قادة يساهمون في تشكيل المستقبل، وتحقيق الأهداف، وبناء بيئة عمل تزدھر فيها الابتكارات والأفكار الجديدة. تُعتبر عملية تحفيز موظفي المبيعات من العوامل الحيوية التي تؤثر بشكل مباشر على أداء المؤسسات واستدامتها في بيئات العمل التنافسية. إن موظفي المبيعات هم الواجهة التي تتفاعل مع العملاء، وبالتالي فإن تحفيزهم يعد ضرورة لتحقيق النتائج المرجوة. إن توفير بيئة عمل تحفز هؤلاء الموظفين لا يساهم فقط في تعزيز أدائهم، بل يعزز أيضًا من ولائهم ورضاهم عن العمل، مما ينعكس إيجاباً على سمعة الشركة ونتائجها النهائية.

يتطلب تحفيز موظفي المبيعات استراتيجيات متنوعة تتجاوز الحوافز المالية التقليدية. على الرغم من أن المكافآت المالية مثل العمولات والمكافآت تُعتبر أدوات فعالة، إلا أن التحفيز العاطفي والمعنوي يلعب أيضًا دورًا حاسمًا. إن الاعتراف بجهود الموظفين، وتقديم التغذية الراجعة الإيجابية، وخلق بيئة عمل داعمة تُعد من العناصر الأساسية التي تعزز من شعور الموظفين بالتقدير والانتماء. عندما يشعر موظف المبيعات بأن جهوده مُقدّرة، فإنه يكون أكثر استعدادًا لتقديم أداء متميز وتحقيق الأهداف المرجوة. علاوة على ذلك، يُعتبر تطوير مهارات موظفي المبيعات جزءًا لا يتجزأ من عملية التحفيز. من خلال توفير فرص التدريب والتطوير، يمكن للمؤسسات تعزيز كفاءة موظفيها في التعامل مع التحديات المختلفة. إن الاستثمار في تطوير المهارات لا يُعزز فقط من قدرة الموظفين على تحقيق الأهداف، بل يُشعرهم

أيضًا بأن المؤسسة تهتم بنموهم الشخصي والمهني. هذا النوع من الاستثمار يُعزز من الروح المعنوية للموظفين ويُحفزهم على التفكير الإبداعي والابتكار في أساليبهم للبيع.

تُعتبر ثقافة العمل أيضًا عنصرًا أساسيًا في تحفيز موظفي المبيعات. إن خلق بيئة عمل قائمة على التعاون، والدعم المتبادل، والشفافية يُعزز من الشعور بالانتماء ويساعد في بناء فرق عمل قوية. عندما يتعاون موظفو المبيعات ويعملون معًا لتحقيق الأهداف المشتركة، فإن ذلك يُعزز من روح الفريق ويُحفزهم على تقديم أداء متميز. إن القادة الذين يُشجعون على ثقافة العمل الجماعي يُسهمون في خلق بيئة إيجابية تُعزز من إنتاجية الموظفين وتحقق النتائج المرجوة. يُعتبر تحفيز موظفي المبيعات عملية معقدة تتطلب استراتيجيات متعددة الأبعاد. من خلال التركيز على التحفيز المالي والمعنوي، وتطوير المهارات، وخلق ثقافة عمل إيجابية، يمكن للمؤسسات تعزيز أداء موظفيها وتحقيق الأهداف المرجوة. إن تحقيق هذا الهدف ليس مجرد مهمة قصيرة الأمد، بل هو استثمار طويل الأمد في نجاح المؤسسة واستدامتها في سوق العمل المتنافس.

تُعتبر القيادة الفعالة عاملاً حاسماً في تحفيز موظفي المبيعات، وخاصة في بيئات العمل الديناميكية مثل قطاع الاتصالات. في هذا السياق، تعكس دراسة تطبيقية على شركة الاتصالات السعودية (STC) كيف يمكن للقادة أن يلعبوا دوراً محورياً في تطوير استراتيجيات بيعية مبتكرة تُعزز من أداء موظفي المبيعات وتحفزهم على تحقيق النتائج المرجوة. إن القيادة ليست مجرد وظيفة إدارية، بل هي فن يتطلب القدرة على إلهام وتحفيز الفرق نحو تحقيق الأهداف المشتركة، مما ينعكس إيجاباً على الأداء العام للمؤسسة.

في عالم الاتصالات، حيث تتغير التكنولوجيا والسوق بسرعة، يصبح من الضروري أن يتمتع القادة برؤية واضحة واستراتيجيات مبتكرة. إن القدرة على تقديم مشاريع بيعية مبتكرة تُعتبر أداة فعالة

لتحفيز موظفي المبيعات، حيث تتيح لهم الفرصة للإبداع والتجديد في أساليبهم. عندما يشعر الموظفون بأنهم جزء من عملية الابتكار، فإن ذلك يُعزز من شعورهم بالانتماء ويحفزهم على تقديم أداء متميز. تُعد المشاريع البيعية الجديدة وسيلة لإشراك الموظفين في اتخاذ القرارات وتقديم الأفكار، مما يُعزز من روح الفريق ويزيد من التزامهم تجاه أهداف الشركة. يتمثل دور القادة في توفير بيئة عمل تشجع على المخاطرة المحسوبة والتجريب. إن القادة الذين يدعمون موظفيهم في استكشاف أفكار جديدة وتطبيقها يُساهمون في بناء ثقافة الابتكار. هذه الثقافة لا تقتصر على التحفيز الفوري، بل تُعتبر استثمارًا طويل الأمد في تطوير المهارات والكفاءات. من خلال تدريب الموظفين على استخدام استراتيجيات بيعية مبتكرة، يمكن للقادة تعزيز قدرتهم على التكيف مع التغيرات في السوق وتحقيق التفوق التنافسي.

تُظهر التجارب الناجحة في شركة الاتصالات السعودية كيف يمكن للقادة استخدام تحفيز الموظفين كأداة لتعزيز الأداء. من خلال تحديد الأهداف الواضحة وتوفير الموارد اللازمة، يُمكن للقادة توجيه موظفي المبيعات نحو تحقيق نتائج استثنائية. إن تقديم المكافآت والتقدير للأداء المتميز يُعتبر جزءًا لا يتجزأ من استراتيجية التحفيز، حيث يُعزز من روح المنافسة الإيجابية بين الموظفين ويدفعهم نحو تقديم الأفضل. يُعتبر دور القادة في تحفيز موظفي المبيعات من خلال مشاريع بيعية مبتكرة عنصرًا أساسيًا في نجاح شركة الاتصالات السعودية. من خلال التركيز على الابتكار، وتطوير المهارات، وبناء ثقافة العمل الإيجابية، يمكن للقادة تعزيز أداء الموظفين وتحقيق أهداف المؤسسة. إن هذه الاستراتيجيات ليست مجرد خطوات قصيرة الأمد، بل تمثل رؤية شاملة نحو تحقيق التفوق في سوق الاتصالات المتنافس.

لذا جاءت هذه الدراسة لتسلط الضوء على دور القادة بأبعادها (التأثير المثالي - الإثارة الفكرية - الاعتبارات الفردية - التحفيز الروحي) في تحفيز موظفي المبيعات بأبعاده مجمعة من خلال مشاريع بيعية مبتكرة: دراسة تطبيقية على شركة الاتصالات السعودية (STC).

مشكلة الدراسة:

تتناول المشكلة البحثية في هذا البحث دور القادة في تحفيز موظفي المبيعات من خلال مشاريع بيعية مبتكرة، مع التركيز على دراسة تطبيقية في شركة الاتصالات السعودية (STC). تتجلى هذه المشكلة في التحديات التي تواجه القادة في تصميم وتنفيذ استراتيجيات فعالة لتحفيز الموظفين في بيئة عمل ديناميكية ومتغيرة مثل قطاع الاتصالات. إذ يُعتبر تحفيز موظفي المبيعات أمراً بالغ الأهمية لنجاح أي مؤسسة، حيث يعتمد الأداء العام على قدرة القادة على إلهام وتحفيز فرقهم لتحقيق الأهداف البيعية المحددة. تُظهر الأبحاث أن تحفيز الموظفين لا يقتصر فقط على المكافآت المالية، بل يتطلب أيضاً استراتيجيات مبتكرة تُشجع على الإبداع والتعاون. ومع ذلك، قد يواجه القادة تحديات في تحديد الطرق الأكثر فعالية لتطبيق هذه الاستراتيجيات. في شركة الاتصالات السعودية، حيث تتزايد المنافسة بشكل مستمر، يُصبح من الضروري أن يتبنى القادة أساليب مبتكرة تُمكن موظفي المبيعات من تحسين أدائهم وزيادة ولائهم. لذا، فإن البحث يسعى لفهم كيف يمكن للقادة تعزيز مستوى تحفيز الموظفين من خلال مشاريع بيعية مبتكرة، وما هي العوامل التي تؤثر في نجاح هذه المبادرات.

علاوة على ذلك، تُعتبر العلاقة بين القيادة والتحفيز موضوعاً معقداً يتطلب تحليلاً دقيقاً. كيف يؤثر أسلوب القيادة على مستوى تحفيز موظفي المبيعات؟ وما هي الاستراتيجيات التي يمكن استخدامها لتعزيز هذه العلاقة؟ تُعد هذه الأسئلة محورية في فهم كيفية تحسين الأداء البيعي في STC. إن تحديد

هذه العلاقة يساعد على فهم كيفية تأثير القيادة الفعالة على سلوك الموظفين، وكيف يمكن للقادة توجيه فرقهم نحو تحقيق الأهداف البيعية من خلال الابتكار والتحفيز. كما يُشكل التحدي في قياس فعالية استراتيجيات التحفيز محورًا آخر للمشكلة البحثية. كيف يمكن تحديد مدى تأثير المشاريع البيعية الجديدة على مستوى رضا الموظفين وأدائهم؟ إن عدم وجود معايير واضحة لقياس النجاح قد يُعيق قدرة القادة على تقييم فعالية استراتيجياتهم. بالتالي، يسعى البحث إلى تقديم إطار عمل يساعد القادة على قياس وتحليل نتائج جهودهم التحفيزية، مما يُسهم في تحسين استراتيجياتهم المستقبلية.

في الختام، تُعتبر المشكلة البحثية التي يتناولها هذا البحث مسألة حيوية في سياق تطوير الأداء البيعي في شركة الاتصالات السعودية. من خلال فهم دور القادة في تحفيز موظفي المبيعات من خلال مشاريع بيعية مبتكرة، يمكن تقديم رؤى استراتيجية تساهم في تعزيز كفاءة العمل، وتحقيق النتائج المرجوة. إن تحليل هذه الجوانب يُعتبر خطوة أساسية نحو تحسين الأداء وزيادة ولاء الموظفين في بيئة عمل تتسم بالتحديات المستمرة.

وتتمثل مشكلة الدراسة في تسليط الضوء على دور القادة بأبعادها (التأثير المثالي - الإثارة الفكرية - الاعتبار الفردية - التحفيز الروحي) في تحفيز موظفي المبيعات بأبعاده مجمعة من خلال مشاريع بيعية مبتكرة: دراسة تطبيقية على شركة الاتصالات السعودية (STC).

أهمية الدراسة:

الأهمية النظرية: تتبع أهمية هذه الدراسة من أهمية المتغيرات المبحوثة، حيث يُعد دور القادة في تحفيز موظفي المبيعات من خلال مشاريع بيعية مبتكرة متغيرًا ذا أهمية بالغة، لاسيما في شركة الاتصالات السعودية (STC). إن قدرة القادة على إلهام وتحفيز فرق المبيعات تعتبر من العوامل

الأساسية التي تؤثر في الأداء العام للمؤسسة، خاصة في بيئة عمل تتسم بالتنافسية والابتكار المستمر. إن التحفيز الفعّال للموظفين يُعتبر من المواضيع الحيوية التي يجب تسليط الضوء عليها، لما لها من دور في تعزيز التزام الموظفين وتحقيق الأهداف البيعية المطلوبة. يُعد مفهوم القيادة التحفيزية من المواضيع الإدارية الحديثة التي تحتاج إلى اهتمام خاص من قبل الباحثين، نظرًا لدورها في زيادة فعالية وكفاءة فرق المبيعات. فعندما يتمكن القادة من تصميم مشاريع بيعية مبتكرة تشجع على الإبداع والتعاون، فإن ذلك يُعزز من قدرة الموظفين على تحقيق النتائج المرجوة. إن وجود استراتيجيات تحفيزية مدروسة يُسهم في خلق بيئة عمل إيجابية، مما يؤدي إلى رفع مستوى الأداء وزيادة ولاء الموظفين. إن ضبط أساليب القيادة وإدارة فرق المبيعات بطريقة فعّالة يُعكس إيجابًا على نجاح المشاريع البيعية وتحقيق الأهداف المحددة. إن القادة الذين يتبنون أساليب تحفيزية مبتكرة ويُشجعون موظفيهم على المشاركة الفعّالة في تطوير استراتيجيات البيع، يُسهمون في خلق ثقافة عمل متجددة. بالتالي، تكمن أهمية هذه الدراسة في إلقاء الضوء على دور القادة في تحفيز موظفي المبيعات من خلال مشاريع بيعية مبتكرة في شركة STC، وتقديم توصيات لتعزيز هذا الدور من أجل تحقيق نجاح مستدام في الأداء البيعي. كما أن تقديم رؤى عملية حول كيفية تحسين أساليب القيادة يُعتبر خطوة مهمة نحو تطوير الأداء الإداري في المؤسسة. إن هذا النوع من البحث يُساعد في فهم العلاقة بين القيادة والتحفيز، وكيفية استخدام المشاريع البيعية كأداة لتعزيز جودة العمل وتحقيق الأهداف التنظيمية. بالتالي، فإن هذه الدراسة لا تسلط الضوء فقط على أهمية التحفيز، بل تُعتبر أيضًا خطوة نحو تطوير استراتيجيات فعّالة تُسهم في تحسين الأداء العام لشركة الاتصالات السعودية.

الأهمية العلمية: تأتي أهمية هذه الدراسة من الناحية العملية في مدى استفادة الإدارات في شركات الاتصالات من النتائج التي توصلت إليها، بالإضافة إلى التوصيات التي قدمتها بشأن دور القادة في تحفيز موظفي المبيعات من خلال مشاريع بيعية مبتكرة، كما هو موضح في دراسة تطبيقية على

شركة الاتصالات السعودية (STC). يُعتبر قطاع الاتصالات من القطاعات الحيوية في الاقتصاد الحديث، حيث يسهم بشكل كبير في تطوير البنية التحتية الرقمية وتعزيز التواصل بين الأفراد والشركات. إن التحفيز الفعّال لموظفي المبيعات يُعدّ من العوامل الأساسية التي تساهم في رفع مستوى الأداء وتحقيق الأهداف البيعية، مما يُعزز من قدرة الشركة على المنافسة في سوق سريع التغير. تُظهر النتائج التي توصلت إليها الدراسة كيف يمكن للقادة أن يلعبوا دورًا محوريًا في خلق بيئة عمل تحفز الابتكار والإبداع. عندما يتمكن القادة من تصميم مشاريع بيعية مبتكرة تشجع موظفي المبيعات على التفكير خارج الصندوق، فإن ذلك يُسهم في تعزيز التزامهم وزيادة إنتاجيتهم. إن قدرة الشركة على جذب وتطوير المواهب البشرية تُعتبر من العوامل الأساسية التي تحدد نجاحها في السوق، حيث يُساعد الموظفون المحفزون في دفع عجلة النمو وتحقيق الأهداف الاستراتيجية. إن تقديم توصيات مبنية على نتائج البحث يُعتبر خطوة مهمة نحو تحسين استراتيجيات التحفيز في شركة STC. من خلال فهم كيفية تأثير أساليب القيادة على تحفيز الموظفين، يمكن للقادة اتخاذ خطوات فعّالة لتعزيز الروح المعنوية والولاء بين فرق المبيعات. إن هذه الاستراتيجيات لا تعزز فقط من أداء الموظفين، بل تُسهم أيضًا في بناء سمعة إيجابية للشركة في سوق الاتصالات، مما يعود بالنفع على جميع المعنيين. إن دور شركة الاتصالات السعودية في حشد الموارد المالية وتحفيز الاستثمارات يُعزز من مكانتها كحلقة اتصال حيوية بين السوق المحلي والعالمي. من خلال تحفيز موظفي المبيعات وتعزيز مهاراتهم، تُمكن STC من تقديم خدمات متميزة تتماشى مع توقعات العملاء، مما يُسهم في تعزيز النمو الاقتصادي الوطني. في النهاية، تُعتبر هذه الدراسة خطوة مهمة نحو تحسين استراتيجيات القيادة والتحفيز في شركة STC، مما يُساعد في تحقيق النجاح المستدام في مجال الاتصالات.

أهداف الدراسة:

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور القادة بأبعادهما (التأثير المثالي - الإثارة الفكرية - الاعتبارات الفردية - التحفيز الروحي) في تحفيز موظفي المبيعات بأبعاده مجموعة من خلال مشاريع بيعية مبتكرة: دراسة تطبيقية على شركة الاتصالات السعودية (STC). ويتفرع منه مجموعة من الأهداف الفرعية:

➤ التعرف على أثر التأثير المثالي في تحفيز موظفي المبيعات بأبعاده مجموعة من خلال

مشاريع بيعية مبتكرة: دراسة تطبيقية على شركة الاتصالات السعودية (STC).

➤ التعرف على أثر الإثارة الفكرية في تحفيز موظفي المبيعات بأبعاده مجموعة من خلال مشاريع

بيعية مبتكرة: دراسة تطبيقية على شركة الاتصالات السعودية (STC).

➤ التعرف على أثر الاعتبارات الفردية في تحفيز موظفي المبيعات بأبعاده مجموعة من خلال

مشاريع بيعية مبتكرة: دراسة تطبيقية على شركة الاتصالات السعودية (STC).

➤ التعرف على أثر التحفيز الروحي في تحفيز موظفي المبيعات بأبعاده مجموعة من خلال

مشاريع بيعية مبتكرة: دراسة تطبيقية على شركة الاتصالات السعودية (STC).

تساؤلات الدراسة

السؤال الرئيسي الأول: ما هو دور القادة بأبعاده (التأثير المثالي - الإثارة الفكرية - الاعتبارات الفردية - التحفيز الروحي) في تحفيز موظفي المبيعات بأبعاده مجمعة من خلال مشاريع بيعية مبتكرة: دراسة تطبيقية على شركة الاتصالات السعودية (STC)؟ وتتفرع منه عدة أسئلة فرعية كالتالي:

➤ السؤال الفرعي الأول: كيف يؤثر التأثير المثالي في تحفيز موظفي المبيعات بأبعاده مجمعة

من خلال مشاريع بيعية مبتكرة: دراسة تطبيقية على شركة الاتصالات السعودية (STC)؟

➤ السؤال الفرعي الثاني: ما هو أثر التحفيز الروحي في تحفيز موظفي المبيعات بأبعاده

مجمعة من خلال مشاريع بيعية مبتكرة: دراسة تطبيقية على شركة الاتصالات

السعودية (STC)؟

➤ السؤال الفرعي الثالث: كيف تؤثر الاعتبارات الفردية في تحفيز موظفي المبيعات بأبعاده

مجمعة من خلال مشاريع بيعية مبتكرة: دراسة تطبيقية على شركة الاتصالات

السعودية (STC)؟

➤ السؤال الفرعي الرابع: كيف تؤثر الإثارة الفكرية في تحفيز موظفي المبيعات بأبعاده مجمعة

من خلال مشاريع بيعية مبتكرة: دراسة تطبيقية على شركة الاتصالات السعودية (STC)؟

فروض الدراسة:

بناءً على ما تم عرضه من أهداف الدراسة ومشكلتها وأهميتها يمكننا تحديد فرضيات الدراسة

من خلال فرضية رئيسية تتمثل في:

الفرضية الرئيسة الأولى: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)
لدور القادة بأبعادها (التأثير المثالي - الإثارة الفكرية - الاعتبارات الفردية - التحفيز الروحي) في
تحفيز موظفي المبيعات بأبعاده مجمعة من خلال مشاريع بيعية مبتكرة: دراسة تطبيقية على شركة
الاتصالات السعودية (STC).

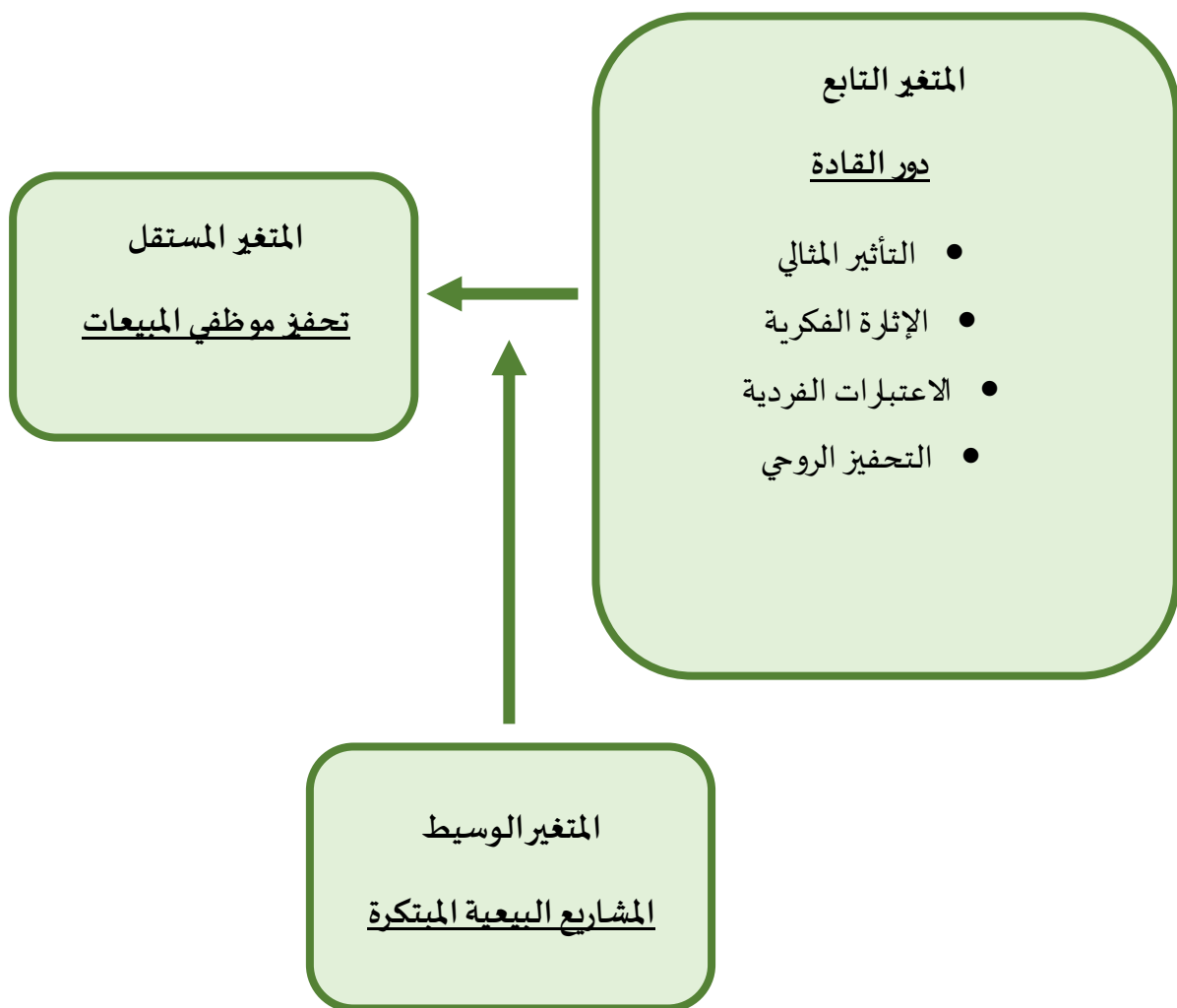
ينبثق من هذه الفرضية الفرضيات الفرعية التالية:

- **الفرضية الفرعية الأولى:** لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)
للتأثير المثالي في تحفيز موظفي المبيعات بأبعاده مجمعة من خلال مشاريع بيعية مبتكرة:
دراسة تطبيقية على شركة الاتصالات السعودية (STC).
- **الفرضية الفرعية الثانية:** لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)
للتحفيز الروحي في تحفيز موظفي المبيعات بأبعاده مجمعة من خلال مشاريع بيعية مبتكرة:
دراسة تطبيقية على شركة الاتصالات السعودية (STC).
- **الفرضية الفرعية الثالثة:** لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)
للاعتبارات الفردية في تحفيز موظفي المبيعات بأبعاده مجمعة من خلال مشاريع بيعية
مبتكرة: دراسة تطبيقية على شركة الاتصالات السعودية (STC).
- **الفرضية الفرعية الرابعة:** لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)
للاثارة الفكرية في تحفيز موظفي المبيعات بأبعاده مجمعة من خلال مشاريع بيعية مبتكرة:
دراسة تطبيقية على شركة الاتصالات السعودية (STC).

نموذج الدراسة

- يهدف هذا النموذج إلى التعرف على دور القادة بأبعادها (التأثير المثالي - الإثارة الفكرية - الاعتبارات الفردية - التحفيز الروحي) في تحفيز موظفي المبيعات بأبعاده مجمعة من خلال مشاريع بيعية مبتكرة: دراسة تطبيقية على شركة الاتصالات السعودية (STC). ويتضمن المتغيرات التالية:
- المتغير المستقل: دور القادة بأبعادها (التأثير المثالي - الإثارة الفكرية - الاعتبارات الفردية - التحفيز الروحي).
 - المتغير التابع: تحفيز موظفي المبيعات بأبعاده مجمعة.
 - المتغير الوسيط: مشاريع بيعية مبتكرة.

الشكل رقم (1) متغيرات الدراسة



المصدر: إعداد الباحث

الدراسات السابقة:

دراسة (المالح، 2019) بعنوان:

دور القادة التحويليين في إدارة التغيير التنظيمي

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور القادة التحويليين في إدارة التغيير التنظيمي. وانقسمت الدراسة إلى عدد من النقاط، تناولت الأولى تعريف القيادة التحويلية. وكشفت الثانية عن أبعاد القيادة التحويلية ومنها التأثير المثالي، والإثارة الفكرية، والاعتبارات الفردية، والتحفيز الروحي، والتمكين. وعرضت الثالثة وظائف ومهام القائد التحويلي ومنها، إدراك الحاجة للتغيير، وقدرته على إقناع الأتباع بالحاجة للتغيير، واختيار النموذج الملائم للتغيير في منظمته من بين النماذج الفكرية المتاحة والملائمة لظروف منظمته، وإدارة المرحلة الانتقالية والتعامل معها بحكمة ودراية لتكتمل عملية التغيير. واستعرضت الرابعة نموذج القائد التحويلي. وتحدثت الخامسة عن إدارة التغيير التنظيمي. وأكدت السادسة على أهمية عملية التغيير. وأبرزت السابعة مفهوم التغيير التنظيمي. وذكرت الثامنة أنواع التغيير والتطوير التنظيمي. واشتملت التاسعة على مستويات التغيير التنظيمي. واستعرضت العاشرة مراحل وخطوات إدارة التغيير. وكشفت الحادية عشر عن استراتيجيات التغيير والتطوير التنظيمي. وجاءت الثانية عشر بنمط القيادة التحويلية والتغيير التنظيمي. واختتمت الدراسة بالتأكيد على أن القادة التحويليين يستخدمون قوة شخصيتهم ومهاراتهم لتحفيز أتباعهم، ويسعون لكسب ثقة أتباعهم والتزامهم العاطفي من خلال إظهار القيم الأخلاقية والمثل العليا، مما يحفز الأتباع للتضحية بمصالحهم الشخصية لصالح المنظمة، وعليه فإن النموذج القيادي الأفضل هو نموذج يستطيع الحفاظ على الموارد، مع متابعة فرص النمو.

دراسة (شراحيلي، 2020) بعنوان:

دور القيادة المدرسية في تحسين نواتج التعلم وفق تصورات قادة المدارس ومشرفيها

هدف البحث الحالي إلى التعرف على دور القيادة المدرسية في تحسين نواتج التعلم وفق تصورات قادة المدارس ومشرفيها، وقد استخدم البحث المنهج الوصفي التحليلي للتعرف على تصورات قادة المدارس ومشرفيها حول دور القيادة المدرسية في تحسين نواتج التعلم، واستعان بأداة الاستبانة التي طبقت على عينة بلغ عددها (260) من قادة المدارس ومشرفيها بمنطقة جازان التعليمية. وقد توصل البحث إلى اتفاق عينة البحث على أهمية دور القيادة المدرسية في تحسين نواتج التعلم في الجانب الوجداني والمعرفي والمهاري، كما توصل البحث إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عن مستوى دلالة (0.05) بين استجابات أفراد العينة حول دور القيادة المدرسية في تحسين نواتج التعلم وفق تصورات قادة المدارس ومشرفيها تعزو لمتغيري (المسمى الوظيفي - النوع). كما أوصى البحث بضرورة إلحاق مدراء المدارس بدورات تدريبية تركز على تعريفهم بمهام ومسؤوليات العمل المدرسي وكيفية توظيف الإمكانيات المتوفرة في إنجاح العملية التعليمية وتحسين نواتج التعلم.

دراسة (العفري، 2019) بعنوان:

دور قادة المدارس الثانوية بمنطقة القصيم في تفعيل الشراكة المجتمعية

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور قادة المدارس الثانوية بمنطقة القصيم في تفعيل الشراكة المجتمعية من وجهة نظرهم، وتوضيح الفروق ذات الدلالة إحصائية لدور قادة المدارس الثانوية في تفعيل الشراكة المجتمعية من وجهة نظرهم والتي ترجع لمتغيرات (المؤهل العلمي - سنوات الخدمة - نوع التعليم)، تم اتباع المنهج الوصفي المسحي، واستخدمت الاستبانة كأداة لجمع

البيانات وتكونت عينة الدراسة من (١٥٠) من قادة المرحلة الثانوية بالقصيم، وتم تحليل البيانات وفق حزمة البرامج الإحصائية SPSS. من بين النتائج التي توصلت إليها الدراسة ما يلي: أن دور قادة المدارس الثانوية بمنطقة القصيم في تفعيل الشراكة المجتمعية جاء بدرجة عالية، وجاء في الترتيب الأول محور: سبل تحسين دور قادة المدارس الثانوية بمنطقة القصيم لتفعيل الشراكة المجتمعية بدرجة موافقة عالية جداً، ثم محور: معوقات تفعيل قادة المدارس الثانوية بمنطقة القصيم الشراكة المجتمعية بدرجة موافقة عالية، ثم محور: واقع ممارسة قادة المدارس الثانوية بمنطقة القصيم لتفعيل الشراكة المجتمعية بدرجة موافقة متوسطة. وأهم ما أوصت به الدراسة: ضرورة العمل على ربط النظرية بالتطبيق من خلال الزيارات الميدانية للمصانع والشركات، وتشجيع رجال الأعمال على إنشاء مباني مدرسية ومراكز التدريب التربوية، ووضع اتفاقيات مشتركة بين إدارة التعليم ومؤسسات المجتمع للارتقاء بالعملية التعليمية وربط النظرية بالتطبيق، وضرورة التخلص من المعوقات التي تعيق دور قادة المدارس الثانوية بمنطقة القصيم لتفعيل الشراكة المجتمعية، كما يقترح الباحث توجيه طلبة الدراسات العليا في قسم الإدارة التربوية لإجراء المزيد من البحوث والدراسات النوعية حول الشراكة بين المدرسة.

دراسة (حسن، 2023) بعنوان:

دور القيادة التربوية في تطوير أداء قادة التربية الفنية

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور القيادة التربوية في تطوير أداء قادة التربية الفنية، وقد تناولت الدراسة القيادة التربوية من خلال إبراز عناصرها وبناء العلاقات الإنسانية والتأثير في الآخرين والتحفيز والتشجيع والتدريب لقادة التربية الفنية، وخرجت الدراسة بنتائج كان أبرزها أن لأي مؤسسة تربوية لابد لها من الانطلاق في إدارتها من المنطلق القيادي، وأن مفهوم القيادة

الواسع بعناصره المختلفة قادر على الارتقاء بالكوادر القيادية الفنية فيها، وتستطيع القيادة التربوية أن تشكل البيئة الإيجابية المطلوبة لصناعة قادة التربية الفنية وكيفية الاستفادة من طاقاتهم المختلفة. فتنمية مهارات القيادة التربوية في التربية الفنية تعد من أهداف التعليم والمساعدة في ترجمة الأفكار والمشاعر بصورة إبداعية فعالة ومؤثرة وإطلاق ملكات الخيال والاكتشاف والوعي فبذلك يصبح القائد معلم التربية الفنية) يمتلك رؤى مستقبلية ومهارات قيادية تمكنه من التأثير على الآخرين وتوجيه علاقاتهم بما يخدم أهداف المؤسسة وأيضاً يمتلك المعرفة الأساسية بمفاهيم ونظريات وعمليات التربية الفنية ويمارسها بإبداع وقادر على فهم وصياغة الأهداف لمكونات العملية التعليمية وتصميم الأنشطة اللازمة والتمكن من تحقيقها.

دراسة (فرج، 20229) بعنوان:

دور علم النفس في إعداد القيادات الإدارية الفعالة للدولة

هدف المقال إلى تقديم الأسس المعرفية والإجراءات العملية لتنمية المهارات الرئيسية للقادة بما يكفل لهم مستوى متميز من الأداء القيادي ليحثوا رؤوسهم على القيام بما يوكل إليهم من مهام بفاعلية بما يسمح لمؤسساتنا الإنتاجية والخدمية ببلوغ مستويات الجودة المعترف بها عالمياً. ومما لا شك فيه أن علم النفس يلعب دوراً محورياً في اختيار وتدريب وتنمية القادة بوصفهم العمود الرئيسي للتنمية المجتمعية والحضارية؛ لذا يعرض المقال بشيء من التفصيل لدواعي الاهتمام بتنمية القادة من خلال عدة محاور أولها دواعي الاهتمام بتنمية القادة والتي تتمثل في عدة عناصر منها بناء برامج تدريبية لصقل المهارات والقدرات الشخصية للقادة، ووضع الخطط الاستراتيجية الرامية إلى الاكتشاف المبكر للمواهب القيادية الواعدة، ومواكبة التطور التقني والتغيرات الاجتماعية. ثانيها المهارات القيادية المطلوب تنميتها ومنها مهارات إدارة العلاقات

الشخصية، والإبداع القيادي. ثالثها المبادئ التي تقوم عليها عملية تنمية المهارات القيادية وأهمها القابلية للتنمية، وأن أي تغير سلوكي يسبقه تغير معرفي. رابعها فنيات تنمية القادة ومن أمثلتها حلقات العمل، والبيانات العملية، وتمثيل الدور، والواجبات المنزلية، وتغيير الخصائص. خامسها تطبيقات نفسية معاصرة في مجال إعداد القيادات الإدارية الفعالة حيث تقدم الخدمة النفسية في العديد من الهيئات الحكومية وغير الحكومية داخل مصر وخاصة في مجال إعداد القادة في أجهزة الدولة المختلفة مثل تلك الخدمات التي تقدم في وزارة الدفاع، ووزارة الداخلية، ووزارة التعليم العالي والعام. ويختتم المقال بلفت الانتباه إلى ضرورة أن يكون هناك استراتيجية لاختيار القيادات في كل موقع من المواقع القيادية بمستوياتها المتنوعة.

دراسة (Mohamed, 2019) بعنوان:

Assessment of Motivation Strategies and its Impact on Employees'

Performance in Quick Service Restaurants

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على استراتيجيات التحفيز في صناعة الضيافة وتأثير تلك الاستراتيجيات على أداء العاملين في مطاعم الخدمة السريعة. تم توزيع نموذجين من استمارات الاستبيان إحداهما للعاملين والأخرى لمديري المطاعم عينة الدراسة. تم توزيع (480) استمارة على مجموعة من العاملين بمطاعم الخدمة السريعة، منها (377) استمارة صالحة للتحليل بنسبة 94% من إجمالي عدد الاستمارات التي تم توزيعها. كما تم توزيع (100) استمارة على مجموعة من المديرين بمطاعم الخدمة السريعة، منها (96) استمارة صالحة للتحليل بنسبة 96% من إجمالي عدد الاستمارات التي تم توزيعها. أظهرت النتائج أن التحفيز المادي هو أول العوامل المؤثرة على رضا العاملين، يليها الحوافز المعنوية. جميع المطاعم عينة الدراسة تطبق أساليب

مختلف للتحفيز، كما أن أغلبية تلك المطاعم (88.1%) تطبق كلا من التحفيز المادي والمعنوي. يعتبر عنصر الأجور والرواتب هو الأكثر تأثيراً على إرضاء العاملين، كما أن النتائج أظهرت أن سلاسل المطاعم العالمية تطبق سياسات التحفيز بشكله المادي والمعنوي أفضل من المطاعم المحلية ولذا فلا بد من اهتمام مطاعم الخدم السريعة بتحسين استراتيجيات التحفيز من أجل تحسين أداء العاملين.

دراسة (Djadda, 2023) بعنوان:

Leadership Styles and the Promotion of Working Group Life through
Considerations of Motivation and Group Cohesion: Investigation with
Employees of CEVITAL Bejaia Company

الهدف من هذه الدراسة الحالية العلاقة بين أساليب القيادة وأثرها على تعزيز وتطوير مناخ العمل في شركة المواد الغذائية سيفيتال بولاية بجاية بالجزائر. طلب من إجمالي 63 موظفاً من شركة CEVITAL ملء الاستبيان الذي دفعنا إلى تقييم أساليب القيادة ودورها في تعزيز الدافعية وتماسك فرق العمل من خلال مجموعة من الأسئلة أظهرت النتائج عدة حقائق تبدأ من أهمية وميزة الأسلوب الديمقراطي فيما يتعلق بأساليب القيادة الأخرى والوصول إلى حيوية التكيف مع المواقف المختلفة وسياق الشركة التي تظهر بشكل أساسي من خلال النظرية الظرفية للقيادة توضح هذه الدراسة أن أسلوب القيادة له تأثير مباشر على سير عملية تعزيز الدافع والتماسك وغيرها من الاعتبارات التي سنتعامل معها من خلال هذه الورقة.

Empowerment and its Impact on Employee Loyalty: An Exploratory Study
of the Opinions of a Sample of Employees at the University of Mohamed
Boudiaf in M'sila "Algeria"

هدف هذا البحث إلى تبيان العلاقة والأثر الذي تحدثه عملية التمكين من خلال أبعادها تفويض السلطة فرق العمل والتحفيز في تحقيق ولاء العاملين من خلال دراسة استطلاعية لآراء عينة من العاملين بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة (الجزائر) بلغت 152؛ تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي حيث تم تصميم استبيان إلكتروني تم إرسال رابطته إلى البريد الإلكتروني للعاملين بهذه الجامعة؛ لمعالجة البيانات وتحليلها وتفسيرها تم استخدام البرنامج الإحصائي SPSS. توصلت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ارتباط معنوية وهي طردية وقوية بين أبعاد التمكين وولاء العاملين، وأن التمكين له تأثير معنوي في تحقيق ولاء العاملين وأن بعد "فرق العمل" هو البعد الأكثر تأثيراً لتعزيز ولاء العاملين، ومن ثم تحقيق أهداف المؤسسة.

الفجوة البحثية:

- هناك نقص في الدراسات التي تتناول دور القادة في تحفيز موظفي المبيعات من خلال مشاريع بيعية مبتكرة: دراسة تطبيقية على شركة الاتصالات السعودية (STC).
- معظم الدراسات لم تتناول بشكل كافٍ التفاعل بين مختلف أبعاد دور القادة (التأثير المثالي - الإثارة الفكرية - الاعتبار الفردية - التحفيز الروحي) وأثره في تحفيز موظفي المبيعات بأبعاده مجمعة من خلال مشاريع بيعية مبتكرة: دراسة تطبيقية على شركة الاتصالات السعودية (STC).

- معظم الدراسات لم تتناول بشكل كافٍ التفاعل بين مختلف أبعاد تحفيز موظفي المبيعات وتأثره بدور القادة بأبعادها (التأثير المثالي - الإثارة الفكرية - الاعتبارات الفردية - التحفيز الروحي) من خلال مشاريع بيعية مبتكرة: دراسة تطبيقية على شركة الاتصالات السعودية (STC).
- هناك حاجة لدراسات تتبعية طويلة الأجل لتقييم دور القادة بأبعادها (التأثير المثالي - الإثارة الفكرية - الاعتبارات الفردية - التحفيز الروحي) في تحفيز موظفي المبيعات بأبعاده مجمعة من خلال مشاريع بيعية مبتكرة: دراسة تطبيقية على شركة الاتصالات السعودية (STC).

المنطلقات النظرية للدراسة:

تُعد النظرية البنائية إطارًا مفيدًا لتحليل أثر جودة الخدمة على رضا العملاء في شركات النقل العام، كما هو موضح في دراسة تطبيقية على شركة سابكو ألسا للنقل بالمملكة العربية السعودية. تنطلق النظرية البنائية من فكرة أن المعرفة تُبنى من خلال التفاعل بين الأفراد والبيئة المحيطة بهم، مما يُتيح فهماً أعمق للعوامل التي تؤثر في تجارب العملاء ومدى رضاهم عن الخدمات المقدمة. في هذا السياق، يمكن استخدام النظرية البنائية لفهم كيف تؤثر جودة الخدمة على انطباعات العملاء وتجاربهم، ومن ثم على مستوى رضاهم. أحد الجوانب الرئيسية لاستخدام النظرية البنائية في هذا البحث هو التركيز على التفاعل بين العملاء وموظفي الخدمة. يُعد الموظفون الواجهة التي تتفاعل مع العملاء، حيث تلعب طريقة تعاملهم مع العملاء دورًا كبيرًا في تشكيل انطباعاتهم عن جودة الخدمة. من خلال تحليل كيفية بناء هذه التفاعلات، يمكن فهم كيف تؤثر جودة الخدمة على رضا العملاء. يمكن إجراء مقابلات مع العملاء لجمع آرائهم حول تجاربهم مع موظفي سابكو ألسا، مما يساعد في بناء صورة واضحة عن كيفية تحسين جودة الخدمة.

بالإضافة إلى ذلك، يُمكن استخدام النظرية البنائية لفهم كيف تؤثر تجارب العملاء السابقة على تقييمهم لجودة الخدمة. كل عميل يأتي بتجارب وتوقعات سابقة تشكل معايير تقييمه للخدمة الحالية. من خلال دراسة هذه التجارب، يمكن للبحث أن يُظهر كيف تتفاعل العوامل المختلفة مثل الأمان، والراحة، والموثوقية مع توقعات العملاء، مما يؤثر في النهاية على رضاهم. يمكن استخدام استبيانات لجمع البيانات حول تجارب العملاء السابقة وتوقعاتهم، مما يساهم في تحليل كيفية بناء رضاهم. يمكن استخدام النظرية البنائية لتطوير استراتيجيات تحسين جودة الخدمة بناءً على المدخلات من العملاء. من خلال فهم كيف يُبنى رضا العملاء من خلال تفاعلاتهم وتجاربهم، يمكن لشركة سابنتكو ألسا تطوير استراتيجيات تُعزز من جودة الخدمة المقدمة. يمكن أن تشمل هذه الاستراتيجيات تحسين التدريب للموظفين، وتطوير الأنظمة التكنولوجية المستخدمة في تقديم الخدمة، وتقديم خيارات أكثر مرونة تلبي احتياجات العملاء المتنوعة.

في الختام، يُعتبر استخدام النظرية البنائية في هذا البحث خطوة مهمة نحو فهم العلاقة المعقدة بين جودة الخدمة ورضا العملاء. من خلال التركيز على التفاعلات، وتجارب العملاء، وتطوير استراتيجيات قائمة على المعرفة المكتسبة، يمكن أن تُساهم هذه الدراسة في تعزيز جودة الخدمة في شركة سابنتكو ألسا، مما يؤدي إلى زيادة رضا العملاء وتحسين الأداء العام للشركة. إن هذه المنهجية ليست فقط أداة لفهم الظواهر، بل تمثل أيضًا فرصة لتعزيز الابتكار والتطوير في مجال خدمات النقل.

المنهجية وطرق البحث:

تم اتباع المنهج الوصفي والمنهج التحليلي كأسلوب مناسب للوصف، الذي يتطابق مع الفصول النظرية أما في الفصل التطبيقي التحليلي والمنهج الاستنباطي من أجل تحليل وتقييم البيانات المتحصل

عليها في الاستبانة للمؤسسة محل الدراسة باعتباره ملائماً لتقرير الحقائق وفهم مكونات الموضوع، مع إخضاعه للدراسة الدقيقة وتحليل أبعاده، والتي سنتطرق إليها في الفصل التطبيقي في دراسة الحالة.

يعتمد اختيار المنهج الملائم لطبيعة البحث على طبيعة المشكلة والهدف من دراستها، ومن أجل الإحاطة بمختلف جوانب الدراسة سيتم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، فالأسلوب الوصفي مناسب للوصف الذي يتطابق مع الفصول النظرية، أما في الفصل التطبيقي التحليلي والمنهج الاستنباطي من أجل تحليل وتقييم البيانات المتحصل عليها في الاستبانة محل الدراسة، حيث يسهم هذا المنهج في الإجابة عن التساؤلات البحثية من خلال جمع البيانات ومن ثم تحليلها ومناقشتها. وهذا المنهج هو المستخدم في معظم الدراسات السابقة.

مصادر جمع البيانات

- **المصادر الثانوية:** وتشمل البيانات والمعلومات الموجودة في الكتب والمراجع، والرسائل الجامعية وأوراق العمل والمجلات والدوريات والمؤتمرات العلمية وورش العمل، بالإضافة إلى التقارير المنشورة وغير المنشورة التي تناولت الموضوع في مختلف المؤسسات ذات الصلة.
- **المصادر الأولية:** اعتمدت الدراسة على الاستبانة كأداة رئيسية في جمع البيانات من مصادرها والتي تم تصميمها خصيصاً لهذا الغرض على Google Forms وإرسال رابطها إلى مجتمع البحث.

أدوات الدراسة:

تعرف أداة البحث بأنها "الوسيلة التي تتم بواسطتها عملية جمع البيانات بهدف الإجابة عن تساؤلاته ، وسيعتمد الباحثين في جمع البيانات على الاستبانة، والتي تُعرف بأنها "صيغة محددة من الفقرات والأسئلة تهدف إلى جمع البيانات من أفراد البحث"

حيث تكونت من قسمين رئيسيين هما:

- **القسم الأول:** وهو الجزء الخاص بالمتغيرات الديمغرافية لأفراد عينة الدراسة ، والمتمثلة ب:
النوع ، والعمر ، والمؤهل العلمي، والمستوى الوظيفي.
- **القسم الثاني:** اشتمل القسم الثاني على الفقرات والأبعاد التي تقيس متغيرات الدراسة المستقل والتابع.

حدود الدراسة:

- **حدود موضوعية :** اقتصرت الدراسة على التعرف على دور القادة بأبعادها (التأثير المثالي - الإثارة الفكرية - الاعتبار الفردية - التحفيز الروحي) في تحفيز موظفي المبيعات بأبعاده مجمعة من خلال مشاريع بيعية مبتكرة: دراسة تطبيقية على شركة الاتصالات السعودية (STC).
- **حدود مكانية:** اقتصرت الدراسة على شركة الاتصالات السعودية (STC) بالمملكة العربية السعودية.
- **حدود زمانية :** تم إعداد الدراسة في عام 2024.

- حدود بشرية: اقتصرَت الدراسة على العاملين داخل شركة الاتصالات السعودية (STC) بالمملكة العربية السعودية.

المراجع:

- المالح، هلا محمد مذير. (2019). دور القادة التحويليين في إدارة التغيير التنظيمي. مجلة الإقتصاد الإسلامي العالمية، ع82 ، 11 - 29.
- شراحيلي، جابر بن عبدالله حسن. (2020). دور القيادة المدرسية في تحسين نواتج التعلم وفق تصورات قادة المدارس ومشرفيها. دراسات عربية في التربية وعلم النفس، ع118 ، 213 - 245.
- العفري، مرضي بن سعد بن فويران. (2019). دور قادة المدارس الثانوية بمنطقة القصيم في تفعيل الشراكة المجتمعية. مجلة كلية الخدمة الاجتماعية للدراسات والبحوث الاجتماعية، ع17 ، 199 - 220.
- حسن، تقيدة محمود إبراهيم فهميم. (2023). دور القيادة التربوية في تطوير أداء قادة التربية الفنية. مجلة بحوث في التربية الفنية والفنون، مج23، ع3 ، 353 - 362.
- Djadda, M., and Saidene, A. (2023). Leadership Styles and the Promotion of Working Group Life through Considerations of Motivation

and Group Cohesion: Investigation with Employees of CEVITAL Bejaia Company. Journal of Scientific Research Notebooks, Vol. 11, No. 1, 170–186.

- Mohamed, G. A., Zaki, M. M., and Aziz, W. M. (2019). Assessment of Motivation Strategies and its Impact on Employees' Performance in Quick Service Restaurants. Journal of the Faculty of Tourism and Hotels, Vol. 5, No. 5, 29–60.
 - Soudani, A., and Kharkhache, S. (2023). Empowerment and its Impact on Employee Loyalty: An Exploratory Study of the Opinions of a Sample of Employees at the University of Mohamed Boudiaf in M'sila "Algeria". Journal of Humanities and Social Sciences, Vol. 9, No. 1, 1026–1043.
-

Mid–Ocean University

College of Management

Project Management



**The Role of Leaders in Motivating Sales Employees
Through Innovative Sales Projects: An Applied Study
on Saudi Telecom Company (STC)**

Preparation: Abdullah Saad Ali Al Shehri

233001617

Supervision:

Dr. Asma Abuanzeh

1446–2024