

Final Project 1
Code: MGM 496-PMG496
Project Template

Faculty of Management
Midocean University

أثر التحفيز المالي على أداء الموظفين : دراسة تطبيقية في قطاع التسويق بمدينة الرياض .

أسم الطالب

عبدالرحمن بن عبدالعزيز عمر

مشروع تخرج- 1

كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف

د. عبدالرحيم نادر

عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

2025 - 12 - 19 - الفصل الدراسي الثالث

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
8	1.5. أهداف الدراسة
9	1.6. فرضيات الدراسة
10	1.7. نموذج الدراسة
11	1.8. منهجية الدراسة
12	1.9. الدراسة الميدانية
13	1.10. مخطط المشروع المقترح
	2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة
	
14	
15	2.1. المقدمة:
15	2.2. المتغير المستقل
16	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:

يعتبر التحفيز المالي من العوامل الأساسية التي تؤثر على أداء الموظفين في المؤسسات المختلفة، وخاصة في قطاعات مثل التسويق حيث يتطلب الأمر دافعية عالية لتحقيق النتائج المرجوة. تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف أثر التحفيز المالي على أداء موظفي التسويق في مدينة الرياض، بتحديد كيفية تأثير المكافآت والحوافز على الإنتاجية والرضا الوظيفي.

سيتضمن البحث معلومات أساسية حول مفهوم التحفيز المالي وأهميته في بيئة العمل، بالإضافة إلى الآليات التي يمكن من خلالها تحفيز الموظفين. سيتم تحليل العلاقة بين مستويات التحفيز المالي وأداء الموظفين، ليتسنى لصانعي القرار اتخاذ استراتيجيات فعالة لتحسين بيئة العمل.

يمكن أن تسهم نتائج هذه الدراسة في تطوير استراتيجيات تحفيزية فعالة، مما يؤدي إلى بيئة عمل أكثر إنتاجية وتحقيق الأهداف المؤسسية بكفاءة.

1.2. مشكلة الدراسة

على الرغم من اعتماد العديد من مؤسسات قطاع التسويق بمدينة الرياض على التحفيز المالي كأحد الأدوات الأساسية لرفع مستويات أداء الموظفين، إلا أن هناك تبايناً في النتائج العملية والدراسات العلمية حول مدى فعالية هذا النوع من التحفيز. وهذا ما يشير إلى وجود فجوتين رئيسيتين تتطلبان الدراسة والتحليل:

1.2.1. فجوات على المستوى النظري

تُظهر الأدبيات والدراسات السابقة اختلافاً في تفسير العلاقة بين التحفيز المالي وأداء الموظفين؛ فبعض الدراسات تؤكد وجود تأثير إيجابي مباشر، بينما تشير دراسات أخرى إلى محدودية هذا التأثير أو خضوعه لعوامل وسيطة مثل الرضا الوظيفي أو بيئة العمل. هذا التباين يكشف عن نقص في الوضوح العلمي بشأن مدى قوة وثبات أثر التحفيز المالي داخل قطاعات مختلفة، ومنها قطاع التسويق تحديداً.

1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي

على مستوى التطبيقات العملية داخل مؤسسات التسويق بمدينة الرياض، يُلاحظ أن العديد منها يُطبق برامج تحفيز مالي دون قياس دقيق لارتباطها بمستويات الأداء الفعلية للموظفين. كما لا توجد بيانات واضحة حول مدى فعالية هذه البرامج في تحسين الإنتاجية أو تحقيق الأهداف التشغيلية. مما يشير إلى قصور في التقييم العملي لاستراتيجيات التحفيز المالي وتأثيرها الحقيقي على أداء الموظفين في هذا القطاع.

سؤال البحث

إلى أي مدى يؤثر التحفيز المالي على أداء الموظفين في قطاع التسويق بمدينة الرياض؟

1.3. أهمية الدراسة

1.3.1. على المستوى النظري:

يسهم هذا البحث في تعزيز الإطار النظري المتعلق بعلاقة التحفيز المالي بأداء الموظفين، من خلال توضيح أثر التحفيز المالي في أحد القطاعات الحيوية وهو قطاع التسويق بمدينة الرياض. كما يسد جزءاً من الفجوة الناتجة عن تباين نتائج الدراسات السابقة، حيث يقدم توضيحاً أعمق حول قوة هذه العلاقة، وبذلك يثري الأدبيات العلمية المرتبطة بالسلوك التنظيمي وإدارة الموارد البشرية.

1.3.2. على المستوى التطبيقي:

يقدم هذا البحث قيمة عملية لمؤسسات التسويق في مدينة الرياض، إذ يساعدها على تقييم فعالية استراتيجيات التحفيز المالي المطبقة لديها، ومعرفة مدى تأثيرها على أداء موظفيها. كما يمكن أن يسهم في توجيه أصحاب القرار نحو تطوير سياسات تحفيزية أكثر كفاءة، ودعم تصميم برامج تستند إلى بيانات واقعية تعزز الإنتاجية وترفع مستوى الرضا الوظيفي داخل القطاع.

1.4. أسئلة الدراسة

السؤال الرئيسي :

1. ما مدى أثر التحفيز المالي على أداء الموظفين في قطاع التسويق بمدينة الرياض؟

الأسئلة الفرعية:

2. ما أنواع أساليب التحفيز المالي الأكثر شيوعاً في مؤسسات قطاع التسويق بمدينة الرياض؟

3. ما مدى إدراك الموظفين لفعالية الحوافز المالية المقدمة لهم؟

4. هل يسهم التحفيز المالي في تحسين مستوى الإنتاجية وجودة الأداء لدى الموظفين؟

5. ما العوامل الأخرى التي قد تؤثر في العلاقة بين التحفيز المالي وأداء الموظفين في قطاع التسويق؟

6. إلى أي مدى تختلف استجابة الموظفين لبرامج التحفيز المالي باختلاف خصائصهم الوظيفية (مثل الخبرة، الدور الوظيفي، أو مستوى المسؤوليات)؟

1.5. أهداف الدراسة

الهدف الرئيسي :

1- قياس أثر التحفيز المالي على أداء الموظفين في قطاع التسويق بمدينة الرياض.

الأهداف

الأهداف الفرعية:

1- تحديد أساليب التحفيز المالي الشائعة المستخدمة في مؤسسات قطاع التسويق بمدينة الرياض.

2- تقييم مستوى إدراك الموظفين لفعالية الحوافز المالية المقدمة لهم.

3- تحليل مدى تأثير التحفيز المالي على مستوى الإنتاجية وجودة الأداء لدى الموظفين.

4- التعرف على العوامل المؤثرة في العلاقة بين التحفيز المالي وأداء الموظفين (مثل الخبرة، الدور الوظيفي، أو بيئة العمل

5- تقديم توصيات عملية لتحسين برامج التحفيز المالي بما ينعكس على رفع مستوى أداء الموظفين في قطاع التسويق.

1.6. فرضيات الدراسة

الفرضية الرئيسة:

H1: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتحفيز المالي على أداء الموظفين في قطاع التسويق بمدينة الرياض

الفرضيات الفرعية:

H1-1: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى الحوافز المالية المدفوعة ومستوى الإنتاجية لدى الموظفين.

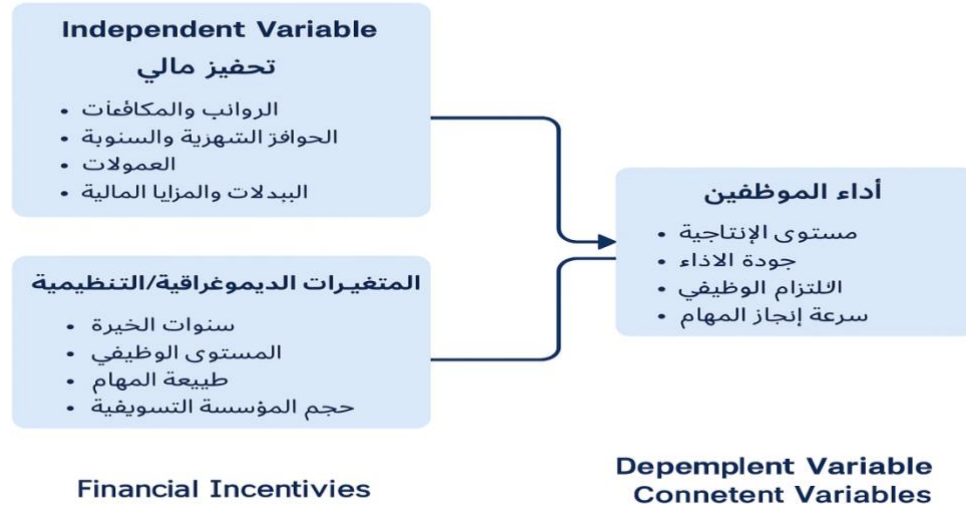
H1-2: توجد علاقة إيجابية بين إدراك الموظفين لفعالية الحوافز المالية وبين جودة أدائهم الوظيفي.

H1-3: تختلف استجابة الموظفين للتحفيز المالي باختلاف خصائصهم الوظيفية (مثل سنوات الخبرة أو مستوى المسؤوليات)

H1-4: تسهم الحوافز المالية في رفع مستويات الالتزام الوظيفي مما ينعكس على تحسين الأداء.

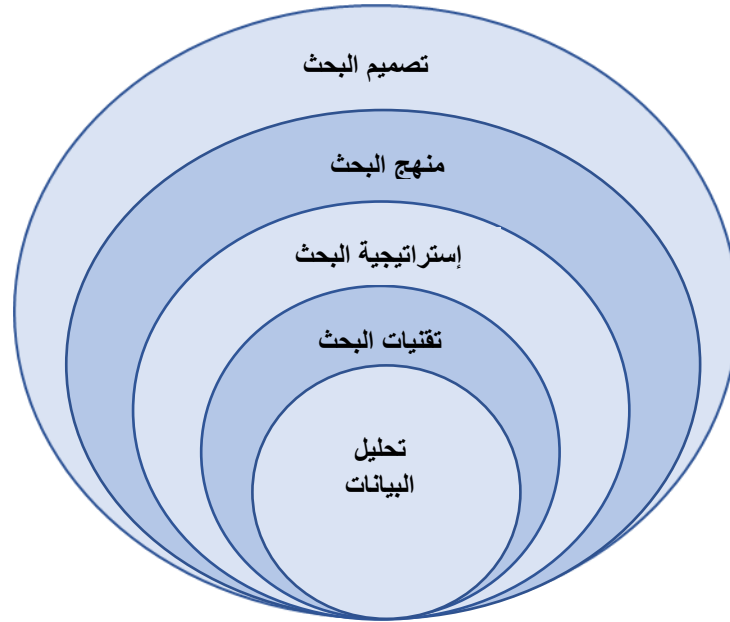
1.7. نموذج الدراسة

يقترح النموذج أن التحفيز المالي يمثل عاملاً رئيسياً يمكن أن يسهم في تحسين أداء الموظفين داخل قطاع التسويق. كما يفترض أن هذه العلاقة قد تتعزز أو تضعف بناءً على خصائص الموظفين أو طبيعة المؤسسات، مما يوجه الباحث إلى تحليل كمي للعلاقة واختبار الفرضيات باستخدام البيانات الميدانية.



الشكل 1 : نموذج البحث

1.8. منهجية الدراسة



الشكل 2 : منهجية البحث

1.9. الدراسة الميدانية

عنوان الدراسة:

أثر التحفيز المالي على أداء الموظفين في قطاع التسويق بمدينة الرياض.

الهدف:

التعرّف بسرعة على واقع التحفيز المالي وقياس تأثيره المباشر على أداء الموظفين.

المنهجية:

استبيان مختصر وُزِعَ على مجموعة من موظفي التسويق في عدة شركات بالرياض.

النتائج:

أظهرت البيانات أن زيادة الحوافز المالية ترتبط بارتفاع مستوى الإنتاجية وتحسن جودة الأداء لدى الموظفين.

الاستنتاج:

التحفيز المالي عامل رئيسي مؤثر إيجابياً على أداء الموظفين في قطاع التسويق.

التوصيات:

تعزيز برامج الحوافز المالية وربطها بشكل أوضح بنتائج الأداء.

1.10. مخطط المشروع المقترح

يهدف المشروع المقترح إلى تحليل تأثير التحفيز المالي على أداء العاملين داخل بيئة العمل، من خلال تصميم نموذج تطبيقي بسيط يوضح العلاقة بين مستوى الحوافز المالية ومستوى الإنتاجية. يعتمد المخطط على تحديد المتغيرات الأساسية، وآلية جمع البيانات، وطريقة تحليلها، للوصول إلى تصور واضح حول فعالية التحفيز المالي كأداة لتحسين الأداء.

1. مقدمة المشروع
2. مشكلة الدراسة
3. أهداف المشروع
4. أسئلة وفرضيات البحث
5. منهجية الدراسة
6. مجتمع وعينة الدراسة

2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة

2.1. المقدمة:

يهدف هذا القسم إلى تقديم مراجعة تحليلية ونقدية للأدبيات والدراسات السابقة التي تناولت موضوع التحفيز المالي وأثره على أداء الموظفين، وذلك من خلال استعراض أبرز الأبحاث والمقالات العلمية والكتب ذات الصلة بمشكلة البحث. كما تسعى هذه المراجعة إلى إبراز الوضع الحالي للمعرفة العلمية في هذا المجال، والكشف عن أوجه الاتفاق والاختلاف بين نتائج الدراسات السابقة، وتحديد الثغرات البحثية التي تسعى الدراسة الحالية إلى معالجتها، لا سيما في قطاع التسويق بمدينة الرياض.

2.2. المتغير المستقل : التحفيز المالي

تناولت العديد من الدراسات مفهوم التحفيز المالي باعتباره أحد أهم أدوات إدارة الموارد البشرية، حيث ركزت على دوره في تحفيز الموظفين وزيادة دافعيتهم نحو العمل. وأشارت بعض الدراسات إلى أن الحوافز المالية، مثل الرواتب والمكافآت والعمولات، تُعد من العوامل المؤثرة بشكل مباشر في رفع مستوى الرضا الوظيفي وتحسين اتجاهات الموظفين نحو العمل.

في المقابل، أظهرت دراسات أخرى أن الاعتماد المفرط على التحفيز المالي قد لا يحقق النتائج المرجوة في بعض الحالات، خاصة إذا لم يكن مصحوبًا بأنظمة عادلة وواضحة أو إذا غابت الحوافز المعنوية. التحليل النقدي لهذه الدراسات يبين أنها ركزت في الغالب على التحفيز المالي بشكل عام دون التعمق في تحليل تطبيقاته داخل قطاعات محددة مثل قطاع التسويق، مما يبرز الحاجة إلى دراسات أكثر تخصصًا في هذا المجال.

2.3. المتغير التابع :

ركزت الدراسات السابقة على أداء الموظفين باعتباره مؤشراً أساسياً لنجاح المؤسسات، حيث تناولت الأداء من عدة أبعاد مثل الإنتاجية، جودة العمل، الالتزام الوظيفي، وسرعة إنجاز المهام. وأوضحت بعض الدراسات أن أداء الموظفين يتأثر بعدة عوامل تنظيمية وشخصية، من بينها بيئة العمل، أساليب القيادة، ونظم التقييم.

كما أشارت بعض الأبحاث إلى أن تحسين أداء الموظفين يتطلب وجود أنظمة تحفيزية واضحة، إلا أن هذه الدراسات غالباً ما تناولت الأداء بصورة منفصلة عن نوع الحوافز المستخدمة، أو ركزت على قطاعات مختلفة عن قطاع التسويق. ويلاحظ من خلال التحليل النقدي وجود نقص في الدراسات التي تربط أداء الموظفين بشكل مباشر بالحوافز المالية داخل بيئات تسويقية محلية.

2.4. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع

تناولت مجموعة من الدراسات العلاقة بين التحفيز المالي وأداء الموظفين، حيث توصلت بعض الدراسات إلى وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين مستوى الحوافز المالية وتحسن أداء الموظفين. وأكدت هذه الدراسات أن ربط المكافآت بالإنجاز يسهم في رفع الإنتاجية وتحسين جودة الأداء.

في المقابل، أشارت دراسات أخرى إلى أن تأثير التحفيز المالي قد يكون محدوداً أو غير مباشر، ويتأثر بعوامل وسيطة مثل الرضا الوظيفي أو الثقافة التنظيمية. ويعكس هذا التباين في النتائج وجود تناقض في الأدبيات حول طبيعة هذه العلاقة، خاصة في القطاعات الخدمية والتسويقية. وهذا ما يشير إلى وجود فجوة بحثية تتطلب إجراء دراسة تطبيقية في سياق محدد، مثل قطاع التسويق في مدينة الرياض.

2.5. الخاتمة

من خلال استعراض الدراسات السابقة، يتضح أن التحفيز المالي وأداء الموظفين حظيا باهتمام واسع في الأدبيات الإدارية، إلا أن هناك تفاوتاً في نتائج الدراسات المتعلقة بطبيعة العلاقة بينهما. كما يلاحظ وجود نقص في الدراسات التطبيقية التي تتناول هذه العلاقة في قطاع التسويق داخل المملكة العربية السعودية. وبناءً عليه، تسعى الدراسة الحالية إلى سد هذه الفجوة من خلال تحليل أثر التحفيز المالي على أداء الموظفين في قطاع التسويق بمدينة الرياض، بما يسهم في إثراء المعرفة العلمية وتقديم نتائج عملية يمكن الاستفادة منها في تطوير سياسات التحفيز داخل المؤسسات.

قائمة المراجع

1. أبو شيخة، نادر (2010).
إدارة الموارد البشرية: المفاهيم والممارسات.
عمّان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
2. أحمد، ماهر (2014).
السلوك التنظيمي في المنظمات الحديثة.
الإسكندرية: الدار الجامعية.
3. الجبوري، قاسم محمد (2016).
أثر الحوافز المالية في تحسين أداء العاملين في المنظمات.
مجلة العلوم الإدارية، 62-45، (2)8.
4. الحمداني، عبد الله بن محمد (2018).
الحوافز المادية ودورها في رفع مستوى الأداء الوظيفي.
مجلة جامعة الملك سعود للعلوم الإدارية، 125-101، (1)30.
5. الدليمي، علي حسين (2017).
إدارة الموارد البشرية الاستراتيجية.
عمّان: دار اليازوري العلمية للنشر.
6. الزهراني، خالد بن حسين (2019).
أثر نظم الحوافز على أداء الموظفين في القطاع الخاص السعودي.
رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الملك سعود، الرياض.
7. السلمي، علي (2015).
إدارة الموارد البشرية.
القاهرة: دار غريب للطباعة والنشر.
8. العنبي، فهد بن سعد (2020).
دور الحوافز المالية في تحسين الإنتاجية الوظيفية.
مجلة الإدارة الحديثة، 95-77، (3)12.
9. القحطاني، سالم بن سعيد (2018).
الدافعية والتحفيز في بيئة العمل.
الرياض: مكتبة العبيكان.