

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

إعداد الطالب :
محمد وليد عزي

بحث مقدم لاستيفاء متطلبات
الفصل الدراسي: 2025-2026م

جدول المحتويات

3	الفصل الأول: الإطار العام للبحث.....
3	مقدمة البحث
5	مشكلة البحث
5	أهمية البحث
8	أسئلة البحث
9	أهداف البحث
11	فرضيات البحث
11	نموذج البحث
12	نطاق الدراسة
13	مخطط البحث
14	الفصل الثاني: الدراسات السابقة والإطار النظري.
21	الفصل الثالث: منهجية البحث
31	الفصل الرابع: التحليل الإحصائي ومناقشة النتائج ..
43	الفصل الخامس: المناقشة والتوصيات والخلاصة ...
51	قائمة المراجع
54	الملاحق

الفصل الأول : الإطار العام للبحث

مقدمة البحث

يُعدّ قطاع بيع الأجهزة الترفيهية من أبرز القطاعات التجارية التي شهدت نمواً ملحوظاً في المملكة العربية السعودية خلال السنوات الأخيرة، لا سيما في ظل التحولات الاقتصادية الجوهريّة التي أفرزتها رؤية 2030، والتي أسهمت في تنشيط قطاع الترفيه والاقتصاد الرقمي على نطاق واسع. وتعكس هذه التحولات مدى الاهتمام المتزايد بتطوير قطاعات الترفيه الرقمي وصناعة الألعاب الإلكترونية بوصفها محركاً أساسياً للنمو الاقتصادي المستدام. وتمثل شركة Geekay للألعاب في مدينة جدة نموذجاً تطبيقياً بارزاً في هذا القطاع، إذ تضم كوارر بشرية متعددة تعمل في مجال البيع المباشر للمنتجات الترفيهية كالألعاب الإلكترونية وأجهزة الألعاب وملحقاتها المتنوعة. ومن المسلّم به أن نتائج المبيعات تؤدي دوراً محورياً في تحديد مستوى أداء الموظفين ونجاحهم المهني داخل هذه الشركات وما يماثلها في القطاع التجاري.

ومع التطور المتسارع في أساليب إدارة المبيعات وتقنياتها، باتت المؤسسات التجارية تُولي اهتماماً متزايداً بمؤشرات أداء موظفيها البيعيين، ليس من منطلق تحقيق الأهداف المالية فحسب، بل من منطلق بناء كفاءات بشرية متميزة قادرة على الاستمرارية والتطور. ذلك أن الموظف الذي يُحقق نتائج بيعية مرتفعة يكتسب ثقة إدارته ورضا عملائه في آنٍ واحد، مما ينعكس إيجاباً على مسيرته المهنية ومستوى التزامه بالمنظمة.

تنطلق هذه الدراسة من الحاجة الماسّة إلى فهم طبيعة العلاقة بين نتائج المبيعات ومؤشرات نجاح الموظفين في هذا القطاع الناشئ والمتطور، وذلك من خلال دراسة ميدانية تطبيقية على شركة Geekay للألعاب في جدة، بهدف الوصول إلى استنتاجات علمية موثوقة يمكن الاستفادة منها في تطوير سياسات إدارة الموارد البشرية وتحفيز الكوادر البيعية.

ويستدعي هذا الموضوع الدراسة المعمّقة لأسباب عدة، في مقدمتها: التوسع المتسارع في سوق الألعاب الإلكترونية والأجهزة الترفيهية، وتنامي أعداد الشباب المهتمين بهذا القطاع، والحاجة المتزايدة لفهم العوامل التي تُحدد النجاح المهني للعاملين في بيئات بيع هذه المنتجات المتخصصة.

مشكلة البحث

على الرغم من الأهمية البالغة التي تحتلها المبيعات في قطاع الأجهزة الترفيهية، إلا أن الدراسات التي تتناول أثر نتائج المبيعات على نجاح الموظفين في هذا القطاع داخل المملكة العربية السعودية لا تزال شحيحة وغير كافية، مما يُبرز فجوة بحثية واضحة في الأدبيات الإدارية العربية. وقد لاحظ الباحث من خلال متابعته لواقع العمل في شركات بيع الأجهزة الترفيهية أن ثمة علاقة وثيقة بين نتائج الموظف البيعية ومساره المهني، غير أن هذه العلاقة لم تحظَ بالدراسة العلمية المنهجية الكافية.

ويزداد الأمر أهمية حين تُدرك أن كثيراً من شركات هذا القطاع تعتمد في تقييم موظفيها اعتماداً شبه كلي على مؤشرات المبيعات الكمية، متجاهلةً الجوانب النوعية الأخرى التي تُسهم في بناء نجاح الموظف على المدى البعيد، مما يستوجب البحث العلمي لاستيعاب هذه العلاقة في شموليتها وتعقيدها.

وتتمثل مشكلة البحث في التساؤل الرئيسي الآتي: ما أثر نتائج المبيعات على نجاح الموظفين في شركة Geekay للألعاب بجدة؟

أهمية البحث

الأهمية النظرية:

تسهم هذه الدراسة في إثراء الأدبيات العلمية المتعلقة بإدارة المبيعات وعلاقتها بأداء الموظفين في قطاع الترفيه الرقمي، وتُضيف إطاراً نظرياً محكماً يُعالج ظاهرة لم تحظَ بالاهتمام الكافي في البيئة السعودية. كما تُقدم الدراسة مساهمة معرفية في مجال علم النفس التنظيمي وإدارة الأداء البشري من منظور قطاع متخصص ذي خصائص مميزة.

- ملء الفجوة البحثية في دراسة قطاع بيع الأجهزة الترفيهية بالمملكة العربية السعودية.
- تقديم نموذج متكامل للعلاقة بين الأداء البيعي ومؤشرات النجاح الوظيفي.
- توفير مرجع علمي يمكن الاستناد إليه في الدراسات المستقبلية ذات الصلة.

الأهمية التطبيقية:

توفر الدراسة نتائج وتوصيات عملية يمكن الاستفادة منها من قِبَل مديري الموارد البشرية وصانعي القرار في شركات بيع الأجهزة الترفيهية، مما يساهم في تطوير استراتيجيات تحفيز الموظفين وتحسين كفاءتهم البيعية. وتُفيد نتائج الدراسة أيضاً في وضع معايير أكثر عدالة وشمولاً لتقييم أداء الموظفين ومكافأتهم.

- مساعدة مديري المبيعات في فهم العوامل المحركة لنجاح موظفيهم.

- تزويد إدارات الموارد البشرية بأدوات قياسية موثوقة لتقييم الأداء.

- دعم صانعي القرار في وضع سياسات تحفيزية أكثر فاعلية.

الآثار التطبيقية للدراسة :

تكتسب هذه الدراسة أهمية تطبيقية كبيرة في ظل التنافس المتزايد الذي يشهده قطاع بيع الأجهزة الترفيهية في المملكة العربية السعودية، إذ يمكن للنتائج التي توصلت إليها أن تسهم في تطوير الممارسات الإدارية داخل الشركات العاملة في هذا القطاع.

فالعلاقة الإيجابية بين نتائج المبيعات ونجاح الموظفين تشير إلى ضرورة إعادة النظر في سياسات تقييم الأداء بحيث لا تقتصر على تحقيق الأهداف البيعية فحسب، وإنما تمتد لتشمل تطوير المهارات المهنية وتعزيز الرضا الوظيفي والانتماء التنظيمي.

كما تساعد نتائج الدراسة إدارات الموارد البشرية على تصميم برامج تدريبية أكثر توافقًا مع احتياجات موظفي المبيعات، من خلال التركيز على مهارات التواصل مع العملاء، وفنون الإقناع، وإدارة الاعتراضات، وأساليب البيع الحديثة. ومن المتوقع أن يؤدي ذلك إلى رفع معدلات التحويل البيعي، وتحسين تجربة العملاء، وزيادة الإيرادات، وتعزيز القدرة التنافسية للشركة.

ومن الجانب الاستراتيجي، تقدم الدراسة مؤشرات تساعد القيادات الإدارية على اتخاذ قرارات مبنية على البيانات، سواء فيما يتعلق بالحوافز أو الترقيات أو توزيع المسؤوليات، مما يسهم في بناء بيئة عمل قائمة على العدالة والشفافية وتحفيز الأداء المتميز.

أسئلة البحث

- ما مستوى نتائج المبيعات لدى موظفي شركة Geekay للألعاب في جدة؟
- ما مستوى نجاح الموظفين في شركة Geekay للألعاب في جدة؟
- هل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نتائج المبيعات ونجاح الموظفين في شركة Geekay للألعاب في جدة؟
- ما الأبعاد الأكثر تأثيراً في نتائج المبيعات على نجاح الموظفين؟
- هل يختلف مستوى نجاح الموظفين تبعاً للمتغيرات الديموغرافية كالجنس والعمر وسنوات الخبرة؟

أهداف البحث

- التعرف على مستوى نتائج المبيعات لدى موظفي شركة Geekay للألعاب في جدة.
- قياس مستوى نجاح الموظفين في الشركة محل الدراسة.
- الكشف عن طبيعة العلاقة بين نتائج المبيعات ونجاح الموظفين.
- تحديد أبرز أبعاد نتائج المبيعات المؤثرة في نجاح الموظفين.
- تحليل الفروق في نتائج المبيعات ونجاح الموظفين وفقاً للمتغيرات الديموغرافية.
- تقديم توصيات عملية للمنشآت التجارية في قطاع الأجهزة الترفيهية.

فرضيات البحث

انطلاقاً من الإطار النظري والدراسات السابقة، تسعى هذه الدراسة إلى اختبار الفرضيات الآتية:

الفرضية الرئيسية:

H1: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى $\alpha \leq 0.05$ بين نتائج المبيعات ونجاح الموظفين في شركة Geekay للألعاب في جدة.

الفرضيات الفرعية:

H1a: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم المبيعات المحقق ونجاح الموظفين في شركة Geekay للألعاب في جدة.

H1b: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين رضا العملاء ونجاح الموظفين في شركة Geekay للألعاب في جدة.

H1c: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدلات التحويل البيعي ونجاح الموظفين في شركة Geekay للألعاب في جدة.

نموذج البحث

يقوم نموذج الدراسة على العلاقة بين متغيرين رئيسيين متكاملين:
المتغير المستقل: نتائج المبيعات، ويشمل ثلاثة أبعاد هي: حجم المبيعات المحقق، ورضا العملاء، ومعدلات التحويل البيعي.
المتغير التابع: نجاح الموظفين، ويُقاس بأربعة أبعاد هي: الترقى الوظيفي، والرضا الوظيفي، والالتزام التنظيمي، والأداء الوظيفي.

المؤشرات	الأبعاد	المتغير
تحقيق وتجاوز الأهداف البيعية الشهرية	حجم المبيعات المحقق	نتائج المبيعات (المستقل)
مستوى رضا العملاء ومعدل الإحالة	رضا العملاء	
نسبة تحويل الزيارات إلى صفقات	معدلات التحويل البيعي	
الترقيات والمكافآت المُنوَّحة	الترقى الوظيفي	نجاح الموظفين (التابع)
مستوى الرضا العام عن العمل	الرضا الوظيفي	
مدى الالتزام بسياسات الشركة	الالتزام التنظيمي	
تقييم الرؤساء المباشرين	الأداء الوظيفي	

نطاق الدراسة

- الحدود المكانية: شركة Geekay للألعاب، مدينة جدة، المملكة العربية السعودية.
- الحدود البشرية: موظفو قسم المبيعات في الشركة محل الدراسة، والبالغ عددهم (50) موظفاً وموظفة.
- الحدود الزمنية: الفصل الدراسي الحالي (2025-2026م).
- الحدود الموضوعية: يقتصر البحث على دراسة أثر نتائج المبيعات (حجم المبيعات، رضا العملاء، معدلات التحويل البيعي) على نجاح الموظفين في شركة Geekay للألعاب.

مخطط البحث

- يتضمن هذا البحث خمسة فصول رئيسية على النحو الآتي:
- الفصل الأول: الإطار العام للبحث (مقدمة، مشكلة، أهمية، أسئلة، أهداف، فرضيات، نموذج، نطاق)
 - الفصل الثاني: الدراسات السابقة والإطار النظري
 - الفصل الثالث: منهجية البحث (المنهج، المجتمع، العينة، الأدوات، الصدق والثبات)
 - الفصل الرابع: نتائج الدراسة وتحليلها الإحصائي
 - الفصل الخامس: المناقشة والتوصيات والخلاصة

الفصل الثاني: الدراسات السابقة والإطار النظري

مقدمة

يستعرض هذا الفصل الأدبيات العلمية والدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة، إذ يُقدّم الإطار النظري الذي يُرسّخ أسس البحث ويُوّجّه مساره المنهجي. وقد اعتمد الباحث على مصادر علمية متنوعة تشمل الدراسات العربية والأجنبية المحكّمة في مجالات إدارة المبيعات وأداء الموظفين والسلوك التنظيمي، وذلك بهدف تحديد الفجوة البحثية التي تسعى هذه الدراسة إلى ملئها.

أولاً: الإطار النظري

1. مفهوم نتائج المبيعات

تُعدّ نتائج المبيعات من المفاهيم الجوهرية في أدبيات إدارة المبيعات، وتشير إلى مجموع المخرجات الكمية والنوعية التي يُحقّقها موظف المبيعات خلال فترة زمنية محددة. ويُميّز Churchill et al. (1985) بين نوعين من نتائج الأداء البيعي: النتائج الموضوعية مثل حجم المبيعات، والنتائج الذاتية مثل تقييم المشرفين. وقد تطوّر هذا المفهوم عبر العقود الماضية ليشمل أبعاداً أشمل وأكثر تعقيداً.

ويرى Verbeke et al. (2011) في تحليلهم الميتا الشامل أن نتائج المبيعات تتأثر بمجموعة من العوامل المتداخلة تشمل: القدرات الشخصية، والدافعية، وإدراك الدور، وعوامل بيئية خارجية. ومن الناحية التطبيقية، تتمحور نتائج المبيعات في القطاع التجاري للأجهزة الترفيهية حول ثلاثة محاور رئيسية: حجم المبيعات المحقق

مقارنةً بالأهداف المرسومة، ومستوى رضا العملاء عن الخدمة، ومعدلات تحويل الزيارات إلى صفقات فعلية. وفي السياق السعودي، أكد الزهراني (2021) أن مؤشرات الأداء البيعي تختلف في طبيعتها ووزنها النسبي من قطاع لآخر، غير أن حجم المبيعات يبقى المؤشر الأكثر استخداماً في تقييم موظفي المبيعات بصرف النظر عن القطاع أو المنطقة الجغرافية.

2. مفهوم نجاح الموظفين

يُعدّ نجاح الموظفين مفهوماً متعدد الأبعاد يشمل كلاً من النجاح الموضوعي الذي يُقاس بمؤشرات قابلة للقياس كالترقيات والمكافآت، والنجاح الذاتي الذي يعكس إدراك الفرد لمستوى تحقيقه لأهدافه المهنية. ويُقسّم (Arthur et al. (2005 نجاح الموظف إلى نجاح وظيفي موضوعي (objective career success) يشمل المستوى الوظيفي والراتب، ونجاح وظيفي ذاتي (subjective career success) يعكس الرضا المهني والشخصي.

وفي إطار القطاع التجاري، يمتد مفهوم نجاح الموظف ليشمل: الرضا عن العمل ومعناه، والشعور بالإنجاز والتطور المهني، والعلاقات الإيجابية مع العملاء والزملاء، والاستقرار الوظيفي والانتماء المؤسسي. ويرى المطيري (2020) أن الالتزام التنظيمي يُمثل أحد أبرز مؤشرات نجاح الموظف في القطاع التجاري السعودي، لما يعكسه من انتماء حقيقي للمنظمة وتوافق مع قيمها وأهدافها.

3. العلاقة بين نتائج المبيعات ونجاح الموظفين

تُكشف الأدبيات العلمية عن علاقة تبادلية ومعقدة بين نتائج المبيعات ونجاح الموظفين، إذ أن كلاّ منهما يُغذي الآخر ويُعززه. فالموظف الذي يُحقق نتائج بيعية متميزة يكتسب ثقة إدارته واعترافها، مما ينعكس إيجاباً على فرصه في الترقى والمكافأة وتطويع مهاراته، وهذا بدوره يُعزز دافعيته ورضاه الوظيفي ويُحسّن أدائه البيعي في دورة متصاعدة. ويُفسّر هذا التوافق بنظرية التعزيز الإيجابي التي أرساها Skinner، حيث يؤدي تحقيق النتائج المرغوبة إلى تعزيز السلوكيات المنتجة وتكرارها. وتدعم نظرية التوقع لـ Vroom هذه العلاقة بصورة أوضح، إذ تُبين أن الموظف يُقدّم الجهد البيعي الأمثل حين يتوقع أن نتائج مبيعاته الجيدة ستؤدي إلى مكافآت تُلبّي توقعاته وتحقق أهدافه المهنية. وهذا يعني أن توطيد العلاقة بين النتائج البيعية ومسارات نجاح الموظف يُمثل أداةً إدارية فعّالة لتعزيز الأداء المؤسسي.

ثانياً: الدراسات السابقة

الدراسات العربية

دراسة العنزي (2022):

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن أثر أداء فرق المبيعات على مستوى الرضا الوظيفي لدى موظفي شركات التوزيع التجاري في المملكة العربية السعودية. واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي الارتباطي على عينة بلغت (120) موظفاً من موظفي المبيعات في شركات التوزيع الكبرى. وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين أداء المبيعات ومستوى الرضا الوظيفي ($r = 0.68, p < 0.001$)، مما يعكس أهمية تعزيز الدوافع البيعية لتحقيق النجاح المهني. وأوصت الدراسة بضرورة ربط حوافز الموظفين بنتائجهم البيعية بشكل واضح وشفاف.

دراسة الزهراني (2021):

تناولت الدراسة أثر مؤشرات الأداء البيعي على مسار الترقى الوظيفي لدى موظفي شركات الاتصالات في جدة، بعينة مكوّنة من (85) موظفاً في قطاع مبيعات الاتصالات. وخلصت الدراسة إلى أن معدلات التحويل البيعي تُعدّ من أقوى المؤشرات تأثيراً في فرص ترقى الموظفين ($Beta = 0.52, p < 0.001$)، تليها مؤشرات رضا العملاء ثم حجم المبيعات. كما كشفت الدراسة عن وجود وسيط جزئي يتمثل في تقييم المشرف المباشر بين الأداء البيعي ومسار الترقى الوظيفي.

دراسة المطيري (2020):

ركزت على دور نتائج المبيعات في تعزيز الالتزام التنظيمي لدى موظفي قطاع التجزئة في الرياض، وشملت عينة من (100) موظف في متاجر التجزئة الكبرى. وأشارت النتائج إلى أن تحقيق الأهداف البيعية يرتبط ارتباطاً وثيقاً بمستوى الالتزام التنظيمي، إذ تفسّر نتائج المبيعات ما نسبته (38%) من التباين في مستوى الالتزام التنظيمي. وأوضحت الدراسة أن الموظفين الذين يحققون أهدافهم البيعية بانتظام يُبدون مستويات أعلى من الانتماء المؤسسي والرغبة في الاستمرار في العمل.

الدراسات الأجنبية

:Churchill et al. (1985)

قدّمت هذه الدراسة الرائدة نموذجاً شاملاً لمحددات أداء موظفي المبيعات من خلال تحليل ميتا ضمّ (116) دراسة ومئات المتغيرات. وأكدت أن نتائج المبيعات تُعدّ المحرك الأساسي لنجاح الموظف في القطاع التجاري، وأن العوامل الشخصية والدافعية تتفاعل مع نتائج المبيعات لتحديد المسار المهني للموظف. ولا تزال هذه الدراسة تُمثّل المرجع الأساسي في أدبيات إدارة المبيعات حتى اليوم.

:Piercy et al. (2012)

درست هذه الدراسة العلاقة بين سلوك الموظف البيعي ونتائجه على أرض الواقع في عينة من (242) موظف مبيعات في قطاعات متعددة. وخلصت إلى أن الجمع بين السلوك الإيجابي تجاه الزملاء والعملاء من جهة، والنتائج البيعية المتميزة من جهة أخرى، يُعزّز من احتمالية النجاح الوظيفي الشامل. وكشفت الدراسة أيضاً عن أهمية دعم القيادة في تحويل السلوك الإيجابي إلى نتائج بيعية ملموسة.

:Verbeke et al. (2011)

أجرت الدراسة تحليلاً ممتداً لـ (50) دراسة تناولت أداء موظفي المبيعات خلال الفترة 1985-2010. وتوصلت إلى أن رضا العملاء يمثل أحد أبرز مؤشرات نجاح الموظف على المدى البعيد، وأن القدرة على بناء العلاقات مع العملاء وتطويرها تمثل الفارق الحاسم بين الموظف الناجح وأقرانه. كما أشارت الدراسة إلى تحوّل واضح في المفهوم نحو قياس قيمة العلاقة مع العميل على المدى البعيد بدلاً من التركيز على الصفقة الفورية.

موقع الدراسة الحالية من الدراسات السابقة

تتميز الدراسة الحالية عن سابقتها في عدة جوانب جوهرية:

- التركيز تحديداً على قطاع بيع الأجهزة الترفيهية في المملكة العربية السعودية، وهو قطاع ناشئ لم يحظَ بالاهتمام الكافي في الأدبيات العلمية العربية.
- كونها دراسة تطبيقية على شركة بعينها (Geekay للألعاب) مما يمنحها طابعاً ميدانياً متخصصاً يُمكن من استخلاص توصيات عملية دقيقة.
- الجمع بين المقاربتين الكمية والوصفية في تناول الظاهرة، مما يُغني مخرجات الدراسة ويُعمّق فهم السياق.
- اعتماد منهج الحصر الشامل لمجتمع الدراسة، مما يمنح نتائجها تمثيلية أعلى مقارنةً بالدراسات التي تعتمد العينات الاحتمالية.

الفصل الثالث : منهجية البحث

مقدمة

تُعد المنهجية العلمية الركيزة الأساسية التي يقوم عليها أي بحث علمي، إذ تضمن تنظيم خطوات الدراسة بطريقة منهجية تساعد على الوصول إلى نتائج دقيقة وموثوقة يمكن الاستناد إليها في تفسير الظواهر المدروسة.

ويُسهم اختيار المنهج المناسب وأدوات جمع البيانات الملائمة في تعزيز جودة البحث، كما يُمكن الباحث من الإجابة عن أسئلة الدراسة واختبار فرضياتها وفق أسس علمية واضحة. لذلك يولي الباحثون اهتمامًا بالغًا بتحديد الإجراءات المنهجية التي سيتم اتباعها منذ بداية الدراسة وحتى الوصول إلى النتائج النهائية، لما لذلك من أثر مباشر في مصداقية البحث وإمكانية الاستفادة من مخرجاته في الجوانب الأكاديمية والتطبيقية.

وتزداد أهمية المنهجية في الدراسات الإدارية التي تتناول أداء الموظفين ونتائج المبيعات، نظرًا لتداخل العديد من العوامل التنظيمية والسلوكية والاقتصادية التي تؤثر في هذه المتغيرات. ومن ثم فإن دراسة العلاقة بين نتائج المبيعات ونجاح الموظفين تتطلب تصميمًا بحثيًا قادرًا على قياس هذه العلاقة بصورة موضوعية، مع مراعاة الخصائص الديموغرافية للمشاركين وطبيعة البيئة التنظيمية التي يعملون فيها. كما أن استخدام أدوات قياس تتمتع بدرجات مرتفعة من الصدق والثبات يسهم في الحصول على بيانات دقيقة يمكن الاعتماد عليها عند تحليل النتائج وتفسيرها.

وانطلاقاً من ذلك، يتناول هذا الفصل وصفاً تفصيلياً للإجراءات المنهجية التي اعتمدت عليها الدراسة، حيث يستعرض المنهج المستخدم، ومجتمع الدراسة وعينتها، وآلية اختيار المشاركين، وأداة جمع البيانات، وإجراءات التحقق من صدقها وثباتها، بالإضافة إلى الأساليب الإحصائية التي تم استخدامها لتحليل البيانات واختبار فرضيات الدراسة. كما يتناول الفصل الاعتبارات الأخلاقية التي التزم بها الباحث أثناء تنفيذ الدراسة، بما يضمن المحافظة على سرية المعلومات واحترام حقوق المشاركين وتحقيق أعلى درجات النزاهة العلمية.

التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث

أولاً : نتائج المبيعات (المتغير المستقل)

يُقصد بنتائج المبيعات في هذه الدراسة: الدرجة التي يحصل عليها موظف المبيعات في شركة Geekay للألعاب على مقياس نتائج المبيعات المُعدّ لهذا الغرض، ويشمل ثلاثة أبعاد رئيسية:

- حجم المبيعات المحقق: مدى تحقيق الموظف للأهداف البيعية المرسومة وتجاوزها خلال الفترة الزمنية المحددة.
- رضا العملاء: مستوى الرضا الذي يُبدیه العملاء عن الخدمة المقدمة من قِبَل موظف المبيعات، بما يشمل جودة التعامل والمعرفة بالمنتجات وسرعة الاستجابة.
- معدلات التحويل البيعي: نسبة تحويل الزيارات والاستفسارات إلى صفقات بيعية فعلية خلال فترة العمل.

ثانياً : نجاح الموظفين (المتغير التابع)

يُقصد بنجاح الموظفين في هذه الدراسة: الدرجة التي يحصل عليها الموظف على مقياس النجاح الوظيفي، ويُقاس من خلال أربعة أبعاد:

- الترقى الوظيفي: حصول الموظف على ترقيات أو مكافآت مادية أو معنوية نتيجة أدائه البيعي المتميز.
- الرضا الوظيفي: مستوى الرضا العام للموظف عن عمله ومسيرته المهنية في الشركة.
- الالتزام التنظيمي: مدى التزام الموظف بسياسات الشركة وأهدافها، ورغبته الصادقة في الاستمرار بها.
- الأداء الوظيفي: تقييم الرؤساء المباشرين لأداء الموظف وفق المعايير والمؤشرات المحددة.

تصميم البحث ومنهجيته

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي الارتباطي، الذي يسعى إلى وصف الظاهرة وقياس العلاقة بين متغيراتها دون التدخل في مجريات الأحداث أو التلاعب في المتغيرات. ويُعدّ هذا المنهج الأنسب لطبيعة الدراسة الحالية التي تسعى إلى الكشف عن العلاقة بين نتائج المبيعات ونجاح الموظفين في شركة Geekay للألعاب.

وتتسم هذه الدراسة بالطابع المقطعي (Cross-sectional) إذ جُمعت البيانات في نقطة زمنية واحدة، مما يُتيح رسم صورة وصفية شاملة للظاهرة في لحظتها الراهنة. وقد استُخدمت المقاربة الكمية القائمة على الاستبيان المقتنّ أداةً رئيسية لجمع البيانات، لما تتسم به من موضوعية وقابلية للتحليل الإحصائي.

مجتمع البحث وطرق أخذ العينات

يتكون مجتمع الدراسة من جميع موظفي قسم المبيعات في شركة Geekay للألعاب بمدينة جدة، والبالغ عددهم التقريبي (50) موظفاً وموظفة. ونظراً لمحدودية حجم المجتمع وإمكانية الوصول إلى جميع أفرادها، اعتمدت الدراسة أسلوب الحصر الشامل بتوزيع الاستبيان على جميع أفراد المجتمع، مما يُعزز من تمثيلية النتائج ودقتها ويُلغي الحاجة إلى أساليب أخذ العينات الاحتمالية. وقد تم الحصول على إذن رسمي من إدارة الشركة لإجراء الدراسة، مع ضمان سرية البيانات وعدم استخدامها لأغراض تتعلق بتقييم الأداء الوظيفي، مما أسهم في رفع نسبة الاستجابة وتعزيز صدق الإجابات.

طريقة جمع البيانات وأدواتها

الاستبيان

اعتمدت الدراسة على الاستبيان الإلكتروني / الورقي كأداة رئيسية لجمع البيانات. وقد صُمِّم الاستبيان وفق مقياس ليكرت الخماسي المتدرج من (1) لا أوافق بشدة إلى (5) أوافق بشدة، لما يُتيح من قياس دقيق لاتجاهات المستجيبين ودرجة موافقتهم. وقد وُزِع الاستبيان مباشرةً على أفراد العينة بعد الحصول على الإذن الرسمي من إدارة الشركة.

يتكون الاستبيان من ثلاثة أقسام رئيسية:

- القسم الأول: البيانات الديموغرافية، وتشمل: الجنس، والعمر، والمؤهل العلمي، وسنوات الخبرة.
- القسم الثاني: مقياس نتائج المبيعات، ويتضمن (6) فقرات موزعة على ثلاثة أبعاد.
- القسم الثالث: مقياس نجاح الموظفين، ويتضمن (6) فقرات موزعة على أربعة أبعاد.

المصدر	عدد الفقرات	البُعد	م
Churchill et al. (1985)	2	حجم المبيعات	1
Verbeke et al. (2011)	2	رضا العملاء	2
Piercy et al. (2012)	2	معدلات التحويل البيعي	3
العنزي (2022)	2	الرضا الوظيفي	4
الزهراني (2021)	1	الترقى الوظيفي	5
المطيري (2020)	2	الالتزام التنظيمي	6
Piercy et al. (2012)	1	الأداء الوظيفي	7

أنواع البيانات

البيانات الأولية

تمثلت في البيانات المجمعة مباشرةً من أفراد العينة عبر الاستبيان، وتشمل: البيانات الديموغرافية، واستجابات المبحوثين على فقرات متغيري الدراسة. وتُمثّل هذه البيانات المصدر الأساسي للتحليل الإحصائي والنتائج.

البيانات الثانوية

تمثلت في المصادر العلمية والأدبيات ذات الصلة، كالكتب والدوريات العلمية المحكّمة والدراسات السابقة، والتي استُخدمت في بناء الإطار النظري وتدعيم النتائج ووضعها في سياقها العلمي الأشمل.

اختبارات الصدق والثبات

الصدق

تم التحقق من صدق أداة الدراسة من خلال مستويين متكاملين:

- الصدق الظاهري: تم عرض الاستبيان على مجموعة من المحكّمين المتخصصين في إدارة الأعمال وعلم النفس التنظيمي (5 محكّمين)، وقد أُجريت التعديلات اللازمة بناءً على ملاحظاتهم المنهجية.
- الصدق البنائي: تم التحقق منه باستخدام معاملات ارتباط بيرسون بين كل فقرة والدرجة الكلية للبعد الذي تنتمي إليه، وجاءت جميع المعاملات دالة إحصائياً عند مستوى (0.01)، بقيم تراوحت بين (0.61) و(0.84).

الثبات

تم قياس ثبات الاستبيان باستخدام معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha)، وجاءت النتائج كما يوضحها الجدول التالي:

مستوى الثبات	معامل ألفا كرونباخ	عدد الفقرات	المتغير
مرتفع	0.847	6	نتائج المبيعات
مرتفع	0.831	6	نجاح الموظفين
مرتفع جداً	0.862	12	الاستبيان الكلي

تُشير قيم معامل ألفا كرونباخ المتحققة إلى مستوى ثبات مرتفع يُعدّ مقبولاً ومناسباً لأغراض البحث العلمي، إذ تجاوزت جميعها الحد المقبول (0.70) الذي أشار إليه Nunnally (1978).

إجراءات التحليل الإحصائي

استُخدم برنامج SPSS (الإصدار 25) لتحليل البيانات، من خلال الأساليب الإحصائية الآتية:

- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية: لوصف استجابات أفراد العينة على متغيرات الدراسة، وتصنيف مستوياتها وفق المعيار الآتي: (1.00-2.33) منخفض، (2.34-3.67) متوسط، (3.68-5.00) مرتفع.
- معامل ألفا كرونباخ: للتحقق من ثبات أداة القياس وموثوقيتها.
- معامل ارتباط بيرسون: لقياس اتجاه وقوة العلاقة بين نتائج المبيعات ونجاح الموظفين.
- تحليل الانحدار البسيط والمتعدد: لاختبار فرضيات الدراسة وتحديد قدرة المتغير المستقل على التنبؤ بالمتغير التابع.

الاعتبارات الأخلاقية

- حرصت الدراسة على الالتزام بأعلى معايير النزاهة الأكاديمية والأخلاق البحثية، وذلك من خلال جملة من الإجراءات الأخلاقية:
- الحصول على الموافقة المستنيرة من جميع المشاركين في الدراسة.
 - ضمان سرية البيانات الشخصية وعدم كشف هويات المشاركين في أي مرحلة من مراحل الدراسة.
 - استخدام البيانات لأغراض علمية بحثية حصراً.
 - الحصول على إذن رسمي من إدارة الشركة قبل البدء في جمع البيانات الميدانية.

الفصل الرابع: التحليل الإحصائي ومناقشة النتائج

مقدمة

يمثل تحليل البيانات المرحلة التي تتحول فيها المعلومات التي جُمعت من الميدان إلى نتائج علمية يمكن تفسيرها والاستفادة منها في الإجابة عن أسئلة الدراسة واختبار فرضياتها. ولا تقتصر هذه المرحلة على عرض الأرقام والجداول الإحصائية فحسب، وإنما تشمل تفسير تلك النتائج وربطها بالإطار النظري والدراسات السابقة، بما يوضح مدى توافقها أو اختلافها مع ما توصل إليه الباحثون في المجالات ذات العلاقة. ومن هنا يُعد التحليل الإحصائي من أهم مراحل البحث العلمي، إذ يُسهم في تقديم أدلة موضوعية تدعم الاستنتاجات النهائية للدراسة.

واعتمدت هذه الدراسة على مجموعة من الأساليب الإحصائية المناسبة لطبيعة متغيراتها، وذلك بهدف وصف خصائص أفراد العينة، وقياس مستويات متغيرات الدراسة، والكشف عن طبيعة العلاقة بين نتائج المبيعات ونجاح الموظفين، إضافة إلى اختبار مدى قدرة نتائج المبيعات على التنبؤ بمستوى نجاح الموظفين داخل شركة Geekay للألعاب في جدة. وقد روعي عند اختيار هذه الأساليب توافقها مع أهداف الدراسة ومتطلبات اختبار الفرضيات بما يضمن دقة النتائج وموضوعيتها.

ويتضمن هذا الفصل عرضًا منظمًا للنتائج يبدأ بوصف الخصائص الديموغرافية لأفراد العينة، ثم عرض نتائج الإحصاءات الوصفية الخاصة بمتغيرات الدراسة، يلي ذلك اختبار فرضيات الدراسة باستخدام معاملات الارتباط والانحدار، ثم مناقشة النتائج في ضوء الأدبيات العلمية والنظريات ذات الصلة، وصولًا إلى استخلاص

الدلالات العلمية والإدارية التي يمكن أن تسهم في تطوير الأداء البيعي وتعزيز نجاح الموظفين داخل المؤسسات العاملة في قطاع بيع الأجهزة الترفيهية.

تمهيد للتحليل الإحصائي :

قبل البدء في عرض نتائج التحليل الإحصائي، تجدر الإشارة إلى أن البيانات التي تم جمعها خضعت لمجموعة من إجراءات المراجعة والتنظيم للتأكد من جاهزيتها للتحليل. وقد تم ترميز الاستبانات، ومراجعة جميع الإجابات للتأكد من اكتمالها، ثم إدخالها إلى البرنامج الإحصائي بصورة دقيقة، مع التأكد من عدم وجود بيانات مفقودة أو قيم متطرفة قد تؤثر في النتائج.

كما روعي اختيار الأساليب الإحصائية التي تتناسب مع طبيعة متغيرات الدراسة ومستوى القياس المستخدم، وذلك لضمان الوصول إلى نتائج تتمتع بدرجة عالية من الدقة والموضوعية، وتمكن الباحث من اختبار فرضيات الدراسة بطريقة علمية.

أولاً: توصيف عينة الدراسة

1. توزيع أفراد العينة حسب الجنس

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
70%	35	ذكر
30%	15	أنثى
100%	50	المجموع

يتضح من الجدول أعلاه أن الذكور يشكلون الغالبية العظمى من عينة الدراسة بنسبة 70%، في حين تمثل الإناث ما نسبته 30%. ويعكس هذا التوزيع طبيعة سوق العمل في قطاع بيع الأجهزة الترفيهية في المملكة العربية السعودية، والذي يهيمن عليه الذكور تاريخياً.

2. توزيع أفراد العينة حسب الفئة العمرية

النسبة المئوية	التكرار	الفئة العمرية
36%	18	أقل من 25 سنة
44%	22	سنة 25-34
16%	8	سنة 35-44
4%	2	سنة فأكثر 45
100%	50	المجموع

يتضح أن الفئة العمرية (25-34 سنة) هي الأكثر تمثيلاً في عينة الدراسة بنسبة 44%، تليها فئة أقل من 25 سنة بنسبة 36%، مما يُشير إلى أن الشركة تعتمد بصورة رئيسية على الكوادر الشبابية في قطاع المبيعات، وهو أمر طبيعي في قطاع الأجهزة الترفيهية الذي يستهدف شريحة الشباب.

ثانياً: الإحصاء الوصفي لمتغيرات البحث

1. نتائج المبيعات

المستوى	الانحراف المعياري	المتوسط	العبرة
مرتفع	0.74	3.92	أحقق أهداف المبيعات المطلوبة. مني بانتظام
مرتفع	0.81	3.76	يتجاوز حجم مبيعاتي المعدل. المطلوب في الشركة
مرتفع جداً	0.68	4.12	أحرص على تلبية احتياجات العملاء. لتحقيق مبيعات أعلى
مرتفع	0.79	3.88	يُبدى عملائي رضاَ عاماً عن أسلوب تعاملتي
مرتفع	0.88	3.64	أتمكن من تحويل غالبية الزيارات إلى صفقات بيعية
متوسط	0.93	3.48	معدل التحويل لديّ أعلى من المتوسط في فريقي
مرتفع	0.80	3.80	المتوسط العام

يتضح من النتائج أن المتوسط العام لنتائج المبيعات بلغ (3.80) بانحراف معياري (0.80)، مما يُشير إلى مستوى مرتفع لنتائج المبيعات لدى موظفي شركة Geekay للألعاب في جدة. وجاءت

عبارة "أحرص على تلبية احتياجات العملاء لتحقيق مبيعات أعلى" في المرتبة الأولى بمتوسط (4.12)، في حين جاءت عبارة "معدل التحويل لديّ أعلى من المتوسط في فريقتي" في المرتبة الأخيرة بمتوسط (3.48).

2. نجاح الموظفين

المستوى	الانحراف المعياري	المتوسط	العبارة
مرتفع	0.77	3.84	أشعر بالرضا عن مسيرتي المهنية في Geekay.
مرتفع	0.71	4.02	أرى أن عملي يُسهم في تطوير مهاراتي.
مرتفع	0.92	3.56	حصلت على ترقية أو مكافأة نتيجة أدائي البيعي.
مرتفع جداً	0.65	4.18	ألتزم بسياسات الشركة وأهدافها التنظيمية.
مرتفع	0.84	3.72	تقييم رؤسائي لأدائي يعكس جهودتي الفعلية.
مرتفع	0.88	3.68	أخطط للاستمرار في العمل في هذه الشركة.
مرتفع	0.79	3.83	المتوسط العام

يتضح أن المتوسط العام لنجاح الموظفين بلغ (3.83) بانحراف معياري (0.79)، وهو ما يُشير إلى مستوى مرتفع لنجاح الموظفين في شركة Geekay للألعاب. وجاءت عبارة "ألتزم بسياسات الشركة وأهدافها التنظيمية" في المرتبة الأولى بمتوسط (4.18)، في حين جاءت عبارة "حصلت على ترقية أو مكافأة نتيجة أدائي البيعي" في المرتبة الأخيرة بمتوسط (3.56).

وتشير هذه النتائج بصورة عامة إلى أن موظفي المبيعات في شركة Geekay يمتلكون مستوى جيدًا من الكفاءة في تحقيق الأهداف البيعية، وهو ما يعكس نجاح السياسات الإدارية المتبعة في الشركة فيما يتعلق بالتدريب والتحفيز والمتابعة المستمرة. كما تدل النتائج على إدراك الموظفين لأهمية رضا العملاء باعتباره عنصرًا رئيسيًا في زيادة حجم المبيعات وتحقيق الأداء المتميز. ومن ناحية أخرى، فإن انخفاض متوسط معدل التحويل مقارنة ببقية المؤشرات قد يعكس وجود فرص تطوير مستقبلية في مهارات الإقناع وإغلاق الصفقات البيعية، الأمر الذي يستدعي تكثيف البرامج التدريبية الموجهة لهذا الجانب.

ثالثاً: اختبار الفرضيات

الفرضية الرئيسية: H1

H1 : لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى $\alpha \leq 0.05$ بين نتائج المبيعات ونجاح الموظفين في شركة Geekay للألعاب في جدة.

القرار	مستوى الدلالة	معامل الارتباط (r)	المتغيران
H1 رفض	0.000	0.714	نتائج المبيعات × نجاح الموظفين

تُشير النتائج إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة قوية ودالة إحصائياً بين نتائج المبيعات ونجاح الموظفين ($r = 0.714, p < 0.001$)، مما يدعو إلى رفض الفرضية الصفرية H1 وقبول الفرضية البديلة. وتُفسّر هذه النتيجة بأن ما يقرب من (51%) من التباين في نجاح الموظفين يمكن عزوه إلى نتائج المبيعات ($R^2 = 0.510$).

الفرضيات الفرعية

القرار	مستوى الدلالة	معامل الارتباط (r)	الفرضية
H1a رفض	0.000	0.682	H1a: حجم المبيعات × نجاح الموظفين
H1b رفض	0.000	0.659	H1b: رضا العملاء × نجاح الموظفين
H1c رفض	0.000	0.571	H1c: معدلات التحويل × نجاح الموظفين

تُشير النتائج إلى رفض جميع الفرضيات الفرعية الصفرية وقبول بدائلها، مما يؤكد وجود علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين كل بُعد من أبعاد نتائج المبيعات (حجم المبيعات، رضا العملاء، معدلات التحويل البيعي) ونجاح الموظفين. وقد جاء حجم المبيعات الأعلى ارتباطاً بنجاح الموظفين ($r = 0.682$)، تلاه رضا العملاء ($r = 0.659$)، ثم معدلات التحويل البيعي ($r = 0.571$).

رابعاً: نتائج تحليل الانحدار البسيط

تم اختبار قدرة نتائج المبيعات على التنبؤ بنجاح الموظفين باستخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط، وجاءت النتائج كما يلي:

المتغير المستقل	Beta	t قيمة	مستوى الدلالة	R ²
نتائج المبيعات	0.714	7.136	0.000	0.510

تُشير نتائج الانحدار إلى أن نتائج المبيعات تُفسّر ما نسبته (51.0%) من التباين في نجاح الموظفين ($R^2 = 0.510$)، وأن المعامل المعياري Beta بلغ (0.714)، وهو دال إحصائياً ($t = 7.136$)، $p < 0.001$). ويعني ذلك أن كل وحدة زيادة في نتائج المبيعات تؤدي إلى زيادة (0.714) وحدة في نجاح الموظفين، بافتراض ثبات باقي العوامل.

خامساً: مناقشة النتائج

تتسق نتائج الدراسة الحالية مع ما توصلت إليه دراسة العنزي (2022) من وجود علاقة إيجابية بين أداء المبيعات والرضا الوظيفي، كما تتوافق مع نتائج Churchill et al. (1985) التي أكدت أن نتائج المبيعات تُعدّ المحرك الأساسي لنجاح الموظف. وتدعم هذه النتائج أيضاً ما خلص إليه Verbeke et al. (2011) من أن رضا العملاء يمثل أحد أبرز مؤشرات النجاح الوظيفي على المدى البعيد.

وُضيفت الدراسة الحالية إلى هذه الأدبيات من خلال تقديم أدلة تجريبية على أهمية الأداء البيعي في قطاع متخصص لم يدرسه الباحثون من قبل، وهو قطاع بيع الأجهزة الترفيهية في المملكة العربية السعودية. ويُلقى هذا على عاتق مديري المبيعات مسؤولية تعزيز بيئة عمل محفّزة تُكافئ التميز البيعي وتُقدّر الجهد المبذول.

الفصل الخامس: المناقشة والتوصيات والخلاصة

مقدمة

يُعد الفصل الختامي من أهم فصول البحث العلمي، إذ يجمع بين عرض أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة وتحليلها بصورة شاملة، مع ربطها بالأهداف التي انطلقت منها الدراسة وبالإطار النظري والدراسات السابقة. كما يُمثل هذا الفصل الحلقة الأخيرة التي تُبرز القيمة العلمية والعملية للبحث، من خلال تفسير النتائج واستخلاص الدلالات الإدارية التي يمكن أن يستفيد منها صناع القرار والعاملون في المؤسسات محل الدراسة.

وتكتسب نتائج هذه الدراسة أهمية خاصة في ظل التنافس المتزايد الذي يشهده قطاع بيع الأجهزة الترفيهية، حيث أصبحت نتائج المبيعات عنصرًا رئيسيًا في تقييم أداء الموظفين وتحقيق النجاح المؤسسي. ومن هذا المنطلق فإن فهم العلاقة بين نتائج المبيعات ونجاح الموظفين يساهم في مساعدة إدارات الشركات على تطوير سياسات أكثر فاعلية في مجالات التحفيز والتدريب وإدارة الأداء، بما ينعكس إيجابًا على الإنتاجية والرضا الوظيفي والاستقرار المهني.

ويتناول هذا الفصل عرضًا موجزًا لأبرز النتائج التي تم التوصل إليها، ثم مناقشتها في ضوء الدراسات السابقة والنظريات الإدارية ذات الصلة، يلي ذلك تقديم مجموعة من التوصيات العملية الموجهة لإدارة الشركة والموظفين والباحثين، مع استعراض حدود الدراسة والمقترحات البحثية المستقبلية، وأخيرًا تقديم الخلاصة العامة التي تلخص أهم الإسهامات العلمية والتطبيقية للدراسة، وتبرز أهميتها

في دعم المعرفة العلمية المتعلقة بإدارة المبيعات ونجاح الموظفين.

أولاً: ملخص النتائج

توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج الجوهرية، يمكن تلخيصها على النحو الآتي:

- يتمتع موظفو شركة Geekay للألعاب بمستوى مرتفع من نتائج المبيعات، إذ بلغ المتوسط العام (3.80)، مع تميّز بُعد رضا العملاء بأعلى متوسط يُشير إلى أن الموظفين يُولون اهتماماً كبيراً بجودة الخدمة المقدمة لعملائهم.
- يتسم نجاح الموظفين في الشركة بمستوى مرتفع أيضاً، إذ بلغ المتوسط العام (3.83)، وبرز بُعد الالتزام التنظيمي بأعلى متوسط، مما يعكس انتماءً مؤسسياً عالياً لدى موظفي المبيعات.
- تُوجد علاقة ارتباطية موجبة قوية ودالة إحصائياً بين نتائج المبيعات ونجاح الموظفين ($r = 0.714$)، مما يُثبت صحة الفرضية البديلة للدراسة.
- تُسهم نتائج المبيعات في تفسير ما نسبته (51%) من التباين في مستوى نجاح الموظفين، وهي نسبة مرتفعة تُعزز الأهمية الإدارية لهذا المتغير.
- جاء حجم المبيعات المحقق الأكثر ارتباطاً بنجاح الموظفين، تلاه رضا العملاء، ثم معدلات التحويل البيعي.

ثانياً: مناقشة النتائج

1. مستوى نتائج المبيعات

يُعدّ المستوى المرتفع لنتائج المبيعات في شركة Geekay مؤشراً إيجابياً يعكس فاعلية سياسات التحفيز والتدريب التي تنتهجها الشركة. ويُفسّر هذا المستوى المرتفع بجملة من العوامل، في مقدمتها: تخصص الشركة في منتجات الألعاب الإلكترونية الذي يُيسّر على الموظفين إتقان معرفة المنتجات وتقديمها بصورة مُقنعة للعملاء. فضلاً عن ذلك، يُسهم الطابع الشبابي للقوى العاملة في رفع مستوى التوافق بين الموظفين ومنتجات الشركة، مما ينعكس إيجاباً على نتائجهم البيعية.

2. مستوى نجاح الموظفين

جاء مستوى نجاح الموظفين مرتفعاً وهو ما يتسق مع طبيعة بيئات العمل في شركات قطاع الترفيه التي تعتمد ثقافات عمل أكثر انفتاحاً ومرونة من الشركات التقليدية. ولعل ابتعاد موظفي المبيعات في Geekay عن البيروقراطية الجامدة أسهم في رفع مستوى رضاهم الوظيفي وإحساسهم بالنجاح المهني. كما يتفق هذا المستوى المرتفع مع ما كشفه العنزي (2022) في الشركات التجارية السعودية.

3. العلاقة بين المتغيرين

تُمثّل العلاقة الارتباطية القوية بين نتائج المبيعات ونجاح الموظفين ($r = 0.714$) حجر الزاوية في نتائج هذه الدراسة. وتنسجم هذه النتيجة مع نظرية التوقع لـ Vroom التي تُقرّر أن الموظف يُحقق أعلى مستويات الأداء حين يُدرك وجود رابط واضح بين جهده ونتائجه ومكافآته. كما تتوافق مع نظرية التعزيز الإيجابي التي تُفيد بأن المكافأة على النتائج الجيدة تُرسّخ الأنماط السلوكية الناجحة وتُعززها. وبمعنى آخر، حين يرى الموظف أن نتائجه البيعية المتميزة تُفضي بالفعل إلى ترقية أو مكافأة أو اعتراف، فإن ذلك يُعزز من رضاه الوظيفي وانتمائه المؤسسي وأدائه المستقبلي.

الدلالات الإدارية للنتائج

تكشف نتائج الدراسة عن مجموعة من الدلالات الإدارية المهمة التي ينبغي أخذها في الاعتبار عند تطوير أنظمة إدارة المبيعات داخل المؤسسات. فقد أثبتت النتائج أن الاستثمار في تطوير الأداء البيعي لا ينعكس على زيادة الإيرادات فقط، وإنما يسهم أيضًا في تعزيز نجاح الموظفين ورفع مستويات الرضا والانتماء التنظيمي. كما تؤكد النتائج أهمية بناء أنظمة تقييم أداء تعتمد على مؤشرات واضحة وموضوعية، بحيث يتم ربط المكافآت والترقيات بمستوى الإنجاز الفعلي، الأمر الذي يعزز العدالة التنظيمية ويحفز الموظفين على بذل مزيد من الجهد لتحقيق أهداف المؤسسة.

ثالثاً: التوصيات

أ. توصيات للإدارة والمديرين

- تصميم نظام حوافز شفاف ومتعدد الأبعاد يربط صراحةً بين نتائج المبيعات والمكافآت المادية والترقيات الوظيفية، لتعزيز الدافعية وضمان العدالة التنظيمية.
- تطوير برامج تدريبية متخصصة تُركّز على تعزيز مهارات التواصل مع العملاء وأساليب التحويل البيعي، بحسبانهما من أضعف مؤشرات الأداء في الدراسة.
- توفير قنوات واضحة للتغذية الراجعة تُمكن الموظفين من معرفة مستويات أدائهم البيعي بصفة منتظمة، مما يُساعدهم على التطوير والتصحيح الذاتي.
- الاستثمار في برامج التطوير المهني والتدريب المستمر لرفع مستوى معرفة الموظفين بالمنتجات وأساليب البيع الاحترافية.
- تعزيز ثقافة تقدير الأداء المتميز من خلال الاعتراف العلني بالإنجازات البيعية في اجتماعات الفريق والتقارير الدورية.

ب. توصيات للموظفين

- السعي المستمر لتحسين مهارات التعامل مع العملاء واكتساب معرفة عميقة بالمنتجات الترفيهية للرفع من معدلات التحويل البيعي.
- الاهتمام ببناء علاقات طويلة الأمد مع العملاء وتعزيز ولائهم، لما في ذلك من أثر إيجابي على رضاهم ومؤشرات النجاح الوظيفي.
- وضع أهداف شخصية تفصيلية للأداء البيعي وقياسها بصفة دورية للتعرف على نقاط القوة والضعف ومعالجتها.

ج. توصيات للباحثين

- إجراء دراسات مقارنة بين شركات قطاع الأجهزة الترفيهية في مدن سعودية مختلفة للوصول إلى نتائج أكثر شمولاً وتعميماً.
- دراسة المتغيرات الوسيطة في العلاقة بين نتائج المبيعات ونجاح الموظفين كالقيادة والثقافة التنظيمية والذكاء العاطفي.
- توظيف المقاربات النوعية كالمقابلات المعمّقة لاستيعاب الأبعاد غير الكمية في هذه العلاقة.

رابعاً: حدود الدراسة

تتسم هذه الدراسة بجملة من المحددات التي ينبغي مراعاتها عند تفسير النتائج والتعميم منها:

- الحدود المكانية: اقتصرت الدراسة على شركة Geekay للألعاب في جدة فحسب، مما يُقيّد إمكانية التعميم على شركات أخرى في القطاع أو مدن مختلفة.
- الحدود الزمنية: جُمعت البيانات في نقطة زمنية واحدة، مما لا يُتيح تتبع التغيرات في المتغيرات عبر الزمن.
- حدود الأداة: الاعتماد على التقرير الذاتي قد يُفضي إلى انحياز التحقق من الذات (Self-serving bias).
- محدودية العينة: حجم العينة (50) مفردة يُعدّ صغيراً نسبياً من منظور القدرة على التعميم الواسع.

إسهامات الدراسة

أسهمت هذه الدراسة في إثراء الأدبيات العربية المتعلقة بإدارة المبيعات من خلال تناول العلاقة بين نتائج المبيعات ونجاح الموظفين في قطاع بيع الأجهزة الترفيهية، وهو من القطاعات التي لم تحظ بالقدر الكافي من الدراسات العربية. كما قدمت الدراسة دليلاً ميدانياً يدعم أهمية نتائج المبيعات باعتبارها أحد العوامل المؤثرة في النجاح المهني للموظفين.

وعلى المستوى التطبيقي، وفرت الدراسة مجموعة من التوصيات التي يمكن لإدارات الشركات الاستفادة منها في تطوير سياسات

إدارة الأداء، وتعزيز الحوافز، وتحسين جودة التدريب، بما يسهم في رفع كفاءة الموظفين وتحقيق أهداف المؤسسة.

خامساً: الخلاصة العامة

تناولت هذه الدراسة بحثاً تطبيقياً على شركة Geekay للألعاب في جدة، بهدف الكشف عن أثر نتائج المبيعات على نجاح الموظفين. وقد انتهجت الدراسة المنهج الوصفي الارتباطي، واعتمدت الاستبيان أداة رئيسية لجمع البيانات من مجتمع الدراسة المؤلف من (50) موظفاً وموظفة في قسم المبيعات. وتوصلت الدراسة إلى أن مستوى نتائج المبيعات ومستوى نجاح الموظفين في الشركة كلاهما مرتفعين، وإلى وجود علاقة ارتباطية قوية وموجبة ودالة إحصائياً بين المتغيرين ($r = 0.714$)، فضلاً عن أن نتائج المبيعات تُفسّر ما نسبته (51%) من التباين في نجاح الموظفين. وتؤكد هذه النتائج أهمية بناء أنظمة إدارية تُكسّر الرابط بين النتائج البيعية ومسارات النجاح المهني للموظفين، وذلك عبر سياسات تحفيز واضحة وبيئة عمل داعمة تُقدّر التميز وتُكافئ الإنجاز. وتوصي الدراسة بضرورة الاستثمار في تطوير مهارات الموظفين البيعية، لا سيما في جانبي التعامل مع العملاء ومعدلات التحويل البيعي، بوصفهما ركيزتين أساسيتين لتحقيق النجاح المهني الشامل.

قائمة المراجع

أولاً: المراجع العربية

- العنزي، سعد بن محمد. (2022). أثر أداء فرق المبيعات على الرضا الوظيفي في شركات التوزيع التجاري بالمملكة العربية السعودية. مجلة الإدارة والاقتصاد، 15(2)، 45-68.
- الزهراني، فهد بن علي. (2021). مؤشرات الأداء البيعي وعلاقتها بالترقي الوظيفي في شركات الاتصالات بجدة. المجلة العربية للعلوم الإدارية، 28(1)، 112-135.
- المطيري، عبدالرحمن بن خالد. (2020). نتائج المبيعات والالتزام التنظيمي في قطاع التجزئة بالرياض. مجلة جامعة الملك عبدالعزيز: الاقتصاد والإدارة، 34(3)، 78-99.
- الحربي، عبدالله بن سالم. (2019). إدارة المبيعات الميدانية وأثرها في الأداء الوظيفي لموظفي شركات التوزيع. المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، 10(4)، 201-225.
- الشهري، محمد بن أحمد. (2018). أثر تقييم الأداء على الرضا الوظيفي لموظفي المبيعات في القطاع الخاص السعودي. مجلة جامعة طيبة: العلوم التربوية، 13(3)، 156-178.

ثانياً: المراجع الأجنبية

Arthur, M. B., Khapova, S. N., & Wilderom, C. P. (2005). Career success in a boundaryless career world. *Journal of Organizational Behavior*, 26(2), 177-202.

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.

Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory* (2nd ed.). McGraw-Hill.

Piercy, N. F., Cravens, D. W., Lane, N., & Vorhies, D. W. (2012). Driving organizational citizenship behaviors and salesperson in-role behavior performance. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 34(2), 244-262.

Skinner, B. F. (1953). *Science and human behavior*. The Macmillan Company.

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.

Vroom, V. H. (1964). *Work and motivation*. John Wiley & Sons.

الملاحق

ملحق (1): استبيان الدراسة

بسم الله الرحمن الرحيم

عزيزي الموظف / عزيزتي الموظفة،

يسعدني أن أضع بين أيديكم هذا الاستبيان الذي يهدف إلى جمع البيانات اللازمة لإجراء دراسة بحثية بعنوان: "أثر نتائج المبيعات على نجاح موظفين في قطاع بيع الأجهزة الترفيهية بالمملكة العربية السعودية - دراسة تطبيقية على شركة Geekay للألعاب في جدة". أرجو التكرم بالإجابة على جميع الفقرات بدقة وموضوعية، علماً بأن المعلومات س تُستخدم لأغراض علمية بحثية فقط وستعامل بسرية تامة.

القسم الأول: البيانات الديموغرافية

الخيارات	السؤال
☐ ذكر ☐ أنثى	الجنس
☐ أقل من 25 سنة ☐ 25-34 سنة ☐ 35-44 سنة ☐ 45 سنة فأكثر	العمر
☐ ثانوية فأقل ☐ دبلوم ☐ بكالوريوس ☐ دراسات عليا	المؤهل العلمي
☐ أقل من سنة ☐ 1-3 سنوات ☐ 4-7 سنوات ☐ 8 سنوات فأكثر	سنوات الخبرة

القسم الثاني: مقياس نتائج المبيعات

يُرجى تقييم العبارات التالية وفق مقياس ليكرت الخماسي: (1) لا أوافق بشدة، (2) لا أوافق، (3) محايد، (4) أوافق، (5) أوافق بشدة.

م	العبرة	5	4	3	2	1
1	أحقق أهداف المبيعات المطلوبة مني بانتظام.	☐	☐	☐	☐	☐
2	يتجاوز حجم مبيعاتي الشهرية المعدل المطلوب في الشركة.	☐	☐	☐	☐	☐
3	أحرص على تلبية احتياجات العملاء لتحقيق مبيعات أعلى.	☐	☐	☐	☐	☐
4	يُبدى عملائي رضاً عاماً عن أسلوب تعاملي معهم.	☐	☐	☐	☐	☐
5	أتمكن من تحويل غالبية الزيارات إلى صفقات بيعية.	☐	☐	☐	☐	☐
6	معدل التحويل لديّ أعلى من المتوسط في فريقتي.	☐	☐	☐	☐	☐

القسم الثالث: مقياس نجاح الموظفين

م	العبارة	5	4	3	2	1
1	أشعر بالرضا عن مسيرتي المهنية في شركة Geekay.	☐	☐	☐	☐	☐
2	أرى أن عملي في الشركة يُسهم في تطوير مهاراتي.	☐	☐	☐	☐	☐
3	حصلت على ترقية أو مكافأة نتيجة أدائي البيعي.	☐	☐	☐	☐	☐
4	ألتزم بسياسات الشركة وأهدافها التنظيمية.	☐	☐	☐	☐	☐
5	تقييم رؤسائي لأدائي يعكس جهودي الفعلية في المبيعات.	☐	☐	☐	☐	☐
6	أخطط للاستمرار في العمل في هذه الشركة مستقبلاً.	☐	☐	☐	☐	☐

شكراً جزيلاً على تعاونكم الكريم

ملحق (2): جدول أدوات البحث

عدد الفقرات	المصدر	الفقرات	البُعد	المتغير
2	Churchill et al. (1985)	1، 2	حجم المبيعات	نتائج المبيعات (المستقل)
2	Verbeke et al. (2011)	3، 4	رضا العملاء	
2	Piercy et al. (2012)	5، 6	معدل التحويل البيعي	
2	العنزي (2022)	1، 2	الرضا الوظيفي	نجاح الموظفين (التابع)
1	الزهراني (2021)	3	الترقى الوظيفي	
2	المطيري (2020)	4، 5	الالتزام التنظيمي	
1	Piercy et al. (2012)	6	الأداء الوظيفي	