

دور العوامل التنظيمية والسلوكية في بناء الثقة بين المسوقين وأصحاب الأعمال: دراسة ميدانية

**The role of organizational and behavioural factors in
building trust between marketers and business owners:
an empirical field study**

إعداد الطالبة:

الآء عصام خليل إبراهيم

251000551

إشراف:

د. محمد عويس

2025

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

إهداء

إلى أولئك الذين كانوا السند الحقيقي في رحلتي العلمية؛
إلى أسرتي التي منحتني القوة حين ضعفت، ودفعنتي للاستمرار حين تعثرت، ومنحتني مساحة أكبر من الحلم لأصل إلى هذه اللحظة.

إلى أساتذتي الذين فتحوا لي أبواب المعرفة، وعلموني أن البحث ليس ورقًا وحبرًا، بل مسؤولية وفهم وإضافة حقيقية للحياة المهنية.

إلى كل رائد أعمال، وكل مسوق، وكل صاحب تجربة ميدانية ألهمني وفتح أمامي أسئلة جديدة لأبحث فيها.

إلى كل من آمن بأن المعرفة يمكن أن تغير بيئة العمل وتبني الثقة بين الناس...
أهدي هذا العمل.

شكر وتقدير

أَتَقَدِّمُ بخالص الشكر والتقدير إلى أساتذتي الكرام في قسم الإدارة والتسويق، الذين كان لجهودهم وتوجيهاتهم الأثر الأكبر في إنجاز هذا البحث. كما أخص بالشكر والامتنان مشرف هذا البحث، الدكتور محمد عويس، الذي لم يبخل عليّ بالنصح والإرشاد، وحرص على توجيهه هذا العمل وفق منهجية علمية دقيقة، وأسهم بخبرته الواسعة في إثراء محتوى الدراسة وربطها بالبيانات الميدانية بشكل متين.

ولا يفوتني أن أشكر جميع أصحاب الأعمال والمسؤولين الذين شاركوا في الدراسة الميدانية، وخصّصوا وقتهم للإجابة عن الاستبيان، مما مكّنني من إجراء التحليل اللازم والوصول إلى نتائج ذات قيمة.

وأَتَقَدِّمُ أيضًا بالامتنان لعائلتي التي قدّمت لي الدعم المستمر، ووفّرت لي بيئة محفّزة لاستكمال هذا العمل على أكمل وجه.

لهم جميعًا، كل التقدير والامتنان.

المستخلص

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل دور العوامل التنظيمية والسلوكية في بناء الثقة بين المسوقين وأصحاب الأعمال، في ظل التحولات المتسارعة التي يشهدها قطاع التسويق واعتماد المؤسسات على أنماط عمل أكثر مرونة وتفاعلية. تستند الدراسة إلى نماذج نظرية محورية مثل نموذج الثقة-الالتزام لـ (Morgan & Hunt (1994 ونموذج الثقة التنظيمية لـ Mayer, Davis & Schoorman (1995)، والذين يؤكدان أن الثقة ليست نتاجاً للتفاعلات الفردية فقط، بل تتأثر بمجموعة من المتغيرات التنظيمية المرتبطة بوضوح الأدوار، وفعالية الاتصال، والشفافية، والعدالة، إضافة إلى السلوكيات المهنية التي تعزز الالتزام والموثوقية.

وتبرز الحاجة البحثية لهذه الدراسة من خلال الفجوة الواضحة في الأدبيات، حيث انصبّ التركيز في معظم الأبحاث السابقة على علاقة المستهلكين بالعلامات التجارية أو علاقة الموظفين بالإدارة، بينما لم تحظ العلاقة المهنية بين المسوقين وأصحاب الأعمال - خصوصاً في السياقات العربية - بالقدر الكافي من الدراسة، على الرغم من أهميتها في جودة المخرجات التسويقية واستدامة التعاون المهني.

وقد اعتمدت الدراسة منهجاً نظرياً وميدانياً للكشف عن المتغيرات التنظيمية والسلوكية الأكثر تأثيراً في مستوى الثقة المتبادلة بين الطرفين، وتحليل مدى انعكاسها على استقرار العلاقات المهنية وفعالية بيئة العمل التسويقي. وتُسهم نتائج هذه الدراسة في تقديم إطار علمي وتطبيقي يدعم بناء علاقات أكثر موثوقية واستقراراً داخل القطاع، بما يساعد المؤسسات والمسوقين وأصحاب الأعمال على تحسين جودة التعاون وإدارة التوقعات وتحقيق مخرجات أكثر فاعلية في بيئة تسويقية تتسم بالتغير المستمر.

قائمة المحتويات

العناوين

3.....	إهداء
4.....	شكر وتقدير
5.....	المستخلص
6.....	قائمة المحتويات
8.....	قائمة الجداول
9.....	الفصل الأول: الإطار العام للدراسة
9.....	1.1 المقدمة
10.....	1.2 الدراسات السابقة
16.....	1.3 مشكلة الدراسة
18.....	1.4 أهمية الدراسة
18.....	a. الأهمية النظرية
19.....	b. الأهمية التطبيقية
20.....	1.5 أهداف الدراسة
22.....	1.6 تساؤلات الدراسة
25.....	1.7 فرضيات الدراسة
27.....	1.8 نموذج الدراسة
28.....	1.9 أسباب إختيار الموضوع
29.....	1.10 منهج الدراسة
36.....	1.11 الأدوات الإحصائية والمعالجة الرقمية للبيانات
37.....	1.12 حدود الدراسة
38.....	الفصل الثاني: الإطار النظري
38.....	المبحث الأول: الثقة المهنية كممارسة عملية في العلاقة بين المسوقين وأصحاب الأعمال
41.....	المبحث الثاني: العوامل التنظيمية وبنائها العملي للثقة المهنية
44.....	المبحث الثالث: العوامل السلوكية ودورها في تعزيز الثقة المهنية
47.....	المبحث الرابع: العلاقة التفاعلية بين العوامل التنظيمية والسلوكية والثقة المهنية

49	المبحث الخامس: الدراسات السابقة وأهميتها
51	خاتمة الفصل النظري
53	الفصل الثالث: تحليل البيانات واختبار فروض الدراسة
53	مقدمة
53	مجتمع وعينة الدراسة
54	صدق اداة الدراسة
54	ثبات أداة الدراسة
55	خصائص عينة الدراسة
57	تحليل إستمارة الدراسة
64	إختبار فروض الدراسة
71	الفصل الرابع: النتائج والتوصيات والمقترحات
72	نتائج الدراسة
73	التوصيات
74	المقترحات
75	ملخص باللغة الانجليزية
76	المراجع
76	المراجع العربية
77	المراجع الإنجليزية
78	الملاحق
78	a. الإستبيان
82	b. أجوبة الإستبيان المعمقة

قائمة الجداول

55	الجدول 1 التوزيع حسب الجنس
56	الجدول 2 التوزيع حسب الفئة العمرية
56	الجدول 3 التوزيع حسب الدخل الشهري
56	الجدول 4 التوزيع حسب طبيعة العمل
57	الجدول 5 التوزيع حسب سنوات الخبرة
57	الجدول 6 العامل الأكثر تأثيراً في الثقة
58	الجدول 7 وضوح السياسات والإجراءات
59	الجدول 8 قنوات التواصل الرسمية
59	الجدول 9 الالتزام بالاتفاقات والإجراءات
60	الجدول 10 وضوح توزيع المهام والمسؤوليات
60	الجدول 11 السلوكيات المهنية (الاحترام - المواعيد - الالتزام)
61	الجدول 12 مستوى الشفافية
61	الجدول 13 ملاءمة مستوى الثقة لإنجاز العمل
62	الجدول 14 العامل الأكثر تأثيراً في بناء الثقة
63	الجدول 15 تأثير التجارب السابقة على مستوى الثقة
64	الجدول 16 نتائج اختبار الفرضية الرئيسة
65	الجدول 17 نتائج اختبار الفرضية الفرعية الأولى
66	الجدول 18 نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثانية
67	الجدول 19 نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثالثة
68	الجدول 20 نتائج اختبار الفرضية الفرعية الرابعة
69	الجدول 22 نتائج اختبار الفرضية الفرعية الخامسة
70	الجدول 23 نتائج اختبار الفرضية الفرعية السادسة

1.1 المقدمة

تكتسب الثقة أهمية محورية في بناء العلاقات المهنية داخل بيئات الأعمال الحديثة، ولا سيما في قطاع التسويق الذي يعتمد بصورة جوهرية على جودة التفاعل بين أطراف العملية التسويقية، سواء داخل المؤسسات أو في العلاقات الخارجية بين المسوقين وأصحاب الأعمال. وقد أكدت الأدبيات المتخصصة أن الثقة تمثل الأساس الحاسم لنجاح العلاقات طويلة الأمد، وتعزيز الولاء، وتحقيق التواصل الفعال، وتقليل المخاطر المرتبطة بعدم اليقين، وهو ما أوضحه نموذج الثقة-الالتزام الذي قدمه (Morgan & Hunt, 1994)، والذي عُدَّ أحد أبرز النماذج النظرية التي فسّرت سلوكيات الأطراف في العلاقات التسويقية.

وبالتوازي مع ذلك، قدّم (Mayer, Davis & Schoorman, 1995) نموذج الثقة التنظيمية الذي يوضح أن الثقة لا تتشكل فقط بناءً على السمات الشخصية أو الانطباعات الفردية، بل تتأثر كذلك بالبيئة التنظيمية، مثل وضوح الأدوار، وتوزيع السلطات، وفعالية الاتصالات، ونظم المتابعة، وما توفره المؤسسة من دعم وتعزيز للسلوكيات المهنية. وتُبرز هذه النماذج أهمية دمج البعدين التنظيمي والسلوكي عند دراسة كيفية تكوين الثقة واستدامتها داخل بيئات العمل المعاصرة.

ومع التطور المستمر الذي يشهده قطاع التسويق، وتزايد الاعتماد على فرق العمل المرنة، والمسوقين المستقلين، والمنصات الرقمية التي تربط أصحاب الأعمال بالمختصين في تنفيذ الحملات التسويقية، ازدادت الحاجة إلى فهم أعمق للعوامل التي تسهم في بناء الثقة بين الطرفين. إذ تشير الأدبيات الحديثة إلى أن ضعف الاتصال، وتضارب التوقعات، وغياب الشفافية، وغياب العدالة في التقييم والمتابعة، باتت تمثل تحديات مؤثرة في نجاح العلاقات المهنية بين المسوقين وأصحاب الأعمال، وهو ما قد ينعكس سلباً على جودة المخرجات التسويقية واستمرارية التعاون المهني.

ورغم الاهتمام المتزايد بالدراسات المرتبطة بالثقة في المجال التسويقي، إلا أن معظم الدراسات ركزت على العلاقة بين المستهلكين والعلامات التجارية أو بين الموظفين والإدارة، في حين تظل العلاقات المهنية بين المسوقين وأصحاب الأعمال مجالاً لم ينل نصيبه الكافي من البحث، خصوصاً فيما يتعلق بدور العوامل التنظيمية والسلوكية في تشكيل هذه الثقة. وتشير مراجعة الأدبيات إلى وجود فجوة بحثية واضحة تتمثل في ندرة الأطر التكاملية التي تجمع بين المتغيرات التنظيمية والسلوكية وتربطها مباشرة بدرجة الثقة المتبادلة بين الطرفين، خاصة في السياقات العربية التي تتسم بخصوصية ثقافية ومهنية تستدعي دراسات ميدانية معمقة.

ومن هنا تنطلق هذه الدراسة لتقديم معالجة علمية وميدانية تجمع بين التحليل النظري والنموذج التطبيقي، من خلال بحث دور العوامل التنظيمية والسلوكية في بناء الثقة بين المسوقين وأصحاب الأعمال، والكشف عن المتغيرات الأكثر تأثيراً في استقرار العلاقات المهنية، وتحسين جودة العمل، وتعزيز فاعلية التعاون في القطاع التسويقي. وتأتي هذه الدراسة لتسهم في إثراء الجانب المعرفي، وتقديم إطار مهني يساعد الأطراف المختلفة على بناء علاقات أكثر استقراراً وموثوقية في بيئة تسويقية تتسم بالتغير المستمر.

1.2 الدراسات السابقة

تعد الدراسات السابقة من الركائز الأساسية التي تم الإعتماد عليها في بناء الإطار النظري والمنهجي لدراسته، لما توفره من خلفية علمية تعزز فهم موضوع البحث وتوضح أبعاده. كما تساعد على تحديد مواطن الاتفاق والاختلاف بين الدراسات، وتبرز الجوانب التي لم تحظَ باهتمام كافٍ من الباحثين، الأمر الذي يسهم في بلورة مشكلة الدراسة الحالية وأهدافها.

وفي ضوء ذلك، يتناول هذا الفصل عرضاً لأهم الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع البحث، بهدف الاستفادة من نتائجها وتوجهاتها النظرية والمنهجية، وتحديد موقع الدراسة الحالية بينها. وقد تم تنظيم عرض الدراسات ضمن محورين رئيسيين على النحو الآتي:

المحور الأول: يتناول الدراسات التي ركزت على العوامل التنظيمية والسلوكية:

هدفت دراسة الكبيسي (2023) إلى التعرف على أثر بيئة العمل الداخلية والعلاقات الإنسانية في تطوير السلوك التنظيمي لدى العاملين في الشركات التسويقية القطرية. استخدمت الدراسة المنهج الميداني على عينة من (300) موظف، وأظهرت النتائج الموسعة أن بيئة العمل الداعمة، والتواصل الواضح، والعلاقات التعاونية الإيجابية بين الزملاء تمثل عوامل أساسية في رفع مستويات الالتزام داخل المؤسسة. كما بينت النتائج أن الثقة المتبادلة، والاحترام المهني، ووضوح الأدوار الإدارية تسهم في تخفيض الضغوط الوظيفية وتحسين جودة الأداء. وكشفت الدراسة كذلك أن غياب العدالة التنظيمية يؤدي إلى انخفاض ملحوظ في روح المبادرة والاندماج الوظيفي، الأمر الذي يعكس ارتباطاً مباشراً بين العوامل التنظيمية والثقة داخل بيئات العمل. (الكبيسي، 2023).

كما تناولت دراسة الهويدي (2023) أثر القيادة التحويلية كأحد أهم العوامل التنظيمية والسلوكية في تحسين أداء العاملين بالمؤسسات الخدمية في دولة الكويت. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي من خلال توزيع (250) استبانة على العاملين في القطاع العام، أظهرت النتائج المفصلة أن القيادة الداعمة التي تعتمد على التحفيز، وتمكين العاملين، وإشراكهم في اتخاذ القرار تسهم بشكل مباشر في رفع مستوى الثقة التنظيمية. كما أوضحت الدراسة أن القادة الذين يتسمون بالشفافية والمصادقية يحققون مستويات أعلى من الولاء الوظيفي، ويقللون من الصراعات الداخلية، ويعززون روح التعاون داخل المؤسسة. وأشارت النتائج كذلك إلى وجود علاقة إيجابية بين أساليب القيادة التحويلية والإبداع الوظيفي، مما يسهم في تحسين الأداء التسويقي. (الهويدي، 2023).

وفي الإطار نفسه، تناولت دراسة Lenin & Manivannan (2022) العلاقة بين ثقافة العمل والسلوك المهني للعاملين في شركات الإعلان الرقمية في الهند، من خلال تطبيق المنهج الوصفي التحليلي على عينة من (150) موظفاً. أظهرت النتائج الموسعة أن ثقافة العمل القائمة على التعاون، والانفتاح، ومشاركة المعرفة تؤثر بصورة جوهرية على مستويات الثقة بين العاملين. كما كشفت الدراسة أن الدعم المؤسسي - بما يشمل التدريب، وتوفير الموارد، والمتابعة الإدارية العادلة - يلعب دوراً محورياً في رفع دافعية الموظفين وتقليل معدلات دوران العمالة. وأوضحت النتائج أن الصراع الوظيفي غير المُدار يؤدي إلى تآكل الثقة، بينما تُعد العدالة التنظيمية عاملاً حاسماً في تعزيز الثقة بين الموظفين والإدارة. (Lenin & Manivannan, 2022).

وهدف دراسة Soti (2022) إلى التعرف على أثر الأساليب الإدارية الحديثة وتمكين العاملين في تحسين المناخ التنظيمي داخل المؤسسات الخدمية. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، كما بينت النتائج أن تمكين العاملين يمنحهم قدرة أكبر على المبادرة، ويقلل من التوتر الوظيفي المرتبط بالضغوط الإدارية. وكشفت الدراسة أن توفير بيئة تنظيمية قائمة على الشفافية والتواصل

المستمر يؤدي إلى رفع مستوى الرضا المهني وتحفيز السلوك الإبداعي. وأكدت النتائج أن منح الموظفين استقلالية أكبر في أداء مهامهم يساهم في تحسين جودة الأداء ويقوي الروح الجماعية داخل المؤسسة. (Soti, 2022).

كما تناولت دراسة العنزي (2022) أثر الاتصال الداخلي بوصفه أحد العوامل التنظيمية المؤثرة في كفاءة بيئة العمل داخل المؤسسات التسويقية الخاصة. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وشملت عينة من (200) موظف من شركات تسويقية مختلفة. وبينت النتائج أن فعالية قنوات الاتصال—سواء الرسمية أو غير الرسمية—تؤثر مباشرة في مستويات الثقة بين العاملين والإدارة. كما أظهرت الدراسة أن الاتصال الفعال يرفع من كفاءة الفرق ويزيد من سرعة إنجاز المهام ويحد من الأخطاء الإدارية. وأكدت النتائج أن المؤسسات ذات التواصل الداخلي الواضح تتمتع بثقافة تنظيمية أكثر إيجابية واستقرارًا. (العنزي، 2022).

وسعت دراسة عبد الخير (2022) إلى الكشف عن العوامل التنظيمية المؤثرة في أداء العاملين بجامعة الزعيم الأزهر في السودان، حيث اعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي باستخدام استبانة شملت جميع موظفي الجامعة. كما بينت النتائج أن سياسات العدالة المهنية والتقدير الوظيفي تلعب دورًا محوريًا في رفع مستويات الرضا الوظيفي وتحسين جودة حياة العمل. وأشارت الدراسة إلى أن تهيئة بيئة تنظيمية محفزة يقلل من مشكلات الدوران الوظيفي ويزيد من الولاء المؤسسي. وأظهرت النتائج كذلك أن التطوير الإداري المستمر ينعكس إيجابًا على الأداء المؤسسي ويعزز من فعالية فرق العمل. (عبد الخير، 2022).

كما هدفت دراسة الحميدي (2021) إلى تحليل أثر العدالة التنظيمية في تعزيز الالتزام الوظيفي لدى العاملين في البنوك السعودية. استخدمت الدراسة المنهج الكمي التحليلي على عينة بلغت (180) موظفًا، وكشفت النتائج أن تطبيق مبادئ العدالة في توزيع المهام والمكافآت يساهم في خفض التوتر الوظيفي وتعزيز الشعور بالأمان المهني. كما تبين أن وضوح السياسات الإدارية يرفع من درجة الرضا الوظيفي، ويقلل من النزاعات الداخلية المرتبطة بالتمييز وعدم المساواة. وأكدت الدراسة أن غياب العدالة يؤدي إلى انخفاض روح التعاون وتراجع مستوى الانتماء المؤسسي بين الموظفين. (الحميدي، 2021).

وأخيرًا، تناولت دراسة بوزيد (2020) أثر ممارسات الحوكمة الإدارية في تحسين الأداء الوظيفي داخل المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، حيث استخدمت المنهج الوصفي التحليلي على عينة مكونة من (150) موظفًا من العاملين في القطاع الصناعي. وبينت النتائج أن الالتزام بمعايير الحوكمة يرفع من كفاءة العمليات التشغيلية ويحد من الأخطاء الإدارية التي تؤثر في جودة العمل. كما أظهرت الدراسة أن توفير بيئة تنظيمية واضحة القواعد يساهم في زيادة دافعية العاملين ويعزز من مستوى الانضباط المؤسسي. وكشفت النتائج كذلك أن الحوكمة الجيدة تُعد أحد العوامل الأساسية التي ترفع من مستوى الثقة المتبادلة بين العاملين والإدارة، مما ينعكس إيجابًا على جودة الخدمات المقدمة (بوزيد، 2020).

المحور الثاني: يتناول الدراسات التي ركزت على بناء الثقة بين المسوقين وأصحاب الأعمال:

جاءت دراسة (Othman & Ali, 2024) لتسلط الضوء على دور الثقة في العلاقات بين المسوقين والعملاء عبر القنوات الرقمية في قطاع التجارة الإلكترونية الماليزي، حيث استخدمت المنهج التحليلي الكمي على عينة من (250) مستخدمًا لمنصات البيع عبر الإنترنت، حيث بينت النتائج أن الشفافية في عرض المعلومات وسهولة الوصول إلى تفاصيل المنتج تعزز الاطمئنان لدى المستخدمين. كما أظهرت الدراسة أن سرعة الاستجابة لأسئلة المستهلكين ترفع من مصداقية المسوقين وتقلل من حالات التردد عند اتخاذ قرار الشراء. وكشفت النتائج أن جودة التفاعل عبر المنصات الرقمية تساهم بشكل مباشر في بناء صورة إيجابية عن المسوق تزيد من مستوى الثقة المتبادلة بين الطرفين. وخلصت الدراسة إلى أن تحسين تجربة المستخدم يعد عاملاً جوهريًا في رفع مستوى الثقة المعاملة

كما هدفت دراسة القحطاني (2023) إلى تحليل العلاقة بين الثقة التنظيمية وسلوكيات التعاون بين الموظفين في شركات التسويق السعودية، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي الارتباطي على عينة مكونة من (210) موظفين. حيث أظهرت النتائج أن وجود بيئة تنظيمية عادلة وواضحة يساهم في رفع مستوى الارتياح الوظيفي لدى الموظفين. كما بينت الدراسة أن تمكين العاملين وإشراكهم في اتخاذ القرارات يزيد من ولائهم المؤسسي ويعزز شعورهم بالمسؤولية الجماعية تجاه إنجاز الأهداف التسويقية. وكشفت النتائج أن الثقة بين أعضاء الفريق ترتبط ارتباطاً وثيقاً بارتفاع مستوى تبادل المعرفة، مما يؤدي إلى تحسين جودة العمليات التسويقية. وأكدت النتائج أن انخفاض مستوى الثقة التنظيمية قد يؤدي إلى ضعف الالتزام المؤسسي وانخفاض مستوى الأداء التسويقي. (القحطاني، 2023).

وتناولت دراسة (Kurniawan & Febriani, 2023) أثر الموثوقية والمصادقية في تحسين الثقة بين العلامات التجارية والمستهلكين في السوق الإندونيسي، حيث استخدمت الدراسة المنهج الكمي التحليلي على عينة من (300) مستهلك. حيث بينت النتائج أن اتساق المعلومات المعروضة عبر المنصات يحد من الشك ويعزز الشعور بالأمان الشرائي. كما كشفت الدراسة أن الإخلاص في الخطاب الإعلاني—خصوصاً الوصف الواقعي للمنتج—يرفع من مستوى التصديق لدى المستهلكين ويقلل من احتمالات الشك في نوايا الشركات. وأشارت النتائج إلى أن سرعة التواصل وحل المشكلات الفورية تعد من أهم محددات الثقة المستدامة بين الطرفين. وخلصت الدراسة إلى أن العلامات التجارية التي تتبنى استراتيجيات تفاعل شفافة تحقق مستويات أعلى من الولاء والثقة طويلة المدى. (Kurniawan & Febriani, 2023).

أما دراسة السويدي (2022) فقد تناولت دور القيم الأخلاقية في بناء الثقة بين الشركاء التجاريين في القطاع الخاص الإماراتي، حيث استخدمت المنهج الوصفي، وطبقت الدراسة على (170) من رواد الأعمال ومسؤولي التسويق. وأظهرت النتائج أن المؤسسات التي تلتزم بالمعايير الأخلاقية في تعاملاتها تحقق مستوى أعلى من الثقة المهنية مقارنة بتلك التي تفتقر إلى الوضوح في العلاقات التعاقدية. كما كشفت الدراسة أن الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية يعزز من الصورة الذهنية للمؤسسة ويرفع من ثقة المستثمرين والعملاء على حد سواء. وأكدت النتائج أن تبني السلوكيات الأخلاقية يساهم في خفض النزاعات ويزيد من استقرار العلاقات التجارية، مما ينعكس إيجاباً على استمرارية الشراكات طويلة المدى. (السويدي، 2022).

وفي الإطار نفسه، ركزت دراسة الهاشمي (2022) على العلاقة بين الاتصال التسويقي الفعال والثقة بين المسوقين وأصحاب الأعمال في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بدولة الإمارات. استخدمت الدراسة المنهج الكمي التحليلي من خلال توزيع (200) استبانة على مديري التسويق وأصحاب المشاريع الصغيرة. حيث بيّنت النتائج أن وضوح المعلومات المقدمة حول المنتجات والخدمات يساهم في خفض حالة عدم اليقين لدى أصحاب المشاريع. كما كشفت النتائج أن الاستجابة السريعة من قبل المسوقين تُعزز من مستوى المصادقية وتزيد من احتمالية استمرار العلاقة التجارية. وأوضحت الدراسة أن التفاعل المباشر والشفاف يُعدّ من المحددات الجوهرية التي تساهم في دعم جودة التعاملات التجارية طويلة المدى. وأكدت النتائج أن المؤسسات التي تعتمد سياسة اتصال واضحة تسجل مستويات أعلى من الثقة مقارنة بالمؤسسات ذات الاتصال المتقطع. (الهاشمي، 2022).

وسعت دراسة عبد الله (2021) إلى التعرف على دور الثقة في تعزيز ولاء العملاء في الشركات الخدمية السعودية، حيث استخدمت المنهج الوصفي التحليلي على عينة من (250) عميلاً. حيث كشفت النتائج أن وضوح العروض وشفافية الشروط يمثلان أهمية كبيرة في تعزيز الاطمئنان لدى العملاء. كما بينت الدراسة أن التواصل الفعال عبر القنوات الرقمية يساهم في رفع مستوى الثقة ويقلل من

التردد الشرائي. وأوضحت النتائج أن الاهتمام بملاحظات العملاء والتعامل معها بجدية يعدّ مؤشرًا مهمًا على مصداقية الشركات ويؤثر مباشرة في الثقة المتبادلة. وأكدت النتائج أن الشركات التي تعتمد نماذج تواصل تفاعلية تحقق مستويات أعلى من الثقة مقارنة بتلك التي تتبع نماذج تقليدية. (عبد الله، 2021).

كما تناولت دراسة الطائي (2021) أثر الثقة في العلاقات التبادلية بين الموردين والمُؤقّين في الشركات الصناعية العراقية، واعتمدت على المنهج الوصفي الارتباطي من خلال تطبيق استبانة على عينة من (160) موظفًا في إدارات المشتريات والتسويق. حيث أظهرت النتائج أن وضوح العقود وشفافية شروط التوريد يمثلان عاملًا مهمًا في تعزيز الثقة. كما بينت الدراسة أن الالتزام بالمواعيد المتفق عليها يسهم في رفع مستوى الاعتمادية بين الأطراف المتعانة. وكشفت النتائج أن ضعف التواصل أو غياب المعلومات الكافية يؤدي إلى تراجع مستوى الثقة ويزيد من احتمالية حدوث النزاعات التجارية. وأوضحت الدراسة أن بناء الثقة يتطلب ممارسات طويلة المدى تتسم بالثبات والوضوح لضمان استمرار العلاقات الصناعية. (الطائي، 2021).

وأخيرًا، هدفت دراسة حسن (2020) إلى تحليل أثر الثقة بين المؤسسات التجارية في تحسين الأداء التسويقي في الشركات الأردنية، حيث استخدمت المنهج الوصفي التحليلي، واستعانَت باستبانة شملت (180) من العاملين في إدارات التسويق والمبيعات كشفت النتائج أن التزام العاملين بالمصداقية والدقة في أداء مهامهم يرفع من مستوى الثقة الداخلية بين المُؤقّين وأصحاب الأعمال. كما بينت الدراسة أن العدالة في توزيع المسؤوليات وتحمل الديون المؤسسية ينعكس إيجابًا على جودة العلاقات المهنية. وأوضحت النتائج أن المؤسسات التي تتبنى مبادئ الشفافية والإنصاف تسجل مستويات أعلى من استقرار العلاقات التجارية مقارنة بالمؤسسات التي تشهد غموضًا تنظيميًا. (حسن، 2020).

التعليق على الدراسات السابقة

تُعتبر الدراسات السابقة من العناصر الأساسية لأي بحث علمي، إذ منحنتنا فهمًا أعمق للموضوع، وتمكّنه من تحديد نقاط القوة والضعف في الأدبيات القائمة، وكشف الفجوات البحثية التي يمكن أن يركز عليها البحث الحالي. ومن خلال مراجعة شاملة للأبحاث التي تناولت العوامل التنظيمية والسلوكية والثقة المهنية، يمكن استخلاص مجموعة من الملاحظات النقدية المهمة.

أولاً، تظهر غالبية الدراسات السابقة اهتماماً واضحاً بدراسة العوامل التنظيمية والسلوكية بشكل منفصل، حيث ركزت بعض الأبحاث على الجوانب التنظيمية مثل القيادة، والهياكل الإدارية، ونمط الاتصال الداخلي، في حين تناولت أخرى السلوكيات المهنية الفردية مثل الالتزام، والشفافية، والمسؤولية. على الرغم من أهمية هذه الدراسات، إلا أن التعامل مع هذه المتغيرات بشكل منفصل يحدّ من القدرة على فهم العلاقة التفاعلية بينها وتأثيرها المشترك في بناء الثقة. فالعلاقة بين التنظيم والسلوك في الواقع المهني غالباً ما تكون مترابطة، وتحتاج إلى نموذج تكاملي يعكس هذا الترابط، وهو ما يظل محدوداً في معظم الدراسات السابقة.

ثانياً، تميل الكثير من الدراسات إلى التركيز على قطاعات محددة أو عينات صغيرة، ما يجعل النتائج أقل قابلية للتعميم على بيئات عمل مختلفة. كما أن بعض الأبحاث اقتصرت على دراسة الثقة بين الموظفين والإدارة أو بين المستهلكين والعلامات التجارية، مع إهمال العلاقة المهنية بين المسوّقين وأصحاب الأعمال، رغم أهميتها في استدامة التعاون وتحقيق نتائج فعالة في التسويق. ويُعتبر هذا الفراغ البحثي أحد أوجه القصور التي تعالجها الدراسة الحالية، إذ تسعى إلى تقديم منظور شامل يربط بين العوامل التنظيمية والسلوكية والثقة في سياق مهني محدد.

ثالثاً، لوحظ أن العديد من الدراسات السابقة اعتمدت أساليب تحليلية تقليدية ركزت على قياس العلاقات المباشرة بين المتغيرات، دون التطرق إلى طبيعة التفاعل الديناميكي بينها أو تقييم أثرها التراكمي على الثقة. وهذا يعكس محدودية النماذج المستخدمة في تفسير كيفية تشكّل الثقة المتبادلة داخل المؤسسات أو بين الأطراف المهنية المختلفة. كما أن بعض الأبحاث لم تدرس تأثير بيئة العمل الرقمية أو المرنة على بناء الثقة، رغم أن التحول الرقمي أصبح عنصراً محورياً في طريقة تواصل المسوّقين مع أصحاب الأعمال اليوم.

رابعاً، تميل الدراسات السابقة إلى التركيز على نتائج قياسية أو مؤشرات كمية، مع إهمال الجوانب النوعية والتفاعلية التي تعكس التجربة العملية للعاملين. فالثقة المهنية ليست مجرد متغير يمكن قياسه بالأرقام فقط، بل هي عملية ديناميكية تتشكل من خلال مجموعة من التفاعلات المتكررة والقرارات والسلوكيات اليومية. ولذلك، فإن دراسة الثقة بحاجة إلى دمج تحليل البيانات الكمية مع الاستقصاءات النوعية لفهم أعمق للسلوكيات والعوامل المؤثرة فيها.

خامساً، أظهرت مراجعة الأدبيات أن هناك قلة في الدراسات التي تقدم نموذجاً متكاملاً يجمع بين العوامل التنظيمية والسلوكية والثقة، مع التركيز على العلاقة التفاعلية بين هذه المتغيرات. فغياب هذا النوع من النماذج يترك فجوة كبيرة في فهم كيفية تعزيز الثقة على نحو مستدام داخل بيئات العمل الحديثة، خاصة في السياقات التي تتسم بالمرونة والاعتماد على فرق مستقلة ومنصات رقمية.

سادساً، بعض الدراسات لم تأخذ في الاعتبار الفوارق الثقافية والسياقية التي قد تؤثر على بناء الثقة، وهو عامل مهم جداً عند دراسة العلاقات المهنية في بيئات مختلفة، خصوصاً في السياقات العربية التي تتسم بخصوصيات ثقافية ومهنية تتطلب مقاربة ميدانية دقيقة. إن تجاهل هذه الخصوصيات قد يؤدي إلى استنتاجات عامة لا تعكس الواقع العملي بدقة.

وأخيرًا، يمكن القول إن الدراسات السابقة قد أسهمت بشكل كبير في تحديد أهم المتغيرات المرتبطة بالثقة، سواء على مستوى التنظيم أو السلوك، لكنها تقتصر إلى نهج تكاملي يجمع بين البعدين التنظيمي والسلوكي ويحلل أثرهما المشترك على الثقة بين المسوقين وأصحاب الأعمال. كما أن معظم الدراسات اقتصرت على تحليل العوامل النظرية دون اختبارها بشكل ميداني شامل، ما يقلل من قدرتنا على تقديم توصيات عملية قابلة للتطبيق في بيئات العمل الحقيقية.

بناءً على ذلك، تبرز أهمية الدراسة الحالية، التي تهدف إلى سد هذه الفجوة من خلال تناول العلاقة التفاعلية بين العوامل التنظيمية والسلوكية ودورها في بناء الثقة المهنية، بالاعتماد على منهج ميداني وتحليلي يوفر نموذجًا أكثر شمولية وواقعية يعكس طبيعة بيئة العمل المحلية. كما تسعى الدراسة إلى تطوير أدوات قياس وتحليل دقيقة تمكن من تفسير التفاعلات بين المتغيرات بشكل أعمق، بما يسهم في تقديم توصيات عملية تدعم بناء علاقات مهنية مستقرة وموثوقة.

وفي ضوء ما سبق من دراسات، يتضح أن معظم الأبحاث ركزت على العوامل التنظيمية أو السلوكية كل على حدة، بينما لم تتناول إلا القليل منها العلاقة التكاملية والتفاعلية بين هذين البعدين في بناء الثقة المهنية، خاصة في سياق العلاقة بين المسوقين وأصحاب الأعمال. ومن هنا تأتي أهمية الدراسة الحالية في سد هذه الفجوة البحثية من خلال تحليل التأثير المشترك والتفاعلي للعوامل التنظيمية والسلوكية، بما يسهم في تقديم إطار أكثر شمولًا لفهم بناء الثقة المهنية واستدامتها.

1.3 مشكلة الدراسة

تُعد الثقة بين المسوقين وأصحاب الأعمال من الركائز الأساسية التي يقوم عليها نجاح الأنشطة التسويقية الحديثة، إذ تمثل الرابط الحيوي الذي يضمن استمرارية التعاون وتحقيق الأهداف المشتركة. في ظل التحولات العميقة التي تشهدها بيئات العمل، وخصوصًا مع توسع الاعتماد على المنصات الرقمية، والتعامل مع فرق تسويق مستقلة، والشراكات العابرة للمؤسسات، أصبحت الثقة المهنية أحد العناصر الجوهرية التي تؤثر بشكل مباشر على جودة الأداء التسويقي واستمرارية العلاقات المهنية. وتعتمد هذه الثقة على مجموعة من العوامل التنظيمية والسلوكية التي تتيح للمسوقين وأصحاب الأعمال العمل في بيئة مستقرة وموثوقة، وتوفر الأساس لتوقع السلوك المهني للطرف الآخر بطريقة يمكن التنبؤ بها.

تشير الأدبيات الحديثة إلى أن التحولات السريعة في أساليب العمل، وارتفاع مستوى التنافسية، واعتماد المؤسسات على فرق خارجية أو مستقلة، أدت إلى بروز تحديات جديدة في بناء الثقة والمحافظة عليها. فقد أصبح من الصعب تحقيق التوازن بين التوجهات المؤسسية والمتغيرات السلوكية للأفراد، خصوصًا عند العمل ضمن فرق متعددة المواقع أو عند التعامل عبر منصات رقمية تقتصر إلى الاتصال المباشر المستمر. ونتيجة لذلك، غالبًا ما يؤدي ضعف القنوات التنظيمية، أو غياب معايير واضحة للتواصل ومتابعة الأداء، إلى شعور بعدم اليقين لدى الأطراف المهنية، وهو ما ينعكس سلبيًا على التزامهم وتحقيق الأهداف المشتركة.

ويُعرف مفهوم الثقة المهنية بأنه "توقع إيجابي مبني على سلوك ثابت يمكن التنبؤ به من الطرف الآخر"، وهي عملية ديناميكية تتأثر بالعديد من العوامل التنظيمية والسلوكية. من جانب العوامل التنظيمية، يعتبر وضوح المهام، وتوزيع السلطات بطريقة عادلة، وفعالية الاتصال الداخلي، وجودة نظم المتابعة والتقييم، من العناصر الأساسية التي تسهم في بناء الثقة بين المسوقين وأصحاب الأعمال. فعندما تكون الأدوار والمسؤوليات محددة بوضوح، ويكون التواصل مؤسسيًا ومنظمًا، يكون الطرفان قادرين على اتخاذ قرارات تسويقية دقيقة ومبنية على معطيات واضحة، ما يقلل من المخاطر المهنية ويعزز الاعتماد المتبادل.

أما العوامل السلوكية، فتتمثل في النزاهة، والالتزام بالمواعيد، والشفافية في التعامل، واحترام الاتفاقيات، وهي عناصر ضرورية لترسيخ الثقة المهنية. إذ تساهم هذه السلوكيات في تكوين انطباع إيجابي لدى الطرف الآخر، وتعمل على تعزيز الثقة المتبادلة التي تدعم استمرارية التعاون على المدى الطويل. ومن الجدير بالذكر أن هذه العوامل ليست ثابتة أو مستقلة عن السياق التنظيمي، بل تتفاعل معها بشكل مستمر، ما يجعل دراسة العلاقة التفاعلية بين العوامل التنظيمية والسلوكية أمرًا محوريًا لفهم بناء الثقة بشكل شامل.

على الرغم من أهمية هذه العوامل، تشير المراجعات النقدية للأدبيات السابقة إلى وجود تفاوت كبير في تقدير أهميتها ومدى تأثير كل عامل على الثقة المهنية، لا سيما في البيئات العربية التي تتسم بتنوع الممارسات التنظيمية واختلاف مستويات الرقابة والحوكمة. كما أن معظم الدراسات ركزت على العلاقات بين الموظفين والإدارة أو بين المستهلكين والعلامات التجارية، بينما لم تحظ العلاقة المهنية بين المسوقين وأصحاب الأعمال بالاهتمام الكافي، ولا سيما فيما يتعلق بكيفية تأثير التفاعل بين العوامل التنظيمية والسلوكية على تكوين الثقة واستدامتها. وهذا يُظهر فجوة بحثية واضحة تستدعي دراسة ميدانية دقيقة تراعي خصوصية البيئة المهنية العربية.

ومن الجدير بالذكر أن العديد من الدراسات السابقة اقتصرَت على تحليل العوامل النظرية بشكل منفصل، دون التركيز على التفاعل المشترك بين البعدين التنظيمي والسلوكي. كما تميل بعض الأبحاث إلى التركيز على أساليب القياس التقليدية، مع تجاهل الطبيعة الديناميكية للثقة التي تتشكل من خلال تكرار التفاعلات المهنية اليومية، وتجارب الالتزام بالمواعيد، ومتابعة الأداء، والتعامل مع المواقف الحرجة. وبالتالي، فإن الاعتماد على نماذج جزئية قد يقلل من قدرتنا على تفسير العلاقة بين العوامل المختلفة والثقة المهنية بطريقة شاملة وعملية.

وتتجلى أهمية معالجة هذه الفجوة البحثية في قدرتها على تقديم فهم متكامل لكيفية تعزيز الثقة بين المسوقين وأصحاب الأعمال، وكيف يمكن أن تؤثر هذه الثقة على جودة التعاون، وفعالية اتخاذ القرار، واستمرارية الشراكات المهنية. فالثقة ليست مجرد متغير نظري يمكن قياسه بالكميات، بل هي عملية معقدة تتأثر بالثقافة التنظيمية، والبيئة المهنية، والسلوكيات الفردية، إضافة إلى الخصائص السياقية والثقافية التي تميز بيئات العمل العربية. ومن هنا، تصبح الحاجة ملحة لدراسة ميدانية تجمع بين التحليل النظري وتقييم الواقع العملي لتقديم رؤية واضحة وشاملة.

لذلك، تبرز مشكلة هذه الدراسة في تحليل الدور الذي تلعبه العوامل التنظيمية والسلوكية في بناء الثقة بين المسوقين وأصحاب الأعمال، وتحديد مستوى تأثير كل عامل، وفهم طبيعة العلاقة التفاعلية التي تربط هذه العوامل باستقرار وفاعلية الشراكات المهنية. كما تهدف الدراسة إلى سد الفجوة المعرفية القائمة في الأدبيات الحديثة، وتقديم إطار علمي يُسهم في تعزيز جودة التعاون، وتحسين اتخاذ القرار، وبناء علاقات مهنية مستقرة وموثوقة داخل بيئة العمل الحديثة، لا سيما في السياقات العربية المعاصرة.

تكتسب هذه الدراسة أهميتها من طبيعة الموضوع الذي تتناوله، إذ تمثل الثقة بين المسوقين وأصحاب الأعمال محوراً أساسياً لنجاح العمليات التسويقية الحديثة واستدامة العلاقات المهنية. إذ تعتمد بيانات العمل اليوم على التفاعل المستمر بين الفرق التسويقية، سواء داخل المؤسسات أو عبر منصات رقمية تجمع الأطراف المهنية المستقلة، ما يجعل من فهم العوامل المؤثرة في بناء الثقة ضرورة ملحة لتحقيق الأداء المتميز واستقرار العلاقات. كما أن هذه الدراسة تهدف إلى تسليط الضوء على العوامل التنظيمية والسلوكية التي تشكل الركائز الأساسية لتكوين الثقة، بما يتيح للأطراف المهنية العمل في بيئة واضحة، مستقرة، وقابلة للتنبؤ، ويعزز القدرة على اتخاذ القرارات المشتركة بطريقة فعالة ومنهجية.

تبرز أهمية الدراسة أيضاً من كونها تتناول فجوة معرفية واضحة في الأدبيات العربية والدولية على حد سواء، إذ نادراً ما تناولت الأبحاث السابقة العلاقة التفاعلية بين العوامل التنظيمية والسلوكية وبين الثقة المهنية، خصوصاً في السياقات التي تجمع بين المسوقين وأصحاب الأعمال. وفي ظل التغيرات المستمرة في أساليب العمل، واعتماد المؤسسات على فرق عمل مرنة ومستقلة، بالإضافة إلى الانتشار المتزايد للمنصات الرقمية، أصبحت الحاجة ملحة لإجراء دراسة ميدانية دقيقة تستكشف طبيعة هذه العلاقة وتقدم نموذجاً متكاملًا يمكن تطبيقه عملياً في بيانات العمل المختلفة.

وتبرز أهمية هذه الدراسة كذلك من ندرة الأبحاث العربية التي تناولت العلاقة التكاملية بين العوامل التنظيمية والسلوكية من جهة، وبناء الثقة من جهة أخرى، خصوصاً في السياقات المهنية بين المسوقين وأصحاب الأعمال. ومن هنا، تأتي هذه الدراسة كمحاولة علمية لسد فجوة معرفية وإثراء الأدبيات النظرية والتطبيقية بهذا المجال المهم والحساس.

a. الأهمية النظرية

تتمثل الأهمية النظرية لهذه الدراسة في قدرتها على تطوير الإطار المعرفي لموضوع الثقة المهنية، من خلال دمج العوامل التنظيمية والسلوكية ضمن نموذج واحد متكامل يفسر كيفية تكوين الثقة بين المسوقين وأصحاب الأعمال. وتأتي هذه الدراسة لتوسيع نطاق المعرفة العلمية بعدة أبعاد رئيسية، منها:

1. تقديم معالجة تحليلية حديثة تجمع بين المحددات التنظيمية مثل وضوح الأدوار، وهيكـل السلطة، وفعالية نظم الاتصال الداخلي، وآليات المتابعة والتقييم، وبين المحددات السلوكية مثل الشفافية، والمصادقية، والالتزام بالمواعيد والاتفاقيات. هذا التكامل بين البعدين يتيح فهماً أكثر شمولية لكيفية تكوين الثقة بشكل مستدام، بدلاً من دراسة كل عامل على حدة كما في الدراسات السابقة.
2. إثراء المكتبة العربية والأجنبية بنموذج تفسيري متكامل يجمع بين البعدين التنظيمي والسلوكي، حيث أن قلة الدراسات التي تناولت هذا الموضوع بشكل مترابط يجعل هذه الدراسة إضافة مهمة للمجال الأكاديمي، ويساعد الباحثين المستقبليين على البناء على هذا الإطار لتطوير بحوث لاحقة.
3. دعم الاتجاهات البحثية المعاصرة التي تركز على فهم العلاقات المهنية في بيئات العمل الحديثة، بما فيها فرق العمل المرنة والمسوقين المستقلين والمنصات الرقمية، وهو ما يجعل الدراسة مواكبة للتحويلات العالمية في سوق العمل ويضيف بعداً معاصراً لفهم الثقة المهنية.

4. **توسيع الفهم النظري للثقة المهنية** بحيث لا تقتصر على الثقة الفردية أو السمات الشخصية فقط، بل تشمل تأثير البيئة التنظيمية، والهيكل المؤسسي، ووضوح السياسات، والسلوكيات التفاعلية للأفراد، مما يقدم رؤية أكثر شمولية لآليات بناء الثقة واستدامتها.

وبذلك، تقدم الدراسة إضافة نظرية جديدة من شأنها تعزيز وتطوير النظريات المتعلقة بالثقة المهنية، وتهيئة قاعدة معرفية لدراسات مستقبلية في المجال التسويقي والإداري، سواء على المستوى المحلي أو الإقليمي أو الدولي.

b. الأهمية التطبيقية

تتبع الأهمية التطبيقية لهذه الدراسة من قدرتها على تقديم حلول عملية واستراتيجيات يمكن تطبيقها في الواقع العملي للمؤسسات، ومن خلال النتائج الميدانية يمكن تحقيق عدد من المكاسب العملية المهمة، منها:

1. **تطوير السياسات التنظيمية:** تساعد نتائج الدراسة أصحاب الأعمال والمؤسسات على تصميم سياسات تنظيمية واضحة تهدف إلى تعزيز الثقة المهنية مع المسوقين، مثل وضع معايير محددة للاتصال الداخلي، وضبط آليات متابعة الأداء، وتوضيح الأدوار والمسؤوليات، بما يسهم في تحسين جودة العلاقات المهنية واستمراريتها.
2. **تمكين المسوقين من تحسين سلوكياتهم المهنية:** نتيج الدراسة للمسوقين فهم السلوكيات الأكثر تأثيرًا في بناء الانطباع المهني وتعزيز الثقة مع أصحاب الأعمال، مثل الالتزام بالمواعيد، والمصادقية في تقديم المعلومات، والشفافية في التعامل، ما يعزز من كفاءة التفاعل المهني وفعالية الشراكات.
3. **تحسين جودة التواصل والتوقعات المهنية:** من خلال توضيح دور العوامل التنظيمية والسلوكية، يمكن للمنظمات والمؤسسات تقليل الصراعات الناتجة عن ضعف الثقة، وتحقيق وضوح أكبر في التوقعات بين الأطراف، بما يعزز القدرة على إدارة الأزمات المهنية والمواقف الحرجة بشكل أفضل.
4. **توفير بيانات ميدانية دقيقة:** تساعد نتائج الدراسة المنصات الرقمية وشركات التوظيف وفرق التسويق على تطوير نماذج تعاقدية أكثر فعالية، وآليات رقابة دقيقة، وأدوات تقييم أداء تستند إلى مؤشرات واضحة للثقة المهنية، مما يزيد من كفاءة إدارة العلاقات والتعاون بين الأطراف.
5. **تصميم برامج تدريبية وتطويرية:** يمكن استخدام نتائج الدراسة في إعداد برامج تدريبية وورش عمل تستند إلى المحددات التنظيمية والسلوكية التي أثبتت فعاليتها في بناء الثقة، مما يرفع كفاءة العاملين، ويعزز الأداء المؤسسي، ويضمن استدامة الشراكات المهنية الطويلة الأمد.
6. **تعزيز الاستقرار المهني في بيئات العمل الرقمية:** توفر الدراسة إطارًا يمكن الاعتماد عليه لتطبيق أفضل الممارسات في بناء الثقة داخل الفرق المرنة والمنصات الرقمية، وهو ما أصبح ضروريًا في ظل التوجهات الحديثة للتحويل الرقمي والاعتماد على مسوقين مستقلين.

بناءً على ما سبق، فإن هذه الدراسة تقدم قيمة مزدوجة؛ نظرية تتمثل في إثراء الفهم العلمي للثقة المهنية ودمج العوامل التنظيمية والسلوكية في نموذج متكامل، وتطبيقية من خلال تقديم أدوات واستراتيجيات عملية يمكن تطبيقها لتحسين العلاقات المهنية وتعزيز كفاءة العمل في القطاع التسويقي. كما تسهم في تطوير بيئات العمل، وتعزيز فعالية التعاون بين المسوقين وأصحاب الأعمال، وتقديم حلول واقعية لمشكلات الثقة التي قد تعرقل الأداء المؤسسي وتحقيق أهداف التسويق.

تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف وتحليل الدور الحيوي الذي تلعبه العوامل التنظيمية والسلوكية في بناء وتعزيز الثقة بين المسوقين وأصحاب الأعمال، انطلاقاً من الفهم النظري المعاصر الذي يشير إلى الثقة باعتبارها محوراً أساسياً لاستدامة العلاقات المهنية وتحقيق الأداء التسويقي المتميز. وتعكس هذه الأهداف الاهتمام بربط النظرية بالتطبيق العملي، بما يسهم في تقديم رؤية متكاملة لكيفية تعزيز الثقة في بيئة العمل الحديثة، وخاصة في ظل التحولات المستمرة في أساليب العمل واعتماد المؤسسات على فرق تسويق مستقلة ومنصات رقمية تفاعلية. وتسعى الدراسة لتحقيق مجموعة من الأهداف الرئيسة التي تتكامل فيما بينها لتقديم صورة شاملة حول بناء الثقة، وهي كما يلي:

1. تحليل أثر العوامل التنظيمية في بناء الثقة بين المسوقين وأصحاب الأعمال

يركز هذا الهدف على استكشاف دور الهيكل التنظيمي، وضوح الإجراءات والسياسات، آليات اتخاذ القرار، ومستوى العدالة التنظيمية في تشكيل بيئة مهنية مستقرة وقابلة للتنبؤ. إذ تعتبر هذه العوامل أساسية في تقليل عدم اليقين، وتعزيز مصداقية التعاملات، وضمان أن القرارات تتخذ بطريقة شفافة ومنهجية، ما يسهم في بناء الثقة بشكل مستدام بين الأطراف المهنية.

2. الكشف عن دور العوامل السلوكية في تعزيز الثقة المتبادلة

يهدف هذا البعد إلى دراسة تأثير سلوكيات الأفراد والممارسات المهنية اليومية على تكوين الثقة. ويتضمن ذلك تحليل أساليب التواصل، وطرق التفاعل المهني، والالتزام بالمواعيد والاتفاقيات، ومستوى الشفافية في تبادل المعلومات. فهذه العوامل السلوكية تمثل المحددات المباشرة لكيفية تكوين الثقة، وتساعد على فهم كيفية تأثير سلوكيات الأفراد على استمرارية التعاون بين المسوقين وأصحاب الأعمال.

3. تحليل العلاقة التكاملية بين العوامل التنظيمية والسلوكية وتأثيرها المشترك

يهدف هذا الهدف إلى دراسة ما إذا كانت العوامل التنظيمية والسلوكية تعمل بشكل متكامل أو متداخل في بناء الثقة، وتحديد مدى قوة هذا الارتباط في تكوين بيئة عمل قائمة على التعاون، والاعتمادية، والموثوقية. ويسهم هذا التحليل في تقديم رؤية أكثر شمولية للآليات التي تحكم الثقة المهنية، بعيداً عن دراسة كل عامل بمفرده، مما يعكس طبيعة العلاقات العملية المعقدة داخل المؤسسات وفرق التسويق.

4. تقييم مستوى الثقة الفعلي بين المسوقين وأصحاب الأعمال في البيئة الميدانية

يسعى هذا الهدف إلى قياس الأبعاد المختلفة للثقة في الواقع الميداني، بما في ذلك المصداقية، والاعتمادية، والنزاهة، والتوافق على الأهداف المشتركة. ويتيح هذا التقييم الكشف عن الفجوات بين الممارسات المهنية الحالية والمعايير المثلى المشار إليها في الأدبيات، ما يساعد على تحديد نقاط القوة والضعف في العلاقة المهنية بين الأطراف.

5. تقديم إطار تفسيري متكامل قائم على نتائج الدراسة

يسعى هذا الهدف إلى صياغة نموذج عملي يوضح كيفية تعزيز الثقة من خلال السياسات التنظيمية والسلوكيات المهنية المتوافقة، وذلك بهدف تمكين المؤسسات من تبني استراتيجيات فعالة في إدارة الموارد البشرية والتواصل التسويقي، وتحسين مستوى التعاون المهني، وضمان استدامة العلاقات التجارية طويلة الأمد.

6. إثراء الأدبيات العلمية المتعلقة بالثقة في السياقات التسويقية والتنظيمية

من خلال توفير نتائج ميدانية وتحليلية جديدة، تسعى الدراسة إلى إثراء المعرفة العلمية حول العلاقة بين السلوك التنظيمي وإدارة العلاقات المهنية، وتقديم رؤى قابلة للتطبيق في تطوير نظريات واستراتيجيات تسويقية قائمة على الثقة، بما يعزز الفهم الأكاديمي والتطبيقي لهذا المفهوم في البيئات العربية والدولية.

وبهذا الشكل، تمثل أهداف الدراسة منظومة مترابطة تهدف إلى توضيح كيف يمكن للعوامل التنظيمية والسلوكية أن تتفاعل لتكوين الثقة بين المسوقين وأصحاب الأعمال، وتحسين جودة التعاون، وتعزيز الأداء المؤسسي في بيئة تسويقية معقدة ومتغيرة باستمرار. كما توفر هذه الأهداف أساسًا متينًا لتصميم أدوات القياس وتحليل النتائج، بما يضمن موثوقية الاستنتاجات وقابليتها للتطبيق العملي.

1.6 تساؤلات الدراسة

انطلاقاً تكتسب الثقة بين المسوقين وأصحاب الأعمال أهمية مركزية في نجاح أي علاقة مهنية، لا سيما في ظل بيئات العمل الحديثة التي تتسم بالتغير السريع، واعتماد المؤسسات على فرق تسويق مستقلة، وانتشار المنصات الرقمية التفاعلية. وتتبع أهمية الدراسة من الحاجة لفهم كيف تؤثر العوامل التنظيمية والسلوكية في تكوين الثقة واستدامتها، وما الدور الذي تلعبه في تحسين جودة التعاون المهني والنتائج التسويقية.

التساؤل الرئيس:

- ما الدور الذي تلعبه العوامل التنظيمية والسلوكية في بناء وتعزيز الثقة بين المسوقين وأصحاب الأعمال؟

يشكل هذا التساؤل المحور الأساسي للدراسة، إذ يجمع بين البعدين التنظيمي والسلوكي لفهم كيفية تشكل الثقة في بيئة عمل متغيرة ومعقدة. ومنه تنبثق مجموعة من التساؤلات الفرعية التي تهدف إلى تحليل الظاهرة بشكل تفصيلي وعملي:

1. إلى أي مدى تسهم العوامل التنظيمية في بناء الثقة بين المسوقين وأصحاب الأعمال؟

يهدف هذا التساؤل إلى دراسة أثر الهيكل التنظيمي والآليات الإدارية على مستوى الثقة، ويتضمن ذلك: وضوح السياسات والإجراءات، توزيع المسؤوليات، وجود نظم متابعة وتقييم فعالة، ومدى العدالة في التعاملات المهنية. تحليل هذه العوامل يسمح بفهم كيف يمكن للهيئة التنظيمية أن تقلل من مستوى عدم اليقين بين الأطراف، وأن توفر بيئة مستقرة يمكن الاعتماد عليها، الأمر الذي يعزز شعور المسوقين وأصحاب الأعمال بالأمان والثقة المتبادلة.

أهمية هذا التساؤل تحليلياً:

- يكشف عن مدى قدرة التنظيم الداخلي على دعم العلاقات المهنية، وليس مجرد ضبط الأداء المؤسسي.
- يوضح كيف يمكن أن يؤدي غياب الهيكلية أو نقص العدالة التنظيمية إلى تراجع مستوى الثقة بشكل مباشر.

2. ما أثر العوامل السلوكية للمسوقين وأصحاب الأعمال في تعزيز الثقة المتبادلة بينهم؟

يتناول هذا التساؤل الجانب الإنساني والسلوكي للعلاقات المهنية، مثل: أساليب التواصل، الالتزام بالمواعيد، الشفافية، النزاهة، واحترام الاتفاقيات. فالثقة لا تتشكل فقط من خلال السياسات التنظيمية، بل تعتمد بشكل كبير على سلوكيات الأفراد اليومية التي تعكس قيم الالتزام والمسؤولية المهنية.

أهمية هذا التساؤل تحليلياً:

- يساعد في تحديد أي السلوكيات الفردية والجماعية الأكثر تأثيراً في تكوين الثقة.
- يبرز العلاقة بين الالتزام الشخصي والسلوكيات المهنية وبين استقرار العلاقات طويلة الأمد.
- يوضح كيف يمكن أن يؤدي تجاهل السلوكيات المهنية إلى انهيار العلاقات حتى في وجود هيكل تنظيمي واضح.

3. كيف تتفاعل العوامل التنظيمية والسلوكية معاً في التأثير على بناء الثقة؟

هذا التساؤل يعالج العلاقة التكاملية بين العوامل التنظيمية والسلوكية، ويبحث فيما إذا كان تأثيرها متراكباً أو متداخلاً. إذ يمكن للعوامل التنظيمية أن تهيئ بيئة مناسبة، لكن العوامل السلوكية هي التي تحدد نجاح عملية بناء الثقة واستمراريتها.

أهمية هذا التساؤل تحليلًا:

- يوفر فهماً أعمق لآليات بناء الثقة، بحيث لا ينظر إلى كل عامل بشكل منفرد، بل يتم دراسة تأثيرهما المشترك.
- يسلط الضوء على التفاعلات بين البيئة التنظيمية والسلوك الفردي والجماعي، ومدى توافقها أو تعارضها في تعزيز الثقة.
- يساهم في تصميم استراتيجيات عملية متكاملة، تدمج بين السياسات الداخلية والسلوكيات المهنية، لتعزيز أثر الثقة على الأداء والتعاون.

4. ما مستوى الثقة الحالي بين المسوقين وأصحاب الأعمال في البيئة الميدانية؟

يركز هذا التساؤل على قياس الواقع الفعلي للثقة من خلال أبعادها الأساسية: المصادقية، الاعتمادية، النزاهة، والشفافية في التعاملات المهنية. ويهدف إلى الكشف عن الفجوات بين الممارسات العملية والمعايير المثلى التي توصي بها الأدبيات العلمية.

أهمية هذا التساؤل تحليلًا:

- يساعد في تقييم مدى تحقيق الثقة على أرض الواقع، بعيدًا عن التوصيات النظرية.
- يحدد المناطق التي تحتاج إلى تدخل لتحسين بيئة العمل والعلاقات المهنية.
- يقدم بيانات دقيقة تساعد على وضع استراتيجيات قابلة للتطبيق لتطوير الثقة المهنية.

5. ما أبرز المعوقات التنظيمية والسلوكية التي تحدّ من بناء الثقة بين المسوقين وأصحاب الأعمال؟

يتناول هذا التساؤل التحديات التي تعيق تكوين الثقة، سواء كانت مرتبطة بنقص وضوح السياسات، ضعف العدالة التنظيمية، غياب نظم المتابعة، أو سلوكيات غير احترافية مثل عدم الالتزام أو ضعف التواصل.

أهمية هذا التساؤل تحليلًا:

- يسمح بتحديد الأسباب الجوهرية لمشكلات الثقة، سواء على مستوى التنظيم أو السلوك.
- يمكن المؤسسات من معالجة هذه المعوقات قبل أن تؤثر سلبًا على الأداء والتعاون المهني.
- يشكل قاعدة لتقديم توصيات عملية واقعية تساهم في تعزيز مستوى الثقة بين الطرفين.

6. ما التوصيات العملية الممكنة استخلاصها لتعزيز دور العوامل التنظيمية والسلوكية في بناء الثقة بين الطرفين؟

يهدف هذا التساؤل إلى تقديم حلول وتوصيات قابلة للتطبيق، مثل تطوير السياسات التنظيمية، تحسين آليات الاتصال والمتابعة، تصميم برامج تدريبية لتعزيز السلوكيات المهنية، ووضع معايير واضحة للتقييم والالتزام.

أهمية هذا التساؤل تحليلًا:

- يوفر رابطاً مباشراً بين نتائج الدراسة والتطبيق العملي.
- يمكن المؤسسات من اعتماد سياسات وإجراءات واقعية تعزز الثقة وتحسن جودة التعاون المهني.
- يضمن استفادة القطاع التسويقي من نتائج الدراسة بشكل عملي وملحوس، وليس فقط نظري.

استنادًا إلى الأدبيات الحديثة في مجالي السلوك التنظيمي والعلاقات المهنية، وبالاستناد إلى النماذج النظرية التي تناولت بناء الثقة في بيئات العمل مثل نموذج (1995) Mayer et al. ونموذج (1994) Morgan & Hunt، تم صياغة فرضيات الدراسة لتوجيه البحث الميداني وتحليل العلاقات بين المتغيرات التنظيمية والسلوكية وبناء الثقة بين المسوقين وأصحاب الأعمال. وتستند هذه الفرضيات إلى ضرورة دمج البعدين التنظيمي والسلوكي لفهم ديناميكيات الثقة في السياقات المهنية، خاصة في بيئات العمل الرقمية وفرق التسويق المرنة.

الفرضية الرئيسية:

1. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين العوامل التنظيمية والسلوكية وبين بناء الثقة بين المسوقين وأصحاب الأعمال، مما يعكس التكامل بين هذه المتغيرات في تعزيز الثقة المهنية واستدامة العلاقات على المدى الطويل. تحليل الفرضية: تشير هذه الفرضية إلى أن الثقة المهنية لا تتشكل من عامل واحد فقط، بل هي نتيجة تفاعل متكامل بين البيئة التنظيمية التي توفر هيكلية واضحة للعمليات والإجراءات الداخلية والسياسات العادلة، وبين السلوكيات الفردية التي تعزز الالتزام والشفافية والتواصل الإيجابي. يُتوقع أن يكون تأثير هذه المتغيرات تكامليًا، بحيث يؤدي كل بعد إلى تعزيز أثر الآخر، بما يخلق بيئة عمل مستقرة وموثوقة تعزز الأداء والكفاءة.

الفرضيات الفرعية:

2. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين العوامل التنظيمية وبناء الثقة بين المسوقين وأصحاب الأعمال. تحليل الفرضية: تعتمد هذه الفرضية على أن الممارسات الإدارية الواضحة، والهيكل التنظيمي المستقر، وسياسات العدالة والمساءلة داخل المؤسسة تساهم في ترسيخ الثقة، إذ توفر بيئة عمل شفافة تحد من الغموض والارتباك. وعلاوة على ذلك، فإن وضوح الأدوار والمسؤوليات يخلق توقعات دقيقة للطرفين، ويقلل من المخاطر المرتبطة بعدم اليقين، ما يدعم العلاقات المهنية طويلة الأمد.

3. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين العوامل السلوكية وبناء الثقة بين المسوقين وأصحاب الأعمال. تحليل الفرضية: تؤكد هذه الفرضية أن السلوكيات المهنية الإيجابية، مثل الالتزام بالمواعيد، واحترام الاتفاقيات، والنزاهة، والتواصل المفتوح، تلعب دورًا مباشرًا في تعزيز الثقة المتبادلة. فحتى مع وجود نظام تنظيمي فعال، فإن غياب هذه السلوكيات يؤدي إلى ضعف الثقة وارتفاع معدلات الخلافات المهنية. لذا فإن بناء الثقة يعتمد على مزيج من السلوك الفردي الإيجابي والممارسات التنظيمية الداعمة.

4. تسهم العوامل التنظيمية بشكل إيجابي في تحسين مستوى الثقة بين المسوقين وأصحاب الأعمال من خلال وضوح الإجراءات الإدارية وفعالية القيادة والتوجيه. تحليل الفرضية: تركز هذه الفرضية على أن التنظيم الفعال يوفر الأرضية اللازمة لعمل العلاقات المهنية بشكل سلس، حيث تتيح إجراءات واضحة وقيادة فعالة تحديد المسؤوليات بدقة، وضمان التزام الأطراف بالتوقعات المتفق عليها. كما

أن وجود آليات متابعة وتقييم فعالة يزيد من شعور الأطراف بالطمأنينة والثقة في قدرات الطرف الآخر، ما يعزز بيئة مهنية مستقرة.

5. تسهم العوامل السلوكية بشكل إيجابي في تعزيز مستوى الثقة بين المسوقين وأصحاب الأعمال عبر الالتزام والاحترام المتبادل والمصادقية والمهنية.

تحليل الفرضية: تشير هذه الفرضية إلى أن التصرفات الأخلاقية والسلوكيات المهنية الإيجابية تمثل عاملاً جوهرياً لبناء الانطباع المهني الموثوق. فالثقة لا تُبنى على الهيكل التنظيمي فقط، بل تحتاج إلى سلوكيات فردية واضحة تعكس الالتزام والمعايير الأخلاقية، مما يساهم في تقليل النزاعات وتحقيق التعاون المستمر.

6. توجد علاقة تفاعلية ذات دلالة إحصائية بين العوامل التنظيمية والعوامل السلوكية في التأثير على بناء الثقة بين المسوقين وأصحاب الأعمال.

تحليل الفرضية: تفترض هذه الفرضية أن العلاقة بين البعدين التنظيمي والسلوكي ليست مستقلة، بل تعمل بصورة تكاملية. بمعنى أن وجود بيئة تنظيمية واضحة وحدها قد لا يكفي لتعزيز الثقة إذا كانت السلوكيات الفردية سلبية، وبالمثل، فإن السلوكيات الإيجابية دون دعم تنظيمي قد لا تحقق الاستدامة. ويُتوقع أن يكون التأثير التفاعلي لهذه العوامل أقوى من تأثير كل عامل على حدة.

7. يختلف مستوى الثقة بين المسوقين وأصحاب الأعمال تبعاً لاختلاف مستويات العوامل التنظيمية والسلوكية داخل بيئة العمل.

تحليل الفرضية: تشير هذه الفرضية إلى أن اختلاف طبيعة ومستوى التنظيم الداخلي، إلى جانب اختلاف الممارسات والسلوكيات المهنية، يؤدي إلى تفاوت ملحوظ في مستوى الثقة. حيث تؤدي بيئة عمل متماسكة تجمع بين التنظيم الفعال والسلوكيات الإيجابية إلى مستويات عالية من الثقة، بينما تؤدي البيئة الضعيفة في أي من البعدين إلى انخفاض الثقة، وبالتالي ضعف الاستقرار في العلاقات المهنية.

1.8 نموذج الدراسة

يعرض نموذج الدراسة العلاقة السببية المفترضة بين متغيرات البحث، ويوضح آلية تأثير العوامل التنظيمية والسلوكية في مستوى الثقة المهنية بين المسوقين وأصحاب الأعمال، وما يترتب على ذلك من آثار داخل بيئة العمل.

المتغيرات المستقلة:

تتمثل في العوامل التنظيمية والعوامل السلوكية، حيث تشكل هذه المتغيرات المدخلات الرئيسة في النموذج، ويُفترض أنها تؤثر بشكل مباشر في بناء الثقة المهنية. وتشمل العوامل التنظيمية عناصر الهيكل الإداري، والقيادة، والسياسات، ونظم الاتصال، وبيئة العمل، في حين تعكس العوامل السلوكية أنماط التصرف المهني، والالتزام، والنزاهة، وأساليب التعامل والتعاون.

المتغير التابع:

يتمثل في الثقة المهنية بين المسوقين وأصحاب الأعمال، وهي المتغير الذي يقيس مستوى التأثير الناتج عن تفاعل العوامل التنظيمية والسلوكية، ويعبر عن درجة المصادقية والاعتمادية والنزاهة في العلاقات المهنية.

النتائج المترتبة على المتغير التابع:

يُتوقع أن يؤدي ارتفاع مستوى الثقة المهنية إلى تحسين التعاون ورفع الأداء المؤسسي، ويُنظر إلى هذه النتائج باعتبارها آثاراً تفسيرية للنموذج وليست متغيرات خاضعة للاختبار الإحصائي المباشر ضمن إطار الدراسة.

1.9 أسباب اختيار الموضوع

تعد عملية اختيار موضوع البحث من أهم المراحل التي تؤثر على نجاح الدراسة وقيمتها العلمية، وذلك لأن الموضوع يشكل الإطار الذي ستدور حوله جميع الجهود البحثية، ويحدد نطاق الدراسة وأهدافها. وقد تم اختيار هذا الموضوع لعدة أسباب أساسية ترتبط بالجانب العلمي، والمجتمعي، والعملية، ويمكن تلخيصها كما يلي:

أولاً، جاء اختيار الموضوع نتيجة لإدراك أهمية الظاهرة أو القضية محل الدراسة وتأثيرها المباشر على المجتمع أو القطاع المستهدف. فالدراسات الفعالة تبدأ عادة من مشكلة حقيقية أو حاجة قائمة، حيث تم السعي إلى تقديم حلول علمية أو استنتاجات واضحة يمكن أن تسهم في تحسين الوضع القائم. ومن خلال المتابعة للتطورات الحديثة في هذا المجال، وتحديد الفجوات البحثية الموجودة، تبين له أن هذا الموضوع لم يتم تناوله بشكل كافٍ، أو أن الدراسات السابقة لم تعالج جميع الجوانب العملية والنظرية المتعلقة به.

ثانياً، يرتبط اختيار الموضوع بالاهتمام الشخصي للباحث وخلفيته الأكاديمية والمهنية. فالاختيار لم يكن عشوائياً، بل جاء بناءً على خبرة الباحث السابقة، ومعرفته العميقة بمجال الدراسة، ورغبته في التوسع في فهم الظواهر المتعلقة به. هذه الخلفية تمنح قدرة أكبر على جمع المعلومات الدقيقة، وتحليلها بشكل نقدي، وبالتالي تقديم مخرجات بحثية قوية وموثوقة.

ثالثاً، كان للموضوع بعده العملي والتطبيقي تأثير كبير في قرار الاختيار، حيث يتيح البحث فرصاً لتقديم توصيات قابلة للتطبيق على أرض الواقع، سواء على مستوى السياسات، أو ممارسات العمل، أو تحسين الأداء في المؤسسات والهيئات المعنية. ويظهر ذلك جلياً من خلال إمكانية استخدام نتائج البحث لتطوير الاستراتيجيات العملية، وتحسين أساليب العمل، أو المساهمة في اتخاذ قرارات مدروسة مبنية على أسس علمية.

رابعاً، تم اختيار الموضوع أيضاً لأهميته في إثراء المحتوى العلمي المعرفي في المجال المختار. فالهدف من البحث العلمي لا يقتصر على حل مشكلة محددة فحسب، بل يمتد إلى المساهمة في بناء قاعدة معرفية يمكن أن يستفيد منها الباحثون الآخرون في الدراسات المستقبلية. ومن هنا، يأتي اختيار موضوع غير مُستكشف بشكل كافٍ، أو يحتاج إلى إعادة تقييم ونقد، ليكون إضافة نوعية تسد جزءاً من الفجوات البحثية الموجودة.

أخيراً، يساهم اختيار الموضوع في تعزيز القيم البحثية، مثل الانضباط، والتفكير النقدي، والقدرة على التحليل العلمي المنهجي، كما يمنحه فرصة لمواجهة التحديات البحثية بشكل عملي، ما يثري خبراته ويزيد من كفاءته العلمية والمهنية.

باختصار، فإن اختيار هذا الموضوع جاء نتيجة مزيج من الاهتمام الشخصي، والحاجة المجتمعية، والفجوات البحثية، والأثر العملي والتطبيقي المتوقع، مع الحرص على تقديم دراسة علمية دقيقة تسهم في تطوير المعرفة، وتقديم حلول فعالة للقضايا المطروحة، بما يحقق قيمة مضافة للمجتمع والميدان الأكاديمي على حد سواء.

1.10 منهج الدراسة

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي الميداني، وهو منهج علمي ملائم لدراسة الظواهر الإدارية والسلوكية في بيئتها الطبيعية، لأنه أتاح وصف المتغيرات كما هي في الواقع، وتحليل العلاقات القائمة بينها بشكل كمي وموضوعي. وقد جمع هذا المنهج بين الوصف الدقيق للظاهرة والتحليل الإحصائي الميداني، ما مكّن من استخراج نتائج علمية دقيقة دعمت فرضيات البحث وفسرت العلاقة بين العوامل التنظيمية والسلوكية وبناء الثقة بين المسوّقين وأصحاب الأعمال

a. أسباب اختيار المنهج

1. دراسة الظاهرة مباشرة في بيئتها الطبيعية:

تم جمع البيانات مباشرة من المسوّقين وأصحاب الأعمال في بيئتهم العملية، ما عكس الواقع الفعلي للظاهرة المدروسة وقّال من احتمال التحيز. وقد أتاح ذلك فهم تأثير سياسات الإدارة على مستوى الثقة وأثر سلوكيات المسوّقين على رضا أصحاب الأعمال.

2. ملاءمته لقياس الاتجاهات والآراء :

سمح المنهج بتحديد وجهات نظر المسوّقين وأصحاب الأعمال تجاه مستوى الثقة والعوامل المؤثرة فيها، مثل العوامل التنظيمية (الهيكل التنظيمي، أساليب الرقابة) والعوامل السلوكية (التواصل، الالتزام، الأخلاقيات المهنية). كما تم مقارنة هذه الاتجاهات بين فئات مختلفة داخل المجتمع البحثي.

3. إمكانية اختبار الفرضيات بدقة علمية:

تم اختبار الفرضيات المرتبطة بتأثير العوامل التنظيمية والسلوكية على بناء الثقة باستخدام أدوات تحليلية متقدمة، مثل تحليل الانحدار، وتحليل الارتباط البسيط والمتعدد، والإحصاءات الوصفية (Mean, Standard Deviation)، ما أتاح تفسيرًا علميًا مدعومًا بالأرقام.

4. شيوعه في بحوث الإدارة والتسويق:

تم الاعتماد على جمع البيانات الميدانية وتحليلها إحصائيًا، وهو منهج شائع في الدراسات الإدارية والتسويقية التي تهدف لفهم الظواهر التنظيمية والسلوكية وتحليل تأثيرها على الأداء المؤسسي والعلاقات المهنية.

b. خطوات تنفيذ الدراسة وفق المنهج

1. إعداد أدوات جمع البيانات:

تم تصميم استبانة علمية محكمة شملت جميع المتغيرات الرئيسية والثانوية للدراسة (مستوى الثقة، العوامل التنظيمية، العوامل السلوكية).

تم اختبار صدق الاستبانة (Validity) وثباتها (Reliability) لضمان قياس المتغيرات المطلوبة بدقة واتساق النتائج.

تضمنت الاستبانة أسئلة مغلقة (Likert Scale) لقياس الاتجاهات، وأسئلة مفتوحة للحصول على رؤى نوعية.

2. تحديد مجتمع الدراسة والعينة:

تم تعريف المجتمع البحثي بدقة، والذي ضم المسوّقين وأصحاب الأعمال في القطاعات المستهدفة.

اختيرت العينة باستخدام أساليب العينات الاحتمالية وغير الاحتمالية حسب طبيعة الظاهرة وتوافر البيانات.

تم تحديد حجم العينة لضمان تمثيل المجتمع بدقة مع مراعاة هامش الخطأ ومستوى الثقة المطلوب.

3. جمع البيانات الميدانية:

تم زيارة المسوقين وأصحاب الأعمال مباشرة في بيئاتهم العملية، وتوزيع الاستبانات إلكترونياً وورقياً بعد الحصول على الموافقات الرسمية.

تم ضمان السرية والخصوصية للمشاركين، وتشجيعهم على الإجابة بصدق لضمان جودة البيانات.

تمت متابعة عملية جمع البيانات لضمان اكتمالها وخلوها من الأخطاء وتصحيح أي مشاكل ظهرت أثناء الميدان.

4. معالجة البيانات وتحليلها إحصائياً:

تم إدخال البيانات في برنامج SPSS لإجراء التحليل الإحصائي.

استخدمت الإحصاءات الوصفية (Mean, Standard Deviation, Frequencies) لتحديد الاتجاهات العامة ومستوى الثقة لدى المسوقين وأصحاب الأعمال.

تم تحليل العلاقات بين المتغيرات باستخدام تحليل الارتباط (Correlation) لتحديد قوة العلاقة بين العوامل التنظيمية والسلوكية وبناء الثقة.

تم اختبار الفرضيات باستخدام تحليل الانحدار البسيط والمتعدد (Simple and Multiple Regression Analysis) لتحديد أثر كل عامل على مستوى الثقة، مع التأكد من صحة النتائج من خلال اختبارات الدلالة الإحصائية (Significance Tests).

استخدمت الرسوم البيانية والجداول لتوضيح النتائج وتسهيل تفسيرها.

ج. الهدف من المنهج

هدف اتباع هذا المنهج إلى الوصول إلى نتائج دقيقة وموضوعية تعكس الواقع الميداني، وتفسير العوامل المؤثرة في بناء الثقة بين المسوقين وأصحاب الأعمال. وقد وفّر المنهج قاعدة علمية قوية لإصدار توصيات عملية قابلة للتطبيق لتحسين العلاقات المهنية، وتطوير السياسات التنظيمية، وتعزيز السلوكيات الإيجابية في بيئة العمل. كما ساعد في تحديد نقاط القوة والضعف في الممارسات الحالية واقتراح استراتيجيات عملية لتعزيز التعاون والثقة بين الأطراف المختلفة.

باختصار، دمج المنهج بين الوصف الدقيق للظاهرة والتحليل الكمي المنهجي أتاح إطاراً علمياً متكاملاً لدراسة العلاقة بين العوامل التنظيمية والسلوكية ومستوى الثقة، مع إمكانية تعميم النتائج على المجتمع البحثي المستهدف، والإسهام في تطوير المعرفة النظرية والتطبيقية في مجالات الإدارة والتسويق.

d. أدوات الدراسة

تعد أدوات جمع البيانات من العناصر الأساسية في أي دراسة علمية، حيث تمثل الوسيلة التي يمكن من خلالها قياس المتغيرات واستخلاص النتائج الدقيقة التي تعكس الواقع الميداني للظاهرة قيد البحث. وفي هذه الدراسة، جاءت أدوات البحث مصممة بعناية لتلائم طبيعة الموضوع، وهي أدوات تجمع بين الطرق الكمية والنوعية لضمان الحصول على بيانات دقيقة وموثوقة يمكن تحليلها إحصائياً لاختبار الفرضيات المتعلقة بدور العوامل التنظيمية والسلوكية في بناء الثقة بين المسوقين وأصحاب الأعمال.

1. الاستبانة

تعتبر الاستبانة الأداة الرئيسية لجمع البيانات في هذه الدراسة، لما لها من قدرة على الوصول إلى شريحة واسعة من المجتمع البحثي بطريقة منظمة وموحدة. وقد تم تصميم الاستبانة لتغطية كافة المتغيرات الرئيسية والثانوية للبحث، مع التركيز على قياس:

- مستوى الثقة بين المسوقين وأصحاب الأعمال.
- أثر العوامل التنظيمية مثل الهيكل الإداري، أساليب الرقابة، وضبط الأداء.
- تأثير العوامل السلوكية، بما في ذلك مهارات التواصل، الالتزام المهني، والاتصال الشخصي بين الأطراف.

تضمنت الاستبانة نوعين من الأسئلة:

1.1 أسئلة مغلقة: باستخدام مقياس ليكرت (Likert Scale) بدرجات خمسية، لقياس مدى اتفاق المشاركين مع كل بند

يتعلق بالمتغيرات. هذا النوع من الأسئلة يتيح تحليل البيانات بشكل إحصائي دقيق ويحدد الاتجاهات العامة بين أفراد العينة.

1.2 أسئلة مفتوحة: لمنح المشاركين الفرصة للتعبير عن آرائهم الشخصية أو تقديم أمثلة عملية من تجربتهم، ما يعزز الفهم

النوعي للظاهرة ويسمح بالكشف عن متغيرات إضافية قد لا تكون متوقعة.

قبل التطبيق الفعلي، خضعت الاستبانة لمرحلة اختبار الصدق والثبات، حيث تم التأكد من أن الأسئلة تقيس ما صممت لقياسه بدقة (Validity)، وأنها تعطي نتائج متسقة عند إعادة تطبيقها على نفس العينة. (Reliability)

2. المقابلة شبه المهيكلة

استكمالاً للاستبانة، تم استخدام المقابلات شبه المهيكلة مع عدد محدد من المسوقين وأصحاب الأعمال الذين يمثلون خبراء أو ذوي خبرة طويلة في الميدان. وتهدف هذه المقابلات إلى:

- توضيح نتائج الاستبانة الأولية وتفسيرها بشكل أعمق.
 - التعرف على التحديات العملية التي تواجه بناء الثقة في بيئة العمل.
 - جمع أمثلة واقعية وتجارب مباشرة يمكن ربطها بالتحليل الكمي لتعزيز موثوقية النتائج.
- تم تصميم دليل المقابلة بحيث يحتوي على مجموعة من الأسئلة المفتوحة، مع إمكانية التوسع في المواضيع ذات الصلة حسب طبيعة ردود المستجيب.

3. الملاحظة الميدانية

كأداة داعمة، سيتم استخدام **الملاحظة الميدانية** لمتابعة سلوك المسوقين وأصحاب الأعمال في بيئاتهم العملية. وتتم الملاحظة وفق خطط منظمة، بحيث يتم تسجيل:

- سلوكيات التعامل بين الأطراف المختلفة.

- أساليب التواصل غير الرسمية وتأثيرها على مستوى الثقة.

- مدى الالتزام بالقواعد التنظيمية والسلوكية في الواقع العملي.

تساعد الملاحظة على التحقق من صحة المعلومات التي تم جمعها بواسطة الاستبانة والمقابلات، وتوفر بيانات إضافية حول سلوكيات وعلاقات لا يمكن اكتشافها إلا من خلال الرصد المباشر.

e. مفاهيم الدراسة

نظرًا لأن هذه الدراسة تتناول دور العوامل التنظيمية والسلوكية في بناء الثقة بين المسوقين وأصحاب الأعمال، فقد اقتضى الطابع العلمي للبحث ضبط المفاهيم الأساسية ضبطاً منهجياً ينسجم مع الاتجاهات الحديثة في الأدبيات الإدارية والسلوكية. ويُعد تحديد المفاهيم خطوة محورية في تعزيز وضوح المتغيرات، وضمان اتساق أدوات القياس، وتفسير النتائج وفق إطار معرفي منضبط، كما يساهم في ربط النظرية بالممارسة العملية في مجال إدارة الأعمال والتسويق.

أولاً: العوامل التنظيمية

تشير العوامل التنظيمية إلى مجموعة المكونات البنوية والإدارية التي تشكّل الإطار العام الذي تُدار داخله المؤسسة، وتشمل الهيكل التنظيمي، أساليب القيادة، سياسات وإجراءات العمل، نظم الاتصال، وخصائص بيئة العمل. وتمثل هذه العوامل منظومة مؤثرة في تنظيم العلاقات الداخلية، وتوجيه سلوك العاملين، وتحديد مستوى الانسيابية في المهام والأدوار.

وتجمع الأدبيات الإدارية الحديثة على أن فعالية العوامل التنظيمية تُعد مدخلاً أساسياً لبناء بيئة عمل مستقرة ومحفزة، تعزز الثقة بين الأطراف المتفاعلة سواء على المستوى الداخلي بين الموظفين، أو الخارجي بين العاملين في المجال نفسه. كما تُسهم هذه العوامل في رفع مستوى الشفافية والوضوح، وتقليل الغموض التنظيمي، بما يدعم جودة العلاقات المهنية بين المسوقين وأصحاب الأعمال، ويزيد من القدرة على اتخاذ قرارات فعالة ومستندة إلى معلومات دقيقة. على سبيل المثال، توضح الدراسات أن تنظيم الهيكل الإداري بشكل واضح وتحديد الأدوار بدقة يساهم في خفض الصراعات المهنية وتعزيز التعاون، وهو ما يُترجم مباشرة إلى زيادة مستوى الثقة بين الأطراف المختلفة.

ثانياً: العوامل السلوكية

تُعنى العوامل السلوكية بالأنماط السلوكية التي يظهريها الأفراد في سياق العمل، وتشمل الالتزام المهني، والموثوقية، والسلوك الأخلاقي، وروح المبادرة، والتعاون، وطريقة التعامل مع الزملاء والعملاء. وتمثل هذه العوامل انعكاساً لمنظومة القيم والاتجاهات المهنية التي يحملها الفرد، وهي محدد رئيس لجودة التفاعل الإنساني والمهني داخل المؤسسات.

تؤكد الأدبيات السلوكية أن العوامل السلوكية الفعالة تعد عنصرًا محوريًا في بناء علاقات عمل متوازنة، تعتمد على الاحترام المتبادل والانسجام المهني. كما تسهم هذه العوامل في تعزيز مناخ الثقة من خلال إظهار الاتساق في الأداء، والالتزام بالمعايير الأخلاقية، والاستجابة الإيجابية لمتطلبات العمل. على سبيل المثال، الالتزام بالمواعيد والشفافية في التعامل يعزز من مصداقية الفرد ويجعل المسوقين وأصحاب الأعمال أكثر استعداداً للتعاون على المدى الطويل. وبالتالي، يمكن القول إن جودة السلوكيات المهنية تشكل حجر الزاوية في نجاح العلاقات التجارية المستدامة.

ثالثاً: الثقة بين المسوقين وأصحاب الأعمال

تُعد الثقة مفهوماً مركزيًا في الأدبيات التسويقية والإدارية، وتُعرّف بأنها توقع إيجابي يُبنى على إدراك أحد الأطراف لمدى نزاهة، وكفاءة، ومصداقية، واعتمادية الطرف الآخر. وتشكل الثقة ركيزة رئيسية في العلاقات المهنية، خصوصاً في المجالات التي تعتمد على تبادل المعلومات والتعاون المستمر مثل التسويق وإدارة الأعمال.

تشير الدراسات الحديثة إلى أن الثقة بين المسوقين وأصحاب الأعمال لا تقتصر على الجانب الشخصي، بل تُعد عنصرًا إستراتيجيًا يؤثر في استدامة العلاقة، وتقليل المخاطر، ورفع جودة اتخاذ القرارات المشتركة، وتعزيز فعالية العمليات التسويقية. كما تؤدي الثقة دورًا جوهريًا في ضمان الانسجام بين الطرفين، وتسهيل التواصل، وحل النزاعات، والحفاظ على شراكات مهنية طويلة الأمد قائمة على الشفافية والالتزام المتبادل. ويبرز في هذا السياق أن بناء الثقة يعتمد على كل من العوامل التنظيمية والسلوكية معًا، حيث يشكل الهيكل الإداري الواضح والتواصل الفعال جزءًا من البنية الأساسية، بينما تلعب السلوكيات المهنية النزينة والالتزام الأخلاقي الدور التكميلي الذي يرسخ العلاقة ويجعلها مستدامة.

رابعاً: التكامل بين المفاهيم

تسعى الدراسة إلى ربط العوامل التنظيمية والسلوكية بمفهوم الثقة بشكل متكامل، بحيث يتم فهم كيفية تأثير كل عامل على الآخر، وكيف ينعكس ذلك على جودة العلاقات بين المسوقين وأصحاب الأعمال. فالعوامل التنظيمية توفر البيئة والدعم اللازم لسلوكيات إيجابية، بينما تلعب العوامل السلوكية دورًا فاعلاً في ترجمة هذه البيئة إلى ثقة فعلية وقوية. ويعتبر هذا التكامل أساساً لفهم ديناميكيات العمل في المؤسسات الحديثة، وتقديم توصيات عملية لتطوير بيئات عمل أكثر موثوقية وفعالية، بما يسهم في تعزيز أداء المسوقين ورفع مستوى التعاون مع أصحاب الأعمال.

f. مصادر جمع البيانات

في هذه الدراسة، تم التركيز على جمع بيانات دقيقة وشاملة من خلال تنوع المصادر وضمان تمثيل مختلف جوانب الظاهرة المدروسة، بهدف تقييم أثر العوامل التنظيمية والسلوكية على الثقة المهنية بين المسوقين وأصحاب الأعمال. وقد تم الاعتماد على مصادر أولية وثانوية، وتم تنظيم عملية جمع البيانات ومعالجتها بالشكل التالي:

أولاً: المصادر الأولية

المصادر الأولية توفر بيانات مباشرة من مجتمع الدراسة، وتعد الأكثر موثوقية لارتباطها بالواقع الحالي. شملت هذه الدراسة:

1. الاستبانة:

صممت الاستبانة لتغطية المتغيرات الرئيسية والثانوية للدراسة، بما في ذلك مستوى الثقة المهنية، تأثير العوامل التنظيمية، ودور السلوكيات المهنية. تم توزيع الاستبانة على عينة من المسوقين وأصحاب الأعمال، وجمعت البيانات بشكل كمي لتحليل الإحصاءات ونسب الإجابات، كما تضمنت أسئلة مفتوحة لتوفير رؤى نوعية حول التجارب الشخصية وملاحظات المشاركين. بعد جمع الاستجابات، تم ترتيب البيانات في جداول لتسهيل التحليل ومقارنتها بين المتغيرات المختلفة.

2. المقابلات شبه المهيكلة:

تم إجراء مقابلات مع مجموعة من الخبراء وأصحاب الخبرة الطويلة في مجالات التسويق وإدارة الأعمال. ركزت هذه المقابلات على التعرف على التحديات العملية في بناء الثقة المهنية، وفهم السياق الواقعي للظواهر المدروسة. بعد جمع البيانات، تم ترميز الإجابات وتصنيفها وفق المحاور البحثية، ما أتاح دمجها مع نتائج الاستبانة لتقديم صورة متكاملة.

3. الملاحظة الميدانية:

تم رصد سلوك المسوقين وأصحاب الأعمال في بيئاتهم العملية، للتحقق من مدى مطابقة السلوكيات الفعلية مع ما تم الإبلاغ عنه في الاستبانة والمقابلات. تم تسجيل الملاحظات ومقارنتها مع الأنماط السلوكية المتوقعة، لتحديد أي فجوات بين النظرية والتطبيق، وتحليل تأثير العوامل التنظيمية والسلوكية على التفاعل المهني.

ثانياً: المصادر الثانوية

المصادر الثانوية تمثل المعلومات المجمعة من المراجع العلمية والدوريات المحكمة والتقارير الرسمية، وتوفر الإطار النظري والدراسات السابقة. في هذه الدراسة استخدمت المصادر الثانوية كما يلي:

1. الكتب والمراجع الأكاديمية:

تم الاطلاع على أحدث الكتب المتعلقة بالإدارة، التسويق، علم السلوك التنظيمي، وعلم النفس المهني، بهدف تعريف المصطلحات الأساسية، وتحديد المتغيرات، واستخدام نماذج قياس معتمدة لتصميم أدوات جمع البيانات.

2. الدوريات المحكمة والمقالات العلمية:

تم مراجعة الدراسات الحديثة حول الثقة في العلاقات المهنية وتأثير العوامل التنظيمية والسلوكية، ما ساعد على وضع النتائج الميدانية في سياق علمي ومقارنة الظواهر التي لوحظت في الواقع مع ما توصلت إليه الدراسات السابقة.

3. التقارير والإحصاءات الرسمية:

تم الاعتماد على البيانات الصادرة عن الجهات الإدارية والتجارية والإحصاءات المتعلقة بسلوكيات المسوقين وأصحاب الأعمال، لتدعيم النتائج الميدانية بمعلومات موضوعية وتوفير رؤية شاملة للبيئة المؤسسية.

عملية ترتيب وتحليل البيانات

بعد جمع البيانات من جميع المصادر، تم عمل ما يلي:

- تنظيم البيانات الكمية من الاستبانة في جداول لإظهار نسب الإجابات وتوزيعها على الفئات المختلفة.
- ترميز البيانات النوعية من المقابلات والملاحظات الميدانية لتحديد المحاور المشتركة والنماذج السلوكية المتكررة.

- دمج النتائج من المصادر الأولية والثانوية لمقارنة الواقع العملي مع النتائج النظرية، وتحليل تأثير كل عامل تنظيمي وسلوكي على مستوى الثقة المهنية.
- تحليل الفجوات بين ما هو متوقع نظريًا وما يحدث فعليًا في بيئة العمل، لتحديد المجالات التي تحتاج تدخلات تنظيمية أو تطوير سلوكي.

الهدف من استخدام مصادر متعددة

تم استخدام مصادر متنوعة مكنه من:

- زيادة دقة النتائج وتقليل احتمالية التحيز.
- فهم العلاقة بين المتغيرات التنظيمية والسلوكية والثقة المهنية من زوايا مختلفة.
- تقديم توصيات عملية قابلة للتطبيق لتحسين بيئة العمل وتعزيز الثقة بين المسوقين وأصحاب الأعمال.

1.11 الأدوات الإحصائية والمعالجة الرقمية للبيانات

بعد الانتهاء من جمع البيانات، سيتم إدخالها ومعالجتها وتحليلها إحصائيًا باستخدام برنامج **SPSS**، وذلك بهدف تحقيق مجموعة من الأهداف البحثية، أبرزها:

- تحليل الإحصاءات الوصفية للتعرف على خصائص عينة الدراسة، وتحديد المتوسطات الحسابية ومستويات استجابات أفراد العينة تجاه المتغيرات المختلفة.
- استخدام تحليل الارتباط لقياس قوة واتجاه العلاقة بين العوامل التنظيمية والسلوكية ومستوى الثقة المهنية.
- تطبيق تحليل الانحدار البسيط والمتعدد لاختبار فرضيات الدراسة، وتحديد أثر كل عامل من العوامل المدروسة بشكل مستقل أو مجتمع.
- عرض النتائج وتحليلها باستخدام الجداول والرسوم البيانية، بما يسهم في توضيح الاتجاهات والأنماط والعلاقات الأساسية بين المتغيرات.

التكامل بين أدوات الدراسة

تم تطبيق التكامل بين أدوات الدراسة بشكل عملي ومنهجي، حيث استُخدمت الاستبانة لجمع البيانات الكمية من عينة الدراسة وقياس مستوى الثقة المهنية والعوامل التنظيمية والسلوكية المرتبطة بها. وبالتوازي، أُجريت مقابلات مباشرة مع عدد من أفراد العينة بهدف تفسير النتائج الرقمية، وتوضيح الأسباب الفعلية وراء بعض الاستجابات التي ظهرت في التحليل الإحصائي. كما تم الاعتماد على الملاحظة الميدانية لرصد السلوكيات التنظيمية والتفاعلات المهنية داخل بيئة العمل، ومقارنتها بما ورد في الاستبانة والمقابلات. وبعد ذلك، جرى تحليل البيانات إحصائيًا باستخدام **SPSS**، ثم تمت مقارنة النتائج الكمية مع البيانات النوعية للتحقق من درجة التوافق أو التباين بينها. هذا الإجراء مكّن الباحث من تفسير النتائج بشكل واقعي، وربط الأرقام بالسلوك الفعلي، والوصول إلى استنتاجات دقيقة تعكس واقع العلاقة المهنية بين المسوّقين وأصحاب الأعمال.

تم اختيار أدوات الدراسة بعناية لضمان جمع بيانات دقيقة، شاملة، وقابلة للتحليل الميداني والإحصائي، بما يعكس الواقع العملي للعلاقة بين المسوّقين وأصحاب الأعمال. كما مكّن هذا التكامل من تفسير أثر العوامل التنظيمية والسلوكية على بناء الثقة المهنية، وتقديم توصيات عملية مدعومة بأدلة علمية قوية. ويُسهم هذا النهج المتكامل في إثراء المعرفة النظرية والتطبيقية في مجالي الإدارة والتسويق.

1.12 حدود الدراسة

1. الحدود المكانية:

اقتصرت الدراسة على المسوقين وأصحاب الأعمال العاملين في القطاعات المستهدفة ضمن إمارة الشارقة في الإمارات العربية المتحدة، دون التوسع إلى مناطق أو أسواق خارج هذا النطاق.

2. الحدود الزمانية:

تم تنفيذ الدراسة خلال فترة شهر نوفمبر وديسمبر من عام 2025م شملت مراحل جمع البيانات وتحليلها، وتعكس النتائج الواقع التنظيمي والسلوكي السائد خلال تلك الفترة فقط.

3. الحدود البشرية:

انحصرت الدراسة في عينة من المسوقين وأصحاب الأعمال الذين شاركوا طوعاً في الاستبانة، ولا تشمل آراء فئات إدارية أو وظيفية أخرى خارج هذا الإطار.

4. الحدود الموضوعية:

ركزت الدراسة على تحليل أثر العوامل التنظيمية والسلوكية في بناء الثقة بين المسوقين وأصحاب الأعمال، دون التطرق إلى متغيرات أخرى مثل العوامل القانونية أو الاقتصادية الخارجية.

الفصل الثاني: الإطار النظري

يُعد الفصل النظري هذا حجر الزاوية في الدراسة، إذ يوضح الأساس الذي استندت إليه جميع مراحل البحث، من جمع البيانات إلى تحليل النتائج وتفسيرها. يهدف الفصل إلى تقديم فهم شامل ودقيق لآليات بناء الثقة المهنية بين المسوقين وأصحاب الأعمال، مبيناً كيف تتفاعل العوامل التنظيمية والسلوكية لتشكيل علاقات مهنية مستقرة وموثوقة. تعكس البيانات الميدانية أن الثقة ليست مجرد شعور أو مفهوم نظري، بل هي نتيجة مباشرة للتطبيق العملي للسياسات والإجراءات المنظمة، والالتزام الفردي بالممارسات المهنية، بما يشمل النزاهة، الالتزام بالمواعيد، روح المبادرة، والتعاون الفعال. توضح الملاحظات أن المؤسسات التي تمتلك هيكلًا تنظيمياً واضحاً، سياسات وإجراءات شفافة، أساليب قيادة تشاركية، وقنوات اتصال فعالة، مع وجود سلوكيات عملية إيجابية، سجلت أعلى مستويات من الثقة، وساهمت في تحسين جودة الأداء المؤسسي وتعزيز التعاون بين الفرق وأصحاب الأعمال. ومن ناحية أخرى، بينت المقابلات والملاحظات الميدانية أن وجود سياسات واضحة وهياكل تنظيمية قوية لا يكفي لضمان الثقة، إذ أن غياب الالتزام والسلوكيات المهنية العملية يؤدي إلى تراجع ملحوظ في مستوى الاعتمادية بين الأطراف. وبذلك يظهر الفصل بشكل واضح أن الثقة المهنية تنشأ من تكامل متكافئ بين التنظيم والسلوكيات اليومية للأفراد، حيث يوفر الهيكل والسياسات الإطار، بينما تحوّل السلوكيات العملية هذا الإطار إلى واقع عملي ملموس، ينعكس على الأداء، التعاون، وتقليل المخاطر المهنية. علاوة على ذلك، يربط هذا الفصل بين الأدبيات النظرية الحديثة والدلائل الميدانية، ما يتيح تقديم توصيات عملية دقيقة وقابلة للتطبيق، تعزز من بيئة العمل وتحافظ على علاقات مهنية مستدامة. في المجمل، يقدم هذا الفصل رؤية متكاملة لكيفية نشوء الثقة المهنية، ويوفر قاعدة علمية قوية لدعم استنتاجات البحث، وتحليل أثر العوامل التنظيمية والسلوكية على تعزيز الاعتمادية والتفاعل الفعال بين المسوقين وأصحاب الأعمال في بيئة العمل الواقعية.

المبحث الأول: الثقة المهنية كممارسة عملية في العلاقة بين المسوقين وأصحاب الأعمال

في هذه الدراسة، لم تُفهم الثقة المهنية كقيمة مجردة أو شعور نظري، بل ك سلوك عملي يمكن رصده وقياسه في المواقف اليومية. تم التعامل مع الثقة على أنها قدرة أحد الأطراف على التنبؤ بسلوك الطرف الآخر عند مواجهة قرارات حرجية أو مواقف غير مؤكدة، وهو ما يجعلها متغيراً حاسماً في تقييم جودة العلاقات المهنية.

1.1 رصد الثقة في الميدان

أظهرت البيانات الميدانية أن الثقة تتجلى في ثلاثة سياقات حرجية:

- عند مواجهة إخفاق في تحقيق النتائج المتوقعة، مثل حملة تسويقية لم تصل لأهدافها: في هذه الحالات، تظهر الثقة المهنية من خلال قدرة المسوقين وأصحاب الأعمال على التعامل مع الفشل بشكل شفاف ومسؤول، دون اللجوء إلى لوم غير مبرر أو إخفاء الأخطاء. البيانات الميدانية أظهرت أن الفرق التي تتمتع بثقة عالية تبادلّت تقييمات الأداء والملاحظات بصراحة، مما أتاح تحديد نقاط الضعف بسرعة وتصحيح المسار في الوقت المناسب، بدلاً من تعطيل العملية أو زيادة المخاطر على المشروع.
- عند طلب صاحب العمل معلومات أو بيانات حساسة تتعلق بالقرارات الاستراتيجية: الثقة تظهر هنا من خلال استعداد المسوق لمشاركة المعلومات الدقيقة والموثوقة، مع الحفاظ على السرية وحماية مصالح الشركة. أظهرت مقابلات الميدانية أن الأفراد الذين يتمتعون بثقة عالية مع أصحاب الأعمال كانوا أكثر قدرة

على تقديم بيانات حقيقية ودقيقة، ما مكن الإدارة من اتخاذ قرارات استراتيجية مستنيرة دون خوف من التضليل أو إخفاء المعلومات.

• عند اتخاذ قرارات سريعة تحمل مخاطر مالية أو تشغيلية:

في هذه المواقف الحرجة، تعد الثقة المهنية عنصراً حاسماً في قدرة الفرق على التحرك بسرعة وتنفيذ القرار بثقة. أظهرت النتائج الميدانية أن الفرق ذات الثقة المتبادلة بين أعضائها وأصحاب الأعمال كانت أكثر قدرة على تقييم المخاطر بسرعة، اتخاذ إجراءات تصحيحية فورية عند الحاجة، وضمان التزام الجميع بخطة التنفيذ، مما يقلل من احتمالية الخسائر ويزيد من فعالية الأداء.

في هذه السياقات، تم تحديد مؤشرات الثقة الفعلية من خلال:

- مدى الشفافية في مشاركة المعلومات: تظهر الثقة عندما يشارك الأفراد البيانات والمعلومات بوضوح ودقة، مما يساهم في اتخاذ قرارات أفضل وتقليل المخاطر المرتبطة بسوء الفهم أو المعلومات الناقصة.
 - سرعة الاستجابة للمشكلات: الفرق الموثوقة تتميز بالقدرة على التعاطي الفوري مع التحديات والمشكلات، ما يحافظ على سير العمل ويحد من تأثير العقوبات على الأداء.
 - الاستعداد لتحمل مسؤولية النتائج: الثقة تعكس استعداد الأفراد للاعتراف بالنجاحات والإخفاقات على حد سواء، وتحمل المسؤولية الكاملة عن القرارات المتخذة، ما يعزز الاعتمادية والمصادقية بين الأطراف.
- على سبيل المثال، أظهرت استجابات 68% من المسوقين أنهم يزدون من مستوى الإفصاح عن التحديات والمخاطر بعد أن لاحظوا التزام أصحاب الأعمال بالمصادقية في الردود السابقة، مما يعكس تأثير التفاعل السابق في بناء الثقة.

1.2 آليات تكوين الثقة العملية

التحليل الميداني كشف أن الثقة المهنية لا تُبنى بمجرد الكفاءة الفنية، بل من خلال كيفية إدارة المواقف الصعبة:

- الالتزام بالمواعيد وتقديم بيانات دقيقة حتى في الظروف غير المثالية: يعكس هذا السلوك موثوقية الفرد، حيث يضمن استمرار سير العمل دون تأخير ويتيح اتخاذ قرارات مبنية على معلومات صحيحة.
 - مواجهة المشكلات دون لوم الآخرين أو إخفاء المعلومات: يبرز هذا الالتزام بالشفافية والنزاهة، ما يعزز الثقة المتبادلة ويتيح معالجة المشكلات بفعالية دون تعقيد العلاقات المهنية.
 - تقديم حلول بديلة عند الفشل أو الخطأ: يظهر هذا السلوك روح المبادرة والمرونة، حيث يسعى الفرد لتحويل العقوبات إلى فرص، مما يدعم استدامة التعاون وتحقيق الأهداف المشتركة.
- هذا النمط من السلوك يسمح للطرف الآخر بتقليل الرقابة، الاعتماد على الشريك، واتخاذ قرارات أسرع وأكثر فعالية، وهو ما يبرز الثقة كمكون عملي مرتبط بالإجراءات والسلوك اليومي، لا بالتصريحات النظرية.

1.3 الربط بالنظرية

في ضوء نموذج Mayer et al (1995) وأعمال Dirks & Ferrin (2002)، لم تُستخدم أبعاد الثقة (النزاهة، الكفاءة، الاعتمادية) كنموذج نظري جامد، بل كأدوات تفسيرية لفهم النتائج الميدانية. أظهرت البيانات أن المشاركين لا يتعاملون مع هذه الأبعاد بشكل منفصل، بل يدركونها كوحدة متكاملة تُترجم مباشرة إلى سلوكيات مهنية عملية، مثل الالتزام بالمواعيد، التعامل النزيه

مع المعلومات، والقدرة على الوفاء بالالتزامات. هذا التكامل العملي بين الأبعاد يعكس أن الثقة المهنية تتشكل من تفاعل هذه العناصر جميعها في الواقع اليومي، وليس مجرد مفاهيم نظرية، مما يتيح تفسير النتائج الميدانية بدقة أكبر وفهم كيفية تأثير الثقة على الأداء المهني.

على سبيل المثال: مسوّق ذو مهارات عالية فقد الثقة بسبب غياب الشفافية، في حين مسوّق أقل خبرة حافظ على مستوى عالٍ من الثقة بسبب التزامه بالوضوح والمصداقية، مما يوضح أن الثقة المهنية تتشكل من التفاعل بين الكفاءة والسلوك وليس الكفاءة وحدها.

1.4 الخلاصة

الثقة المهنية في هذه الدراسة تمثل متغيرًا عمليًا تفاعليًا يُبنى من خلال السلوك المستمر والقرارات اليومية وليس فقط من خلال السياسات أو الهياكل الرسمية. فهي النتيجة المترتبة على تكامل السلوك الفردي، تكرار التجارب الميدانية الإيجابية، والتفاعل المستمر بين المسوّقين وأصحاب الأعمال. هذا الفهم يجعل الثقة قابلة للرصد والقياس والتحليل السببي، ويضعها في مركز العلاقة بين العوامل التنظيمية والسلوكية في الدراسة.

المبحث الثاني: العوامل التنظيمية وبنائها العملي للثقة المهنية

في هذه الدراسة، تم التعامل مع العوامل التنظيمية ليس بوصفها سياسات أو هياكل رسمية مجردة، بل كأدوات عملية تؤثر مباشرة في مستوى الثقة بين المسوقين وأصحاب الأعمال. البيانات الميدانية أظهرت أن التنظيم الصحيح يُمكن الأطراف من التصرف بثقة، اتخاذ قرارات مستقلة، وتقليل المخاطر المشتركة، في حين أن غياب التنظيم أو الفوضى يؤدي إلى تراجع الثقة بسرعة.

2.1 الهيكل التنظيمي: العمود الفقري للثقة

رصدت الدراسة الهياكل التنظيمية في 12 شركة شملت شركات تسويق رقمي، شركات استيراد وتوزيع، ومؤسسات خدمات، بهدف تقييم تأثير التنظيم على بناء الثقة بين المسوقين وأصحاب الأعمال. أظهرت النتائج أن:

- وضوح الأدوار والمسؤوليات: يقلل الالتباس الإداري ويخفض النزاعات بنسبة تصل إلى 40% وفقاً للمقابلات مع المديرين والمسوقين، مما يعكس تأثير الهيكل الواضح في تعزيز بيئة عمل مستقرة وموثوقة.
- توصيف دقيق للمهام وقياس واضح للأداء: الفرق التي امتلكت هذا المستوى من التنظيم كانت أكثر قدرة على اتخاذ قرارات مشتركة بسرعة، ما يعكس زيادة مستوى الثقة العملية، ويساعد على تحسين التنسيق الداخلي وتقليل الأخطاء التشغيلية.

كما لوحظ من خلال الملاحظات الميدانية أن الشركات ذات الهياكل المرنة والواضحة أظهرت تفاعلاً أفضل بين الفرق، إذ تمكن الأفراد من تبادل المعلومات بحرية واتخاذ إجراءات تصحيحية بسرعة عند مواجهة التحديات، ما يعزز العلاقة بين التنظيم والثقة المهنية بشكل ملموس.

آلية التأثير:

1. الهيكل الواضح: يحدد بدقة المسؤوليات لكل فرد، مما يقلل الغموض الإداري ويحد من النزاعات، ويعزز الاعتماد المتبادل بين الفرق، وبالتالي يترجم إلى ثقة عملية ملموسة يمكن ملاحظتها في سير العمل اليومي واتخاذ القرارات المشتركة.
2. المرونة في تعديل الأدوار حسب متطلبات السوق: تسمح للفرق بالتكيف مع التغيرات والتحديات الجديدة دون فقدان مستوى الثقة، حيث يظل كل عضو قادراً على أداء مهامه بكفاءة، ما يحافظ على استقرار التعاون ويقلل من تأثير المفاجآت على الأداء المؤسسي.

مثال تطبيقي: في إحدى شركات التسويق الرقمي، أدى وجود توصيف دقيق للأدوار إلى قدرة الفريق على اتخاذ قرار فوري بشأن تعديل حملة تسويقية بعد تراجع مؤشرات الأداء، دون الحاجة لتدخل مباشر من صاحب العمل، مما عزز الثقة بين الطرفين.

2.2 القيادة التنظيمية: تمكين الالتزام وبناء الثقة

تم تحليل أساليب القيادة باستخدام مزيج من المقابلات واستبانات تقييم القيادة. النتائج أظهرت أن القيادة التحولية والمشاركة في اتخاذ القرار تؤدي مباشرة إلى ارتفاع مستوى الثقة.

ملاحظات ميدانية محددة:

3. الشفافية والمصادقية في القيادة: القادة الذين يشرحون أسباب القرارات ويستمعون لآراء المسوقين يعززون الشعور بالوضوح والإنصاف، مما يزيد من مستوى الثقة بين الفريق والإدارة ويشجع على تبادل المعلومات بحرية دون خوف من التحيز أو الإخفاء.
4. التوجيه والمتابعة: القادة الذين يكرسون وقتًا لتوجيه الفرق ومتابعة الأداء يعززون شعور الموظفين بالاعتماد على المؤسسة، حيث يشعر الأفراد بالدعم والتمكين، ما ينعكس إيجابًا على الالتزام بالمواعيد والجودة العامة للأداء.

آلية التأثير:

- التمكين والمسؤولية: عندما يُمنح المسوق القدرة على اتخاذ القرارات وتحمل مسؤوليتها، يزداد شعوره بالكفاءة والثقة في نفسه، مما يعزز التزامه تجاه مهامه، وينعكس مباشرة على الثقة العملية لدى صاحب العمل، حيث يُلاحظ اعتماده المستمر على الفرد في المهام الحرجة واتخاذ القرارات التشغيلية بثقة.
- مثال: أحد مديري المبيعات في شركة توزيع أدوية سمح لمسوقيه باختيار الاستراتيجيات التسويقية ضمن نطاق محدد، ومع ذلك طلب تقارير دورية واضحة، مما حافظ على مستوى ثقة مرتفع رغم المخاطر.

2.3 نظم الاتصال التنظيمي: الشفافية العملية

- التحليل الميداني أظهر أن نظم الاتصال هي العامل الأكثر وضوحًا في بناء أو تراجع الثقة.
- الاتصال المنتظم والواضح: أظهرت البيانات أن المؤسسات التي اعتمدت اجتماعات أسبوعية منتظمة وأنظمة إدارة مشاريع واضحة شهدت زيادة في مستوى الاعتمادية بنسبة 35-40% وفق استجابات الاستبانة، حيث ساعد التواصل المستمر على توضيح التوقعات وتقليل الغموض، مما عزز القدرة على اتخاذ قرارات مشتركة بثقة.
 - استخدام القنوات الرقمية: أسهمت أدوات الاتصال الرقمية مثل البريد الإلكتروني، تطبيقات المراسلة الفورية، وأنظمة متابعة المشاريع في توفير معلومات دقيقة وفورية، ما مكن الفرق من معالجة المشكلات بسرعة، واتخاذ القرارات الحرجة بثقة أكبر، وبالتالي تحسين كفاءة الأداء المؤسسي بشكل ملموس.
 - المثال العملي: فريق تسويق في شركة توزيع شوكولاتة استطاع تعديل خطة تسويق عاجلة بعد تراجع المبيعات، بفضل توفر البيانات الفورية والشفافية في التواصل، ما عكس الثقة العالية بين المسوقين وأصحاب الأعمال.

2.4 بيئة العمل التنظيمية: دعم المبادرة والاستدامة

- بيئة العمل التي تشجع المبادرة والابتكار أثبتت فعاليتها في رفع مستوى الالتزام والتعاون بين المسوقين وأصحاب الأعمال.
- توفير الموارد والدعم الإداري وثقافة التعاون: أظهرت الدراسة أن الشركات التي تقدم دعمًا واضحًا من الإدارة، موارد كافية، وثقافة تشجع على التعاون سجلت مستويات أعلى من الثقة بين المسوقين وأصحاب الأعمال، حيث يسهم هذا الدعم في تمكين الفرق من أداء مهامها بكفاءة ويعزز الاعتماد المتبادل.
 - بيئة العمل الداعمة: تسمح هذه البيئة بارتكاب أخطاء بسيطة والتعلم منها، ما يعزز الثقة بالنظام وبالأفراد على حد سواء، ويشجع المبادرة وحل المشكلات بطريقة فعالة، وبالتالي يزيد من استدامة التعاون المهني وجودة الأداء المؤسسي.

مثال: في مؤسسة خدمات لوجستية، بيئة العمل الداعمة للابتكار ساعدت المسوقين على اقتراح حلول لتسريع عمليات التوزيع، دون خوف من العقاب، مما رفع من مستوى الاعتماد المتبادل والثقة المؤسسية.

2.5 الخلاصة

- العوامل التنظيمية في هذه الدراسة ليست مجرد سياسات نظرية، بل أدوات عملية لبناء الثقة.
- الهيكل التنظيمي يوفر الإطار الرسمي والمرونة اللازمة لتحديد المسؤوليات بوضوح والتكيف مع متطلبات السوق.
- القيادة التنظيمية تمكّن الأفراد وتعزز التزامهم، من خلال التوجيه، التمكين، والمتابعة المستمرة للأداء.
- نظم الاتصال تخلق الشفافية والمصادقية، وتضمن وصول المعلومات بدقة وفي الوقت المناسب لدعم اتخاذ القرارات.
- بيئة العمل الداعمة تشجع المبادرة وتدعم بناء علاقات مهنية مستدامة بين المسوقين وأصحاب الأعمال.

النتيجة الميدانية الأساسية: بدون تنظيم واضح وسلوك قيادي داعم، لا يمكن تحويل السياسات والإجراءات إلى ثقة فعلية. فالتنظيم يشكل الأساس، لكن الثقة العملية تكتمل فقط عند دمج هذا الأساس مع السلوكيات الإيجابية والالتزام المهني للأفراد، ما يجعل الثقة ملموسة ومستدامة في بيئة العمل .

المبحث الثالث: العوامل السلوكية ودورها في تعزيز الثقة المهنية

في هذه الدراسة، تُفهم العوامل السلوكية على أنها العناصر الفعلية التي تحول البنية التنظيمية إلى ثقة ملموسة على أرض الواقع . فحتى مع وجود هيكل تنظيمي واضح وسياسات شفافة، فإن الثقة لا تتحقق إلا عندما يترجم الأفراد هذه القواعد إلى سلوك يومي يعكس الالتزام والمصادقية والتعاون.

3.1 الالتزام المهني والموثوقية

أظهرت البيانات الميدانية أن الالتزام بالمواعيد وتنفيذ المهام بدقة كان أبرز مؤشر عملي للثقة.

- وفقًا لاستجابات الاستبانة، أبلغ 56.7% من المشاركين أن شعورهم بالثقة ارتفع بشكل ملموس عند ملاحظة الزملاء يلتزمون بالمواعيد النهائية بدقة.
 - المقابلات أظهرت أن المسوّقين الذين يحافظون على الالتزام الكامل في تقديم تقارير أو تنفيذ مهام حساسة، تمكن أصحاب الأعمال من تفويض مهام إضافية دون الحاجة للرقابة المستمرة.
- مثال تطبيقي: فريق تسويق في شركة توزيع أغذية سجل انخفاضًا بنسبة 30% في طلبات المراجعة الإضافية من الإدارة بعد اعتماد الالتزام الصارم بالمواعيد، ما عكس ارتفاع مستوى الثقة العملية.

آلية التأثير:

1. الالتزام الدائم: يقلل من الحاجة للرقابة المستمرة ويخلق شعورًا بالأمان المهني لدى الفريق، حيث يثق الأعضاء بأن المهام ستُجز بدقة وفي الوقت المحدد حتى في ظروف الضغط أو التغيرات المفاجئة.
2. تعزيز الاعتماد المتبادل: الالتزام المستمر يرفع مستوى الاعتماد المتبادل بين المسوّقين وأصحاب الأعمال، ما يساهم في تسريع عملية اتخاذ القرار المشترك وتقليل التأخير الناجم عن التحقق المستمر من المعلومات، وبالتالي يترجم الالتزام إلى ثقة عملية ملموسة.

3.2 السلوك الأخلاقي والنزاهة

تم رصد تأثير النزاهة والصدق من خلال المقابلات والملاحظات المباشرة. النتائج أظهرت أن:

- الأفراد الذين يلتزمون بالأخلاقيات المهنية ويقدمون معلومات دقيقة، حتى في المواقف الحرجة، يرفعون مستوى الثقة بشكل ملموس.
 - غياب النزاهة أدى مباشرة إلى تآكل الثقة، حتى في المؤسسات التي تتمتع بهياكل تنظيمية قوية.
- مثال: أحد المسوّقين كشف عن خطأ في بيانات مبيعات سابقة، وقام بتصحيحه فورًا دون إخفاء المعلومات. هذا التصرف أدى إلى زيادة الاعتماد من قبل أصحاب الأعمال بنسبة 25% وفق بيانات الاستبانة.

- السلوك الأخلاقي: عندما يلتزم الأفراد بالنزاهة والصدق في تعاملاتهم اليومية، يُترجم ذلك مباشرة إلى شعور بالموثوقية لدى الأطراف الأخرى، مما يقلل القلق من المعلومات المضللة أو القرارات غير الدقيقة.
- تعزيز الاعتماد المتبادل: الالتزام بالسلوك الأخلاقي يزيد قدرة المسوقين وأصحاب الأعمال على الاعتماد على بعضهم البعض، خاصة في المواقف المعقدة أو القرارات الحساسة، ما يساهم في تعزيز الثقة العملية واستدامة التعاون المهني.

3.3 روح المبادرة والتعاون

تم تحليل السلوك التعاوني من خلال الملاحظات الميدانية وتسجيل حالات حل المشكلات المشتركة:

- الفرق التي تشجع المبادرة وتبادل الحلول أظهرت مرونة أكبر واستجابة أسرع للتغيرات السوقية.
 - التعاون اليومي بين المسوقين وأصحاب الأعمال خلق حلقة تغذية إيجابية للثقة: كل نجاح صغير يعزز الاعتماد المتبادل ويحفز على مزيد من المبادرات.
- مثال: شركة توزيع منتجات منزلية أطلقت نظامًا داخليًا للمبادرة، حيث كان لأي موظف حق اقتراح تحسين العمليات. هذا النظام زاد من معدل تنفيذ الاقتراحات بنسبة 40%، وعكس ارتفاع الثقة بين المسوقين والإدارة.

3.4 طرق التعامل مع الزملاء والعملاء

أظهرت البيانات أن أسلوب التفاعل اليومي يحدد استدامة الثقة:

- الاحترام المتبادل والاستماع الفعال: يساهمان في خلق بيئة عمل تعزز التعاون الإيجابي والانسيابية في التواصل، ما يؤدي إلى زيادة الانسجام المهني وتسريع اتخاذ القرارات المشتركة بثقة.
- تجنب السلوكيات السلبية: أي تصرف متعجرف أو رفض مشاركة المعرفة يؤدي إلى تراجع ملموس في مستوى الثقة، حتى في حال وجود سياسات واضحة، مما يبرز أن الثقة العملية تعتمد على سلوكيات الأفراد وليس فقط على القواعد التنظيمية.

مثال: فريق تسويق في شركة تقنية شهد انخفاضًا في مستوى التعاون بنسبة 20% بعد حادثة رفض موظف مشاركة خطة عمله، رغم وجود هيكل تنظيمي واضح وسياسات شفافة، مما يوضح قوة العامل السلوكي في تعزيز أو إضعاف الثقة.

3.5 الخلاصة

العوامل السلوكية في هذه الدراسة تمثل المكمّل الفعلي للعوامل التنظيمية. يمكن تلخيص النتائج العملية كالتالي:

1. الالتزام المهني والنزاهة هما الركيزتان الأساسيتان لبناء الثقة العملية.
2. روح المبادرة والتعاون تعزز الاعتمادية وتسرع التفاعل بين الأطراف.
3. أساليب التعامل اليومية، مثل الاحترام والاستماع، تحافظ على استدامة الثقة حتى في بيئات تنظيمية قوية.

الاستنتاج العملي: السياسات والهيكل يوفران الإطار، لكن الثقة الفعلية تتحقق فقط عندما تُترجم هذه السياسات إلى سلوكيات إيجابية. أي فجوة بين التنظيم والسلوك تؤدي مباشرة إلى تراجع الثقة، والعكس صحيح: سلوك إيجابي مستمر مع تنظيم واضح يخلق ثقة مستدامة وعلاقات مهنية مستقرة.

المبحث الرابع: العلاقة التفاعلية بين العوامل التنظيمية والسلوكية والثقة المهنية

في هذا المبحث، لم تكتفِ الدراسة بفحص العوامل التنظيمية والسلوكية بشكل منفصل، بل ركزت على دراسة تكامل هذه العوامل وكيفية تأثيرها المشترك على مستوى الثقة العملية بين المسوّقين وأصحاب الأعمال. البيانات الميدانية أظهرت أن الثقة لا تنشأ من عامل واحد فقط، بل من التفاعل الديناميكي بين الهيكل المؤسسي والسلوكيات اليومية.

4.1 التكامل بين الهيكل التنظيمي والسلوكيات العملية

النتائج أوضحت أن الهيكل التنظيمي يوفر الإطار الرسمي، بينما السلوكيات الإيجابية تحول هذا الإطار إلى واقع عملي ملموس:

- الشركات التي جمعت بين هيكل واضح، سياسات شفافة، وقادة يطبقون أساليب المشاركة في اتخاذ القرار، وسلوكيات عالية الالتزام من الموظفين، سجلت أعلى مستويات الثقة بين المسوّقين وأصحاب الأعمال.
- بالمقابل، ضعف الالتزام السلوكي، حتى مع وجود سياسات جيدة وهيكل واضح، أدى إلى انخفاض مستوى الثقة بشكل ملموس.

مثال تطبيقي: في إحدى شركات الاستيراد والتوزيع، وجود نظام متابعة صارم وتقارير دورية لم يكن كافياً لضمان ثقة أصحاب الأعمال. لكن عندما التزم المسوّقون بالمواعيد وأظهروا النزاهة وروح المبادرة، ارتفع مؤشر الثقة بنسبة 45% مقارنة بالفترة السابقة.

آلية التأثير:

1. وضوح الهيكل التنظيمي: يوفر تحديد المهام والمسؤوليات بدقة، ما يقلل من الغموض الإداري والنزاعات الداخلية، ويعطي الأفراد شعوراً بالاستقرار والقدرة على التعاون بفعالية.
2. تحويل القواعد إلى سلوك عملي: الالتزام بالسلوكيات اليومية، مثل الوفاء بالمواعيد، النزاهة، والتعاون، يحول السياسات والإجراءات الرسمية إلى تعاملات عملية ملموسة، ما يرسخ الثقة ويجعلها مستدامة على المدى الطويل، ويضمن أن تكون العلاقة المهنية قائمة على الاعتماد المتبادل والتفاهم الواضح.

4.2 التأثير التفاعلي على الأداء المؤسسي

البيانات أظهرت أن التكامل بين التنظيم والسلوكيات لا يعزز الثقة فحسب، بل يترجم مباشرة إلى أداء مؤسسي أعلى:

- الالتزام المهني والنزاهة مع هيكل تنظيمي واضح: أدى هذا التكامل إلى تسريع عمليات اتخاذ القرار بنسبة 30-35% في الفرق الميدانية، حيث أصبح الاعتماد المتبادل بين الأعضاء واضحاً وتقل الحاجة للرقابة المستمرة.
- فرق العمل ذات الثقة العالية: أظهرت قدرة أكبر على حل المشكلات المشتركة بسرعة وفعالية، ما انعكس مباشرة على تحسين نتائج المشاريع التسويقية، وزيادة رضا العملاء، وتعزيز الأداء المؤسسي بشكل عام.

مثال عملي: في إحدى شركات التسويق الرقمي، دمج الفريق بين هيكل تنظيمي مرن وسلوكيات المسوّقين المبادرين، ما مكّنهم من إطلاق حملة تسويقية طارئة خلال 48 ساعة بدل أسبوع، دون الحاجة لمراجعات إضافية أو تدخل إداري كبير. هذا الأداء يعكس ارتفاع مستوى الثقة بين أعضاء الفريق وأصحاب الأعمال، ويظهر كيف أن التوازن بين البنية التنظيمية والسلوكيات العملية يؤدي إلى تحسين الأداء المؤسسي واستجابة أسرع للتحديات السوقية.

4.3 ملاحظات ميدانية حول التباين بين المؤسسات

الدراسة لاحظت فروقاً واضحة بين المؤسسات:

- المؤسسات ذات الهيكل الواضح والسياسات الفعالة مع سلوكيات ضعيفة للأفراد: أظهرت النتائج أن الثقة في هذه المؤسسات كانت متذبذبة وغير مستقرة، حيث أن القواعد وحدها لم تكن كافية لضمان تعاملات مهنية موثوقة.
- المؤسسات التي جمعت بين هيكل واضح، سياسات شفافة، وسلوكيات إيجابية عالية: سجلت مستويات مرتفعة من الثقة المستقرة والمتنامية بين الأطراف، مما أظهر أن التكامل بين الهيكل التنظيمي والسياسات والسلوكيات العملية هو العامل الحاسم لتحقيق ثقة عملية مستدامة.
- الاستنتاج: الثقة العملية ليست نتيجة عامل واحد فقط، بل هي نتاج تفاعل ديناميكي مستمر بين التنظيم الرسمي والسلوكيات الواقعية للأفراد، حيث يعزز كل عنصر الآخر ويترجم القواعد والسياسات إلى واقع مهني ملموس ومستقر.

4.4 نموذج تفاعلي مقترح لبناء الثقة

1. الهيكل التنظيمي والسياسات: يوفر وضوحاً في المهام، تحديد المسؤوليات، وإطار عمل محدد يحد من الغموض الإداري ويقلل النزاعات بين الأطراف.
 2. القيادة والدعم الإداري: تمكن الأفراد من أداء مهامهم بثقة، وتعزز التزامهم تجاه المؤسسة والشركاء، مع توجيه مستمر ومتابعة للأداء.
 3. السلوكيات الفردية (الالتزام، النزاهة، المبادرة): تعمل على تحويل القواعد والسياسات الرسمية إلى تعاملات عملية ملموسة، ما يرسخ الثقة ويجعلها مستدامة على المدى الطويل.
- النتيجة العملية: يؤدي هذا التفاعل المتكامل إلى ثقة مهنية مستدامة، تحسين جودة الأداء المؤسسي، وتسريع اتخاذ القرارات المشتركة، بالإضافة إلى خلق انسجام وتعاون فعال بين المسوّقين وأصحاب الأعمال.

4.5 الخلاصة

- الثقة المهنية تنشأ من التفاعل بين الهيكل التنظيمي والسلوكيات العملية، وليست مجرد نتيجة لأي عامل منفرد.
- التكامل بين التنظيم والسلوكيات يرفع مستوى الأداء المؤسسي ويعزز الالتزام والتعاون بين الأطراف.
- غياب السلوكيات العملية الإيجابية يحول الهيكل والسياسات إلى مجرد رموز إدارية لا تحقق الثقة.
- الدمج بين الهيكل التنظيمي والسلوكيات الإيجابية يشكل الضمان الأساسي لاستدامة العلاقات المهنية وثقة المسوّقين وأصحاب الأعمال.

المبحث الخامس: الدراسات السابقة وأهميتها

يهدف هذا المبحث إلى عرض الدراسات السابقة ذات الصلة وإظهار كيف ساعدت في بناء الإطار النظري والدليل العملي لهذه الدراسة. تم التركيز على الأعمال البحثية التي تناولت العوامل التنظيمية، السلوكية، والثقة المهنية في بيئات العمل المختلفة، مع استعراض كيفية توظيف هذه الدراسات لتفسير النتائج الميدانية بشكل دقيق.

5.1 دور الدراسات السابقة في تحديد المتغيرات الأساسية

الدراسات السابقة ساعدت في تحديد أهم العوامل التي تؤثر على الثقة المهنية، والتي تم اختبارها في هذه الدراسة:

1. وضوح السياسات والهيكل الإداري:

- أشارت دراسات مثل (Alshammari, 2022) إلى أن الهياكل المرنة والواضحة تقلل الغموض الإداري وتزيد من التعاون بين الفرق.
- تم تطبيق هذه النتائج عملياً في الدراسة من خلال تحليل الاستبانة والمقابلات الميدانية، حيث أظهرت الفرق ذات السياسات الواضحة مستويات ثقة أعلى بنسبة ملحوظة.

2. النزاهة والالتزام بالمواعيد:

- الدراسات (Abdullah & Hassan, 2021; الحربي, 2023) أكدت أن الالتزام بالسلوك الأخلاقي يعزز المصداقية والاعتمادية بين الأطراف.
- في البيانات الميدانية، لوحظ أن المسوّقين الذين التزموا بالمواعيد بدقة وأظهروا نزاهة في التعامل سجلوا أعلى مستويات الثقة العملية.

3. أساليب القيادة والتواصل:

- تشير الأدبيات (Schein, 2019; Robbins & Judge, 2022) إلى أن القيادة الشفافة والقيادة التشاركية، إلى جانب نظم الاتصال الفعالة، تزيد من مستوى التعاون والثقة داخل المؤسسات.
- هذه النتائج تم تأكيدها في الدراسة عبر ملاحظة الفرق الميدانية التي أظهرت أن القادة الذين يشجعون المشاركة في القرار ويعززون التواصل الواضح يحققون مستوى أعلى من الثقة بين المسوّقين وأصحاب الأعمال.

5.2 المساهمة التطبيقية للأدبيات السابقة

• الربط بين النظرية والواقع العملي:

الأدبيات السابقة كانت بمثابة مرشد لتحديد المتغيرات الأساسية، لكنها غالباً ما كانت عامة أو نظرية. هذه الدراسة تجاوزت ذلك من خلال ربط المتغيرات بالبيانات الميدانية المجمعة من المؤسسات المشاركة، ما أتاح تحليلاً عملياً يعكس الواقع اليومي للعلاقات المهنية.

- توضيح أوجه التكامل بين التنظيم والسلوكيات:
معظم الدراسات ركزت على الجانب التنظيمي أو السلوكي منفردًا. هذه الدراسة طُبِّقت نموذجًا تكامليًا، حيث أظهرت أن الثقة الفعلية تعتمد على تفاعل هذه العوامل وليس على كل عامل بمفرده.
- تقديم أدلة ملموسة لدعم الاستنتاجات:

○ على سبيل المثال، الدراسات السابقة أظهرت أن النزاهة والالتزام يرتبطان بالثقة (Abdullah & Hassan, 2021)، لكن البيانات الميدانية أظهرت قياس أثر الالتزام بنسبة محددة على مستوى الثقة العملية، ما يجعل النتائج قابلة للتطبيق الفعلي في بيئات العمل.

5.3 خلاصة

- الدراسات السابقة كانت حجر الأساس لبناء الإطار النظري، حيث وفرت دليلًا على أهمية العوامل التنظيمية والسلوكية.
 - دمج هذه الدراسات مع البيانات الميدانية المجمعَة أتاح تحليلًا أكثر دقة وعمقًا، ما ساعد على تحديد العلاقة التفاعلية بين التنظيم والسلوكيات والثقة المهنية.
 - النتيجة العملية هي رؤية شاملة ومتكاملة توضح كيف يمكن للمؤسسات تعزيز الثقة بين المسوّقين وأصحاب الأعمال من خلال تطبيق سياسات واضحة، قيادة تشاركية، والتزام سلوكي إيجابي مستمر.
- الاستنتاج النهائي: الجمع بين الأدبيات النظرية والبيانات الواقعية مكن الدراسة من تقديم توصيات عملية، قابلة للتطبيق، لتعزيز الثقة المهنية وتحسين الأداء المؤسسي، ما يجعل هذه الدراسة مرجعًا قويًا للباحثين والممارسين في مجال الإدارة والتسويق.

خاتمة الفصل النظري

بعد دراسة وتحليل الإطار النظري لهذه الدراسة، يمكن استخلاص عدد من النتائج الأساسية التي تلخص فهمنا العميق للعوامل المؤثرة في بناء الثقة المهنية بين المسوقين وأصحاب الأعمال، وكيفية تفاعل العوامل التنظيمية والسلوكية لتشكيل بيئة عمل موثوقة ومستدامة.

2. تكامل الهيكل التنظيمي والسلوكيات العملية

أظهرت الدراسة أن الثقة المهنية لا تنشأ من عامل واحد، بل هي نتيجة تفاعل مستمر وديناميكي بين البنية التنظيمية والسلوكيات اليومية للأفراد.

- الهيكل التنظيمي يوفر الإطار الرسمي والسياسات الواضحة، بما يحدد المسؤوليات ويقلل الغموض والنزاعات.
- السلوكيات العملية للأفراد، مثل الالتزام بالمواعيد، النزاهة، روح المبادرة، والتعاون، تحوّل هذا الإطار إلى ثقة فعلية ومستدامة.
- غياب الالتزام السلوكي، حتى في وجود هيكل تنظيمي قوي، يؤدي إلى تراجع ملموس في مستوى الثقة، بينما التكامل بين الاثنين يعززها بشكل كبير.

3. دور العوامل التنظيمية

تم التأكيد على أن العوامل التنظيمية تشكل القاعدة الأساسية لبناء الثقة، وتشمل:

- الهيكل الإداري الواضح: يقلل الالتباس ويسهم في تحقيق تعاون فعال.
 - السياسات والإجراءات الشفافة: تعزز العدالة والمصداقية بين الأطراف.
 - أساليب القيادة التشاركية: تمكّن الموظفين وتعزز التزامهم.
 - نظم الاتصال الفعالة: تضمن وضوح التوقعات وتدعم الاعتمادية.
 - بيئة العمل الداعمة: تشجع المبادرة والابتكار، ما يرفع مستوى التفاعل والالتزام.
- البيانات الميدانية أظهرت أن المؤسسات التي جمعت بين هذه العناصر سجلت أعلى مستويات الثقة والأداء المؤسسي.

4. دور العوامل السلوكية

العوامل السلوكية تحوّل البنية التنظيمية إلى واقع عملي ملموس. أهم هذه العوامل:

- الالتزام المهني والموثوقية: أحد أهم المحددات العملية للثقة.
- السلوك الأخلاقي والنزاهة: يقلل المخاطر ويعزز شعور الأمان.
- روح المبادرة والتعاون: تزيد المرونة والقدرة على التكيف مع التغيرات.
- طرق التعامل مع الزملاء والعملاء: الاحترام والتفاعل الإيجابي يدعم الانسجام والثقة.

توضح البيانات أن غياب هذه السلوكيات يضعف الثقة، بينما تكاملها مع هيكل تنظيمي مناسب يخلق بيئة عمل مستقرة وموثوقة.

5. العلاقة التفاعلية بين العوامل التنظيمية والسلوكية والثقة

التحليل الميداني أظهر أن الثقة المهنية تنشأ من تكامل العوامل التنظيمية والسلوكية:

- الهيكل الإداري والسياسات يوفر إطار عمل واضح.
 - السلوكيات العملية تحوّل هذا الإطار إلى علاقات موثوقة ومستدامة.
 - التكامل بين الاثنين يعزز الأداء المؤسسي، الالتزام، والتعاون بين الأطراف.
- النتيجة العملية: أي خلل في أحد العناصر يؤدي إلى تراجع الثقة، بينما تكامل جميع العناصر يضمن استدامة العلاقات المهنية ورفع جودة الأداء المؤسسي.

6. أهمية الدراسات السابقة

الدراسات السابقة قدمت أساساً نظرياً متيناً لتحديد المتغيرات الأساسية، لكن غالباً ما كانت عامة أو نظرية. هذه الدراسة تجاوزت ذلك من خلال ربط الأدبيات بالبيانات الميدانية المجمعة، ما أتاح:

- فهماً أعمق للعوامل المؤثرة على الثقة العملية.
- تقديم نموذج تفاعلي عملي يوضح العلاقة بين التنظيم والسلوكيات والثقة.
- استخلاص توصيات قابلة للتطبيق لتحسين بيئة العمل وتعزيز الثقة بين الموظفين وأصحاب الأعمال.

7. الاستنتاج النهائي للفصل

1. الثقة المهنية ليست مجرد مفهوم نظري، بل هي نتيجة تفاعلية بين التنظيم والسلوكيات اليومية.
 2. العوامل التنظيمية توفر الإطار والقاعدة الأساسية، بينما السلوكيات العملية هي الضامن لتحويل هذا الإطار إلى ثقة فعلية.
 3. التكامل بين التنظيم والسلوكيات الإيجابية هو مفتاح بناء علاقات مهنية مستقرة ومستدامة.
 4. ربط الإطار النظري بالبيانات الميدانية يوفر أساساً علمياً متيناً لتحسين بيئة العمل وتعزيز الثقة المهنية، ويجعل النتائج قابلة للتطبيق العملي في المؤسسات المختلفة.
- خلاصة القول: الثقة المهنية تتحقق فقط عند توازن متكامل بين التنظيم الرسمي والسلوكيات اليومية للأفراد، مع متابعة مستمرة للسياسات، تدريب على الالتزام والسلوكيات المهنية، وخلق بيئة داعمة تشجع المبادرة والتعاون.

الفصل الثالث: تحليل البيانات واختبار فروض الدراسة

مقدمة

يهدف هذا الفصل إلى تقديم رؤية متعمقة حول النتائج المستخلصة من الاستبيان وتحليل البيانات المرتبطة بها، وذلك لفهم العلاقة بين المتغيرات المختلفة ومدى تأثيرها على بناء الثقة بين الأطراف المهنية. يُعنى هذا التحليل بتفسير المعلومات بطريقة منهجية تمكن من تقييم الفرضيات المطروحة في الدراسة، كما يسعى إلى الكشف عن الاتجاهات والنماذج السلوكية والتنظيمية التي تؤثر في مستوى الثقة داخل البيئة المهنية.

يُركز هذا الفصل على عرض البيانات بأسلوب واضح وموثق، مع استخدام أدوات التحليل الإحصائي المناسبة لتحديد الفروق والارتباطات بين المتغيرات، مما يتيح استنتاجات دقيقة وقابلة للتطبيق العملي. كما يسعى إلى تقديم نتائج قابلة للمقارنة مع الدراسات السابقة، مع تسليط الضوء على نقاط القوة والضعف في البيئة المهنية، لتكون هذه النتائج أساساً لتقديم توصيات مدعومة بالأدلة تساعد في تعزيز الثقة وتحسين بيئة العمل.

الهدف النهائي هو تقديم صورة شاملة ومتكاملة للبيانات، بحيث لا تقتصر الدراسة على وصف الأرقام والإحصاءات فقط، بل تعكس فهمًا حقيقيًا للسلوكيات والعوامل المؤثرة، مما يمكن القارئ من استيعاب الديناميكيات الداخلية للعلاقات المهنية وفهم مدى تحقق الفرضيات المطروحة.

مجتمع وعينة الدراسة

استندت هذه الدراسة إلى مجتمع بحثي يمثل العاملين وأصحاب الأعمال في الشارقة، ممن لهم تعامل مباشر أو غير مباشر مع بيئة التسويق وإدارة الأعمال. وقد تم اختيار هذا المجتمع بعناية ليشمل شرائح متنوعة من حيث الجنس، الفئة العمرية، مستوى الدخل، طبيعة العمل، وسنوات الخبرة، بما يتيح تمثيلًا واسعًا ومناسبًا لتقييم مستوى الثقة في السياق المهني.

تمثل العينة المجمعة في الاستبيان 150 مشاركًا، حيث تم توزيع الاستبيان بشكل عشوائي ضمن الشرائح المستهدفة لضمان التنوع والتوازن بين مختلف الفئات. وقد أظهرت البيانات تنوعًا في الجنس، إذ شملت كلا من الذكور والإناث، بالإضافة إلى تغطية متوازنة للفئات العمرية من أقل من 20 سنة إلى 30 سنة فأكثر. كما تم تصنيف المشاركين وفق الدخل الشهري، بدءًا من أقل من 3000 درهم وصولاً إلى أكثر من 10000 درهم، لضمان تمثيل جميع المستويات الاقتصادية.

أما بالنسبة لطبيعة العمل، فقد شملت العينة طلابًا، موظفين في التسويق، أصحاب أعمال ورؤساء مشاريع، وأفرادًا يعملون في مجالات أخرى، وهو ما يتيح فهمًا متعدد الأبعاد حول العوامل المؤثرة في بناء الثقة المهنية. وبالنسبة لسنوات الخبرة، تراوحت بين أقل من سنة إلى أكثر من خمس سنوات، ما ساعد في رصد الفروقات في الإدراك والسلوك بين المبتدئين وذوي الخبرة العملية.

صدق أداة الدراسة

تم تعزيز صدق أداة الدراسة من خلال عدة خطوات دقيقة لضمان موثوقية النتائج ودقتها في قياس الظواهر المستهدفة. أولاً، تم مراجعة بنود الاستبيان بواسطة خبراء متخصصين في مجالي الإدارة والتسويق، للتأكد من وضوح الأسئلة ومباشرتها، وتناسب المصطلحات مع مستوى فهم المشاركين، بما يقلل من احتمالية سوء التفسير.

ثانياً، تم ضمان صدق المحتوى من خلال شمول جميع عناصر الاستبيان لكافة أبعاد الثقة المهنية، مع توزيع متوازن للأسئلة على المحاور المختلفة، مثل السياسات والإجراءات التنظيمية، جودة التواصل، الالتزام، والسلوكيات المهنية.

كما أُجري اختبار تجريبي على عينة صغيرة قبل التطبيق الكامل لتقييم وضوح الأسئلة ومدى قدرتها على قياس المفاهيم المستهدفة، وأظهرت النتائج تجاوباً إيجابياً مع البنود، مما أكد صلاحية الأداة.

بالإضافة إلى ذلك، لقياس نتائج الاستبيان وتحليل العلاقة بين المتغيرات، تم استخدام معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient)، الذي يُمكن من تحديد قوة واتجاه العلاقة بين المتغيرات الكمية، مثل العلاقة بين الالتزام بالسلوكيات المهنية ومستوى الثقة، أو بين وضوح السياسات والإجراءات وارتفاع مستوى الثقة المهنية. يساهم هذا المعيار في استنتاج تأثير كل عامل من العوامل التنظيمية والسلوكية على الثقة المهنية بدقة، ويضمن تفسيراً موضوعياً للنتائج.

باختصار، تم التأكد من صدق أداة الدراسة عبر مراجعة الخبراء، وضمان شمول المحتوى، وإجراء اختبار تجريبي، وجمع البيانات تحت إشراف جهة متخصصة، واستخدام معيار ارتباط بيرسون لتحليل النتائج، مما يعزز الثقة في قدرة الاستبيان على قياس مستوى الثقة المهنية والعوامل المؤثرة فيها بدقة وموضوعية.

ثبات أداة الدراسة

لضمان موثوقية النتائج ودقة القياسات، يُعد تقييم ثبات أداة الدراسة خطوة أساسية. يعكس ثبات الأداة مدى قدرة الاستبيان على إنتاج بيانات متسقة ومستقرة عند تكرار التطبيق على نفس العينة أو عينات مشابهة، وهو ما يضمن عدم وجود تقلبات كبيرة في النتائج ويؤكد الاعتماد على الاستبيان في قياس المفاهيم محل الدراسة.

في هذه الدراسة، تم تقييم ثبات الاستبيان باستخدام معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha)، الذي يقيس مدى الترابط الداخلي بين بنود كل محور. أظهرت النتائج مستويات مرتفعة من الثبات في جميع المحاور، مما يدل على أن البنود مترابطة وتساهم بشكل متسق في قياس الظاهرة محل الدراسة.

بالإضافة إلى ذلك، تم إجراء تجربة أولية على عينة محدودة قبل جمع البيانات الرئيسية للتأكد من استقرار الأداة وموثوقية الإجابات، حيث لوحظت درجة عالية من التشابه بين النتائج في التطبيقين، مما يعزز من قوة ثبات الاستبيان.

وقد تم تدقيق البيانات وجمعها بمساندة شركة جلفايندر في الشارقة، المتخصصة في الدراسات وتطوير الأعمال، لضمان جودة المعلومات ودقتها، وهو ما أسهم في زيادة مصداقية الاستبيان وثباته.

باختصار، تؤكد هذه الإجراءات والإحصاءات أن أداة الدراسة تتمتع بثبات عالي، مما يضمن مصداقية النتائج المستخلصة منها عند تحليل البيانات واختبار فروض الدراسة.

خصائص عينة الدراسة

لتقديم فهم دقيق للنتائج، من الضروري عرض خصائص عينة الدراسة بشكل مفصل، حيث تعكس هذه الخصائص التوزيع الديموغرافي والمهني والاجتماعي للمستجيبين، وتساعد على تفسير البيانات في سياقها الواقعي.

تكونت عينة الدراسة من مجموعة من المشاركين من مختلف الأعمار والجنس والدخل وطبيعة العمل وسنوات الخبرة، مما يعكس تنوع المجتمع المستهدف ويضمن شمولية النتائج. فقد شملت العينة ذكور وإناث بنسب متقاربة، مع تباين في الفئات العمرية من أقل من 20 سنة وحتى 30 سنة فأكثر، مما أتاح مقارنة الاستجابات بين مختلف الفئات العمرية.

أما من حيث الدخل الشهري، فقد تراوحت مستويات المشاركين بين أقل من 3000 درهم إلى أكثر من 10000 درهم، ما أتاح دراسة تأثير الوضع المالي على وجهات النظر تجاه الثقة في بيئة العمل.

وفيما يتعلق بطبيعة العمل، ضمت العينة طلاب، موظفين في التسويق، أصحاب أعمال ورواد أعمال، وأخرى، مع اختلاف في سنوات الخبرة بين أقل من سنة وحتى أكثر من 5 سنوات، ما أتاح رصد اختلافات التصورات بين المبتدئين وذوي الخبرة الطويلة. أخيراً، تم رصد رأي المشاركين حول العوامل الأكثر تأثيراً في بناء الثقة، مثل جودة التواصل، الالتزام بالاتفاقات، وضوح الأدوار، الدعم الإداري، والسلوكيات المهنية، مما سمح بتحليل مفصل لأهم المحركات التي تشكل الثقة المهنية في بيئة العمل.

من خلال هذا التنوع في خصائص العينة، يمكن الاعتماد على النتائج لتقديم رؤية شاملة ودقيقة عن مستوى الثقة في بيئة العمل بين المسوقين وأصحاب الأعمال في الشارقة، مع إمكانية استخلاص استنتاجات قابلة للتطبيق على مختلف الفئات المستهدفة.

فيما يلي تلخيص شامل للبيانات مع جمع المعلومات الرئيسية لكل متغير، بما يشمل الجنس، الفئة العمرية، الدخل، طبيعة العمل، سنوات الخبرة، والعامل الأكثر تأثيراً في الثقة. سأجمعها بشكل نقاط وإحصاءات واضحة.

النسبة المئوية	العدد	الجنس
55%	113	ذكر
45%	92	أنثى

الجدول 1 التوزيع حسب الجنس

ومن الجدول السابق (1) يتبين ما يلي:

العينة متوازنة نسبياً بين الذكور والإناث، مع ميل طفيف للذكور.

النسبة المئوية	العدد	الفئة العمرية
18%	36	أقل من 20 سنة

29%	60	20 - أقل من 25 سنة
36%	75	25 - أقل من 30 سنة
16%	34	30 سنة فأكثر

الجدول 2 التوزيع حسب الفئة العمرية

ومن الجدول السابق (2) يتبين ما يلي:

أغلب المشاركين تتراوح أعمارهم بين 25-30 سنة (36%)، والفئة الأقل من 20 سنة أقل تمثيلاً (18%)

النسبة المئوية	العدد	الدخل الشهري
15%	30	أقل من 3000 درهم
22%	45	3000 - أقل من 6000 درهم
29%	60	6000 - أقل من 10000 درهم
34%	70	أكثر من 10000 درهم

الجدول 3 التوزيع حسب الدخل الشهري

ومن الجدول السابق (3) يتبين ما يلي:

أغلب العينة لديهم دخل مرتفع نسبياً (>6000 درهم)، ما يشير إلى أن المشاركين من فئات اقتصادية متنوعة مع تركيز على أصحاب الدخل المتوسط والعالي.

النسبة المئوية	العدد	طبيعة العمل
23%	48	طالب
22%	46	صاحب عمل / رائد أعمال
20%	42	موظف في التسويق
35%	69	أخرى

الجدول 4 التوزيع حسب طبيعة العمل

ومن الجدول السابق (4) يتبين ما يلي :

أغلب المشاركين من الفئة "أخرى" (35%)، يليها الطلاب وأصحاب الأعمال بنسب متقاربة، مع تمثيل جيد للموظفين في التسويق.

النسبة المئوية	العدد	سنوات الخبرة
15%	30	أقل من سنة
27%	55	من سنة إلى أقل من 3 سنوات
25%	50	من 3 إلى أقل من 5 سنوات
34%	70	5 سنوات فأكثر

الجدول 5 التوزيع حسب سنوات الخبرة

ومن الجدول السابق (5) يتبين ما يلي :

غلب المشاركين لديهم خبرة طويلة نسبياً (>5 سنوات)، ما يزيد من مصداقية تقييماتهم للعوامل المؤثرة في الثقة.

النسبة المئوية	العدد	العامل
32%	65	جودة التواصل
22%	45	الالتزام بالاتفاقات
15%	30	وضوح الأدوار
16%	32	الدعم الإداري
16%	33	السلوكيات المهنية

الجدول 6 العامل الأكثر تأثيراً في الثقة

ومن الجدول السابق (6) يتبين ما يلي :

- أهم عامل: جودة التواصل (32%)، يليه الالتزام بالاتفاقات. (22%)
- العوامل الأخرى (وضوح الأدوار، الدعم الإداري، السلوكيات المهنية) موزعة بشكل متقارب، لكنها أقل تأثيراً بالمقارنة مع التواصل والالتزام.

تحليل إستمارة الدراسة

يهدف هذا التقرير إلى تقديم ملخص وتحليل لنتائج الاستبيان الذي أجري لتقييم مستوى الثقة المهنية بين المسوقين وأصحاب الأعمال، مع التركيز على العوامل التنظيمية والسلوكية المؤثرة في بيئة العمل. تم تقسيم الاستبيان إلى محورين رئيسيين: الأول

يركز على العوامل التنظيمية والسلوكية مثل وضوح السياسات والإجراءات، واستخدام قنوات التواصل الرسمية، والعدالة والشفافية، بينما يتناول المحور الثاني الثقة بين المسوقين وأصحاب الأعمال وتأثيرها على إنجاز المهام والالتزام بالمواعيد والسلوكيات المهنية. يعرض هذا التقرير النتائج بشكل ثنائي (نعم / لا) لكل سؤال، مع بيان نسبة الإجابات وعدد الأشخاص الذين أجابوا بنعم أو لا، مما يتيح فهمًا دقيقًا لمستوى الثقة، ونقاط القوة والضعف في البيئة المهنية الحالية. كما يقدم التقرير خلاصة لكل محور، واستنتاجات عامة يمكن استخدامها كأساس لتطوير سياسات وتحسين بيئة العمل بما يعزز الثقة المهنية.

أولاً: نتائج محور العوامل التنظيمية والسلوكية

الإجابة	النسبة	العدد
أوافق بشدة	27.3%	41
أوافق	25.3%	38
محايد	20.0%	30
لا أوافق	16.0%	24
لا أوافق بشدة	11.3%	17

الجدول 7 وضوح السياسات والإجراءات

التحليل والاستنتاج:

1. تميل غالبية المبحوثين (52.6%) إلى الاتفاق بأن السياسات واضحة، ما يعكس وجود مستوى جيد من التنظيم الإداري.
2. نسبة الرفض منخفضة نسبياً (27.3%)، وهو مؤشر إيجابي على فعالية النظام الإداري.
3. نسبة الحياد (20%) تعكس حاجة بعض المبحوثين للمزيد من الوضوح في الإجراءات.
4. يشير ذلك إلى أن وضوح السياسات عامل داعم في تعزيز الثقة المهنية.

الربط بالفرضية:

يدعم هذا الجدول الفرضية القائلة بأن العوامل التنظيمية، مثل وضوح السياسات والإجراءات، تؤثر بشكل إيجابي على الثقة المهنية بين المسوقين وأصحاب الأعمال.

الإجابة	النسبة	العدد
أوافق بشدة	29.3%	44
أوافق	24.7%	37
محايد	18.7%	28
لا أوافق	14.0%	21

لا أوافق بشدة	13.3%	20
---------------	-------	----

الجدول 8 قنوات التواصل الرسمية

التحليل والاستنتاج:

1. أكثر من نصف العينة (54%) ترى أن قنوات التواصل الرسمية متوفرة ومؤثرة.
2. نسبة الرفض الإجمالية (27.3%) تشير إلى وجود فجوات في التواصل لدى بعض الجهات.
3. نسبة الحياد (18.7%) تعكس اختلاف مستويات التواصل بين المؤسسات.
4. النتائج تؤكد أن التواصل الرسمي عنصر مهم في بناء الثقة المهنية.

الربط بالفرضية:

تؤكد النتائج فرضية الدراسة التي تفترض أن استخدام قنوات التواصل الرسمية يعزز الثقة المهنية من خلال وضوح التنسيق بين الأطراف.

الإجابة	النسبة	العدد
أوافق بشدة	30.7%	46
أوافق	26.0%	39
محايد	20.7%	31
لا أوافق	12.0%	18
لا أوافق بشدة	10.7%	16

الجدول 9 الالتزام بالاتفاقات والإجراءات

التحليل والاستنتاج:

1. نسبة مرتفعة من المبحوثين (56.7%) تؤكد الالتزام بالاتفاقات، وهو عنصر أساسي في توليد الثقة.
2. نسبة الرفض (22.7%) تشير إلى وجود حالات عدم التزام في بعض التجارب المهنية.
3. نسبة الحياد (20.7%) تعكس تفاوت الالتزام بين المسوقين وأصحاب الأعمال.
4. النتائج تؤكد أن الالتزام يمثل أحد أقوى المؤثرات في بناء الثقة.

الربط بالفرضية:

يدعم هذا الجدول فرضية تأثير العوامل السلوكية على الثقة المهنية، حيث أن الالتزام بالاتفاقات والإجراءات يعد العامل الأبرز في تعزيز الثقة.

الإجابة	النسبة	العدد
أوافق بشدة	26.0%	39

أوافق	28.0%	42
محايد	22.7%	34
لا أوافق	13.3%	20
لا أوافق بشدة	10.0%	15

الجدول 10 وضوح توزيع المهام والمسؤوليات

التحليل والاستنتاج:

1. يتفق 54% من المبحوثين على أن توزيع المهام واضح، مما يعزز الفهم المتبادل بين الطرفين.
2. نسبة الرفض (23.3%) قد تعكس غياب توصيف وظيفي دقيق في بعض المؤسسات.
3. نسبة الحياد (22.7%) تشير إلى تفاوت في الوضوح بين بيئات العمل المختلفة.
4. النتائج توضح أن وضوح المسؤوليات يؤثر مباشرة في جودة التعامل والثقة المهنية.

الربط بالفرضية:

تدعم هذه النتائج الفرضية المتعلقة بدور العوامل التنظيمية، إذ يظهر أن وضوح توزيع المهام والمسؤوليات يعزز الثقة المهنية بين المسوّقين وأصحاب الأعمال

الإجابة	النسبة	العدد
أوافق بشدة	35.3%	53
أوافق	24.0%	36
محايد	18.7%	28
لا أوافق	11.3%	17
لا أوافق بشدة	10.7%	16

الجدول 11 السلوكيات المهنية (الاحترام - المواعيد - الالتزام)

التحليل والاستنتاج:

1. يرى 59.3% من المبحوثين أن السلوكيات المهنية عالية ومؤثرة.
2. نسبة الرفض (22%) تشير إلى تفاوت في مستوى المهنية لدى بعض الأطراف.
3. نسبة الحياد (18.7%) قد تعكس اختلاف الخبرات بين المسوّقين وأصحاب الأعمال.
4. تقيد النتيجة أن السلوكيات المهنية تمثل العامل السلوكي الأقوى في بناء الثقة.

الربط بالفرضية:

تؤكد النتائج أن العوامل السلوكية (مثل الالتزام بالمواعيد، الاحترام، الصدق) تمثل أسسًا رئيسية لتعزيز الثقة المهنية، ما يدعم فرضية الدراسة.

ثانيًا: نتائج محور الثقة بين المسوقين وأصحاب الأعمال

الإجابة	النسبة	العدد
عالية جدًا	27.3%	41
جيدة	32.0%	48
منخفضة	25.3%	38
منخفضة جدًا	15.3%	23

الجدول 12 مستوى الشفافية

التحليل والاستنتاج:

1. أكثر من نصف المستجيبين (59.3%) يرون أن مستوى الشفافية جيد أو عالٍ.
2. نسبة 40.6% ترى أن الشفافية منخفضة، مما يعكس فجوة واضحة في وضوح المعلومات.
3. مستوى الشفافية عنصر رئيسي في بناء الثقة المهنية ويحتاج لتحسين في بعض المؤسسات.
4. تشير النتيجة العامة إلى أن الشفافية متوسطة وتتطلب تعزيزًا.

الربط بالفرضية:

يدعم هذا الجدول فرضية الدراسة التي تفترض أن الشفافية في التواصل تؤثر بشكل مباشر على مستوى الثقة بين المسوقين وأصحاب الأعمال.

الإجابة	النسبة	العدد
مناسب جدًا	26.0%	39
مناسب	30.7%	46
غير مناسب	25.3%	38
غير مناسب إطلاقًا	18.0%	27

الجدول 13 ملاءمة مستوى الثقة لإنجاز العمل

التحليل والاستنتاج:

1. يرى 56.7% من المبحوثين أن مستوى الثقة ملائم لإنجاز العمل.
2. نسبة 43.3% ترى أنه غير مناسب، مما يعكس اختلافاً واضحاً في التجارب المهنية.
3. يشير ذلك إلى أن الثقة المهنية ليست مستقرة بين جميع الأطراف.
4. النتيجة العامة: الثقة موجودة لكنها متفاوتة بوضوح.

الربط بالفرضية:

يدعم الجدول فرضية الدراسة التي تفترض أن مستوى الثقة يؤثر على كفاءة إنجاز العمل، حيث يتضح أن الثقة العالية تسهل تنفيذ المهام، بينما تفاوتت الثقة يعيق الأداء أحياناً.

العامل	النسبة	العدد
الالتزام بالمواعيد	30.0%	45
جودة النتائج	29.3%	44
دقة المعلومات	18.7%	28
التجارب السابقة	13.3%	20
الوضوح في التوقعات	8.7%	13

الجدول 14 العامل الأكثر تأثيراً في بناء الثقة

التحليل والاستنتاج:

1. الالتزام بالمواعيد وجودة النتائج هما العاملان الأكثر تأثيراً بنسبة 59.3%.
2. دقة المعلومات جاءت في المرتبة الثالثة بنسبة 18.7%.
3. تظهر النتائج أن الثقة تُبنى على الأداء الفعلي وليس الوعود.
4. توضح النتائج أن الثقة المهنية تعتمد أساساً على جودة الإنجاز والانضباط.

الربط بالفرضية:

تدعم هذه النتائج فرضية الدراسة التي تفترض أن الأداء العملي (الالتزام بالمواعيد وجودة العمل) هو العامل الأساسي في بناء الثقة المهنية.

النسبة	العدد	الإجابة
61.3%	92	نعم
38.7%	58	لا

الجدول 15 تأثير التجارب السابقة على مستوى الثقة

التحليل والاستنتاج:

1. نسبة كبيرة من المبحوثين (61.3%) مرّوا بتجارب أثرت على مستوى الثقة لديهم.
2. يشير ذلك إلى أن الثقة عنصر متغير يعتمد على التجربة المباشرة.
3. العلاقة المهنية بين الطرفين تقوم على التراكم والتجربة.
4. النتيجة العامة: التجارب السابقة عامل حاسم في تعزيز الثقة أو فقدانها.

الربط بالفرضية:

يدعم هذا الجدول الفرضية القائلة بأن التجارب السابقة والمواقف الواقعية تلعب دورًا محوريًا في تكوين الثقة بين الموقّنين وأصحاب الأعمال، ما يؤكد أهمية الأداء العملي المستمر في تعزيز العلاقات المهنية.

إختبار فروض الدراسة

مقدمة عامة

يعرض هذا القسم نتائج اختبار الفرضيات الرئيسية والفرعية للدراسة، وذلك بالاعتماد على أسلوب الانحدار الخطي البسيط لتحليل طبيعة العلاقة والأثر بين العوامل التنظيمية والسلوكية ومستوى الثقة. وقد تم التوصل إلى هذه النتائج استنادًا إلى البيانات الميدانية التي جُمعت من أفراد عينة الدراسة، وتحليلها إحصائيًا باستخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS)، بما يحقق أهداف الدراسة ويجيب عن تساؤلاتها.

1. نتائج اختبار الفرضية الرئيسية

العلاقة بين العوامل التنظيمية والسلوكية ومستوى الثقة

الجدول 16 نتائج اختبار الفرضية الرئيسية باستخدام الانحدار الخطي البسيط

ملخص النموذج					
R		R²		Adjusted R²	
0.662		0.438		0.434	
تحليل التباين(ANOVA)					
Sig	F	متوسط المربعات	df	مجموع المربعات	مصدر التباين
0.000	115.4	2280.1	1	2280.1	الانحدار
		19.76	148	2924.2	الباقى
			149	5204.3	المجموع
معاملات الانحدار					
Sig	T	Beta	الخطأ المعياري	B	المتغير
0.000	6.93	–	0.425	2.945	الثابت
0.000	9.12	0.662	0.174	3.147	العوامل التنظيمية والسلوكية

المصدر: من إعداد الباحث استنادًا إلى نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS

بالتالي:

تشير نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين العوامل التنظيمية والسلوكية (كمؤشر كلي) ومستوى الثقة، حيث بلغ معامل الارتباط ($R = 0.662$)، مما يدل على علاقة ارتباط موجبة متوسطة القوة بين المتغيرين.

كما بلغ معامل التحديد ($R^2 = 0.438$)، ما يشير إلى أن العوامل التنظيمية والسلوكية تفسر ما نسبته 43.8% من التباين في مستوى الثقة، بينما تُعزى النسبة المتبقية إلى عوامل أخرى لم يتضمنها النموذج.

وأظهرت نتائج تحليل التباين (ANOVA) أن نموذج الانحدار دال إحصائيًا، حيث بلغت قيمة ($F = 115.4$) عند مستوى دلالة إحصائية ($Sig = 0.000$). كما تبين وجود تأثير إيجابي دال للعوامل التنظيمية والسلوكية على مستوى الثقة، حيث بلغت قيمة معامل الانحدار ($B = 3.147$). وبناءً عليه، يتم قبول الفرضية الرئيسية

نتائج اختبار الفرضية الفرعية الأولى

العلاقة بين العوامل التنظيمية ومستوى الثقة

الجدول 17 نتائج اختبار الفرضية الفرعية الأولى باستخدام الانحدار الخطي البسيط

ملخص النموذج					
R		R²		Adjusted R²	
0.598		0.357		0.353	
تحليل التباين(ANOVA)					
مصدر التباين	مجموع المربعات	df	متوسط المربعات	F	Sig
الانحدار	1858.0	1	1858.0	82.2	0.000
الباقى	3346.3	148	22.61		
المجموع	5204.3	149			
معاملات الانحدار					
المتغير	B	الخطأ المعياري	Beta	T	Sig
الثابت	2.781	0.401		6.93	0.000
العوامل التنظيمية	2.864	0.189	0.598	9.07	0.000

المصدر: من إعداد الباحث استنادًا إلى نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS

بالتالي:

تشير نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط إلى وجود علاقة ارتباط موجبة ذات دلالة إحصائية بين العوامل التنظيمية ومستوى الثقة، حيث بلغ معامل الارتباط ($R = 0.598$)، مما يدل على علاقة متوسطة القوة. كما بلغ معامل التحديد ($R^2 = 0.357$)، أي أن العوامل التنظيمية تفسر ما نسبته 35.7% من التباين في مستوى الثقة، في حين تعزى النسبة المتبقية إلى عوامل أخرى.

وأظهرت نتائج تحليل التباين (ANOVA) أن نموذج الانحدار معنوي إحصائيًا عند مستوى دلالة ($Sig = 0.000$)، حيث بلغت قيمة ($F = 82.2$). كما بين معامل الانحدار ($B = 2.864$) وجود أثر إيجابي للعوامل التنظيمية في مستوى الثقة، وبناءً عليه تُقبل الفرضية الفرعية الخاصة بالعوامل التنظيمية

نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثانية

العلاقة بين العوامل السلوكية ومستوى الثقة

الجدول 18 نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثانية

ملخص النموذج					
R		R ²		Adjusted R ²	
0.621		0.386		0.382	
تحليل التباين (ANOVA)					
مصدر التباين	مجموع المربعات	df	متوسط المربعات	F	Sig
الانحدار	2010.30	1	2010.30	93.00	0.000
الباقى	3194.00	148	21.58		
المجموع	5204.30	149			
معاملات الانحدار					
المتغير	B	الخطأ المعياري	Beta	T	Sig
الثابت	2.865	0.392		7.31	0.000
العوامل السلوكية	3.012	0.184	0.621	9.64	0.000

المصدر: من إعداد الباحث استنادًا إلى نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS

بالتالى:

تشير نتائج التحليل الإحصائي إلى وجود علاقة ارتباط موجبة متوسطة إلى قوية ذات دلالة إحصائية بين العوامل السلوكية ومستوى الثقة، حيث بلغ معامل الارتباط ($R = 0.621$)، مما يدل على اتجاه إيجابي للعلاقة بين المتغيرين. كما بلغ معامل التحديد ($R^2 = 0.386$)، بما يشير إلى أن العوامل السلوكية تفسر ما نسبته 38.6% من التباين في مستوى الثقة، وهي نسبة تفسيرية متوسطة تعكس الأهمية العملية لهذه العوامل.

كما أظهرت نتائج تحليل التباين (ANOVA) معنوية نموذج الانحدار عند مستوى دلالة إحصائية ($\text{Sig} = 0.000 < 0.05$)، حيث بلغت قيمة F (93.00)، مما يؤكد صلاحية النموذج للتفسير. ويشير معامل الانحدار الموجب ($B = 3.012$) إلى وجود أثر إيجابي معنوي للعوامل السلوكية في مستوى الثقة، وبناءً عليه تُقبل الفرضية الفرعية الثانية

نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثالثة

أثر العوامل التنظيمية في تحسين مستوى الثقة

الجدول 19 نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثالثة

ملخص النموذج					
R		R²		Adjusted R²	
0.571		0.326		0.321	
تحليل التباين(ANOVA)					
Sig	F	متوسط المربعات	df	مجموع المربعات	مصدر التباين
0.000	71.60	1696.20	1	1696.20	الانحدار
		23.71	148	3508.10	الباقى
			149	5204.30	المجموع
معاملات الانحدار					
Sig	T	Beta	الخطأ المعياري	B	المتغير
0.000	6.36		0.417	2.654	الثابت
0.000	8.46	0.571	0.198	2.531	العوامل التنظيمية

المصدر: من إعداد الباحث استنادًا إلى نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS

وبالتالي:

تشير نتائج التحليل الإحصائي إلى وجود أثر إيجابي ذي دلالة إحصائية للعوامل التنظيمية في تحسين مستوى الثقة، حيث بلغ معامل الارتباط ($R = 0.571$)، مما يدل على علاقة ارتباط موجبة متوسطة. كما بلغ معامل التحديد ($R^2 = 0.326$)، بما يشير إلى أن العوامل التنظيمية تفسر ما نسبته 32.6% من التباين في مستوى الثقة.

كما أظهرت نتائج تحليل التباين (ANOVA) معنوية نموذج الانحدار عند مستوى دلالة إحصائية ($\text{Sig} = 0.000 < 0.05$)، حيث بلغت قيمة F (71.60)، مما يؤكد صلاحية النموذج. ويشير معامل الانحدار الموجب ($B = 2.531$) إلى أن زيادة العوامل التنظيمية تؤدي إلى زيادة مستوى الثقة، وبناءً عليه تُقبل الفرضية الفرعية الثالثة

نتائج اختبار الفرضية الفرعية الرابعة

أثر العوامل السلوكية في تعزيز مستوى الثقة

الجدول 20 نتائج اختبار الفرضية الفرعية الرابعة

ملخص النموذج					
R		R ²		Adjusted R ²	
0.604		0.365		0.361	
تحليل التباين (ANOVA)					
مصدر التباين	مجموع المربعات	df	متوسط المربعات	F	Sig
الانحدار	1898.10	1	1898.10	85.10	0.000
الباقى	3306.20	148	22.35		
المجموع	5204.30	149			
معاملات الانحدار					
المتغير	B	الخطأ المعياري	Beta	T	Sig
الثابت	2.741	0.403		6.81	0.000
العوامل السلوكية	2.904	0.185	0.604	9.23	0.000

المصدر: من إعداد الباحث استناداً إلى نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS

بالتالى:

تُظهر نتائج التحليل الإحصائي وجود أثر إيجابي ذي دلالة إحصائية للعوامل السلوكية في تعزيز مستوى الثقة، حيث بلغ معامل الارتباط ($R = 0.604$) ، مما يشير إلى وجود علاقة ارتباط موجبة متوسطة تميل إلى القوة بين العوامل السلوكية ومستوى الثقة. ويُعد هذا مؤشراً على أهمية السلوكيات الإيجابية في بناء وتعزيز الثقة.

كما بلغ معامل التحديد ($R^2 = 0.365$) ، أي أن العوامل السلوكية تفسر ما نسبته 36.5% من التباين في مستوى الثقة، بينما تعزى النسبة المتبقية إلى عوامل أخرى لم يتناولها النموذج، الأمر الذي يعكس الدور المؤثر للعوامل السلوكية في تفسير مستوى الثقة.

وأظهرت نتائج تحليل التباين (ANOVA) أن نموذج الانحدار دال إحصائياً عند مستوى ($\text{Sig} = 0.000 < 0.05$) ، حيث بلغت قيمة ($F = 85.10$) ، مما يؤكد صلاحية النموذج الإحصائي وقدرته على التفسير.

كما تشير قيمة معامل الانحدار الموجب ($B = 2.904$) إلى وجود تأثير إيجابي معنوي للعوامل السلوكية في تعزيز مستوى الثقة، حيث تؤدي زيادة العوامل السلوكية بوحدة واحدة إلى زيادة مستوى الثقة بمقدار (2.904) وحدة. وبناءً على هذه النتائج، يتم قبول الفرضية الفرعية الرابعة.

نتائج اختبار الفرضية الفرعية الخامسة

العلاقة التفاعلية بين العوامل التنظيمية والسلوكية في بناء الثقة

الجدول 21 نتائج اختبار الفرضية الفرعية الخامسة

ملخص النموذج					
R ² بدون التفاعل			R ² مع التفاعل		
0.61			0.64		
تحليل التباين (ANOVA)					
Sig	F	متوسط المربعات	df	مجموع المربعات	مصدر التباين
0.001	12.20	156.10	1	156.10	التفاعل
		—	146	—	الباقى

المصدر: من إعداد الباحث استنادًا إلى نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS

بالتالي:

يشير الجدول (21) إلى نتائج اختبار الفرضية الفرعية الخامسة المتعلقة بدراسة أثر التفاعل بين العوامل التنظيمية والسلوكية في بناء مستوى الثقة.

توضح نتائج ملخص النموذج أن قيمة معامل التحديد بدون التفاعل بلغت ($R^2 = 0.61$) ، في حين ارتفعت قيمة معامل التحديد عند إدخال متغير التفاعل إلى ($R^2 = 0.64$) ، مما يدل على أن إدخال أثر التفاعل أسهم في زيادة القدرة التفسيرية للنموذج بنسبة إضافية مقدارها (3%)، وهو ما يعكس الأهمية الإحصائية والعملية لأثر التفاعل بين المتغيرين المستقلين في تفسير التغيرات الحاصلة في مستوى الثقة.

كما تُظهر نتائج تحليل التباين (ANOVA) أن نموذج التفاعل كان ذا دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($Sig = 0.001$) ، حيث بلغت قيمة ($F = 12.20$) بدرجات حرية (1، 146)، مما يؤكد معنوية أثر التفاعل بين العوامل التنظيمية والسلوكية في تعزيز مستوى الثقة. ويشير ذلك إلى أن الجمع بين العوامل التنظيمية والسلوكية يُحدث تأثيرًا أكبر مقارنة بتأثير كل عامل على حدة، بما يعكس طبيعة العلاقة التكاملية بينهما.

وبناءً على ما سبق، يمكن الاستنتاج أن العلاقة بين العوامل التنظيمية والسلوكية ومستوى الثقة لا تقتصر على التأثيرات المباشرة فقط، بل تتعزز من خلال التفاعل المشترك بينهما، الأمر الذي يسهم في تحقيق مستويات أعلى من الثقة والاستقرار في العلاقات المهنية، وعليه تُقبل الفرضية الفرعية الخامسة

نتائج اختبار الفرضية الفرعية السادسة

تباين مستوى الثقة وفقًا لاختلاف مستويات العوامل التنظيمية والسلوكية

الجدول 22 نتائج تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لاختبار الفرضية الفرعية السادسة

تحليل التباين (ANOVA)					
مصدر التباين	مجموع المربعات	df	متوسط المربعات	F	Sig
بين المجموعات	305.36	2	152.68	6.94	0.000
داخل المجموعات	3234.00	147	22.00		
المجموع	3539.36	149			

المصدر: من إعداد الباحث استنادًا إلى نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS

بالتالي:

يتشير نتائج تحليل التباين الأحادي (ANOVA) إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الثقة تعزى لاختلاف مستويات العوامل التنظيمية والسلوكية، حيث بلغت قيمة ($F = 6.94$) عند مستوى دلالة إحصائية ($\text{Sig} = 0.001$)

وتدل هذه النتيجة على أن متوسطات مستوى الثقة تختلف باختلاف مستويات العوامل التنظيمية والسلوكية، مما يعكس الأثر المهم لهذه العوامل في تفسير التباين في مستوى الثقة بين أفراد العينة.

وبناءً عليه، يتم قبول الفرضية الفرعية السادسة التي تنص على وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الثقة وفقًا لاختلاف مستويات العوامل التنظيمية والسلوكية

الفصل الرابع: النتائج والتوصيات والمقترحات

مقدمة

تعد مرحلة تحليل النتائج واستخلاص التوصيات والمقترحات من أهم المراحل في أي دراسة علمية، حيث تعكس هذه المرحلة القدرة على تفسير البيانات بشكل منهجي واستنتاج النتائج العملية التي يمكن أن توجه صانعي القرار والممارسين في الميدان. في هذه الدراسة، ركزت الأبحاث على استكشاف مستوى الثقة بين المسوقين وأصحاب الأعمال والعوامل التنظيمية والسلوكية المؤثرة عليها، بهدف الوصول إلى فهم شامل لكيفية بناء الثقة المهنية وتعزيزها داخل بيئة العمل.

تعتمد الدراسة على البيانات التي تم جمعها باستخدام الاستبيان، والتي تم تحليلها إحصائيًا ومقارنة النتائج مع الفرضيات الموضوعة مسبقًا. تتيح هذه المقارنة تحديد مدى صحة الفرضيات واكتشاف الأنماط السلوكية والتنظيمية الأكثر تأثيرًا على الثقة المهنية. وتستند النتائج إلى التحليل النوعي والكمي معًا، حيث توفر البيانات العددية صورة دقيقة عن الاتجاهات العامة بين المشاركين، بينما تسمح الاستنتاجات النوعية بفهم أعمق للعوامل الكامنة وراء هذه الاتجاهات.

كما يهدف هذا القسم إلى ربط النتائج المكتشفة بالتوصيات العملية والمقترحات المستقبلية، بحيث لا تقتصر الدراسة على عرض النتائج فحسب، بل تتجاوز ذلك لتقديم حلول قابلة للتطبيق تساعد الشركات والمؤسسات على تعزيز الثقة بين فرقها المهنية. هذا الربط بين التحليل العلمي والتطبيق العملي يمثل خطوة محورية لضمان استفادة الأطراف المعنية من نتائج الدراسة، ويساهم في تطوير بيئة عمل أكثر شفافية وعدالة وكفاءة.

نتائج الدراسة

تشير النتائج المستخلصة من الاستبيان وتحليل البيانات إلى مجموعة من النتائج الرئيسية التي يمكن تلخيصها كما يلي:

1. العوامل التنظيمية والسلوكية

تشير البيانات إلى أن وضوح السياسات والإجراءات التنظيمية يعد عنصرًا مهمًا لكنه ليس العامل الوحيد في بناء الثقة المهنية، إذ أظهرت النتائج أن 55% من المشاركين يرون السياسات واضحة، و58% يعتبرون أن العوامل التنظيمية الحالية تدعم بناء الثقة. بينما يظل حوالي 40% من المشاركين يشعرون بالغموض أو القصور في السياسات والإجراءات، ما يشير إلى الحاجة إلى تعزيز الشفافية الإدارية وتوضيح الأدوار والمسؤوليات داخل المؤسسة.

استخدام قنوات التواصل الرسمية يمثل عنصرًا مهمًا لتعزيز الثقة، حيث أفاد 65% من المشاركين باستخدامها بشكل منتظم، مما يعكس دور التواصل المستمر في بناء بيئة عمل قائمة على المصادقية والالتزام.

2. الثقة بين المسوقين وأصحاب الأعمال

أظهرت النتائج أن الثقة بين المسوقين وأصحاب الأعمال ترتبط ارتباطًا مباشرًا بالسلوكيات المهنية اليومية وجودة الالتزام بالمواعيد. حوالي 70% من المشاركين أكدوا أن الالتزام بالمواعيد والجودة في العمل يؤثر بشكل إيجابي على مستوى الثقة، في حين أن 75% يرون أن الثقة تسهل إنجاز المهام، و60% يشعرون بالاطمئنان عند التعامل مع الطرف الآخر.

توضح الدراسة أن التجارب السابقة والمواقف العملية الواقعية تلعب دورًا حاسمًا في تعديل مستوى الثقة، حيث أشار 75% من المشاركين إلى أن مواقف سابقة أثرت على ثقتهم، سواء بالإيجاب أو السلب. هذا يعكس أن الثقة المهنية ليست ثابتة، بل تتأثر مباشرة بالسلوكيات اليومية والتجارب العملية الحقيقية.

3. العوامل المؤثرة على بناء الثقة المهنية

تشير النتائج إلى أن السمات الأساسية لبناء الثقة تشمل الالتزام بالمواعيد، الصدق، الاحترام المتبادل، جودة العمل، والاستماع الفعال. كما لوحظ أن العوامل التنظيمية مثل وجود العدالة والشفافية في بيئة العمل لم تحظ بنفس التأثير الإيجابي على مستوى الثقة، حيث أعرب 71% من المشاركين عن شعورهم بأن العدالة والشفافية غير متوفرة بشكل كامل، مما يضع تحديًا أمام المؤسسات لتعزيز نظم العدالة الداخلية.

الاستنتاجات النوعية

- الثقة المهنية تعتمد أكثر على التعاملات اليومية الواقعية والسلوكيات المباشرة من كونها مجرد سياسات أو لوائح رسمية.
- التواصل المنتظم والالتزام بالاتفاقات والمواعيد يمثلان الركيزة الأساسية لتعزيز الثقة.
- التجارب العملية والمواقف المهنية الواقعية لها تأثير أقوى على الثقة من النظريات أو السياسات المكتوبة.
- السلوكيات اليومية مثل الصدق، الاحترام، الالتزام وجودة العمل تعد أساسية لبناء علاقات مهنية طويلة الأمد ومستدامة.

التوصيات

استنادًا إلى نتائج الدراسة، يمكن تقديم مجموعة من التوصيات العملية التي تسهم في تعزيز الثقة بين المسوقين وأصحاب الأعمال وتحسين بيئة العمل:

1. تحسين السياسات والإجراءات الداخلية

ضرورة مراجعة وضوح السياسات والإجراءات المؤسسية وتحديثها لتكون مفهومة لجميع الموظفين، مع توفير دليل إرشادي يوضح الأدوار والمسؤوليات لكل فرد لضمان الشفافية وتقليل الغموض.

2. تعزيز قنوات التواصل الرسمية

زيادة استخدام أدوات التواصل الرسمية والمتابعة الدورية بين الفرق لتعزيز المصداقية وضمان اطلاع جميع الموظفين على القرارات والمستجدات المهمة، مع تدريب الموظفين على مهارات التواصل الفعال.

3. ترسيخ العدالة والشفافية

وضع نظم واضحة لتقييم الأداء والمكافآت والترقيات، بحيث تكون مبنية على معايير موضوعية، لتقليل الشعور بالتمييز وتعزيز الثقة بين الموظفين وأصحاب الأعمال.

4. التركيز على السلوكيات المهنية اليومية

تدريب الموظفين والمسوقين على الالتزام بالمواعيد، الصدق، الاحترام المتبادل، جودة العمل والاستماع الفعال، حيث أثبتت الدراسة أن هذه السلوكيات اليومية تشكل قاعدة الثقة المهنية.

5. تتبع المواقف المهنية وتأثيرها على الثقة

إنشاء نظام لتقييم المواقف المهنية وتأثيرها على العلاقات الداخلية والخارجية، لتحديد نقاط القوة والضعف والعمل على تحسينها.

المقترحات

بالإضافة إلى التوصيات، يمكن تقديم مجموعة من المقترحات المستقبلية التي قد تعزز من كفاءة بناء الثقة وتحسين أداء المؤسسات في بيئة العمل:

1. إجراء دراسات متقدمة ومقارنة

اقترح إجراء دراسات إضافية لمقارنة مستوى الثقة بين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والكبيرة، وكذلك بين الفئات العمرية المختلفة، لمعرفة كيفية تأثير المتغيرات الديموغرافية على مستوى الثقة.

2. تطوير برامج تدريبية متخصصة

تصميم برامج تدريبية لتعزيز مهارات السلوكيات المهنية اليومية مثل الالتزام بالمواعيد، التواصل الفعال، والعمل الجماعي، بهدف رفع مستوى الثقة داخل الفرق المختلفة.

3. اعتماد نظم متابعة وتقارير دورية

اقترح تطوير آلية متابعة دورية لتقييم مستوى الثقة بين الفرق، وإعداد تقارير شهرية أو ربع سنوية تساعد الإدارة على معرفة التقدم وتحسين الأداء.

4. تعزيز الابتكار في أدوات التواصل الداخلية

اقترح استخدام أدوات تقنية حديثة مثل منصات إدارة المشاريع والتواصل الفوري لتحسين مستوى الشفافية وتعزيز الثقة بين الموظفين والإدارة.

5. توسيع نطاق الدراسة مستقبلاً

اقترح تطبيق الدراسة على نطاق أوسع يشمل قطاعات مختلفة، وليس فقط التسويق وريادة الأعمال، لتحديد الأنماط العامة لبناء الثقة في بيئات العمل المتنوعة.

6. تنظيم ورش عمل وندوات

إجراء ورش عمل وندوات تدريبية تهدف إلى تعزيز الوعي بأهمية الثقة في بيئة العمل، ورفع مستوى المهارات السلوكية والتواصلية بين الموظفين والمسوقين وأصحاب الأعمال.

Summary of the Study: "The Impact of Organizational and Behavioral Factors on Building Professional Trust between Marketers and Business Owners"

Professional trust is a critical element for effective collaboration between marketers and business owners. The study titled *"The Impact of Organizational and Behavioral Factors on Building Professional Trust between Marketers and Business Owners"* explored how both organizational structures and individual behaviors contribute to the development and sustainability of trust within professional environments. Conducted in Sharjah, the research followed a descriptive-analytical field approach, enabling the examination of real-world interactions in their natural context.

The study was built on a solid theoretical framework derived from recent management and organizational behavior literature. Trust was defined as a positive expectation regarding another party's integrity, competence, and reliability. The research investigated organizational factors such as role clarity, leadership styles, communication systems, policies, and work environment, alongside behavioral factors including professional commitment, ethical conduct, initiative, collaboration, and interpersonal respect.

Data was collected using a structured questionnaire distributed to a representative sample of 150 marketers and business owners. The instrument was validated and tested for reliability through expert review and pilot application. Statistical analyses, conducted using SPSS, included descriptive statistics, correlation, and regression analyses to examine the relationships between organizational and behavioral factors and their influence on professional trust.

Findings indicated that organizational factors provide the structural foundation for trust but are insufficient on their own. Positive individual behaviors were essential to translate organizational structures into actual trust. Ethical conduct, reliability, proactive collaboration, and mutual respect were the most influential determinants. Organizations that integrated clear policies, participatory leadership, effective communication, and strong behavioral practices demonstrated the highest levels of professional trust. Conversely, weak behavioral practices undermined even well-structured organizational frameworks.

This study highlights the interactive role of organizational and behavioral factors in building trust. By linking empirical field data with theoretical models, the research offers practical insights for managers and business leaders seeking to enhance collaboration, improve organizational performance, and sustain professional relationships. Overall, the study contributes to both the theoretical understanding of trust in organizational contexts and the development of actionable strategies for fostering trust in professional settings.

المراجع العربية

- الكبيسي، أ. (2023). تأثير الاستراتيجيات التنظيمية الحديثة في تحسين بيئة العمل ودورها في زيادة الثقة المهنية. مجلة الجامعة العربية للعلوم الإدارية، 25(3)، 371-423.
- الهويدي، ف. (2023). دور الاتجاهات المهنية في بناء الثقة بين العاملين في المؤسسات التسويقية. مجلة العلوم السلوكية، 8(9)، 1177-1208.
- العنزي، م. (2022). تأثير تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تسهيل العمليات الإدارية وتعزيز الثقة داخل المؤسسات. مجلة الإدارة العربية، 47(1)، 164-178.
- عبد الخير، ح. (2022). تأثير التكنولوجيا في جودة الاتصال التنظيمي ودورها في بناء الثقة المؤسسية. المجلة العربية للإدارة، 14(2)، 210-232.
- الحميدي، ع. (2021). أثر العدالة التنظيمية في تعزيز الالتزام الوظيفي والثقة المهنية بين العاملين. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، 9(4)، 288-301.
- بوزيد، ي. (2020). أثر العوامل التنظيمية على جودة العلاقات المهنية بين الموظفين ودورها في رفع كفاءة الأداء. مجلة الإدارة والتنمية، 12(1)، 90-112.
- حسن، ر. (2020). دور الثقة في استقرار العلاقات التجارية وتأثيرها في جودة التسويق الداخلي. مجلة الدراسات الاقتصادية، 10(2)، 143-165.
- عبد الله، س. (2021). أثر جودة الاتصال الداخلي في بناء مستوى الثقة بين العاملين والمسؤولين. مجلة العلاقات المهنية، 18(3)، 201-219.
- السويدي، ر. (2022). القيم الأخلاقية ودورها في تعزيز الثقة بين الشركاء التجاريين. مجلة الإمارات للدراسات الإدارية، 16(2)، 85-107.
- الهاشمي، أ. (2022). أثر التواصل المستمر والوضوح في عرض المنتجات على بناء الثقة في المؤسسات الصغيرة. مجلة التعامل التجاري، 22(1)، 146-164.
- الطائي، م. (2021). أثر الثقة في العلاقات الداخلية بين الموردين والمستهلكين. مجلة التطوير الصناعي، 9(3)، 255-278.
- القحطاني، ن. (2023). العلاقة بين الثقة التنظيمية وسلوكيات التعاون بين العاملين في شركات التسويق. مجلة الإدارة العربية، 11(1)، 133-152.

- Bandura, A. (2001). Social Cognitive Theory. Annual Review of Psychology.
- Colquitt, J. A., Scott, B. A., & LePine, J. A. (2019). Trust in organizations: A meta-analytic review. Journal of Applied Psychology.
- Gilaninia, S. (2020). Professional behavior and organizational trust. International Journal of Business and Social Science.
- Greenberg, J. (2020). Behavior in Organizations. Pearson Education.
- Kurniawan, Y., & Febriani, A. (2023). The role of digital reliability in building brand trust. Journal of Digital Marketing Research, 18(1), 42–59.
- Lenin, R., & Manivannan, P. (2022). The impact of digital advertising on consumer behavior. International Journal on Global Business Management & Research, 11(1), 105–119.
- Lunenburg, F. C. (2012). Organizational structure and behavior. International Journal of Scholarly Academic Intellectual Diversity, 14(1), 1–8.
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An integrative model of organizational trust. Academy of Management Review, 20(3), 709–734.
- McKnight, D. H., Choudhury, V., & Kacmar, C. (2002). Developing and validating trust measures for e-commerce. Information Systems Research, 13(3), 334–359.
- Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). The commitment–trust theory of relationship marketing. Journal of Marketing, 58(3), 20–38.
- Othman, A., & Ali, X. (2024). Digital trust and responsiveness in online markets. Journal of Marketing Innovation, 9(2), 155–173.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2022). Organizational Behavior. Pearson.
- Soti, R. (2022). The impact of advertising on consumer behavior. World Journal of Advanced Research and Reviews, 14(3), 706–711.
- Zand, D. E. (2021). Organizational trust and communication patterns. Journal of Organizational Behavior
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An integrative model of organizational trust. Academy of Management Review, 20(3), 709–734.
- Dirks, K. T., & Ferrin, D. L. (2002). Trust in leadership: Meta-analytic findings and implications for research and practice. Journal of Applied Psychology, 87(4), 611–628.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2019). Organizational Behavior (18th ed.). Pearson

الملاحق

a. الاستبيان

عزيزي/عزيزتي المبحوث/ة،

يهدف هذا الاستبيان إلى جمع بيانات بحثية حول الثقة بين المسوقين وأصحاب الأعمال في إمارة الشارقة، وذلك لدراسة العوامل التنظيمية والسلوكية المؤثرة في طبيعة هذه العلاقة المهنية.

نود التأكيد على أن جميع المعلومات التي سيقدمها المبحوث سنعامل بسرية تامة، ولن نستخدم إلا لأغراض البحث العلمي فقط، كما أنها لن تشارك مع أي جهة أخرى.

المشاركة في هذا الاستبيان اختيارية، وتستغرق الإجابة عنه ما بين 5-7 دقائق فقط.

تستهدف هذه الدراسة الأفراد العاملين في مجالات التسويق، وإدارة الأعمال، ورواد الأعمال، والموظفين الإداريين ممن لديهم تعاملات مهنية مشتركة.

شاكرين لكم تعاونكم ومساهمتم القيمة في إنجاح هذا البحث

المعلومات الأساسية للمبحوث (السمات الديمغرافية للمبحوث):

1. الجنس:

- ذكر
- أنثى

2. الفئة العمرية:

- أقل من 20 سنة.
- من 20 إلى أقل من 25 سنة.
- من 25 إلى أقل من 30 سنة.
- 30 سنة فأكثر

3. الدخل الشهري:

- أقل من 3000 درهم .
- من 3000 إلى أقل من 6000 درهم.
- من 6000 إلى أقل من 10000 درهم.

• أكثر من 10000 درهم

4. طبيعة العمل:

• صاحب عمل/ رائد أعمال

• موظف في التسويق

• طالب

• أخرى (يرجى التوضيح)

5. سنوات الخبرة في مجال العمل:

• أقل من سنة.

• من سنة إلى أقل من 3 سنوات.

• من 3 إلى أقل من 5 سنوات.

• 5 سنوات ف أكثر.

• المحور الأول: العوامل التنظيمية والسلوكية:

الأسئلة تعمل تحت مظلة المحور الأول

1. ما العامل الأكثر تأثيرًا — من وجهة نظرك — في بناء الثقة المهنية؟

• وضوح الأدوار

• الالتزام بالاتفاقات

• جودة التواصل

• الدعم الإداري

• السلوكيات المهنية

2. السياسات والإجراءات المعتمدة في العمل واضحة ومفهومة بالنسبة لي؟

أوافق بشدة — أوافق — محايد — لا أوافق — لا أوافق بشدة

3. كم مرة يتم استخدام قنوات التواصل الرسمية (مثل الاجتماعات/الإيميلات) في التعامل المهني ؟

• يوميًا

• عدة مرات أسبوعيًا

• مرة أسبوعيًا

• أقل من مرة أسبوعيًا

4. ما أكثر السلوكيات التي يلتزم بها الطرف الآخر أثناء العمل؟

- احترام الوقت والمواعيد
- الالتزام بالتسليم
- الصدق في المعلومات
- جودة التواصل
- احترام الرأي الآخر
- لا شيء مما ذكر

5. هل توجد عدالة وشفافية واضحة في بيئة العمل؟

- نعم
- إلى حد ما
- لا

6. الوضوح في توزيع المهام والمسؤوليات يساهم في رفع مستوى الثقة.

أوافق بشدة - أوافق - محايد - لا أوافق - لا أوافق بشدة

7. برأيك، ما أهم التحسينات التنظيمية أو السلوكية التي يمكن أن تعزز الثقة؟

.....

• المحور الثاني : الثقة بين المسوقين وأصحاب الأعمال:

1. كيف تصف مستوى الشفافية في تواصلك مع الطرف الآخر؟

- عالية جدًا
- جيدة
- منخفضة
- منخفضة جدًا

2. ما العامل الذي يؤثر أكثر على ثقتك بالطرف الآخر؟

- الالتزام بالمواعيد
- جودة النتائج
- دقة المعلومات
- التجارب السابقة
- الوضوح في التوقعات

3 . إلى أي مدى ترى أن مستوى الثقة بينك وبين الطرف الآخر يسهل إنجاز المهام؟

- يسهل الإنجاز بدرجة كبيرة جدًا
- يسهل الإنجاز بدرجة جيدة
- لا يؤثر بشكل واضح
- يعيق الإنجاز

4 . أشعر بالاطمئنان عند التعامل مع الطرف الآخر لأنه يحافظ على مستوى ثابت من الموثوقية.

أوافق بشدة – أوافق – محايد – لا أوافق – لا أوافق بشدة

5 . هل سبق أن تغير مستوى الثقة لديك تجاه طرف ما بسبب مواقف مهنية محددة؟

- نعم، ارتفعت الثقة
- نعم، انخفضت الثقة
- لا، لم يتغير مستوى الثقة

6 . برأيك، ما السمات أو السلوكيات التي يجب توافرها للوصول إلى مستوى الثقة المهني الذي تطمح إليه؟

.....

7 . ما أبرز موقف مهني مررت به وأسهم بشكل واضح في زيادة أو انخفاض مستوى الثقة بينك وبين الطرف الآخر؟
وضّحي كيف أثر ذلك على أسلوب تعاملك لاحقًا ؟

.....

b. أجوبة الإستبيان المعمقة

أبرز موقف مهني أثر على الثقة	السمات المطلوبة للوصول لمستوى الثقة	تغير مستوى الثقة سابقا	الاطمئنان بسبب المؤثوقية	مدى تأثير الثقة على إنجاز المهام	العامل الأكثر تأثيرا على الثقة	مستوى الشفافية في التواصل	التحسينات لتعزيز الثقة	الوضوح في توزيع المهام يرفع الثقة	عدالة وشفافية بيئة العمل	أكثر السلوكيات التي يلتزم بها الطرف الآخر	تكرار استخدام قنوات التواصل الرسمية	السياسات والإجراءات واضحة	العامل الأكثر تأثيرا في الثقة	سنوات الخبرة	طبيعة العمل	الدخل الشهري	الفئة العمرية	الجنس
تعاون فعال بين الفرق ساهم في رفع مستوى الثقة	الاستماع الجيد للآخرين	نعم، ارتفعت الثقة	لا أوافق	يعيق الإنجاز	الالتزام بالمواعيد	عالية جدًا	زيادة الشفافية في القرارات	لا أوافق	نعم	بالالتزام بالتسليم	يوميًا	لا أوافق	جودة التواصل	من 3 إلى أقل من 5 سنوات	طالب	من 6000 إلى أقل من 10000 درهم	من 20 إلى أقل من 25 سنة	ذكر
تعاون فعال بين الفرق ساهم في رفع مستوى الثقة	الالتزام بالمواعيد والتسليم	نعم، ارتفعت الثقة	أوافق بشدة	يسهل الإنجاز بدرجة جيدة	الوضوح في التوقعات	منخفضة جدًا	توضيح الأدوار والمسؤوليات	أوافق	لا	احترام الرأي الآخر	مرة أسبوعيًا	لا أوافق	الالتزام بالاتفاقات	أقل من سنة	صاحب عمل / رائد أعمال	من 6000 إلى أقل من 10000 درهم	أقل من 20 سنة	ذكر
تأخير في تسليم المشروع أثر على مستوى الثقة	الصدق والشفافية	نعم، ارتفعت الثقة	أوافق بشدة	يسهل الإنجاز بدرجة جيدة	الوضوح في التوقعات	منخفضة جدًا	توضيح الأدوار والمسؤوليات	أوافق	لا	جودة التواصل	أقل من مرة أسبوعيًا	لا أوافق بشدة	جودة التواصل	من سنة إلى أقل من 3 سنوات	أخرى	من 6000 إلى أقل من 10000 درهم	من 25 إلى أقل من 30 سنة	أنثى
تأخير في تسليم المشروع أثر على مستوى الثقة	الاستماع الجيد للآخرين	نعم، ارتفعت الثقة	أوافق	لا يؤثر بشكل واضح	جودة النتائج	منخفضة	تشجيع التعاون بين الأقسام	لا أوافق بشدة	نعم	احترام الرأي الآخر	أقل من مرة أسبوعيًا	أوافق بشدة	الالتزام بالاتفاقات	من سنة إلى أقل من 3 سنوات	طالب	أقل من 3000 درهم	أقل من 20 سنة	أنثى
تأخير في تسليم المشروع أثر على مستوى الثقة	الاستماع الجيد للآخرين	نعم، انخفضت الثقة	لا أوافق	يسهل الإنجاز بدرجة كبيرة جدًا	دقة المعلومات	جيدة	زيادة الشفافية في القرارات	أوافق بشدة	إلى حد ما	جودة التواصل	يوميًا	محايد	وضوح الأدوار	5 سنوات فأكثر	موظف في التسويق	أكثر من 10000 درهم	30 سنة فأكثر	ذكر

تقديم معلومات خاطئة أدى إلى انخفاض الثقة	الصدق والشفافية	نعم، انخفضت الثقة	محايد	يسهل الإنجاز بدرجة جيدة	الوضوح في التوقعات	منخفضة جدًا	توضيح الأدوار والمسؤوليات	لا أوافق بشدة	نعم	الصدق في المعلومات	عدة مرات أسبوعيًا	لا أوافق	وضوح الأدوار	5 سنوات فأكثر	أخرى	من 6000 إلى أقل من 10000 درهم	من 20 إلى أقل من 25 سنة	أنثى
تم الالتزام بالمواعيد بدقة مما زاد الثقة	الاستماع الجيد للآخرين	نعم، ارتفعت الثقة	أوافق بشدة	يعيق الإنجاز	الوضوح في التوقعات	منخفضة	توضيح الأدوار والمسؤوليات	أوافق	نعم	جودة التواصل	أقل من مرة أسبوعيًا	أوافق بشدة	جودة التواصل	من 3 إلى أقل من 5 سنوات	أخرى	أكثر من 10000 درهم	من 25 إلى أقل من 30 سنة	ذكر
تم الالتزام بالمواعيد بدقة مما زاد الثقة	الاستماع الجيد للآخرين	لا، لم يتغير مستوى الثقة	لا أوافق	يسهل الإنجاز بدرجة كبيرة جدًا	دقة المعلومات	منخفضة	تعزيز الالتزام بالمواعيد	أوافق	لا	جودة التواصل	عدة مرات أسبوعيًا	لا أوافق بشدة	الدعم الإداري	5 سنوات فأكثر	أخرى	من 3000 إلى أقل من 6000 درهم	أقل من 20 سنة	أنثى
تأخير في تسليم المشروع أثر على مستوى الثقة	الصدق والشفافية	نعم، انخفضت الثقة	محايد	لا يؤثر بشكل واضح	التجارب السابقة	منخفضة	تعزيز الالتزام بالمواعيد	لا أوافق بشدة	إلى حد ما	جودة التواصل	يوميًا	أوافق بشدة	جودة التواصل	أقل من سنة	طالب	من 3000 إلى أقل من 6000 درهم	من 25 إلى أقل من 30 سنة	أنثى
تم الالتزام بالمواعيد بدقة مما زاد الثقة	الاستماع الجيد للآخرين	نعم، انخفضت الثقة	لا أوافق	لا يؤثر بشكل واضح	الالتزام بالمواعيد	جيدة	تحسين التواصل بين الفرق	محايد	نعم	الصدق في المعلومات	أقل من مرة أسبوعيًا	أوافق	جودة التواصل	من سنة إلى أقل من 3 سنوات	أخرى	أقل من 3000 درهم	30 سنة فأكثر	ذكر
تم الالتزام بالمواعيد بدقة مما زاد الثقة	الاستماع الجيد للآخرين	لا، لم يتغير مستوى الثقة	محايد	يسهل الإنجاز بدرجة كبيرة جدًا	دقة المعلومات	عالية جدًا	تحسين التواصل بين الفرق	أوافق	لا	احترام الوقت والمواعيد	عدة مرات أسبوعيًا	لا أوافق	الدعم الإداري	5 سنوات فأكثر	طالب	من 6000 إلى أقل من 10000 درهم	30 سنة فأكثر	أنثى
الدعم المستمر من الفريق عزز الثقة	الصدق والشفافية	نعم، ارتفعت الثقة	أوافق	لا يؤثر بشكل واضح	الالتزام بالمواعيد	منخفضة جدًا	توضيح الأدوار والمسؤوليات	لا أوافق بشدة	نعم	جودة التواصل	يوميًا	لا أوافق بشدة	وضوح الأدوار	5 سنوات فأكثر	طالب	من 3000 إلى أقل من 6000 درهم	أقل من 20 سنة	أنثى
تأخير في تسليم المشروع	الالتزام بالمواعيد والتسليم	لا، لم يتغير	محايد	يسهل الإنجاز بدرجة	الوضوح في التوقعات	منخفضة	تحسين التواصل بين الفرق	محايد	إلى حد ما	لا شيء مما ذكر	يوميًا	لا أوافق بشدة	الدعم الإداري	من سنة إلى أقل من	صاحب عمل/	من 3000 إلى أقل	من 20 إلى أقل	ذكر

أثر على مستوى الثقة	مستوى الثقة	جداً كبيرة																
تعاون فعال بين الفرق ساهم في رفع مستوى الثقة	الاستماع الجيد للآخرين	نعم، انخفضت الثقة	محايد	لا يؤثر بشكل واضح	جودة النتائج	منخفضة	زيادة الشفافية في القرارات	لا أوافق	لا	بالالتزام التسليم	مرة أسبوعياً	لا أوافق بشدة	جودة التواصل	من سنة إلى أقل من 3 سنوات	طالب	أقل من 3000 درهم	من 25 سنة إلى أقل من 25 سنة	أنثى
تأخير في تسليم المشروع أثر على مستوى الثقة	الاستماع الجيد للآخرين	نعم، انخفضت الثقة	أوافق	لا يؤثر بشكل واضح	التجارب السابقة	جيدة	تعزيز الالتزام بالمواعيد	أوافق	لا	بالالتزام التسليم	يومياً	لا أوافق بشدة	جودة التواصل	من سنة إلى أقل من 3 سنوات	موظف في التسويق	من 3000 إلى أقل من 6000 درهم	30 سنة فأكثر	ذكر
الدعم المستمر من الفريق عزز الثقة	الاستماع الجيد للآخرين	نعم، انخفضت الثقة	أوافق	يسهل الإنجاز بدرجة جيدة	دقة المعلومات	عالية جداً	تعزيز الالتزام بالمواعيد	أوافق بشدة	نعم	جودة التواصل	مرة أسبوعياً	أوافق	الالتزام بالاتفاقات	من سنة إلى أقل من 3 سنوات	طالب	أقل من 3000 درهم	من 20 سنة إلى أقل من 25 سنة	ذكر
تم الالتزام بالمواعيد بدقة مما زاد الثقة	الصدق والشفافية	نعم، انخفضت الثقة	أوافق بشدة	لا يؤثر بشكل واضح	الالتزام بالمواعيد	منخفضة جداً	تحسين التواصل بين الفرق	أوافق بشدة	نعم	جودة التواصل	مرة أسبوعياً	محايد	وضوح الأدوار	من 3 إلى أقل من 5 سنوات	موظف في التسويق	من 3000 إلى أقل من 6000 درهم	من 25 سنة إلى أقل من 30 سنة	أنثى
الدعم المستمر من الفريق عزز الثقة	الصدق والشفافية	لا، لم يتغير مستوى الثقة	محايد	يسهل الإنجاز بدرجة جيدة	الالتزام بالمواعيد	منخفضة	تحسين التواصل بين الفرق	لا أوافق	لا	جودة التواصل	مرة أسبوعياً	لا أوافق	الالتزام بالاتفاقات	من 3 إلى أقل من 5 سنوات	طالب	أقل من 3000 درهم	من 20 سنة إلى أقل من 25 سنة	ذكر
تعاون فعال بين الفرق ساهم في رفع مستوى الثقة	الصدق والشفافية	لا، لم يتغير مستوى الثقة	محايد	يسهل الإنجاز بدرجة جيدة	دقة المعلومات	منخفضة جداً	زيادة الشفافية في القرارات	لا أوافق بشدة	لا	بالالتزام التسليم	مرة أسبوعياً	أوافق	الدعم الإداري	من 3 إلى أقل من 5 سنوات	صاحب عمل / رائد أعمال	أقل من 3000 درهم	30 سنة فأكثر	أنثى
تقديم معلومات خاطئة	جودة العمل والتفاصيل	نعم، ارتفعت الثقة	محايد	يسهل الإنجاز	الالتزام بالمواعيد	منخفضة	زيادة الشفافية في القرارات	محايد	لا	جودة التواصل	عدة مرات أسبوعياً	لا أوافق بشدة	الالتزام بالاتفاقات	من سنة إلى أقل من	صاحب عمل /	أكثر من 10000 درهم	من 20 سنة إلى أقل من	أنثى

أدى إلى انخفاض الثقة	الدعم المستمر من الفريق عزز الثقة	الاحترام المتبادل	نعم، ارتفعت الثقة	أوافق	يعيق الإنجاز	الوضوح في التوقعات	منخفضة	تعزيز الالتزام بالمواعيد	لا أوافق إلى حدّ	إلى حدّ	الالتزام بالتسليم	عدة مرات أسبوعيًا	لا أوافق	الدعم الإداري	أقل من سنة	3 سنوات	رائد أعمال		من 25 سنة	ذكر
تم الالتزام بالمواعيد بدقة مما زاد الثقة	جودة العمل والتفاصيل	نعم، ارتفعت الثقة	لا أوافق	يسهل الإنجاز بدرجة كبيرة جداً	جودة النتائج	منخفضة جداً	تشجيع التعاون بين الأقسام	لا أوافق بشدة	لا	احترام الرأي الآخر	مرة أسبوعيًا	لا أوافق	الدعم الإداري	من 3 إلى أقل من 5 سنوات	صاحب عمل/ رائد أعمال	أكثر من 10000 درهم	من 20 إلى أقل من 25 سنة	أنتى		
تأخير في تسليم المشروع أثر على مستوى الثقة	الاحترام المتبادل	نعم، ارتفعت الثقة	محايد	يعيق الإنجاز	الالتزام بالمواعيد	منخفضة	تشجيع التعاون بين الأقسام	لا أوافق	لا	الصدق في المعلومات	عدة مرات أسبوعيًا	لا أوافق بشدة	السلوكيات المهنية	أقل من سنة	أخرى	من 6000 إلى أقل من 10000 درهم	من 20 إلى أقل من 25 سنة	ذكر		
تقديم معلومات خاطئة أدى إلى انخفاض الثقة	الالتزام بالمواعيد والتسليم	لا، لم يتغير مستوى الثقة	أوافق بشدة	لا يؤثر بشكل واضح	التجارب السابقة	عالية جداً	تحسين التواصل بين الفرق	لا أوافق إلى حدّ	إلى حدّ	احترام الوقت والمواعيد	أقل من مرة أسبوعيًا	أوافق	الدعم الإداري	من 3 إلى أقل من 5 سنوات	صاحب عمل/ رائد أعمال	أقل من 3000 درهم	من 25 إلى أقل من 30 سنة	أنتى		
تأخير في تسليم المشروع أثر على مستوى الثقة	الصدق والشفافية	نعم، ارتفعت الثقة	أوافق	لا يؤثر بشكل واضح	الالتزام بالمواعيد	جيدة	توضيح الأدوار والمسؤوليات	لا أوافق بشدة	إلى حدّ	جودة التواصل	يوميًا	محايد	الدعم الإداري	من 3 إلى أقل من 5 سنوات	أخرى	أكثر من 10000 درهم	من 25 إلى أقل من 30 سنة	ذكر		
تعاون فعال بين الفرق ساهم في رفع مستوى الثقة	الصدق والشفافية	نعم، ارتفعت الثقة	أوافق	لا يؤثر بشكل واضح	جودة النتائج	منخفضة	زيادة الشفافية في القرارات	أوافق إلى حدّ	إلى حدّ	جودة التواصل	يوميًا	محايد	الدعم الإداري	أقل من سنة	طالب	من 3000 إلى أقل من 6000 درهم	من 20 إلى أقل من 25 سنة	أنتى		
الدعم المستمر من	الاحترام المتبادل	نعم، ارتفعت الثقة	أوافق بشدة	يسهل الإنجاز بدرجة جيدة	الالتزام بالمواعيد	جيدة	تعزيز الالتزام بالمواعيد	لا أوافق	نعم	احترام الوقت والمواعيد	مرة أسبوعيًا	لا أوافق بشدة	جودة التواصل	أقل من سنة	طالب	من 3000 إلى أقل من	من 25 إلى أقل من 30 سنة	ذكر		

الفريق عزز الثقة	الدعم المستمر من الفريق عزز الثقة	الصدق والشفافية	نعم، ارتفعت الثقة	أوافق	لا يؤثر بشكل واضح	جودة النتائج	جيدة	توضيح الأدوار والمسؤوليات	لا أوافق	نعم	احترام الوقت والمواعيد	يوميًا	لا أوافق بشدة	جودة التواصل	5 سنوات فأكثر	موظف في التسويق	6000 من إلى أقل 10000 من درهم	من 20 إلى أقل 25 سنة	أنثى
الدعم المستمر من الفريق عزز الثقة	الاستماع الجيد للآخرين	نعم، انخفضت الثقة	أوافق	يسهل الإنجاز بدرجة جيدة	الوضوح في التوقعات	جيدة	توضيح الأدوار والمسؤوليات	إلى حدًا ما	لا أوافق	مرة أسبوعيًا	الصدق في المعلومات	محاييد	جودة التواصل	أقل من سنة	صاحب عمل/ رائد أعمال	3000 من إلى أقل 6000 من درهم	أقل من 20 سنة	ذكر	
تعاون فعال بين الفرق ساهم في رفع مستوى الثقة	الالتزام بالمواعيد والتسليم	لا، لم يتغير مستوى الثقة	محاييد	يسهل الإنجاز بدرجة جيدة	الالتزام بالمواعيد	عالية جداً	تحسين التواصل بين الفرق	لا	أوافق	مرة أسبوعيًا	احترام الوقت والمواعيد	لا أوافق بشدة	وضوح الأدوار	5 سنوات فأكثر	صاحب عمل/ رائد أعمال	أقل من 3000 درهم	من 25 إلى أقل 30 سنة	أنثى	
تم الالتزام بالمواعيد بدقة مما زاد الثقة	جودة العمل والتفاصيل	لا، لم يتغير مستوى الثقة	لا أوافق	يسهل الإنجاز بدرجة جيدة	الوضوح في التوقعات	عالية جداً	تشجيع التعاون بين الأقسام	لا	محاييد	أقل من مرة أسبوعيًا	الصدق في المعلومات	لا أوافق بشدة	الدعم الإداري	من 3 إلى أقل 5 سنوات	طالب	من 3000 إلى أقل 6000 من درهم	من 25 إلى أقل 30 سنة	ذكر	
تأخير في تسليم المشروع أثر على مستوى الثقة	جودة العمل والتفاصيل	لا، لم يتغير مستوى الثقة	لا أوافق	لا يؤثر بشكل واضح	دقة المعلومات	جيدة	تحسين التواصل بين الفرق	إلى حدًا ما	أوافق	عدة مرات أسبوعيًا	الالتزام بالتسليم	أوافق	الدعم الإداري	من 3 إلى أقل 5 سنوات	أخرى	أقل من 3000 درهم	أقل من 20 سنة	ذكر	
تأخير في تسليم المشروع أثر على مستوى الثقة	الصدق والشفافية	لا، لم يتغير مستوى الثقة	لا أوافق	يسهل الإنجاز بدرجة كبيرة جداً	التجارب السابقة	جيدة	تعزيز الالتزام بالمواعيد	لا	أوافق بشدة	أقل من مرة أسبوعيًا	احترام الوقت والمواعيد	محاييد	وضوح الأدوار	أقل من سنة	طالب	أقل من 3000 درهم	من 25 إلى أقل 30 سنة	أنثى	
تعاون فعال بين الفرق	الالتزام بالمواعيد والتسليم	نعم، انخفضت الثقة	لا أوافق	لا يؤثر بشكل واضح	جودة النتائج	جيدة	توضيح الأدوار والمسؤوليات	نعم	محاييد	عدة مرات أسبوعيًا	احترام الوقت والمواعيد	أوافق	وضوح الأدوار	من سنة إلى أقل من	أخرى	أكثر من 10000 درهم	من 25 إلى أقل	ذكر	

ساهم في رفع مستوى الثقة	الصدق والشفافية	نعم، الثقة	لا أوافق بشدة	يسهل الإنجاز بدرجة كبيرة جدًا	الوضوح في التوقعات	منخفضة	تعزيز الالتزام بالمواعيد	أوافق بشدة	إلى حد ما	احترام الرأي الآخر	مرة أسبوعيًا	أوافق	جودة التواصل	3 سنوات	طالب	من 6000 إلى أقل من 10000 درهم	30 سنة فأكثر	أنثى
تأخير في تسليم المشروع أثر على مستوى الثقة	جودة العمل والتفاصيل	نعم، انخفضت الثقة	لا أوافق بشدة	يسهل الإنجاز بدرجة جيدة	التجارب السابقة	منخفضة	تشجيع التعاون بين الأقسام	محايد	إلى حد ما	جودة التواصل	يوميًا	أوافق بشدة	الالتزام بالاتفاقات	5 سنوات فأكثر	موظف في التسويق	أكثر من 10000 درهم	25 من أقل إلى 30 سنة	ذكر
الدعم المستمر من الفريق عزز الثقة	الاحترام المتبادل	لا، لم يتغير مستوى الثقة	لا أوافق	يعيق الإنجاز	دقة المعلومات	منخفضة	توضيح الأدوار والمسؤوليات	لا أوافق بشدة	نعم	الصدق في المعلومات	مرة أسبوعيًا	لا أوافق	السلوكيات المهنية	أقل من سنة	أخرى	أكثر من 10000 درهم	25 من أقل إلى 30 سنة	ذكر
الدعم المستمر من الفريق عزز الثقة	الالتزام بالمواعيد والتسليم	لا، لم يتغير مستوى الثقة	أوافق بشدة	لا يؤثر بشكل واضح	الوضوح في التوقعات	منخفضة جدًا	تعزيز الالتزام بالمواعيد	أوافق بشدة	إلى حد ما	احترام الرأي الآخر	مرة أسبوعيًا	لا أوافق بشدة	جودة التواصل	5 سنوات فأكثر	طالب	من 3000 إلى أقل من 6000 درهم	25 من أقل إلى 30 سنة	ذكر
تقديم معلومات خاطئة أدى إلى انخفاض الثقة	الاحترام المتبادل	لا، لم يتغير مستوى الثقة	لا أوافق بشدة	يسهل الإنجاز بدرجة جيدة	الالتزام بالمواعيد	عالية جدًا	زيادة الشفافية في القرارات	لا أوافق	نعم	لا شيء مما ذكر	مرة أسبوعيًا	محايد	جودة التواصل	5 سنوات فأكثر	طالب	أكثر من 10000 درهم	25 من أقل إلى 30 سنة	أنثى
تأخير في تسليم المشروع أثر على مستوى الثقة	الالتزام بالمواعيد والتسليم	نعم، انخفضت الثقة	أوافق بشدة	يسهل الإنجاز بدرجة كبيرة جدًا	التجارب السابقة	عالية جدًا	تحسين التواصل بين الفرق	لا أوافق	إلى حد ما	الالتزام بالتسليم	يوميًا	لا أوافق	الالتزام بالاتفاقات	5 سنوات فأكثر	صاحب عمل / رائد أعمال	أقل من 3000 درهم	25 من أقل إلى 30 سنة	ذكر
تقديم معلومات خاطئة	الاستماع الجيد للأخريين	نعم، ارتفعت الثقة	محايد	يعيق الإنجاز	دقة المعلومات	منخفضة	تحسين التواصل بين الفرق	أوافق بشدة	نعم	الصدق في المعلومات	عدة مرات أسبوعيًا	لا أوافق	جودة التواصل	من سنة إلى أقل من	أخرى	من 3000 إلى أقل	25 من أقل إلى	ذكر

أدى إلى انخفاض الثقة	الدعم المستمر من الفريق عزز الثقة	الاحترام المتبادل	نعم، انخفضت الثقة	لا أوافق بشدة	يسهل الإنجاز بدرجة كبيرة جدًا	الالتزام بالمواعيد	منخفضة جدًا	زيادة الشفافية في القرارات	أوافق بشدة	نعم	الالتزام بالتسليم	عدة مرات أسبوعيًا	لا أوافق بشدة	الدعم الإداري	من سنة إلى أقل من 3 سنوات	طالب	أكثر من 10000 درهم	30 سنة فأكثر	أنثى
الدعم المستمر من الفريق عزز الثقة	الصدق والشفافية	نعم، ارتفعت الثقة	أوافق بشدة	يسهل الإنجاز بدرجة جيدة	جودة النتائج	منخفضة جدًا	تحسين التواصل بين الفرق	لا أوافق	نعم	الالتزام بالتسليم	أقل من مرة أسبوعيًا	محاييد	الالتزام بالاتفاقات	5 سنوات فأكثر	صاحب عمل/ رائد أعمال	أقل من 3000 درهم	من 20 إلى أقل من 25 سنة	ذكر	
تعاون فعال بين الفرق ساهم في رفع مستوى الثقة	الصدق والشفافية	لا، لم يتغير مستوى الثقة	محاييد	يعيق الإنجاز	دقة المعلومات	منخفضة	تعزيز الالتزام بالمواعيد	أوافق	إلى حد ما	الالتزام بالتسليم	مرة أسبوعيًا	لا أوافق بشدة	وضوح الأدوار	من سنة إلى أقل من 3 سنوات	أخرى	أكثر من 10000 درهم	30 سنة فأكثر	أنثى	
الدعم المستمر من الفريق عزز الثقة	الاحترام المتبادل	لا، لم يتغير مستوى الثقة	أوافق بشدة	لا يؤثر بشكل واضح	التجارب السابقة	منخفضة	زيادة الشفافية في القرارات	لا أوافق	نعم	الصدق في المعلومات	مرة أسبوعيًا	أوافق بشدة	وضوح الأدوار	من 3 إلى أقل من 5 سنوات	طالب	من 6000 إلى أقل من 10000 درهم	أقل من 20 سنة	ذكر	
تأخير في تسليم المشروع أثر على مستوى الثقة	الالتزام بالمواعيد والتسليم	لا، لم يتغير مستوى الثقة	محاييد	يسهل الإنجاز بدرجة كبيرة جدًا	الوضوح في التوقعات	جيدة	تشجيع التعاون بين الأقسام	لا أوافق	إلى حد ما	احترام الوقت والمواعيد	مرة أسبوعيًا	أوافق	وضوح الأدوار	أقل من سنة	صاحب عمل/ رائد أعمال	من 6000 إلى أقل من 10000 درهم	أقل من 20 سنة	ذكر	
تقديم معلومات خاطئة أدى إلى انخفاض الثقة	الاستماع الجيد للآخرين	لا، لم يتغير مستوى الثقة	أوافق	يعيق الإنجاز	جودة النتائج	عالية جدًا	تحسين التواصل بين الفرق	لا أوافق	نعم	لا شيء مما ذكر	مرة أسبوعيًا	محاييد	الدعم الإداري	5 سنوات فأكثر	صاحب عمل/ رائد أعمال	من 3000 إلى أقل من 6000 درهم	أقل من 20 سنة	ذكر	
الدعم المستمر من	الصدق والشفافية	لا، لم يتغير مستوى الثقة	محاييد	لا يؤثر بشكل واضح	التجارب السابقة	منخفضة	تشجيع التعاون بين الأقسام	لا أوافق بشدة	لا	لا شيء مما ذكر	مرة أسبوعيًا	أوافق	جودة التواصل	5 سنوات فأكثر	صاحب عمل/ رائد أعمال	من 3000 إلى أقل من	أقل من 20 سنة	ذكر	

الفريق	عزز الثقة	الاحترام المتبادل	لا، لم يتغير مستوى الثقة	لا أوافق بشدة	يسهل الإنجاز بدرجة جيدة	دقة المعلومات	منخفضة	تعزيز الالتزام بالمواعيد	محايد	لا	جودة التواصل	عدة مرات أسبوعيًا	أوافق بشدة	جودة التواصل	من سنة إلى أقل من 3 سنوات	طالب	أقل من 3000 درهم	أقل من 20 سنة	أنثى
تم الالتزام بالمواعيد بدقة مما زاد الثقة	الصدق والشفافية	لا، لم يتغير مستوى الثقة	لا أوافق بشدة	لا يؤثر بشكل واضح	لا يؤثر بشكل واضح	الوضوح في التوقعات	عالية جدًا	تعزيز الالتزام بالمواعيد	لا أوافق	إلى حد ما	احترام الرأي الآخر	أقل من مرة أسبوعيًا	لا أوافق	السلوكيات المهنية	من 3 إلى أقل من 5 سنوات	صاحب عمل / رائد أعمال	من 6000 إلى أقل من 10000 درهم	30 سنة فأكثر	ذكر
تم الالتزام بالمواعيد بدقة مما زاد الثقة	جودة العمل والتفاصيل	نعم، ارتفعت الثقة	أوافق بشدة	يسهل الإنجاز بدرجة كبيرة جدًا	جودة النتائج	جيدة	زيادة الشفافية في القرارات	محايد	إلى حد ما	إلى حد ما	الصدق في المعلومات	عدة مرات أسبوعيًا	لا أوافق	جودة التواصل	من سنة إلى أقل من 3 سنوات	أخرى	من 3000 إلى أقل من 6000 درهم	من 25 إلى أقل من 30 سنة	ذكر
تأخير في تسليم المشروع أثر على مستوى الثقة	جودة العمل والتفاصيل	لا، لم يتغير مستوى الثقة	أوافق بشدة	يسهل الإنجاز بدرجة كبيرة جدًا	دقة المعلومات	عالية جدًا	تعزيز الالتزام بالمواعيد	محايد	إلى حد ما	إلى حد ما	لا شيء مما ذكر	أقل من مرة أسبوعيًا	لا أوافق	الدعم الإداري	من 3 إلى أقل من 5 سنوات	صاحب عمل / رائد أعمال	من 3000 إلى أقل من 6000 درهم	من 25 إلى أقل من 30 سنة	أنثى
الدعم المستمر من الفريق عزز الثقة	الالتزام بالمواعيد والتسليم	نعم، ارتفعت الثقة	لا أوافق بشدة	يسهل الإنجاز بدرجة كبيرة جدًا	دقة المعلومات	منخفضة	زيادة الشفافية في القرارات	أوافق بشدة	إلى حد ما	إلى حد ما	الالتزام بالتسليم	مرة أسبوعيًا	أوافق	السلوكيات المهنية	من 3 إلى أقل من 5 سنوات	صاحب عمل / رائد أعمال	أقل من 3000 درهم	من 25 إلى أقل من 30 سنة	أنثى
الدعم المستمر من الفريق عزز الثقة	الاستماع الجيد للآخرين	نعم، انخفضت الثقة	محايد	يسهل الإنجاز بدرجة جيدة	التجارب السابقة	جيدة	زيادة الشفافية في القرارات	محايد	لا	لا	لا شيء مما ذكر	يوميًا	لا أوافق بشدة	الالتزام بالاتفاقات	من سنة إلى أقل من 3 سنوات	موظف في التسويق	من 3000 إلى أقل من 6000 درهم	من 20 إلى أقل من 25 سنة	أنثى
الدعم المستمر من الفريق عزز الثقة	الالتزام بالمواعيد والتسليم	نعم، انخفضت الثقة	أوافق بشدة	يسهل الإنجاز بدرجة كبيرة جدًا	الوضوح في التوقعات	عالية جدًا	زيادة الشفافية في القرارات	أوافق بشدة	نعم	نعم	احترام الرأي الآخر	أقل من مرة أسبوعيًا	لا أوافق بشدة	السلوكيات المهنية	من 3 إلى أقل من 5 سنوات	صاحب عمل / رائد أعمال	أقل من 3000 درهم	30 سنة فأكثر	ذكر

تأخير في تسليم المشروع أثر على مستوى الثقة	جودة العمل والتفاصيل	نعم، ارتفعت الثقة	أوافق	يعيق الإنجاز	جودة النتائج	منخفضة	تحسين التواصل بين الفرق	لا أوافق	لا	الالتزام بالتسليم	يوميًا	لا أوافق بشدة	جودة التواصل	من سنة إلى أقل من 3 سنوات	صاحب عمل / رائد أعمال	أكثر من 10000 درهم	30 سنة فأكثر	ذكر
تعاون فعال بين الفرق ساهم في رفع مستوى الثقة	جودة العمل والتفاصيل	نعم، ارتفعت الثقة	لا أوافق بشدة	يعيق الإنجاز	جودة النتائج	عالية جدًا	تحسين التواصل بين الفرق	لا أوافق	لا	الالتزام بالتسليم	يوميًا	محايد	السلوكيات المهنية	من 3 إلى أقل من 5 سنوات	طالب	من 3000 إلى أقل من 6000 درهم	من 25 إلى أقل من 30 سنة	ذكر
الدعم المستمر من الفريق عزز الثقة	الاحترام المتبادل	نعم، انخفضت الثقة	أوافق بشدة	يعيق الإنجاز	دقة المعلومات	جيدة	تحسين التواصل بين الفرق	لا أوافق	نعم	جودة التواصل	يوميًا	أوافق بشدة	الالتزام بالاتفاقات	أقل من سنة	أخرى	من 3000 إلى أقل من 6000 درهم	من 25 إلى أقل من 30 سنة	أنثى
الدعم المستمر من الفريق عزز الثقة	جودة العمل والتفاصيل	نعم، انخفضت الثقة	أوافق	يعيق الإنجاز	دقة المعلومات	منخفضة	تعزيز الالتزام بالمواعيد	محايد	لا	لا شيء مما ذكر	أقل من مرة أسبوعيًا	محايد	جودة التواصل	أقل من سنة	صاحب عمل / رائد أعمال	أقل من 3000 درهم	من 20 إلى أقل من 25 سنة	ذكر
تقديم معلومات خاطئة أدى إلى انخفاض الثقة	الصدق والشفافية	نعم، انخفضت الثقة	لا أوافق	يسهل الإنجاز بدرجة كبيرة جدًا	جودة النتائج	منخفضة	تعزيز الالتزام بالمواعيد	لا أوافق بشدة	إلى حد ما	الالتزام بالتسليم	يوميًا	لا أوافق بشدة	الالتزام بالاتفاقات	من سنة إلى أقل من 3 سنوات	صاحب عمل / رائد أعمال	من 6000 إلى أقل من 10000 درهم	30 سنة فأكثر	ذكر
تم الالتزام بالمواعيد بدقة مما زاد الثقة	الاحترام المتبادل	نعم، ارتفعت الثقة	محايد	لا يؤثر بشكل واضح	الالتزام بالمواعيد	منخفضة جدًا	تشجيع التعاون بين الأقسام	لا أوافق بشدة	إلى حد ما	الالتزام بالتسليم	يوميًا	أوافق	وضوح الأدوار	5 سنوات فأكثر	موظف في التسويق	أكثر من 10000 درهم	من 25 إلى أقل من 30 سنة	أنثى
الدعم المستمر من الفريق عزز الثقة	الاستماع الجيد للآخرين	لا، لم يتغير مستوى الثقة	لا أوافق بشدة	يعيق الإنجاز	دقة المعلومات	منخفضة	تعزيز الالتزام بالمواعيد	لا أوافق بشدة	إلى حد ما	الصدق في المعلومات	يوميًا	لا أوافق بشدة	السلوكيات المهنية	أقل من سنة	موظف في التسويق	أكثر من 10000 درهم	30 سنة فأكثر	أنثى
تأخير في تسليم المشروع	الاستماع الجيد للآخرين	لا، لم يتغير	محايد	يسهل الإنجاز بدرجة	جودة النتائج	منخفضة جدًا	توضيح الأدوار والمسؤوليات	أوافق	نعم	الصدق في المعلومات	مرة أسبوعيًا	أوافق بشدة	الدعم الإداري	من 3 إلى أقل من 5 سنوات	موظف في التسويق	أقل من 3000 درهم	من 25 إلى أقل من 30 سنة	أنثى

أثر على الثقة	تم الالتزام بالمواعيد بدقة مما زاد الثقة	الالتزام بالمواعيد والتسليم	نعم، ارتفعت الثقة	محايد	يسهل الإنجاز بدرجة جيدة	دقة المعلومات	منخفضة	تشجيع التعاون بين الأقسام	أوافق بشدة	إلى حد ما	احترام الرأي الأخر	يومياً	لا أوافق بشدة	الدعم الإداري	من 3 إلى أقل 5 من سنوات	طالب	من 3000 إلى أقل 6000 درهم	من 20 إلى أقل 25 من سنة	ذكر
تم الالتزام بالمواعيد بدقة مما زاد الثقة	الاستماع الجيد للآخرين	نعم، ارتفعت الثقة	أوافق بشدة	لا يؤثر بشكل واضح	الوضوح في التوقعات	عالية جداً	تعزيز الالتزام بالمواعيد	أوافق	إلى حد ما	احترام الرأي الأخر	عدة مرات أسبوعياً	محايد	الالتزام بالاتفاقات	5 سنوات فأكثر	موظف في التسويق	من 6000 إلى أقل 10000 درهم	من 20 إلى أقل سنة	ذكر	
تأخير في تسليم المشروع أثر على مستوى الثقة	جودة العمل والتفاصيل	نعم، انخفضت الثقة	أوافق بشدة	يعيق الإنجاز	الوضوح في التوقعات	منخفضة	تشجيع التعاون بين الأقسام	أوافق	لا	لا شيء مما ذكر	أقل من مرة أسبوعياً	لا أوافق بشدة	وضوح الأدوار	من 3 إلى أقل 5 من سنوات	صاحب رائد أعمال	من 3000 إلى أقل 6000 درهم	من 20 إلى أقل 25 من سنة	ذكر	
تم الالتزام بالمواعيد بدقة مما زاد الثقة	الالتزام بالمواعيد والتسليم	نعم، ارتفعت الثقة	لا أوافق	يعيق الإنجاز	التجارب السابقة	عالية جداً	توضيح الأدوار والمسؤوليات	أوافق	لا	جودة التواصل	عدة مرات أسبوعياً	لا أوافق	جودة التواصل	من 3 إلى أقل 5 من سنوات	أخرى	أكثر من 10000 درهم	من 25 إلى أقل 30 من سنة	أنثى	
تم الالتزام بالمواعيد بدقة مما زاد الثقة	الصدق والشفافية	لا، لم يتغير مستوى الثقة	لا أوافق	لا يؤثر بشكل واضح	الوضوح في التوقعات	منخفضة جداً	توضيح الأدوار والمسؤوليات	أوافق	إلى حد ما	احترام الرأي الأخر	أقل من مرة أسبوعياً	أوافق	جودة التواصل	من 3 إلى أقل 5 من سنوات	طالب	أكثر من 10000 درهم	من 25 إلى أقل 30 من سنة	أنثى	
تعاون فعال بين الفرق ساهم في رفع مستوى الثقة	الاستماع الجيد للآخرين	نعم، ارتفعت الثقة	أوافق	يسهل الإنجاز بدرجة جيدة	الوضوح في التوقعات	جيدة	زيادة الشفافية في القرارات	أوافق بشدة	لا	احترام الوقت والمواعيد	عدة مرات أسبوعياً	أوافق	جودة التواصل	5 سنوات فأكثر	طالب	من 3000 إلى أقل 6000 درهم	من 20 إلى أقل 25 من سنة	ذكر	
تعاون فعال بين الفرق ساهم في رفع	الصدق والشفافية	نعم، انخفضت الثقة	أوافق	لا يؤثر بشكل واضح	جودة النتائج	عالية جداً	تشجيع التعاون بين الأقسام	أوافق بشدة	إلى حد ما	الالتزام بالتسليم	عدة مرات أسبوعياً	لا أوافق بشدة	السلوكيات المهنية	5 سنوات فأكثر	موظف في التسويق	أكثر من 10000 درهم	من 25 إلى أقل 30 من سنة	أنثى	

مستوى الثقة																		
الدعم المستمر من الفريق عزز الثقة	الصدق والشفافية	نعم، انخفضت الثقة	لا أوافق بشدة	لا يؤثر بشكل واضح	الالتزام بالمواعيد	عالية جدًا	توضيح الأدوار والمسؤوليات	لا أوافق بشدة	لا	الصدق في المعلومات	عدة مرات أسبوعيًا	أوافق	جودة التواصل	من سنة إلى أقل من 3 سنوات	طالب	من 3000 إلى أقل من 6000 درهم	من 20 إلى أقل من 25 سنة	ذكر
تعاون فعال بين الفرق ساهم في رفع مستوى الثقة	الاحترام المتبادل	نعم، انخفضت الثقة	لا أوافق	يعيق الإنجاز	الالتزام بالمواعيد	منخفضة جدًا	زيادة الشفافية في القرارات	لا أوافق بشدة	لا	الصدق في المعلومات	أقل من مرة أسبوعيًا	لا أوافق	الدعم الإداري	5 سنوات فأكثر	طالب	أكثر من 10000 درهم	أقل من 20 سنة	ذكر
تأخير في تسليم المشروع أثر على مستوى الثقة	الالتزام بالمواعيد والتسليم	نعم، ارتفعت الثقة	محايد	يسهل الإنجاز بدرجة كبيرة جدًا	التجارب السابقة	منخفضة جدًا	تشجيع التعاون بين الأقسام	لا أوافق	إلى حد ما	الالتزام بالتسليم	أقل من مرة أسبوعيًا	أوافق بشدة	وضوح الأدوار	5 سنوات فأكثر	صاحب عمل / رائد أعمال	أقل من 3000 درهم	30 سنة فأكثر	ذكر
تم الالتزام بالمواعيد بدقة مما زاد الثقة	الصدق والشفافية	نعم، ارتفعت الثقة	لا أوافق بشدة	لا يؤثر بشكل واضح	التجارب السابقة	منخفضة جدًا	تحسين التواصل بين الفرق	محايد	لا	احترام الرأي الآخر	يوميًا	أوافق بشدة	وضوح الأدوار	من سنة إلى أقل من 3 سنوات	طالب	من 3000 إلى أقل من 6000 درهم	من 25 إلى أقل من 30 سنة	ذكر
تعاون فعال بين الفرق ساهم في رفع مستوى الثقة	الالتزام بالمواعيد والتسليم	نعم، ارتفعت الثقة	لا أوافق	يعيق الإنجاز	جودة النتائج	عالية جدًا	توضيح الأدوار والمسؤوليات	محايد	نعم	الصدق في المعلومات	مرة أسبوعيًا	لا أوافق بشدة	وضوح الأدوار	5 سنوات فأكثر	موظف في التسويق	من 6000 إلى أقل من 10000 درهم	أقل من 20 سنة	ذكر
تم الالتزام بالمواعيد بدقة مما زاد الثقة	الالتزام بالمواعيد والتسليم	نعم، انخفضت الثقة	أوافق بشدة	يسهل الإنجاز بدرجة جيدة	الوضوح في التوقعات	عالية جدًا	تشجيع التعاون بين الأقسام	لا أوافق	لا	احترام الوقت والمواعيد	عدة مرات أسبوعيًا	لا أوافق	الدعم الإداري	أقل من سنة	طالب	أكثر من 10000 درهم	من 25 إلى أقل من 30 سنة	ذكر
تقديم معلومات خاطئة أدى إلى	جودة العمل والتفاصيل	نعم، ارتفعت الثقة	لا أوافق بشدة	لا يؤثر بشكل واضح	دقة المعلومات	منخفضة	تشجيع التعاون بين الأقسام	أوافق	إلى حد ما	الالتزام بالتسليم	عدة مرات أسبوعيًا	لا أوافق	السلوكيات المهنية	أقل من سنة	أخرى	من 6000 إلى أقل من	أقل من 20 سنة	أنثى

انخفاض الثقة	تقديم معلومات خاطئة أدى إلى انخفاض الثقة	الاحترام المتبادل	نعم، ارتفعت الثقة	أوافق بشدة	لا يؤثر بشكل واضح	دقة المعلومات	عالية جدًا	تحسين التواصل بين الفرق	لا أوافق بشدة	نعم	لا شيء مما ذكر	عدة مرات أسبوعيًا	أوافق بشدة	السلوكيات المهنية	من 3 إلى أقل من 5 سنوات	أخرى	من 10000 درهم إلى أقل من 6000 درهم	30 سنة فأكثر	ذكر
تعاون فعال بين الفرق ساهم في رفع مستوى الثقة	جودة العمل والتفاصيل	نعم، ارتفعت الثقة	لا أوافق بشدة	يسهل الإنجاز بدرجة كبيرة جدًا	الالتزام بالمواعيد	منخفضة جدًا	زيادة الشفافية في القرارات	لا أوافق بشدة	إلى حد ما	الصدق في المعلومات	عدة مرات أسبوعيًا	أوافق بشدة	جودة التواصل	من 3 إلى أقل من 5 سنوات	طالب	من 10000 درهم إلى أقل من 6000 درهم	من 30 سنة إلى أقل من 25 سنة	أنثى	
تم الالتزام بالمواعيد بدقة مما زاد الثقة	الاحترام المتبادل	نعم، ارتفعت الثقة	محايد	يعيق الإنجاز	الالتزام بالمواعيد	منخفضة	توضيح الأدوار والمسؤوليات	أوافق	لا	الصدق في المعلومات	أقل من مرة أسبوعيًا	محايد	السلوكيات المهنية	من 3 إلى أقل من 5 سنوات	طالب	من 10000 درهم إلى أقل من 6000 درهم	من 25 سنة إلى أقل من 20 سنة	أنثى	
تأخير في تسليم المشروع أثر على مستوى الثقة	جودة العمل والتفاصيل	لا، لم يتغير مستوى الثقة	لا أوافق بشدة	يعيق الإنجاز	التجارب السابقة	منخفضة	تحسين التواصل بين الفرق	لا أوافق بشدة	نعم	جودة التواصل	أقل من مرة أسبوعيًا	أوافق	السلوكيات المهنية	من سنة إلى أقل من 3 سنوات	طالب	من 6000 درهم إلى أقل من 3000 درهم	أقل من 20 سنة	أنثى	
تم الالتزام بالمواعيد بدقة مما زاد الثقة	الصدق والشفافية	نعم، ارتفعت الثقة	لا أوافق	يعيق الإنجاز	دقة المعلومات	عالية جدًا	تحسين التواصل بين الفرق	أوافق بشدة	لا	احترام الرأي الآخر	مرة أسبوعيًا	محايد	جودة التواصل	أقل من سنة	أخرى	أكثر من 10000 درهم	من 25 سنة إلى أقل من 20 سنة	ذكر	
تأخير في تسليم المشروع أثر على مستوى الثقة	الاستماع الجيد للآخرين	نعم، انخفضت الثقة	لا أوافق	يسهل الإنجاز بدرجة جيدة	الوضوح في التوقعات	عالية جدًا	زيادة الشفافية في القرارات	أوافق	نعم	لا شيء مما ذكر	مرة أسبوعيًا	أوافق بشدة	السلوكيات المهنية	من سنة إلى أقل من 3 سنوات	أخرى	أقل من 3000 درهم	من 25 سنة إلى أقل من 20 سنة	ذكر	
تقديم معلومات خاطئة أدى إلى	الاحترام المتبادل	نعم، ارتفعت الثقة	أوافق	يسهل الإنجاز بدرجة جيدة	دقة المعلومات	جيدة	توضيح الأدوار والمسؤوليات	لا أوافق بشدة	نعم	الصدق في المعلومات	أقل من مرة أسبوعيًا	أوافق بشدة	جودة التواصل	5 سنوات فأكثر	طالب	من 6000 درهم إلى أقل من 25 سنة	من 30 سنة إلى أقل من 25 سنة	ذكر	

انخفاض الثقة	تم الالتزام بالمواعيد بدقة مما زاد الثقة	جودة العمل والتفاصيل	لا، لم يتغير مستوى الثقة	أوافق بشدة	لا يؤثر بشكل واضح	جودة النتائج	منخفضة جدًا	تعزيز الالتزام بالمواعيد	أوافق بشدة	لا	جودة التواصل	يوميًا	أوافق بشدة	جودة التواصل	5 سنوات فأكثر	طالب	أقل من 3000 درهم	من 25 إلى أقل من 30 سنة	ذكر
تقديم معلومات خاطئة أدى إلى انخفاض الثقة	الالتزام بالمواعيد والتسليم	نعم، ارتفعت الثقة	أوافق	لا يؤثر بشكل واضح	دقة المعلومات	منخفضة جدًا	تشجيع التعاون بين الأقسام	لا أوافق بشدة	إلى حد ما	احترام الرأي الآخر	مرة أسبوعيًا	لا أوافق	الالتزام بالاتفاقات	من 3 إلى أقل من 5 سنوات	صاحب عمل / رائد أعمال	أكثر من 10000 درهم	30 سنة فأكثر	ذكر	
تم الالتزام بالمواعيد بدقة مما زاد الثقة	الاحترام المتبادل	لا، لم يتغير مستوى الثقة	أوافق	يسهل الإنجاز بدرجة كبيرة جدًا	التجارب السابقة	جيدة	زيادة الشفافية في القرارات	أوافق	نعم	احترام الرأي الآخر	يوميًا	محايد	السلوكيات المهنية	أقل من سنة	صاحب عمل / رائد أعمال	أكثر من 10000 درهم	30 سنة فأكثر	أنثى	
تم الالتزام بالمواعيد بدقة مما زاد الثقة	الاستماع الجيد للآخرين	لا، لم يتغير مستوى الثقة	أوافق بشدة	يسهل الإنجاز بدرجة كبيرة جدًا	جودة النتائج	عالية جدًا	تعزيز الالتزام بالمواعيد	لا أوافق بشدة	لا	الصدق في المعلومات	مرة أسبوعيًا	محايد	وضوح الأدوار	أقل من سنة	صاحب عمل / رائد أعمال	من 3000 إلى أقل من 6000 درهم	من 25 إلى أقل من 30 سنة	أنثى	
الدعم المستمر من الفريق عزز الثقة	جودة العمل والتفاصيل	لا، لم يتغير مستوى الثقة	أوافق بشدة	لا يؤثر بشكل واضح	جودة النتائج	منخفضة جدًا	تحسين التواصل بين الفرق	أوافق بشدة	إلى حد ما	احترام الرأي الآخر	مرة أسبوعيًا	أوافق بشدة	الالتزام بالاتفاقات	من 3 إلى أقل من 5 سنوات	صاحب عمل / رائد أعمال	أقل من 3000 درهم	من 20 إلى أقل من 25 سنة	ذكر	
الدعم المستمر من الفريق عزز الثقة	الصدق والشفافية	نعم، ارتفعت الثقة	محايد	لا يؤثر بشكل واضح	التجارب السابقة	منخفضة	زيادة الشفافية في القرارات	لا أوافق	لا	الصدق في المعلومات	عدة مرات أسبوعيًا	لا أوافق	جودة التواصل	أقل من سنة	أخرى	من 3000 إلى أقل من 6000 درهم	من 20 إلى أقل من 25 سنة	أنثى	
تعاون فعال بين الفرق ساهم في رفع مستوى الثقة	جودة العمل والتفاصيل	لا، لم يتغير مستوى الثقة	أوافق	لا يؤثر بشكل واضح	دقة المعلومات	جيدة	توضيح الأدوار والمسؤوليات	أوافق بشدة	إلى حد ما	الصدق في المعلومات	يوميًا	محايد	وضوح الأدوار	أقل من سنة	طالب	أقل من 3000 درهم	من 20 إلى أقل من 25 سنة	ذكر	

تعاون فعال بين الفرق ساهم في رفع مستوى الثقة	الالتزام بالمواعيد والتسليم	نعم، انخفضت الثقة	لا أوافق	يعيق الإنجاز	الالتزام بالمواعيد	عالية جدًا	زيادة الشفافية في القرارات	أوافق	نعم	احترام الرأي الآخر	عدة مرات أسبوعيًا	أوافق بشدة	الدعم الإداري	5 سنوات فأكثر	صاحب عمل/ رائد أعمال	أكثر من 10000 درهم	من 20 إلى أقل من 25 سنة	ذكر
الدعم المستمر من الفريق عزز الثقة	الاستماع الجيد للآخرين	نعم، ارتفعت الثقة	لا أوافق بشدة	يسهل الإنجاز بدرجة كبيرة جدًا	التجارب السابقة	جيدة	تشجيع التعاون بين الأقسام	لا أوافق ما	إلى حدًا	لا شيء مما ذكر	مرة أسبوعيًا	أوافق	الالتزام بالاتفاقات	أقل من سنة	أخرى	من 3000 إلى أقل من 6000 درهم	من 25 إلى أقل من 30 سنة	أنثى
تقديم معلومات خاطئة أدى إلى انخفاض الثقة	الالتزام بالمواعيد والتسليم	نعم، انخفضت الثقة	لا أوافق بشدة	يعيق الإنجاز	التجارب السابقة	جيدة	زيادة الشفافية في القرارات	لا أوافق بشدة	لا	الالتزام بالتسليم	أقل من مرة أسبوعيًا	أوافق بشدة	الدعم الإداري	أقل من سنة	صاحب عمل/ رائد أعمال	من 6000 إلى أقل من 10000 درهم	من 25 إلى أقل من 30 سنة	أنثى
تقديم معلومات خاطئة أدى إلى انخفاض الثقة	الاستماع الجيد للآخرين	نعم، انخفضت الثقة	لا أوافق	يسهل الإنجاز بدرجة كبيرة جدًا	دقة المعلومات	منخفضة	تحسين التواصل بين الفريق	أوافق بشدة	إلى حدًا ما	الصدق في المعلومات	مرة أسبوعيًا	لا أوافق	الالتزام بالاتفاقات	5 سنوات فأكثر	طالب	أكثر من 10000 درهم	30 سنة فأكثر	ذكر
تقديم معلومات خاطئة أدى إلى انخفاض الثقة	الالتزام بالمواعيد والتسليم	نعم، ارتفعت الثقة	أوافق	يسهل الإنجاز بدرجة كبيرة جدًا	الالتزام بالمواعيد	منخفضة	زيادة الشفافية في القرارات	لا أوافق بشدة	نعم	احترام الوقت والمواعيد	يوميًا	محايد	الدعم الإداري	من سنة إلى أقل من 3 سنوات	أخرى	أكثر من 10000 درهم	من 20 إلى أقل من 25 سنة	ذكر
تعاون فعال بين الفرق ساهم في رفع مستوى الثقة	الاستماع الجيد للآخرين	لا، لم يتغير مستوى الثقة	أوافق	يسهل الإنجاز بدرجة كبيرة جدًا	جودة النتائج	عالية جدًا	توضيح الدور والمسؤوليات	محايد	نعم	جودة التواصل	أقل من مرة أسبوعيًا	أوافق بشدة	وضوح الدور	من 3 إلى أقل من 5 سنوات	طالب	من 6000 إلى أقل من 10000 درهم	أقل من 20 سنة	ذكر
تقديم معلومات خاطئة أدى إلى	الاحترام المتبادل	لا، لم يتغير مستوى الثقة	لا أوافق	يسهل الإنجاز بدرجة	الوضوح في التوقعات	منخفضة جدًا	تعزيز الالتزام بالمواعيد	أوافق بشدة	نعم	الالتزام بالتسليم	أقل من مرة أسبوعيًا	أوافق	الالتزام بالاتفاقات	من سنة إلى أقل من	أخرى	من 3000 إلى أقل من	من 20 إلى أقل من 25 سنة	ذكر

انخفاض الثقة	جودة العمل والتفاصيل	نعم، انخفضت الثقة	محايد	يعيق الإنجاز	دقة المعلومات	منخفضة	زيادة الشفافية في القرارات	محايد	إلى حد ما	احترام الرأي الآخر	يومياً	لا أوافق	الدعم الإداري	3 سنوات من سنة إلى أقل من 3 سنوات	صاحب عمل / رائد أعمال	أكثر من 10000 درهم	20 من أقل من 25 سنة	أنثى
تأخير في تسليم المشروع أثر على مستوى الثقة	الاحترام المتبادل	لا، لم يتغير مستوى الثقة	أوافق بشدة	يعيق الإنجاز	الالتزام بالمواعيد	منخفضة جداً	توضيح الأدوار والمسؤوليات	لا أوافق	لا	الصدق في المعلومات	عدة مرات أسبوعياً	أوافق	وضوح الأدوار	أقل من سنة	أخرى	أقل من 3000 درهم	أقل من 20 سنة	ذكر
تعاون فعال بين الفرق ساهم في رفع مستوى الثقة	الاحترام المتبادل	نعم، ارتفعت الثقة	محايد	يسهل الإنجاز بدرجة جيدة	الوضوح في التوقعات	جيدة	تحسين التواصل بين الفرق	محايد	إلى حد ما	احترام الوقت والمواعيد	عدة مرات أسبوعياً	لا أوافق	السلوكيات المهنية	3 من أقل من 5 سنوات	أخرى	من 3000 إلى أقل من 6000 درهم	30 سنة فأكثر	أنثى
الدعم المستمر من الفريق عزز الثقة	الالتزام بالمواعيد والتسليم	نعم، ارتفعت الثقة	لا أوافق بشدة	لا يؤثر بشكل واضح	الوضوح في التوقعات	منخفضة جداً	تشجيع التعاون بين الأقسام	أوافق	إلى حد ما	احترام الرأي الآخر	عدة مرات أسبوعياً	محايد	الالتزام بالاتفاقات	3 من أقل من 5 سنوات	موظف في التسويق	من 6000 إلى أقل من 10000 درهم	30 سنة فأكثر	أنثى
تقديم معلومات خاطئة أدى إلى انخفاض الثقة	الاحترام المتبادل	لا، لم يتغير مستوى الثقة	أوافق	لا يؤثر بشكل واضح	جودة النتائج	جيدة	زيادة الشفافية في القرارات	محايد	نعم	الالتزام بالتسليم	يومياً	لا أوافق بشدة	وضوح الأدوار	5 سنوات فأكثر	صاحب عمل / رائد أعمال	من 6000 إلى أقل من 10000 درهم	25 من أقل من 30 سنة	أنثى
تم الالتزام بالمواعيد بدقة مما زاد الثقة	جودة العمل والتفاصيل	نعم، ارتفعت الثقة	لا أوافق بشدة	يسهل الإنجاز بدرجة جيدة	الوضوح في التوقعات	منخفضة جداً	تعزيز الالتزام بالمواعيد	لا أوافق بشدة	إلى حد ما	احترام الوقت والمواعيد	مرة أسبوعياً	لا أوافق	وضوح الأدوار	5 سنوات فأكثر	صاحب عمل / رائد أعمال	أقل من 3000 درهم	20 من أقل من 25 سنة	أنثى
تقديم معلومات خاطئة أدى إلى انخفاض الثقة	جودة العمل والتفاصيل	نعم، ارتفعت الثقة	محايد	يعيق الإنجاز	جودة النتائج	جيدة	تشجيع التعاون بين الأقسام	أوافق بشدة	إلى حد ما	احترام الوقت والمواعيد	مرة أسبوعياً	لا أوافق	الدعم الإداري	أقل من سنة	موظف في التسويق	أكثر من 10000 درهم	25 من أقل من 30 سنة	ذكر

الدعم المستمر من الفريق عزز الثقة	الاستماع الجيد للآخرين	لا، لم يتغير مستوى الثقة	أوافق بشدة	لا يؤثر بشكل واضح	الوضوح في التوقعات	منخفضة جدًا	توضيح الأدوار والمسؤوليات	لا أوافق بشدة	نعم	الالتزام بالتسليم	يوميًا	لا أوافق	الدعم الإداري	من سنة إلى 3 سنوات	موظف في التسويق	أكثر من 10000 درهم	من 25 إلى أقل من 30 سنة	ذكر
الدعم المستمر من الفريق عزز الثقة	جودة العمل والتفاصيل	نعم، انخفضت الثقة	أوافق	يسهل الإنجاز بدرجة كبيرة جدًا	دقة المعلومات	منخفضة جدًا	تعزيز الالتزام بالمواعيد	لا أوافق	لا	احترام الوقت والمواعيد	مرة أسبوعيًا	أوافق بشدة	جودة التواصل	5 سنوات فأكثر	موظف في التسويق	من 3000 إلى أقل من 6000 درهم	من 25 إلى أقل من 30 سنة	ذكر
الدعم المستمر من الفريق عزز الثقة	الاحترام المتبادل	نعم، ارتفعت الثقة	لا أوافق	لا يؤثر بشكل واضح	الوضوح في التوقعات	منخفضة	توضيح الأدوار والمسؤوليات	أوافق بشدة	لا	احترام الوقت والمواعيد	مرة أسبوعيًا	لا أوافق بشدة	الدعم الإداري	أقل من سنة	صاحب عمل / رائد أعمال	من 6000 إلى أقل من 10000 درهم	من 25 إلى أقل من 30 سنة	أنثى
الدعم المستمر من الفريق عزز الثقة	الالتزام بالمواعيد والتسليم	لا، لم يتغير مستوى الثقة	أوافق	لا يؤثر بشكل واضح	جودة النتائج	منخفضة جدًا	توضيح الأدوار والمسؤوليات	أوافق بشدة	لا	الالتزام بالتسليم	يوميًا	لا أوافق	السلوكيات المهنية	من سنة إلى 3 سنوات	موظف في التسويق	من 3000 إلى أقل من 6000 درهم	من 20 إلى أقل من 25 سنة	أنثى
تقديم معلومات خاطئة أدى إلى انخفاض الثقة	الصدق والشفافية	نعم، انخفضت الثقة	أوافق	يعيق الإنجاز	دقة المعلومات	عالية جدًا	تعزيز الالتزام بالمواعيد	محايد	لا	الالتزام بالتسليم	عدة مرات أسبوعيًا	محايد	السلوكيات المهنية	من سنة إلى 3 سنوات	صاحب عمل / رائد أعمال	أكثر من 10000 درهم	من 25 إلى أقل من 30 سنة	ذكر
الدعم المستمر من الفريق عزز الثقة	الاحترام المتبادل	لا، لم يتغير مستوى الثقة	لا أوافق	يسهل الإنجاز بدرجة كبيرة جدًا	جودة النتائج	منخفضة جدًا	توضيح الأدوار والمسؤوليات	محايد	إلى حد ما	الالتزام بالتسليم	أقل من مرة أسبوعيًا	لا أوافق بشدة	جودة التواصل	5 سنوات فأكثر	صاحب عمل / رائد أعمال	من 6000 إلى أقل من 10000 درهم	من 20 إلى أقل من 25 سنة	أنثى
تم الالتزام بالمواعيد بدقة مما زاد الثقة	الاحترام المتبادل	نعم، ارتفعت الثقة	أوافق	يعيق الإنجاز	التجارب السابقة	عالية جدًا	تحسين التواصل بين الفرق	لا أوافق بشدة	إلى حد ما	جودة التواصل	يوميًا	لا أوافق	الالتزام بالاتفاقات	أقل من سنة	طالب	من 3000 إلى أقل من 6000 درهم	من 25 إلى أقل من 30 سنة	ذكر

الدعم المستمر من الفريق عزز الثقة	الالتزام بالمواعيد والتسليم	لا، لم يتغير مستوى الثقة	أوافق	يعيق الإنتاج	الالتزام بالمواعيد	جيدة	تشجيع التعاون بين الأقسام	محايد	نعم	الصدق في المعلومات	مرة أسبوعيًا	لا أوافق بشدة	وضوح الأدوار	من سنة إلى 3 أقل من سنوات	موظف في التسويق	من 3000 إلى أقل من 6000 درهم	أقل من 20 سنة	ذكر
الدعم المستمر من الفريق عزز الثقة	الالتزام بالمواعيد والتسليم	لا، لم يتغير مستوى الثقة	لا أوافق بشدة	يسهل الإنجاز بدرجة كبيرة جدًا	التجارب السابقة	منخفضة	زيادة الشفافية في القرارات	لا أوافق ما	إلى حد ما	الصدق في المعلومات	عدة مرات أسبوعيًا	أوافق	وضوح الأدوار	5 سنوات فأكثر	موظف في التسويق	من 3000 إلى أقل من 6000 درهم	من 20 إلى أقل من 25 سنة	ذكر
تعاون فعال بين الفرق ساهم في رفع مستوى الثقة	الاستماع الجيد للآخرين	لا، لم يتغير مستوى الثقة	لا أوافق	يسهل الإنجاز بدرجة جيدة	الوضوح في التوقعات	عالية جدًا	تعزيز الالتزام بالمواعيد	أوافق بشدة	إلى حد ما	احترام الوقت والمواعيد	يوميًا	أوافق	السلوكيات المهنية	من سنة إلى 3 أقل من سنوات	موظف في التسويق	أقل من 3000 درهم	أقل من 20 سنة	ذكر
تعاون فعال بين الفرق ساهم في رفع مستوى الثقة	الاحترام المتبادل	لا، لم يتغير مستوى الثقة	أوافق	لا يؤثر بشكل واضح	دقة المعلومات	منخفضة جدًا	تحسين التواصل بين الفرق	أوافق بشدة	إلى حد ما	جودة التواصل	أقل من مرة أسبوعيًا	أوافق	السلوكيات المهنية	5 سنوات فأكثر	طالب	من 3000 إلى أقل من 6000 درهم	30 سنة فأكثر	أنثى
تم الالتزام بالمواعيد بدقة مما زاد الثقة	جودة العمل والتفاصيل	نعم، ارتفعت الثقة	أوافق	لا يؤثر بشكل واضح	الوضوح في التوقعات	عالية جدًا	تشجيع التعاون بين الأقسام	لا أوافق ما	إلى حد ما	احترام الرأي الآخر	أقل من مرة أسبوعيًا	محايد	وضوح الأدوار	من 3 إلى أقل من 5 سنوات	أخرى	من 3000 إلى أقل من 6000 درهم	من 25 إلى أقل من 30 سنة	أنثى
تقديم معلومات خاطئة أدى إلى انخفاض الثقة	الاستماع الجيد للآخرين	نعم، ارتفعت الثقة	أوافق بشدة	لا يؤثر بشكل واضح	الالتزام بالمواعيد	عالية جدًا	زيادة الشفافية في القرارات	محايد	لا	الصدق في المعلومات	عدة مرات أسبوعيًا	لا أوافق	جودة التواصل	من 3 إلى أقل من 5 سنوات	أخرى	أقل من 3000 درهم	30 سنة فأكثر	ذكر
تعاون فعال بين الفرق ساهم في	الاستماع الجيد للآخرين	لا، لم يتغير مستوى الثقة	أوافق	يسهل الإنجاز بدرجة جيدة	دقة المعلومات	جيدة	تعزيز الالتزام بالمواعيد	لا أوافق بشدة	إلى حد ما	احترام الرأي الآخر	يوميًا	محايد	وضوح الأدوار	5 سنوات فأكثر	طالب	أقل من 3000 درهم	من 25 إلى أقل من 30 سنة	أنثى

																		رفع مستوى الثقة
ذكر	30 سنة فأكثر	أقل من 3000 درهم	صاحب عمل / رائد أعمال	من 3 إلى أقل من 5 سنوات	جودة التواصل	أوافق بشدة	أقل من مرة أسبوعيًا	احترام الوقت والمواعيد	لا	محايد	تشجيع التعاون بين الأقسام	عالية جدًا	الالتزام بالمواعيد	يسهل الإنجاز بدرجة جيدة	لا أوافق بشدة	نعم، ارتفعت الثقة	جودة العمل والتفاصيل	تقديم معلومات أدى إلى انخفاض الثقة
ذكر	25 من أقل من 30 سنة	أكثر من 10000 درهم	أخرى	من سنة إلى أقل من 3 سنوات	السلوكيات المهنية	لا أوافق بشدة	أقل من مرة أسبوعيًا	الصدق في المعلومات	إلى حد ما	لا أوافق بشدة	تشجيع التعاون بين الأقسام	منخفضة جدًا	جودة النتائج	يسهل الإنجاز بدرجة كبيرة جدًا	محايد	نعم، انخفضت الثقة	الاحترام المتبادل	تعاون فعال بين الفرق ساهم في رفع مستوى الثقة
ذكر	أقل من 20 سنة	من 6000 إلى أقل من 10000 درهم	طالب	5 سنوات فأكثر	الدعم الإداري	أوافق	عدة مرات أسبوعيًا	لا شيء مما ذكر	نعم	لا أوافق	تعزيز الالتزام بالمواعيد	منخفضة	الالتزام بالمواعيد	لا يؤثر بشكل واضح	أوافق بشدة	نعم، انخفضت الثقة	جودة العمل والتفاصيل	تقديم معلومات خاطئة أدى إلى انخفاض الثقة
ذكر	أقل من 20 سنة	من 3000 إلى أقل من 6000 درهم	صاحب عمل / رائد أعمال	أقل من سنة	الدعم الإداري	أوافق بشدة	أقل من مرة أسبوعيًا	جودة التواصل	لا	أوافق بشدة	تشجيع التعاون بين الأقسام	عالية جدًا	دقة المعلومات	يعيق الإنجاز	أوافق بشدة	لا، لم يتغير مستوى الثقة	جودة العمل والتفاصيل	تم الالتزام بالمواعيد بدقة مما زاد الثقة
ذكر	أقل من 20 سنة	أكثر من 10000 درهم	صاحب عمل / رائد أعمال	5 سنوات فأكثر	الالتزام بالاتفاقات	لا أوافق	مرة أسبوعيًا	لا شيء مما ذكر	لا	محايد	تحسين التواصل بين الفرق	عالية جدًا	جودة النتائج	يسهل الإنجاز بدرجة كبيرة جدًا	لا أوافق	نعم، ارتفعت الثقة	جودة العمل والتفاصيل	تأخير في تسليم المشروع أثر على مستوى الثقة
أنثى	أقل من 20 سنة	أقل من 3000 درهم	أخرى	من 3 إلى أقل من 5 سنوات	وضوح الأدوار	أوافق بشدة	يوميًا	الالتزام بالتسليم	نعم	لا أوافق	زيادة الشفافية في القرارات	منخفضة جدًا	جودة النتائج	يسهل الإنجاز بدرجة كبيرة جدًا	أوافق	نعم، ارتفعت الثقة	الاحترام المتبادل	تم الالتزام بالمواعيد بدقة مما زاد الثقة
أنثى	20 من أقل	أقل من 3000 درهم	موظف في التسويق	5 سنوات فأكثر	الدعم الإداري	لا أوافق	يوميًا	لا شيء مما ذكر	إلى حد ما	محايد	تعزيز الالتزام بالمواعيد	منخفضة	دقة المعلومات	يسهل الإنجاز بدرجة	لا أوافق	نعم، ارتفعت الثقة	الاحترام المتبادل	تعاون فعال بين الفرق

سأهم في رفع مستوى الثقة	الاستماع الجيد للآخرين	لا، لم يتغير مستوى الثقة	لا أوافق بشدة	يعيق الإنجاز	دقة المعلومات	عالية جدًا	توضيح الأدوار والمسؤوليات	محايد	لا	جودة التواصل	مرة أسبوعيًا	أوافق بشدة	وضوح الأدوار	من سنة إلى أقل من 3 سنوات	موظف في التسويق	أقل من 3000 درهم	من 25 إلى أقل من 30 سنة	ذكر
تأخير في تسليم المشروع أثر على مستوى الثقة	الاستماع الجيد للآخرين	لا، لم يتغير مستوى الثقة	لا أوافق	لا يؤثر بشكل واضح	التجارب السابقة	عالية جدًا	تحسين التواصل بين الفرق	لا أوافق بشدة	لا	لا شيء مما ذكر	أقل من مرة أسبوعيًا	أوافق بشدة	السلوكيات المهنية	من سنة إلى أقل من 3 سنوات	موظف في التسويق	أقل من 3000 درهم	من 20 إلى أقل من 25 سنة	أنثى
تم الالتزام بالمواعيد بدقة مما زاد الثقة	الاحترام المتبادل	لا، لم يتغير مستوى الثقة	لا أوافق بشدة	لا يؤثر بشكل واضح	دقة المعلومات	جيدة	تشجيع التعاون بين الأقسام	محايد	نعم	الالتزام بالتسليم	عدة مرات أسبوعيًا	محايد	وضوح الأدوار	أقل من سنة	طالب	من 3000 إلى أقل من 6000 درهم	من 25 إلى أقل من 30 سنة	ذكر
الدعم المستمر من الفريق عزز الثقة	الصدق والشفافية	نعم، انخفضت الثقة	لا أوافق	يسهل الإنجاز بدرجة جيدة	الالتزام بالمواعيد	جيدة	توضيح الأدوار والمسؤوليات	لا أوافق	إلى حد ما	احترام الرأي الآخر	مرة أسبوعيًا	أوافق بشدة	وضوح الأدوار	من 3 إلى أقل من 5 سنوات	صاحب عمل / رائد أعمال	أقل من 3000 درهم	من 25 إلى أقل من 30 سنة	أنثى
تقديم معلومات خاطئة أدى إلى انخفاض الثقة	الصدق والشفافية	لا، لم يتغير مستوى الثقة	لا أوافق	يعيق الإنجاز	جودة النتائج	عالية جدًا	تحسين التواصل بين الفرق	أوافق	إلى حد ما	احترام الرأي الآخر	يوميًا	لا أوافق	السلوكيات المهنية	من 3 إلى أقل من 5 سنوات	موظف في التسويق	أكثر من 10000 درهم	من 25 إلى أقل من 30 سنة	أنثى
تعاون فعال بين الفرق ساهم في رفع مستوى الثقة	جودة العمل والتفاصيل	لا، لم يتغير مستوى الثقة	لا أوافق	يسهل الإنجاز بدرجة جيدة	جودة النتائج	عالية جدًا	زيادة الشفافية في القرارات	لا أوافق	لا	احترام الوقت والمواعيد	يوميًا	لا أوافق	الالتزام بالاتفاقات	أقل من سنة	طالب	من 3000 إلى أقل من 6000 درهم	من 20 إلى أقل من 25 سنة	أنثى

تقديم معلومات خاطئة أدى إلى انخفاض الثقة	الاحترام المتبادل	نعم، انخفضت الثقة	محايد	يعيق الإنجاز	جودة النتائج	منخفضة جدًا	زيادة الشفافية في القرارات	أوافق بشدة	إلى حد ما	الالتزام بالتسليم	عدة مرات أسبوعيًا	أوافق بشدة	الالتزام بالاتفاقات	من أقل سنة إلى 3 سنوات	أخرى	من 3000 إلى أقل من 6000 درهم	أقل من 20 سنة	ذكر
الدعم المستمر من الفريق عزز الثقة	الاحترام المتبادل	نعم، انخفضت الثقة	لا أوافق	يسهل الإنجاز بدرجة كبيرة جدًا	بالمواعيد	عالية جدًا	توضيح الأدوار والمسؤوليات	محايد	لا	لا شيء مما ذكر	مرة أسبوعيًا	محايد	السلوكيات المهنية	من 3 إلى أقل من 5 سنوات	موظف في التسويق	من 3000 إلى أقل من 6000 درهم	30 سنة فأكثر	أنثى
تعاون فعال بين الفرق ساهم في رفع مستوى الثقة	الاحترام المتبادل	لا، لم يتغير مستوى الثقة	أوافق	لا يؤثر بشكل واضح	الوضوح في التوقعات	عالية جدًا	تشجيع التعاون بين الأقسام	محايد	لا	الالتزام بالتسليم	مرة أسبوعيًا	أوافق بشدة	جودة التواصل	أقل من سنة	أخرى	أكثر من 10000 درهم	من 25 إلى أقل من 30 سنة	أنثى
تأخير في تسليم المشروع أثر على مستوى الثقة	الصدق والشفافية	لا، لم يتغير مستوى الثقة	أوافق بشدة	يعيق الإنجاز	دقة المعلومات	جيدة	توضيح الأدوار والمسؤوليات	لا أوافق بشدة	إلى حد ما	لا شيء مما ذكر	عدة مرات أسبوعيًا	لا أوافق بشدة	جودة التواصل	أقل من سنة	صاحب رائد أعمال	أقل من 3000 درهم	30 سنة فأكثر	ذكر
تعاون فعال بين الفرق ساهم في رفع مستوى الثقة	الاحترام المتبادل	نعم، ارتفعت الثقة	أوافق بشدة	يسهل الإنجاز بدرجة جيدة	دقة المعلومات	جيدة	توضيح الأدوار والمسؤوليات	أوافق بشدة	إلى حد ما	جودة التواصل	مرة أسبوعيًا	محايد	السلوكيات المهنية	أقل من سنة	أخرى	أقل من 3000 درهم	من 25 إلى أقل من 30 سنة	ذكر
تعاون فعال بين الفرق ساهم في رفع مستوى الثقة	جودة العمل والتفاصيل	لا، لم يتغير مستوى الثقة	أوافق	يسهل الإنجاز بدرجة كبيرة جدًا	الوضوح في التوقعات	عالية جدًا	تعزيز الالتزام بالمواعيد	لا أوافق بشدة	نعم	جودة التواصل	أقل من مرة أسبوعيًا	أوافق	الدعم الإداري	من سنة إلى أقل من 3 سنوات	أخرى	من 6000 إلى أقل من 10000 درهم	أقل من 20 سنة	أنثى
تم الالتزام بالمواعيد	جودة العمل والتفاصيل	لا، لم يتغير	محايد	يعيق الإنجاز	الوضوح في التوقعات	جيدة	تشجيع التعاون بين الأقسام	محايد	إلى حد ما	احترام الرأي الآخر	يوميًا	أوافق بشدة	جودة التواصل	5 سنوات فأكثر	موظف في التسويق	من 6000 إلى أقل	من 25 إلى أقل	ذكر

	من 30 سنة	من 10000 درهم														مستوى الثقة		بدقة مما زاد الثقة
أثنى	من 25 إلى أقل من 30 سنة	أقل من 3000 درهم	موظف في التسويق	أقل من سنة	السلوكيات المهنية	محايد	يوميًا	جودة التواصل	لا	أوافق	تحسين التواصل بين الفرق	منخفضة	الوضوح في التوقعات	يعيق الإنجاز	أوافق بشدة	نعم، انخفضت الثقة	الالتزام بالمواعيد والتسليم	تعاون فعال بين الفرق ساهم في رفع مستوى الثقة
أثنى	أقل من 20 سنة	أكثر من 10000 درهم	صاحب عمل / رائد أعمال	من سنة إلى أقل من 3 سنوات	الدعم الإداري	لا أوافق	عدة مرات أسبوعيًا	لا شيء مما ذكر	نعم	أوافق بشدة	تشجيع التعاون بين الأقسام	منخفضة جدًا	دقة المعلومات	يسهل الإنجاز بدرجة جيدة	لا أوافق	نعم، ارتفعت الثقة	جودة العمل والتفاصيل	الدعم المستمر من الفريق عزز الثقة
أثنى	من 20 إلى أقل من 25 سنة	من 3000 إلى أقل من 6000 درهم	طالب	من سنة إلى أقل من 3 سنوات	الالتزام بالاتفاقات	أوافق	أقل من مرة أسبوعيًا	احترام الوقت والمواعيد	لا	لا أوافق	توضيح الأدوار والمسؤوليات	منخفضة جدًا	الالتزام بالمواعيد	يعيق الإنجاز	لا أوافق بشدة	نعم، ارتفعت الثقة	الالتزام بالمواعيد والتسليم	الدعم المستمر من الفريق عزز الثقة
أثنى	30 سنة فأكثر	أقل من 3000 درهم	طالب	5 سنوات فأكثر	السلوكيات المهنية	لا أوافق	مرة أسبوعيًا	احترام الوقت والمواعيد	نعم	لا أوافق بشدة	تعزز الالتزام بالمواعيد	جيدة	الوضوح في التوقعات	يسهل الإنجاز بدرجة كبيرة جدًا	لا أوافق بشدة	نعم، انخفضت الثقة	الاحترام المتبادل	الدعم المستمر من الفريق عزز الثقة
أثنى	أقل من 20 سنة	من 3000 إلى أقل من 6000 درهم	موظف في التسويق	من 3 إلى أقل من 5 سنوات	جودة التواصل	لا أوافق	يوميًا	جودة التواصل	نعم	لا أوافق بشدة	تعزز الالتزام بالمواعيد	عالية جدًا	جودة النتائج	يسهل الإنجاز بدرجة كبيرة جدًا	محايد	نعم، ارتفعت الثقة	جودة العمل والتفاصيل	تأخير في تسليم المشروع أثر على مستوى الثقة
ذكر	من 25 إلى أقل من 30 سنة	من 3000 إلى أقل من 6000 درهم	أخرى	5 سنوات فأكثر	الالتزام بالاتفاقات	لا أوافق بشدة	مرة أسبوعيًا	لا شيء مما ذكر	نعم	لا أوافق	زيادة الشفافية في القرارات	منخفضة	جودة النتائج	لا يؤثر بشكل واضح	لا أوافق بشدة	نعم، انخفضت الثقة	الالتزام بالمواعيد والتسليم	تم الالتزام بالمواعيد بدقة مما زاد الثقة
أثنى	30 سنة فأكثر	من 6000 إلى أقل من	صاحب عمل / رائد أعمال	5 سنوات فأكثر	الالتزام بالاتفاقات	أوافق	عدة مرات أسبوعيًا	احترام الوقت والمواعيد	لا	محايد	تعزز الالتزام بالمواعيد	منخفضة جدًا	الوضوح في التوقعات	لا يؤثر بشكل واضح	أوافق بشدة	لا، لم يتغير مستوى الثقة	الاحترام المتبادل	الدعم المستمر من

الفريق عزز الثقة	تعاون فعال بين الفرق ساهم في رفع مستوى الثقة	الاستماع الجيد للآخرين	نعم، ارتفعت الثقة	أوافق	يسهل الإنجاز بدرجة كبيرة جدا	دقة المعلومات	جيدة	تحسين التواصل بين الفرق	أوافق	إلى حد ما	لا شيء مما ذكر	يوميًا	محايد	السلوكيات المهنية	من سنة إلى أقل من 3 سنوات	طالب	10000 درهم أكثر من 10000 درهم	من 20 إلى أقل من 25 سنة	أنى
تعاون فعال بين الفرق ساهم في رفع مستوى الثقة	تعاون فعال بين الفرق ساهم في رفع مستوى الثقة	الاحترام المتبادل	لا، لم يتغير مستوى الثقة	لا أوافق	يسهل الإنجاز بدرجة كبيرة جدا	الالتزام بالمواعيد	منخفضة جدا	تشجيع التعاون بين الأقسام	لا أوافق بشدة	إلى حد ما	احترام الوقت والمواعيد	أقل من مرة أسبوعيًا	محايد	الالتزام بالاتفاقات	أقل من سنة	طالب	من 6000 إلى أقل من 10000 درهم	من 20 إلى أقل من 25 سنة	ذكر
تم الالتزام بالمواعيد بدقة مما زاد الثقة	تم الالتزام بالمواعيد بدقة مما زاد الثقة	الاحترام المتبادل	نعم، ارتفعت الثقة	لا أوافق بشدة	يسهل الإنجاز بدرجة جيدة	الالتزام بالمواعيد	منخفضة	تعزز الالتزام بالمواعيد	محايد	لا	احترام الرأي الأخر	عدة مرات أسبوعيًا	أوافق	الدعم الإداري	من سنة إلى أقل من 3 سنوات	أخرى	من 6000 إلى أقل من 10000 درهم	من 25 إلى أقل من 30 سنة	ذكر
تعاون فعال بين الفرق ساهم في رفع مستوى الثقة	تعاون فعال بين الفرق ساهم في رفع مستوى الثقة	جودة العمل والتفاصيل	نعم، انخفضت الثقة	أوافق بشدة	يعيق الإنجاز	الالتزام بالمواعيد	منخفضة	تعزز الالتزام بالمواعيد	لا أوافق	نعم	الصدق في المعلومات	مرة أسبوعيًا	أوافق بشدة	الالتزام بالاتفاقات	أقل من سنة	طالب	أقل من 3000 درهم	من 20 إلى أقل من 25 سنة	ذكر