|  |  |
| --- | --- |
| **كلية الادارة والاقتصاد** | College Name |
| **ادارة اعمال**  | Department |
| **سحر عباس حسين** | Full Name as written in Passport |
|  | e-mail |
|  **Professor**  |  **Assistant Professor** |  **Lecturer** |  **Assistant Lecturer**  | Career  |
|  PhD  |  Master  |  |
| اثر التخطيط الاستراتيجي في رضا الزبون من وجهة نظر إدارة الجودة الشاملةدراسة تطبيقية في شركة الفرات العامة  | Thesis Title  |
| **1426 كربلاء 2005**  | Year |
|  **ان التغير المستمر في أذواق الزبائن ورغباتهم وتزايد درجة تعقيد البيئة المحيطة بالمنظمة وتعاظم درجة المنافسة بالإضافة الى اتساع الأسواق وتباين خصائصها اضطرت المنظمات إلى إعادة التفكير بالمفاهيم الإدارية التي تتبناها ومنها مفهومي التخطيط الاستراتيجي و رضا الزبون سعيا منها لدعم ميزتها التنافسية التي تؤهلها للتميز على منافسيها المحليين او الاقليميين او الدوليين .****وقد تناولت الدراسة الحالية تحليل العلاقة والتأثير بين التخطيط الاستراتيجي ورضا الزبون في شركة صناعية ، وانطلقت الدراسة من مشكلة بحثية تمثلت بضعف وعي المنظمات العراقية بأهمية التخطيط الاستراتيجي و عدم تبنيها مفهوم التخطيط الاستراتيجي وتطبيقه على كل المستويات في المنظمة مما يحد من قدرتها على إشباع رغبات الزبائن .وقد سعت الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف منها :*** **التعرف على واقع التخطيط الاستراتيجي في الشركة المبحوثة .**
* **التعرف على مدى رضا زبائن الشركة .**

**وبهدف تحقيق هذه الأهداف فقد تبنت الدراسة أنموذجا فرضيا يعبر عن العلاقات المنطقية بين متغيرات الدراسة . اذ عد التخطيط الاستراتيجي متغيرا مستقلا يؤثر في رضا الزبون بوصفة متغيرا معتمدا ، وبغية الكشف عن طبيعة العلاقات المتمثلة في أنموذج الدراسة اتجهت الدراسة الحالية الى طرح مجموعة من الفروض بوصفها إجابات أولية تسعى الدراسة الى التحقق من صحتها ، وفي هذا السياق تم طرح فرضيتين رئيستين كانت على النحو الاتي :*** **عدم وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين التخطيط الاستراتيجي ورضا الزبون .**

**- عدم وجود علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين التخطيط الاستراتيجي ورضا الزبون** **ولغرض تطبيق هذه الدراسة ميدانيا واختبار فروضها تم اختيار شركة الفرات كونها واحدة من كبريات الشركات العامة وأطولها عمرا و أكثرها خبرة بالإضافة إلى امتلاكها عددا كبيرا من المدراء والزبائن .مما يبرز دور التخطيط الاستراتيجي في رضا الزبون ، وقد تم استخدام استمارة الاستبيان أداة رئيسة في جمع البيانات المتعلقة بالجانب الميداني من المديرين والزبائن على السواء ،ولغرض الحصول على النتائج فقد تم استخدام الأساليب الإحصائية المناسبة بالاعتماد على نظام (Microsoft Excel ) الإحصائي .** **و توصلت الدراسة الى مجموعة من الاستنتاجات من أهمها ان التخطيط الاستراتيجي له علاقة ارتباط وتأثير في رضا الزبون ومتغيراته ( الجودة و الوقت والخدمة ) عدا السعر اذ كانت العلاقة اقل من 1% وغير معنوية .** |  Abstract  |