



جامعة الموصل  
كلية الإدارة والاقتصاد

**دور القوى الدافعة الإستراتيجية في تحقيق التفوق  
التنافسي  
دراسة ميدانية لآراء عينة من القيادات الإدارية في عدد من  
المصارف الأهلية العراقية**

**نعمان محمود فهمي عبدالله الأندي**

رسالة ماجستير  
إدارة أعمال

بإشراف  
الأستاذ المساعد  
الدكتور سعيد عبدالله محمد النعيمي

٢٠١٨ م

١٤٣٩ هـ

## المستخلص

سعت الدراسة إلى إيضاح دور أبعاد القوى الدافعة الإستراتيجية في تحقيق التفوق التنافسي في المنظمات المبحوثة (المصارف الأهلية العاملة في مدينة الموصل) من خلال عرض إطار نظري عن متغيرات الدراسة المتمثلة ب: القوى الدافعة الاستراتيجية بأبعاده: (المنتجات المقدمة، احتياجات السوق، نوع السوق/قطاع الأعمال، التقانة، الإمكانيات الإنتاجية، طريقة البيع، طريقة التوزيع، الحجم/النمو، العوائد/الأرباح) والتفوق التنافسي بأبعاده: (الكلفة، الجودة، الإبداع، القدرات الجوهرية، الاحتفاظ بالزبائن، سمعة المنظمة) ، وتجلي هدف الدراسة في الكشف عن مدى إدراك المنظمات المبحوثة لأهمية القوى الدافعة الإستراتيجية والدور الذي تؤديه في توجيه أعمال المنظمة نحو التركيز على منتجات واسواق معينة، وتحقيق التفوق التنافسي.

ولغرض تحقيق هدف الدراسة تم بناء مخطط فرضي يحدد طبيعة العلاقة بين متغيراتها المتمثلة ب: القوى الدافعة الإستراتيجية المتغير المستقل وتأثيرها في تحقيق التفوق التنافسي في المصارف المبحوثة من خلال ثلاث فرضيات رئيسة وتتخللها فرضيات فرعية تترجم جميعاً شكل العلاقات المفترضة وطبيعتها في مخطط الدراسة. وقد وضعت الدراسة فرضيات عدمية مفادها عدم وجود علاقة ارتباط بين القوى الدافعة الإستراتيجية والتفوق التنافسي ، وعدم وجود تأثير للقوى الدافعة الإستراتيجية في تحقيق التفوق التنافسي ، وتباين أهمية القوى الدافعة الإستراتيجية في تحقيق التفوق التنافسي، بهدف دراسة الواقع الميداني عبر استطلاع آراء العينة وإثبات أو نفي الفرضية على نحوٍ عام والفرضيات المنبثقة عنها على نحوٍ تفصيلي.

وكانت المصارف الأهلية العاملة في مدينة الموصل ميداناً لإجراء الإطار العملي، إذ اعتمدت الدراسة في جمع بياناتها على استمارة الاستبانة بوصفها أداة رئيسة لجمع البيانات وباستخدام مقياس ليكرت (Likert) الخماسي، إذ تم توزيع (٦٢) استمارة على المدراء ومعاونيهم ورؤساء أقسام الوحدات الإدارية والفرعية ومعاونيهم في المصارف المبحوثة واستعيد منها (٥٨) استمارة خضعت للتحليل الوصفي والإحصائي، وجرى تحليل نتائج مؤشرات الدراسة وتحليل مستوى أهميتها، واختبار نموذجها وفرضياتها، باستخدام مجموعة من الأساليب الإحصائية، وقد استخرجت النتائج باستخدام البرمجية الحاسوبية الجاهزة (SPSS. Ver. 13). وبناءً على وصف متغيرات الدراسة وتشخيصها، واختبار علاقات الارتباط والتأثير وفق اتجاه العلاقات في مخطط الدراسة تمّ التوصل إلى النتائج وأهمها ثبوت وجود أثر ذي دلالة معنوية للقوى الدافعة الإستراتيجية في تحقيق التفوق التنافسي

وبموجب تلك النتائج توصلت الدراسة لعددٍ من الاستنتاجات تصدرها من حيث الأهمية أن المصارف المبحوثة حققت عدداً من المزايا بفعل وجود علاقة ارتباط معنوية للقوى الدافعة الإستراتيجية مع تحقيق التفوق التنافسي، ووجود تأثير للقوى الدافعة الإستراتيجية في تحقيق التفوق التنافسي، كما ظهر اختلاف في الأهمية النسبية لأبعاد القوى الدافعة الإستراتيجية في تحقيق التفوق التنافسي في المصارف المبحوثة مما انعكس على اختلاف المزايا المتحققة بين المصارف المبحوثة، وفي إطار الدراسات المستقبلية يدعو الباحث إلى إجراء المزيد من الدراسات المعمقة عبر عددٍ من المقترحات المقدمة في هذا المجال.

**الكلمات المفتاحية:** القوى الدافعة الاستراتيجية، المنتجات المقدمة، احتياجات السوق، نوع السوق/ قطاع الأعمال، التقانة، الإمكانيات الإنتاجية، طرق البيع، طرق التوزيع، الحجم/ النمو، العوائد/ الأرباح، التفوق التنافسي، الكلفة، الجودة، الإبداع، القدرات الجوهرية، الاحتفاظ بالزبائن، سمعة المنظمة.

## **Abstract**

*The study sought to clarify the role of the strategic driving forces in achieving Competitive superiority in the investigated organizations (Private banks operating in the Mosul city) Through the presentation of a theoretical framework for the most prominent contributions of writers and researchers on the variables of study represented strategic driving forces in their dimensions (products provided, market needs, market Category / Business sector, technology, Productive capabilities, sales methods, distribution methods, Size / growth, returns / profit) and competitive superiority (cost, quality, innovation, core capability, customer retention, reputation of the organization) , And the objective of the study was to reveal the extent to which organizations are aware of the importance of strategic driving forces and the role they play in guiding the organization's work to focus on specific products and markets and to achieve competitive superiority.*

*For the purpose of achieving the main objectives of the study , a hypothetical model that determines the nature of the relationship was designed. The model identifies the relationships between the variables of the study: strategic driving forces(as the independent variable), their impact on the Competitive superiority(as the dependent variable ), three main hypotheses and subsets of hypotheses emerged identifying the form and nature of the relations between the variables of the study. Therefore the study hypothesized that there is no correlation between strategic driving forces and competitive superiority , lack of influence between strategic driving forces and competitive superiority ,contrast the importance of strategic driving forces in achieving competitive superiority,*

*The private banks operating in the Mosul city field to conduct the practical framework, , As the study relied on the collection of its data on the questionnaire as a key tool for data collection and using a five-dimensional (Likert) scale, and 62 questionnaires were distributed to the Managers and their assistants and heads of departments of administrative units and subsidiary and their assistants in question banks and recovered (58) were analyzed for descriptive and statistical analysis, The results of the study indicators were analyzed, their level of importance analyzed, and their model and hypotheses tested. Data were analyzed using a variety of statistical methods and the results have extracted using (SPSS. Ver. 13)*

*According to this results, the study casting a number of conclusions, the priority of these conclusions is that the researched banks are achieved some of advantages according to the influence of the strategic driving forces in achieving competitive superiority as well as the discovery of a relationship of significant correlation to the strategic driving forces in achieving competitive superiority, there was also a difference in the relative importance of the dimensions of the strategic driving forces in achieving the competitive superiority in the researched banks which was reflected in the different advantages achieved between the studied banks, In the framework of future studies, the researcher calls for more in-depth studies in this field.*

**key words:** Strategic driving forces, Products provided, market Category/  
Business sector, technology, Productive capabilities, sales methods, distribution methods, Size/ growth, returns/ profit, competitive superiority, cost, quality, innovation, core capability, customer retention, reputation of the organization.

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



**The role of strategic driving forces in  
achieving competitive superiority  
A field study of the views of a sample of  
administrative leaders in a number of Iraqi private  
banks**

**Numan Mahmood Fahmi A. Al-Afandi**

**Ms. C. / Thesis  
Business Administration**

**Supervised By**

**Assist. Prof.**

**Dr. Saied Abdullah M. Al-Niemy**

**2018 A.D.**

**1439 A.H.**