|  |  |
| --- | --- |
| **كلية الادارة والاقتصاد** | College Name |
| **ادارة عامه**  | Department |
| **محسن رشيد مصيحب** | Full Name as written in Passport |
|  | e-mail |
|  **Professor**  |  **Assistant Professor** |  **Lecturer** |  **Assistant Lecturer**  | Career  |
|  PhD  |  Master  |  |
| دور إدارة علاقات الزبون في تحقيق الميزة التنافسية**دراسة تحليلية وصفية لعينة من العاملين في المستشفيات العامة في بغداد** | Thesis Title  |
|  **1431هــــ بغداد 2011م**  | Year |
| **تتلخص هذه الدراسة في تسليط الضوء على عينة من العاملين في المستشفيات العامة. إذ تعد المستشفى منظمة خدمية مسؤولة عن تقديم خدمات صحية متكاملة تشخيصية وعلاجية وتعليمية وبحثية. والمستشفى بوصفها نظام إداري يستخدم موارد بشرية وفنية ومادية ومالية تتزايد أحجامها وقيمها تواكباً مع التقدم التقني والصحي. ويتزايد الطلب على الخدمات الصحية لعوامل متعددة أهمها الحروب والآثار المترتبة عليها والزيادة المفرطة في عدد السكان. إذ تناولت الدراسة كل من متغيري إدارة علاقات الزبون والميزة التنافسية وجاءت الدراسة بعنوان "دور إدارة علاقات الزبون في تحقيق الميزة التنافسية ". وقد شمل المتغير الأول إدارة علاقات الزبون بعدين تضمن (رضا الزبون , قيمة الزبون) أما المتغير الثاني فقد شمل كل من أبعاد ستراتيجيات الميزة التنافسية ( ستراتيجية قيادة الكلفة, ستراتيجية التمايز, ستراتيجية التركيز) وقد أثارت مشكلة الدراسة مجموعة من التساؤلات الفكرية التي تخص المتغيرين , كان الغرض من وراء ذلك الوصول إلى مجموعة من الأجوبة المقنعة التي تدعم الدراسة. فضلاً عن ذلك كان الهدف من الدراسة تعريف الأطباء العاملين في المستشفيات التي تم دراستها بأهمية إدارة علاقات الزبون في الخدمات الصحية لأجل العمل على تحقيق التفوق التنافسي من خلال الاستجابة السريعة لحاجات المرضى المتجددة , وكذلك إعطاء الأولوية والاهتمام بالزبون من قبل الإدارات العليا.****كما جرى اعتماد منهج الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي الذي يتصف بالشمولية والقدرة على تحليل الأسباب والنتائج التي يتم التوصل إليها, وأما عن عينة الدراسة فقد بلغ حجمها 140 عاملاً من (طبيب مقيم, وطبيب اختصاص , وصيدلاني, ومعاون طبيب , وإداري) وجرى جمع البيانات عن طريق الاستبانة والزيارات الميدانية, والمقابلات الشخصية.كما جرى استخدام عدد من الوسائل الإحصائية لمعالجة البيانات منها: الوسط الحسابي., النسب المئوية الانحراف المعياري لغرض وصف العينة, ومعامل الارتباط الخطي البسيط سبيرمان (Spearman) لاختبار صحة فرضيات الارتباط والانحدار الخطي البسيط لاختبار صحة التأثير. انتهت الدراسة إلى إبراز مجموعة من الاستنتاجات العامة والتطبيقية يمكن الإشارة إليها من أهمها:حققت دراسة دور إدارة علاقات الزبون في تحقيق الميزة التنافسية نسبة 75% من فرضياتها المتعلقة بالارتباط و التأثير وكانت ذات دلالة معنوية مما يعني أن زيادة الاهتمام الحاصل بإبعاد إدارة علاقات الزبون ستقابلها زيادة في تعزيز الميزة التنافسية في المستشفيات المبحوثة .** |  Abstract  |