

تأثير اخلاقيات التسويق على رضا الموظفين بالتطبيق على شركة بنده في
منطقة مكة المكرمة

The effect of marketing ethics on employee
satisfaction by application to Panda Company in
Mecca

أسم الطالب

(اسراء عبد السلام سفر)

الرقم الجامعي

2021205692

مشروع تخرج- 1

كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف

د. منى مصطفى العشري

عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

الشكر والتقدير

بسم الله الرحمن الرحيم

الشكر لله ولي وامي وابي واخوتي

والشكر لصديقاتي و د.منى مصطفى العشري

الإهداء

اهدي هذا العمل لعائلتي واصدقائي

المستخلص:

جدول المحتويات:

	صفحة الغلاف
١	الشكر والتقدير
٢	الإهداء
٣	المستخلص
٤	جدول المحتويات
٥	قائمة الأشكال
٦	قائمة الجداول
٩/٨	المقدمة
١٠	مشكلة البحث
١١	أهمية البحث
	أسئلة البحث
	أهداف البحث
	فرضيات البحث
	نموذج البحث
	منهجية البحث
	الدراسة الميدانية
	مخطط المشروع
	الدراسات السابقة والإطار النظري
	الملخص
	المراجع

قائمة الأشكال:

قائمة الجداول:

الفصل الاول الاطار العام :

المقدمة:

تشهد البيئة التسويقية العالمية في الوقت الحاضر تغيرا كبيرا في جميع المجالات وبخاصة في مجال الأنشطة التجارية والاقتصادية التي ترتبط بتكنولوجيا الانترنت، هذا التوسع أدى إلى حدوث تغيرات جذرية في بيئة الأعمال، حيث صارت تتميز بكونها مجالا متسما بالتنافسية الشديدة بين منظمات الأعمال، وفي نفس الوقت تتميز بسلوكيات تتصف بالعدائية اتجاه الافراد والمؤسسات على حد سواء، وأصبحت هذه الأخيرة من أهم المشكلات المعاصرة والحديثة التي بات تواجه الموظف و بالأخص اليوم، خاصة تلك المتعلقة بالتعاملات الالكترونية لفئة الموظفين عبر فضاء البيئة الافتراضية، في اطار ما يعرف بالممارسات الغير الاخلاقية ، مما جعل هذا الامر يؤثر بشكل كبير في تفضيلات وتوجهات المستهلك، ويوقعه في مغالطة تضر بمصالحه وتمس أمواله(عناني، وآخرون ٢٠٢٣)

فحص العلاقة بين بيئة العمل اللائق ومشاركة العاملين (Wataka, استهدفت دراسة ٢٠١٨ وتوصلت الدراسة إلى أن الموظفين أقل انخراطاً TASO والأداء الوظيفي بين موظفي منظمة في أنشطة المنظمة مثل اتخاذ القرار، مما يؤدي إلى الانهيار التنظيمي وزيادة الخسائر وانخفاض الأداء. وخلصت الدراسة إلى أن كل من بيئة العمل اللائق ومشاركة العاملين تؤدي إلى زيادة الأداء الوظيفي، وأكدت على أنه يجب على أصحاب العمل تحسين بيئة العمل بحيث يكون لدى موظفيهم ضغوط أقل ومشاركة عالية مما يؤدي في المقابل إلى زيادة التزام الموظف وتحسين مفهوم العمل اللائق والأداء (Babatunde et al). أدائه. في حين تناولت دراسة ٢٠١٩ التنظيمي في نيجيريا. وأشارت إلى أن هناك عدة عوامل مسؤولة عن انخفاض الإنتاجية منها التمييز بين العمال وانخفاض الأجور. وتوصلت الدراسة إلى أن برنامج منظمة العمل الدولية للعمل اللائق هو نهج برنامجي متوازن ومتكامل، كما أنه الأنسب لتحسين أداء المنظمات العامة في نيجيريا. وأوصت الدراسة بضرورة قيام الحكومة النيجيرية بخلق فرص عمل منتج يوفر دخلاً عادلاً، وأمنًا في مكان العمل وحماية اجتماعية للعائلات، وآفاقاً أفضل للتنمية الشخصية والاندماج الاجتماعي، وحرية للأفراد في التعبير عن مخاوفهم. وتنظيم والمشاركة في القرارات التي تؤثر على حياتهم وتكافؤ الفرص والمعاملة لجميع النساء والرجال.

إلى تحديد ظروف العمل اللائق التي يمكن أن Moyo et al. هذا وقد سعت دراسة ٢٠١٩
تُحسن أداء وإنتاجية العمال في مواقع البناء في زيمبابوي. وتوصلت الدراسة إلى أن الظروف
الملائمة للصحة والسلامة المهنية تم تحديدها كأهم ظروف العمل اللائق التي يمكن في ظلها
تحسين إنتاجية العمالة. كما أشارت الدراسة إلى أن جميع ظروف العمل اللائق التي تم تقييمها
اعتبرت مهمة من حيث تحسين أداء العمال. وأوصت الدراسة بتعزيز ظروف العمل اللائق في
مواقع البناء، وتوفير التخطيط والتمويل المناسبين لظروف العمل اللائق
(محمد السيد المتولي ، وآخرون ، ٢٠٢٢)

كشفت الدراسات في أخلاقيات التسويق في كثير من الأحيان عن وجود فجوات أخلاقية بين
المتسوقين ورضا الموظفين والمجموعات الأخرى في المجتمع. إن وجود هذه الفجوات
الأخلاقية يمكن أن يؤدي إلى نتائج عكسية للغاية بالنسبة لإدارة التسويق. ومن أجل تضيق هذه
الفجوات بشكل فعال، يجب أن يكون لدى مدير التسويق أولاً فهم أفضل لأسباب هذه الفجوات
(Singhapakdi، وآخرون، ١٩٩٩)

تؤثر أخلاقيات التسويق ع بيئه الموظفين وقد كانت العناصر التنظيمية المتمثلة في شبكة
العلاقات مع الإدارة وزملاء العمل، بالإضافة إلى بيئة العمل أعلى العناصر تأثيراً، فيما جاءت
العناصر التشغيلية المتمثلة في الأجور والرواتب، وضغط العمل في المرتبة الثانية، وأخيراً
جاءت العناصر الشخصية. أخيراً أوصت الدراسة إدارة الشركات بأهمية الاستماع إلى مشاكل
الموظفين والعمل على حل المشاكل التي يعانون منها على كافة المستويات لتخفيف توجهاتهم
لترك العمل، بالإضافة إلى مناقشة الجانب المادي والترقيات والحوافز بشفافية، كما أوصت
الدراسة ممثلي الدعاية الطبية بأهمية العمل وفق عقود تشتمل على مسؤوليات وحقوق واضحة،
بالإضافة إلى أهمية التخفيف من ضغط العمل بالتوازن ما بين الحياة العملية والعائلة
(الجبارين، ٢٠٢٤)

أهمية تأثير القيم الأخلاقية ورضا الموظفين للشركات الأخلاقيات على تصورات دور
الأخلاقيات في النجاح الشامل للشركة. والأساس المنطقي لدراسة الأهمية المتصورة لدور
الأخلاق بهذه الطريقة هو تحديد مدى قدرة المنظمة نفسها على التأثير على تصورات الموظفين
فيما يتعلق بأخلاقيات التسويق
(وآخرون ٢٠٠٦، Vitell)

مشكلة البحث:

تأثير الأخلاقيات في مجال التسويق يلعب دورًا أساسيًا في رضا الموظفين، حيث تشجع الممارسات الأخلاقية على بيئة عمل إيجابية وتقوم بتعزيز التفاعل الإيجابي بين الموظفين والشركة.

2.1. الفجوة النظرية:

في تأثير أخلاقيات التسويق على رضا الموظفين تتمثل في نقص الدراسات التي تحدد العلاقة الدقيقة بين ممارسات الأخلاقيات في مجال التسويق ورضا الموظفين. هناك حاجة إلى بحوث تفصيلية تحلل كيفية تأثير السلوك الأخلاقي للشركة وموظفيها على الارتياح والالتزام الوظيفي، بالإضافة إلى دراسة تأثير انتهاكات الأخلاقيات على رضا وأداء الموظفين.

يجب تحديد الآليات الدقيقة التي تربط بين الأخلاقيات في التسويق والبيئة العملية لفهم كيفية تأثيرها على توجهات الموظفين وسلوكهم داخل الشركة.

2.2. الفجوة التطبيقية :

في دراسة تأثير أخلاقيات التسويق على رضا الموظفين تكمن في نقص الاهتمام العملي والتطبيقي بتبني المبادئ الأخلاقية في سياق علاقة العمل بين الموظفين والشركة. هناك حاجة إلى دراسات وتطبيقات عملية توضح كيفية تطبيق مبادئ الأخلاقيات في إدارة التسويق وكيف يمكن للشركات تعزيز رضا الموظفين من خلال تنمية بيئة عمل أخلاقية وداعمة.

كما يمكن أيضًا استكشاف السبل التي يمكن للشركات من خلالها تعزيز الوعي بالأخلاقيات في جميع جوانب التسويق لتحسين رضا الموظفين وبناء علاقات عمل إيجابية ومستدامة.

سؤال البحث الرئيسي :

تتناول هذه الدراسة السئول البحثي الرئيسي التالي:

"إلى أي مدى يمكن أن تؤثر أخلاقيات التسويق على رضا الموظفين؟"

أهمية البحث:

تبرز في تحقيق العديد من الفوائد، بما في ذلك:

١. تعزيز الثقة والولاء: يساهم الالتزام بمبادئ الأخلاقيات في بناء ثقة الموظفين وزيادة ولائهم تجاه الشركة.

٢. تحسين الأداء والإنتاجية: عندما يشعر الموظفون بأن الشركة تمارس ممارسات تسويقية أخلاقية، يزداد رضاهم وبالتالي يزداد أداؤهم وإنتاجيتهم.

٣. خلق بيئة عمل إيجابية: يعزز احترام القيم الأخلاقية في تسويق الشركة مناخ العمل الإيجابي والمحفز داخل المنظمة.

٤. جذب واحتفاظ بالموظفين الموهوبين: تعتبر ممارسات تسويقية أخلاقية عاملاً جذاباً للموظفين المحترفين وتساهم في الاحتفاظ بهم.

٥. الامتثال للقوانين واللوائح: يساهم التركيز على الأخلاقيات في التسويق في تعزيز امتثال الشركة للقوانين واللوائح ذات الصلة.

بالتالي، يمكن أن يكون بحث تأثير أخلاقيات التسويق على رضا الموظفين في شركة بنده ذا أهمية كبيرة لتعزيز العلاقة بين الموظفين والشركة وتحقيق أداء مؤسسي متميز

الاهمية العملية:

١. تحسين بيئة العمل: تساهم الممارسات الأخلاقية في التسويق في خلق بيئة عمل إيجابية وصحية تساهم في رفع رضا الموظفين.

٢. تعزيز الانخراط والولاء: يزيد الالتزام بالأخلاقيات في التسويق من انخراط الموظفين وولائهم للشركة وذلك من خلال شعورهم بالاعتبار والاحترام.

٣. تحسين الأداء العملي: تؤثر الممارسات الأخلاقية على رضا الموظفين بشكل مباشر على أدائهم العملي وفعاليتهم في تحقيق أهداف الشركة.

٤. تقليل الاستقالات: يقلل الاهتمام بالأخلاقيات في التسويق من معدلات الاستقالات في الشركة من خلال إنشاء بيئة عمل إيجابية ومحفزة .

٥. بناء سمعة الشركة: تلعب الأخلاقيات في التسويق دوراً في بناء سمعة الشركة وجذب المواهب والمحافظة عليها عبر رضا الموظفين وتحفيزهم

ومن نتائج الاهمية العملية :

تشمل :

١. زيادة الالتزام والانخراط: تعزز الممارسات الأخلاقية في التسويق من انخراط الموظفين وزيادة الالتزام بأهداف الشركة.

٢. تحسين جودة العمل: يسهم رضا الموظفين في تحسين جودة العمل وزيادة الكفاءة والفاعلية في تنفيذ المهام.
٣. تقليل التأثير السلبي: يخفف الاهتمام بالأخلاقيات من التأثيرات السلبية على أداء الموظفين ويساهم في تعزيز العلاقات الإيجابية بينهم.
٤. زيادة الانتاجية: يسهم رضا الموظفين وارتباطهم بالشركة الناتجة عن تأثير أخلاقيات التسويق في زيادة مستويات الإنتاجية.
٥. تعزيز الثقة والاحترام: تساهم الممارسات الأخلاقية في بناء ثقة الموظفين وتعزيز الاحترام المتبادل داخل البيئة العملية.

أسئلة البحث:

أهداف البحث:

فرضيات البحث:

الفصل الاول الاطار العام :

نموذج البحث:

منهجية البحث:

الدراسة الميدانية:

مخطط المشروع:

الدراسات السابقة والإطار النظري:

الملخص:

المراجع:

عناني، سفيان، & بن كرامة. (٢٠٢٣). أخلاقيات التسويق ودورها في ضبط الممارسات (جامعة ابن خلدون-تيارت, Doctoral dissertation, التسويقية عبر الانترنت).

https://scholar.google.com/scholar?hl=ar&as_sdt=0%2C5&q=%D8%B9%D9%86%D8%A7%D9%86%D9%8A%2C+%D8%B3%D9%81%D9%8A%D8%A7%D9%86%2C+%26+%D8%A8%D9%86+%D9%83%D8%B1%D8%A7%D9%85%D8%A9.+%282023%29.+%D8%A3%D8%AE%D9%84%D8%A7%D9%82%D9%8A%D8%A7%D8%AA+%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82+%D9%88%D8%AF%D9%88%D8%B1%D9%87%D8%A7+%D9%81%D9%8A+%D8%B6%D8%A8%D8%B7+%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%85%D8%A7%D8%B1%D8%B3%D8%A7%D8%AA+%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82%D9%8A%D8%A9+%D8%B9%D8%A8%D8%B1+%D8%A7%D9%84%D8%A7%D9%86%D8%AA%D8%B1%D9%86%D8%AA+%28Doctoral+dissertation%2C+%D8%AC%D8%A7%D9%85%D8%B9%D8%A9+%D8%A7%D8%A8%D9%86+%D8%AE%D9%84%D8%AF%D9%88%D9%86-%D8%AA%D9%8A%D8%A7%D8%B1%D8%AA%29.&btnG=#d=gs_qabs&t=1719534296636&u=%23p%3DrJI33TFajVYJ

محمد السيد المتولي، س.، & سامح. (٢٠٢٢). توسيط تحسين أداء العاملين في العلاقة بين أبعاد العمل اللائق وتحقيق التنمية المستدامة: دراسة ميدانية. المجلة المصرية للدراسات التجارية، ٤٦ (٢)، ١٠٠-١٥٠.

https://scholar.google.com/scholar?hl=ar&as_sdt=0%2C5&q=%D9%81%D8%AD%D8%B5+%D8%A7%D9%84%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%82%D8%A9+%D8%A8%D9%8A%D9%86+%D8%A8%D9%8A%D8%A6%D8%A9+%D8%A7%D9%84%D8%B9%D9%85%D9%84+%D8%A7%D9%84%D9%84%D8%A7%D8%A6%D9%82+&btnG=#d=gs_qabs&t=1719534530620&u=%23p%3Dg3ukb7YSH9MJ

الجبارين. (٢٠٢٤). العوامل المؤثرة على التوجه لترك العمل لدى ممثلي الدعاية الطبية دراسة على شركات الأدوية في فلسطين

https://scholar.google.com/scholar?start=40&q=%D9%85%D8%B4%D8%A7%D9%83%D9%84+%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%88%D8%B8%D9%81%D9%8A%D9%86+&hl=ar&as_sdt=0,5#d=gs_qabs&t=1718657384642&u=%23p%3DHkjbDZQxYAIJ

Singhapakdi, A., Vitell, S. J., Rao, C. P., & Kurtz, D. L. (1999). Ethics gap: Comparing marketers with consumers on important determinants of ethical decision-making. Journal of Business Ethics, 21, 317-328

<https://link.springer.com/article/10.1023/A:1005965230277>

Vitell, S. J., & Hidalgo, E. R. (2006). The impact of corporate ethical values and enforcement of ethical codes on the perceived importance of ethics in business: A comparison of US and Spanish managers. Journal of Business Ethics, 64, 31-43.

https://scholar.google.com/scholar?hl=ar&as_sdt=0%2C5&q=The+importance+of+the+influence+of+ethics&btnG=#d=gs_qabs&t=1719505006283&u=%23p%3DztbVOWqvXKMJ

عريفي هيثم، & خلاف رابع. (٢٠٢٣). دور التحفيز في تحقيق الرضا الوظيفي

[https://dspace.univ-](https://dspace.univ-guelma.dz/jspui/bitstream/123456789/14935/1/%D8%B9%D8%B1%D9%8A%D9%81%D9%8A%20%D9%87%D9%8A%D8%AB%D9%85.pdf)

[guelma.dz/jspui/bitstream/123456789/14935/1/%D8%B9%D8%B1%D9%8A%D9%81%D9%8A%20%D9%87%D9%8A%D8%AB%D9%85.pdf](https://dspace.univ-guelma.dz/jspui/bitstream/123456789/14935/1/%D8%B9%D8%B1%D9%8A%D9%81%D9%8A%20%D9%87%D9%8A%D8%AB%D9%85.pdf)

زقود، & خولة. دور أخلاقيات التسويق في تحقيق ولاء الزبون دراسة حالة: الشركة الوطنية (جامعة قاصدي مرباح ورقلة، SAA (Doctoral dissertation، للتأمينات

<https://dspace.univ-ouargla.dz/jspui/bitstream/123456789/27156/1/zagdoud-khaoula.pdf>

الملاحق:

تحية طيبة وبعد

يشرفني ان تمنحوني جزءا من وقتكم وذلك من اجل تعبئة استبيان " تأثير اخلاقيات التسويق على رضا الموظفين بالتطبيق على شركة بنده في مكه» من خلال ملء هذه الاستمارة بكل

عناية لأن جودة وفعالية النتائج تعتمد على موضوعية وجودة هذه المعلومات

كما نحيط سيادتكم علما ان هذا الاستبيان ذو غاية علمية بحثية كما نضمن لكم السرية التامة لهذه المعلومات

وتقبلوا مني فائق التقدير والاحترام

رقم العبارة	العبارات	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
1	أشعر بالرضا عن الراتب الذي أتقاضاه					
2	أشعر بالرضا عن ساعات العمل المحددة في المؤسسة					
3	أشعر بالأمن والارتياح في منصب عملي					
4	لدي علاقة جيدة مع زملائي في العمل					
5	أشعر بالرضا عن نظام الحوافز المطبق داخل المؤسسة					
6	أشعر بالسعادة والانتماء أثناء أداء عملي					
7	الرضا عن عملي يحفزني على إعطاء قيمة مضافة					
8	الرضا عن عملي يدفعني للقيام بعملي بكل جودة وإتقان					
9	لا أغيب عن عملي الا في الحالات الاستثنائية					
10	لا تغير عملي ان وجدت وظيفة أخرى					
11	الافاق التي تعمل فيها مناسبة					
12	أستمتع بوقت عملي أكثر من وقت فراغي					

(عريفي هيثم، & خلاف رايح. (٢٠٢٣)

الرقم	العبارة	غير موافق	محايد	موافق
الصدق				
01	شركة التأمين تحترم التزاماتها الصريحة ووعودها			
02	الخدمات المقدمة من شركة التأمين ذات قيمة تحقق المنافع المفترضة			
03	موظفي شركة التأمين صادقون في التعامل			
04	موظفي شركة التأمين يقدمون معلومات كافية			
05	عقد التأمين الذي يربطني بالشركة يتسم بالشفافية			
الالتزام				
06	الخدمات المقدمة من شركة التأمين تتسم بالالتزام			
07	تلتزم شركة التأمين بتنفيذ عقود البند			
08	تلتزم شركة التأمين بدفع التعويضات في الوقت المحدد			
09	العروض الفعلية للشركة مطابقة للعروض المروج لها			
10	تلتزم شركة التأمين بفتح ابوابها واغلاقها في أوقات محددة يعرفها الزبائن			
11	تلتزم شركة التأمين بمراعاة الجوانب الأخلاقية والدينية في معاملاتها الاقتصادية			
12	تلتزم شركة التأمين بتوفير المعلومات عن خدماتها بشكل مستمر			
13	لديك تصور عال بالالتزام شركة التأمين بما تقدمه من خدمات			
التعامل				
14	تعمل شركة التأمين على أي جاد حلول ترضيك			
15	انت مرتاح بالتعامل مع شركة التأمين			
16	تستجيب شركة التأمين لطلباتك بسرعة			
17	شركة التأمين تراعي وضعيتك الاجتماعية في التعامل			
18	تستجيب شركة التأمين للاحتياجات الاستثنائية أو الخاصة			
19	تتعامل شركة التأمين مع جميع الزبائن دون تمييز			
العدالة				
20	تناسب الاسعار المعلنة من قبل شركة التأمين مع قدرة الزبائن على الدفع			
21	يتم التعامل مع شكاوى العملاء بشكل مكافئ في شركة التأمين			
22	تلجأ شركة التأمين الى محاربة الأساليب الاحتكارية للتلاعب باسعار الخدمات			
23	تحرص شركة التأمين على استخدام الاسعار الجبرية المفروضة من الحكومة			
24	يتسم خبراء التأمين التابعين لشركة التأمين بالحيادية في تقدير الاضرار			

زقندود، & خولة