



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

كلية إدارة عامة

بحث مقدم لاستيفاء متطلبات

الفصل الدراسي: [الفصل / السنة الدراسية 2025-2026م]

جدول المحتويات

1.1	مقدمة البحث.....	3
1.2	مشكلة البحث.....	4
1.3	أهمية البحث.....	5
1.4	أسئلة البحث.....	6
1.5	أهداف البحث.....	6
1.6	فرضيات البحث.....	7
1.7	نموذج البحث.....	8
1.8	نطاق الدراسة.....	9
1.9	مخطط البحث.....	9
2.1	مقدمة الفصل الثاني.....	10
2.2	الإطار النظري.....	10
2.2.1	مفهوم نتائج المبيعات.....	10
2.2.2	مفهوم نجاح الموظفين.....	11
2.2.3	العلاقة بين نتائج المبيعات ونجاح الموظفين.....	12
2.3	الدراسات السابقة.....	13
2.3.1	الدراسات العربية.....	13
2.3.2	الدراسات الأجنبية.....	14
2.4	موقع الدراسة الحالية من الدراسات السابقة.....	16
3.1	مقدمة الفصل الثالث.....	17
3.2	التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث.....	17
3.3	تصميم البحث ومنهجيته.....	19
3.4	مجتمع البحث وطرق أخذ العينات.....	19
3.5	طريقة جمع البيانات وأدواتها.....	20
3.6	أنواع البيانات.....	21
3.7	اختبارات الصدق والثبات.....	21
3.8	إجراءات التحليل الإحصائي.....	23
3.9	الاعتبارات الأخلاقية.....	23
3.10	الخاتمة.....	24

الفصل الأول: الإطار العام للبحث

1.1 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 الجوهرية 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 كوادر بشرية متعددة تعمل في مجال البيع المباشر للمنتجات الترفيهية كالألعاب الإلكترونية وأجهزة الألعاب وملحقاتها المتنوعة. ومن المسلمّ به أن نتائج المبيعات تؤدي دوراً محورياً في تحديد مستوى أداء الموظفين ونجاحهم المهني داخل هذه الشركات وما يمثّلها 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 أن واحد، مما ينعكس إيجاباً على مسيرته المهنية ومستوى التزامه بالمنظمة.

تنطلق هذه الدراسة من الحاجة الماسة 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.

1.2 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 نُدرك 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؟

1.3 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 ومكافأاتهم.
- 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.

1.4 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؟

1.5 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.

1.6 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.

1.7 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 الممنوحة	الترقى الوظيفي	(نجاح الموظفين (التابع
مستوى الرضا العام عن العمل	الرضا الوظيفي	
مدى الالتزام بسياسات الشركة	الالتزام التنظيمي	
تقييم الرؤساء المباشرين	الأداء الوظيفي	

1.8 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.

1.9 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

2.1 مقدمة

يستعرض هذا الفصل الأدبيات العلمية والدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة، إذ يُقدّم الإطار النظري الذي يُرسّخ أسس البحث ويُوَجِّه 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.

2.2 أولاً: الإطار النظري

2.2.1 مفهوم نتائج المبيعات

تُعَدّ 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.

2.2.2 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.

2.2.3 العلاقة بين نتائج المبيعات ونجاح الموظفين

تُكشف الأدبيات العلمية عن علاقة تبادلية ومعقدة بين نتائج المبيعات ونجاح الموظفين، إذ أن كلاهما يُغذي الآخر ويُعززه. فالموظف الذي يُحقق نتائج بيعية متميزة يكتسب ثقة إدارته واعترافها، مما ينعكس إيجاباً على فرصه في الترقى والمكافأة وتطوير مهاراته، وهذا بدوره يُعزز دافعيته ورضاه الوظيفي ويُحسن أداءه البيعي في دورة متصاعدة. ويُفسر 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 أداة إدارية فعّالة لتعزيز الأداء المؤسسي.

2.3 الدراسات السابقة

2.3.1 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 مكونة من (85) موظفاً في قطاع مبيعات

الاتصالات. وخلصت الدراسة إلى أن معدلات التحويل البيعي تُعدّ من أقوى المؤشرات تأثيراً في فرص ترقّي 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 الترقّي 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.

2.3.2 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 لتُحدد 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، يُعظّم 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 ميتا 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.

2.4 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

3.1 مقدمة

يتناول هذا الفصل الإجراءات المنهجية التي اتبعتها الدراسة لتحقيق أهدافها، إذ يستعرض منهج البحث المستخدم، وتعريف متغيرات الدراسة تعريفاً إجرائياً، ويصف مجتمع البحث وعينته، وأدوات جمع البيانات، وإجراءات التحقق من الصدق والثبات، فضلاً عن توضيح أساليب التحليل الإحصائي المعتمدة. ويُمثّل هذا الفصل الركيزة الأساسية التي تقوم عليها موثوقية الدراسة وقابلية تكرارها.

3.2 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 يُبديه 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.

3.3 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 المقنّن أداةً رئيسية لجمع البيانات، لما تتسم به من موضوعية وقابلية للتحليل الإحصائي.

3.4 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 أفراد، 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.

3.5 طريقة جمع البيانات وأدواتها

الاستبيان

اعتمدت الدراسة على الاستبيان الإلكتروني / الورقي كأداة رئيسية لجمع البيانات. وقد صُمم 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	التقدم الوظيفي	5
(المطيري 2020)	2	الالتزام التنظيمي	6
Piercy et al. (2012)	1	الأداء الوظيفي	7

3.6 أنواع البيانات

البيانات الأولية

تمثلت في البيانات المجمعة مباشرةً من أفراد العينة عبر الاستبيان، وتشمل: البيانات الديموغرافية، واستجابات المبحوثين على فقرات متغيري الدراسة. وتُمثل 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.

3.7 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).

3.8 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.

3.9 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.

3.10 خاتمة الفصل

في ختام هذا الفصل، تم استعراض المنهجية العلمية التي استندت إليها الدراسة في تقصي أثر نتائج المبيعات على نجاح الموظفين بشركة Geekay للألعاب في مدينة جدة. حيث تم تبني المنهج الوصفي الارتباطي لملاءمته لطبيعة الأهداف والفرضيات الموضوعية، إلى جانب صياغة التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث المستقلة والتابعة وأبعادها بدقة.

كما تحدد مجتمع البحث باتباع أسلوب الحصر الشامل لكافة موظفي المبيعات في الشركة والبالغ عددهم (50) موظفاً وموظفة. ولضمان دقة القياس، خضعت أداة الدراسة (الاستبيان) لاختبارات الصدق الظاهري والبنائي، إلى جانب التحقق من ثباتها عبر معامل "ألفا كرونباخ" الذي أظهر مؤشرات ثبات مرتفعة ومقبولة علمياً (0.862) للاستبيان الكلي)، مع الالتزام التام بكافة الاعتبارات الأخلاقية والمهنية المعمول بها. وبناءً على هذه الخطوات التمهيدية والأدوات الإحصائية المعتمدة عبر برنامج (SPSS)، ينتقل البحث في الفصل القادم (الفصل الرابع) إلى مرحلة عرض نتائج الدراسة الميدانية وتحليلها إحصائياً، واختبار الفرضيات للإجابة عن أسئلة البحث الرئيسية.