



جامعة الموصل
كلية الإدارة والاقتصاد

اعتماد مقدرات التصميم المستند إلى العاطفة
في تقييم الموقع الاستراتيجي

دراسة مقارنة لشركات Istikbal, Bellona, Mondi
في عدد من الاسواق العالمية

رسالة ماجستير مقدمة الى

مجلس كلية الإدارة والاقتصاد في جامعة الموصل

كجزء من متطلبات نيل شهادة الماجستير في إدارة الأعمال

تقدم بها

أحمد مظفر خليل

بإشراف

الأستاذ المساعد

الدكتور علاء أحمد حسن الجبوري

المستخلص

يعد التصميم المقدر الأساسي للصناعات في الألفية الحاضرة، ويكتسب أهمية استثنائية في إطاره العاطفي بعد الوصول إلى قدرة الشركات على نحو متساوٍ في البعد الوظيفي للمنتجات. لقد هدفت الدراسة الحالية إلى التعرف على واقع مقدرات التصميم لدى الفريق التصميمي لشركات استقبال و بيلونا و موندي لصناعة الاثاث المنزلي بالاعتماد على نموذج **CMDM** (Competence Model for Design Managers) المقدم من قبل (Hyo-Jin, *et al.*, 2015) الذي أسس لقياس أبعاد الدراسة الحالية ووفر نموذجاً نوعاً من المقدرات تسمى بالمقدرات البعدية **Meta Competence** وهو الامر الذي برر امكانية تطوير النموذج باضافة مقدرات بعدية اعتمدتها الدراسة عن طريق نموذج (Driskill, *et al.*, 2015) ضمن مستويات المعرفة والعاطفة والخبرة، وصولاً إلى التعرف على إسهامات هذه المقدرات للمجموعة المبحوثة في موقعها الاستراتيجي ضمن المصفوفة (التكاملية) المشتقة من مصفوفتي بوسطن الاستشارية و مصفوفة الاستراتيجيات الرئيسة، واستدل على ذلك من خلال مجموعة من الأفعال الاستراتيجية مدعومة بمتغيرات المبيعات والتوسع الجغرافي التي توفر تحديد الموقع الاستراتيجي للشركات المبحوثة ضمن المجموعة القابضة بعد مقارنتها على مستوى تحديد المقدرات أولاً وإسهامات تلك المقدرات في تعزيز الموقع الاستراتيجي ثانياً كل على حدة.

استخدم الباحث المدخلين النوعي والكمي الذي يمثل فيه الأول وصف متغيرات الدراسة في حين استخدم المدخل الثاني ليعزز ما تم الوصول إليه في المدخل الاول و بيان الاسهام للمقدرات بالموقع الاستراتيجي، ومثلت النتائج بإستخدام المخطط الشعاعي **Radial Chart**. وبعد الوصول إلى نتائج الدراسة تم تأشير مجموعة استنتاجات أهمها استدامة حفاظ شركة **Istikbal** على موقعها التنافسي المتميز نتيجة استنادها في التصميم على البعد العاطفي بمستوياته الثلاثة المعرفة، الخبرة والعاطفة.

وخلصت الدراسة إلى مجموعة توصيات مقترحة من شأنها تعزيز الموقع الاستراتيجي للشركة القابضة من خلال التصميم المستند إلى العاطفة.

Abstract

In the present millennium, the design is considered the core competence of industries and it is of exceptional importance in its emotional aspects since abilities of companies equal in the functional dimension of products.

The current study aimed to identify the design competences of the design team of Istikbal, Bellona and Mondi furniture companies, based on CMDM (Competence Model for Design Managers) model presented by (Hyo-Jin *et al.*, 2015) which was established to measure the dimensions of the current study. So, the model provided a kind of competence called Meta Competence, which justified the possibility of developing the model by adding the Meta Competences adopted by the study through the model (Driskill, *et al.*, 2015) within the levels of knowledge, experience and emotion to identify the contributions of these competencies to the investigated group in its strategic position within the matrix (integrative) Derived from the Boston Consulting Matrix and the Grand Strategy Matrix. This is illustrated by a set of strategic actions supported by sales and geographic expansion variables that provide strategic position for the surveyed companies within the Holding Group after comparing them firstly to determine the competences level and secondly the contributions of those competences in the enhancement of the Strategic position.

The researcher used the qualitative and quantitative inputs in which the first describes the variables of the study while the second approach was used to reinforce what was achieved in the first input and the statement of contribution to the capabilities at the strategic position. The results were represented using the Radial Chart.

After reaching the results of the study, a number of conclusions were pointed out, the most important of which is the sustainability of Istikbal's retention of its competitive position as a result of its dependence on the emotional dimension in its three levels of knowledge, experience and emotion.

The study concluded with a set of proposed recommendations that would enhance the strategic position of the holding company through Emotion Based Design.

**University of Mosul
College of Administration
And Economics**



Adoption of Emotion Based Design Competencies to Evaluate The Strategic Position

**A Comparison Study For Istikbal, Bellona and
Mondi Companies In A Number of Global Markets**

Ahmed Mothaffer Khaleel

**M. Sc. / Thesis
Business Administration**

**Supervised By
Assist. Prof.
Dr. Alaa Ahmed Hasan Al-Jubory**

2018 A.D.

1440 A.H.