

AL- Rafidain
University College

PISSN: (1681-6870); EISSN: (2790-2293)

مجلة كلية الرافدين الجامعة للعلوم

Available online at: <https://www.jrucs.iq>

JRUCS

Journal of AL-Rafidain
University College for
Sciences

دور أبعاد إدارة الجودة الشاملة في تحسين الأداء التسويقي - بحث ميداني في الشركة العامة لتسويق الادوية و المستلزمات الطبية - كيماديا في وزارة الصحة العراقية

أ.د.معز بلعج	عادل ماجد ميس العتابي
moez.bellaai@isaas.usf.tn	adel.majid@gmail.com
جامعة صفاقس- تونس	

المستخلص

معلومات البحث

تواريخ البحث:

تاريخ تقديم البحث: 2024/2/20
تاريخ قبول البحث: 2024/3/24
تاريخ رفع البحث على الموقع: 2024/ /

الكلمات المفتاحية:

إدارة الجودة الشاملة، الأداء التسويقي، الشركة العامة لتسويق الأدوية والمستلزمات الطبية، كيماديا، وزارة الصحة العراقية.

للمراسلة:

عادل ماجد ميس العتابي

adel.majid@gmail.comdoi: <https://doi.org/10.55562/jrucs.v55i1.634>

يهدف هذا البحث الى بيان دور أبعاد إدارة الجودة الشاملة في تحسين الأداء التسويقي من خلال دراسة ميدانية في الشركة العامة لتسويق الادوية والمستلزمات الطبية كيماديا في وزارة الصحة العراقية. حيث اعتمد البحث على وجه الخصوص المنهج الوصفي التحليلي ، كما تألف مجتمع البحث من الشركة العامة لتسويق الادوية والمستلزمات الطبية كيماديا في وزارة الصحة العراقية، وشملت عينة البحث موظفي الشركة وقد تم توزيع 200 استمارة وتم استرجاع (160) استمارة صالحة للتحليل الاحصائي، حيث تم اختبار فرضيات البحث التي توصلت الي:

1. توجد علاقة ذات دلالة احصائية عند مستوى المعنوية 0.05 بين التركيز على الموارد البشرية والأداء التسويقي في الشركة العامة لتسويق الادوية والمستلزمات الطبية كيماديا في وزارة الصحة العراقية.
2. توجد علاقة ذات الدلالة الإحصائية عند مستوى معنوية 0.05 بين التركيز على الزبون والأداء التسويقي في الشركة العامة لتسويق الادوية والمستلزمات الطبية كيماديا في وزارة الصحة العراقية.
3. توجد علاقة ذات الدلالة الإحصائية عند مستوى معنوية 0.05 بين التخطيط الاستراتيجي والأداء التسويقي في الشركة العامة لتسويق الادوية والمستلزمات الطبية كيماديا في وزارة الصحة العراقية.

المقدمة

لقد بات العالم اليوم يتميز بتغيرات اقتصادية واجتماعية عدة مثل الانتقال نحو اقتصاد السوق وما ينتج عن ذلك من تحرير للتجارة الخارجية والصراع نحو تحقيق الميزة التنافسية وكسب رضا الزبائن (البرواري، النقشبندي، 2013، ص21)، هذا بالإضافة الى التطور التكنولوجي الهائل وانفجار ثورة الاتصالات والمعلومات، هذا ما فرض على المؤسسات التعايش مع هذه التطورات من أجل البقاء والاستمرار والبحث دائما عن كسب رضا الزبائن وولائهم من خلال التركيز على الجانب التسويقي داخل المؤسسة (محمود، 2013، ص24). وتشكيل المزيج التسويقي بما يتلاءم مع حاجات الزبائن (غواري، 2016، ص168). إلا أن ذلك لا يكفي بل أن دخول الجودة على المنتج بات المحرك الأساس للعملية التسويقية.

فبعد أن كانت الجودة تخص المنتج النهائي فقط ولا تتعدى الوظيفة الانتاجية، فحاليا اصحبت تخص كل الوظائف والمستويات في المؤسسة (عواطف، 2009، ص35)، وظهر بما يسمى إدارة الجودة الشاملة، التي تعتبر نظاما متكاملًا مع كل الوظائف في المؤسسة الادارية منها الانتاجية والتسويقية (راوية، 2009، ص24)، وبالتالي فإن تبنيها يتطلب تغيرات جذرية وشاملة ومستمرة في كافة النشاطات.

اهداف البحث

يهدف البحث بشكل رئيسي الى دراسة أبعاد إدارة الجودة الشاملة في تحسين الأداء التسويقي في الشركة العامة لتسويق الادوية والمستلزمات الطبية كيماديا في وزارة الصحة العراقية. وتتفرع عن الهدف الرئيسي الاهداف الفرعية التالية:

1. بيان العلاقة بين التركيز على الموارد البشرية والأداء التسويقي في الشركة محل البحث.
2. بيان العلاقة بين التركيز على الزبون والأداء التسويقي في الشركة محل البحث.
3. بيان العلاقة بين التخطيط الاستراتيجي والأداء التسويقي في الشركة محل البحث.

اهمية البحث

يتناول البحث موضوعاً مهماً في الوقت الحالي، وذلك نظراً لما تواجهه المؤسسات من تحديات مما فرض عليها تبني أساليب إدارية فعالة كإدارة الموارد البشرية وأبعادها التي تتمثل في التركيز على الموارد البشرية، والتركيز على الزبون، والتخطيط الاستراتيجي، والتي تعتبر قادرة على التغلب على ما يعترض الشركة من مشاكل وقدرتها على تحسين الاداء التسويقي، لذلك تظهر اهمية البحث في تطبيق أبعاد إدارة الجودة الشاملة في تحسين الأداء التسويقي في الشركة العامة لتسويق الأدوية والمستلزمات الطبية كيماديا في وزارة الصحة العراقية.

إشكالية البحث

باعتبار أن الشركة العامة لتسويق الأدوية والمستلزمات الطبية كيماديا في وزارة الصحة العراقية بعيدة كل البعد عن تطبيق برنامج إدارة الجودة الشاملة بكل مرتكزاته، إلا أننا نجد بعضها يركز على بعض المبادئ أو المرتكزات في عمليات التسيير، لذلك تمحورت مشكلة البحث بالجودة

طرح إشكالية أساسية مفادها: هل يوجد دور لأبعاد إدارة الجودة الشاملة في تحسين الأداء التسويقي في الشركة العامة لتسويق الأدوية والمستلزمات الطبية كيماديا في وزارة الصحة العراقية؟

فرضيات البحث

1. الفرضية الأولى: لا توجد علاقة ذات الدلالة إحصائية عند المستوى معنوية 0.05 بين التركيز على موارد البشرية والأداء التسويقي في الشركة العامة لتسويق الأدوية والمستلزمات الطبية كيماديا في وزارة الصحة العراقية.
2. الفرضية الثانية: لا توجد علاقة ذات الدلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 بين التركيز على الزبون والأداء التسويقي في الشركة العامة لتسويق الأدوية والمستلزمات الطبية كيماديا في وزارة الصحة العراقية.
3. الفرضية الثالثة: لا توجد علاقة ذات الدلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 بين التخطيط الاستراتيجي والأداء التسويقي في الشركة العامة لتسويق الأدوية والمستلزمات الطبية كيماديا في وزارة الصحة العراقية.

مجتمع البحث

يتألف مجتمع البحث من الشركة العامة لتسويق الأدوية والمستلزمات الطبية كيماديا في وزارة الصحة العراقية، وتكون مجتمع البحث من 200 موظف.

عينة البحث

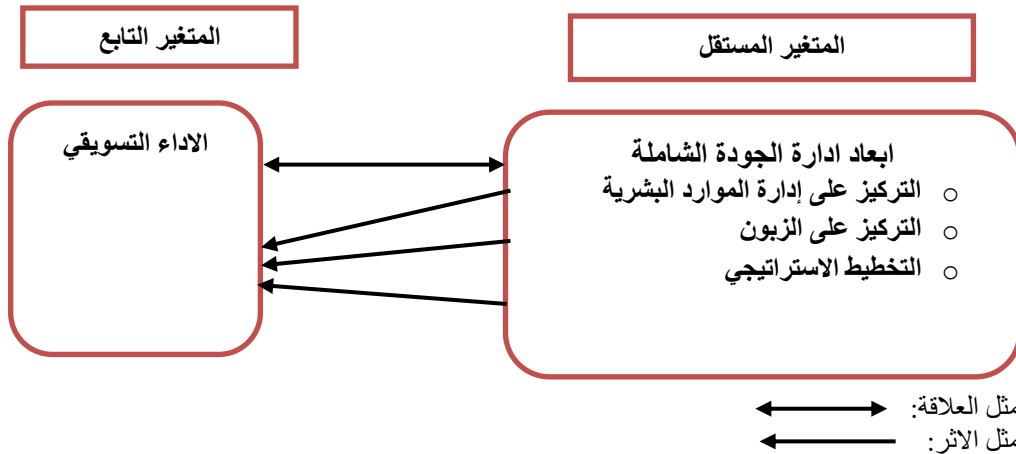
شملت عينة البحث موظفي الشركة العامة لتسويق الأدوية والمستلزمات الطبية كيماديا في وزارة الصحة العراقية، وقد تم توزيع 200 استمارة وتم استرجاع 160 استمارة صالحة للتحليل الاحصائي.

منهج البحث

من أجل الاجابة عن إشكالية وتساؤلات البحث تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي الموافق للدراسة.

انموذج البحث

يمكن توضيح العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع في النموذج في الشكل التالي:



المصدر: من إعداد الباحث بالاستناد الى دراسة صونية، 2016، ودراسة بن حياهم، 2022.
شكل (1): انموذج البحث

تحكيم الاستبيان

قبل أن تصاغ استمارة البحث في شكلها النهائي تم مراجعتها وتحكيمها من طرف مجموعة من أعضاء الهيئة التدريسية في الجامعات العراقية في مجال الاختصاص، لإبداء ملاحظاتهم، وقد أخذنا بعين الاعتبار كافة الملاحظات والتوصيات، وعلى أساس

ذلك قمنا بإعادة صياغة بعض العبارات، وإضافة بعض التعديلات الضرورية، لتخرج الاستمارة في نسختها النهائية التي اعتمد في البحث.

صدق الاتساق الداخلي

تم حساب معامل الاتساق الداخلي لمعرفة مدى اتساق عبارات الاستمارة وصدقها، ومعرفة مدى انسجام العبارات وملائمتها لتفسير وقياس ما أعدت لقياسه، ومدى ملائمة كل عبارة للمحور الذي تنتمي إليه وذلك بحسب معامل الارتباط بيرسون، حيث يكون الارتباط موجود إذا كان مستوى الدلالة أقل من مستوى المعنوية 0.05، بين الدرجة لكل عبارة للدرجة الكلية للمحور والذي تنتمي إليه. ولقد تم احتساب صدق الاتساق لهذه الفقرات الاستبتيان لعينة البحث والبالغة عددها 20 فقرة، وذلك بحسب المعاملات ارتباط بين لكل فقرة والدرجة الكلية للمحور الذي ينتمي إليه بما موضح فيه لجدول التالي:

جدول (1): صدق الاتساق الداخلي لعبارات محاور الاستبتيان

مستوى الدلالة	معامل الارتباط	العبارات
التركيز على إدارة الموارد البشرية		
0.000	0.917	1. تمنح الشركة الموظفين فيها الصلاحية اللازمة لأداء العمليات وعمل ما هو ضروري فقط
0.000	0.912	2. تنتهج الشركة إقامة دورات تدريبية تخصصية متطورة للعاملين فيها لتطوير مهاراتهم وقدراتهم في مجال عمل الشركة
0.000	0.932	3. تتبنى الشركة مدخل العمل في اتخاذ القرارات الهامة لتنمية الشعور بالمسؤولية لدى الموظفين فيها
0.000	0.845	4. تسعى الشركة لرفع روح المشاركة الذاتية لجميع الموظفين
0.000	0.936	5. تلجأ الشركة انتهاز سياسة تقديم المكافأة التشجيعية والترقيات للأفراد بغية تحسين أدائهم وبالجودة المطلوبة
التركيز على الزبون		
0.000	0.824	6. تتبنى الشركة سياسة إشراك الزبون في عملية تصميم الخدمة وتقديمها لمعرفة وإدراك حاجاته.
0.000	0.635	7. يعمل المصرف على عدم التفريق بين الزبون الداخلي والخارجي وإعراهم نفس القدر من الاهتمام بصفاتهم الأساس في عملها وسر بقائها
0.000	0.634	8. تلجأ إدارة الشركة لوضع الزبون في قلب تصميم وتحسين جودة الخدمات وكمدخل لتحسين العمليات
0.000	0.801	9. تسعى إدارة الشركة لتلبية متطلبات زبانتها على وفق التغيرات الحاصلة في السوق
0.000	0.705	10. تقوم إدارة الشركة بوضع استراتيجيات تمكنها من جمع البيانات الخاصة بالزبائن
التخطيط الاستراتيجي		
0.000	0.852	11. يعد التخطيط الاستراتيجي القلب النابض لبقاء الشركة واستمرارها في إنجاز نشاطاتها وأهدافها
0.000	0.863	12. تعمل الشركة وفق خطة استراتيجية تضعها كمنطق أساسي لمزاولة أعمالها وتصحيح الخطة متى ما اقتضت الحاجة لتعديلها وتقديمها بالشكل الصحيح
0.000	0.745	13. تسعى إدارة الشركة لتقييم الخطة الاستراتيجية للإدارة الجودة بالشكل الذي يعطيها القدرة على دعم واسناد الميزة التنافسية المستدامة
0.000	0.635	14. تطبق الشركة استراتيجية الاستجابة السريعة للتغيرات البيئية
0.000	0.608	15. تمتلك إدارة الشركة القدرة على تشخيص نقاط القوة والضعف لديها وتحديد الفرص والتهديدات الخارجية المحيطة بها
الإداء التسويقي		
0.000	0.789	16. تحوز الشركة على حصة سوقية لا بأس بها مقارنة بالمنافسين
0.000	0.785	17. تتزايد أرباح الشركة بعد تبني منهج إدارة الجودة الشاملة
0.000	0.912	18. تعمل الشركة على تحسين الخدمات والمنتجات الخاصة بالشركة
0.000	0.745	19. تسارع الشركة في الرد على شكاوى الزبائن وتصحيح الأخطاء إن وجدت
0.000	0.856	20. للشركة القدرة على التنبؤ باحتياجات الزبائن

المصدر: إعداد الباحث بالاستناد لمخرجات الـ SPSS

ليتضح بهذا من خلال الجدول المذكور أعلاه أن قيم معامل الارتباط لكل عبارة في عبارات محاور الاستبتيان لمحوها مع موجبة ودالة إحصائياً وذلك ما تثبته قيمة مستوى الدلالة الاحصائية، والتي هي أقل من 0.05، مما يدل على صدق اتساقها مع محورها وبالتالي نعلم على كل العبارات لصلاحيتها من خلال نتائج التحليل الاحصائي لكل العبارات .

ثبات أداة البحث

للتحقيق من ثبات أداة البحث تمت الاستعانة بمعامل ألفا كرونباخ لعبارات الاستبتيان، والجدول الآتي يوضح قيمته:

جدول (2): قيمة معامل الثبات ألفا كرونباخ لمتغيرات البحث

الرقم	المحاور	معامل ألفا كرونباخ	عدد العبارات
1	التركيز على الموارد البشرية	0.873	5
2	التركيز على الزبون	0.857	5
3	التخطيط الاستراتيجي	0.865	5
4	الاداء التسويقي	0.845	5
	جميع المحاور	0.86	20

المصدر: إعداد الباحث بالاستناد لمخرجات الـ SPSS

يتضح من خلال الجدول اعلاه بأن معامل ألفا كرونباخ لكل المحاور وهو 0.86 أي ما نسبته 86% وكون القيمة هي الأعلى من القيم التي تتقبل عندها درجة اعتمادية والبالغة 70%، تعتبر هذه النسبة جيدة لأغراض البحث العلمي، وهذا يؤشر على تمتع الاستبيان بدرجة عالية من الثبات، ويمكن الاعتماد عليها في التطبيق الميداني للدراسة.

نتائج التحليل الاحصائي

عند عملية تحليل للبيانات مجمعة تم تقييم المتوسطات الحسابية لإجابات الافراد عبر سلم التقييم والذي قسم بدوره الى خمسة مجالات لغرض تحديد الدرجة الموافقة وذلك على النحو الاتي :

جدول (3): سلم التقييم

الفئات	درجة مقياس ليكرت
1-1.80	لا اوافق بشدة
1.8-2.60	لا اوافق
2.60-3.40	متحايد
3.40-4.20	اوافق
4.20-5	اوافق بشدة

المصدر: عز عبد الفتاح، مقدمة في الاحصاء الوصفي والاستدلالي باستخدام SPSS، خوارزم لعلمية للنشر وتوزيع، السعودية، 2008، ص541.

التركيز على الموارد البشرية

جدول (4): التركيز على الموارد البشرية

المرتبة	الاهمية النسبية	نتيجة الفقرة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المتغيرات
الثانية	82.8%	الموافقة	0.797	4.14	تمنح الشركة الموظفين فيها الصلاحية اللازمة لأداء العمليات وعمل ما هو ضروري فقط
الخامسة	78.6%	الموافقة	0.753	3.93	تنتهج الشركة إقامة دورات تدريبية تخصصية متطورة للعاملين فيها لتطوير مهاراتهم وقدراتهم في مجال عمل الشركة
الاولى	87.6%	الموافقة	0.815	4.38	تتبنى الشركة مدخل العمل في اتخاذ القرارات الهامة لتنمية الشعور بالمسؤولية لدى الموظفين فيها
الثالثة	80.8%	الموافقة	0.685	4.04	تسعى الشركة لرفع روح المشاركة الذاتية لجميع الموظفين
الرابعة	80.6%	الموافقة	0.695	4.03	تلجأ الشركة انتهاج سياسة تقديم المكافأة التشجيعية والترقيات للأفراد بغية تحسين أدائهم وبالجودة المطلوبة
	82%	الموافقة	0.682	4.10	المتوسط العام للمحور

المصدر: إعداد الباحث بالاستناد لمخرجات الـ SPSS

تبين من خلال الجدول اعلاه أن العبارة التي تنص على أنه "تتبنى الشركة مدخل العمل في اتخاذ القرارات الهامة لتنمية الشعور بالمسؤولية لدى الموظفين فيها" قد أنتت في المرتبة الاولى، وكانت آراء عينة البحث متوافقة على مضمونها بنسبة مئوية (87.6%)، حيث تمثل متوسطها الحسابي (4.38)، وانحرافها المعياري (0.815)، أما العبارة التي تنص على "تنتهج الشركة إقامة دورات تدريبية تخصصية متطورة للعاملين فيها لتطوير مهاراتهم وقدراتهم في مجال عمل الشركة" فأنتت في المرتبة الخامسة وكانت آراء عينة البحث متوافقة على مضمونها بنسبة مئوية (78.6%)، حيث تمثل متوسطها الحسابي (3.93)، وانحرافها المعياري (0.753).

التركيز على الزبون

جدول (5): التركيز على الزبون

المرتبة	الاهمية النسبية	نتيجة الفقرة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المتغيرات
الخامسة	%77.6	الموافقة	0.725	3.88	تتبنى الشركة سياسة إشراك الزبون في عملية تصميم الخدمة وتقديمها لمعرفة وإدراك حاجاته.
الثالثة	%83.6	الموافقة	0.828	4.18	تعمل الشركة على عدم التفريق بين الزبون الداخلي والخارجي وإعارتهم نفس القدر من الاهتمام بصفتهم الأساس في عملها وسر بقائها
الأولى	%91.2	الموافقة	0.881	4.56	تلجأ إدارة الشركة لوضع الزبون في قلب تصميم وتحسين جودة الخدمات وكمدخل لتحسين العمليات
الثانية	%89.4	الموافقة	0.890	4.47	تسعى إدارة الشركة لتلبية متطلبات زبائنها على وفق التغيرات الحاصلة في السوق
الرابعة	%79.6	الموافقة	0.731	3.98	تقوم إدارة الشركة بوضع استراتيجيات تمكنها من جمع البيانات الخاصة بالزبائن
	%84.2	الموافقة	0.717	4.21	المتوسط العام للمحور

المصدر: إعداد الباحث بالاستناد لمخرجات الـ SPSS

تبين من خلال الجدول اعلاه أن العبارة التي تنص على أنه "تلجأ إدارة الشركة لوضع الزبون في قلب تصميم وتحسين جودة الخدمات وكمدخل لتحسين العمليات" قد أتت في المرتبة الأولى، وكانت آراء عينة البحث متوافقة على مضمونها بنسبة مئوية (91.2%)، حيث تمثل متوسطها الحسابي (4.56)، وانحرافها المعياري (0.881)، أما العبارة التي تنص على "تتبنى الشركة سياسة إشراك الزبون في عملية تصميم الخدمة وتقديمها لمعرفة وإدراك حاجاته" فأنت في المرتبة الخامسة وكانت آراء عينة البحث متوافقة على مضمونها بنسبة مئوية (77.6%)، حيث تمثل متوسطها الحسابي (3.88)، وانحرافها المعياري (0.725).

التخطيط الاستراتيجي

جدول (6): التخطيط الاستراتيجي

المرتبة	الاهمية النسبية	نتيجة الفقرة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المتغيرات
الثانية	%88.8	الموافقة	0.874	4.44	يعد التخطيط الاستراتيجي القلب النابض لبقاء الشركة واستمرارها في إنجاز نشاطاتها وأهدافها
الثالثة	%88.4	الموافقة	0.955	4.42	تعمل الشركة وفق خطة استراتيجية تضعها كمنطق أساسي لمزاولة أعمالها وتصحيح الخطة متى ما اقتضت الحاجة لتعديلها وتقديمها بالشكل الصحيح
الخامسة	%81.6	الموافقة	0.861	4.08	تسعى إدارة الشركة لتقييم الخطة الاستراتيجية لإدارة الجودة بالشكل الذي يعطيها القدرة على دعم واسناد الميزة التنافسية المستدامة
الأولى	%89.2	الموافقة	0.957	4.46	تطبق الشركة استراتيجية الاستجابة السريعة للتغيرات البيئية
الرابعة	%87.6	الموافقة	0.950	4.38	تمتلك إدارة الشركة القدرة على تشخيص نقاط القوة والضعف لديها وتحديد الفرص والتهديدات الخارجية المحيطة بها
	%87	الموافقة	0.872	4.35	المتوسط العام للمحور

المصدر: إعداد الباحث بالاستناد لمخرجات الـ SPSS

تبين من خلال الجدول اعلاه أن العبارة التي تنص على أنه "تطبق الشركة لاستراتيجية الاستجابة السريعة للتغيرات البيئية" قد أتت في المرتبة الأولى، وكانت آراء عينة البحث متوافقة على مضمونها بنسبة مئوية (89.2%)، حيث تمثل متوسطها الحسابي (4.46)، وانحرافها المعياري (0.957)، أما العبارة التي تنص على "تسعى إدارة الشركة لتقييم الخطة الاستراتيجية لإدارة الجودة بالشكل الذي يعطيها القدرة على دعم واسناد الميزة التنافسية المستدامة" فأنت في المرتبة الخامسة وكانت آراء عينة البحث متوافقة على مضمونها بنسبة مئوية (81.6%)، حيث تمثل متوسطها الحسابي (4.08)، وانحرافها المعياري (0.861).

الإداء التسويقي

جدول (7): الإداء التسويقي

المرتبة	الاهمية النسبية	نتيجة الفقرة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المتغيرات
الثالثة	87.2%	الموافقة	0.908	4.36	تحوز الشركة على حصة سوقية لا بأس بها مقارنة بالمنافسين
الرابعة	83.8%	الموافقة	0.773	4.19	تتزايد أرباح الشركة بعد تبني منهج إدارة الجودة الشاملة
الخامسة	79.8%	الموافقة	0.714	3.99	تعمل الشركة على تحسين الخدمات والمنتجات الخاصة بالشركة
الاولى	89.4%	الموافقة	0.793	4.47	تسارع الشركة في الرد على شكاوى الزبائن وتصحيح الاخطاء إن وجدت
الثانية	88.6%	الموافقة	0.942	4.43	للشركة القدرة على التنبؤ باحتياجات الزبائن
	85.8%	الموافقة	0.734	4.29	المتوسط العام للمحور

المصدر: إعداد الباحث بالاستناد لمخرجات الـ SPSS

تبين من خلال الجدول اعلاه أن العبارة التي تنص على أنه "تسارع الشركة في الرد على شكاوى الزبائن وتصحيح الاخطاء" قد أتت في المرتبة الاولى، وكانت آراء عينة البحث متوافقة على مضمونها بنسبة مئوية (89.4%)، حيث تمثل متوسطها الحسابي (4.47)، وانحرافها المعياري (0.793)، أما العبارة التي تنص على "تعمل الشركة على تحسين الخدمات والمنتجات الخاصة بالشركة" فأنتت في المرتبة الخامسة وكانت آراء عينة البحث متوافقة على مضمونها بنسبة مئوية (79.8%)، حيث تمثل متوسطها الحسابي (3.99)، وانحرافها المعياري (0.714).

اختبار الفرضيات

- اختبار الفرضية الاولى: اوجدت العلاقة ذات الدلالة الإحصائية عند مستوى معنوية 0.05 بين التركيز على الموارد البشرية والأداء التسويقي في الشركة العامة لتسويق الأدوية والمستلزمات الطبية كيماديا في وزارة الصحة العراقية.

جدول (8): اختبار الفرضية الاولى

المتغيرات	المتوسط الحسابي	معامل الارتباط	الدلالة الاحصائية
التركيز على الموارد البشرية	4.10	0.368	0.000
الأداء التسويقي	4.29		

المصدر: إعداد الباحث بالاستناد لمخرجات الـ SPSS

يوضح الجدول نتائج اختبار معامل الارتباط بيرسون لمعرفة ما إذا كانت توجد علاقة بين متغيرات الفرضية، فقد بلغت قيمة المتوسط الحسابي لمتغير التركيز على الموارد البشرية 4.10، ولمتغير الاداء التسويقي 4.29، ما يعني أن الاداء التسويقي مرتبط ببعيد التركيز على الموارد البشرية، كما أنه بلغت قيمة معامل الارتباط بيرسون 0.368، مما يدل على أنه توجد علاقة موجبة بين متغيرات الفرضية ولكن هذه العلاقة مقبولة، وهي الدالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.000. مما يدل على قبول الفرضية و التي نصت على أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند المستوى معنوية 0.05 بين التركيز على موارد البشرية والأداء التسويقي في الشركة العامة لتسويق الأدوية والمستلزمات الطبية كيماديا في وزارة الصحة العراقية.

- اختبار الفرضية الثانية: اوجدت العلاقة ذات الدلالة الإحصائية عند المستوى معنوية 0.05 بين التركيز على الزبون والأداء التسويقي في الشركة العامة لتسويق الأدوية والمستلزمات الطبية كيماديا في وزارة الصحة العراقية.

جدول (9): اختبار الفرضية الثانية

المتغيرات	المتوسط الحسابي	معامل الارتباط	الدلالة الاحصائية
التركيز على الزبون	4.21	0.544	0.000
الأداء التسويقي	4.29		

المصدر: إعداد الباحث بالاستناد لمخرجات الـ SPSS

يوضح الجدول نتائج اختبار معامل الارتباط بيرسون لمعرفة ما إذا كانت توجد علاقة بين متغيرات الفرضية، فقد بلغت قيمة المتوسط الحسابي لمتغير التركيز على الزبون 4.21، ولمتغير الاداء التسويقي 4.29، ما يعني أن الاداء التسويقي مرتبط ببعيد التركيز على الزبون، كما أنه بلغ قيمة معامل الارتباط بيرسون 0.544 مما يدل على أنه توجد علاقة موجبة بين متغيرات الفرضية ولكن هذه العلاقة متوسط، وهي الدالة إحصائية عند المستوى للدلالة 0.000. مما يعني قبول الفرضية التي تنص على أنه: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 بين التركيز على الزبون والأداء التسويقي في الشركة العامة لتسويق الأدوية والمستلزمات الطبية كيماديا في وزارة الصحة العراقية.

- اختبار الفرضية الثالثة: اوجدت هذه علاقة ذات الدلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 بين التخطيط الاستراتيجي والأداء التسويقي في الشركة العامة لتسويق الأدوية والمستلزمات الطبية كيماديا في وزارة الصحة العراقية.

جدول (10): اختبار الفرضية الثالثة

المتغيرات	المتوسط الحسابي	معامل الارتباط	الدلالة الاحصائية
التخطيط الاستراتيجي	4.35	0.838	0.000
الأداء التسويقي	4.29		

المصدر: إعداد الباحث بالاستناد لمخرجات الـ SPSS

يوضح الجدول نتائج اختبار معامل الارتباط بيرسون لمعرفة ما إذا كان توجد علاقة بين متغيرات الفرضية، فقد بلغت قيمة المتوسط الحسابي لمتغير التخطيط الاستراتيجي 4.35 ولمتغير الاداء التسويقي 4.29، مما يدل على أنه بلغت قيمة معامل الارتباط بيرسون 0.838، مما يعني أن الاداء التسويقي مرتبط ببعيد التخطيط الاستراتيجي، كما أنه بلغت قيمة معامل الارتباط بيرسون 0.000، مما يعني قبول الفرضية التي تنص على أنه: الفرضية ولكن هذه العلاقة قوية، وهي الدالة الإحصائية عند المستوى دلالة 0.000. مما يعني قبول الفرضية التي تنص على أنه: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 بين التخطيط الاستراتيجي والأداء التسويقي في الشركة العامة لتسويق الأدوية والمستلزمات الطبية كيماديا في وزارة الصحة العراقية.

الاستنتاجات

- بناء على ما توصل إليه البحث يمكن الخروج بالاستنتاجات التالية:
1. اتخذت هذه الدلالة الاحصائية عند مستوى معنوية 0,05 بين تركيز الموارد البشرية والاداء التسويقي في الشركة العامة لتسويق الادوية و المستلزمات الطبية (كيماديا) في وزارة الصحة العراقية.
 2. استدللت هذه العلاقة ذات الدلالة الاحصائية عند مستوى معنوية 0,05 بين التركيز على الزبون والاداء التسويقي في الشركة العامة لتسويق الادوية و المستلزمات الطبية (كيماديا) في وزارة الصحة العراقية.
 3. اتخذت هذه العلاقة دلالة احصائية عند مستوى معنوية 0,05 بين التخطيط الاستراتيجي والاداء التسويقي في الشركة العامة لتسويق الادوية و المستلزمات الطبية (كيماديا) في وزارة الصحة العراقية.
 4. أن الشركة محل البحث تحاول تخفيض تكاليف منتجاتها وخدماتها، عبر الاستفادة من الزبائن المتزايدة.
 5. تعمل الشركة على الاهتمام بنظام الجودة وبتحسين عملياتها وتتبع حاجات ورغبات زبائنها في إطار متابعة مستويات رضى الزبائن عن جودة منتجاتها الموجودة في السوق.
 6. تستجيب الشركة محل البحث لحاجات الزبون وهذا يعود لطبيعة عمل الشركة التي لا بد أن تكون مرنة أكثر في التعامل والاستجابة لحاجات الزبائن.
 7. أن الشركة تمتلك القدرة على تشخيص نقاط القوة والضعف لديها وتحديد الفرص والتهديدات الخارجية المحيطة بها.
 8. أن الشركة تعمل وفق خطة استراتيجية تضعها كمنطق أساسي لمزاولة أعمالها وتصحيح الخطة متى ما اقتضت الحاجة لتعديلها وتقديمها بالشكل الصحيح.

التوصيات

بناء على الاستنتاجات الاستطلاعية للبحث نوصي بما يلي:

1. توفير الدعم المادي والبشري اللازمة لتطبيق ادارة الجودة الشاملة في الشركة محل البحث.
2. القيام بدورات تدريبية في مجال ادارة الجودة الشاملة والموارد البشرية لجميع الموظفين في مختلف المستويات.
3. الاعتماد على وجهة نظر الزبائن في تحديد مستوى الاداء التسويقي.
4. العمل على رفع روح المشاركة الذاتية لجميع الموظفين من خلال تحفيز المعنوي لهم.
5. التأكيد على ضرورة انتهاز سياسة تقديم المكافآت التشجيعية والترقيات للأفراد بغية تحسين أدائهم وبالجودة المطلوبة.

المصادر العربية

- [1] بن حياهم آية ريان، سعايدية جيهان، (2022)، "دور ادار الجودة الشاملة في تحسين الاداء التسويقي"، رسالة ماجستير، جامعة 8 ماي، 1945 قالمة، الجزائر
- [2] البروراري، نزار عبد المجيد، النقشبندي، فارس، (2013)، التسويق المبني على المعرفة مدخل الاداء التسويقي المتميز، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان.
- [3] راوية، حسن، سلطان، محمد، (2014)، إدارة الموارد البشرية، دار التعليم الجامعي للطباعة والنشر والتوزيع، مصر.
- [4] صونية، كيلاني، (2016)، "استراتيجية الجودة الشاملة ودورها في تحسين الاداء التسويقي"، اطروحة دكتوراه، جامعة باتنة، الجزائر.
- [5] عواطف، إبراهيم الحداد، (2009)، إدارة الجودة الشاملة، ط1، دار الفكر للنشر والتوزيع، عمان.
- [6] عز عبد الفتاح، (2008)، مقدمة في الاحصاء الوصفي والاستدلالي باستخدام الـ SPSS، خوازم العلمية للنشر والتوزيع، السعودية.
- [7] غواري، ملكية، (2016)، إدارة الجودة الشاملة في خدمات الرعاية الصحية، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان.
- [8] محمود، محمد، (2013)، التسويق الاستراتيجي للخدمات، ط3، دار الوراق للنشر والتوزيع، عمان.



AL- Rafidain
University College

PISSN: (1681-6870); EISSN: (2790-2293)

**Journal of AL-Rafidain
University College for Sciences**

Available online at: <https://www.jruc.s.iq>

JRUCS

Journal of AL-Rafidain
University College for
Sciences

The Role of the Dimensions of Total Quality Management in Improving Marketing Performance - Field Research in the General Company for Marketing of Medicines and Medical Supplies - Kimadia - In the Iraqi Ministry of Health

Prof. Moez BELLAJ

moez.bellaaj@isaas.usf.tn

Adel M. Mamys

adelmajid24@gmail.com

Tunisi. University of Sfax

Article Information

Article History:

Received: February, 20, 2024

Accepted: March, 24, 2024

Available Online:

Keywords:

Total Quality Management -
Marketing Performance -
General Company for
Marketing Medicines and
Medical Supplies Kimadia -
Iraqi Ministry of Health

Abstract

The purpose of the current study was to demonstrate the role of the dimensions of total quality management in improving marketing performance. through a field study at the Iraqi Ministry of Health's General Company for Marketing Medicines and Medical Supplies, Kimadia. The descriptive analytical method was used in the study. The General Company for Marketing Pharmaceuticals and Medical Supplies, Kimadia, in the Iraqi Ministry of Health, comprised the study population. Employees of the company were included in the study sample. 200 questionnaires were distributed and 160 valid questionnaires were retrieved for statistical analysis. After testing the study's hypotheses, I came to the following conclusion:

- 1. The focus on human resources and marketing success in the General Company for Marketing Medicines and Medical Supplies Kimadia of the Iraqi Ministry of Health is statistically significantly correlated at a significance level of 0.05.*
- 2. At a significance level of 0.05, there is a statistically significant correlation between marketing success and customer focus at the General Company for Marketing Medicines and Medical Supplies Kimadia of the Ministry of Health in Iraq.*
- 3. At a significance level of 0.05, there is a statistically significant correlation between marketing performance and strategic planning at the General Company for Marketing Medicines and Medical Supplies, Kimadia, inside the Ministry of Health of Iraq.*

Correspondence:

Adel M. Mamys

adelmajid24@gmail.com

doi: <https://doi.org/10.55562/jruc.s.v55i1.634>