

بسم الله الرحمن الرحيم

جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا
كلية الدراسات العليا

أثر جودة علاقات العملاء في تحسين عائد
المبيعات

دراسة حالة شركة دايهاتسو موتورز سودان

**Impact Of Customers' Relations Quality On
Promoting Sales Revenues
a Case Study, Daihatsu Motors Co.
Sudan**

بحث مقدم لنيل درجة الدكتوراه في إدارة الأعمال

إعداد أ / عفاف بخيت خليفة

إشراف ب / احمد إبراهيم أبوسن

الخرطوم 22/مايو 2013

قائمة المحتويات

الموضوع	رقم الصفحة
كلمة الشكر	أ
الاهداء	ب- ج
ملخص البحث باللغة العربية	د- هـ
Abstract	و- ز
الفصل الاول : المقدمة	1
مشكلة البحث	3
اسئلة البحث	3
أهمية البحث	3
أهداف البحث	4
فرضيات البحث	4
منهجية البحث	4
مصادر جمع المعلومات	5
محددات البحث	5
الحدود الزمانية والمكانية للبحث	5
الدراسات السابقة	5 - 13
الفصل الثاني : مفهوم رضا العملاء وارتباطه بنجاح المنشأة	
المبحث الاول : تعريف العملاء	14-19
المبحث الثاني :انواع العملاء	20-41
المبحث الثالث : مفهوم رضا العملاء	42-78
المبحث الرابع :المحافظة على العملاء وتنميتهم	79-91

106-92	المبحث الخامس : كيف ترضى العملاء الغاضبين ؟
112-93	المبحث السادس : معايير قياس رضا العملاء
	الفصل الثالث : جودة علاقات العملاء وارتباطها بتحسين عائد المبيعات
130-113	المبحث الأول : مفهوم علاقات العملاء :النشأة و التعريف والأهمية
138 - 131	المبحث الثاني تنظيم علاقات العملاء
146 - 139	المبحث الثالث:علاقة علاقات العملاء بالعلاقات العامة
159 - 147	المبحث الرابع الجودة وعلاقة العملاء
178-160	المبحث الخامس علاقات العملاء وتحسين فرص البيع
187 - 179	المبحث السادس علاقات العملاء : المشاكل والمعوقات
	الفصل الرابع : دراسة الحالة : شركة دايهاتسو موتور سودان العرض والتحليل
192-188	المبحث الاول : وصف لأنشطة الشركة
198-193	المبحث الثاني : تحليل الوضع الراهن
202-199	المبحث الثالث : منهجية الدراسة وإجراءاتها
218-203	المبحث الرابع : العرض والتحليل واختبار الفروض
235-219	المبحث الخامس : النتائج والتوصيات
	المراجع
	الملاحق

بسم الله الرحمن الرحيم

قال الله تعالى :

{وَمَا أَرْسَلْنَا مِنْ رَّسُولٍ إِلَّا يَلِسَانَ قَوْمِهِ
لِيُبَيِّنَ لَهُمْ}

"صدق الله العظيم "

(سورة إبراهيم : الآية 4)

قال رسول الله صلى الله عليه وسلم:

{إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ إِذَا عَمَلَ أَحَدُكُمْ عَمَلًا أَنْ يُتَّقِنَهُ }

"رواه الطبراني والبيهقي وغيرهما, وهو صحيح"

الشكر والعرفان

في مثل هذه اللحظات يتوقف اليراع قبل أن يخط الحروف ليجمعها في كلمات ؛ تتبعر الأحراف وعبثاً يحاول تجميعها في سطور ليصل شكرى الى الذين كان لهم الفضل فى انجاز هذا البحث حتى رأى النور وابدأ واخص بالشكر البروفسور احمد ابراهيم ابو سن والذى اردد فى شأنه "كن عالماً .. فإن لم تستطع فكن متعلماً ، فإن لم تستطع فأحب العلماء ، فإن لم تستطع فلا تبغضهم ؛ كلمات اخسه بها فقد كان مرشداً وموجهاً خبيراً وصبوراً طوال فترة الاشراف على البحث ؛ له منى اسمى آيات الشكر والامتنان التقدير فهو من الذين حملوا أقدس رسالة في الحياة ومهدوا طريق العلم والمعرفة 0 ويمتد شكرى ليصل كل العاملين بجامعة السودان ذلك الصرح العملاق الذى اتاح لى فرصة التحضير للدكتوراه

كما يصل شكرى إلى كل من أشعل شمعة في دروب العلم والمعرفة ووقف فى المنابر ووهب من حصيلة فكره لينير طريق المعرفة واخص د/ عادل احمد كركداوى الذى قدم كل الممكن واقتطع من وقته الثمين وساعد بالنصح والإرشاد والتزويد بالمعلومات اللازمة ليرى البحث النور واخص بالذكر د/ محمد ادم معوان ؛ و اختى د/ نائلة محمد الحسن واستاذى ميرغنى عبد العال حمور و أ/ حسن خالد وجميع اخوتى بالهيئة العلمية 0

كما اخص بالشكر اخى وزميلي محمد عوض الذى كان يحمل عنى اعباء الادارة بصبر جميل ؛ فقد قدم كل المساعدات والتسهيلات ؛ واخص بالشكر والامتنان جميع اخوتى بالهيئة العلمية الذين قدموا النصح والمشورة فلهم منى جزيل الشكر و التقدير 0

كذلك خالص الشكر لكل زملائى بالأكاديمية الذين زرعوا التفاؤل في دربى ، ربما دون يشعروا بدورهم فلهم منى كل الشكر والتقدير فقد كانوا بمثابة اخوة لم تلدهم امى رسائل ؛آمال بثنية نجاه ؛ سيدة ؛ودرية ؛ سمية ؛سلوى تحيات ؛ محاسن و هاجر ؛فجر واخوتى هشام ومحمد حسن عاطف وشمس ؛ وجميع عمال الاكاديمية فقد ساهم كل منهم ولو بعبارة تشجيعية او دعوة صالحة ونخص بالجزيل الشكر والعرفان واسمى اسرة مكتبة مركز تطوير الادارة وجامعه السودان وجامعى الخرطوم والنيليين والإنمائية ثم اسرة مكتبة اكااديمية السودان للعلوم الادارية واسمى الاخت امال ابكر والاخ محمود والمتدربات مايسة وسلمى كما يصل شكرى الى الاخ محمد المبارك الذى لم ييخل يوماً بمد يد العون وكذلك وأبى فى التصوير .

كذلك يصل شكرى الى الاستاذة علوية خليفة والاستاذة حفصة محمد الحسن والأستاذ صلاح عبد اللطيف لجهودهم فى التدقيق اللغوى ؛ كما يصل شكرى اسرة شركة دايهاتسو موتور (س) لتعاونهم المثمر 0 كذلك شكرى الكثير للأخ على النور و الاخ ابو القاسم لجهودهم فى التحليل الاحصائى

وأخيرا خالص شكرى لاسرتى الكريمة الممتدة ابى و امى اخوتى اخواتى الاعمام منهم و الاخوال و ابناء عمومتى و اخوالى 0

الاهداء

الى روح من افتقدتهم كثيرا 

الذين اذكر اسمهم بكل فخر ويرتعش قلبي لذكرهم ومازال الالم يعتصر قلبي لفقدهم
اصلاح ؛مريم ومريم الاخرى ، شادية ؛ فوزية ؛ احسان ؛ زهير ؛ ؛سعاد؛ محمد حسن عبد
الكريم

الى أمي الحبيبة 

إلى ينبوع الصبر والتفاؤل والأمل التى أَرْضَعْتَنِي الحب والحنان إلى رمز الحب وبلسم
الشفاء ؛ إلى القلب الناصع بالبياض إلى من كان دعاؤها سر نجاحي وحنانها بلسم جراحي 0

الى ابي العزيز 

الى من كَلَّات أنامله ليقدّم لنا لحظة سعادة إلى من جاهد وبذل ليمهد لي طريق العلم،

إلى القلب الكبيروالدى العزيز

الى الاعزاء فرح و ميار واحمد ونادين 

القلوب الطاهرة الرقيقة والنفوس البريئة إلى رياحين حياتي ومن أتمنى أن تبقى صورهم

في عيوني 0

الى اخوتي فخري ؛ سيف وهشام 

الذين أظهروا لي ما هو أجمل من الحياة الى من يجمع بين سعادتي وحزني

الى اخواتى اشراقة ؛ هالة ؛ نبراس ؛سلمى ؛نهال و زينب 

الى اللائى تذوقت معهن أجمل اللحظات ؛إلى من هن أكبر وعليهن أعتد ؛ إلى الشموع
المتقدة التى تنير ظلمة حياتى؛إلى من بوجودهن أكتسب قوة ومحبة لا حدود لها إلى من عرفت معهن
معنى الحياة

الى زملائى ؛ وزميلاتى 

إلى من جعلهم الله أخوتي فى الله.... أحببتهم فى الله ؛ إلى من تحلو بالإخاء وتميزوا بالوفاء والعطاء
إلى ينباع الصدق الصافي الذين معهم سعدت ، وبرفقتهم فى دروب الحياة الحلوة والحزينة سرت ؛
كانوا معي على طريق النجاح و الخير ؛ إلى من عرفت كيف أجدهم وعلموني أن لا أضيعهم

الى زوجى محمد امام 

أخيراً إلى صاحب القلب الطيب والنوايا الصادقة إلى من رافقتني وتزامنت مرافقته لى مع بداية
دراستى هذه و سار معى الدرب خطوة بخطوة ؛ الى الذى تجلت فيه اية الله سبحانه وتعالى الذى خلق لنا
من انفسنا ازواجا لنسكن اليها وجعل بيننا مودة ورحمة ؛ ثم الى روح اخيه الذى اكرمنى كفرد من الاسرة
اليه اهدى ثمار جهدى هذا ؛ الى د/عبد الرحمن دقة

مستخلص البحث باللغة العربية

تناول الباحث موضوع اثر جودة علاقات العملاء فى تحسين عائد المبيعات ؛دراسة حالة شركة دايهاتسو موتور (س) ؛ وتكمن مشكلة هذا البحث في تجاهل المنشآت لمفهوم علاقات العملاء كمفهوم مؤثر علي عائد المبيعات بالمنشأة ؛ويهدف البحث الى تسليط الضوء علي العملاء وعلاقتهم بالمنشأة . كما يهدف إلي لفت انتباه المنشآت الصناعية والخدمية وجهات الاختصاص بأهمية الدور المتعاظم الذي تلعبه علاقات العملاء داخل المنشأة كدور أساسي ومكمل للإدارات الأخرى .

يفترض البحث ان جودة اداء علاقات العملاء والتميز فى خدمة العملاء واستخدام أساليب قياس رضا العملاء واستفتاء آرائهم تؤدي رضا العملاء والحفاظ عليهم ومن ثم زيادة عائدات على المبيعات

اتبع الباحث المنهج الوصفي التحليلي لإغراض هذا البحث ؛وكانت مصادر المعلومات الرئيسية لجمع المعلومات متكثلة فى الاشخاص الذين لديهم معلومات من خلال ممارساتهم وتجاربهم وخبرتهم الطويلة فى هذا المجال وقد استخدم الباحث للحصول على هذه المعلومات وسيلتنى الاستبانة والمقابلة الشخصية والملاحظة ؛ بالإضافة الى المصادر ثانوية تتمثل الكتب والدوريات والسجلات وأوراق العمل والدراسات الخاصة بمفاهيم علاقات العملاء . وقد واجهت الباحث صعوبات جمة تتعلق بشح مصادر المعلومات بالإضافة الى احجام البعض عن الافصاح عن المعلومات بدعوى السرية او ان هذا الامر يحتاج الى تصديق من جهات عليا .

الفصل الاول من هذه الدراسة كان عبارة عن المقدمة ويشمل خطة البحث والدراسات السابقة ؛ الفصل الثانى الذى ركز فيه الباحث عن مفهوم رضا العملاء وارتباطه بنجاح المنشأة ؛ ويشمل تعريف العملاء وأنواعهم وكيفية التعامل معهم ؛للوصول لرضا العملاء الذين هم محور نجاح المنشأة وذلك بالاهتمام بهم والمحافظة على الحاليين منهم وكيفية استقطاب العملاء والسيطرة على الغاضبين منهم للوصول لرضا العملاء 0

اما الفصل الثالث فقد شمل ادبيات البحث فيما يتعلق بمفهوم العملاء وتعريفهم من حيث النشأة ؛التعريف ؛الأهداف والأهمية وعلاقات علاقات العملاء بمفاهيم اخرى تتمثل فى الجودة والعلاقات العامة وارتباطها بتحسين فرص البيع ثم المشاكل والمعوقات

اما الفصل الرابع فقد شمل دراسة الحالة ؛من حيث وصف لشركة دايهاتسو موتور(س) ؛حيث تم وصف شامل لأنشطة الشركة ثم عرض وتحليل بيانات الاستبانة التى تم جمعها بغرض قياس رضا العملاء ، عبر معايير تتمثل فى جودة الخدمة والتميز التى تودى الى رضاؤهم ؛ ومن ثم تنعكس عائدا من المبيعات ؛ وقد توصل الباحث لعدد من النتائج واهم هذه النتائج التى توصل اليها الباحث ؛ان الشركة تطبق نظاما يهتم بعلاقات العملاء 0

و يرتبط بالرضا عن جودة والتميز ويهدف الى استقطاب عملاء جدد والحفاظ على الحاليين منهم ، هو مقياس لمدى جودة المنتجات والخدمات التي تقدمها الشركة لتحقيق و تجاوز توقعات العملاء .

و تتلخص اهم التوصيات ؛ فى ان الباحث يوصى بالاهتمام بأنظمة لعلاقات العملاء ؛ وذلك بتعزيز الاستماع لصوت العملاء عبر قنوات اتصال دائم لفهم توقعاتهم واهتماماتهم وشرح طبيعة خدمات المنشأة ؛و شكرهم على اختيارهم للمنشأة . و كما يوصى الباحث بمقترح لرضا العملاء يثمن من علاقات العملاء ويجعلها ميزة تنافسية كمفهوم جديد ورؤية متجددة يعزز من مفهوم الاهتمام بالعملاء عبر عملية الاصغاء الى صوت العملاء ومن ثم مقابلة توقعات العملاء وتجاوزها وذلك بالتميز فى الخدمة والمنتج وصولاً الى رضا العملاء 0

Abstract

This study handles the issue of the quality of the relations of Customers and their effect on the returns from sales. The researcher took Daihatsu Motors Company (S) as a case for study. The basic problem of the research lies in institutions neglecting the concept of Customers relations as a concept that affects the marketing performance in the institution. The research aims at shedding light on clients and their relations with the institution. It aims at drawing the attention of industrial and service institutions, as well as the specialized circles to the importance of the great role played by clients' relations within the establishment as a basic role that is also complementary to other administrations.

The research presumes that the quality of distinguished performance in clients' service, and the use of means to assess Customers ' satisfaction and investigating their opinions shall result in the satisfaction of clients and their continued relation with the company, which shall in turn result in more returns from sales.

The researcher adopted descriptive analytical methodology for analyzing data. The researcher's sources for collecting information were secondary sources, represented in books, periodicals, records and work papers and studies related to the concepts of Customers ' relations. In addition to that there are other primary sources that are tools represented as questionnaires, personal interviews and observations. The researcher was confronted with several difficulties related to the scarcity of information sources, in addition to some people refraining from giving information on the pretence of confidentiality, or on claiming that this issue is one that necessitates approval from senior Customers.

The first chapter was in the form of an introduction. It included the research plan and previous studies.. The second chapter concentrated on clients as a major axis for the success of the establishment. It includes the definition of Customers, their types and how to deal with them in aim of arriving at the Customers ' satisfaction which are the axis for the success of the establishment. This shall come through caring for them, keeping those already present, attracting new Customers and controlling those who are angry to achieve the satisfaction of Customers. The third chapter included the research literature in respect of the concept of clients' relations from the points of the start, definition, objectives and importance.

The fourth chapter was one of case study. It included the description of Daihatsu Motor Company (S).

It was a comprehensive description for the Company activities, the presentation and analysis of the questionnaire which aimed at assessing Customers ' satisfaction through criteria which are represented in the quality of service and the distinctiveness which shall result in their satisfaction leading to better returns from sales. The researcher had arrived at a number of results. The most important of those results is that the Company applies a system that is concerned with clients' relations and is related to the quality and distinctiveness, and at the same time aims at keeping the clients who are already present, and at attracting new ones. This is a measure of the quality of products and services provided by the Company to achieve or surpass clients' expectations.

الفصل الاول

الفصل الثانى

الفصل الثالث

الفصل الرابع

المراجع

الملاحق

الملحق الاول : الاستبانة

الملحق الثاني: لائحة اجراءات اسس وضوابط البيع بالشركة موضوع البحث

الملحق الثالث : المقابلات