

دراسات نقدية

اسم الطالبة:
أمل الحربي



الرقم الجامعي:

٢٣٣٠٠٠٨٣٦

Chapter

01

دراك السلوك الأخلاقي لمندوبي المبيعات ودوره في تحقيق رضا العملاء
في سوق (الأعمال إلى الأعمال): دراسة ميدانية لسوق قطع السيارات
في مدينة عمان

: يعماجلا مقرل

إعداد:

زياد عبد الهادي العقائلة

إشراف:

الدكتور محمد سليم الشورة

[الرابط](#)

Chapter
01تحليل إبداء الملاحظات والتوصيات
لتطوير الدراسة المختارة
والاقتراحات لبحوث مستقبلية :

أولا التحليل وإبداء الملاحظات:

من حيث العنوان :قوي وواضح ومباشر ويجمع بين متغيرين مهمين السلوك الأخلاقي ورضا العملاء حيث تناولت مشكلة ميدانية حقيقية لاحظها الباحث من خلال عمله مما يمنحها مصداقية تطبيقية كان هناك تحديد دقيق لعينة ومجال الدراسة حيث تم التركيز على سوق قطع غيار السيارات في عمان وثلاث شركات محددة وهي نقولا أبو خضر وجورج أبو زيد والمتميزة

لكن العنوان طويل نوعا ما ويمكن تبسيطه مثال (أثر السلوك الأخلاقي لمندوبي المبيعات على رضا العملاء في سوق الأعمال إلى الأعمال :دراسة ميدانية على قطاع قطع سيارات في عمان)

من حيث مشكلة الدراسة :تم بناء المشكلة من خلال ملاحظة ميدانية واقعية من الباحث نفسه وهو ما يمنحها مصداقية وتطبيقية ولكن هناك ملاحظة أن الباحث يعمل في إحدى الشركات محل الدراسة وهذا قد يؤدي إلى تحيز غير مقصود في جمع البيانات أو تفسيرها وكان يجب ذكر ذلك ضمن الحدود الدراسة بوضوح أكبر كان هناك في الرسالة تحليل شمولي للسلوك الأخلاقي حيث الرسالة لم تكتفي بمفهوم عام بل تناولت ثلاثة أبعاد أساسية وهي الصدق ودقة المعلومات وأيضا طريقة التعامل والمظهر اللائق

من حيث الأدوات والمنهجية :تم استخدام استبانة موجهة لعينة كبيرة نسبيا وهي ٤١٠ استبانات تم تحليل ٤١٠ منها الأدوات الإحصائية مناسبة :(-spssتحليل التباين -انحدار)ولكن هناك ملاحظة الاعتماد الكلي على الأداء الكمية وهي الاستبانة ربما لا يكفي لفهم العمق السلوكي وكان من الأفضل دعم النتائج بأدوات نوعية مثل المقابلات أو

مجموعات التركيز
www.midocan.ac

صياغة الفرضيات :الفرضيات جاءت بصيغة صفرية فقط يفضل إضافة صياغة فرضيات بديلة مباشرة

Chapter
01

توضح التوقعات الإيجابية من حيث النتائج والتحليل: أظهرت النتائج علاقة قوية بين السلوك الأخلاقي لمندوبي المبيعات ورضا العملاء وكذلك تم توضيح الفروقات بين الشركات الثلاثة المستهدفة مما عزز من قيمة المقارنة ولكن نجد بعض النتائج تكررت أكثر من مرة بصياغات مختلفة مما سبب حشوا لغويا كان بالإمكان اختصاره

من حيث الاستنتاجات: كانت شاملة وعكست أهداف الدراسة بشكل جيد ولكن الاستنتاجات لم تتناول أبعادا مستقبلية للسلوك الأخلاقي أو كيفية تطوير ثقافة أخلاقية في الشركات

ثانيا التوصيات لتطوير الدراسة: أولا استخدام أدوات بحث نوعية مثل المقابلات مع مندوبي المبيعات وتجار التجزئة للحصول على تصورات أعمق حول ما وراء الأرقام
ثانيا تجنب التحيز الوظيفي يفضل إشراك باحث مساعد في جمع البيانات من الشركات المنافسة لتقليل التحيز الناتج عن انتماء الباحث لشكل لشركة (نقولاً أبو خضر)

ثالثا توسيع العينة الجغرافية لتضمن مدن أخرى غير عمان لمقارنة التأثير الأخلاقي في بيئات مختلفة
الرابع عن تقليل التأثير طويل الأمد بإدراج متغيرات مثل الولاء تكرارا لشراء سمعة الشركة كأثر لاحق للسلوك الأخلاقي

خامسا إضافة متغيرات ديموغرافية تفصيلية مثل العمر الدخل عدد سنوات التعامل مما قد يفسر اختلاف التقييم بين

تابع:

Chapter
01

سادسا تنويع مؤشرات السلوك الأخلاقي وذلك تضمين قيم إضافية مثل العدالة الأمانة الشفافية الاستجابة للشكاوى

ثالثا اقتراحات لبحوث مستقبلية :

"أثر القيم المؤسسية على السلوك الأخلاقي لمندوبي المبيعات". تتمحور حول تأثير ثقافة الشركة في مدى التزام مندوبين بالأخلاقيات

"دور التدريب الأخلاقي في رفع جودة العلاقات مع العملاء في الأسواق الصناعية". تتمحور في الدراسة تطبيقية تقارن بين شركات تقدم تدريبا أخلاقيا وأخرى لا تقدم

"العلاقة بين القيادة الأخلاقية في الإدارة العليا وأداء المندوبين في الميدان". تتمحور عن مدى تأثير القيادة في تشكيل سلوك مندوبي الخط الأمامي



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You



Teamwork Icons



Creative Process Icons



Help & Support Icons



SEO & Marketing Icons



Teamwork Icons

