|  |  |
| --- | --- |
| **كلية الادارة والاقتصاد** | College Name |
| **ادارة اعمال**  | Department |
| **بيداء كاظـم ماضي** | Full Name as written in Passport |
|  | e-mail |
|  **Professor**  |  **Assistant Professor** |  **Lecturer** |  **Assistant Lecturer**  | Career  |
|  PhD  |  Master  |  |
| **تأثير ادارة علاقـات الزبون CRM في الاداء العملياتي"دراسة استطلاعية مقارنة بين شركتي زين وآسيا سيل" للاتصالات الخلوية العاملة في العراق** | Thesis Title  |
| **2010م 1432 هـ** | Year |
|  **تهتم الدراسة بتناول موضوعين مهمين وحيويين في الجانب المعرفي والتطبيقي، الاول هو ادارة علاقات الزبون حيث أخذت المنظمات بالتوجه نحوها بعدًّها فلسفة واستراتيجية لاعمالها، والثاني هو الاداء العملياتي الذي يُعد دليلاً تستخدمه المنظمات للتعرف على قدرتها في تحقيق الاهداف المرسومة فهو النتيجة النهائية لاعمالها وأنشطتها، وهي تُعد من الموضوعات الجديدة على البيئة العراقية، وقد اهتمت الدراسة بعرض هذه المفاهيم لتشكل بمجملها الاطار النظري للدراسة.**  **جاءت مشكلة الدراسة بصيغة تساؤلات عن تصورات عينة الدراسة حول ادارة علاقات الزبون "Customer Relationship Management CRM" وعلاقتها وأثرها في الاداء العملياتي، فبذلك تكون الدراسة قد هدفت الى تشخيص واقع CRMفي الشركتين المبحوثتين وتقييم كلٍ من المتغيرات الرئيسة والفرعية التي تناولتها الدراسة. من هنا برزت أهمية الدراسة في سعيها ومحاولتها لنشر بعض التوجهات الجديدة في عالم الاعمال اليوم ومنها المتغيرات التي تناولتها الدراسة، مع بيان أهمية تطبيق CRM ومدى تأثيرها في الاداء العملياتي في المنظمات الخدمية.** **أُجريت الدراسة على عينة من مديري ورؤساء أقسام شركتي زين وآسيا سيل للاتصالات الخلوية العاملة في العراق بواقع (36) شخصاً لكل شركة، إذ يُعد قطاع الاتصالات من القطاعات المهمة والحيوية مع تزايد اهتمام الزبون بهذا القطاع. ووُزِّعت استمارة الاستبانة على عينة الدراسة بوصفها الاداة التي اعتمدتها الدراسة لجمع البيانات والمعلومات فضلاً عن المقابلات التي اجرتها الباحثة مع جزء من العينة والتي انتهت الى نتائج عبرت عن واقع الشركتين فيما يخص متغيرات الدراسة بفعل استخدام مجموعة من الوسائل والادوات الاحصائية التي استخدمتها الدراسة لتحليل ومعالجة البيانات والمعلومات واختبار فرضيات الدراسة.**  **خلُصت الدراسة في ضوء النتائج التي تم التوصل اليها الى مجموعة من الاستنتاجات أهمها امتلاك الشركتين توجهات وتصورات حول CRM، مع وجود علاقات ارتباط وتأثير معنوية بين المتغيرات التي تناولتها الدراسة على المستوى الكلي والفرعي، وفيما يتعلق بالتباين والاختلاف بين شركتي زين وآسيا سيل تم التوصل الى وجود فروق معنوية بين الشركتين فيما يتعلق بـ CRM ومتغيراتها الفرعية من جهة وعدم وجود فروق معنوية فيما يتعلق بالاداء العملياتي ومتغيراته الفرعية.**  **انتهت الدراسة الى تقديم مجموعة من التوصيات استناداً الى الاستنتاجات التي تم التوصل اليها اهمها بأنه ينبغي على ادارة الشركتين تفعيل دور CRM وبشكل اكبر مما هي عليه الآن، وكذلك الاهتمام باستثمار وتفعيل دور متغيرات CRM "رضا الزبون، ولاء الزبون القيمة المتحققة للزبون" في تعزيز متغيري الاداءالعملياتي "المبيعات، الحصة السوقية".**  |  Abstract  |