



اعداد خطة مشروع البحث حول

" اثر السلوك الأخلاقي في تحقيق رضا العملاء في مندوبي المبيعات في المملكة العربية السعودية"

اعداد

اسم الطالب	الرقم الجامعي
نجلاء مساعد عبد الله	232000648
خالد فهد المحسن	232001943
عبدالعزیز فهد الحمیانی	232000379

تحت اشراف

د / وليد عبد الجواد سليمان صديق

د/ الفیصل عبد الحمید محمد حسن

مقدمة

يعتبر السلوك الأخلاقي للمندوبين في مجال المبيعات وما يتعلق به من عاملين في وظيفة مندوبي المبيعات من العوامل الرئيسية التي تسهم في تحقيق رضا العملاء حيث يعتبر السلوك الأخلاقي عنصراً أساسياً في بناء العلاقات الطويلة الجل وزيادة الثقة بين كلا من المندوبين والعملاء ، ومن جهة أخرى تشكل المملكة العربية السعودية بيئة مثالية لدراسة هذا الأثر على أساس القيم والتقاليد الثقافية في المنطقة العربية.

وتعتبر خدمات المبيعات في المملكة العربية السعودية مجال واسع يحتاج الى الدراسة لان له عدة جوانب مادية ومعنوية حيث تشهد السوق تطورات مستمرة ومن ثم يجب التركيز عليها ودراستها بشكل كبير، وبالتالي يعتبر المندوب في هذا المجال من الخدمات جزء رئيسي من العملية التسويقية وبالتالي يكون لسلوكه الأخلاقي تأثير كبير على تجربة العملاء والوصول بهم الى الرضا أو عدم الرضا وخاصة أنه تنسم السوق السعودية بالتنوع الثقافي والاقتصادي، مما يجعل فهم تأثير السلوك الأخلاقي أمر مهم للغاية لضمان تفاعل مع متطلبات وتوقعات العملاء.

ومن ثم تحاول هذه الدراسة في إلقاء الضوء على كيفية تأثير السلوك الأخلاقي للمندوبين في المبيعات على رضا العملاء في السوق السعودية حيث سيوفر هذا البحث فهماً أعمق للعوامل التي تشكل أساس لبناء علاقات مستدامة وناجحة مع العملاء ، كما يأتي هذا التحليل في ظل الحاجة الملحة لتحسين كفاءة استراتيجيات المبيعات وتحقيق التفوق التنافسي في السوق وبالتالي من خلال زيادة فهمنا لدور السلوك الأخلاقي في مجال خدمات المبيعات والتسويق في المملكة العربية السعودية يمكن تحسينه لتحقيق أقصى قدر من رضا العملاء وبالتالي تحقيق أهداف الأعمال (عيد وحسن ، 2020).

مشكلة الدراسة

هناك تأثير كبير يتعلق بالسلوك الأخلاقي لمندوبي المبيعات على رضا العملاء في المملكة العربية السعودية ومن ثم فهو يستحق التحليل والاهتمام الفائق ، حيث يظهر أن السوق المحلي يواجه تحولات سريعة وتطورات مستمرة، مما يجعل أداء المندوبين في المبيعات أمراً ذا أهمية بالغة للشركات ومن ثم يتساءل البحث هذا عن كيفية تأثير السلوك الأخلاقي للمندوبين على كفاءة العملية التسويقية وكيف ينعكس هذا التأثير على تجربة العملاء سواء بالرضا أو عدم الرضا، وكما تتزايد حاجة الشركات إلى فهم هذه العوامل لزيادة قدرتها التنافسية وتحقيق النجاح المستدام في سوق يتسم بالتحويلات السريعة وتغيرات توقعات العملاء وبالتالي تظهر مشكلة الدراسة في ضرورة التركيز على دراسة تأثير السلوك الأخلاقي للمندوبين في المبيعات كمتغير رئيسي في تحقيق رضا العملاء في سوق المملكة العربية السعودية.

أهمية الدراسة

بالاعتماد على المتغيرات الأساسية بهذا البحث يمكن بيان بعض الواجه التي تعكس أهمية تلك الدراسة والتي يمكن توضيحها كما يلي :

يعد تحليل أثر السلوك الأخلاقي للمندوبين في المبيعات على مستوى رضا العملاء في المملكة العربية السعودية من المسائل الحيوية التي تؤثر بشكل كبير على نجاح الشركات واستمراريتها في السوق، حيث يعكس سلوك المندوبين الأخلاقي تصور للقيم والمبادئ التي تتبناها الشركة، ويشكل جزء لا يتجزأ من الصورة العامة للعلامة التجارية ، وبالتالي إذا كانت الشركة تولي اهتماماً بالتحلي بالسلوك الأخلاقي في فريق المبيعات، فإنها تسهم بشكل إيجابي في تحسين تجربة العملاء (ناصر ، 2015).

فعندما يتعامل المندوب مع العملاء بنزاهة وأمانة يمكن أن يتجاوز مجرد إبرام الصفقات إلى بناء علاقات طويلة الأجل ومن ثم هذا يؤدي إلى رضا العملاء وولاءهم للعلامة التجارية وبالتالي تكون السمعة الإيجابية التي تحققها الشركة من خلال تبني السلوك الأخلاقي في المبيعات ذات أثر إيجابي على ارتفاع مستوى رضا العملاء، مما يترجم إلى زيادة في حجم المبيعات والوفاء بتوقعات العملاء.

ومن جهة أخرى تحقيق السلوك الأخلاقي في فريق المبيعات يعتمد على عدة عوامل، منها التدريب الجيد، ووضع سياسات وقوانين داعمة ومع تشجيع الشركة على إقامة بيئة تشجع على التصرفات الأخلاقية حيث يجب على الشركات فحص العوامل الثقافية والاجتماعية التي قد تؤثر في تشكيل السلوك الأخلاقي للمندوبين كما يمكن أن تكون المبادئ الدينية والقيم الاجتماعية عامل في توجيه سلوك المندوب.

كما يمكن أن تكون الحوافز المادية والغير مادية أداة قوية في تشجيع المندوبين على تبني سلوك أخلاقي في مجال المبيعات وخاصة إن إنشاء برامج حوافز تركز على التصرفات الأخلاقية، مثل التعامل النزيه والشفاف، يزيد من تفاني المندوبين في التحلي بأخلاقيات عالية (عوض وآخرون ،2018).

وكما تظهر أهمية الدراسة في ضمان السلوك الأخلاقي للمندوبين في المبيعات، حيث يجب على الشركات توفير دورات تدريبية منتظمة حول الأخلاقيات في مجال المبيعات مع إقامة ورش عمل من اجل تشجع مناقشة القضايا الأخلاقية وكيفية التعامل معها في طبيعة العمل اليومي، كما يجب أن تكون السياسات الداعمة للأخلاقيات واضحة ومتاحة لجميع المندوبين ، حيث يجب أن تتضمن هذه السياسات معايير السلوك الأخلاقي المتوقعة والعقوبات المحتملة في حالة عدم الالتزام بها.

أهداف الدراسة

1. تحليل أثر السلوك الأخلاقي للمندوبين في المبيعات على مستوى رضا العملاء في المملكة العربية السعودية.

2. فحص العوامل التي قد تؤثر في تطوير وزيادة السلوك الأخلاقي للمندوبين في المبيعات.

3. تقديم توصيات عملية للشركات والمنظمات لدعم السلوك الأخلاقي للمندوبين وتحقيق تحسين مستمر في تجربة العملاء.

أسئلة الدراسة

يمكن صياغة أسئلة هذه الدراسة من خلال التركيز على الأسئلة التالية:

1. هل يؤثر السلوك الأخلاقي لمندوبي المبيعات في المملكة العربية السعودية على مستوى رضا العملاء؟
2. ما هي القيم والمبادئ الأخلاقية التي يعتقد المندوبون في المبيعات أنها مهمة عند العمل مع العملاء؟
3. مدى اختلاف تأثير السلوك الأخلاقي بين المندوبين في مختلف الصناعات أو القطاعات في المملكة العربية السعودية؟ هل يوجد فروق؟
4. طبيعة العوامل التي قد تؤثر علبى تطوير ودعم السلوك الأخلاقي لدى مندوبي المبيعات وهل يعتبر العملاء السعوديون السلوك الأخلاقي للمندوبين عاملا في اتخاذ قراراتهم الشرائية؟
5. كيف يمكن ربط مستوى السلوك الأخلاقي للمندوبين بالولاء العملاء والتكرار في الشراء؟ وكيف يمكن للشركات تحسين سلوك مندوبي المبيعات من الناحية الأخلاقية لتعزيز تجربة العملاء في المملكة العربية السعودية من خلال الورش؟
6. ماهي النتائج والتوصيات الخاصة بتأثير السلوك الأخلاقي للمندوبين في تطوير استراتيجيات المبيعات لتحقيق أقصى قدر من الكفاءة والتميز التنافسي في المملكة العربية السعودية؟

الدراسات السابقة

تعددت وبرزت الدراسات السابقة والتي أهتمت ببيان اثر السلوك الاخلاقي على مستوى رضا العملاء وقد امكن الاطلاع على بعض تلك الدراسات في حدود علم الباحثين ، ويتم ترتيبها زمنيا من الاقدم الى الاحداث ويمكن استعراضها كما يلي:

- دراسة بن عبد العزيز (2013) حول مدى تأثير السلوك الأخلاقي لمندوبي خدمات المبيعات ودوره في تحقيق رضا العملاء على مستوى الأعمال، وقد هدف هذه الدراسة إلى تحليل العلاقة والأثر بين معايير السلوك الأخلاقي لمندوبي مبيعات الخدمات، مثل الصدق والمسؤولية وطريقة التعامل والالتزام بالظهور اللائق، وكيفية تحقيق رضا العملاء في مجال الاتصالات، وقد تم اختيار قطاع الاتصالات لانتشاره وتوسعه، واختيرت مؤسسة الغول تليكوم للاتصالات كعينة للدراسة. كما تم استهداف فئة تجار التجزئة كعملاء في ولاية ورقلة، حيث تم استخدام استبانة لجمع آراء العملاء كما تركز المشكلة الرئيسية في الدراسة على إدراك السلوك الأخلاقي لمندوبي المبيعات للخدمات ودوره في تحقيق رضا العملاء وقد اعتمدت الدراسة على فرضيات متعددة لحل هذه المشكلة، واستخدمت نموذج السلوك الأخلاقي لتحليل العلاقة بين أبعاد السلوك الأخلاقي ورضا العملاء، ومن خلال النتائج الميدانية، تبين أن الصدق والمسؤولية لا يعد مهم من قبل مندوبي المبيعات، وأن طريقة التعامل والالتزام بظهور لائق تلعب دورا إيجابيا في تحقيق رضا العملاء وقد تقدمت بمجموعة من الاستنتاجات والتوصيات التي تأتي بناء إلى نتائج الدراسة الميدانية، موضحه أهمية النظر إلى جوانب السلوك الأخلاقي لزيادة تجربة العملاء في قطاع الاتصالات.

- دراسة عثمانى وسامية (2016) بعنوان "تأثير السلوك الأخلاقي لرجال البيع على رضا العملاء: دراسة حالة بصيدلية بن سوهالي بالطاهير" هدفت الى إيجاد إطار نظري يلخص

ويحدد المفاهيم المتعلقة بالسلوك الأخلاقي لرجال البيع كمفهوم حديث ، حيث كان تركيز الدراسة أساسي على رجال البيع وصفاتهم ومهاراتهم، بالإضافة إلى فحص سير العملية البيعية وخطوات تحقيق رضا العملاء، وقد استندت الدراسة إلى منهجيات متعددة حيث تم استخدام المقابلات والملاحظات والتحليل الإحصائي لجمع البيانات، وقد توصلت الدراسة إلى أن السلوك الأخلاقي لرجال البيع مهم للغاية في تحقيق رضا العملاء، وأكدت أهمية فهم وتعزيز هذا السلوك لتحسين جودة الخدمة وتعزيز التفاعل الإيجابي بين رجال البيع والعملاء في سوق الصيدلة بالطاهير حيث استهدفت هذه الدراسة فهم أثر السلوك الأخلاقي لمندوبي المبيعات في تعزيز ولاء العملاء، من خلال استكشاف الصفات والسلوكيات والمهارات التي يمارسها المندوبون أثناء تأديتهم لأعمالهم التجارية حيث تأتي هذه الدراسة كمساهمة لتوضيح كيف يؤثر السلوك الأخلاقي، الذي يعتمد على منظومة أخلاقية متناسقة مع قيم المجتمع والقوانين، في تحقيق ولاء الزبائن في سوق الأعمال في حدو المكان الذي تمت به .

- دراسة دحمانى (2020) بعنوان أثر تبني السلوك الأخلاقي لمندوبي المبيعات على تعزيز ولاء العملاء حيث تم جمع البيانات من خلال استخدام استبانة قياسية واسعة تشمل (100) استبانة تم اختيارها بشكل عشوائي، كما تم تحليل (70) منها باستخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) ، بهدف تحقيق أهداف الدراسة وتعميم النتائج على مستوى المجتمع ، وقد توصلت الدراسة إلى نتائج توضح تأثير السلوك الأخلاقي لمندوبي المبيعات على تحقيق ولاء العملاء ، كما أظهر التحليل الإحصائي للبيانات القوة

والاتجاه الإيجابي لهذا التأثير، مما يلقي الضوء على أهمية تكامل القيم الأخلاقية مع عمليات المبيعات لتحقيق تفاعل إيجابي واستمرارية في العلاقات مع العملاء.

- دراسة باهتي، 2021 عنوان الدراسة "دور السلوك الأخلاقي لمندوبي المبيعات في تحقيق رضا العملاء" هدفت الى توضيح كيف يؤثر السلوك الأخلاقي لمندوبي المبيعات في قطاع الاتصالات، وبالتحديد في شركة اتصالات الجزائر (ألجي تيلكوم)، على تحقيق رضا العملاء حيث تم انتقاء هذه الشركة كعينة للدراسة، وقد شملت البحث عينة عشوائية بسيطة من (33) استبانة، تم التحليل الإحصائي لها باستخدام برنامج SPSS. تركز الدراسة على تحليل الصفات والسلوكيات والمهارات التي يمارسها مندوبو المبيعات، وكيف يمكن أن يسهم السلوك الأخلاقي في زيادة رضا العملاء كما تم استخدام تحليل الانحدار لفحص فرضيات الدراسة، وكانت النتائج تظهر وجود أثر ذي دلالة معنوية للسلوك الأخلاقي لمندوبي المبيعات في تحقيق رضا العملاء حيث يعتبر هذا محاولة للفهم العميق لعلاقة السلوك الأخلاقي للمندوبين برضا العملاء في سوق الاتصالات في المملكة العربية السعودية

- دراسة عائد وآخرون (2023) إلى استكشاف تأثير السلوك الأخلاقي لمندوبي المبيعات على رضا العملاء في سوق الصيدلة بمدينة تعز وقد تمت الدراسة على عينة من العاملين في السوق الدوائية باستخدام المنهج الوصفي التحليلي، حيث شملت 226 صيدلية في تعز كما استخدمت الدراسة الاستبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات، وتم التحليل باستخدام الإحصائيات الوصفية حيث أظهرت الدراسة أن الأبعاد المختلفة للسلوك الأخلاقي لمندوبي المبيعات، مثل صدقهم ومسؤوليتهم وطريقة تعاملهم والتزامهم بالمظهر اللائق، كلها تلعب دور في تحقيق رضا العملاء في سوق الصيدلة في تعز كما وضحت الدراسة عن أهمية لزيادة السلوك الأخلاقي في تحقيق رضا العملاء وقد قدمت الدراسة توصيات عملية تشدد

على ضرورة التزام مندوبي المبيعات بالسلوك الأخلاقي في جميع جوانب عملهم لضمان تحقيق رضا العملاء في السوق الدوائي.

الإطار النظري للدراسة

لتحقيق اغراض هذه الدراسة يلزم منا دراسة لبعض الادبيات التي تتعلق بمتغيرات البحث من خلال التركيز على كلا من السلوك الاخلاق ومستوى راضا العملاء ومن ثم وجب علينا مناقشة الاتي في تلك الدراسة:

- المفاهيم الرئيسية للسلوك الأخلاقي في مجال المبيعات.
- دور الأخلاقيات والمبادئ الأخلاقية في مجال خدمات المبيعات
- تأثير القيم الأخلاقية الفردية والتنظيمية على سلوك المندوبين في المبيعات.
- العلاقة بين السلوك الأخلاقي للمندوبين ورضا العملاء
- أثر السلوك الأخلاقي على فهم وتلبية احتياجات العملاء
- دور النزاهة والشفافية في بناء الثقة بين المندوب والعميل
- تأثير تبني قيم النزاهة والأمانة على تحسين تجربة العملاء ورضائهم
- عوامل تحديد السلوك الأخلاقي للمندوبين في المبيعات
- التأثيرات الثقافية والاجتماعية على تشكيل السلوك الأخلاقي
- الدور التنظيمي في تشجيع السلوك الأخلاقي لدى المندوبين
- تأثير الحوافز والمكافآت على اتخاذ القرارات الأخلاقية في المبيعات

- تأثير السلوك الأخلاقي على ولاء العملاء ودور السلوك الأخلاقي على تكوين علاقات قوية ودائمة

مع العملاء

- دور تحسين سمعة المنظمة من خلال التصرفات الأخلاقية في تحقيق ولاء العملاء
- التوجيهات القانونية والأخلاقيات المتبعة في مجال المبيعات في المملكة العربية السعودية فيما يتعلق بالسلوك الأخلاقي.

المنطلقات النظرية للدراسة

النموذج النظري للبحث يركز على فهم تأثير السلوك الأخلاقي لمندوبي المبيعات في المملكة العربية السعودية على رضا العملاء ويتم افتراض أن القيم والمبادئ الأخلاقية للمندوبين وتدريبهم ورصدهم وتشجيعهم تؤثر تأثير كبير على تحديد مستوى رضا العملاء، وبالتالي يؤثر ذلك في قرارات الشراء وتكرارها، مما يجعل السلوك الأخلاقي عامل مؤثر على الولاء العملاء ونجاح العلامة التجارية.

مناهج البحث التي يتم الاعتماد عليها

يتم استخدام منهج استقصائي في هذا البحث حيث سيتم جمع البيانات من خلال استبانات توزع على عينة عشوائية من مندوبي المبيعات في المملكة العربية السعودية وسيتم تضمين أسئلة تقييم السلوك الأخلاقي ومدى تأثيره على رضا العملاء. يتيح هذا المنهج فهماً عميقاً لآراء وتصورات المندوبين والعملاء حول تأثير السلوك الأخلاقي على العلاقات التجارية.

أدوات الدراسة

- يتم الاعتماد على الاستبيانات لجمع آراء وتقييمات مندوبي المبيعات بشأن سلوكهم الأخلاقي وتأثيره على رضا العملاء حيث يتم تصميم أسئلة متعلقة بالقيم الأخلاقية، والسلوك في التعامل مع العملاء، وكيف يمكن أن يؤثر ذلك على تجربة العملاء.
- مقابلات مع عدد من مندوبي المبيعات للحصول على رؤى أعمق حول تصرفاتهم الأخلاقية وتأثيرها على العملاء.
- تقديم أسئلة مفتوحة لفهم التحديات التي قد يواجهونها وكيف يمكن تحسين أدائهم الأخلاقي.
- فحص وثائق داخلية مثل سجلات المبيعات والشكاوى لتحديد نماذج أو أنماط في السلوك الأخلاقي وتأثيره على رضا العملاء.
- مراجعة الأدبيات من خلال تحليل الدراسات السابقة والأدبيات المتاحة حول تأثير السلوك الأخلاقي للمندوبين على رضا العملاء للتعلم في الفهم.

مجالات الدراسة

1. سلوك المندوبين
2. رضا العملاء
3. سمعة المنظمة
4. العوامل الثقافية والقانونية
5. التدريب وتطوير المندوبين

التبويب المقترح وفقا للخطة الزمنية

الخطوة	تاريخ الاعداد وفقا لشهر مارس
مراجعة الأدبيات المتعلقة بموضوع البحث وجمع المراجع الرئيسية.	1 - 4
تحديد وصياغة الإطار النظري للبحث.	6 - 7
تصميم الأدوات المستخدمة في البحث، بما في ذلك استبيان الدراسة.	8 - 10
تحديد مجتمع الدراسة وحجم العينة المناسب.	11 - 12
إجراء تحليل البيانات المقترح للدراسة.	13 - 14
تطبيق الأدوات وجمع البيانات .	15 - 17
تحليل البيانات	18 - 19
كتابة النتائج والتحليل الأولي للبحث.	20 - 21
التسليم	23 مارس

المراجع

- باهتي, كينا, عياد & صالح/مؤطر. (2021). (دور السلوك الأخلاقي لمندوبي المبيعات في تحقيق رضا العملاء, Doctoral dissertation) جامعة أحمد دراية-أدرار
- بن عبد العزيز, (2013) مدى تأثير السلوك الأخلاقي لمندوبي خدمات المبيعات ودوره في تحقيق رضا العملاء على مستوى الأعمال الى الأعمال دراسة مؤسسة الغول لخدمات الاتصال ورقلة. (Doctoral dissertation).
- د/عائد قاسم حسن المقطرين, الباحثة/فاطمة يحيى محمد السامعي & ,الباحث/أحمد يحيى أحمد يحيى. (2023). الالتزام بالسلوك الأخلاقي لمندوبي المبيعات وأثره على رضا العملاء دراسة ميدانية لعينة من العاملين في السوق الدوائية بمدينة تعز مجلة العلوم التربوية و الدراسات الإنسانية. 605-628, (30) ,
- عثمانى, بولعل & سامية (مشرف). (2016). (تأثير السلوك الأخلاقي لرجال البيع على رضا العملاء: دراسة حالة بصيدلية بن سوهالي بالطاهير, Doctoral dissertation) جامعة جيجل
- دحماني, يباح, عزيزي & احمد عكاشة/مؤطر. (2020). (أثر تبني السلوك الأخلاقي لمندوبي المبيعات على تعزيز ولاء الزبائن, Doctoral dissertation) جامعة احمد دراية-أدرار. (.
- عوض آدم محمد الحسن عبد الكريم, أسامة زين العابدين سيد أحمد محمد الركابي & ,إشراف. (2018). (السلوك الأخلاقي لمندوبي المبيعات ودوره في تحقيق رضا العملاء, Doctoral dissertation).
- ناصري, آسيا, بلصير & ,خليدة. (2015). أهمية رضا العميل في تدعيم الميزة التنافسية.
- بن زكري, بلال & ,بوشوشة. (2014). جودة الخدمات وأثرها على رضا العملاء.

- عيد لبيب, ح & ,حسن. (2020). أثر إدارة توقعات العملاء علي رضا العميل مجلة البحوث المالية والتجارية (21, العدد الرابع-الجزء الأول), 370-426.