|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **كلية الادارة والاقتصاد** | | | | College Name |
| **ادارة اعمال** | | | | Department |
| **إياد خالد مهدي الجوراني** | | | | Full Name as written in Passport |
|  | | | | e-mail |
| **Professor** | **Assistant Professor** | **Lecturer** | **Assistant Lecturer** | Career |
| PhD | | Master | |  |
| **دور نجاح إستراتيجيتي إدارة المعرفة وريادية الأعمال في تعزيز الميزة التنافسية**  **دراسة تطبيقية في عينة من المصارف العراقية الخاصة** | | | | Thesis Title |
| **1432هـ بغداد 2011 م** | | | | Year |
| **تعد المعرفة واستراتيجيات إدارتها قاعدة أساسية في تحقيق الميزة التنافسية للمنظمة لتوليد الثروة في عالم الأعمال الجديد، لذا تعاظمت أهميتها بما حدا بالمنظمات الى توجه إداراتها الى اكتساب المعرفة وتوليدها والتشارك بها والعمل على تفعيلها من خلال استراتيجياتها، وبما يعزز من القدرة على الابداع المستمر، والتطور، وايجاد الموقع الريادي للمنظمات والذي يعد احد مقومات تعزيز الميزة التنافسية واستدامتها لاطول مدة ممكنة .**  **وجاء تناول الدراسة لأثر استراتيجيات إدارة المعرفة في الميزة التنافسية عبر توسيط ريادية الأعمال تعبيراً عن رؤية معاصرة لإستراتيجيات إدارة المعرفة وريادية الأعمال ودورهما في تعزيز الميزة التنافسية في المصارف العراقية الخاصة ، من هنا تبرز مشكلة الدراسة باثارة تساؤلات عن جوهر ما تدور حوله الدراسة وبالجانبين النظري والميداني ، وهدفت الى الاجابة عن تلك التساؤلات عبر التأطير النظري والمفاهيمي عن متغيراتها اولاً واختبار نماذج العلاقة والاثر ثانياً، بشأن دور استراتيجيات إدارة المعرفة في الميزة التنافسية عبر ريادية الأعمال فضلاً عن ماهية تأثير استراتيجيات إدارة المعرفة في الميزة التنافسية من جهة وتأثير ريادية الأعمال في الميزة التنافسية من جهة اخرى من خلال طرح ست فرضيات رئيسة .**  **ولغرض تحقيق هدف الدراسة والاجابة عن تساؤلات المشكلة، طبقت الدراسة على عينة مكونة من (70) فرداً في (10) مصارف عراقية خاصة، واعتمدت (الاستبانة كأداة أساسية،فضلاً عن المقابلات الشخصية، وملاحظات الباحث) لجمع البيانات والمعلومات التي تم معالجتها وتحليلها باستعمال عدد من الأساليب الإحصائية كالوسط الحسابي، والانحراف المعياري، ومعامل الارتباط (Spearman)، ومعامل الاختلاف، وتحليل الانحدار المتعدد، وتحليل المسار.**  **وقد توصلت الدراسة الى عدة نتائج منها : إن إدارات المصارف العراقية الخاصة قد وظفت الإستراتيجية الترميزية بكل مؤشراتها في تحقيق المزيد من المزايا التنافسية ولاسيما في مجال السرعة في تقديم الخدمة المصرفية، لكنها لم تكن فاعلة في توظيف معطيات تلك الاستراتيجية في الوصول الى سياسة سعرية تنافسية. و تبين ان إسهام التغيير في استراتيجيتي إدارة المعرفة لأحداث المزيد من التغيرات الايجابية على طريق تحقيق الميزة التنافسية في المصارف عينة البحث، يزداد اذا ما تم عبر ابعاد ريادية الأعمال، ويبدو هذا اكبر في ميزة السرعة في تقديم الخدمات.**  **اما اهم التوصيات فكانت ضرورة استفادة ادارات المصارف العراقية الخاصة من توسيط ابعاد ريادية الأعمال لزيادة إسهام استراتيجيات إدارة المعرفة في احداث المزيد من التغييرات الايجابية في الميزة التنافسية ولاسيما في ميزة السرعة في تقدبم الخدمات وتفعيل ذلك في مجال زيادة الحصة السوقية.** | | | | Abstract |