



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
الجامعة المستنصرية
كلية الإدارة والاقتصاد
قسم إدارة الأعمال

إمكانية تطبيق مداخل الإيحاء الواسع وأثرها في الميزة التنافسية
دراسة استطلاعية لآراء عينة من العاملين في شركة واسط العامة
للصناعات النسيجية/ واسط

رسالة مقدمة إلى

مجلس كلية الإدارة والاقتصاد - الجامعة المستنصرية

وهي جزء من متطلبات نيل درجة الماجستير في علوم إدارة الأعمال

من قبل الطالب

حامد خزيم معن السعيد

بإشراف

الأستاذ المساعد

الدكتور أحمد عبد إسماعيل الصفار

٢٠١٣ م

بغداد

١٤٣٥ هـ

المستخلص

وصف نظام الإيحاء الواسع بأنه المصدر الأساسي للتمييز وتحقيق الميزة التنافسية المستدامة والربحية العالية . كما تستند هذه الدراسة على فكرة جوهرية مفادها أن التغيير المستمر في حاجات ورغبات الزبائن المتنوعة يعني اشتداد الصراع في ميدان التنافس في بيئة الأعمال ، مما يولد ضغوطا على الشركات يقودها إلى حتمية اعتماد تقنيات حديثة واتجاهات جديدة في الإنتاج متمثلة (بنظام الإيحاء الواسع) بهدف تحقيق الميزة التنافسية وبالتالي زيادة الأرباح . وتستند الدراسة على متغيرين يتفاعلان فيما بينهما ليشكلان الإطار الفكري لها وهما (مداخل الإيحاء الواسع كمتغير مستقل ، والميزة التنافسية كمتغير تابع) .

وقد انطلق الباحث من مشكلة عبّر عنها بعرض عدد من التساؤلات استهدف من الإجابة عنها معرفة الجوانب النظرية لهذه المتغيرات كونها من الموضوعات حديثة التطبيق ، ومن ثم تشخيص إمكانية تطبيق مداخل الإيحاء الواسع وأثرها في الميزة التنافسية في شركة واسط العامة للصناعات النسيجية /مصنع الحياكة و ذلك بسبب أهمية هذه المداخل وضرورة اعتمادها في المصنع مما يحقق بالتالي الميزة التنافسية وقد شملت فصول الدراسة التغطية النظرية للمشكلة استعان الباحث بالمعلومات في أدبيات الموضوع والمتراكم المعرفي في هذا المجال ، كما شملت الدراسة جانباً تطبيقياً استند على فرضيات رئيسة وفرعية اختص قسم منها بتشخيص علاقة الارتباط بين مداخل الإيحاء الواسع والميزة التنافسية ، في حين اختص القسم الآخر بتشخيص علاقة أثر تطبيق تلك المداخل لتحقيق الميزة التنافسية

اختيرت شركة واسط العامة للصناعات النسيجية/ مصنع الحياكة كموقعا لإجراء الدراسة واستخدم الباحث أدوات إحصائية متنوعة لتحليل ومعالجة البيانات والمعلومات باستخدام النظام الإحصائي **SPSS** وقد نهج البحث منهج دراسة استطلاعية لكونها منهجاً مساعداً على التحليل الشامل والعميق للمشكلة .

وقد توصل الباحث إلى حقيقة وجود علاقات ارتباط وتأثير بين المتغيرات ، وقدم الباحث مجموعة من التوصيات التي تخدم الشركة المبحوثة ، فيما لو تم الأخذ بها استناداً إلى الإستنتاجات التي تم التوصل إليها ، كان من أبرزها إمكانية تطبيق مداخل الإيحاء الواسع وضرورة الأخذ بها لتحقيق الميزة التنافسية .