



شبكة المعلومات الجامعية  
التوثيق الإلكتروني والميكرو فيلم

# بسم الله الرحمن الرحيم



**MONA MAGHRABY**



شبكة المعلومات الجامعية  
التوثيق الإلكتروني والميكرو فيلم



# شبكة المعلومات الجامعية التوثيق الإلكتروني والميكرو فيلم



**MONA MAGHRABY**



شبكة المعلومات الجامعية  
التوثيق الإلكتروني والميكروفيلم

# جامعة عين شمس

## التوثيق الإلكتروني والميكروفيلم

### قسم

نقسم بالله العظيم أن المادة التي تم توثيقها وتسجيلها  
علي هذه الأقراص المدمجة قد أعدت دون أية تغيرات



### يجب أن

تحفظ هذه الأقراص المدمجة بعيدا عن الغبار



**MONA MAGHRABY**



قسم إدارة الأعمال

## تأثير التكلفة وجاذبية البدائل على العلاقة بين التخابط الشفهي ونوايا التحول

(دراسة تطبيقية على طلاب المعاهد الإدارية العليا الخاصة)

### The impact of cost and appeal of alternatives on the relationship between word of mouth and switching alternatives.

(Applied study on the students of the higher administrative institutes)

دراسة مقدمة للحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال

إعداد الباحث

أحمد غريب إمام طه

تحت إشراف

دكتور/ حنان حسين أحمد محمود

دكتور/ عزة عبد القادر البورصلي

مدرس إدارة الأعمال

أستاذ إدارة الأعمال المساعد

كلية التجارة - جامعة عين شمس

كلية التجارة - جامعة عين شمس

١٤٤١هـ - ٢٠٢٠م

بسم الله الرحمن الرحيم

{مَنْ كَانَ يُرِيدُ الْعِزَّةَ فَلِلَّهِ الْعِزَّةُ جَمِيعًا إِلَيْهِ يَصْعَدُ الْكَلِمُ الطَّيِّبُ

وَالْعَمَلُ الصَّالِحُ يَرْفَعُهُ وَالَّذِينَ يَمْكُرُونَ السَّيِّئَاتِ لَهُمْ عَذَابٌ شَدِيدٌ وَمَكْرُ

أُولَئِكَ هُوَ يَبُورُ} صدق الله العظيم

[فاطر: ١٠].

وَعَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ عَنِ النَّبِيِّ ﷺ قَالَ: إِنَّ الْعَبْدَ لَيَسْأَلُكَ بِالْكَلِمَةِ

مِنْ رِضْوَانِ اللَّهِ تَعَالَى مَا يُلْقِي لَهَا بَالًا يَرْفَعُهُ اللَّهُ بِهَا دَرَجَاتٍ، وَإِنَّ الْعَبْدَ

لَيَسْأَلُكَ بِالْكَلِمَةِ مِنْ سَخَطِ اللَّهِ تَعَالَى لَا يُلْقِي لَهَا بَالًا يَهْوِي بِهَا فِي جَهَنَّمَ}.

[رواه البخاري]



اسم الباحث: أحمد غريب إمام طه.

الدرجة العلمية: ماجستير.

القسم التابع له: إدارة الأعمال.

اسم الكلية: كلية التجارة.

سنة المنح: ٢٠٢٠م



## رسالة ماجستير

اسم الباحث: أحمد غريب إمام طه.

عنوان الرسالة: " تأثير التكلفة وجاذبية البدائل على العلاقة بين التخابط الشفهي ونوايا التحول"

(دراسة تطبيقية على طلاب المعاهد الإدارية العليا الخاصة).

الدرجة العلمية: ماجستير في إدارة الأعمال.

### لجنة المناقشة والحكم على الرسالة

الأستاذ الدكتور/ عائشة مصطفى المنياوي.....(رئيساً)

أستاذ التسويق كلية التجارة - جامعة عين شمس.

الأستاذ الدكتور/ عزة عبد القادر البورصلي..... (مشرفاً)

أستاذ إدارة الأعمال (م) كلية التجارة - جامعة عين شمس.

الأستاذ الدكتور/ محمد محمود عبد ربه.....(عضواً)

أستاذ إدارة الأعمال (م) - ورئيس قسم التسويق بالجامعة الحديثة.

تاريخ مناقشة الرسالة: ٢٤/٢/٢٠٢٠م

### الدراسات العليا

اجيزت الرسالة بتاريخ

/ / ٢٠٢٠م

موافقة مجلس الجامعة

/ / ٢٠٢٠م

ختم الإجازة

/ / ٢٠٢٠م

موافقة مجلس الكلية

/ / ٢٠٢٠م

## الإهداء

مداد القلب لن يكفى ..... لو أكتب به لإرضائك

وخفق الروح لن يجزي ..... عبيراً يفوح بعطائك

✓ (إلى روح أُمي الغالية التي بكت روحي على فراقها) أهدي هذا الجهد.

كما أهدي هذا الجهد المتواضع إلى:

✓ أبي بارك الله في عمره الذي بدونه لا أساوي شيء فهو نبض الحياة.

✓ إخوتي وأخواتي وأبنائهم الأفاضل والفضليات فهم خير عون لي في هذه الحياة.

✓ شريكة عمري ودربي أحلى ما أهدتني الحياة وعوض ربنا لي والتي جعلها الله سبباً في إنارة الجوانب المظلمة بداخلي وجعلت لحياتي معنى.

✓ أ.د/ عزة عبد القادر البورصلي لها الفضل في اخراج هذا العمل.

✓ أ.د/ حنان حسين محمود. فلولاها ما وصلت الى هذا.

✓ أصدقائي الذين اعتبرهم رفقاء حقيقيون للحياة.

✓ زملائي.

✓ المكتبة العربية.

الباحث

أحمد غريب إمام طه

## شكر وعرفان

أبدأ أولاً بشكر الله تعالى فهو سبحانه المستحق بكل شكر صاحب العطاء والكرم. بسم الله الرحمن الرحيم "رَبِّ أَوْزِعْنِي أَنْ أَشْكُرَ نِعْمَتَكَ الَّتِي أَنْعَمْتَ عَلَيَّ وَعَلَىٰ وَالِدَيَّ وَأَنْ أَعْمَلَ صَالِحًا تَرْضَاهُ وَأَدْخِلْنِي بِرَحْمَتِكَ فِي عِبَادِكَ الصَّالِحِينَ". (سورة النمل، الآية ١٩).

اللهم... أنت الذي صورتني وخلقته وهديتني لشرائع الإيمان... أنت الذي علمتني ورحمتني وجعلت صدري واعي القرآن... أنت الذي أطعمتني وسقيتني من غير كسب كان في الحسبان.. وجبرتني وسرتني ونصرتني وغمرتني بالفضل والإحسان.. أنت الذي آويتني وحبوتني وهديتني من حيرة الخذلان... ولقد مننتُ على ربي بأنعم ما لي بشكري أقلهنّ يداني.... فوحق حكمتك التي آتيتني حتى شددت بنورها برهاني... لأن اجتبتني من رضاك معونة حتى تقوي أيدها إيماني... لأسبحك بكرة وعشيّاً ولتخدمك في الدجى أركاني.... ولأذكرك قائماً أو قاعداً ولأشكرك سائر الأحيان..... ولأجعلن رضاك أكبر همتي ولأضربن من الهوى شيطاني.

والشكر موصول لأهل الفضل اعترافاً مني بفضلهم وجهدهم وسعيهم منطلقاً في ذلك مما رواه الإمام أحمد والترمذي من حديث أبي سعيد الخدري رضي الله عنه أن رسول الله ﷺ قال (من لم يشكر الناس لم يشكر الله).

ثم أتقدم بجميع أنواع الشكر والتقدير والاحترام والامتنان وجميع آيات العرفان والمحبة والعشق التي لا تساوى شيء عند التحدث عنك يا أمي الحبيبة الغالية ربعة قلبي (عليكي رحمة الله)، فإني أشكر الله ﷻ أن جعلني أمي وقرّة عيني فكم تعبتي وسهرتي لي ولإخوتي، وكم ضحيتي من أجلنا، وكم كنتي تنمّني حضور يوم مناقشة رسالتني، فلم ولن أنساكي أبداً يا أمي، يعجز لساني عن وصف ما بداخلي فأنتي وحدك التي تهمين وتعرفين ما بداخلي دون أن أتحدث فلا أملك الآن إلا الدعاء لكي والدموع تسيل من عيني فاللهم أرحمها رحمة واسعة وأجعل الفردوس الأعلى مستقرها اللهم عاملها بما أنت أهله يارب العالمين، اللهم أكرمها بكرمك ووسع في مدخلها وأغسلها من ذنوبها بالماء والثلج والبرد، وأجزها عني وعن اخوتي خير الجزاء اللهم آمين.

كما أتقدم بالشكر والعرفان إلى بؤرة النور التي عبرت بي نحو الأمل والأمان الجميلة وأتسع قلبه ليحتوي حلمي حين ضاقت الدنيا فَرَوْضَ الصعاب من أجلي وسار في جنكة الدرب ليغرس معاني النور والصفاء في قلبي وعلمي معنى أن نعيش من أجل الحق والعلم لنظل أحياء حتى لو فارقنا أرواحنا أجسادنا ولطالما تقطر قلبه شوقاً وحنن عيناہ الوضاءتان إلى رؤيتي متقلداً شهادة الماجستير وها هي قد أينعت لأقدمها الآن بين يدي والدي الحبيب الذي أثر ما يحب على ما يحب وعاش من

أجلنا من أجل أن نحيا حياة كريمة في بيت كريم وفي أحضان علم نافع كريم ومن أجل أن أمثل أمامه الآن بشهادة تعترف كل قصاصة فيها أنه سبب وجودها وسبب خلودها في مدارك العلم بإذن الله وقد كان إرضاءك جزء من طموحي وجزء من سيرتي في طريق الماجستير حتى ترى ثمرة جهدك وطيب غرسك فكننت معنى الحياة لي وقد أَرْضَانِي اللهُ فِيك يا أبتِي فهل رَضِيت عَنِي.

كما أتقدم بالشكر والتقدير والاحترام إلى **إخوتي وأخواتي** الذين جعلهم الله عوناً لي في هذا الطريق فقد تحملوا معي الكثير وكانوا مجسدين لقوله تعالى " **سَنَشُدُّ عَضُدَكَ بِأَخِيكَ**" فأقول ربي أغفر لي ولإخوتي وأدخلنا برحمتك وأنت أرحم الراحمين فاللهم أحفظهم ومتعهم بالصحة والعافية والسعادة في الدنيا والآخرة.

وإنه ليسعدني أن أتقدم بخالص الشكر وأرق وأسمى آيات العرفان والامتنان لأستاذتي الفاضلة **الأستاذة الدكتورة/ عزة عبد القادر البورصلي - أستاذ إدارة الأعمال بكلية التجارة - جامعة عين شمس** عالمة جليلة متواضعة ذات خلق رفيع على ما خصتني من توجيهات ونصائح خلال فترة إعداد الرسالة رغم مسئولية سيادتها الكبيرة، وفي الحقيقة تعجز الكلمات وتضيق العبارات عند وصفها ومنحها ما تستحق من تقدير واحترام، ولا أملك سوى العرفان بالجميل وبفضلها العظيم بعد الله سبحانه وتعالى، الأمر الذي شرفني باكتساب العديد من صفات البحث العلمي التي كانت عوناً لي في إتمام هذه الدراسة، شكراً جزيلاً لسيادتها وجزاها الله عنى خيراً.

كما يسعدني أن أتقدم بخالص الشكر والاعتراف بالجميل لأستاذتي الفاضلة **الدكتورة/حنان حسين محمود - مدرس إدارة الأعمال بكلية التجارة - جامعة عين شمس** التي مهدت لي الطريق وكانت سيادتها عوناً منذ بداية تسجيل الرسالة وحتى يوم المناقشة، وهنا يعجز اللسان عن وصف ما في القلب لصاحبة القلب الحنون أستاذتي الفاضلة أنت أمي الثانية بعد أمي رحمها الله لولا أن الله سبحانه وتعالى جعل سيادتك عوناً لي ما كنت في هذا الطريق، واني أدعو الله أن يرزقك بكل خير وسأظل أدعو الله محاولاً أن أرد ولو جزءاً صغيراً جداً من حق سيادتك علي، فجزاك الله عنى خير الجزاء .

كما أتقدم بكل آيات الشكر والعرفان لأستاذتي الفاضلة **الأستاذة الدكتورة/عائشة مصطفى المنياوي - أستاذ التسويق بكلية التجارة - جامعة عين شمس** عالمة جليلة لموافقة سيادتها على الاشتراك في لجنة المناقشة والحكم على الرسالة رغم ضيق وقت سيادتها ومسئولياتها الكبيرة مما يعتبر فضلاً كبيراً من سيادتها وشرفاً عظيماً وموضع فخر واعتزاز وتقدير، ووساماً أعتز به وإثراء للبحث، وشكراً جزيلاً لسيادتها على كل ما قدمته من عون منذ البداية وحتى يوم المناقشة فلسياتها كل الشكر والتقدير والامتنان وجزاها الله عنى خير الجزاء .

كما أتقدم بخالص وأرق كلمات الشكر والعرفان والامتنان لأستاذتي الجليل **الاستاذ الدكتور/محمد محمود عبد ربه - أستاذ إدارة الأعمال - ورئيس قسم التسويق بالجامعة الحديثة** عالماً جليلاً

لموافقة سيادته على الاشتراك في لجنة المناقشة والحكم على الرسالة رغم ضيق وقته ومسئوليته الكبيرة مما يعتبر فضلاً كبيراً وشرفاً عظيماً وموضع فخر واعتزاز ، وشكراً جزيلاً لسيادته على كل ما قدمه من عون فله كل التقدير والامتنان وجزاه الله عنى خير الجزاء .

كما أتقدم بخالص الشكر والتقدير لأستاذتي الفاضلة الأستاذة الدكتورة/ جيهان عبد المنعم رجب - أستاذ إدارة الأعمال بكلية التجارة - جامعة عين شمس على كل ما قدمته من عون منذ البداية فلسياتها كل الشكر والتقدير والامتنان وجزاها الله عنى خير الجزاء .

كما أتقدم بخالص الشكر والتقدير للأستاذ الدكتور/ على ناجح على منصور - مدرس إدارة الأعمال بالمعهد العالي للدراسات التعاونية والإدارية على كل ما قدمه من عون منذ البداية وحتى يوم المناقشة فلسيادته منى كل الشكر والتقدير والامتنان وجزاه الله عنى خيراً .

كما أتقدم بخالص الشكر والعرفان للأستاذ الدكتور/ محمد سيد أحمد عبد المتعال - أستاذ إدارة الأعمال - كلية التجارة- جامعة المنصورة على تشريف سيادته بالحضور يوم المناقشة والحكم على الرسالة وجزاه الله عنى خير الجزاء .

كما أتقدم بخالص الشكر والتقدير للأستاذ الدكتور/ سيد محمد البحراوي - مدرس بقسم الاحصاء التطبيقي - كلية التجارة وإدارة الأعمال - جامعة حلوان على كل ما قدمه من عون منذ البداية وحتى يوم المناقشة فلسيادته منى كل الشكر والتقدير والامتنان وجزاه الله عنى خير الجزاء وأسأل الله العظيم أن يرحم والده ووالدته رحمة واسعة وأن يجعل جنة الفردوس مستقرهم (اللهم آمين) .

وأتقدم بخالص الشكر والتقدير لكل موظف بكلية التجارة جامعة عين شمس الذين مهدوا لي الطريق وكانوا عوناً في نجاح إخراج هذه الرسالة فلهم منى كل الشكر والتقدير .

وفي الختام حتى لا أنسى أحداً فإنني أتقدم بأسمى آيات الشكر والعرفان لكل من قدم لي يد العون في إتمام هذه الدراسة، داعياً الله عز وجل أن يزيد الجميع علماً ليكونوا علامات على الطريق يهتدي بهم من سلك سبيلاً من سبل العلم وأن يجزيهم الله تعالى عن جهودهم خير الجزاء .

الباحث

أحمد غريب إمام طه

## مستخلص الدراسة

**تهدف الرسالة** حيث كان الهدف الرئيس لهذه الدراسة في تحديد تأثير التكلفة وجاذبية البدائل على العلاقة بين التخابط الشفهي ونوايا التحول من وجهة نظر مجتمع الدراسة والذي يتضمن جميع طلاب المعاهد الإدارية العليا الخاصة بمحافظة الجيزة، وتم الحصول على البيانات من خلال قوائم الاستقصاء التي تمت على عينة ممثلة من هؤلاء الطلاب وبلغ حجم العينة (٣٨٠) مفردة.

**وقد أسفرت الدراسة** إلى وجود علاقة ارتباط بين التخابط الشفهي ونوايا التحول من وجهة نظر طلاب المعاهد الإدارية العليا الخاصة بمحافظة الجيزة، كما يوجد علاقة تأثير احصائي لجاذبية البدائل على العلاقة بين التخابط الشفهي ونوايا التحول، كما أتضح أنه مع زيادة مستوى المتغير المعدل (تكلفة التحول) يقل تأثير المتغير المستقل (التخابط الشفهي) على المتغير التابع (نوايا التحول)، كما أوضحت نتائج الدراسة أنه لا توجد اختلافات جوهرية لنوايا تحول الطلاب وفقاً للنوع، كما أنه لا توجد اختلافات جوهرية لنوايا تحول الطلاب وفقاً للفرقة/ المستوى الدراسي. وكانت أهم توصيات الدراسة في توفير مصادر سهلة للطلاب الجدد للحصول على المعلومات الحقيقية والشفافة عن الخدمة المقدمة والتي تتطابق مع التجربة الحقيقية للطلاب لهذه الخدمة الأمر الذي يكون له مردود إيجابي على التخابط الشفهي، وأن تقوم المعاهد محل الدراسة بتوفير المصادر المتنوعة ذات الثقة عند جمهور الطلاب والتي تعمل على نشر التخابط الشفهي الإيجابي عن خدمات المعاهد محل الدراسة، والاهتمام بالتواصل المستمر مع كافة الطلاب في كل الفرق/المستويات سواء كانوا ذكور أو إناث بما يؤثر إيجابياً على نوايا تحولهم من المعاهد محل الدراسة حيث أنها لا تتأثر بالخصائص الديموغرافية (النوع - المستوى/ الفرقة).

---

الكلمات المفتاحية: (التخابط الشفهي، الكلمة المنطوقة، التخابط الشفهي الإيجابي، الكلمة المنطوقة الإيجابية، التخابط الشفهي السلبي، الكلمة المنطوقة السلبية، حساسية التخابط الشفهي، حساسية الكلمة المنطوقة، مضمون التخابط الشفهي، مضمون الكلمة المنطوقة، تكلفة التحول، جاذبية البدائل).

## قائمة المحتويات

| الموضوع              | الصفحة |
|----------------------|--------|
| الإهداء .....        | أ      |
| شكر وعرفان .....     | ب      |
| مستخلص الدراسة ..... | و      |

## الفصل الأول الإطار العام للدراسة

|                                                    |    |
|----------------------------------------------------|----|
| مقدمة: .....                                       | ٢  |
| أولاً: المصطلحات المستخدمة في الدراسة: .....       | ٣  |
| ثانياً: الدراسات السابقة: .....                    | ٥  |
| الدراسات السابقة الخاصة بالتخاطب الشفهي: .....     | ٥  |
| الدراسات التي تناولت نوايا التحول وعوائقه: .....   | ١٩ |
| التعليق على الدراسات السابقة: .....                | ٢٨ |
| ثالثاً: الدراسة الاستطلاعية: .....                 | ٣٠ |
| رابعاً: تساؤلات ومشكلة الدراسة: .....              | ٣١ |
| مشكلة الدراسة: .....                               | ٣١ |
| تساؤلات الدراسة: .....                             | ٣٢ |
| خامساً: فروض الدراسة والإطار الفكري للدراسة: ..... | ٣٣ |
| فروض الدراسة: .....                                | ٣٣ |

| الموضوع                                           | الصفحة |
|---------------------------------------------------|--------|
| الإطار الفكري للدراسة:                            | ٣٤     |
| سادساً: أهداف الدراسة:                            | ٣٥     |
| سابعاً: متغيرات الدراسة:                          | ٣٥     |
| ثامناً: منهج الدراسة:                             | ٣٦     |
| مجتمع الدراسة:                                    | ٣٦     |
| عينة الدراسة:                                     | ٣٦     |
| تاسعاً: مصادر جمع وتحليل البيانات:                | ٣٧     |
| مصادر جمع البيانات:                               | ٣٧     |
| أساليب تحليل البيانات:                            | ٣٧     |
| أساليب الاحصاء الوصفي:                            | ٣٨     |
| أساليب الاحصاء الاستدلالي:                        | ٣٨     |
| عاشراً: أهمية الدراسة:                            | ٣٨     |
| الناحية التطبيقية:                                | ٣٨     |
| الناحية الأكاديمية:                               | ٣٨     |
| الحادي عشر: حدود الدراسة وطبيعة الدراسة:          | ٣٩     |
| حدود الدراسة:                                     | ٣٩     |
| طبيعة الدراسة:                                    | ٤٠     |
| الثاني عشر: الهيكل المبدئي العام المقترح للدراسة: | ٤٠     |
| خلاصة الفصل الأول:                                | ٤٣     |

الصفحة

الموضوع

## الفصل الثاني سلوك التخابط الشفهي

|    |                                                                                             |
|----|---------------------------------------------------------------------------------------------|
| ٤٥ | مقدمة:                                                                                      |
| ٤٦ | أولاً: مفهوم التخابط الشفهي:                                                                |
| ٥١ | ثانياً: أنواع التخابط الشفهي:                                                               |
| ٥٣ | ثالثاً: أهمية سلوك التخابط الشفهي:                                                          |
| ٥٩ | رابعاً: أبعاد التخابط الشفهي:                                                               |
| ٦٣ | خامساً: مراحل التخابط الشفهي:                                                               |
| ٦٤ | سادساً: مصادر التخابط الشفهي:                                                               |
| ٦٦ | سابعاً: هيكل التخابط الشفهي: (سعودي وبوقرة، ٢٠١٥).                                          |
| ٦٧ | ثامناً: العوامل التي تعزز نشاط الاتصالات من خلال التخابط الشفهي:                            |
| ٧٢ | تاسعاً: خطوات نجاح الدعاية والإعلان من خلال التخابط الشفهي: (الهجرسي، ٢٠١١).                |
| ٧٣ | عاشراً: العوامل التي يمكن أن تزيد أو تقلل كثافة التخابط الشفهي مقارنة بمعيار الحصة السوقية: |
| ٧٤ | الحادي عشر: الفرق بين التخابط الشفهي التقليدي والتخابط الشفهي الإلكتروني:                   |
| ٧٦ | خلاصة الفصل الثاني:                                                                         |