

(ملحق رقم 1)

ج

جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا
كلية الدراسات التجارية

النمرة : ج

التاريخ : 11/5/2006 م
س ع ت / ك د ت / 2006 م

السيد/ المدير العام لشركة الخطوط الجوية السودانية

المحترم

السلام عليكم ورحمة الله تعالى وبركاته

الموضوع الباحث / فتحي محمد سليمان عبد الحي

بالإشارة إلى الموضوع أعلاه في البدء يسرنا أن نشكركم على ما
طللتم تقدمونه من خدمات ومساعدة للباحثين وطلاب الدراسات العليا
بالجامعات السودانية وفي إطار التعاون العلمي الأكاديمي القائم بين
مؤسستكم الموقرة وجامعتنا وإشارة إلى خطابنا السابق لكم في فبراير
2003م بخصوص موضوع الباحث أعلاه الذي يقوم بإجراء دراسة بعنوان "
أثر الأساليب الترويجية على الأداء الاقتصادي في قطاع صناعة النقل
الجوي - دراسة حالة شركة الخطوط الجوية السودانية الفترة من
1993م - 2005م" وذلك لنيل درجة الدكتوراة في الاقتصاد. نأمل من
سيادتكم مواصلة تقديم كل المساعدة الممكنة للباحث حتى يتسنى له
تكملة رسالته العلمية علماً بأنها في مراحلها الأخيرة.
وفقكم الله وسدد خطاكم لما فيه خيراً للوطن
مع فائق الشكر والتقدير ،،،

د. احمد علي احمد
المشرف على الرسالة

(ملحق رقم 2) تحكيم الاستبانة

الأستاذ الدكتور المحترم

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

الموضوع : تحكيم استبانة

يقوم الباحث بإعداد دراسة بعنوان " أثر الأساليب الترويجية على الأداء الاقتصادي في قطاع صناعة النقل الجوي - دراسة حالة شركة الخطوط الجوية السودانية الفترة من 1993م - 2005م". وعليه فقد تم تطوير مقياس (استبانة) للحصول على البيانات والمعلومات التي تجيب على أسئلة الدراسة وفروضها، وطبيعة هذه الدراسة . إضافة باعتبارها جزء متمم (مكمل) للحصول على درجة الدكتوراة في الاقتصاد ، حيث ينوي الباحث تطبيقها على أصحاب الاختصاص من مدراء ورؤساء أقسام ومتخصصين في الترويج والمبيعات والعلاقات العامة بشركة الخطوط الجوية السودانية وكذلك على عملاء الشركة (الركاب) .

المقياس يحتوي على (126) فقرة ، الجزء الأول خاص بالعاملين بأقسام الدراسة بالشركة ويحتوي على (90) فقرة ، أما الجزء الثاني من الاستبانة فهو خاص بعملاء الشركة ويحتوي على (36) فقرة .

ومن أجل التحقق من صدق هذه الأداة فقد تم اختياركم كأحد المحكمين لهذه الاستبانة ، أملين من حضرتكم التلطف بقراءة فقرات هذه الاستبانة وبيان الرأي حول ما يلي :

- 1- مدى صلاحية الفقرة وذلك بوضع إشارة (√) في الحقل الذي ترونيه مناسباً .
 - 2- مدى وضوح صياغة الفقرة وذلك بوضع إشارة (√) في الحقل الذي ترونيه مناسباً .
 - 3- التعديلات التي ترون أجراها على الفقرات والمجالات .
 - 4- الفقرات التي ترون إضافتها إلى هذا المقياس .
- كما أرجو تقديم أي ملاحظات ترونها مناسبة تساعد على قدرة هذه الاستبانة على قياس أثر الأساليب الترويجية على أداء اقتصاديات صناعة النقل الجوي .

شاكرين لكم حسن تعاونكم

الباحث

ملحق رقم (3)

ز

جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا
كلية الدراسات العليا

الموظف الكريم / الموظف الكريمة
المحترمين

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

الموضوع استبيان

يقوم الباحث بإجراء بحث بعنوان :
**أثر أساليب الترويجية على الأداء الاقتصادي في قطاع
صناعة النقل الجوي- دراسة حالة شركة الخطوط الجوية
السودانية الفترة 1993 - 2005م.** وذلك لاستكمال متطلبات
الحصول على درجة الدكتوراه في الاقتصاد.
إذ يأمل الباحث بمساعدتكم في إنجاز هذه الدراسة من خلال
إجابتكم على جميع أسئلة الاستبانة بدقة وموضوعية بشكل يساهم في
زيادة قيمة وأهمية الدراسة وإخراجها بالصورة السليمة آملياً أن تعم
فائدته جميع الأطراف المهتمة به. مؤكداً لكم أن المعلومات والبيانات
التي تدلون بها ستعامل بسرية تامة وموضوعية ولن تستخدم إلا لأغراض
البحث العلمي فقط . راجين وضع إشارة (√) أمام الاختيار المناسب في
الاستبانة المرفقة .

شاكرين لكم حسن تعاونكم في إنجاز هذه الدراسة ونأمل من
الله أن تعود بالخير والنفع لنا جميعاً والله ولي التوفيق .
وتقبلوا وافر التقدير والاحترام ،،،

الباحث

ملحق رقم (3) نموذج استبيان العاملين بأقسام الترويج والمبيعات والعلاقات العامة بشركة الخطوط الجوية السودانية

1/ النوع : ذكر ☐ أنثى ☐
2/ القسم :

3/ تاريخ خ الالتحاق :
اق:

4/ نوع العمل : ☐ إداري ☐ مالي ☐ خدمات
فني ☐

5/ هل تلقيت دورات تدريبية في مجال الترويج ؟

نعم ☐ لا ☐

6/ إذا كانت إجابة السؤال (5) " بنعم " فكم عدد هذه الدورات .

دورة دورتي ن
أكثر

7/ هل عملت في شركة طيران قبل الالتحاق بشركة الخطوط الجوية
السودانية ؟

نعم ☐ لا ☐

9/ ما هي دوافع انضمامك إلى شركة الخطوط الجوية السودانية ؟

الاستفادة من الفرص التدريبية ☐ الحصول على درجة وظيفية ☐
مرتّب أفضل ☐ أخرى ☐ أذكرها

9/ ما هو تقييمكم لشروط وامتيازات الخدمة بشركة الخطوط الجوية
السودانية .

مرضى مرضاً مرضية
لا رأي

غير مرضية ☐ غير مرضية تماماً ☐
10/ ما هي في رأيك العوامل التي تساعد على تحسين أداء الشركة ؟
وجود إدارة عليا ذات استراتيجية واضحة ☐ وجود خدمات ذات مستوى رفيع ☐
وجود كفاءات ممتازة في شتى المجالات ☐ كل ما ذكر صحيحاً ☐
11/ هل لدى الشركة هدف ترويجي محدد ؟
نعم ☐ لا ☐

12/ إذا كانت إجابة السؤال (11) " بنعم " أذكر الهدف والمدة المحددة لبلوغه .

13/ أي الوسائل الترويجية التالية أكثر انتشاراً وأخباراً للمستهلكين .
الإعلان ☐ العلاقات العامة ☐
تنشيط المبيعات ☐ رجال البيع ☐
14/ هل تحسن بنشاط ترويجي لشركة الخطوط الجوية السودانية (دعاية - إعلان - علاقات عامة ... الخ) ؟
نعم ☐ لا ☐
15/ إذا كانت إجابة السؤال (14) " بنعم " هل تعتبر مستوى النشاط الترويجي الذي تقدمه الشركة عن خدماتها ..
ممتاز ☐ جيد ☐ مقبول ☐
ضعيف ☐
16/ هل توجد مخصصات مالية لمقابلة الأساليب الترويجية ؟
نعم ☐ لا ☐

17/ ما هي النسبة المحددة للترويج ؟

18/ هل هناك زيادة لهذه النسبة ؟
نعم ☐ لا ☐
19/ هل توجد علاقة بين حجم الإنفاق الترويجي وبين زيادة المبيعات ؟
نعم ☐ لا ☐
20/ ما هي الجهة التي تختص بقرارات الترويج ؟
مدير التسويق ☐ المدير التجاري ☐ مدير الدعاية ☐ المدير المالي ☐

21/ ما هي أنواع الخطط التي تطبقها الشركة في تنفيذ حملتها الترويجية ؟
موسمية ☐ سنوية ☐ نصف سنوية ☐ شهرية ☐

22/ هل تعتقد أن الجهود الترويجية التي تقوم بها الشركة تؤدي الغرض المطلوب منها ؟

☐ لا

☐ نعم

23/ إذا كانت إجابة السؤال (22) " بلا " فما هي في نظرك أهم أسباب ذلك ؟

عدم كفاية المخصصات الترويجية. ☐
عدم توفّر الامكانيات الفنية. ☐
عدم جدولة دراسة الأسواق قبل القيام بالحملات الترويجية. ☐
عدم جدولة الحملات الترويجية. ☐
عدم كفاية المتخصصين في مجال الترويج. ☐

أذكرها

أخرى. ☐

24/ هل تخصص شركتكم ميزانية للترويج عن خدماتها التي يتم ترويجها للخارج ؟

☐ نادراً

☐ أحياناً

☐ نعم

☐ دائماً
لا

25/ في حالة الإجابة " بنعم " أرجو تحديد الأسس التي تستند إليها الشركة في تحديد هذه الميزانية .

أ/ الاعتماد على تقدير المنافسين. ☐ دائماً ☐ نادراً

ب/ التقدير على أساس نسبة مئوية من المبيعات. ☐ دائماً ☐ نادراً

ج/ التقدير على أساس نسبة مئوية من الأرباح. ☐ دائماً ☐ نادراً

26/ هل تقدم الدولة مساعدات لشركتكم في مجال الترويج عن الخدمات في الخارج ؟

☐ لا

☐ نعم

27/ في حالة إجابة السؤال (26) " بنعم " ما هي المساعدات .
مالية ☐ إدارية ☐ استشارية ☐ أخرى ☐
أذكرها

28/ هل تقوم شركتكم بدراسات لمعرفة أثر الحملات الترويجية على المبيعات الخارجية ؟

☐ لا

☐ نعم

29/ هناك ضرورة ملحة للجهود الترويجية حتى لو كانت خدمات الشركة في قمة الجودة ومعروفة للمستهلكين .

☐ لا

أوافق

☐ أوافق بشدة
أدري

لا أوافق ☐ لا أوافق بشدة ☐

30/ جهود الشركة الترويجية للحفاظ على العملاء الحاليين وكسب عملاء جدد محدودة جداً.

أوافق بشدة ☐ أوافق ☐ لا أوافق بشدة ☐ لا ☐

31/ لا تستخدم الشركة وسائل الترويج الحديثة (الإعلان - النشر - الاتصال بالعملاء.. الخ) بل تعتمد على الصورة الذهنية الطيبة التي اكتسبتها الشركة من خلال خدماتها في الأسواق الخارجية والمحلية .

أوافق بشدة ☐ أوافق ☐ لا أوافق بشدة ☐ لا ☐

32/ سياسة الشركة المتبعة في ترويج خدماتها لا تؤدي إلى خلق أسواق جديدة بل تؤدي إلى فقدان الأسواق القائمة.

أوافق بشدة ☐ أوافق ☐ لا أوافق بشدة ☐ لا ☐

33/ مشاركة الشركة في المعارض الدولية والمهرجانات الترويجية محدودة جداً.

أوافق بشدة ☐ أوافق ☐ لا أوافق بشدة ☐ لا ☐

34/ إن ضعف الاهتمام ببرامج التأهيل والتدريب للعاملين بقسم الترويج بالشركة أدى إلى انخفاض المبيعات.

أوافق بشدة ☐ أوافق ☐ لا أوافق بشدة ☐ لا ☐

35/ في رأيكم ويصرف النظر عما هو متبع ، أرجو تحديد وترتيب أهم العناصر الواجب أخذها في الاعتبار عند تقديم الخدمة التي يتم ترويجها بالخارج .

الترتيب :
1/ أخرى أذكرها
2/ المنافسة
3/ الطلب
4/ الأرباح

1/ 2/ 3/ 4/ 5/

36/ هل تكرار الحملة الترويجية عن خدمة معينة هو مؤشر على أن الخدمة

ممتازة ☐

جيدة ☐

ردیئة ☐

37/ هل تقوم الشركة بقياس نتائج جهودها الترويجية ؟

نعم ☐

لا ☐

38/ ما هي مقاييس نجاح ترويج الخدمات بالشركة؟

زيادة عدد المسافرين ☐ تحسين الصورة الذهنية للشركة ☐
زيادة حجم المبيعات ☐ أخرى ☐ أذكرها ☐

39/ هل تقوم الشركة ببحوث التسويق ؟

نعم ☐

لا ☐

40/ ما هي الجهة الفنية المسؤولة عن التقييم للبحوث ؟

مكتب إحصائي ☐ استشاري تسويق ☐ لجنة من الشركة ☐
جهات خارجية ☐ أخرى ☐ أذكرها ☐

41/ هل تقوم الشركة بالتدريب والتأهيل للعاملين ؟

نعم ☐

لا ☐

42/ أين يتم التدريب .

في الخارج ☐

في الداخل ☐

44/ هل يوجد أي نظام للحوافز للعاملين بقسم الترويج ؟

نعم ☐

لا ☐

45/ إذا كانت إجابة السؤال (44) " بنعم " ما هو نوع الحوافز المطبقة

حوافز مادية ☐ حوافز مادية ومعنوية ☐
أخرى ☐ أذكرها ☐

ثانياً : محور الإعلان :

1/ الفقرة	نعم	لا
1- هل يوجد قسم مختص بالإعلان بالشركة	☐	☐
2- هل تقوم الشركة بحملات إعلانية منتظمة	☐	☐
3- هل يقوم الإعلان بتوفير المعلومات الضرورية عن الخدمة لفئات المستهلكين	☐	☐
4- هل يؤدي تكثيف الإعلان إلى تدفق العملاء	☐	☐
5- هل تهتم الشركة بدراسة أسباب انصراف بعض الركاب عن شراء خدماتها	☐	☐
6- هل تعتقد أن الإعلانات تحقق الفائدة المرجوة منها	☐	☐

2/ الفقرة	أوافق بشدة	أوافق	لا رأي	أوافق لا	لا أوافق بشدة
	☐	☐	☐	☐	☐

					7- الإعلان التجاري يساعد على تحقيق الأهداف الترويجية للشركة مثل زيادة المبيعات والحفاظ على المستهلكين الحاليين وادخال فئات جديدة من المستهلكين المحتملين.
					8- الحملة الاعلانية الناجحة هي التي تزيد حجم المبيعات في أقصر مدة
					ج/ استخدام مزيج من وسائل الإعلان يغني ويقوي الحملة الاعلانية
					9- هناك اتجاه يقول أن زيادة تكاليف الترويج إلى حد ما ستعود بالعائد الأكبر في حالة القيام وفق أسس علمية مدروسة.

10- إلى أي مدى تحدد الشركة أهداف حملتها الاعلانية على ضوء أهدافها التسويقية قبل البدء بالتخطيط للحملة الاعلانية ؟

دائماً ☐ غالباً ☐ أحياناً ☐ نادراً ☐ أبداً ☐

11- ما هي أساليب تحديد الميزانية الخاصة بالإعلان في شركتكم .
على أساس ما انفق على الحملة الاعلانية السابقة (الأعوام السابقة). ☐
على أساس الأهداف الترويجية والأرباح المتوقعة. ☐
على أساس ما ينفقه المنافسون . ☐ بحسب ☐
إمكانية الشركة. ☐ أخرى. ☐ أذكرها ☐

12- يرجى تحديد أي من الوسائل الاعلانية التالية تعتمد عليها الشركة في الإعلان عن خدماتها مع تحديد أهمية كل وسيلة مختارة بحيث تأخذ الوسيلة الأكثر أهمية الرقم (1) ثم (2) ... الخ .

التلفاز المرئي. ☐ المذياع. ☐ الصحف. ☐ المجلات. ☐
اللوحات المضيئة. ☐ الانترنت. ☐ الدليل التجاري. ☐ الكتالوجات. ☐
اللوحات الإلكترونية. ☐ البروشورات. ☐ (المغلفات). ☐

إعلانات الملاعب . ☐ إعلانات الطرق العامة ☐
والمطارات ☐

13- ما هي الدوافع وراء اختيارك أي من الوسائل السابقة ؟
انخفاض التكلفة مما أدى إلى اجتذاب أكبر عدد من المستهلكين. ☐
تغطية استفسارات المستهلكين. ☐ التعريف بالجديد. ☐
تقديم معلومات عامة عن الشركة. ☐
تقديم فرص تسويقية (تخفيضات مثلاً) ☐

إدخال ميزات جديدة على المنتج (ابرز هذه الميزات) .
أذكرها أخرى.

14- هل تقوم الشركة بحملات إعلانية منتظمة ؟

لا نعم

15- أي من الاستراتيجيات (الخطط) تستخدم الشركة في توزيع وسائل الإعلان .

استراتيجية التكامل (استخدام أكبر عدد ممكن من وسائل الإعلان).

استراتيجية التعاقب (أن لا يتم الإعلان بأكثر من وسيلة بنفس الوقت)

الدمج بين استراتيجية التكامل والتعاقب .

لا توجد استراتيجية محددة

ما هو السبب

استراتيجية أخرى محددة

أذكرها

16- كيف تتم جدولة كثافة الحملة الإعلانية في شركتكم ؟

تستمر الإعلانات وبنفس الكثافة خلال الفترة الإعلانية .

يتركز الجهد في بداية الحملة ثم يتناقص بالتدريج.

تخضع لظروف السوق والشركة فتعلوا وتنخفض حسب الظروف .

لا توجد جدولة .

ما هو السبب

استراتيجية أخرى محددة.

أذكرها

ثانياً : محور العلاقات العامة :

لا	نعم	الفقرة
		1/ هل نجحت العلاقات العامة في تغيير سياسات الشركة وتطورها
		2/ هل يجري تقييم لبرامج العلاقات العامة
		3/ هل تجري المقارنة بين أوجه النشاط للعلاقات العامة في الشركة مع مثيلاتها في الشركات المنافسة
		4/ هل تستعين الشركة بخبراء في الاتصال من خارجها
		5/ هل ترى أن الميزانية المخصصة للبرامج كافية
		6/ هل ترى أن عدد العاملين بإدارة العلاقات العامة كافي لتحقيق البرامج
		7/ هل يجري تدريب رجال العلاقات العامة في معاهد متخصصة
		8/ هل تقوم العلاقات العامة بتحليل الرسائل الخاصة بالبرامج
		9/ هل تقوم العلاقات العامة بتحليل وسائل الاتصال المستخدمة

10/ ما هي وسائل الاتصال بالركاب المستخدمة ؟

المراسلات

مقابلات شخصية بين كبار المديرين والركاب

الزيارات ☐ ☐ المعارض وسائل النشر ☐
مجلة الشركة الخاصة بالركاب العام وسائل اتصال أخرى ☐ أذكرها ☐

11/ ما هي الطرق المتبعة للتعرف على آراء واتجاهات الركاب ؟
تحليل ما ينشر في الصحف والمجلات. ☐ الاتصال ☐
الشخصي .
الاستقصاء (الاستبيان) . ☐ تحليل الرسائل ☐
والشكاوى .
طرق أخرى ☐ أذكرها ☐

رابعاً : محور رجال البيع :

الفقرة (1)						نعم	لا
1/ هل تستخدم شركتكم أسلوب رجال البيع الشخصي (رجال البيع) في ترويج خدماتها؟							
2/ هل لرجال البيع تأثير كبير على زيادة المبيعات في الشركة؟							
3/ هل تقوم شركتكم بتحديد المسؤوليات لرجال البيع؟							
4/ عندما تواجه مؤسستكم انخفاض في مبيعاتها هل تلجأ إلى النظر في سياسات التوزيع وكفاءة رجال البيع؟							
5/ هل المقابل الذي تقوم بدفعه الشركة كمرتب للعاملين باختلاف درجاتهم مقارنة بعائدات الشركة مجز؟							
6/ هل يرتبط نظام الحوافز بالمبادرات والإنتاج والأداء؟							
2/ الفقرة						أوافق	لا أوافق بشدة
7/ البيع الشخصي أهم وسيلة لترويج خدمات الشركة .							
8/ زيادة الكفاءة الإنتاجية ترتبط بالاستقرار الوظيفي للعاملين في نواحي الهيكل الراتبى - الرعاية الطبية - نظام الحوافز - تحسين بيئة العمل.							

9/ أذكر الشروط والمؤهلات التي تؤخذ في الاعتبار عند اختيار رجال البيع
الخبرة السابقة في البيع والعلاقات العامة ☐ إجادة لغة أجنبية أو أكثر ☐
المستوى التعليمي ☐ العمر ☐ أذكرها ☐
المظهر ☐ أخرى ☐

10/ هل هناك أي دورات تدريبية في شركتكم لرجال البيع ؟

☐ لا

☐ نعم

11/ إذا كانت إجابة السؤال (10) " بنعم " ما هي الوسائل أو الطرق المتبعة في تدريب رجال البيع بشركتكم ؟

طريقة المحاضرة .

طريقة العرض مثل وسائل الإيضاح من أفلام ووسائل سمعية وبصرية.
التدريب الميداني.
كل ما سبق ذكره
صحيحاً.

12/ هل تقابلك أي مشاكل أثناء عملك ؟

☐ نعم

لا

13/ إذا كانت إجابة السؤال (6) " بنعم " فما هي طبيعة تلك المشاكل ؟

ضعف الأجور
عدم استجابة الإدارة للمقترحات المقدمة
عدم توفر معينات العمل

أذكرها

أخرى

14/ مهمة رجل البيع تتطلب الآتي :

تدوين ملاحظاته ومقترحاته وتعليقاته.
مبيعاته.
تقديم تقرير يومياً عن

معالجة الشكاوى أو المساهمة في علاجها برفعها للجهات العليا.
كل ما سبق ذكره صحيحاً .

15/ المراقبة والتقويم عن طريق

الاجتماع بصورة منتظمة مع المراقبين
القيام بزيارة العملاء
المتابعة بصورة جيدة
كل ما سبق ذكره
صحيحاً

16/ ما مدى رضاك عن أداء الشركة ؟

راضي تماماً ☐ راضي ☐ لا رأي ☐

غير راضي تماماً ☐

17/ هل هناك أي مقترحات أو ملاحظات نود اضافتها لتطوير العمل بالشركة بناءً على تجربتك العملية ؟

الباحث

(ملحق رقم 4)

ز

جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا
كلية الدراسات العليا

أخي الكريم / أختي الكريمة
تحية طيبة

الموضوع استبيان

يقوم الباحث بإجراء دراسة بعنوان :
**أثر الأساليب الترويجية على الأداء الاقتصادي في
قطاع صناعة النقل الجوي - دراسة حالة شركة الخطوط
الجوية السودانية الفترة 1993 - 2005م.** وذلك لاستكمال
متطلبات الحصول على درجة الدكتوراة في الاقتصاد .
وعليه فإننا نأمل مساهمتك بملء هذا الاستبيان والإجابة على
الأسئلة الواردة فيه بصراحة ووضوح تام وذلك للتعرف من خلاله على رأيك
لما له من أهمية قد تساهم في إثراء البحث وأخراجه بالصورة السليمة
آملين أن تعم فائدته جميع الأطراف المهتمة به مؤكدين لكم حرصنا التام
على سرية المعلومات واقتصار استخدامها لأغراض البحث العلمي فقط .
لذا أمل المساعدة والتعاون لإنجاز هذا البحث راجياً وضع إشارة (√)
أمام الاختيار المناسب في الاستبانة المرفقة .

شاكرين لكم حسن تعاونكم معنا في إنجاز هذا البحث.

وتقبلوا وافر التحية والتقدير ،،،

الباحث

(ملحق رقم 4) نموذج الاستبيان الخاص بالمسافرين على شركة الخطوط الجوية السودانية

1/ النوع : ذكر ☐ أنثى ☐
2/ العمر : من 20-25 ☐ من 26-31 ☐ من 32-37 ☐ من 38 فما فوق ☐

3/ المستوى التعليمي :
أمي ☐ ثانوية عامة ☐
جامعي ☐ شهادة متوسطة ☐ فوق الجامعي ☐
4/ المهنة : طالب ☐ ربة منزل ☐
موظف ☐ رجل أعمال ☐ أخرى ☐ أذكرها ☐

5/ دخلك الشهري : أقل من 20.000 ☐ 20.000-30.000 ☐ 30.000-40.000 ☐ 40.000-50.000 ☐ أكثر من 50.000 ☐ 30.000- ☐

6/ كيف تعرفت على الخطوط الجوية السودانية ؟
عن طريق وسائل الإعلام ☐ عن طريق صديق ☐ عن طريق عميل سابق ☐
وضوح نوع الوسيلة ☐ أخرى ☐ عن ☐ وضوح ☐

7/ ما هي عدد المرات التي سافرت فيها بالخطوط الجوية السودانية ؟
أول مرة ☐ أكثر من مرتين ☐
مرتين ☐ لم تعامل من قبل ☐

8/ ما هي اسباب اختيارك السفر على الخطوط الجوية السودانية ؟
مستوى الخدمة الرقيقة ☐ السعر المناسب ☐ الشعور ☐
بالثقة والأمان ☐ الدقة في المواعيد ☐
الراحة ☐ حسن المعاملة والضيافة ☐ كل ما ذكر صحيحاً ☐

9/ ما مدى رضاك عن مستوى خدمات الضيافة بالدرجة التي تسافر بها ؟

راضي تماماً ☐ راضي ☐ لا رأي ☐
غير راضي ☐ غير راضي تماماً ☐

10/ هل تعاملت مع خطوط أخرى؟

نعم ☐ لا ☐
11/ إذا كانت إجابة السؤال (10) بـ "بنعم" أذكر تلك الخطوط .

12/ ما هو مستوى الخدمة المقدمة من الخطوط الجوية السودانية مقارنة بالمستوى المتوقع ؟

نفس المستوى المتوقع ☐
أفضل من المستوى المتوقع ☐ الأسباب

أسوأ من المستوى المتوقع ☐ الأسباب

أخرى ☐ أذكرها

13/ الخدمات التي تفتقدها الخطوط الجوية السودانية :
بيع السلع في الطائرة ☐ أدوات الترفيه والتسلية ☐ رعاية ☐
صحة ☐ خدمة الاتصالات ☐ أخرى ☐ أذكرها ☐

14/ هل سبق أن فقدت حقائبك في إحدى رحلات الشركة ؟

نعم ☐ لا ☐

15/ ما مدى التزام الخطوط الجوية السودانية بإجراءات السلامة؟

ملتزمة تماماً ☐ ملتزمة ☐ لا رأي ☐
نادراً ☐ أبداً ☐

16/ ما هي أكثر الوسائل الترويجية التي تعرفها ؟

الإعلان ☐ البيع الشخصي ☐ العلاقات ☐
العامة ☐ تنشيط المبيعات ☐ رجال البيع ☐

17/ هل تحس بنشاط ترويجي لشركة الخطوط الجوية السودانية (دعاية - إعلان - علاقات عامة ... الخ)

نعم ☐ لا ☐

18 ما هو مستوى النشاط الترويجي الذي تقدمه الشركة عن خدماتها ؟

ممتاز ☐ جيد ☐ مقبول ☐ ضعيف ☐

19/ ما رأيك في مستوى الخدمات المقدمة لك من شركة الخطوط الجوية السودانية في النواحي الآتية ؟

الفقرة	ممتازة	جيدة	مرضية	غير مرضية
أ/ الخدمات الأرضية المقدمة				
ب/ الخدمات المقدمة من أفراد الطاقم أثناء الرحلة				
ج/ مظهر طاقم الطائرة				
د/ المأكولات والمشروبات المقدمة				
هـ/ الراحة أثناء الرحلة				
و/ الشعور بالثقة والأمان				

20/ تقدم شركات النقل الجوي الصغيرة خدمات أفضل من تلك التي تقدمها الشركات الكبيرة ؟

موافق بشدة ☐ موافق ☐ غير موافق بشدة ☐ غير موافق ☐ لا رأي ☐

21/ هل تعتقد أن الخدمات التي يتم الترويج عنها

كلها جيدة ☐ أغلبها جيدة ☐ جيدة إلى حد ما ☐ رديئة ☐

22/ هل اقتنعت بخدمة ما بعد الإعلان عنها ؟

نعم ☐ لا ☐

23/ للإعلان تأثير على شراء خدمات الشركة :

موافق بشدة ☐ موافق ☐ غير موافق بشدة ☐ غير موافق ☐ لا رأي ☐

24/ ما هو تقييمك لمدى صدق المعلومات الواردة في الإعلانات ؟

صادقة دائماً ☐ صادقة غالباً ☐ لا رأي ☐ غير صادقة أبداً ☐ صادقة أحياناً ☐

25/ هل ترى في الإعلان (اختر إجابة واحدة فقط)

مصدر لمعلومات مفيدة
وسيلة للتعرف على منتجات جديدة
تضليلاً للمستهلك
سلاحاً يستخدمه المعلن للتأثير على المستهلك فيما يعود عليه المعلن بالنفع
سبباً في زيادة أسعار المنتجات المعلن عنها
مضيعة للوقت والمال

26/ يرجى ترتيب الوسائل التالية من حيث تأثيرها وقدرتها على الإقناع بالشراء (بحيث يكون أكثرها تأثيراً في المرتبة (1) ثم (2) .. الخ

المجلات.	الصحف.	المذياع.	التلفاز المرئي.
الكتالوجات.	الدليل التجاري.	الانترنت	اللوحات المضئية.
	البروشورات		اللوحات الإلكترونية.
	(المغلفات).		
	إعلانات الطرق العامة		إعلانات الملاعب .
	والمطارات		

27/ عند زيارتك لمكتب الحجز والمبيعات بالشركة ، هل وجدت صالة الاستقبال مريحة ومرتبطة ؟

لا	نعم
----	-----

28/ هل قام احد الموظفين بالترحيب بك بلطف وعلى الفور؟

لا	نعم
----	-----

29/ للبيع الشخصي تأثير على قرار شراء خدمات الشركة ؟

لا رأي	موافق بشدة	موافق	غير موافق بشدة	غير موافق
--------	------------	-------	----------------	-----------

30/ لوسائل تنشيط المبيعات (التخفيضات الخاصة ، الهدايا التكرارية ، اقامة المعارض ، اليا نصيب .. الخ) تأثير على قرار شراء خدمات الشركة ؟

لا رأي	موافق بشدة	موافق	غير موافق بشدة	غير موافق
--------	------------	-------	----------------	-----------

31/ للعلاقات العامة تأثير على قرار شراء خدمات الشركة ؟

لا رأي	موافق بشدة	موافق	غير موافق بشدة	غير موافق
--------	------------	-------	----------------	-----------

32/ بشكل عام ما هو رضاك عن اداء موظف المبيعات فيما يتعلق بعمليات الشراء؟

لا رأي	راضي	غير راضي
--------	------	----------

33/ كيف تجد أسعار رحلات شركة الخطوط الجوية السودانية

مرتفعة جداً	مرتفعة	مرتفعة إلى حد ما
عادية	منخفضة	معقولة

34/ ما مدى رضاك عن شركة الخطوط الجوية السودانية؟

راضي	غير راضي	لا رأي
------	----------	--------

35/ هل توصي الآخرين بالسفر على متن الخطوط الجوية السودانية ؟

لا	نعم
----	-----

36/ هل لديك أي مقترحات أو ملاحظات تود إضافتها لتطوير خدمات الشركة مستقبلاً؟

الباحث

ملحق رقم (5)

نموذج أسئلة المقابلة

قسم الترويج والمبيعات

- 1- هل أتاحت هجرة العمالة السودانية بالخارج فرصاً تسويقية للشركة وما مدى استغلال الشركة لهذه الفرص؟
- 2- من وجهة نظرك هل تعتقد أن الجهود الترويجية التي تقوم بها الشركة تؤدي الغرض المطلوب منها؟
- 3- ما هي مقاييس نجاح ترويج الخدمات بالشركة؟
- 4- هل تقوم الشركة بدراسات لمعرفة أثر الحملات الترويجية على المبيعات؟
- 5- هل تقوم الشركة بقياس نتائج جهودها الترويجية؟
- 6- هل توافقون على أن الهيكل التنظيمي الجديد للشركة قد أعطى نشاط الترويج أهميته ووضعه في المكان المناسب؟

- 7- هل تعتقد أن الإستراتيجية المنفذة في مجال الترويج مفهومة وملتزم بها من قبل الإدارة العليا والوسيط؟
- 8- ما هي أهم المشاكل التي تواجه عملية الترويج بالشركة؟
- 9- من خلال تجربتك العملية بالشركة ما هي أهم نقاط الضعف الحالية بالشركة والتي تعيق تنفيذ خططها بكفاءة؟
- 10- ما هي طبيعة ونوع السياسة المتبعة في برامج تأهيل وتدريب العاملين بقسم الترويج والمبيعات؟
- 11- إلى أي مدى ساهم عدم اكتمال البنيات الأساسية في الحد من قدرة الشركة في تحقيق أهدافها؟
- 12- هل التركيز على السوق الأفريقي كأحد اهتمامات الشركة يلبي ويحقق أهدافها؟
- 13- هل ترى أن الاعتماد على السياسة المعتمدة على التركيز على السعر المنخفض مناسبة لتحقيق أهداف الشركة؟
- 14- من وجهة نظرك ما هي العوامل التي تساعد على تحسين أداء الشركة؟
- 15- ما هي الخطط المستقبلية للنهوض بعمليات الترويج بالشركة؟

الباحث

ملحق رقم (6) نموذج أسئلة المقابلة قسم العلاقات العامة والإعلام

- 1- ما هي أهداف برامج العلاقات مع الركاب؟
- 2- ما هي وسائل الاتصال المستخدمة في نقل برامج العلاقات العامة إلى جماهير الشركة؟
- 3- ما هي شروط اختيار رجل العلاقات العامة؟
- 4- كيف تقوم الشركة بتدريب رجل العلاقات العامة؟
- 5- هل يجري التدريب داخل الشركة أم خارجها؟
- 6- هل تعتمد الشركة على معاهد معينة لتدريب رجال العلاقات العامة؟
- 7- كيف تتعرف العلاقات العامة على اتجاهات الجماهير؟
- 8- ما هي الطرق المتبعة لقياس فعالية برامج العلاقات العامة؟
- 9- كيف يتم الرد على استفسارات الركاب؟
- 10- هل تقوم العلاقات العامة بتحليل وسائل الاتصال؟
- 11- هل تستعين الشركة بخبراء في الاتصال من خارجها؟
- 12- ما هي البحوث التي تعتمد عليها العلاقات العامة في تحديد الأهداف ووضع البرامج؟
- 13- هل تقوم العلاقات العامة بعمل بحوث أم تسند عمل البحوث إلى جهات أخرى؟
- 14- ما هي طبيعة الميزانية المخصصة لقسم العلاقات العامة؟

- 15- على أي أساس قدرت الميزانية ؟
 16- هل ترى الميزانية كافية لتحقيق البرامج المرسومة ؟
 17- ما هي الطرق المتبعة لقياس فعالية برامج العلاقات العامة ؟
 18- هل تجري مقارنة بين أوجه النشاط للعلاقات العامة في الشركة وبينها في الشركات المنافسة ؟
 19- على أي أساس تجري المقارنة ؟
 20- هل يستفاد من المقارنة بإجراء تحسينات على البرامج ؟
 21- ما الذي حققته العلاقات العامة للشركة ؟
 22- ما هي الخطوات المتخذة لتحسين نشاط العلاقات العامة في المستقبل وفي ضوء التقارير ؟

ملحق رقم (7)
 هيئة تحكيم الاستبانة

الرقم	الاسم	الدرجة الوظيفية	الكلية	الجامعة
1	د. محمد حسن حافظ	أستاذ	الدراسات التجارية (قسم إدارة الأعمال)	السودان للعلوم والتكنولوجيا
2	د. حسن عباس حسن	أستاذ	العلوم الإدارية قسم إدارة الأعمال	جامعة امدرمان الإسلامية
3	د. احمد علي احمد	أستاذ مشارك	الدراسات التجارية (قسم الاقتصاد التطبيقي)	السودان للعلوم والتكنولوجيا
4	د. طارق محمد الرشيد	أستاذ مشارك	رئيس قسم الدراسات التجارية	كلية النصر التقنية
5	د. بسام يونس ابراهيم	أستاذ مشارك	العلوم (رئيس قسم الإحصاء)	السودان للعلوم والتكنولوجيا
6	د. حامد حميدة احمد	أستاذ مساعد	العلوم (قسم الإحصاء)	السودان للعلوم والتكنولوجيا
7	أ. احمد سعيد رحمة	محاضر	الاقتصاد والعلوم الإدارية (قسم)	جامعة البحر الأحمر

	الإحصاء			
--	---------	--	--	--

ملحق رقم (10) تحليل نتائج الاستبيان

