



جامعة الموصل

كلية الإدارة والاقتصاد

قسم الإدارة الصناعية

**انواع استراتيجية التنوع للمنتوج واسهامها في تحقيق
أبعاد المزايا التنافسية المستدامة
دراسة استطلاعية لآراء العاملين في الشركة العامة لصناعة
الالبسة الجاهزة في محافظة نينوى**

نسرین محمد فتحي محمود

رسالة ماجستير

الإدارة الصناعية

بإشراف

الأستاذ المساعد الدكتور

عادل ذاکر النعمة

المستخلص

سعت الدراسة إلى تحديد أسهامات استراتيجية التنوع للمنتوج في تحقيق المزايا التنافسية المستدامة عبر دراسة استطلاعية لآراء العاملين في الشركة العامة لصناعة الألبسة الجاهزة في محافظة نينوى،

ونظراً لمحدودية الدراسات والبحوث التي تناولت هذا الموضوع في البيئة العراقية سعت الباحثة إلى تضمينه في دراستها الحالية ضمن إطار شمولي وذلك بالإشارة إلى التساؤلات الآتية:

- ماهي المضامين النظرية لاستراتيجية التنوع للمنتوج وأبعاد المزايا التنافسية المستدامة؟
- هل تمتلك إدارة الشركة المبحوثة متمثلة بإدارة معاملها أساساً ومصادر لتحقيق استراتيجية التنوع للمنتوج؟
- هل تدرك إدارة الشركة المبحوثة متمثلة بإدارة معاملها ماهية أبعاد المزايا التنافسية المستدامة؟

• مطبيعة العلاقة والأثر بين استراتيجية التنوع للمنتوج والمزايا التنافسية المستدامة ؟
وللإجابة على هذه التساؤلات فقد اعتمدت الدراسة مخططاً افتراضياً يقيس طبيعة العلاقة بين متغيراتها (المستقلة والمعتمدة) وعلى أساس ذلك صيغت مجموعة من الفرضيات الرئيسية والفرعية التي اختبرت باستخدام مجموعة من الأساليب الإحصائية في ضوء البيانات التي تم الحصول عليها عبر استمارة الاستبيان التي أعدت لهذا الغرض وعبر إجابات الأفراد المبحوثين على الأسئلة التي تضمنتها حول أسهامات استراتيجية التنوع للمنتوج في تحقيق المزايا التنافسية المستدامة.

تم التوصل إلى مجموعة من الاستنتاجات أهمها:

- ١- هناك علاقة ارتباط معنوية بين استراتيجية التنوع للمنتوج (إجمالاً) والمزايا التنافسية المستدامة (إجمالاً) فضلاً عن وجود علاقة ارتباط معنوية بين أنواع استراتيجية التنوع للمنتوج (انفراداً) والمزايا التنافسية المستدامة (إجمالاً) على مستوى الشركة المبحوثة ومعاملها.

٢- هناك علاقة تأثير معنوية بين استراتيجية التنويع للمنتوج إجمالاً وانفراداً في المزايا التنافسية المستدامة، وقد تباينت تلك العلاقات فيما بينها على مستوى الشركة المبحوثة ومعاملها.

٣- تباين أهمية تأثير استراتيجية التنويع للمنتوج في المزايا التنافسية المستدامة على مستوى الشركة المبحوثة ومعاملها.

واعتماداً على تلك الاستنتاجات قدمت مجموعة من المقترحات المنسجمة معها، فضلاً عن مجموعة من الدراسات المقترحة للباحثين مستقبلاً والمكملة لموضوع الدراسة الحالية.

Abstract

The study attempted to determine the role of the product diversification strategy in sustainable competitive advantages through analytical study at the General Company for the manufacture of ready-made clothes in Nineveh.

due to the limitations of studies and research that dealt with this subject in the Iraqi environment researcher has sought to include in the current study within a holistic framework through referring questions following:

1. What are the implications of the theory of strategic diversification of the product and the dimensions of the sustainable competitive advantages?
2. Do you own Directors surveyed represented the foundations of running factories and sources to achieve diversification of product strategy?
3. Does the company researched Entemlth administration is aware of what the dimensions of running laboratories Sustainable competitive advantages?
4. What is the true relationship between the impact of the product diversification and competitive advantages Sustainable strategy?

To answer these questions, the study adopted the blueprint default measures the natural relationship between the variables (independent and dependent) and on the basis of that was to formulate a set of key assumptions and subsidiary, which have been selected using a combination of statistical methods in the light of the data obtained through the questionnaire has been prepared for this purpose Through the answers respondents surveyed

individuals in the company to the questions contained on the role in the diversification of product strategy for sustainable competitive advantages.

It was reached to a set of conclusions, including:

1. There was a significant correlation between product diversification for sustainable competitive advantages and strategic relationship (in total) as well as having a significant correlation between the types of product diversification strategy relationship (Anfrada) sustainable competitive advantages (in total) on the company's laboratories researched and level.

2. There was a significant effect of product diversification strategy and the overall relationship (Anfrada) in sustainable competitive advantages that have diverged relations among them on the company's laboratories researched and level.

3. Contrast the importance of the impact of product diversification into sustainable competitive advantages on the company's laboratories researched and strategic level.

Based on these findings it was presented a set of proposals consistent with it as well as a set of proposed studies to researchers in the future and complementary to the subject of the current study.

University of Mosul
College of Administration and Economics
Department of Industrial Management



**Kinds of strategy of diversification of the
product and its achieving of the sustainable
competitive advantages**

*Exploratory study of laborers opinions in the general
Company for manufacturing ready-made clothes in Ninawah
province*

Nasreen Mohammed Fathi Mahmoud

M. Sc. / Thesis

Industrial Management

Supervised by

Assistant Professor

Dr. Adel Thaker Al-Nima

1435A.H.

2014A.D