شبكة المعلومات الجامعية

بسم الله الرحمن الرحيم

Ain Shams University Information Network

جامعة عين شمس

شبكة المعلومات الجامعية

@ ASUNET

شبكة المعلومات الجامعية

شبكة المعلومـــــات الجامعية

التوثيق الالكتروني والميكروفيلم

شبكة المعلومات الجامعية

جامعة عين شمس

التوثيق الالكتروني والميكروفيلم

قَسَم

نقسم بالله العظيم أن المادة التي تم توثيقها وتسجيلها
علي هذه الأفلام قد اعدت دون آية تغيرات

يجب أن

تحفظ هذه الأفلام بعيداً عن الغبار

في درجة حرارة من 15 – 20 مئوية ورطوبة نسبية من 20-40 %

To be kept away from dust in dry cool place of
15 – 25c and relative humidity 20-40 %

شبكة المعلومات الجامعية

بعض الـوثـــائق

الأصـلية تـالـفـــة

شبكة المعلومات الجامعية

بالرسالة صفحات

لم ترد بالأصـــل

جامعـــة الإسـكندريـــة
كليـــة التجـــارة
قسم إدارة الأعمال

تأثير محددات نجاح تسويق العلاقات بين الموزع والمورد على درجة رضا الموزع

رسالة لنيل درجة الماجستير
في إدارة الأعمال

D١١٤٩٢

مقدمة من الطالبة
عبير حسن سيد أحمد رمضان
المعيدة بقسم إدارة الأعمال

تحت إشراف

الأستاذ الدكتور
محمد فريد الصحن
أستاذ التسويق بكلية التجارة
جامعة الإسكندرية

الأستاذ الدكتور
إسماعيل محمد السيد
أستاذ التسويق بكلية التجارة
جامعة الإسكندرية

٢٠٠٣

B١٠٠٧٧

بسم الله الرحمن الرحيم

"وعلمك ما لم تكن تعلم وكان فضل الله عليك عظيماً"

صدق الله العظيم

من الآيـــة "١١٣" سورة النساء

لجنة المناقشة والحكم على الرسالة

الأستاذ الدكتور/ محمد سعيد عبد الفتاح رئيساً وعضواً

أستاذ التسويق بكلية التجارة

جامعة الإسكندرية

الأستاذ الدكتور/ عوض بدير الحداد عضواً

أستاذ التسويق بكلية التجارة

جامعة قناة السويس

الأستاذ الدكتور/ محمد فريد الصحن مشرفاً وعضواً

أستاذ التسويق بكلية التجارة

جامعة الإسكندرية

الأستاذ الدكتور/ إسماعيل محمد السيد مشرفاً وعضواً

أستاذ التسويق بكلية التجارة

جامعة الإسكندرية

شكر وتقدير

الحمد لله الذي هدانا لهذا وما كنا لنهتدي لولا أن هدانا الله. والشكر لله الذي علمنا ما لم نكن نعلم، ولا حول ولا قوة إلا بالله العلي العظيم. والصلاة والسلام على خاتم الأنبياء والمرسلين محمد صلى الله عليه وسلم.

بداية تود الباحثة أن تتقدم بجزيل الشكر وخالص العرفان للأب الفاضل الأستاذ الدكتور/ ***محمد سعيد عبد الفتاح***. وتعتبر الباحثة تفضل سيادته بقبول الاشتراك في لجنة الحكم على الرسالة بمثابة شرفاً عظيماً لها، فجزاه الله عنها خير الجزاء.

كما تتقدم الباحثة بأسمى آيات الشكر والتقدير للأستاذ الفاضل الأستاذ الدكتور/ ***محمد فريد الصحن*** لتفضل سيادته بقبول الإشراف على هذه الرسالة، والذي كان لتوجيهاته وخالص معونته أكبر الأثر في إنجاز هذا البحث رغم ضيق وقته وكثرة مسئولياته.

كما تتقدم الباحثة بأسمى آيات الشكر والعرفان والتقدير للأستاذ والأب الفاضل الأستاذ الدكتور/ ***إسماعيل محمد السيد*** لتفضل سيادته بقبول الإشراف على هذه الرسالة الأستاذ الذي قدم للباحثة علماً ومعرفة بلا حدود، والذي ساعد الباحثة في إرساء كل الأمور المتعلقة بمناهج البحث مما تعتبره الباحثة وسام فخر لها رغم ضيق وقته وتعدد مسئولياته مما كان له أكبر الأثر في إنجاز البحث فهو خير النهج ونعم القدوة الحسنة.

كما تتقدم الباحثة بخالص الشكر والتقدير للأستاذ الدكتور/ ***عوض بدير الحداد*** لتفضله بقبول الاشتراك في لجنة الحكم وتحمله مشقة السفر وهو ما تعتبره الباحثة شرفاً عظيماً لها.

ولا يفوت الباحثة أن تتقدم بخالص الشكر والتقدير لكل من تفضل وقدم لها الدعم والمساندة اللازمين أثناء مرحلة جمع البيانات وتخص بالذكر الأستاذ/ ***حسن الإسكندراني*** مسئول التسويق التنفيذي بشركة الفطيم، والأستاذ الدكتور/ ***عصام الدين عيسى عبد العظيم*** مدير معرض بيجو بأسيوط، والأستاذ/ ***سامر هريدي*** مدير مبيعات الشركات والمناقصات لتويوتا إيجيبت، والأستاذ/ ***أديب*** مدير معرض مرسيدس بنز، والأستاذ/ ***جمال إسماعيل*** مدير المبيعات التجاري للكموني، والأستاذ/ ***حسام الدين أحمد*** مدير مبيعات فولفو، والأستاذ/ ***إبراهيم عبد العزيز*** مدير الشركة العالمية للتجارة والتوكيلات سوزوكي.

وآخر دعوانا أن الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على خاتم الأنبياء والمرسلين سيدنا محمد عليه أفضل الصلاة وأذكى التسليم.

الباحثة

إهـــــــداء

❖ إلى أستاذيَّ الفاضليْن

أ.د إسماعيل محمد السيد

أ.د محمد فريد الصحن

" تقديراً وامتناناً"

❖ إلى أبي وأمي وأخوتي

"حباً وتقديراً"

قائمة المحتويـــــات

الموضـــــــــوع	الصفحـــة
الفصل الأول : مقدمة عن الإطار العام للدراسة	١
١-١ مقدمة	٢
١-٢ مشكلة الدراسة	٦
١-٣ أهداف الدراسة	٦
١-٤ الإطار المقترح للدراسة الحالية	٧
١-٥ متغيرات الدراسة	٨
١-٦ فروض الدراسة	٩
١-٧ أهمية الدراسة	١١
١-٨ عينة الدراسة	١٣
١-٩ أهم النتائج التي توصلت لها الدراسة الميدانية	١٤
١-١٠ محتوى الدراسة الحالية	١٤
الفصل الثاني : الدراسات السابقة	١٦
٢-١ مقدمة	١٧
٢-٢ الإطار المفاهيمي لمتغيرات الدراسة	١٧
٢-٢-١ الإطار المفاهيمي لمتغير الثقة	١٧
٢-٢-٢ الإطار المفاهيمي لمتغير الالتزام	٢٢
٢-٢-٣ الإطار المفاهيمي لمتغير الاتصال	٢٦
٢-٢-٤ الإطار المفاهيمي لمتغير التعاون	٢٨
٢-٢-٥ الإطار المفاهيمي لمتغير الرضا	٣١
٢-٣ الدراسات المتعلقة بالعلاقة بين متغيرات الدراسة	٣٤
٢-٣-١ الدراسات التي تناولت العلاقة بين الثقة وكل من الالتزام، والاتصال، والتعاون، والرضا	٣٤
٢-٣-٢ الدراسات التي تناولت علاقة الرضا بكل من الالتزام، والاتصال، والتعاون	٥٩
٢-٣-٣ الدراسات التي تناولت تأثير كل من الثقة، والالتزام، والاتصال، والتعاون كمتغيرات مستقلة على الرضا كمتغير تابع	٧٥

الموضـــــــــوع	الصفحـــة

الفصل الثالث: تصميم منهج الدراسة الميدانية ٧٩

٣-١ مقدمة ٨٠

٣-٢ أهداف الدراسة الميدانية ٨٠

٣-٣ الإطار المقترح للدراسة الحالية ٨٠

٣-٤ تعريف وقياس متغيرات الدراسة ٨٠

٣-٥ فروض الدراسة ٨٣

٣-٦ مجتمع وعينة الدراسة ٨٨

٣-٧ إعداد قائمة الاستبيان (الاستقصاء) ٩١

٣-٨ أسلوب جمع البيانات ٩٧

٣-٩ أساليب التحليل الإحصائي للبيانات ٩٨

٣-١٠ حدود الدراسة ٩٩

الفصل الرابع: تحليل البيانات ونتائج الدراسة الميدانية ١٠٠

٤-١ مقدمة ١٠١

٤-٢ اختبار صحة المقاييس المستخدمة لمتغيرات الدراسة (الثبات والصدق) ١٠١

٤-٢-١ اختبار الثبات ١٠١

٤-٢-٢ اختبار الصدق ١٠٣

٤-٣ نتائج الدراسة الميدانية ١٠٦

٤-٣-١ النتائج المتعلقة بتوصيف متغيرات الدراسة ١٠٦

٤-٣-٢ نتائج اختبارات الفروض الإحصائية ١٠٧

الفصل الخامس: مناقشة النتائج واستخلاص التوصيات ١١٦

٥-١ مقدمة ١١٧

٥-٢ مناقشة نتائج اختبارات الفروض المتعلقة بدراسة العلاقات بين متغيرات الدراسة ١١٧

٥-٣ تقييم طبيعة العلاقة بين الطرفين ١٢٣

٥-٣-١ تقييم مدى تحقق أهداف الدراسة ١٢٣

٥-٣-٢ تحليل المحتوى لأوجه القصور الخاصة بالمورد ١٢٣

٥-٤ التوصيات البحثية ١٢٩

الموضـــــــــوع	الصفحـــة
٥-٤-١ التوصيات البحثية.....	١٢٩
٥-٤-٢ التوصيات التطبيقية.....	١٣٠
٥-٤-٢-١ التوصيات المقدمة للموزعين المعتمدين	١٣٠
٥-٤-٢-٢ التوصيات المقدمة للموردين (المنتجين).....	١٣٢
٥-٤-٢-٣ التوصيات المقدمة للطرفيْن (موزع، مورد).....	١٣٣
ملاحق الدراسة.....	١٣٥
المراجع	١٥١
أولاً: المراجع العربية	١٥٢
ثانياً: المراجع الأجنبية.....	١٥٢

قائمـــة الجـــداول

رقم الجدول	الموضـــــــــوع	الصفحة
(١)	المتغيرات التى خضعت للبحث فى مجال تسويق العلاقات.....	٨
(٢)	التعريف المفاهيمى لمتغيرات الدراسة ومصدره.....	٣٣
(٣)	ملخص لمجموعة الدراسات التى تناولت العلاقة بين الثقة والالتزام.....	٣٨
(٤)	ملخص لمجموعة الدراسات التى تناولت العلاقة بين الثقة والاتصال.....	٤٥
(٥)	ملخص لمجموعة الدراسات التى تناولت العلاقة بين الثقة والتعاون.....	٥١
(٦)	ملخص لمجموعة الدراسات التى تناولت العلاقة بين الثقة والرضا.....	٥٥
(٧)	ملخص لمجموعة الدراسات التى تناولت العلاقة بين الالتزام والرضا.....	٦٣
(٨)	ملخص لمجموعة الدراسات التى تناولت العلاقة بين الاتصال والرضا.....	٦٨
(٩)	ملخص لمجموعة الدراسات التى تناولت العلاقة بين التعاون والرضا.....	٧٣
(١٠)	ملخـــص لمجموعة الدراسات التى تناولت تأثير (الثقة، والالتزام، والاتصال، والتعاون) كمتغيرات مستقلة على الرضا كمتغير تابع.....	٧٦
(١١)	فـــروض الدراســـة والعلاقة المفترضة بين متغيرات الدراسة وفقا لكل منها، وأساليب اختبار هذه العلاقات المفترضة.....	٨٨
(١٢)	توزيع المفردات الخاضعة للدراسة وفقا للمحافظات الثمانى التى تم تغطيتها.....	٩٠
(١٣)	المقايـــيس المســـتخدمة لقياس متغيرات الدراسة، والعبارات المستخدمة ونوع المقياس، ومصدره.....	٩٤
(١٤)	درجة ثبات المقاييس المستخدمة فى قياس المتغيرات موضع الدراسة.....	١٠٢
(١٥)	مقارنـــة معـــامل ألفـــا لكل مقياس مع معاملات ارتباطه بالمقاييس الأخرى المستخدمة فى الدراسة.....	١٠٤
(١٦)	مقارنـــة معامل التباين، ومعامل التحديد R^2 بين كل بعدين من أبعاد المقياس	١٠٥
(١٧)	نتائج قياس الصدق التطابقى لمتغيري الالتزام، والرضا.....	١٠٦
(١٨)	المتوسطات والانحرافات المعيارية للمتغيرات موضع الدراسة.....	١٠٦
(١٩)	معاملات الارتباط بين أبعاد مفهوم الثقة وأبعاد مفهوم الالتزام ومستوى دلالتها الإحصائية.....	١٠٨
(٢٠)	معـــاملات الارتـــباط بين أبعاد مفهوم الثقة وأبعاد سلوك الاتصال ومستوى دلالتها الإحصائية.....	١٠٩
(٢١)	معـــاملات الارتـــباط بيـــن بعدي الثقة والتعاون ومستوى دلالتها الإحصائية	١٠٩
(٢٢)	معـــاملات الارتـــباط بيـــن بعدي الثقة والرضا ومستوى دلالتها الإحصائية	١١٠
(٢٣)	معـــاملات الارتـــباط بين أبعاد الالتزام والرضا ومستوى دلالتها الإحصائية	١١٠

رقم الجدول	الموضـــــــــوع	الصفحة
(٢٤)	معاملات الارتباط بين أبعاد سلوك الاتصـــال والرضـــا ومســـتوى دلالتهـــا الإحصائية.....	١١١
(٢٥)	ملخص نتائج اختبار الفروض السبعة المتعلقة بدراسة العلاقة بين متغيـــرات الدراسة.....	١١٢
(٢٦)	نتائج تحليل الانحدار المتعدد باستخدام طريقة التحليل الدرجي.....	١١٤
(٢٧)	نتائج تحديد الأهمية النسبية من وجهة نظر الموزعين المعتمدين.....	١٢٤
(٢٨)	النسب المئوية والتكرارات لإجابات الموزعين بشأن مدى احتمـــالات إنهـــاء علاقتهم بالموردين.....	١٢٦