



جمهورية العراق  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة القادسية  
كلية الادارة والاقتصاد

# التوجه الاستراتيجي ودوره في تحقيق البراعة التنظيمية

دراسة تحليلية في المصارف الأهلية لمحافظة الوسط والجنوب

رسالة مقدمة الى

مجلس كلية الادارة والاقتصاد في جامعة القادسية

وهي جزء من متطلبات نيل شهادة الماجستير في علوم إدارة الأعمال

من قبل الطالبة

**زهراء نعيم قاسم**

بإشراف

الاستاذ المساعد الدكتور

**جواد محسن راضي**

1439هـ

2018 م

تهدف الدراسة الحالية الى معرفة تأثير التوجه الاستراتيجي المتمثل بـ(التوجه نحو السوق ، والتوجه الريادي ، التوجه نحو التكنولوجيا) التي تتمتع بها المصارف الاهلية في محافظات الوسط والجنوب على البراعة التنظيمية ، ولأجل تحقيق هدف الدراسة تم اختيار عدد من المصارف الاهلية في محافظات الوسط والجنوب (بغداد ، واسط ، بابل ، كربلاء المقدسة ، الديوانية ، بابل ، ذي قار ، ميسان ، البصرة). واعتمدت الدراسة الاستبانة كأداة لجمع البيانات الضرورية لإنجاز هذه الدراسة وتحقيق الاهداف التي تسعى اليها. إذ تم توزيع (162) استمارة استبانة ، وتم الحصول على (152) استمارة صالحة للتحليل، على المدراء ومساعد المدراء ورؤساء الاقسام في المصارف الاهلية في المحافظات المذكورة اعلاه. واستخدمت الدراسة عدد من الاساليب الإحصائية على سبيل المثال الوسط الحسابي ، والانحراف المعياري ، ومعامل الارتباط الخطي البسيط سييرمان ، ومعامل الانحدار الخطي البسيط والمتعدد . وأظهرت النتائج وجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية موجبة بين التوجه الاستراتيجي والبراعة التنظيمية. ووجود علاقة تأثير ايجابية ذات دلالة معنوية ايجابية بين التوجه الاستراتيجي والبراعة التنظيمية. توصلت الدراسة الى عدد من الاستنتاجات كان اهمها التي:

- وجود علاقة تأثير ذات دلالة معنوية بين التوجه الريادي والتوجه نحو التكنولوجيا والبراعة التنظيمية. وهذا يدل على أن قيام المصارف الأهلية بتقبل وتنفيذ الأفكار الجديدة وتحمل مخاطرة ازاء ذلك فضلا عن قيامهم باستخدام تقنيات متطورة واعتماد أحدث المفاهيم المعاصرة وتنفيذ مخرجات البحث والتطوير جميع ذلك ذات تأثير ايجابي على تحسين الخدمات الحالية، فضلا عن تقديم خدمات مصرفية جديدة تمتاز بالابداع والابتكار.

وقد قدمت الدراسة مجموعه من التوصيات من أبرزها :

- من الاهمية وجود قسم التسويق ضمن الهيكل التنظيمي للمصرف تقع على عاتق مهمة اجراء المسوحات وتحليل البيانات الخاصة بالزبائن واجراء البحوث والدراسات لتحديد حاجات ورغبات الزبائن الحاليين والمستقبليين، فضلا عن تقييم رضا الزبائن ومدى ولاءهم والبحث عن المنافذ التسويقية الجديدة.

**الكلمات المفتاحية :** التوجه الاستراتيجي، البراعة التنظيمية، الابداع الاستكشافي، الابداع الاستثماري.