

Final Project 2

PMG 497

المشروع النهائي ٢

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

إسم الطالبة

عبدالرحمن بن عبدالعزيز عمر

المشروع النهائي- ٢

كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف

د. عبدالرحيم نادر

عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

التاريخ- الفصل الدراسي

٢٤-٠٤-٢٠٢٦م – الفصل الدراسي الأول

الشكر والتقدير

بفيضٍ من الامتنان، وبمشاعر يغمرها التقدير والاعتراف بالفضل أضع بين يدي هذا العمل ثمرة جهدٍ لم يكن ليكتمل لولا توفيق الله أولاً ثم دعم وتوجيه من أحاطوني بعنايتهم.

أتقدم بجزيل الشكر وعظيم العرفان إلى أستاذ عبدالرحيم نادر، الذي كان لتوجيهاته السديدة وآرائه النيرة بالغ الأثر في صقل هذا المشروع وإخراجه بالصورة التي يليق بها.

كما أعبر عن خالص تقديري لكل من أسهم بعلمٍ أو نصحٍ أو كلمة طيبة فلكل أثرٍ بصمة ولكل دعم قيمة لا تُنسى.

ولا يسعني إلا أن أخص عائلتي الكريمة بوافر الامتنان لما غمروني به من دعمٍ صادق وتشجيعٍ دائم كان له أعظم الأثر في مواصلة الطريق وإتمام هذا الإنجاز.

ختاماً أرجو أن يكون هذا العمل انعكاساً لما حظيت به من دعمٍ وتوفيق وأن يحقق الفائدة المرجوة.

والله وليّ التوفيق

الإهداء

إلى أهلي الغالين...

إلى من كانوا لي السند بعد الله والنور الذي يضيء عتمة طريقي إلى من غمروني بحبهم واحتووني بدعائهم، وقدموا لي من التضحيات ما لا يمكن أن توفيه الكلمات حقه

إلى أمي وأبي الذين غرسا فيّ الأمل وعلماني الصبر وكانا الداعم الأول في كل خطوة خطوتها نحو هذا الإنجاز أرفع لكم ثمرة جهدي بكل فخر وامتنان فأنتم السبب بعد الله في وصولي إلى هذه اللحظة.

وإلى عائلتي الكريمة التي كانت دائماً بقربي تساندني وتشد من أزري وتغمرني بالثقة والمحبة فكنتم لي مصدر قوة لا ينضب ودفعة أمل لا تنتهي.

وإلى أحبائي وأصدقائي

إلى من شاركوني لحظات التعب قبل الفرح ووقفوا بجانبني بكلمة طيبة أو دعوة صادقة فكان لوجودكم أثر عظيم في تخفيف مشقة الطريق وجعل الرحلة أكثر جمالاً ودفناً.

وإلى زملاء الجامعة

بكل معاني الشكر والتقدير لما قدمه من دعم صادق ومساندة مستمرة كان لها بالغ الأثر في مسيرتي العلمية فكان حضوره مصدر إلهام ودافعاً للاستمرار.

إليكم جميعاً أهدي هذا الإنجاز الذي لم يكن ليرى النور لولا توفيق الله ثم دعمكم ووقوفكم إلى جانبي أهديه بقلب يملئه الامتنان، وبمشاعر فخرٍ ممزوجة بالحب راجياً أن أكون دائماً عند حسن ظنكم، وأن يكون هذا التخرج بداية طريق مليء بالنجاحات والعطاء.

مستخلص الدراسة

الهدف:

يهدف هذا البحث إلى قياس أثر التحفيز المالي على أداء الموظفين في قطاع التسويق بمدينة الرياض، من خلال تحليل العلاقة بين مستوى الحوافز المالية وكل من الإنتاجية وجودة الأداء والالتزام الوظيفي، والتعرف على مدى اختلاف هذا الأثر تبعاً للخصائص الوظيفية للموظفين.

المنهجية:

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، باستخدام استبيان موجه إلى عينة من موظفي التسويق في عدد من الشركات بمدينة الرياض. تم تحليل البيانات المجمعة لاختبار الفرضيات وقياس العلاقة بين المتغير المستقل (التحفيز المالي) والمتغير التابع (أداء الموظفين) باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة.

النتائج:

أظهرت النتائج وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين التحفيز المالي وأداء الموظفين، حيث تبين أن زيادة الحوافز المالية ترتبط بارتفاع مستوى الإنتاجية وتحسن جودة الأداء، كما أظهرت النتائج أن إدراك الموظفين لفعالية الحوافز يعزز من أثرها على الأداء.

التطبيقات والأهمية:

تتمثل أهمية الدراسة في تقديم مؤشرات عملية لمؤسسات التسويق في مدينة الرياض حول فعالية برامج التحفيز المالي، مما يساعد صانعي القرار على تحسين سياسات الحوافز وربطها بشكل أكثر فاعلية بالأداء، بما ينعكس على رفع الإنتاجية وتحقيق الأهداف التنظيمية.

الكلمات المفتاحية:

التحفيز المالي، أداء الموظفين، قطاع التسويق، الإنتاجية، الرضا الوظيفي، مدينة الرياض

جدول المحتويات

٢	الشكر والتقدير.....
٣	الإهداء.....
٤	مستخلص الدراسة.....
٨	١. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة.....
٩	١,١. المقدمة:.....
١٠	١,٢. مشكلة الدراسة.....
١٠	١,٢,١. فجوات على المستوى النظري.....
١٠	١,٢,٢. فجوات على المستوى التطبيقي.....
١١	١,٣. أهمية الدراسة.....
١١	١,٣,١. على المستوى النظري:.....
١١	١,٣,٢. على المستوى التطبيقي:.....
١٢	١,٤. أسئلة الدراسة.....
١٣	١,٥. أهداف الدراسة.....
١٤	١,٦. فرضيات الدراسة.....
١٥	١,٧. نموذج الدراسة.....
١٦	١,٨. الدراسة الميدانية.....
١٦	١,٩. مخطط المشروع.....
١٨	٢. الفصل الثاني: الدراسات السابقة.....
١٩	٢,١. المقدمة:.....
١٩	٢,٢. المتغير المستقل.....
٢٠	٢,٣. المتغير التابع.....
٢٠	٢,٤. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع.....
٢١	٢,٥. الخاتمة.....
٢٢	٣. الفصل الثالث: منهجية الدراسة.....
٢٣	٣,١. المقدمة.....
٢٣	٣,٢. التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث.....
٢٤	٣,٣. تصميم البحث.....
٢٤	٣,٤. مجتمع البحث وطرق وتقنيات أخذ العينات.....

٢٥	٣,٥. طريقة جمع البيانات.....
٢٥	٣,٦. أنواع البيانات.....
٢٥	٣,٧. إجراءات التحليل الإحصائي.....
٢٦	٣,٨. الخاتمة.....
٢٧	٤. الفصل الرابع: التحليل الإحصائي ومناقشة النتائج.....
٢٨	4.1. المقدمة.....
٢٨	4.2. توصيف عينة الدراسة (الإحصائيات الوصفية لعينة البحث).....
٢٩	4.3. اختبارات الصدق والثبات للاستبيانات.....
٢٩	4.4. الإحصاء الوصفي لمتغيرات البحث (الإجابة على أسئلة البحث).....
٣٠	4.5. اختبار الفرضيات ومناقشة النتائج.....
٣٠	٤,٦. الخاتمة.....
٣١	٥. الفصل الخامس: حدود البحث والتوصيات والاستنتاجات.....
٣٢	٥,١. حدود الدراسة والدراسات المستقبلية:.....
٣٣	٥,٢. توصيات الدراسة:.....
٣٣	٥,٣. الخاتمة:.....
٣٤	قائمة المراجع.....
٣٦	الملاحق.....

جدول الأشكال

رقم الشكل	العنوان	رقم الصفحة
١	نموذج البحث	10

١. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

١,١. 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.

١,٢. 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 .

١,٢,١. 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.

١,٢,٢. 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؟

١,٣. أهمية الدراسة

١,٣,١. 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.

١,٣,٢. 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.

١,٤ . أسئلة الدراسة

السؤال الرئيسي :

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

الأسئلة الفرعية:

٢. ما أنواع أساليب التحفيز المالي الأكثر شيوعًا في مؤسسات قطاع التسويق بمدينة الرياض؟

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

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

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

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

١,٥ . أهداف الدراسة

الهدف الرئيسي :

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

الأهداف

الأهداف الفرعية:

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

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

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

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

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

١,٦. فرضيات الدراسة

الفرضية الرئيسية:

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.

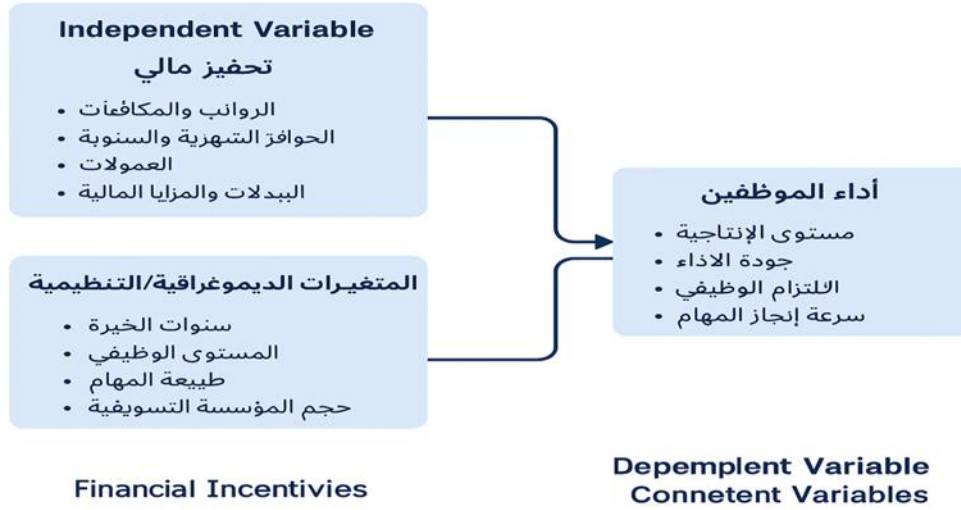
H1-2: توجد علاقة إيجابية بين إدراك الموظفين لفعالية الحوافز المالية وبين جودة أدائهم الوظيفي.

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.

١,٧. 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 ١ : نموذج البحث

١,٨ . 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.

١,٩ . مخطط المشروع

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.

- ١ . مقدمة المشروع
- ٢ . مشكلة الدراسة
- ٣ . أهداف المشروع
- ٤ . أسئلة وفرضيات البحث
- ٥ . منهجية الدراسة
- ٦ . مجتمع وعينة الدراسة

٢. الفصل الثاني: الدراسات السابقة

٢,١ . 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.

٢,٢ . 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 مصحوباً 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 تخصصاً في هذا المجال.

٢,٣. 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.

٢,٤. 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.

٢,٥ . 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.

٣. الفصل الثالث: منهجية الدراسة

٣,١. المقدمة

يهدف هذا الفصل إلى توضيح منهجية الدراسة والإجراءات المتبعة لتحقيق أهداف البحث، حيث يتم عرض تصميم البحث، وتعريف المتغيرات إجرائياً، وتحديد مجتمع الدراسة وعينتها، بالإضافة إلى أساليب جمع البيانات وأنواعها، وأخيراً الطرق الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات. ويساعد هذا الفصل في توضيح الكيفية التي تم بها اختبار فرضيات الدراسة والوصول إلى نتائج علمية دقيقة حول أثر التحفيز المالي على أداء الموظفين في قطاع التسويق بمدينة الرياض.

٣,٢. التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث

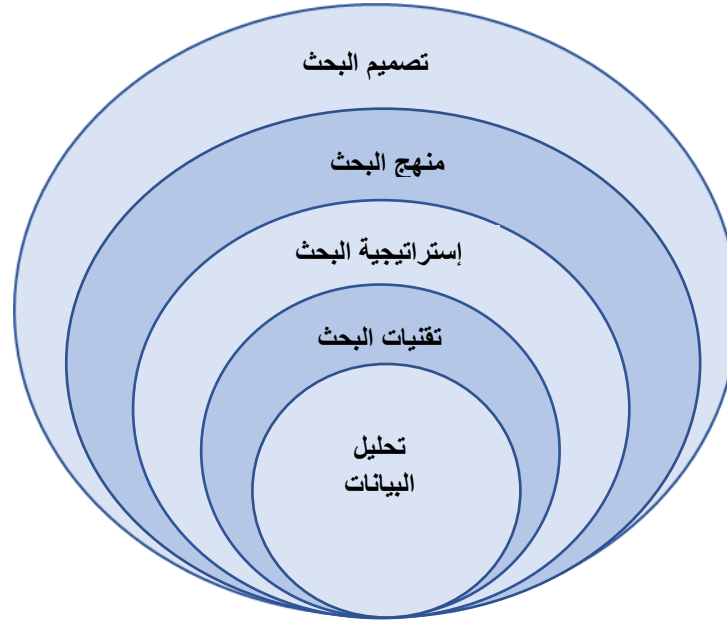
أولاً: التحفيز المالي (المتغير المستقل)

هو مجموعة الحوافز والمكافآت المادية التي تقدمها المؤسسات للموظفين بهدف رفع دافعيتهم نحو العمل، وتشمل الرواتب، العمولات، المكافآت الدورية، والحوافز المرتبطة بالأداء.

ثانياً: أداء الموظفين (المتغير التابع)

هو مستوى إنجاز الموظف لمهامه الوظيفية، ويقاس من خلال عدة أبعاد مثل الإنتاجية، جودة العمل، الالتزام بالوقت، وسرعة إنجاز المهام.

٣,٣. تصميم البحث (بصلة البحثي)



الشكل ٢ : منهجية البحث

٣,٤. مجتمع البحث وطرق وتقنيات أخذ العينات

يتكون مجتمع البحث من موظفي التسويق العاملين في الشركات بمدينة الرياض. ونظرًا لصعوبة شمول جميع أفراد المجتمع، تم الاعتماد على أسلوب العينة العشوائية البسيطة لاختيار المشاركين في الدراسة.

وتم تحديد حجم العينة بما يتناسب مع طبيعة الدراسة الميدانية، بحيث يضمن تمثيلًا مناسبًا لمجتمع البحث ويساعد في تعميم النتائج بدرجة مقبولة من الدقة.

٣,٥ . طريقة جمع البيانات

تم جمع البيانات باستخدام استبانة إلكترونية صُممت خصيصًا لأغراض الدراسة، واشتملت على مجموعة من الفقرات التي تقيس التحفيز المالي وأداء الموظفين. وقد تم توزيع الاستبانة على أفراد العينة المستهدفة من موظفي التسويق في عدد من الشركات بمدينة الرياض، ثم جمعها وتحليلها إحصائيًا.

٣,٦ . أنواع البيانات

اعتمدت الدراسة على نوعين من البيانات:

- بيانات أولية: تم جمعها مباشرة من أفراد العينة باستخدام الاستبانة .
- بيانات ثانوية: تم الحصول عليها من الدراسات السابقة ، الكتب، والأبحاث العلمية المتعلقة بموضوع التحفيز المالي وأداء الموظفين.

٣,٧ . إجراءات التحليل الإحصائي

تم تحليل البيانات باستخدام البرامج الإحصائية (JASP)، وذلك من خلال:

- الإحصاء الوصفي (المتوسطات والانحرافات المعيارية)
- معامل الارتباط لقياس العلاقة بين المتغيرات
- تحليل الانحدار البسيط/المتعدد لاختبار أثر التحفيز المالي على الأداء

٣,٨. الخاتمة

يُعد هذا الفصل الأساس المنهجي للدراسة، حيث تم توضيح طريقة تنفيذ البحث بدءًا من تصميمه وحتى أساليب تحليل البيانات. ويساعد هذا الإطار المنهجي في ضمان دقة النتائج وموضوعيتها، مما يمكن من اختبار فرضيات الدراسة بشكل علمي يوضح أثر التحفيز المالي على أداء الموظفين في قطاع التسويق بمدينة الرياض.

٤. الفصل الرابع: التحليل الإحصائي ومناقشة النتائج

٤,١ . المقدمة

يهدف هذا الفصل إلى عرض وتحليل البيانات التي تم جمعها من أفراد عينة الدراسة، وذلك بهدف اختبار فرضيات البحث والإجابة عن أسئلته. حيث تم استخدام الأساليب الإحصائية الوصفية والاستدلالية لتحليل استجابات أفراد العينة حول أثر التحفيز المالي على أداء الموظفين في قطاع التسويق بمدينة الرياض. كما يتناول الفصل وصف خصائص العينة، واختبارات الصدق والثبات، ثم تحليل متغيرات الدراسة، واختبار الفرضيات، ومناقشة النتائج في ضوء الدراسات السابقة.

٤,٢ . توصيف عينة الدراسة (الإحصائيات الوصفية لعينة البحث)

تم تحليل خصائص أفراد العينة وفقاً للمتغيرات الديموغرافية (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، سنوات الخبرة، والمسمى الوظيفي)، وأظهرت النتائج ما يلي:

- الجنس:
توزعت العينة بين الذكور والإناث مع هيمنة نسبية للذكور مقارنة بالإناث .
- العمر:
تركزت أغلب العينة في الفئة العمرية (٢٥ – ٣٤ سنة)، وهي الفئة الأكثر نشاطاً في سوق العمل .
- المستوى التعليمي:
غالبية أفراد العينة من حملة الدبلوم، يليهم حملة البكالوريوس، مما يعكس تنوعاً متوسطاً في المستوى التعليمي .
- سنوات الخبرة:
توزعت الخبرات بين أقل من سنة إلى أكثر من ٧ سنوات، مع تركيز ملحوظ في فئة (٤ – ٧ سنوات) .
- المسمى الوظيفي:
تنوعت المسميات الوظيفية بين موظفي التسويق، فنيين، مشغلين، ورؤساء أقسام، مما يدل على شمولية العينة .

٤,٣ . اختبارات الصدق والثبات للاستبيانات

تم التحقق من صدق وثبات أداة الدراسة (الاستبانة) باستخدام:

- الصدق الظاهري :من خلال عرض الاستبانة على مختصين للتأكد من وضوح العبارات .
- صدق الاتساق الداخلي :عبر فحص ارتباط فقرات الاستبانة بمحاورها .
- الثبات:(Cronbach's Alpha) أظهرت النتائج أن معامل الثبات مرتفعة بلغت (0.87)، مما يدل على أن الأداة تتمتع بدرجة جيدة من الاتساق الداخلي وصلاحيته للاستخدام في التحليل الإحصائي.

٤,٤ . الإحصاء الوصفي لمتغيرات البحث (الإجابة على أسئلة البحث)

أظهرت النتائج الوصفية ما يلي:

- التحفيز المالي:
تبين أن معظم أفراد العينة يتلقون حوافز مالية، لكن مستوى الرضا عنها يتراوح بين غير راضٍ ومحاييد، مع وجود شكاوى تتعلق بعدم وضوح معايير الحوافز وعدم العدالة أحياناً .
- عدالة ووضوح نظام الحوافز:
أظهرت النتائج أن جزءاً كبيراً من الموظفين يرى أن نظام الحوافز غير واضح أو غير عادل بشكل كافٍ .
- أثر الحوافز على الأداء:
أفاد معظم المشاركين أن الحوافز المالية تؤثر بشكل إيجابي على الإنتاجية وجودة الأداء، حيث تراوحت الإجابات بين "تأثير كبير" و"تأثير متوسط" .
- الالتزام الوظيفي:
أظهرت النتائج أن الحوافز المالية تسهم في زيادة الالتزام الوظيفي وبذل جهد إضافي لدى الموظفين .
- العوامل الأخرى المؤثرة:
من أبرز العوامل: بيئة العمل، الإدارة، الضغط الوظيفي، والحوافز المعنوية.

٤,٥ . اختبار الفرضيات ومناقشة النتائج

أولاً: الفرضية الرئيسية

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتحفيز المالي على أداء الموظفين: H1
تشير النتائج إلى قبول الفرضية، حيث يوجد ارتباط إيجابي بين التحفيز المالي وتحسين الأداء الوظيفي →

ثانياً: الفرضيات الفرعية

توجد علاقة بين الحوافز المالية والإنتاجية: H1-1
مدعومة بالبيانات، حيث أظهرت أغلب الإجابات وجود تأثير إيجابي →

العلاقة بين إدراك الحوافز وجودة الأداء: H1-2
العلاقة إيجابية، حيث كلما زاد وضوح الحوافز زادت جودة الأداء →

اختلاف الاستجابة حسب الخصائص الوظيفية: H1-3
مدعومة جزئياً، حيث تختلف الاستجابة حسب الخبرة والمسمى الوظيفي →

تأثير الحوافز على الالتزام الوظيفي: H1-4
مدعومة بشكل واضح، إذ أظهر المشاركون زيادة في الالتزام مع وجود الحوافز →

٤,٦ . الخاتمة

خلص هذا الفصل إلى أن التحفيز المالي يؤثر بشكل إيجابي على أداء الموظفين في قطاع التسويق بمدينة الرياض، إلا أن هذا التأثير يتعزز عندما يكون النظام واضحاً وعادلاً ومرتبطاً بالأداء بشكل مباشر. كما أكدت النتائج أهمية العوامل التنظيمية الأخرى في دعم فعالية الحوافز المالية، مما يشير إلى ضرورة تبني سياسات تحفيزية متكاملة داخل المؤسسات.

٥. الفصل الخامس: حدود البحث والتوصيات والاستنتاجات

٥,١. حدود الدراسة والدراسات المستقبلية:

تخضع هذه الدراسة لعدد من الحدود التي ينبغي أخذها في الاعتبار عند تفسير نتائجها وتعميمها، ومن أبرز هذه الحدود ما يلي:

- **الحدود المكانية:** اقتصرَت الدراسة على مدينة الرياض، مما قد يحد من إمكانية تعميم النتائج على مناطق أخرى تختلف في طبيعة سوق العمل أو الثقافة التنظيمية .
- **الحدود البشرية:** تم تطبيق الدراسة على موظفي قطاع التسويق فقط، دون غيرهم من القطاعات، مما قد يؤثر على شمولية النتائج .
- **الحدود الزمنية:** أجريت الدراسة خلال فترة زمنية محددة، وقد تختلف النتائج في فترات أخرى تبعاً للتغيرات الاقتصادية أو التنظيمية .
- **أداة الدراسة:** اعتمدت الدراسة على الاستبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات، والتي قد تتأثر بمدى دقة استجابات المشاركين وموضوعيتهم .

وبناءً على هذه الحدود، تقترح الدراسة عددًا من التوجهات للدراسات المستقبلية، منها:

- إجراء دراسات مماثلة في مدن أو مناطق مختلفة داخل المملكة للمقارنة بين النتائج .
- توسيع نطاق الدراسة ليشمل قطاعات أخرى غير التسويق مثل القطاع الصحي أو التعليمي أو الصناعي .
- دراسة أثر الجمع بين التحفيز المالي والتحفيز المعنوي على أداء الموظفين .
- استخدام مناهج بحثية متنوعة مثل المقابلات أو الدراسات الطولية للحصول على نتائج أكثر عمقًا ودقة.

٥,٢. توصيات الدراسة:

في ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة، يمكن تقديم مجموعة من التوصيات العملية التي تسهم في تحسين فعالية التحفيز المالي داخل مؤسسات قطاع التسويق، ومن أبرزها:

- ضرورة تطوير أنظمة حوافز مالية واضحة وشفافة، بحيث يدرك الموظفون معايير الحصول عليها بشكل دقيق .
- ربط الحوافز بالأداء الفعلي، لضمان تحقيق العدالة وتحفيز الموظفين على بذل مزيد من الجهد .
- تحقيق العدالة في توزيع الحوافز بين الموظفين، لتجنب الشعور بالتحيز أو عدم الرضا .
- الاهتمام بدمج الحوافز المعنوية (مثل التقدير والشكر والترقية) مع الحوافز المالية لتعزيز التأثير الإيجابي .
- إجراء تقييم دوري لبرامج التحفيز لقياس مدى فعاليتها وإجراء التحسينات اللازمة .
- تدريب القيادات الإدارية على تطبيق أساليب تحفيزية حديثة تتناسب مع احتياجات الموظفين المختلفة.

٥,٣. الخاتمة:

في ختام هذه الدراسة، يتضح أن التحفيز المالي يُعد من العوامل الأساسية المؤثرة في تحسين أداء الموظفين في قطاع التسويق بمدينة الرياض، حيث أظهرت النتائج وجود علاقة إيجابية بين مستوى الحوافز المالية وكل من الإنتاجية وجودة الأداء والالتزام الوظيفي.

كما بيّنت الدراسة أن فعالية التحفيز المالي لا تعتمد فقط على وجوده، بل تتأثر بدرجة وضوحه وعدالته وارتباطه المباشر بالأداء، بالإضافة إلى دور العوامل التنظيمية الأخرى مثل بيئة العمل وأساليب الإدارة.

وعليه، فإن المؤسسات التي تسعى إلى تحسين أداء موظفيها تحتاج إلى تبني استراتيجيات تحفيزية متكاملة تجمع بين الجوانب المالية والمعنوية، وتستند إلى أسس علمية وبيانات واقعية.

وفي النهاية، تمثل هذه الدراسة خطوة نحو فهم أعمق لطبيعة العلاقة بين التحفيز المالي والأداء الوظيفي، وتأمل أن تسهم نتائجها في دعم صانعي القرار وتطوير بيئات عمل أكثر كفاءة وإنتاجية.

قائمة المراجع

١. العبدالله، محمد بن أحمد. (٢٠٢١).
أثر العمل عن بُعد على إنتاجية الموظفين في المؤسسات الحكومية.
المجلة العربية للإدارة، ٤١. 55-78. (2)
٢. القرني، حسن بن علي. (٢٠٢٢).
العمل عن بُعد وأثره على الأداء الوظيفي للعاملين في المنظمات الخدمية.
مجلة العلوم الإدارية، ١٤. 101-126. (1)
٣. الخالدي، سارة بنت محمد. (٢٠٢٢).
فعالية التواصل الإلكتروني في فرق العمل الافتراضية.
رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الملك سعود، الرياض.
٤. الثبيتي، عبدالله بن حسين، وآخرون. (٢٠٢٣).
بيئة العمل وأثرها على الأداء الوظيفي للعاملين في القطاع الصحي السعودي.
المجلة السعودية للعلوم الصحية، ٥. 211-230. (3)
٥. الزهراني، فهد بن سعيد. (٢٠٢١).
القيادة الإدارية ودورها في تحسين إنتاجية فرق العمل.
مجلة القيادة التربوية والإدارية، ٩. 87-110. (2)
٦. السلمي، علي بن محمد. (٢٠١٩).
إدارة الموارد البشرية في المنظمات الحديثة.
الرياض: دار غريب للنشر والتوزيع.
٧. الحربي، نورة بنت صالح. (٢٠٢٠).
التحفيز الوظيفي وعلاقته بالأداء المؤسسي في المؤسسات الصحية.
رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.
٨. وزارة الصحة السعودية. (٢٠٢٢).
دليل التحول الرقمي في القطاع الصحي.
الرياض: وزارة الصحة.
٩. العتيبي، خالد بن ناصر. (٢٠٢٣).
تحديات إدارة فرق العمل الافتراضية في المؤسسات الحكومية.
مجلة الإدارة الحديثة، ٦. 33-58. (1)

١٠. الحمدان، ريم بنت عبدالعزيز. (٢٠٢١).
إدارة المشاريع الإدارية وأثرها على كفاءة الأداء المؤسسي.
مجلة جامعة الملك عبدالعزيز للاقتصاد والإدارة، ٣٥، 170-145، (2)

الملاحق

أداة الدراسة (الاستبانة)

تم تصميم هذه الاستبانة بهدف جمع البيانات المتعلقة بدراسة: “أثر التحفيز المالي على أداء الموظفين في قطاع التسويق بمدينة الرياض”، وذلك لقياس آراء واتجاهات الموظفين حول الحوافز المالية ومدى تأثيرها على أدائهم الوظيفي. وقد اشتملت الاستبانة على ستة أقسام رئيسية كما يلي:

القسم الأول: بيانات عامة

يهدف هذا القسم إلى جمع معلومات ديموغرافية عن أفراد العينة، وذلك لتصنيف الاستجابات وتحليلها وفقًا للخصائص الشخصية، وشمل المتغيرات التالية:

- الجنس
- العمر
- المستوى التعليمي
- سنوات الخبرة
- المسمى الوظيفي

القسم الثاني: التحفيز المالي

يهدف هذا القسم إلى التعرف على مدى حصول الموظفين على الحوافز المالية، وأنواعها، ومستوى رضاهم عنها، إضافة إلى تقييم عدالة ووضوح نظام الحوافز، وشمل الأسئلة التالية:

- هل تتلقى حوافز مالية في عملك؟
- ما نوع الحوافز المالية التي تحصل عليها؟
- ما مدى رضاك عن الحوافز المالية المقدمة لك؟
- هل ترى أن الحوافز المالية تُمنح بعدالة في مؤسستك؟
- ما مدى وضوح نظام الحوافز المالية في جهة عملك؟

القسم الثالث: أداء الموظفين

يركز هذا القسم على قياس أثر التحفيز المالي على أداء الموظفين من حيث الإنتاجية وجودة الأداء والالتزام الوظيفي، وشمل:

- مدى تأثير الحوافز المالية على الإنتاجية
 - مدى تأثير الحوافز المالية على جودة الأداء
 - تأثير الحوافز المالية على الالتزام الوظيفي
 - مستوى الجهد الإضافي المبذول عند وجود الحوافز
-

القسم الرابع: العلاقة بين التحفيز والأداء

يهدف هذا القسم إلى قياس إدراك الموظفين للعلاقة بين التحفيز المالي والأداء الوظيفي، وشمل:

- تأثير زيادة الحوافز على الأداء الوظيفي
 - أثر ربط الحوافز بالأداء على الإنتاجية
 - العوامل الأخرى المؤثرة على الأداء (مثل بيئة العمل، الإدارة، الحوافز المعنوية، ضغط العمل)
-

القسم الخامس: آراء ومقترحات المشاركين

يهدف هذا القسم إلى جمع آراء المشاركين واقتراحاتهم حول تطوير نظام الحوافز المالية، وشمل أسئلة مفتوحة مثل:

- كيفية تحسين نظام الحوافز المالية
- أكثر الحوافز فعالية في رفع الإنتاجية
- العوامل المؤثرة على الأداء بجانب الحوافز المالية
- المشكلات التي تواجه نظام الحوافز الحالي
- ملاحظات إضافية

الخاتمة

في ختام هذا البحث الذي تناول أثر التحفيز المالي على أداء الموظفين في قطاع التسويق بمدينة الرياض، يتضح أن التحفيز المالي يُعد أحد العوامل المؤثرة بشكل مباشر وفعل في رفع مستوى الأداء الوظيفي داخل بيئة العمل. حيث أظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة إيجابية بين مستوى الحوافز المالية وكل من الإنتاجية وجودة الأداء والالتزام الوظيفي لدى الموظفين.

كما بينت الدراسة أن فعالية التحفيز المالي لا تقتصر على وجوده فقط، بل تعتمد بشكل كبير على مدى وضوح نظام الحوافز وعدالته، وارتباطه المباشر بالأداء الفعلي للموظفين. إضافة إلى ذلك، تبين أن هناك عوامل أخرى تؤثر على الأداء الوظيفي مثل بيئة العمل، وأساليب الإدارة، والحوافز المعنوية، مما يشير إلى أن تحسين الأداء يتطلب منظومة متكاملة من المحفزات وليس جانبًا واحدًا فقط.

وقد ساهمت هذه الدراسة في توضيح جزء من الفجوة البحثية المتعلقة بمدى تأثير التحفيز المالي داخل قطاع التسويق في مدينة الرياض، كما قدمت نتائج يمكن الاستفادة منها في تطوير السياسات الإدارية وتحسين أنظمة الحوافز داخل المؤسسات.

وفي ضوء ذلك، توصي الدراسة بضرورة اهتمام المؤسسات بتطوير أنظمة حوافز مالية عادلة وشفافة، وربطها بشكل مباشر بمؤشرات الأداء، إلى جانب تعزيز الجوانب التحفيزية الأخرى لتحقيق بيئة عمل أكثر إنتاجية واستقرارًا.

وفي الختام، فإن هذا البحث يمثل محاولة علمية لفهم العلاقة بين التحفيز المالي والأداء الوظيفي، آملين أن يسهم في دعم متخذي القرار داخل المؤسسات، وأن يكون نقطة انطلاق لدراسات مستقبلية أكثر عمقًا وتوسعًا في هذا المجال.