

Final Project 1

Code: MGM 496-PMG496

Faculty of Management
Midocean University

Project Template

عنوان المشروع
اثرانماط القيادة على تحفيز الموظفين في مبيعات B2B في السعوديه

أسم الطالب
فراس محسن الظاهر

مشروع تخرج- 1
كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف
د. عبد الرحيم نادر
عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

التاريخ- الفصل الدراسي 2025

جدول المحتويات

3	1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة
4	1.1. المقدمة:
5	1.2. مشكلة الدراسة
6	1.2.1. فجوات على المستوى النظري
6	1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي
7	1.3. أهمية الدراسة
7	1.3.1. على المستوى النظري:
8	1.3.2. على المستوى التطبيقي:
8	1.4. أسئلة الدراسة
10	1.5. أهداف الدراسة
11	1.6. فرضيات الدراسة
12	1.7. نموذج الدراسة
13	1.8. منهجية الدراسة
13	1.9. الدراسة الميدانية
14	1.10. مخطط المشروع المقترح
	2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة
1	
5	
16	2.1. المقدمة:
17	2.2. المتغير المستقل
18	2.3. المتغير التابع
19	2.4. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع
19	2.5. الخاتمة
20	قائمة المراجع

1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

• المقدمة:

تُعتبر القيادة الإدارية من أهم العوامل التي تؤثر على أداء المؤسسات ونجاحها في تحقيق أهدافها الاستراتيجية. وفي عصر تتسارع فيه التطورات التكنولوجية وتزداد حدة المنافسة، تبرز أهمية دور القائد في توجيه وتحفيز الموظفين لتحقيق الأداء المتميز.

يُعد قطاع مبيعات الشركات بين الأعمال (B2B) من أكثر القطاعات حساسية للقيادة الإدارية، حيث يتطلب هذا القطاع مستوى عالياً من التحفيز والمثابرة من قبل موظفي المبيعات نظراً لطبيعة العمل المعقدة والدورة الطويلة للمبيعات.

في السياق السعودي، تشهد المملكة العربية السعودية تطوراً اقتصادياً هائلاً في إطار رؤية 2030، مما يزيد من أهمية فهم العوامل التي تؤثر على أداء الموظفين في القطاعات الاقتصادية المختلفة، وخاصة قطاع المبيعات.

• مشكلة الدراسة

تواجه الشركات العاملة في قطاع مبيعات B2B في المملكة العربية السعودية تحديات عديدة في تحفيز موظفيها وتحقيق الأداء المطلوب. وعلى الرغم من الاستثمارات الكبيرة في برامج التدريب والتطوير، إلا أن العديد من هذه الشركات تعاني من انخفاض مستوى تحفيز الموظفين وارتفاع معدلات دوران العمل.

1..1. فجوات على المستوى النظري

- غياب دراسات عربية محكمة تربط بين أنماط القيادة المختلفة ومستوى التحفيز في قطاع مبيعات B2B ،مع تركيز معظم الأبحاث السابقة على قطاعات تقليدية أو عامة دون التعمق في طبيعة العلاقات التنظيمية في مبيعات الشركات.
- قلة الأبحاث التي تتناول أثر الأنماط القيادية المختلفة على مؤشرات الأداء المحددة
- غياب إطار نظري شامل يأخذ في الاعتبار الخصائص الثقافية للبيئة السعودية

2..1. فجوات على المستوى التطبيقي

- عدم وجود دليل عملي للقيادات في شركات B2B حول أفضل الممارسات القيادية
- نقص في البيانات الميدانية حول مستوى تحفيز الموظفين في هذا القطاع.
- غياب نماذج تطبيقية قابلة للتنفيذ في البيئة السعودية

• أهمية الدراسة :

تتبع أهمية هذه الدراسة من الحاجة المتزايدة لفهم العلاقة بين أنماط القيادة وتحفيز الموظفين في بيئة الأعمال المعاصرة، خاصة في قطاع مبيعات الشركات بين الأعمال (B2B) في المملكة العربية السعودية.

إذ تُعد القيادة الإدارية أحد العوامل الحاسمة التي تؤثر على أداء الموظفين ورضاهم الوظيفي، وبالتالي على كفاءة المخرجات التنظيمية.

وفي سياق B2B ، حيث تتسم العمليات البيعية بالتعقيد والحاجة إلى تفاعل طويل الأمد مع العملاء، فإن تحفيز الموظفين يشكل أحد المحركات الأساسية لتحقيق التميز التنافسي.

إضافة معرفية للنظريات الحديثة في القيادة والتحفيز.

1.1. على المستوى النظري:

تُسهّم هذه الدراسة في سد فجوة معرفية في الأدبيات العربية من خلال تحليل العلاقة بين أنماط القيادة (مثل القيادة التحويلية، التبادلية، والديمقراطية) وتحفيز الموظفين ضمن سياق مبيعات B2B.

كما تقدم نموذجًا نظريًا يمكن البناء عليه في أبحاث مستقبلية ضمن بيئات وأسواق مشابهة

2.1. على المستوى التطبيقي:

تُقدم الدراسة نتائج يمكن تطبيقها عملياً في المؤسسات السعودية، من خلال تزويد القادة ومديري المبيعات برؤى واضحة حول الأساليب القيادية التي تؤثر إيجاباً على تحفيز الموظفين.

كما تساعد النتائج في تصميم برامج تدريب وتطوير إداري تركز على تعزيز المهارات القيادية بما يتوافق مع متطلبات سوق B2B التنافسي.

● أسئلة الدراسة

تنطلق هذه الدراسة من سؤال رئيسي يُعبر عن الإشكالية العامة للبحث، وتُشتق منه مجموعة من الأسئلة الفرعية التي تهدف إلى استكشاف أبعاد العلاقة بين أنماط القيادة وتحفيز الموظفين في سياق مبيعات B2B في السعودية.

السؤال الرئيسي:

ما أثر أنماط القيادة الإدارية على تحفيز الموظفين في قطاع مبيعات B2B في المملكة العربية السعودية؟

الأسئلة الفرعية:

1. ما هو النمط القيادي السائد لدى مديري المبيعات في شركات B2B السعودية؟
2. ما مستوى تحفيز الموظفين العاملين في المبيعات ضمن هذه الشركات؟
3. هل تختلف مستويات التحفيز باختلاف نمط القيادة المستخدم (تحويلي، تبادلي، ديمقراطي، إلخ)؟
4. ما مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في تحفيز الموظفين تعزى إلى الخصائص الديموغرافية (مثل الجنس، الخبرة، المؤهل العلمي)؟
5. ما هي أبرز التوصيات الإدارية التي يمكن استخلاصها لتعزيز التحفيز من خلال القيادة الفعّالة؟

• أهداف الدراسة :

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل العلاقة بين أنماط القيادة الإدارية وتحفيز الموظفين في قطاع مبيعات الشركات بين الأعمال (B2B) في المملكة العربية السعودية، وذلك من خلال تحقيق الأهداف التالية:

- 1- تحديد أنماط القيادة الإدارية الشائعة في شركات B2B العاملة في السوق السعودي.
- 2- قياس مستوى تحفيز الموظفين العاملين في مبيعات B2B ضمن تلك الشركات.
- 3- تحليل العلاقة بين أنماط القيادة المختلفة (مثل التحويلية، التبادلية، والديمقراطية) ومستوى تحفيز الموظفين.
- 4- اختبار الفروق الإحصائية في التحفيز تبعًا للخصائص الديموغرافية (مثل الجنس، سنوات الخبرة، المؤهل العلمي).
- 5- اقتراح توصيات عملية لأصحاب القرار في الشركات لتحسين الأداء البيعي من خلال تطبيق أساليب قيادية فعّالة ترفع من مستوى تحفيز العاملين.

6- فرضيات الدراسة :

بُنيت هذه الدراسة على مجموعة من الفرضيات التي تعكس التوقعات النظرية حول العلاقة بين أنماط القيادة وتحفيز الموظفين، والتي سيتم اختبارها باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة. وتتمثل الفرضيات فيما يلي:

1- الفرضية الرئيسية :

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أنماط القيادة الإدارية ومستوى تحفيز الموظفين في قطاع مبيعات B2B في المملكة العربية السعودية.

2- الفرضيات الفرعية:

1 - توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نمط القيادة التحويلية ومستوى تحفيز الموظفين في الشركات.

2- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نمط القيادة التبادلية ومستوى تحفيز الموظفين في شركات.

3-توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نمط القيادة الديمقراطية ومستوى تحفيز الموظفين في شركات

4 -توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تحفيز الموظفين تُعزى إلى المتغيرات الديموغرافية (الجنس، العمر، الخبرة، المؤهل العلمي).

5- يسهم النمط القيادي المتبع بشكل كبير في تحسين أداء فرق المبيعات من خلال رفع مستوى الحافز الوظيفي.

• نموذج الدراسة:

يعتمد نموذج الدراسة على تحديد العلاقة بين أنماط القيادة كمتغير مستقل، وتحفيز الموظفين كمتغير تابع. ويهدف النموذج إلى توضيح كيف تؤثر الأساليب القيادية المختلفة التي يتبعها القادة في بيئة مبيعات B2B على مستوى التحفيز الذي يشعر به الموظفون.

المتغير المستقل:

- أنماط القيادة الإدارية، والتي تشمل:
- القيادة التحويلية (Transformational Leadership)
- القيادة التبادلية (Transactional Leadership)
- القيادة الديمقراطية (Democratic Leadership)

المتغير التابع:

- تحفيز الموظفين (Employee Motivation) ، ويُقاس من خلال مؤشرات مثل:
- الرضا الوظيفي
- الالتزام التنظيمي
- الرغبة في الإنجاز
- الأداء البيعي

النموذج المفاهيمي (الوصف العام):

أنماط القيادة الإدارية



تحفيز الموظفين

• منهجية الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، حيث يتم جمع البيانات من عينة من موظفي المبيعات في شركات B2B بالمملكة العربية السعودية باستخدام أداة الاستبيان، ثم تحليلها إحصائيًا لاختبار الفرضيات وقياس العلاقة بين أنماط القيادة وتحفيز الموظفين.

• الدراسة الميدانية :

تم تنفيذ الدراسة الميدانية من خلال توزيع استبيان إلكتروني على عينة من موظفي المبيعات العاملين في شركات B2B داخل المملكة العربية السعودية، وذلك بهدف جمع البيانات المتعلقة بأنماط القيادة المتبعة ومستوى تحفيز الموظفين، تمهيدًا لتحليلها باستخدام أدوات التحليل الإحصائي.

- **مخطط المشروع المقترح**

يتبع المشروع المخطط التالي لتنفيذ الدراسة:

- **المرحلة الأولى:**

الإعداد النظري

- مراجعة الأدبيات والدراسات السابقة المتعلقة بأنماط القيادة والتحفيز.

- تحديد المشكلة وصياغة الأسئلة والفرضيات.

- **المرحلة الثانية:**

إعداد أدوات البحث

- تصميم الاستبيان والتحقق من صدقه وثباته.

- تحديد عينة الدراسة وجمع البيانات ميدانيًا.

- **المرحلة الثالثة:**

التحليل الإحصائي

- استخدام البرامج الإحصائية مثل SPSS لتحليل البيانات واختبار الفرضيات.

- **المرحلة الرابعة:**

تفسير النتائج والتوصيات

- مناقشة النتائج وربطها بالدراسات السابقة.

- تقديم استنتاجات وتوصيات عملية للقيادة الفعّالة في مبيعات B2B

2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة

• المقدمة:

يتناول هذا الفصل مراجعة منهجية للدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع البحث، وذلك لتحديد ما تم إنجازه علميًا في ميدان العلاقة بين أنماط القيادة وتحفيز الموظفين، خصوصًا في بيئة مبيعات الشركات بين الأعمال (B2B) وتهدف هذه المراجعة إلى توضيح المفاهيم الرئيسية، وتحليل أوجه الاتفاق والاختلاف بين الدراسات، إلى جانب إبراز الفجوات البحثية التي تسعى هذه الدراسة إلى سدها

• المتغير المستقل:

أنماط القيادة

- تنوعت الدراسات في تناولها لأنماط القيادة الإدارية، حيث ركّز العديد من الباحثين على ثلاثة أنماط رئيسية:
- القيادة التحويلية، التي تركز على إلهام الأفراد وتحفيزهم لتحقيق نتائج تتجاوز التوقعات.
- القيادة التبادلية، التي تعتمد على نظام المكافأة والعقوبة كأساس للتفاعل بين القائد والتابعين.
- القيادة الديمقراطية، التي تشجع المشاركة والتشاور مع الفريق في عملية اتخاذ القرار.
- وقد أظهرت الأبحاث أن كل نمط من هذه الأنماط يؤثر بشكل متفاوت على مستوى الرضا والتحفيز الوظيفي، وفقاً لطبيعة البيئة التنظيمية والسياق الثقافي.

- المتغير التابع:

تحفيز الموظفين

- التحفيز هو أحد العوامل الجوهرية التي تؤثر في أداء الموظفين وولائهم للمؤسسة. وقد عرّفته الدراسات بأنه القوة الداخلية أو الخارجية التي تدفع الفرد إلى بذل الجهد وتحقيق الأهداف التنظيمية.
- وقد تنوعت المؤشرات المستخدمة في قياس التحفيز بين:
- مستوى الرضا الوظيفي
- درجة الالتزام التنظيمي
- قوة الرغبة في الإنجاز
- كفاءة الأداء البيعي
- وأشارت النتائج إلى أن التحفيز يرتبط إيجاباً بأساليب القيادة التي تركز على التقدير الشخصي والتمكين الوظيفي.

- **العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع:**
- أجمعت الدراسات السابقة على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين نمط القيادة المُتَّبَع ومستوى تحفيز الموظفين.
- فقد أظهرت الأبحاث أن القيادة التحويلية ترتبط غالبًا بارتفاع مستويات التحفيز، نظرًا لقدرتها على بناء الثقة وتوليد الحماس.
- في حين تُظهر القيادة التبادلية تأثيرًا معتدلاً، يعتمد على نظام المكافآت.
- أما القيادة الديمقراطية، فقد أظهرت نتائج متباينة، حيث ترتبط فعاليتها بطبيعة الفريق وثقافة المؤسسة.
- مع ذلك، فإن معظم هذه الدراسات أجريت في بيئات غير عربية، وهو ما يعزز من أهمية هذه الدراسة لسد الفجوة المعرفية في السياق السعودي، لا سيما في قطاع B2B

• **الخاتمة:**

يتضح من خلال مراجعة الدراسات السابقة أن العلاقة بين أنماط القيادة وتحفيز الموظفين قد نالت اهتمامًا متزايدًا، ولكنها ما زالت بحاجة إلى دراسات ميدانية في بيئات عمل عربية، وخاصة في القطاعات الديناميكية كالمبيعات بين الأعمال.

ومن هذا المنطلق، تسعى هذه الدراسة إلى تقديم مساهمة علمية وميدانية تغطي هذا النقص، وتُقدم نتائج يمكن البناء عليها في التطبيقات الإدارية المستقبلية

قائمة المراجع:

1. أبو زيد، أحمد. (2020). القيادة الإدارية الحديثة: المفاهيم والنظريات والتطبيقات دار الفكر الجامعي، الإسكندرية.
2. Bass, B. M. (1999). Two decades of research and development in transformational leadership. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 8(1), 9–32.
3. Burns, J. M. (1978). *Leadership*. Harper & Row.
4. Daft, R. L. (2015). *The Leadership Experience* (6th ed.). Cengage Learning.
5. Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000). The “what” and “why” of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior. *Psychological Inquiry*, 11(4), 227–268.
6. Goleman, D. (2000). Leadership that gets results. *Harvard Business Review*, 78(2), 78–90.
7. Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2022). *Organizational Behavior* (19th ed.). Pearson.
8. Yukl, G. (2013). *Leadership in Organizations* (8th ed.). Pearson Education.
9. العبدلي، محمد. (2018). أثر أنماط القيادة على تحفيز الموظفين: دراسة تطبيقية على قطاع الخدمات في السعودية. *المجلة العربية للإدارة*، 38(2)، 78.55-الصياد، فاطمة. (2021). القيادة التحويلية وأثرها على الأداء التنظيمي من خلال تحفيز العاملين .
10. مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، 13(1)، 42.25-

