

Final Project 1

Code: MGM 496 – PMG496

Prepared BY: Reem Hassan Al-Amoudi

TO

Faculty of Management

Midocean University

مدى إدراك السلوك الأخلاقي لمندوبي المبيعات ودوره في تحقيق رضا العملاء: دراسة تطبيقية على شركة موبايلي للاتصالات - جدة.

The Perception of Ethical Behavior of Sales Representatives and Its Role in Achieving Customer Satisfaction: An Applied Study on Mobily Telecommunications Company - Jeddah

اسم الطالب: ريم حسن العمودي

الرقم الجامعي: ٢٠٢١٢٠٤٤٢٦

مشروع التخرج - ١

كلية الإدارة - جامعة ميدأوشن

إشراف

د. منى مصطفى العشري

عضو هيئة التدريس - كلية الإدارة - جامعة ميدأوشن

الفصل الدراسي الثاني - ٢٠٢٤م

جدول المحتويات

٣	١ الفصل الأول: الإطار العام للدراسة
٤	١,١ المقدمة:.....
٦	١,٢ مشكلة البحث:.....
٦	١,٢,١ الفجوات النظرية:.....
٧	١,٢,٢ الفجوات العملية:.....
٧	١,٣ أهمية البحث:.....
٧	١,٣,١ الأهمية النظرية:.....
٨	١,٣,٢ الأهمية العلمية:.....
٨	١,٤ أسئلة البحث:.....
٩	١,٥ أهداف البحث:.....
٩	١,٦ فرضيات البحث:.....
١٠	١,٧ نموذج البحث:.....
١٠	١,٨ منهجية البحث:.....
١١	١,٩ الدراسة الميدانية:.....
١٢	1.10 هيكل المشروع:.....
١٣	٢ قائمة المراجع
١٦	٣ الملاحق
١٦	٣,١ الاستبيان:.....

١ الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

١,١ المقدمة:

في عالم الأعمال اليوم، يُعتبر رضا العملاء أحد الركائز الأساسية لنجاح الشركات واستدامتها. يمثل رضا العملاء مدى توافق توقعاتهم مع تجربتهم الفعلية مع المنتجات أو الخدمات المقدمة لهم. كلما كانت التجربة أقرب إلى توقعات العملاء أو تفوقها، ارتفع مستوى رضاهم. هذا الرضا لا يؤثر فقط على قرار العميل بالعودة والتعامل مع الشركة مرة أخرى، بل يلعب دورًا كبيرًا في تعزيز سمعة الشركة وزيادة ولاء العملاء، مما يؤدي في النهاية إلى تحقيق نمو مستدام وزيادة في الإيرادات. (المقطري، ٢٠٢٣)

حيث يعتبر قياس رضا العملاء عملية حيوية لأي شركة تسعى إلى التحسين المستمر، حيث يوفر فهمًا دقيقًا لتجربة العملاء ويساعد في تحديد النقاط القوية والنقاط التي تحتاج إلى تحسين. يمكن تحقيق ذلك من خلال الاستبيانات، والمقابلات، وتحليل الشكاوى والاقتراحات، بالإضافة إلى مراقبة سلوك العملاء وتحليل ردود أفعالهم عبر وسائل التواصل الاجتماعي. (العقيلة، ٢٠١٠)

والشركات التي تركز على رضا العملاء تستفيد من مجموعة من المزايا التنافسية. من أبرز هذه المزايا زيادة ولاء العملاء، والذي يقلل من تكاليف التسويق والجهود المبذولة لجذب عملاء جدد، نظرًا لأن العملاء الراضين يميلون إلى تكرار الشراء والتوصية بالمنتجات أو الخدمات لأصدقائهم وأقاربهم. بالإضافة إلى ذلك، رضا العملاء يعزز من سمعة الشركة في السوق، مما يجذب شركاء جدد ويزيد من فرص النمو والتوسع. (العزیز، ٢٠١٤)

ويعد السلوك الأخلاقي لمندوبي المبيعات من العوامل الحاسمة في نجاح المنظمات وتحقيق رضا العملاء. فالتصرفات الأخلاقية والنزاهة في التعامل مع العملاء تساهم في بناء الثقة وتعزيز العلاقات طويلة الأمد، مما ينعكس إيجابًا على الأداء التنظيمي والميزة التنافسية. وقد حظي موضوع السلوك الأخلاقي لمندوبي المبيعات باهتمام كبير من قبل الباحثين في مجال التسويق وإدارة المبيعات (إبراهيم، ٢٠٢٠)، وفي هذا السياق تؤكد الدراسات أن السلوك الأخلاقي لمندوبي المبيعات يرتبط ارتباطًا وثيقًا برضا العملاء وولائهم، وأن المنظمات التي تعزز الأخلاقيات في ممارسات المبيعات تحقق نتائج أفضل على المدى الطويل". وهذا يتوافق مع أن العملاء يقدرّون السلوك الأخلاقي لمندوبي المبيعات ويعتبرونه عاملاً مهمًا في تقييمهم للمنظمة وقراراتهم الشرائية. (الطيب، ٢٠٢٠)

كما أكدت الدراسات على أهمية الدور الذي تلعبه الإدارة العليا في وضع المعايير الأخلاقية وتعزيز السلوك الأخلاقي لدى مندوبي المبيعات (إسماعيل، ٢٠٢٠)، وفي المقابل، أشار بعض الباحثين إلى وجود تحديات

في تحقيق السلوك الأخلاقي في مجال المبيعات حيث أن ضغوط تحقيق الأهداف البيعية والحوافز المالية قد تدفع بعض مندوبي المبيعات إلى انتهاك المعايير الأخلاقية من أجل إتمام الصفقات، كما أن عدم وجود تدريب كافٍ وتوعية بأخلاقيات المبيعات يمكن أن يؤدي إلى سلوكيات غير أخلاقية وتأثيرات سلبية على رضا العملاء. (المقطري، ٢٠٢٣)

وعلى الرغم من وجود بعض التحديات، إلا أن الغالبية العظمى من الدراسات تؤكد على الدور المحوري للسلوك الأخلاقي لمندوبي المبيعات في تحقيق رضا العملاء والنجاح التنظيمي. وتشير الأدلة إلى أن المنظمات التي تعطي أولوية للأخلاقيات في ممارسات المبيعات وتستثمر في التدريب والتوعية الأخلاقية لمندوبيها تحقق مستويات أعلى من رضا العملاء والولاء على المدى الطويل. (السعدني، ٢٠١٧)

وفي ضوء ما سبق، يتضح أن موضوع إدراك السلوك الأخلاقي لمندوبي المبيعات ودوره في تحقيق رضا العملاء يحظى باهتمام كبير من قبل الباحثين والممارسين في مجال التسويق وإدارة المبيعات. وتسعى هذه الدراسة إلى استكشاف هذا الموضوع بشكل أعمق، والمساهمة في إثراء المعرفة النظرية والعملية حول كيفية تعزيز السلوك الأخلاقي لمندوبي المبيعات وتحقيق رضا العملاء في ظل بيئة الأعمال المعاصرة. (ابراهيم، ٢٠٢٠)

كما أنه في ظل التنافس الشديد الذي يشهده قطاع الاتصالات، أصبح الالتزام بالسلوك الأخلاقي لمندوبي المبيعات عاملاً حاسماً في تحقيق رضا العملاء والحفاظ على ولائهم. تتجلى أهمية السلوك الأخلاقي في بناء الثقة بين الشركة والعملاء، وهو ما يمكن أن يؤدي إلى تعزيز العلاقات التجارية وتحقيق نجاح طويل الأمد. تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف مدى إدراك السلوك الأخلاقي لدى مندوبي المبيعات ودوره في تحقيق رضا العملاء، من خلال دراسة تطبيقية على شركة موبيلي للاتصالات في جدة. (بخيت، ٢٠٢١)

كما وتعتبر شركة موبيلي للاتصالات واحدة من الشركات الرائدة في مجال الاتصالات بالمملكة العربية السعودية، مما يجعلها نموذجاً مثالياً لدراسة تأثير السلوك الأخلاقي لمندوبي المبيعات على رضا العملاء. ستساعد هذه الدراسة في فهم كيفية تأثير السلوكيات الأخلاقية على تجربة العملاء، وتقديم توصيات عملية للشركات لتحسين أدائها التسويقي من خلال تعزيز السلوك الأخلاقي بين مندوبي المبيعات، حيث من خلال جمع البيانات وتحليلها، نهدف إلى تسليط الضوء على أهمية السلوك الأخلاقي في بيئة العمل وتأثيره المباشر على مستوى رضا العملاء. نأمل أن تساهم نتائج هذه الدراسة في تعزيز الفهم لدى الشركات حول الدور

الحيوي الذي يلعبه السلوك الأخلاقي في تحقيق التفوق التنافسي وتحقيق أهداف الشركة الاستراتيجية. (الطيب، ٢٠٢٠)

١,٢ مشكلة البحث:

على الرغم من الإدراك المتزايد بأهمية السلوك الأخلاقي في مجال المبيعات، إلا أن هناك فجوة بين النظرية والتطبيق فيما يتعلق بدور هذا السلوك في تحقيق رضا العملاء. فعلى أرض الواقع، لا يزال العديد من مندوبي المبيعات يركزون على تحقيق المبيعات على المدى القصير، حتى لو كان ذلك على حساب المبادئ الأخلاقية، مما يؤدي إلى تراجع ثقة العملاء وإلحاق الضرر بسمعة الشركة على المدى الطويل.

وتتمثل مشكلة هذا البحث في قلة الدراسات التي تناولت العلاقة بين إدراك مندوبي المبيعات لأهمية السلوك الأخلاقي وتطبيقه على أرض الواقع، ودوره في تحقيق رضا العملاء، وخاصة في سياق شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية.

١,٢,١ الفجوات النظرية:

تتمثل الفجوات النظرية لهذا البحث في: قلة الدراسات العربية التي تناولت العلاقة بين السلوك الأخلاقي لمندوبي المبيعات ورضا العملاء في قطاع الاتصالات، فمعظم الدراسات المتوفرة تركز على أسواق غربية، ولا تراعي خصوصية السوق السعودي.

عدم وجود إطار نظري واضح يربط بين إدراك مندوبي المبيعات لأهمية السلوك الأخلاقي وتطبيقه الفعلي على أرض الواقع، فبعض مندوبي المبيعات قد يُدركون أهمية السلوك الأخلاقي نظرياً، لكنهم لا يطبقونه عملياً بسبب ضغوط العمل أو ضعف الرقابة.

قلة الدراسات التي تناولت العوامل التي تؤثر على سلوك مندوبي المبيعات الأخلاقي في قطاع الاتصالات، فمن المهم تحديد هذه العوامل لفهم أسباب السلوك غير الأخلاقي، وبالتالي وضع استراتيجيات فعالة لتعزيز السلوك الأخلاقي.

١,٢,٢ الفجوات العملية:

تتمثل الفجوات العملية لهذا البحث في عدم وجود بيانات ومعلومات كافية حول واقع السلوك الأخلاقي لمندوبي المبيعات في شركة موبايلى للاتصالات - جدة، فمن المهم إجراء دراسة ميدانية على أرض الواقع لتحديد مستوى إدراكهم لأهمية السلوك الأخلاقي، ومدى تطبيقه.

عدم وجود آليات واضحة لقياس أثر السلوك الأخلاقي لمندوبي المبيعات على رضا العملاء في شركة موبايلى، فمن المهم تطوير مؤشرات قياس تمكن الشركة من تقييم أداء مندوبي المبيعات من الناحية الأخلاقية.

الحاجة إلى تطوير برامج تدريبية فعالة لتعزيز السلوك الأخلاقي لمندوبي المبيعات في شركة موبايلى، يجب أن تركز هذه البرامج على تزويد مندوبي المبيعات بالمعرفة والمهارات اللازمة للتعامل مع العملاء بأخلاقية، وتوعيتهم بأهمية السلوك الأخلاقي.

سؤال البحث الرئيسي:

تتلخص مشكلة البحث في السؤال الرئيسي التالي:

ما أثر إدراك السلوك الأخلاقي لمندوبي المبيعات على تحقيق رضا العملاء في شركة موبايلى للاتصالات بمدينة جدة؟

١,٣ أهمية البحث:

تتزايد أهمية الأخلاقيات في عالم الأعمال بشكل عام، وفي مجال المبيعات بشكل خاص. ففي ظل المنافسة الشديدة، أصبح من الضروري للمنظمات أن تتميز عن غيرها من خلال تقديم قيمة حقيقية لعملائها، وتأسيس علاقات طويلة الأمد معهم. ويُعد السلوك الأخلاقي لمندوبي المبيعات عاملاً حاسماً في تحقيق ذلك.

١,٣,١ الأهمية النظرية:

يكتسب هذا البحث أهميته النظرية من خلال إثراء الأدبيات السابقة في مجال أخلاقيات العمل، وتحديداً في مجال المبيعات. فعلى الرغم من وجود العديد من الدراسات التي تناولت أهمية أخلاقيات العمل بشكل عام، إلا أن الدراسات التي ركزت على دور السلوك الأخلاقي لمندوبي المبيعات في تحقيق رضا العملاء لا تزال محدودة، وخاصة في السياق العربي.

ويسعى هذا البحث إلى سد هذه الفجوة من خلال تقديم إطار نظري شامل يربط بين السلوك الأخلاقي لمندوبي المبيعات، ورضا العملاء، تحديد أهم العوامل التي تؤثر على سلوك مندوبي المبيعات الأخلاقي، تطوير نموذج يفسر العلاقة بين السلوك الأخلاقي لمندوبي المبيعات، ورضا العملاء.

١,٣,٢ الأهمية العلمية:

تكمن الأهمية العلمية لهذا البحث في اعتماده على دراسة تطبيقية على شركة موبايلي للاتصالات - جدة، مما سيساهم في توفير بيانات ومعلومات دقيقة حول واقع السلوك الأخلاقي لمندوبي المبيعات في شركة موبايلي، تحديد أهم التحديات التي تواجههم في تطبيق المبادئ الأخلاقية، تقييم فعالية البرامج التدريبية الحالية التي تقدمها شركة موبايلي لتعزيز السلوك الأخلاقي لموظفيها.

وستساهم نتائج هذا البحث في تقديم توصيات عملية لإدارة شركة موبايلي لتحسين مستوى السلوك الأخلاقي لمندوبي المبيعات، تطوير استراتيجيات فعالة لتعزيز رضا العملاء، توفير مرجع هام للباحثين والمهتمين بمجال أخلاقيات العمل، وتحديداً في مجال المبيعات.

١,٤ أسئلة البحث:

سؤال البحث الرئيسي:

ما أثر إدراك السلوك الأخلاقي لمندوبي المبيعات على تحقيق رضا العملاء؟

أسئلة البحث الفرعية:

- ما أثر الصدق والمسؤولية لمندوبي المبيعات على تحقيق رضا العملاء لدى شركة موبايلي للاتصالات بمدينة جدة؟
- ما أثر طريقة تعامل مندوبي المبيعات على تحقيق رضا العملاء لدى شركة موبايلي للاتصالات بمدينة جدة؟
- ما أثر الالتزام بمظهر لائق لمندوبي المبيعات على تحقيق رضا العملاء لدى شركة موبايلي للاتصالات بمدينة جدة؟

١,٥ أهداف البحث:

الهدف العام للبحث هو:

التعرف على أثر إدراك السلوك الأخلاقي لمندوبي المبيعات على تحقيق رضا العملاء.

اهداف البحث الفرعية:

- تحديد أثر الصدق والمسؤولية لمندوبي المبيعات على تحقيق رضا العملاء لدى شركة موبايلي للاتصالات بمدينة جدة.
- تحديد أثر طريقة تعامل مندوبي المبيعات على تحقيق رضا العملاء لدى شركة موبايلي للاتصالات بمدينة جدة.
- تحديد أثر الالتزام بمظهر لائق لمندوبي المبيعات على تحقيق رضا العملاء لدى شركة موبايلي للاتصالات بمدينة جدة.

١,٦ فرضيات البحث:

الفرضية الرئيسية H1

توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية لإدراك السلوك الأخلاقي لمندوبي المبيعات على تحقيق رضا العملاء.

الفرضية الفرعية الاولى Ha

توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية للصدق والمسؤولية لمندوبي المبيعات على تحقيق رضا العملاء.

الفرضية الفرعية الثانية Hb

توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية لطريقة تعامل مندوبي المبيعات على تحقيق رضا العملاء.

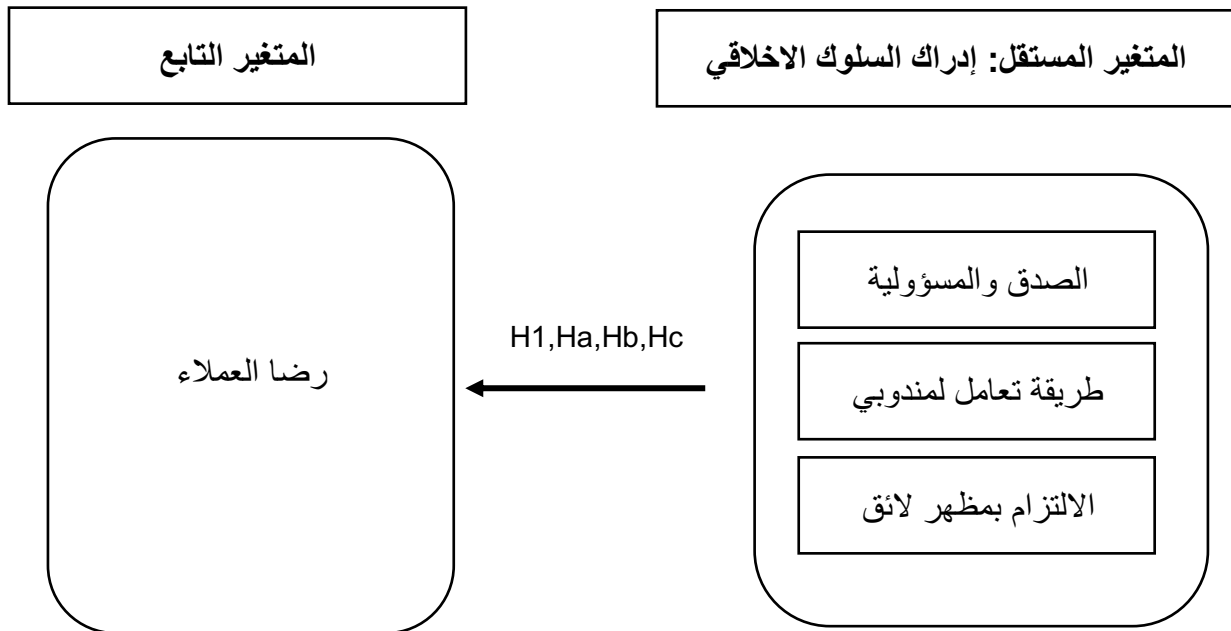
الفرضية الفرعية الثالثة Hc

توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية للالتزام بمظهر لائق لمندوبي المبيعات على تحقيق رضا العملاء.

١,٧ نموذج البحث:

يوضح الشكل التالي العلاقة بين متغيرات البحث وفرضيات البحث كما يلي:

شكل ١: نموذج البحث



تم التصميم بواسطة: الباحثة

١,٨ منهجية البحث:

فلسفة البحث: الوضعية

منهج البحث: استنتاجي

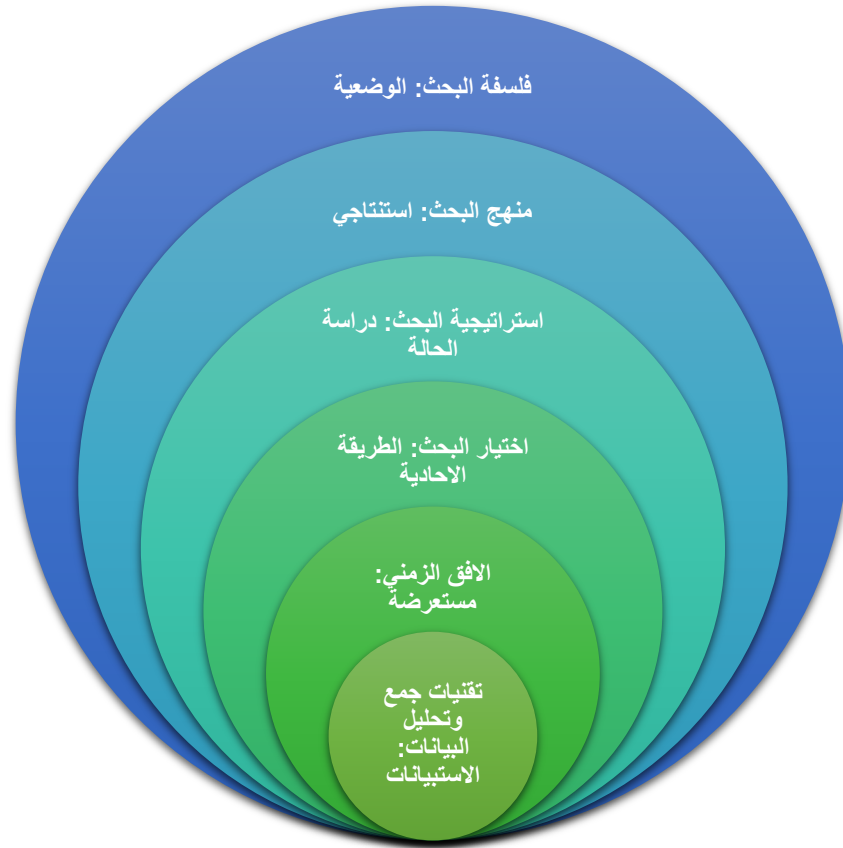
استراتيجية البحث: دراسة الحالة

اختيار البحث: الطريقة الاحادية

الافق الزمني: مستعرضة

تقنيات جمع وتحليل البيانات: الاستبيانات

شكل ٢: بصلة البحث



تم التصميم بواسطة: الباحثة (٢٠٢٤)

١,٩ الدراسة الميدانية:

تُعتبر الأخلاقيات ركناً أساسياً في عالم الأعمال، وتلعب دوراً حاسماً في بناء علاقات قوية مع العملاء. وتُعدّ صناعة الاتصالات من أكثر الصناعات ديناميكية وتنافسية، حيث تُشكّل رضا العملاء عنصراً حيوياً لضمان النجاح واستمرارية نمو الشركات العاملة فيها، كما ويشهد قطاع الاتصالات في المملكة العربية السعودية نمواً متسارعاً، مدفوعاً بتزايد اعتماد المستهلكين على التكنولوجيا وتطبيقاتها المتنوعة. ويزداد التنافس بين شركات الاتصالات بشكل مستمر، مما يُبرز أهمية تقديم خدمات عالية الجودة ورعاية العملاء بشكل استثنائي.

كما وتُعدّ شركة موبايلي للاتصالات (شركة الاتصالات المتنقلة السعودية) إحدى أكبر شركات الاتصالات في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، وتتمتع بقاعدة واسعة من العملاء في المملكة العربية السعودية. وتُقدم الشركة مجموعة واسعة من خدمات الاتصالات، بما في ذلك الاتصالات المتنقلة، والإنترنت، وخدمات

البيانات، وهي إحدى الشركات الرائدة في مجال الاتصالات وتقنية المعلومات في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، تأسست الشركة عام ٢٠٠٤، ومنذ ذلك الحين وهي تُحدث ثورة في قطاع الاتصالات السعودي، حيث ساهمت في نشر خدمات الهاتف المحمول وتوفيرها على نطاق واسع، بالإضافة إلى تقديم مجموعة متكاملة من خدمات وحلول الاتصالات للأفراد والشركات. (موبايلي، <https://www.mobily.com.sa>)

ومن أبرز ملامح شركة موبايلي أنه تُعرف موبايلي بريادتها في إطلاق أحدث التقنيات وحلول الاتصالات في السوق السعودي، حيث كانت من أوائل الشركات التي قدمت خدمات الجيل الثالث والرابع للاتصالات المتنقلة، بالإضافة إلى العديد من الخدمات المبتكرة في مجال البيانات والإنترنت، كما وتتمتع موبايلي بقاعدة عملاء واسعة تضم الملايين من المشتركين في أنحاء المملكة العربية السعودية، وذلك بفضل شبكتها الواسعة وخدماتها المتنوعة التي تلبي احتياجات الفئات المختلفة، تُولي موبايلي اهتمامًا كبيرًا بتطوير بنيتها التحتية وتوسيع شبكتها لتوفير أفضل تغطية وأعلى مستوى من الجودة في خدماتها، حيث تستثمر بشكل مستمر في أحدث التقنيات والمعدات لتحقيق ذلك، تضع موبايلي رضا العملاء على رأس أولوياتها، وتسعى دائمًا لتقديم أفضل التجارب لهم من خلال توفير خدمات متميزة ودعم فني على مدار الساعة. (موبايلي، <https://www.mobily.com.sa>)

وعليه تركّز هذه الدراسة على العلاقة بين إدراك مندوبي المبيعات للسلوك الأخلاقي ورضا العملاء في شركة موبايلي للاتصالات - جدة. وتشمل متغيرات البحث الرئيسية وهما إدراك مندوبي المبيعات للسلوك الأخلاقي، ورضا العملاء، كما وتكمن أهمية هذه الدراسة في تسليط الضوء على العلاقة بين السلوك الأخلاقي لمندوبي المبيعات ورضا العملاء في قطاع الاتصالات، وسنُساهم نتائج الدراسة في تقديم رؤى قيمة تساعد شركة موبايلي على تحسين أداء مندوبي المبيعات وتعزيز رضا العملاء.

١,١٠ هيكل المشروع:

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

الفصل الثاني: الإطار النظري

الفصل الثالث: منهجية البحث

الفصل الرابع: التحليل الإحصائي

الفصل الخامس: المناقشة والخاتمة

٢ قائمة المراجع

- (١) إبراهيم، العليش (٢٠٢٢). السلوك الأخلاقي ورضا العملاء. رسالة ماجستير. جامعة النيلين
- (٢) إبراهيم، العليش محمد الحسن. (٢٠٢٠). دور السلوك الأخلاقي للعاملين في تحقيق رضا العملاء: بالتطبيق على قطاع الاتصالات في السودان. مجلة الدراسات العليا، ١٥(٧)، ١١٦-١٣٠.
- (٣) إسماعيل، عمار فتحي موسى. (٢٠٢٠). دور إدراك العملاء لممارسات السلوك التسويقي غير الأخلاقية في رضا العملاء: دراسة تطبيقية على عملاء متاجر التجزئة الإلكترونية. المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والإدارية، ٥(١)، ١٤٥-١٦٨.
- (٤) باعبدالله، أحلام علي. (٢٠٢٠). العوامل المؤثرة على سلوك المستهلك عند التسوق عبر الإنترنت في السعودية. مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية والقانونية، ٤(٦)، ١٤٦-١٥٩.
- (٥) بخيت، أماني محمد توفيق. (٢٠٢١). أثر خصائص المتجر الإلكتروني على السلوك الشرائي الإلكتروني: تحليل الدور الوسيط للقيمة المدركة ورضا العملاء لعينة من مشترين عبر فيسبوك. مجلة جامعة الإسكندرية للعلوم الإدارية، ٥٨(٣)، ١-٤٢.
- (٦) حيمر، ليندة. (٢٠٢٢). دور الالتزام بأخلاقيات التسويق في تحقيق رضا العملاء: حالة وكالة بنك القرض الشعبي الجزائري بالشلف. مجلة الريادة لاقتصاديات الأعمال، ٨(١)، ٣٣-٥١.
- (٧) خلف، سمر نبيل. (٢٠١٦). أثر التدريب الفعال على أداء العاملين بالمنشآت الفندقية. المجلة الدولية للتراث والسياحة والضيافة، ١٠(١)، ٩٢-١٠٩.
- (٨) الخالدة، رياض (٢٠١٧). أثر التسويق الأخضر في الفاعلية التنظيمية في شركات الأدوية الأردنية، الدور الوسيط لسلوك المستهلك الشرائي (رسالة دكتوراه). جامعة العلوم الإسلامية العالمية.
- (٩) الدحلة، فيصل. (٢٠٠٦). أثر إدارة الأداء على رضا العاملين في المنظمات الأردنية الخاصة (رسالة ماجستير). جامعة عمان العربية.
- (١٠) دنون، ماهر محمد طاهر. (٢٠٢٢). دور أخلاقيات التسويق في تعزيز رضا الزبون: استطلاعية لآراء عينة من مرتادي المطاعم في مدينة الموصل. تنمية الرفادين، ٤١(١٣٥)، ٣٣-٥٠.

- ١١) الزين، فائزة علي محمد. (٢٠١٨). أثر الاستراتيجيات التسويقية في رضا المستهلك: دراسة حالة شركة جياذ لصناعة السيارات (٢٠٠٧ - ٢٠١٧) (رسالة دكتوراه). جامعة أم درمان الإسلامية.
- ١٢) السبيلي، محمود أشرف سعد أحمد. (٢٠٢١). العلاقة بين الأخلاقيات التسويقية ورضا العملاء عن الحملات الإعلانية: دراسة تطبيقية على شركات صناعة الإلكترونيات في جمهورية مصر العربية. المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، ١٢(١)، ٤٢٤-٤٥١.
- ١٣) السعدني، نرمين أحمد عبدالمع. (٢٠١٧). دور إدراك العملاء للمسؤولية الاجتماعية للشركات في تحقيق سلوك مواطني العملاء بالتطبيق على شركة مصر للطيران. مجلة إدارة الأعمال المصرية، ٧(٩)، ٧١١-٧٦٢.
- ١٤) الطيب، إبراهيم (٢٠٢٠). دور إدارة علاقات العملاء في تنمية السلوك الأخلاقي للعاملين لتحقيق رضا العملاء بالتطبيق على قطاع الاتصالات في ولاية الخرطوم (رسالة دكتوراه). جامعة النيلين.
- ١٥) عبد العزيز، حنان (٢٠١٤). مدى تأثير السلوك الأخلاقي لمندوبي المبيعات ودوره في تحقيق رضا العملاء على مستوى الأعمال. رسالة ماجستير. جامعة قاصدي مرباح - ورقلة.
- ١٦) العقيلة، زياد (٢٠١٠). مدى إدراك السلوك الأخلاقي لمندوبي المبيعات ودوره في تحقيق رضا العملاء في سوق الأعمال: دراسة ميدانية. رسالة ماجستير. جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا.
- ١٧) محمد، هاني عصام الدين محمد. (٢٠٢٢). تأثير تطبيقات توصيل الطعام "FDAS" في رضا العملاء ونوايا إعادة الشراء: الدور الوسيط للكلمة المنطوقة الإلكترونية الإيجابية. مجلة اتحاد الجامعات العربية للسياحة والضيافة، ٢٢(٢)، ٨٩-١١٠.
- ١٨) المقطري، عائد (٢٠٢٣). الالتزام بالسلوك الأخلاقي لمندوبي المبيعات وأثره على رضا العملاء: دراسة ميدانية. مجلة العلوم التربوية، ٣٠ع.
- ١٩) هيكل، منار محمود محمد. (٢٠٢٣). تكنولوجيا الخدمة الذاتية وتأثيرها على المستخدم. مجلة التصميم الدولية، ١٣(٦)، ٣٥٧-٣٦٣.
- ٢٠) موبايلى (٢٠٢٤) متاح في (<https://www.mobily.com.sa>)، تاريخ الزيارة: ٢٠٢٤/٧/١٣م

- 21) Ghorab, Nagwa M. (2007). The Effect of Organizational Culture on Individual Outcomes in the Hotels Industry: An application to 5 & 3 star hotels in Cairo .

٣ الملاحق

٣,١ الاستبيان:

عزيزي المشارك،

يسرنا دعوتكم للمشاركة في هذا الاستبيان الذي يهدف إلى دراسة مدى إدراك السلوك الأخلاقي لمندوبي المبيعات ودوره في تحقيق رضا العملاء، وذلك في إطار دراسة تطبيقية على شركة موبايلي للاتصالات في مدينة جدة.

نحن نقدر مشاركتكم في هذا البحث، حيث ستساهم آراؤكم وتجاربكم في إثراء فهمنا لأهمية السلوك الأخلاقي لمندوبي المبيعات وتأثيره على رضا العملاء. ونؤكد لكم أن جميع المعلومات التي ستدلون بها ستعامل بسرية تامة ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي فقط.

يتكون هذا الاستبيان من عدة أقسام تغطي جوانب مختلفة من تعاملكم مع مندوبي مبيعات شركة موبايلي، بما في ذلك تقييمكم لسلوكهم الأخلاقي، ومدى رضاكم عن الخدمات المقدمة، وأي اقتراحات أو ملاحظات ترغبون في مشاركتها.

نرجو منكم الإجابة على جميع الأسئلة بدقة وموضوعية، علمًا بأن تعبئة هذا الاستبيان لن تستغرق أكثر من ١٠-١٥ دقيقة من وقتكم الثمين.

نشكركم مقدمًا على مشاركتكم ودعمكم لهذا البحث، ونؤكد لكم أن نتائج هذه الدراسة ستسهم في تطوير ممارسات المبيعات وتحسين تجربة العملاء في قطاع الاتصالات.

إذا كان لديكم أي استفسارات أو ملاحظات حول هذا الاستبيان، فلا تترددوا في التواصل معنا.

مع فائق التقدير والاحترام،

الخصائص الديمغرافية:

الجنس:

ذكر ☐ أنثى ☐

1-العمر:

15-36 سنة ☐ 37-49 سنة ☐ 50 فما فوق ☐

2-مستوى التعليمي:

ثانوي أو أقل ☐ جامعي ☐ تكوين مهني أو مدرسة خاصة ☐

3-عدد سنوات العمل في المجال:

أقل من سنة ☐ سنتين إلى 5 سنوات ☐ من 6 إلى 10 سنوات ☐

4-حدد شركات الجملة التي تتعامل معها :

بشرى ☐ محفوظ ☐ الغول ☐

هل من شركة أخرى تتعامل معها

5-نرجو منك ترتيب القيم التالية حسب درجة الأهمية:

*الجانب المادي(المال) ☐
*العلاقات الشخصية ☐
*الثقة في الآخرين ☐
*الجانب الروحي(الدين) ☐
*الصحة ☐

الرقم	البعد	الفقرة	موافق	غير موافق	معايير
1	صدق مندوبي المبيعات (الصدق والمسؤولية)	يوفر رجل البيع معلومات دقيقة حول المنتج والخدمات			
2		يتمتع رجل البيع بالصدق والدقة بأسعار المقدمة للعملاء			
3		يلتزم مندوب البيع بالمواعيد المحددة مسبقاً			
4		يمتثل مندوب البيع عن اللقاءات المحددة عند عدم التمكن من الحضور			
5		يلتزم رجل البيع بالوعود التي يبرمها مع العملاء			
6		يقدم رجل البيع النصيحة بخصوص الخدمات المناسبة من حيث المواصفات الفنية			
7		يوضح رجل البيع الحوافز الإيجابية والسلبية للخدمات التي يقدمها			
8		يوضح رجل البيع خصائص الجودة في الخدمات التي يقدمها			
9	طريقة تعامل مع مندوب المبيعات	يتعامل رجل البيع معي بصورة لينة			
10		يتعامل رجل البيع معي بهدوء وروية			
11		يستطيع رجل البيع ضبط النفس في المواقف الصعبة			
12		يتعامل رجل البيع مع جميع العملاء بعدل دون تمييز			
13		يحافظ رجل البيع على أدب العامة في معاملته مع العملاء			
14		يجيد رجل البيع فن الحوار مع العملاء			
15		يستجيب رجل البيع لاحتياجاتي الاستثنائية أو الخاصة			
16		يبذل رجل البيع جهداً كافياً للتعامل مع احتياجاتي			
17	المبيعات بمظهر لائق	يهتم رجل البيع بمظهره على نحو مناسب			
18		يساهم مظهر رجل البيع في إيجاب مهامه اليومية			
19		يرتدي رجل البيع ملابس مناسبة تشجع العملاء في التعامل معه			
20		يرتدي رجل البيع الزي الموحد الذي يدل على الشركة التي يعمل فيها			
21	رضا العملاء	يخدمني رجل البيع عند الحاجة بطريقة مرضية			
22		يتمتع رجل البيع بسرعة استجابة لطلبات العملاء			
23		فترة الانتظار للحصول على خدمات المطلوبة قصيرة نسبياً			
24		يمتحنني رجل البيع اهتماماً شخصياً			
25		أثقي بمعلومات رجل البيع			
26		معدل أخطاء رجل البيع مقبولة			
27		أثوي الاستمرار في التعامل مع رجل البيع			