|  |  |
| --- | --- |
| **كلية الادارة والاقتصاد** | College Name |
| **ادارة اعمال**  | Department |
| **حسين فلاح ورد ورش البدري** | Full Name as written in Passport |
|  | e-mail |
|  **Professor**  |  **Assistant Professor** |  **Lecturer** |  **Assistant Lecturer**  | Career  |
|  PhD  |  Master  |  |
| **تأثير التحليل البيئي في المزيج التسويقي السياسي وأدارة علاقات الناخبدراسة استطلاعية لأراء عينة من أعضاء مجالس محافظات الفرات الأوسط** | Thesis Title  |
| **1433هـ 2012 م**  | Year |
|  **تناول الدراسة الحالية موضوع تأثير التحليل البيئي في المزيج التسويقي السياسي وادارة علاقات الناخب ولقد استطلعت الدراسة آراء عينة من أعضاء مجالس محافظات الفرات الأوسط في العراق التي تضم خمس محافظات هي ( القادسية ، بابل ، النجف ، كربلاء ، المثنى ) . اذ تحددت عينة الدراسة ب(60) عضواً موزعين بحسب مجموعة من السمات الديموغرافية . واستخدمت في الدراسة استبانة اعتمدت كأداة قياس ، فضلاً عن استخدام البرنامجين الإحصائيين الجاهزين ( STATISTICA ) , ( SPSS) ، لمعالجة البيانات والحصول على النتائج التي تتعلق بحساب أقيام ( النسب المئوية ، التكرارات ، الأوساط الحسابية ، والانحرافات المعيارية ) . وقد سعت الدراسة لاختبار عدد من الفرضيات الرئيسة والفرعية التي تتعلق بعلاقات التأثير المباشر وغير المباشر بين متغيرات الدراسة ، وذلك لغرض الإجابة على التساؤلات التي تتعلق بمشكلة الدراسة . وقد اختتمت الدراسة بجملة من الاستنتاجات النظرية . وكذلك العديد من الاستنتاجات الخاصة بالجانب العملي ، التي كان من ابرزها وجود تأثير معنوي مباشر للتحليل البيئي ( بابعاده الفرعية ) في المزيج التسويقي السياسي ، وقبول الفرضية الرئيسة الاولى المتعلقة بهذا الجانب والتي مفادها (تزاد فاعلية المزيج التسويقي السياسي اجراء التحليل البيئي) .**  **كما ان هناك تأثير معنوي مباشر للمزيج التسويقي السياسي في ادارة علاقات الناخب ، وقبول الفرضية الرئيسة الاولى المتعلقة ، بهذا الجانب ، والتي مفادها( تزداد فاعلية ادارة علاقات الناخب بزيادة فاعلية المزيج التسويقي ) وكذلك قبول الفرضية الرئيسة الثالثة التي تتعلق بوجود تأثير معنوي غير مباشر للتحليل البيئي في ادارة علاقات الناخب عبر المزيج التسويقي السياسي .**  **وفي ضوء الاستنتاجات التي خلصت اليها الدراسة ، قدمت الدراسة مجموعة من التوصيات كان من اهمها ، ضرورة ان تقوم الاحزاب السياسية البمحوثة باجراء المزيد من الدراسات التي تتعلق بالتحليل الاستراتيجي للبيئتين ( الداخلية والخارجية ) وبكافة مكوناتها ، وان تعتمدها كفلسفة عمل ، لما لها من دور كبير في تشخيص ( نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات ) الخاصة بها ، وتحقيق موقف تنافسي جيد لها في السوق الانتخابي ، فضلاً عن فهم حاجات ورغبات الناخبين في نفس الوقت .**  **كما ان من الضروري ان تقوم الاحزاب السياسية المبحوثة بالاستعانة بخبرة الاستشاريين الاختصاص بمجال ادارة الانتخابات والتسويق السياسي ، لما له الدور الكبير في تشخيصها لبعض العقبات التي قد تواجهها في الحملات الانتخابية وبالشكل الذي يعزز عملها ويكسبها مزيداً من الاصوات في صناديق الاقتراع في كل دورة انتخابية.**  |  Abstract  |