|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **كلية الادارة والاقتصاد** | | | | College Name |
| **محاسبة** | | | | Department |
| **ذكرى كاظم حسين الدليمي** | | | | Full Name as written in Passport |
|  | | | | e-mail |
| **Professor** | **Assistant Professor** | **Lecturer** | **Assistant Lecturer** | Career |
| PhD | | Master | |  |
| **علاقات الزبون وأثرها في إدارة الجودة الشاملة**  **دراسة استطلاعية في عينة من المصارف العراقية الأهلية** | | | | Thesis Title |
| **2011** | | | | Year |
| **شهدت المؤسسات المالية ومنها المصارف منذ بداية العقود الأخيرة من القرن الماضي إحداث ومتغيرات متسارعة أدت إلى تأثير ألمنافسه الحادة وتزايد وتنوع حاجات زبون ورغباته المالية وارتفاع توقعات الزبائن وقوته التفاوضية , مما أدى إلى توجه المصارف المعاصرة نحو الزبون وأدركت إن نجاحها وبقاءها في السوق مرتبط بتوسيع قاعدتها من الزبائن والاحتفاظ بزبائنها الحاليين وإدامة العلاقة معهم لأطول مده زمنيه ممكنه بالشكل الذي يحقق الربحية ومصلحة الطرفيين , وأدركت المصارف إن تبني الجودة الشاملة هو السبيل في تحقيق التفوق والتميز .**  **تناول البحث الموضوعين CRM وTQM بإطار فكري , وعالجها كمتغيرين متفاعلين في إطار التطبيق للبحث مستهدفا إلى تحديد طبيعة علاقة الارتباط والتأثير بينهما يعد الأول متغير مستقل من خلال إبعاده والثاني مستجيب بإبعاده ولتحقيق هدف الدراسة اختار الباحث المصارف الأهلية العراقية لأنها تعيش حاليا في بيئة تنافسية , كما إن الخدمات المصرفية تشكل قطاع كبير ومتزايد في جميع أنواع الاقتصاديات المتقدمة والمتنامية ومنها العراق على حد سواء .**  **أجريت الدراسة على عينة من المدراء والمسؤولين في المصارف الأهلية بلغ قوامها (120) من العاملين في الاداره واستخدمت استمارة الاستبيان كأداة رئيسة لجمع البيانات والمعلومات صممت بالاستناد إلى التراكم المعرفي في البحوث والدراسات التي تخص موضوع الدراسة ومع الاعتماد على برنامج (Spss) في التحليل الإحصائي الملائم لطبيعة الدراسة .**  **توصلت الباحثة إلى مجموعة من الاستنتاجات وكانت أبرزها أن لدى المصارف تصورات وتوجهات حول لـــ CRM , مع وجود علاقات ارتباط وتأثير معنوية بين متغيرات الدراسة على المستوى الكلي والفرعي .**  **وانتهت الدراسة إلى اقتراح مجموعة من التوصيات والتي كان أهمها بأنه ينبغي على إدارة المصارف الأهلية تفعيل دور إدارة علاقات الزبون من خلال أللاحتفاظ بالزبون الحالي ,والحرص على رضا الزبون , وكسب ولاءه , في تعزيز إدارة الجودة الشاملة في المصارف الأهلية .** | | | | Abstract |