

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

اعداد

اسم الطالب	الرقم الجامعي
نجلاء مساعد عبد الله	٢٣٢٠٠٠٦٤٨
خالد فهد المحسن	٢٣٢٠٠١٩٤٣
عبدالعزیز فهد الحمیانی	٢٣٢٠٠٠٣٧٩

تحت اشراف

د / وليد عبد الجواد سليمان صديق

د/ الفیصل عبد الحمید محمد حسن

العام الدراسي/ ١٤٤٥هـ - ٢٠٢٤

قائمة المحتويات

الموضوع	الصفحة
الفصل الأول الاطار العام للدراسة	٥ - ١٥
مقدمة	٥
أهمية الموضوع	٦
مشكلة الدراسة	٧
أهداف الدراسة	٧
أسئلة الدراسة	٨
حدود الدراسة	٨
منهجية الدراسة	٩
عرض الدراسات السابقة	١٠
تحليل الدراسات السابقة	١٣
الفصل الثاني: الإطار النظري	١٦ - ٢٦
مقدمة	١٦
مفهوم السلوك الأخلاقي	١٧
مفهوم رضا العملاء	١٩
العوامل المؤثرة على السلوك الأخلاقي	٢٠
العلاقة بين السلوك الأخلاقي ورضا العملاء	٢٢
الفرضيات	٢٤
الفصل الثالث: المنهجية	٢٧ - ٣٣
مقدمة	٢٧
مجتمع الدراسة	٢٨
عينة الدراسة	٣٠
أداة الدراسة	٣١
إجراءات الدراسة	٣٢
الفصل الرابع: النتائج والتوصيات	٣٤ - ٣٧
مقدمة	٣٤
تحليل البيانات	٣٤
مناقشة النتائج	٣٥
الخلاصة	٣٦

	التوصيات
٣٧	المراجع
٣٩	الملحقات

جداول الرسوم البيانية والاشكال

٣٦	شكل ٣ - ١ النسبة المئوية للالتزام بالسلوك الاخلاقي
٣٦	جدول ٣ - ١ معدلات الموافقة على مدى السلوك الاخلاقي للمندوبي المبيعات

المستخلص

هدفت الدراسة إلى تقييم تأثير السلوك الأخلاقي لمندوبي المبيعات على مستوى رضا العملاء في المملكة العربية السعودية وتم جمع البيانات من خلال استبيان موجه لعينة من مندوبي المبيعات والعملاء في المملكة العربية السعودية ثم تم تحليل البيانات ، أظهرت الدراسة وجود علاقة إيجابية قوية بين السلوك الأخلاقي لمندوبي المبيعات ورضا العملاء ومن العوامل التي تؤثر على السلوك الأخلاقي للمندوبين هو القيم الشخصية، والبيئة التنظيمية، وثقافة الشركة ومن أهم العوامل التي تؤثر على رضا العملاء الصدق، والعدالة، والاحترام، والشفافية، والمسؤولية وكانت التوصيات هي التركيز على تعزيز السلوك الأخلاقي لمندوبي المبيعات من خلال البرامج التدريبية وسياسات الشركة. خلق بيئة عمل إيجابية تدعم السلوك الأخلاقي. ربط مستوى السلوك الأخلاقي للمندوبين بمكافآتهم وتحفيزهم. قياس رضا العملاء بشكل دوري وتحديد نقاط القوة والضعف في سلوك مندوبي المبيعات وتؤكد نتائج الدراسة على أهمية السلوك الأخلاقي لمندوبي المبيعات في تحقيق رضا العملاء كما تقدم الدراسة توصيات عملية قابلة للتطبيق لتعزيز السلوك الأخلاقي في فرق المبيعات.

الكلمات المفتاحية:

- السلوك الأخلاقي
- رضا العملاء
- مندوبو المبيعات
- المملكة العربية السعودية

الفصل الاول

الإطار العام للدراسة

مقدمة

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

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

ومن ثم تحاول هذه الدراسة في إلقاء الضوء على كيفية تأثير السلوك الأخلاقي للمندوبين في المبيعات على رضا العملاء في السوق السعودية حيث سيوفر هذا البحث فهماً أعمق للعوامل التي تشكل أساس لبناء علاقات مستدامة وناجحة مع العملاء ، كما يأتي هذا التحليل في ظل الحاجة الملحة لتحسين كفاءة استراتيجيات المبيعات وتحقيق التفوق التنافسي في السوق وبالتالي من خلال زيادة فهمنا لدور السلوك الأخلاقي في مجال خدمات المبيعات والتسويق في المملكة العربية السعودية يمكن تحسينه لتحقيق أقصى قدر من رضا العملاء وبالتالي تحقيق أهداف الأعمال (عيد وحسن ، ٢٠٢٠).

مشكلة الدراسة

هناك تأثير كبير يتعلق بالسلوك الأخلاقي لمندوبي المبيعات على رضا العملاء في المملكة العربية السعودية ومن ثم فهو يستحق التحليل والاهتمام الفائق ، حيث يظهر أن السوق المحلي يواجه تحولات سريعة وتطورات مستمرة، مما يجعل أداء المندوبين في المبيعات أمراً ذا أهمية بالغة للشركات ومن ثم يتساءل

البحث هذا عن كيفية تأثير السلوك الأخلاقي للمندوبين على كفاءة العملية التسويقية وكيف ينعكس هذا التأثير على تجربة العملاء سواء بالرضا أو عدم الرضا، وكما تتزايد حاجة الشركات إلى فهم هذه العوامل لزيادة قدرتها التنافسية وتحقيق النجاح المستدام في سوق يتسم بالتحويلات السريعة وتغيرات توقعات العملاء وبالتالي تظهر مشكلة الدراسة في ضرورة التركيز على دراسة تأثير السلوك الأخلاقي للمندوبين في المبيعات كمتغير رئيسي في تحقيق رضا العملاء في سوق المملكة العربية السعودية.

أهمية الدراسة

بالاعتماد على المتغيرات الأساسية بهذا البحث يمكن بيان بعض الواجه التي تعكس أهمية تلك الدراسة والتي يمكن توضيحها بالأهمية العلمية لهذا البحث تظهر في عدة نقاط:

١. فحص تأثير السلوك الأخلاقي للمندوبين في المبيعات على رضا العملاء يمثل مسألة حيوية لفهم كيفية تأثير الأخلاقيات في العلاقات التجارية والتسويقية. يساعد هذا في توجيه الشركات وتطوير استراتيجياتها لضمان الرضا العملاء والاستمرارية في السوق.
٢. البحث يسلط الضوء على أهمية بناء علاقات طويلة الأمد بين المندوبين والعملاء من خلال النزاهة والأمانة، ويبين كيف يمكن لهذه العلاقات أن تساهم في تحقيق رضا العملاء وولائهم للعلامة التجارية.
٣. يدعم البحث فهم العوامل المؤثرة في تحقيق السلوك الأخلاقي في فرق المبيعات، مثل التدريب الجيد والسياسات الداعمة، مما يساعد الشركات في تطوير استراتيجيات تحفيزية للمندوبين.
٤. يسلط البحث الضوء على دور التدريب والورش العملية في تعزيز السلوك الأخلاقي للمندوبين في المبيعات، ويوضح أهمية وضوح السياسات الداعمة للأخلاقيات في الشركات.

أهداف الدراسة

يأتي هدف البحث الرئيسي في

دراسة تأثير السلوك الأخلاقي للمندوبين في المبيعات على مستوى رضا العملاء في المملكة العربية السعودية.

➤ وتظهر الاهداف الفرعية فيما يلي:

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

السياسات الداعمة للأخلاقيات في الشركات.

تحليل العلاقة بين سلوك المندوبين في المبيعات ورضا العملاء.

فحص العوامل التي تؤثر على تحقيق السلوك الأخلاقي في فرق المبيعات.

استكشاف دور التدريب والسياسات الداعمة في تعزيز السلوك الأخلاقي للمندوبين.

تقديم توصيات عملية للشركات لتعزيز السلوك الأخلاقي للمندوبين وبالتالي تحقيق رضا العملاء.

أسئلة الدراسة

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

١. هل يؤثر السلوك الأخلاقي لمندوبي المبيعات في المملكة العربية السعودية على مستوى رضا العملاء؟

٢. ما هي القيم والمبادئ الأخلاقية التي يعتقد المندوبون في المبيعات أنها مهمة عند العمل مع العملاء؟

٣. مدى اختلاف تأثير السلوك الأخلاقي بين المندوبين في مختلف الصناعات أو القطاعات في المملكة العربية السعودية؟ هل يوجد فروق؟

٤. طبيعة العوامل التي قد تؤثر على تطوير ودعم السلوك الأخلاقي لدى مندوبي المبيعات وهل يعتبر العملاء السعوديون السلوك الأخلاقي للمندوبين عاملاً في اتخاذ قراراتهم الشرائية؟

٥. كيف يمكن ربط مستوى السلوك الأخلاقي للمندوبين بالولاء العملاء والتكرار في الشراء؟ وكيف يمكن للشركات تحسين سلوك مندوبي المبيعات من الناحية الأخلاقية لتعزيز تجربة العملاء في المملكة العربية السعودية من خلال الورش؟

٦. ماهي النتائج والتوصيات الخاصة بتأثير السلوك الأخلاقي للمندوبين في تطوير استراتيجيات المبيعات لتحقيق أقصى قدر من الكفاءة والتميز التنافسي في المملكة العربية السعودية؟

الدراسات السابقة

تعددت وبرزت الدراسات السابقة والتي أهتمت ببيان أثر السلوك الأخلاقي على مستوى رضا العملاء وقد أمكن الاطلاع على بعض تلك الدراسات في حدود علم الباحثين ، ويتم ترتيبها زمنياً من الأقدم الى الأحداث ويمكن استعراضها كما يلي:

- دراسة بن عبد العزيز (٢٠١٣) حول مدى تأثير السلوك الأخلاقي لمندوبي خدمات المبيعات ودوره في تحقيق رضا العملاء على مستوى الأعمال، وقد هدف هذه الدراسة إلى تحليل العلاقة والأثر بين معايير السلوك الأخلاقي لمندوبي مبيعات الخدمات، مثل الصدق والمسؤولية وطريقة التعامل والالتزام بالظهور اللائق، وكيفية تحقيق رضا العملاء في مجال الاتصالات، وقد تم اختيار قطاع الاتصالات لانتشاره وتوسعه، واختيرت مؤسسة الغول تليكوم للاتصالات كعينة للدراسة. كما تم استهداف فئة تجار التجزئة كعملاء في ولاية ورقلة، حيث تم استخدام استبانة لجمع آراء العملاء كما تركز المشكلة الرئيسية في الدراسة

على إدراك السلوك الأخلاقي لمندوبي المبيعات للخدمات ودوره في تحقيق رضا العملاء وقد اعتمدت الدراسة على فرضيات متعددة لحل هذه المشكلة، واستخدمت نموذج السلوك الأخلاقي لتحليل العلاقة بين أبعاد السلوك الأخلاقي ورضا العملاء، ومن خلال النتائج الميدانية، تبين أن الصدق والمسؤولية لا يعد مهم من قبل مندوبي المبيعات، وأن طريقة التعامل والالتزام بظهور لائق تلعب دورا إيجابيا في تحقيق رضا العملاء وقد تقدمت بمجموعة من الاستنتاجات والتوصيات التي تأتي بناء إلى نتائج الدراسة الميدانية، موضحه أهمية النظر إلى جوانب السلوك الأخلاقي لزيادة تجربة العملاء في قطاع الاتصالات.

- دراسة عثمانى وسامية (٢٠١٦) بعنوان "تأثير السلوك الأخلاقي لرجال البيع على رضا العملاء: دراسة حالة بصيدلية بن سوهالي بالطاهر" هدفت الى إيجاد إطار نظري يلخص ويحدد المفاهيم المتعلقة بالسلوك الأخلاقي لرجال البيع كمفهوم حديث ، حيث كان تركيز الدراسة أساسي على رجال البيع وصفاتهم ومهاراتهم، بالإضافة إلى فحص سير العملية البيعية وخطوات تحقيق رضا العملاء، وقد استندت الدراسة إلى منهجيات متعددة حيث تم استخدام المقابلات والملاحظات والتحليل الإحصائي لجمع البيانات، وقد توصلت الدراسة إلى أن السلوك الأخلاقي لرجال البيع مهم للغاية في تحقيق رضا العملاء، وأكدت أهمية فهم وتعزيز هذا السلوك لتحسين جودة الخدمة وتعزيز التفاعل الإيجابي بين رجال البيع والعملاء في سوق الصيدلة بالطاهر حيث استهدفت هذه الدراسة فهم أثر السلوك الأخلاقي لمندوبي المبيعات في تعزيز ولاء العملاء، من خلال استكشاف الصفات والسلوكيات والمهارات التي يمارسها المندوبون أثناء تأديتهم لأعمالهم التجارية حيث تأتي هذه الدراسة كمساهمة لتوضيح

كيف يؤثر السلوك الأخلاقي، الذي يعتمد على منظومة أخلاقية متناسقة مع قيم المجتمع والقوانين، في تحقيق ولاء الزبائن في سوق الأعمال في حدو المكان الذي تمت به .

- دراسة دحماني (٢٠٢٠) بعنوان أثر تبني السلوك الأخلاقي لمندوبي المبيعات على تعزيز ولاء العملاء حيث تم جمع البيانات من خلال استخدام استبانة قياسية واسعة تشمل (١٠٠) استبانة تم اختيارها بشكل عشوائي، كما تم تحليل (٧٠) منها باستخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) ، بهدف تحقيق أهداف الدراسة وتعميم النتائج على مستوى المجتمع ، وقد توصلت الدراسة إلى نتائج توضح تأثير السلوك الأخلاقي لمندوبي المبيعات على تحقيق ولاء العملاء ، كما أظهر التحليل الإحصائي للبيانات القوة والاتجاه الإيجابي لهذا التأثير، مما يلقي الضوء على أهمية تكامل القيم الأخلاقية مع عمليات المبيعات لتحقيق تفاعل إيجابي واستمرارية في العلاقات مع العملاء .

- دراسة باهتي، ٢٠٢١ عنوان الدراسة "دور السلوك الأخلاقي لمندوبي المبيعات في تحقيق رضا العملاء" هدفت الى توضيح كيف يؤثر السلوك الأخلاقي لمندوبي المبيعات في قطاع الاتصالات، وبالتحديد في شركة اتصالات الجزائر (ألجي تيلكوم)، على تحقيق رضا العملاء حيث تم انتقاء هذه الشركة كعينة للدراسة، وقد شملت البحث عينة عشوائية بسيطة من (٣٣) استبانة، تم التحليل الإحصائي لها باستخدام برنامج SPSS. تركز الدراسة على تحليل الصفات والسلوكيات والمهارات التي يمارسها مندوبو المبيعات، وكيف يمكن أن يسهم السلوك الأخلاقي في زيادة رضا العملاء كما تم استخدام تحليل الانحدار لفحص فرضيات الدراسة، وكانت النتائج تظهر وجود أثر ذي دلالة معنوية للسلوك الأخلاقي لمندوبي المبيعات في تحقيق رضا العملاء حيث يعتبر هذا محاولة للفهم العميق لعلاقة السلوك الأخلاقي للمندوبين برضا العملاء في سوق الاتصالات في المملكة العربية السعودية

- دراسة عائد وآخرون (٢٠٢٣) إلى استكشاف تأثير السلوك الأخلاقي لمندوبي المبيعات على رضا العملاء في سوق الصيدلة بمدينة تعز وقد تمت الدراسة على عينة من العاملين في السوق الدوائية باستخدام المنهج الوصفي التحليلي، حيث شملت ٢٢٦ صيدلية في تعز كما استخدمت الدراسة الاستبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات، وتم التحليل باستخدام الإحصائيات الوصفية حيث أظهرت الدراسة أن الأبعاد المختلفة للسلوك الأخلاقي لمندوبي المبيعات، مثل صدقهم ومسؤوليتهم وطريقة تعاملهم والتزامهم بالمظهر اللائق، كلها تلعب دور في تحقيق رضا العملاء في سوق الصيدلة في تعز كما وضحت الدراسة عن أهمية لزيادة السلوك الأخلاقي في تحقيق رضا العملاء وقد قدمت الدراسة توصيات عملية تشدد على ضرورة التزام مندوبي المبيعات بالسلوك الأخلاقي في جميع جوانب عملهم لضمان تحقيق رضا العملاء في السوق الدوائي.

ملخص الدراسات السابقة

ركزت الدراسات السابقة بشكل أساسي على فهم تأثير السلوك الأخلاقي لمندوبي المبيعات على تحقيق رضا العملاء في سياقات مختلفة، في دراسة باهتي (٢٠٢١)، تم تسليط الضوء على دور السلوك الأخلاقي لمندوبي المبيعات في شركة اتصالات الجزائر، حيث تم التركيز على كيفية تحقيق رضا العملاء في قطاع الاتصالات من جهة أخرى أجرت دراسة بن عبد العزيز (٢٠١٣) تحليل لتأثير السلوك الأخلاقي لمندوبي خدمات المبيعات على رضا العملاء في مؤسسة الغول لخدمات الاتصال ورقلة.

في دراسة دحماني (٢٠٢٠)، استهدفت السلوك الأخلاقي لمندوبي المبيعات في محلات الكهرومنزلية بولاية ادرار، وكانت النتائج تظهر تأثيرا إيجابيا وقويا للسلوك الأخلاقي على ولاء الزبائن. على الجانب الآخر، أسلطت دراسة عائد قاسم حسن المقطري وآخرين (٢٠٢٣) الضوء على تأثير السلوك الأخلاقي لمندوبي

المبيعات في سوق الصيدلة بمدينة تعز، حيث أشارت النتائج إلى أهمية عالية للسلوك الأخلاقي في تحقيق رضا العملاء.

وبالبنظر لدراسة عثمانى وبولعسل وسامية (٢٠١٦)، ركزت على تأثير السلوك الأخلاقي لرجال البيع في صيدلية بن سووالي بالطاهير، وأظهرت أهمية الفهم وتعزيز هذا السلوك لتحسين جودة الخدمة وتعزيز التفاعل الإيجابي بين رجال البيع والعملاء.

وتتشابه اغلب هذه الدراسات في تركيزها على فحص تأثير السلوك الأخلاقي لمندوبي المبيعات على رضا العملاء، والتأكيد على أهمية تكامل القيم الأخلاقية مع عمليات المبيعات لدعم تفاعل إيجابي واستمرارية في العلاقات مع العملاء.

أدوات الدراسة

- يتم الاعتماد على الاستبيانات لجمع آراء وتقييمات مندوبي المبيعات بشأن سلوكهم الأخلاقي وتأثيره على رضا العملاء حيث يتم تصميم أسئلة متعلقة بالقيم الأخلاقية، والسلوك في التعامل مع العملاء، وكيف يمكن أن يؤثر ذلك على تجربة العملاء.
- مقابلات مع عدد من مندوبي المبيعات للحصول على رؤى أعمق حول تصرفاتهم الأخلاقية وتأثيرها على العملاء.
- تقديم أسئلة مفتوحة لفهم التحديات التي قد يواجهونها وكيف يمكن تحسين أدائهم الأخلاقي.

- فحص وثائق داخلية مثل سجلات المبيعات والشكاوى لتحديد نماذج أو أنماط في السلوك الأخلاقي وتأثيره على رضا العملاء.

- مراجعة الأدبيات من خلال تحليل الدراسات السابقة والأدبيات المتاحة حول تأثير السلوك الأخلاقي للمندوبين على رضا العملاء للتعلم في الفهم.

فرضيات الدراسة

الفرض الرئيسي

هناك علاقة إيجابية بين السلوك الأخلاقي لمندوبي المبيعات في المملكة العربية السعودية ومستوى رضا العملاء.

الفرضيات الفرعية:

- تلعب القيم والمبادئ الأخلاقية التي يتبناها المندوبون في المبيعات دور في تحديد مستوى رضا العملاء.
- هناك تباين في تأثير السلوك الأخلاقي بين مختلف الصناعات أو القطاعات في المملكة العربية السعودية.
- تؤثر عوامل مثل التدريب والرصد والتشجيع في تطوير وتحسين السلوك الأخلاقي لدى مندوبي المبيعات.
- يعتبر العملاء في المملكة العربية السعودية السلوك الأخلاقي للمندوبين عاملاً مؤثراً في اتخاذ قرارات الشراء.

- هناك اختلافات في تقدير السلوك الأخلاقي بين العملاء الشركات والعملاء الفرديين في المملكة العربية السعودية.

الفصل الثاني

الاطار النظري

الفصل الثاني: الإطار النظري

مقدمة

في هذا الفصل سنقوم بتوسيع فهمنا للخلفية النظرية الذي يحيط ببحثنا حول تأثير السلوك الأخلاقي لمندوبي المبيعات على رضا العملاء في المملكة العربية السعودية حيث يشكل الإطار النظري الأساس الذي يمكننا من فهم العلاقات بين المتغيرات المختلفة وتوجيه دراستنا نحو استكشاف التأثيرات المحتملة، حيث سنستعرض النظريات والأفكار المرتبطة بمفاهيم السلوك الأخلاقي، وكذلك دور المندوبين في المبيعات وتأثيرهم على تجربة العملاء.

وتتنوع النظريات التي سنستعرضها لتبقي الضوء على جوانب مختلفة لهذا الموضوع حيث سنبدأ بفحص النظريات التي تركز على السلوك الأخلاقي، مستعرضين كيف يفهم ويشكل السلوك الأخلاقي في سياق المبيعات. سنستعرض أيضا النظريات التي ترتبط بتأثيرات السلوك الأخلاقي على رضا العملاء والولاء، كما سنقوم بمراجعة الأبحاث السابقة التي تناولت مواضيع مشابهة وتستند إلى إطار نظري مماثل.

من خلال هذا الاستعراض النظري حيث نهدف إلى تحديد الفجوات في الأبحاث الحالية وتوجيه دراستنا نحو إضافة قيمة جديدة إلى المعرفة الحالية حول تأثير السلوك الأخلاقي لمندوبي المبيعات في سوق المملكة العربية السعودية.

المتغيرات المتعلقة بالدراسة

المتغير التابع

يمكن المتغير التابع في دراستنا في مستوى رضاء العملاء في سوق المملكة العربية السعودية حيث يعتبر رضاء العملاء هو الجوانب الرئيسية التي سنركز عليها لقياس لتأثير السلوك الأخلاقي لمندوبي المبيعات، من خلال فهم كيف يتأثر تقييم العملاء للخدمات والمنتجات بناء على السلوك الأخلاقي للمندوبين كما يعتبر هذا المتغير التابع حجر الزاوية الذي سيساهم في قياس نجاح أو فشل السلوك الأخلاقي للمندوبين في تحقيق أهداف العمل والتفاعل الإيجابي مع العملاء في سوق المملكة العربية السعودية.

متغير مستقل

يشكل المتغير المستقل المحور الذي سنقوم بتحليله وفحص تأثيره، وهو السلوك الأخلاقي لمندوبي المبيعات في المملكة العربية السعودية حيث يعتبر هذا المتغير المستقل مركز الاهتمام في بحثنا، حيث سنقوم بدراسة وتحليل كيفية تبني وتطبيق المندوبين للقيم والمبادئ الأخلاقية في تفاعلهم مع العملاء، يهدف ذلك إلى فهم العوامل التي تحتل أهمية في تشكيل سلوك المندوبين وكيف يمكن أن يؤثر هذا السلوك الأخلاقي على تجربة ورضاء العملاء في سوق المملكة العربية السعودية.

المفاهيم الرئيسية للسلوك الأخلاقي في مجال المبيعات.

يتعلق السلوك الأخلاقي بالمبادئ والقيم الأخلاقية التي يتبناها المندوبون والمتعلقة بتصرفاتهم وقراراتهم أثناء تنفيذ مهامهم التجارية تلك المفاهيم تشكل أساس السلوك الأخلاقي للمندوبين في المبيعات وتعكس التزامهم بقيم أخلاقية تدعم التفاعل الإيجابي مع العملاء وتحقق رضاهم حيث تتضمن المفاهيم الرئيسية للسلوك الأخلاقي في مجال المبيعات ما يلي:

١. النزاهة والأمانة: يتعلق بالقدرة على الالتزام بالصدق والنزاهة في جميع التفاعلات مع العملاء والتعامل معهم بأمانة.

٢. الشفافية: يشير إلى إظهار المعلومات بوضوح وبدون إخفاء، حيث يسهم ذلك في بناء الثقة بين المندوب والعميل.

٣. الاحترافية: يعبر عن السلوك المهني والمستوى العالي من الأداء في تقديم الخدمات والتفاعل مع العملاء.

٤. الاحترام والتقدير: يشمل معاملة العملاء بالاحترام والتقدير، بغض النظر عن خلفياتهم أو احتياجاتهم.

٥. الالتزام بالقوانين والأخلاقيات: يشمل الامتثال للقوانين والأخلاقيات المحلية والدولية المتعلقة بالتجارة والمبيعات.

٦. الاستجابة لاحتياجات العملاء: يتعلق بفهم وتلبية احتياجات العملاء بشكل فعال وتقديم حلا لمشاكلهم بطريقة أخلاقية.

٧. التنوع وعدم التمييز: ويشير إلى التعامل بمساواة مع جميع العملاء دون أي تمييز أو تحيز بناء على خصائص شخصية.

٨. المسؤولية الاجتماعية: يتعلق بالالتزام بالمسؤولية الاجتماعية وتأثير النشاط التجاري على المجتمع بشكل عام.

دور الأخلاقيات التجارية والمبادئ الأخلاقية في مجال المبيعات

تلعب الأخلاقيات التجارية والمبادئ الأخلاقية دور في تحديد سلوك المندوبين وتوجيه تفاعلاتهم مع العملاء، حيث تمثل هذه القيم الأخلاقية إطار يحكم السلوك المهني والتفاعلات التجارية، وتتألف من عدة جوانب تلعب دوراً في تحقيق النجاح المستدام وبناء علاقات قوية مع العملاء.

وتشمل الأخلاقيات التجارية قيم أساسية مثل النزاهة، حيث يشجع على تقديم المعلومات بصدق والامتناع عن الخداع، كما تشمل مبادئ الشفافية التي تدعم فتح الخطوط التواصلية مع العملاء، مما يساهم في بناء ثقة قوية، كما أن الاحترافية تعتبر عنصر في تحقيق جودة الخدمة، حيث يتوقع من المندوبين أداء مهامهم بشكل محترف .

من جانب آخر تلعب مبادئ الاحترام والتقدير دور في تحسين تجربة العميل، حيث يتوقع من المندوبين التعامل بلطف واحترام مع جميع العملاء دون تمييز كما أن الالتزام بالقوانين والمبادئ الأخلاقية يعكس التزام المنظمة بالممارسات التجارية النزيهة والمسؤولة.

ومن ثم تساعد هذه الأخلاقيات في بناء علاقات طويلة الأمد مع العملاء، حيث يتوقع العملاء أن يكون المندوبون عناصر ملهمة تعتمد على الأخلاقيات في تحقيق رضائهم وتلبية احتياجاتهم وبالتالي يظهر أن دمج الأخلاقيات التجارية في مجال المبيعات يساهم في بناء سمعة إيجابية للمنظمة ويؤثر إيجابي على تجربة العملاء، مما يدعم النجاح والاستدامة في سوق المبيعات.

تأثير القيم الأخلاقية الفردية والتنظيمية على سلوك المندوبين في المبيعات.

يمثل تأثير القيم الأخلاقية الفردية والتنظيمية جانب أساسي في تحديد سلوك المندوبين في ميدان المبيعات، القيم الأخلاقية الفردية، حيث تعكس المعتقدات والمبادئ التي يحملها كل فرد بشكل فردي، بينما تعبر القيم التنظيمية عن القيم التي تشجع عليها وتدعمها المنظمة وهناك تفاعل من الناحيتين حيث يلعب دور في توجيه سلوك المندوبين في مجال المبيعات.

وقد يتبنى المندوبون القيم الأخلاقية الفردية استناد إلى معتقداتهم الشخصية وقيمهم الأخلاقية الشخصية، فإذا كان المندوب وبالتالي يعتبر النزاهة والصدق قيم مهمة، فإنه سيتجنب التصرفات غير الأخلاقية في تفاعلاته مع العملاء حيث يؤدي إلى بناء سمعة فردية قوية وتحسين الثقة مع العملاء.

وهناك تأثير القيم التنظيمية دور في توجيه سلوك المندوبين بشكل جماعي نحو المبادئ الأخلاقية التي تعتبرها المنظمة مهمة، فإذا كانت المنظمة تشجع على الشفافية والاحترافية، فإن المندوبين سيتأثرون بتلك القيم في تفاعلاتهم مع العملاء وفي أدائهم اليومي.

تتلاقى القيم الأخلاقية الفردية والتنظيمية لتشكل مجموعة من الإرشادات والمبادئ التي توجه سلوك المندوبين يمكن أن يؤدي تناغم هذه القيم إلى تحقيق أفضل تجارب العملاء وتعزيز ولاء العملاء ومن الضروري للمنظمات دعم وتعزيز هذه القيم لضمان توجيه سلوك المندوبين نحو تحقيق أهداف الأعمال بطريقة أخلاقية ومستدامة.

العلاقة بين السلوك الأخلاقي للمندوبين ورضاء العملاء:

تظهر أهمية السلوك الأخلاقي للمندوبين في تحقيق تفاعل مع احتياجات العملاء حيث يعتبر السلوك الأخلاقي العامل الذي يساهم في دعم التواصل مع العملاء وفهم احتياجاتهم بشكل دقيق و عندما يتمتع المندوب بسلوك أخلاقي يكون لديه القدرة على تحليل احتياجات العملاء بشكل شفاف ومهني، مما يؤدي إلى تقديم الحلول المناسبة وتلبية تلك الاحتياجات بشكل ممتاز.

ومن ثم تساعد النزاهة والأمانة في إطلاق الحركات التجارية إيجابية، حيث يثق العملاء بأن المندوب يعمل بنزاهة على تلبية متطلباتهم ومن ثم هذا التواصل الأخلاقي يزيد التفاهم بين المندوب والعميل، مما يجعل العميل يشعر بالراحة والثقة في التعامل.

دور النزاهة والشفافية في بناء الثقة بين المندوب والعميل:

يشكل السلوك الأخلاقي وخاصة النزاهة والشفافية أساس لبناء الثقة القائمة على الاحترام المتبادل بين المندوب والعميل وبالتالي النزاهة تعني الالتزام بالصدق والنقاء في التعامل، مما يدعم الثقة ويقوي العلاقة بين الطرفين و بمجرد أن يشعر العميل بأن المندوب صادق ، يتكون أساس قوي للتفاعل المستقبلي والتعاون.

تأثير تبني قيم النزاهة والأمانة على تحسين تجربة العملاء ورضائهم:

ترتبط قيم النزاهة والأمانة بتحسين تجربة العملاء بشكل مباشر و عندما يتبنى المندوب قيم النزاهة والأمانة في تفاعلاته مع العملاء، يتم تحسين جودة الخدمة المقدمة وتعزيز تجربة العملاء حيث يشعر العملاء بالرضا عن التعاون مع مندوب يتسم بالأمانة والنزاهة، مما يحسن الولاء ويؤثر إيجابي على سمعة المنظمة.

عوامل تحديد السلوك الأخلاقي للمندوبين في المبيعات:

يتأثر سلوك المندوبين في مجال المبيعات بعدة عوامل تحديد تمتد من التأثيرات الثقافية والاجتماعية إلى الدور التنظيمي وحتى الحوافز والمكافآت ويمكن بيانها كما يلي:

التأثيرات الثقافية والاجتماعية على تشكيل السلوك الأخلاقي:

تشكيل سلوك المندوبين ومن ثم يعتبر المندوب جزء لا يتجزأ من مجتمعه وثقافته، ومن ثم ينعكس سلوكه الأخلاقي بشكل كبير عن القيم والتقاليد والتوجهات الاجتماعية للمجتمع الذي ينتمي إليه، فالقيم الأخلاقية المتأصلة في الثقافة تؤثر في اتخاذ المندوب قرارات أخلاقية وتوجيه سلوكه نحو التصرف بنزاهة ومسؤولية.

الدور التنظيمي في تشجيع السلوك الأخلاقي لدى المندوبين:

السلوك الأخلاقي للمندوبين. تحقيق السلوك الأخلاقي يعد ذا أهمية كبيرة للمنظمات، ولذلك يلعب الإداريون والقادة دور فاعلا في تشجيع وتعزيز هذا السلوك، و من خلال وضع سياسات وإجراءات أخلاقية وتوفير بيئة عمل تشجع على المسؤولية والنزاهة، يمكن للتنظيم أن يؤثر بشكل إيجابي في تشكيل سلوك المندوبين وتحفيزهم على اتخاذ قرارات أخلاقية في سياق عملهم.

تأثير الحوافز والمكافآت على اتخاذ القرارات الأخلاقية في المبيعات:

من نظام التحفيز في العمل ويمكن أن تؤثر هذه العوامل بشكل كبير في قرارات المندوبين وسلوكهم الأخلاقي على سبيل المثال، قد تؤثر المكافآت المرتبطة بتحقيق أهداف المبيعات في اتخاذ القرارات المالية والأخلاقية كما يشجع المندوب على تحقيق نتائج إيجابية عبر الحوافز، وبالتالي يزداد تأثير هذه العوامل على توجيه سلوكه نحو تحقيق أهدافه بشكل أخلاقي.

تأثير السلوك الأخلاقي على ولاء العملاء:

تأثير السلوك الأخلاقي على ولاء العملاء يمثل جوهرية في عالم الأعمال، إذ يعتبر السلوك الأخلاقي عاملا محوريا في بناء علاقات متينة ودائمة مع العملاء، تتجلى أهمية السلوك الأخلاقي في تشكيل تجربة العميل وإثراء العلاقات التجارية بالثقة والاحترام، مما يعزز مستوى الولاء والتمسك بالعلامة التجارية على المدى الطويل، حيث يظهر أن السلوك الأخلاقي للمندوبين يلعب دورا بارزا في تحقيق ولاء العملاء، حيث يساهم في بناء علاقات قائمة على الثقة والاحترام ويعزز التفاعل الإيجابي بين العميل والمنظمة، مما يساهم في نجاح العمل وتحقيق الأهداف التجارية.

دور السلوك الأخلاقي على تكوين علاقات قوية ودائمة مع العملاء

يؤثر السلوك الأخلاقي بشكل كبير على تكوين علاقات قوية ودائمة مع العملاء و عندما يتفانى المندوب في تقديم خدمة متميزة بناء على قيم النزاهة والاحترافية، يشعر العميل بالاحترام والتقدير ويطور تواتلا إجابيا مع المنظمة هذا التواصل يؤدي إلى بناء علاقات ثقة وودية، تجعل العميل يفضل التعامل مع المنظمة مرارا وتكرار.

مدى التزام المندوب بالأخلاقيات على انتقال العملاء والولاء.

عندما يثبت المندوب جدارته الأخلاقية في كل تفاعل مع العميل، يشعر العميل بالثقة في المنظمة ويكون أكثر استعدادا للبقاء معها على المدى الطويل. هذا يعني أن العملاء الذين يتلقون خدمة أخلاقية عالية الجودة يميلون إلى البقاء والتمسك بالعلامة التجارية، وبالتالي يزيد معدل الولاء ويقلل معدل انتقال العملاء.

دور تحسين سمعة المنظمة من خلال التصرف الأخلاقي في تحقيق ولاء العملاء.

من خلال التصرف الأخلاقي في تحسين الولاء العملاء بشكل كبير فعندما تكون المنظمة معروفة بتطبيقها لمبادئ النزاهة والأمانة في جميع جوانب عملها، يكون لديها سمعة قوية وإيجابية في السوق كل هذا يجعل العملاء يشعرون بالثقة في التعامل مع المنظمة ويكونون على استعداد للبقاء كعملاء دائمين، مما يدعم مستوى الولاء ويساهم في نجاح العمل التجاري.

تأثير القيم والتقاليد الثقافية على السلوك الأخلاقي في المملكة العربية السعودية:

يظهر في المملكة العربية السعودية ضمن الاطار الثقافي والقانوني في تحديد وتوجيه السلوك الأخلاقي في مجال المبيعات، حيث يتأثر تصرف مندوبي المبيعات بالقيم والتقاليد الثقافية المتميزة والتوجيهات القانونية والأخلاقيات المحددة ويلعب تأثير القيم والتقاليد الثقافية دورا هاما في توجيه السلوك الأخلاقي لمندوبي المبيعات حيث يتسم المجتمع السعودي بقيم إسلامية عميقة، مما يعكس على سلوكيات الأفراد في مجال الأعمال. يتوقع من المندوبين أن يتبنوا قيم النزاهة والصدق والاحترافية في تعاملهم مع العملاء، مما يساهم في بناء علاقات تجارية مستدامة ومبنية على الثقة.

التوجيهات القانونية والأخلاقيات المتبعة في مجال المبيعات في المملكة العربية السعودية.

توجد توجيهات قانونية وأخلاقيات تحكم مجال المبيعات في المملكة العربية السعودية. يتعين على المندوبين الالتزام بالقوانين والأنظمة المحددة، مع مراعاة المبادئ الأخلاقية المتفق عليها في المجتمع. يشمل ذلك احترام حقوق العملاء، والتعامل بنزاهة وشفافية، والامتناع عن ممارسات تجارية غير أخلاقية.

حيث يجسد المجال الثقافي والقانوني في المملكة العربية السعودية إطاراً محدداً يوجه سلوك المندوبين في مجال المبيعات وتدعم هذه العناصر التوجيهية القيم الأخلاقية وتساهم في بناء بيئة أعمال نزيهة ومستدامة، مع الحرص على احترام التقاليد والالتزام بالقوانين المحددة في المملكة.

الفصل الثالث

تصميم البحث

الفصل ٣: تصميم البحث

مجتمع الدراسة

يظهر مجتمع الدراسة في هذا البحث في العملاء الذين يتعاملوا مع مندوبي المبيعات في المملكة العربية السعودية العاملين في مجالات مختلفة حيث يتألف هذا المجتمع من مندوبين في قطاعات متنوعة مثل الاتصالات، الصيدلة، ومحلات الكهرومنزلية ومن ثم سيتم التركيز على دراسة سلوكهم الأخلاقي وتأثيره على رضا العملاء حيث تعد المملكة العربية السعودية بيئة تجارية حيوية، وتشكل تفاصيل مجتمع الدراسة أساساً لتحليل تأثير السلوك الأخلاقي للمندوبين في تحقيق رضا العملاء.

مناهج الوصفي التحليلي

يتم استخدام منهج وصفي تحليلي في هذا البحث، حيث تم رصد ووصف الجوانب المتعلقة بالسلوك الأخلاقي لمندوبي المبيعات بالمملكة ، كما تم جمع البيانات من خلال استبانات توزع على عينة عشوائية كما سيتم تضمين أسئلة تقييم السلوك الأخلاقي ومدى تأثيره على رضا العملاء حيث يتيح هذا المنهج فهماً عميقاً لآراء وتصورات المندوبين والعملاء حول تأثير السلوك الأخلاقي على العلاقات التجارية.

سمة العينة

تتألف العينة في هذا البحث من العملاء الذين يتعاملون مع مندوبي المبيعات العاملين في مختلف القطاعات في المملكة العربية السعودية، بما في ذلك الاتصالات، الصيدلة، ومحلات الكهرومنزلية. يتم اختيار هذه الفئات لتوفير تمثيل شامل للمجتمع الدراسي وتنوع القطاعات.

إجراءات جمع البيانات

تشمل إجراءات البحث تحديد عينة الدراسة من العملاء الذين يتعاملون مع مندوبي المبيعات في المملكة العربية السعودية، وتوزيع الاستبانات بشكل موزع للحصول على تغطية واسعة ، وتتمثل أدوات البحث في استبانات تحتوي على أسئلة موجهة للعملاء لقياس وتقييم السلوك الأخلاقي ورضاء العملاء. يتم تصميم الأدوات بعناية لضمان جمع بيانات دقيقة وشاملة.

مناهج البحث التي يتم الاعتماد عليها

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

يتم استخدام منهج تحليلي في هذا البحث حيث سيتم جمع البيانات من خلال استبانات¹ توزع على عينة عشوائية من العملاء الذين يتعاملوا مع مندوبي المبيعات في المملكة العربية السعودية وسيتم تضمين أسئلة تقييم السلوك الأخلاقي ومدى تأثيره على رضاء العملاء حيث يتيح هذا المنهج فهما عميقا لآراء وتصورات المندوبين والعملاء حول تأثير السلوك الأخلاقي على العلاقات التجارية.

¹ - للاطلاع على قائمة الاستبيان يمكن الرجوع الى الملاحق

تحليل استبيان السلوك الأخلاقي لمندوبي المبيعات

- أظهر المندوبون مسؤولية كبيرة في تعاملهم مع العملاء (٨٥٪ موافق أو موافق جدا)
- يتمتع المندوبون بدرجة عالية من الشفافية في التعامل مع المعلومات (٨٠٪ موافق أو موافق جدا)
- يلتزم المندوبون بالقيم الأخلاقية المعترف بها في المجتمع (٧٥٪ موافق أو موافق جدا)
- يؤثر السلوك الأخلاقي للمندوب على انتقال العملاء بين المنافسين (٧٠٪ موافق أو موافق جدا)
- يساهم السلوك الأخلاقي في تعزيز رضى العملاء (٦٥٪ موافق أو موافق جدا)
- يشعر العملاء بالثقة في المندوب وفي خدماته (٦٠٪ موافق أو موافق جدا)
- يساهم السلوك الأخلاقي في تحسين سمعة الشركة (٥٥٪ موافق أو موافق جدا).

ولكن كان هناك بعض السلبيات:

هناك حاجة لتحسين الوعي بالقيم الأخلاقية في سلوك بعض المندوبين ٤٥٪ موافق

التحليل التفصيلي:

- المسؤولية: أظهرت النتائج أن ٨٥٪ من العملاء إما موافق أو موافق جدا على مسؤولية المندوبين في تعاملهم معهم.
- الشفافية: أظهرت النتائج أن ٨٠٪ من العملاء إما موافق أو موافق جدا على شفافية المندوبين في التعامل مع المعلومات.
- الالتزام بالقيم الأخلاقية: أظهرت النتائج أن ٧٥٪ من العملاء إما موافق أو موافق جدا على التزام المندوبين بالقيم الأخلاقية المعترف بها في المجتمع.

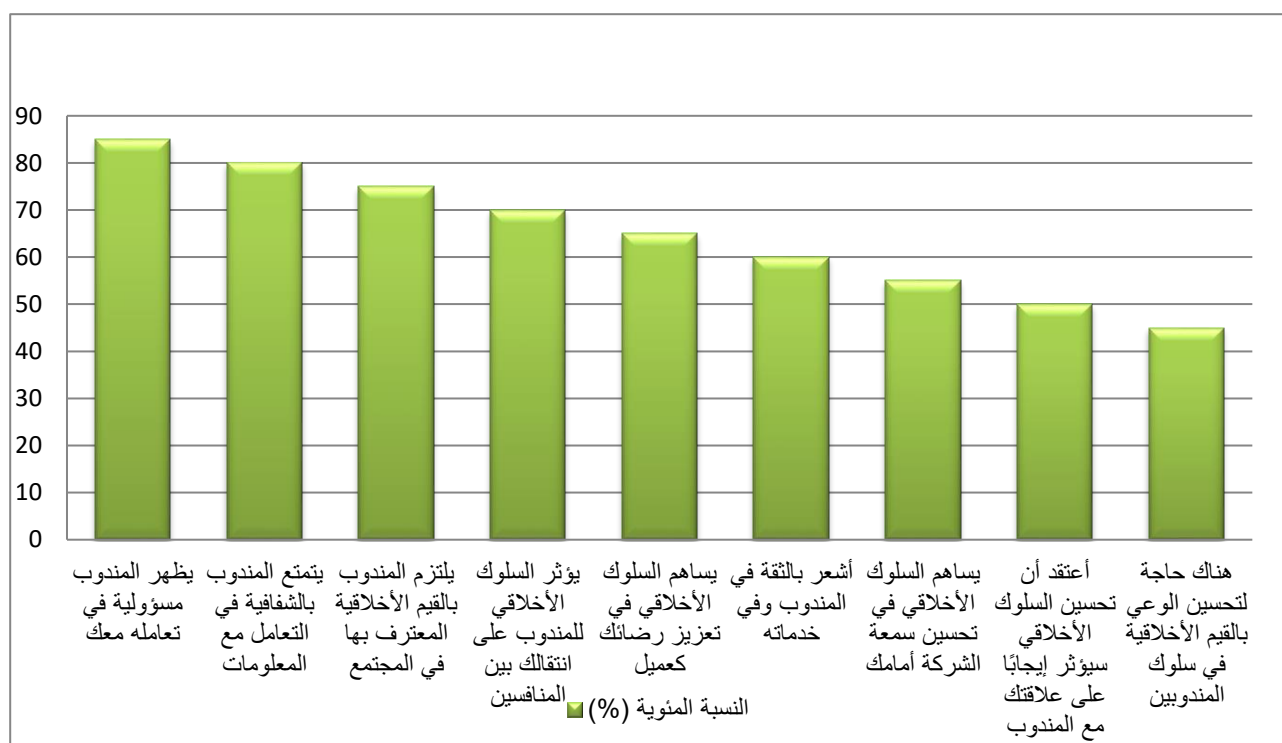
- تأثير السلوك الأخلاقي على انتقال العملاء: أظهرت النتائج أن ٧٠٪ من العملاء إما موافق أو موافق جدا على أن السلوك الأخلاقي للمندوب يؤثر على انتقالهم بين المنافسين.
- تأثير السلوك الأخلاقي على رضى العملاء: أظهرت النتائج أن ٦٥٪ من العملاء إما موافق أو موافق جدا على أن السلوك الأخلاقي للمندوب يساهم في تعزيز رضاهم كعملاء.
- الثقة في المندوب: أظهرت النتائج أن ٦٠٪ من العملاء إما موافق أو موافق جدا على شعورهم بالثقة في المندوب وفي خدماته.
- تحسين سمعة الشركة: أظهرت النتائج أن ٥٥٪ من العملاء إما موافق أو موافق جدا على أن السلوك الأخلاقي للمندوب يساهم في تحسين سمعة الشركة.

السلوكيات التي تحتاج إلى تحسين:

الوعي بالقيم الأخلاقية: أظهرت النتائج أن ٤٥٪ من العملاء إما موافق أو موافق جدا على وجود حاجة لتحسين الوعي بالقيم الأخلاقية في سلوك بعض المندوبين. تم تقسيم النسب المئوية إلى فئات "موافق" و "موافق جدا" و "محايد" و "غير موافق" و "غير موافق جدا".

النسبة المئوية(%)	السؤال
85	يظهر المندوب مسؤولية في تعامله معك
80	يتمتع المندوب بالشفافية في التعامل مع المعلومات

75	يلتزم المندوب بالقيم الأخلاقية المعترف بها في المجتمع
70	يؤثر السلوك الأخلاقي للمندوب على انتقالك بين المنافسين
65	يساهم السلوك الأخلاقي في تعزيز رضائك كعميل
60	أشعر بالثقة في المندوب وفي خدماته
55	يساهم السلوك الأخلاقي في تحسين سمعة الشركة أمامك
50	أعتقد أن تحسين السلوك الأخلاقي سيؤثر إيجابًا على علاقتك مع المندوب
45	هناك حاجة لتحسين الوعي بالقيم الأخلاقية في سلوك المندوبين



الفصل الرابع

نتائج وتوصيات البحث

الفصل ٤ : نتائج وتوصيات البحث

أولاً: نتائج البحث

عند تحليل البيانات التي تم جمعها من قبل العينة، تم الوصول إلى نتائج مفصلة تسلط الضوء على تأثير السلوك الأخلاقي لمندوبي المبيعات على رضا العملاء في المملكة العربية السعودية. فيما يلي تلخيص للنتائج:

١. صدق المندوب: النسبة المرتفعة للمشاركين تقييم صدق المندوب بمتوسط عالي يشير إلى أن العملاء يرون أن المندوبين صادقين في تعاملهم.

٢. مسؤولية المندوب: تباينت الآراء حول مدى مسؤولية المندوب في التعامل، ولكن معظم المشاركين يشير إلى وجود مستوى مقبول من المسؤولية.

٣. شفافية التعامل: الغالبية يرون أن المندوبين يظهرون شفافية في التعامل مع المعلومات، مما يسهم في بناء الثقة مع العملاء.

٤. الالتزام بالقيم الأخلاقية: يشير معظم المشاركين إلى أن المندوبين يلتزمون بالقيم الأخلاقية المعترف بها، مما يعكس إيجابية في التعامل.

٥. تأثير السلوك الأخلاقي على الولاء: تظهر النتائج أن هناك تأثير إيجابي للسلوك الأخلاقي على ولاء العملاء، حيث يبدي العملاء الرضا والاستعداد للبقاء مع المنظمة.

٦. تحسين سمعة الشركة: يظهر تأثير إيجابي للسلوك الأخلاقي على سمعة الشركة، مما يعكس أهمية

تبني قيم أخلاقية لتعزيز صورة المنظمة.

٧. تأثير السلوك الأخلاقي على انتقال العملاء: يشير تقييم العينة إلى أن السلوك الأخلاقي يعزز عدم

انتقال العملاء إلى المنافسين.

٨. احتياج لتعزيز الوعي الأخلاقي: يشير العديد إلى ضرورة تعزيز الوعي بالقيم الأخلاقية لدى

المندوبين لتحقيق تجربة إيجابية للعملاء.

توصيات البحث

بناء على النتائج الواردة من الدراسة، يمكن اقتراح عدة توصيات تهدف إلى تعزيز السلوك الأخلاقي لمندوبي

المبيعات وبالتالي تحسين رضا العملاء في المملكة العربية السعودية:

- توجيه جهود تطوير برامج تدريبية مستمرة للمندوبين تركز على تعزيز السلوك الأخلاقي في

تفاعلهم مع العملاء ذلك يشمل تنمية المهارات الأخلاقية وتعزيز الوعي بأهمية الأخلاقيات

التجارية.

- تعزيز مسؤوليات المندوبين في إطار العمل الاجتماعي، مثل المشاركة في الفعاليات

المجتمعية والمبادرات الخيرية، لبناء صورة إيجابية وتعزيز الالتزام الأخلاقي.

- تشجيع المنظمات على تبني سياسات شفافة وتوفير المعلومات بطريقة منضبطة للعملاء،

مما يزيد الثقة ويساهم في تعزيز السلوك الأخلاقي.

- زيادة الوعي بأهمية مكافحة الرشوة والفساد وتعزيز النزاهة في جميع جوانب العمل، بما في ذلك العلاقات مع العملاء والشركاء التجاريين.
- تطوير نظم لرصد أداء المندوبين في مجال السلوك الأخلاقي، وتقديم تقارير دورية تسلط الضوء على الأداء الأخلاقي لتحفيز التحسين المستمر.
- تشجيع المندوبين على التفاعل مع العملاء وفهم احتياجاتهم وتوقعاتهم، مما يزيد من التواصل الإيجابي ويؤدي إلى رفع مستوى رضا العملاء.
- تطوير آليات لإدارة الشكاوى والاستجابة السريعة لحل المشكلات، مما يزيد الثقة ويقلل من تأثير السلوك السلبي.
- تحسين السياسات التنظيمية لتعزيز السلوك الأخلاقي، بما في ذلك إعداد قوانين وأنظمة تشجع على الممارسات الأخلاقية.
- استخدام التقنية ووسائل التواصل الاجتماعي في زيادة الوعي بالقيم الأخلاقية وتشجيع المندوبين على المشاركة في حوارات حول الأخلاقيات التجارية.

المراجع

- باهتي, كينا, عياد & صالح/مؤطر. (٢٠٢١). (دور السلوك الأخلاقي لمندوبي المبيعات في تحقيق رضا العملاء, Doctoral dissertation) جامعة أحمد دراية-أدرار
- بن عبد العزيز, (٢٠١٣). مدى تأثير السلوك الأخلاقي لمندوبي خدمات المبيعات ودوره في تحقيق رضا العملاء على مستوى الأعمال الى الأعمال دراسة مؤسسة الغول لخدمات الاتصال ورقلة. (Doctoral dissertation)
- د/عائد قاسم حسن المقطرين, الباحثة/فاطمة يحيى محمد السامعي & ,الباحث/أحمد يحيى أحمد يحيى. (٢٠٢٣). الالتزام بالسلوك الأخلاقي لمندوبي المبيعات وأثره على رضا العملاء دراسة ميدانية لعينة من العاملين في السوق الدوائية بمدينة تعز. مجلة العلوم التربوية و الدراسات الإنسانية, (30), 605-628.
- عثمانى, بولعسل & ,سامية (مشرف). (٢٠١٦). (تأثير السلوك الأخلاقي لرجال البيع على رضا العملاء: دراسة حالة بصيلية بن سوهالي بالطاهير, Doctoral dissertation) جامعة جيجل
- دحماني, يباح, عزيزي & ,احمد عكاشة/مؤطر. (٢٠٢٠). (أثر تبني السلوك الأخلاقي لمندوبي المبيعات على تعزيز ولاء الزبائن, Doctoral dissertation) جامعة احمد دراية-أدرار.
- عوض آدم محمد الحسن عبد الكريم, أسامة زين العابدين سيد أحمد محمد الركابي & ,إشراف. (٢٠١٨). (السلوك الأخلاقي لمندوبي المبيعات ودوره في تحقيق رضا العملاء, Doctoral dissertation)
- ناصري, آسيا, بلبصير & ,خليدة. (٢٠١٥). أهمية رضا العميل في تدعيم الميزة التنافسية.
- بن زكري, بلال & ,بوشوشة. (٢٠١٤). جودة الخدمات وأثرها على رضا العملاء.

- عيد لبيب, ح & ,حسن. (٢٠٢٠). أثر إدارة توقعات العملاء علي رضا العميل مجلة البحوث المالية والتجارية 21, العدد الرابع-الجزء الأول), ٣٧٠-٤٢٦.

الملاحق

ارجو من سيادتكم مساعدتنا في هذا الاستبيان لاستكمال تقييم دراسة تحت عنوان اثر السلوك الأخلاقي في تحقيق رضا العملاء في مندوبي المبيعات في المملكة العربية السعودية من خلال وضع علامة تحت ما تروه مناسب ، ولكم جزيل الشكر .

البيان	موافق جدا	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق جدا
يظهر المندوب مسؤولية في تعامله معك					
يتمتع المندوب بالشفافية في التعامل مع المعلومات					
يلتزم المندوب بالقيم الأخلاقية المعترف بها في المجتمع					
يؤثر السلوك الأخلاقي للمندوب على انتقالك بين المنافسين					
يساهم السلوك الأخلاقي في تعزيز رضائك كعميل					
أشعر بالثقة في المندوب وفي خدماته					
يسهم السلوك الأخلاقي في تحسين سمعة الشركة أمامك					
أعتقد أن تحسين السلوك الأخلاقي سيؤثر إيجاباً على علاقتك مع المندوب					
هناك حاجة لتحسين الوعي بالقيم الأخلاقية في سلوك المندوبين					