



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
الجامعة التقنية الوسطى
الكلية التقنية الإدارية - بغداد

وقائع المؤتمر العلمي التخصصي الرابع

للكلية التقنية الإدارية - بغداد

للمدة من

2018 / 11 / 29 - 28

تحت شعار

الإبداع الإداري لتحقيق الرؤية المستقبلية

لمنظمات الأعمال

المجلد الأول / رقم الأعداد (641)

البحوث المنشورة محكمة

الفهرست المجلد الأول

المحور الإداري			
ت	عنوان البحث	اسم الباحث	الصفحة
1	تسويق الذات للكوادر الطبية من منظور لغة الجسد ودوره في تعجيل شفاء الزبون/دراسة استطلاعية لعينة من المنظمات الصحية في محافظة النجف الاشرف للفترة من 2010-2019	أ.د. مؤيد عبد الحسين الفضل أ.م. اقبال غني محمد	2-24
2	السلوك الاستراتيجي للمديرين وانعكاساته على براعة المنظمات / بحث تحليلي لآراء عينة من القيادات الادارية في معمل سممنت السماوة	أ.د. صالح عبد الرضا رشيد م.م. علي عبد الرزاق لفتة	25-55
3	اثرمرونة الموارد البشرية في تحقيق الريادة الاستراتيجية للمنظمات/بحث استطلاعي في جامعة ذي قار	م.م. طارق كاظم شلاكة أ.م. د. واثق حياوي لايد م.م. رضوان جبار جودة	56-75
4	اثرتوجه الريادي لدى مدراء شركات التأمين في تحقيق الميزة التنافسية/دراسة حالة في شركة التأمين الوطنية	م.م. مروة جمال عمر السيد علي فوزي موسى	76-91
5	الإستراتيجية الممتدة نحو طموحات الطاقة البديلة في العراق/دراسة استطلاعية في ثلاثة مؤسسات ذات العلاقة بالطاقة بمحافظة البصرة	أ.م. د. هاني فاضل الشاوي	92-135
6	الانتاج النظيف واثره في اداء الاعمال/دراسة ميدانية في الشركة العامة للصناعات النسيجية والجلدية	م.م. جيهان سلمان علاوي	136-157
7	قدرة امن المعلومات للنظام ERP في الحفاظ على العمليات الادارية/دراسة حالة في شركة الحكماء لصناعة الادوية والمستلزمات الطبية-نينوى	أ.د. محفوظ حمدون الصواف م.م. علي عبد الفتاح الشاهر	158-183
8	تحسين اداء العمليات وفق نظرية القيود / دراسة ميدانية في الشركة العامة للصناعات القطنية	م.م. رؤى علي عبد السادة	184-204
9	مدى فاعلية تطبيق انموذج ادارة تجربة الزبون في شركات الاتصال العراقية/دراسة مقارنة لآراء عينة من العاملين في شركتي اسيا سيل وزين العراق	م.م. اميرة هاتف حداوي م.م. دنيا كريم حسن	205-231
10	ادارة المعرفة ودورها في تحقيق الاداء المتميز/بحث استطلاعي في شركة بغداد للمشروبات الغازية	م.م. ندى ابراهيم نجم	232-258

أثر التوجه الريادي لدى مدراء شركات التأمين في تحقيق الميزة التنافسية
دراسة حالة في شركة التأمين الوطنية

**The effect of the pioneering approach of managers of insurance
companies in achieving competitive advantage
Case study in the National Insurance Company**

علي فوزي موسى
شركة التأمين الوطنية

مروه جمال
كلية دجلة الجامعة الاهلية

المستخلص

ان ازدياد المنافسة وسرعة التطور العلمي والتقني دفع المنظمات الى التوجه نحو الريادة في الاعمال ومحاولة استثمار الابتكار والابداع من اجل استغلال الفرص الاستثمارية لذلك هدف البحث الى بيان مدى تأثير التوجه الريادي لدى مدراء شركة التأمين بأبعاده (الابداعي، الاستباقي، تحمل المخاطرة) في تحقيق الميزة التنافسية وقد قام الباحثان بأختيار عينة قوامها 40 مديرا في شركة التأمين الوطنية اشتملت على المدراء العامين ومدراء الادارات ورؤساء الاقسام والفروع لاختبار فرضية البحث التي نصت على " توجد علاقة معنوية ذات دلالة احصائية بين التوجه الريادي على مستوى (البعد الابداعي، البعد الاستباقي، بعد تحمل المخاطرة) في تحقيق الميزة التنافسية ، كما استمد البحث أهميته من أهمية التوجه الريادي لدى قطاع التأمين ودوره في دعم وتحقيق الميزة التنافسية لما لهذا القطاع من دور هام في تنمية الاقتصاد الوطني ، وتوصل البحث الى عدة نتائج من أهمها وجود تأثير ذو دلالة احصائية بين التوجه الريادي الذي يمارسه المدراء في شركة التأمين وخلق وتعزيز الميزة التنافسية كما توصل البحث الى جملة من التوصيات ابرزها على الشركة محل البحث قياس مستويات الابداع والابتكار لديها وتحفيز الابداع لدى العاملين عن طريق منحهم مساحة كافية من الحرية في عملهم لمساعدتهم على الابتكار.

Abstract

The increase in competition and the speed of scientific and technological development have led organizations to take the lead in business and try to invest innovation and creativity in order to exploit investment opportunities. The objective of the research is to demonstrate the effect of the leadership approach of insurance managers on the dimensions of creativity, The researchers selected a sample of 40 managers in the National Insurance

Company, which included the general managers, directors of departments and heads of departments and branches to test the hypothesis of research, which stated that "there is a significant relationship of statistical significance between the leading trend at the level And the role of the sector in supporting and achieving the competitive advantage of this sector plays an important role in the development of the national economy. The research reached several results, the most important of which is the presence of The results of the research led to a number of recommendations, the most important of which is the company in question to measure the levels of creativity and innovation and to stimulate creativity among employees by giving them enough space in their work. To help them innovate.

مقدمة

اصبحت المنظمات ذات التوجهات الريادية في عصرنا الحالي لها دورا بارزا في القطاعات الاقتصادية ، وما نعيشه اليوم من تطورات تكنولوجية متسارعة اثر بشكل كبير على البيئة المحيطة بالمنظمات ورفع سقف المنافسة بينها، بناءا على ذلك تناول هذا البحث دور التوجه الريادي في تحقيق الميزة التنافسية وتضمن ثلاث مباحث تناول المبحث الاول منهجية البحث اما المبحث الثاني فخصص لجانب النظري للبحث اما المبحث الثالث فكان لتحليل نتائج البحث التطبيقية وقياس علاقات الارتباط والاثر بين التوجه الريادي بأبعاده (الابداعي، الاستباقي، تحمل المخاطرة) .

الفصل الاول / منهجية البحث

أولاً: مشكلة البحث

يعد موضوع الريادة في الاعمال من المواضيع الهامة في الوقت الحالي اذ انها تساهم بشكل فاعل في تطوير و تنمية الاقتصاديات في ظل التقدم التكنولوجي المتسارع الذي كان له الاثر الكبير على بيئة الاعمال اضافة الى ان المنظمات تعمل اليوم في بيئة سمتها الاضطراب والتعقيد كل هذا جعل التوجه الريادي من اساسيات نجاح المنظمات وتحقيق ميزة تنافسية وهذا ما جعل المنظمات ومنها شركات التأمين تتبنى التوجه الريادي كوضع استراتيجي يتبناه المديرين لتطوير وتقديم خدمات جديدة ومبتكرة وبالتالي تحقيق ميزة تنافسية .

مما سبق يمكن ان تتلخص مشكلة البحث بالتساؤلات الاتية :

1. هل لدى شركة التأمين محل البحث تصورات واضحة عن مفهوم التوجه الريادي ؟
2. ما مدى تطبيق شركة التأمين محل البحث للتوجه الريادي؟
3. هل يوجد اثر للتوجه الريادي في تحقيق الميزة التنافسية؟

ثانياً: أهداف البحث

يسعى البحث الى تسليط الضوء على اثر التوجه الريادي في تعزيز الميزة التنافسية في شركات التأمين، واستنادا الى ذلك تتحدد أهداف البحث على النحو الاتي:

1. التعرف على واقع ومستوى التوجه الريادي لدى مدراء شركة التأمين محل البحث.
2. التعريف بمفهوم الريادة في المنظمات وماهي ابرز خصائصها واثرها على تطوير اداء المنظمات الخدمية.
3. تحديد اثر التوجه الريادي على الميزة التنافسية في الشركة محل البحث.
4. تقديم مجموعة من التوصيات حول كيفية تعزيز التوجه الريادي لما له من اثار ايجابية على اداء الشركة وبالتالي تعزيز ودعم ميزتها التنافسية.

ثالثا: أهمية البحث

تتبع أهمية البحث من الجوانب الآتية:

1. يستمد البحث اهميته من أهمية التوجه الريادي في قطاع التأمين وأثره في دعم وتحقيق الميزة التنافسية.
2. محاولة لفت انتباه مدراء شركات التأمين الى الدور الذي يلعبه التوجه الريادي في تعزيز مكانتها التنافسية.
3. أهمية قطاع التأمين ودوره الفاعل في تنمية الاقتصاد الوطني.

رابعا: فرضية البحث

يستند البحث إلى الفرضيات الآتية:

- الفرضية الرئيسية :** توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين التوجه الريادي على مستوى (البعد الابداعي، البعد الاستباقي، بعد تحمل المخاطرة) في تحقيق الميزة التنافسية .
- ويتفرع عنها الفرضيات الفرعية الآتية:
- الفرضية الفرعية الأولى:** توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين التوجه الريادي الذي يمارسه مدراء شركات التأمين على مستوى البعد الابداعي وتحقيق الميزة التنافسية.
- الفرضية الفرعية الثانية** توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين التوجه الريادي الذي يمارسه مدراء شركات التأمين على مستوى البعد الاستباقي وتحقيق الميزة التنافسية.
- الفرضية الفرعية الثالثة:** توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين التوجه الريادي الذي يمارسه مدراء شركات التأمين على مستوى بعد تحمل المخاطرة وتحقيق الميزة التنافسية.

خامسا: منهج البحث

اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي و التحليلي ، إذ يقوم بوصفها ، ودراسة العلاقة بين متغيراتها ، وتقديم البيانات عنها مبينا أسبابها ونتائجها وتحليلاتها من اجل التوصل إلى استنتاجات يمكن عن طريقها الباحثة أن يقدم توصيات تتلاءم معها.

الفصل الثاني / الجانب النظري

أولاً: الريادة في الاعمال

1. مفهوم الريادة

ان المنظمات التي ترغب بالتميز وتحقيق التفوق التنافسي عليها ان تكون منظمة ذات توجه وطابع ريادي ويعنى بالريادة " هي المقدرة على بناء وخلق شئ من لا شئ" وتعرف بانها ايجاد شئ ذا قيمة عن طريق اعطاء وقت وجهد وتحمل مخاطره مالية حتى يتم تحقيق الرضا نتيجة زيادة العائد المالي أو الحصول على مكافآت (Hisrich & Peters,2002:7) كما عرفها (كتانة واحمد،2012:104) على انها تلك المبادرة التي تنشأ من اجل توسعة مشروع موجود أو اقامة مشروع جديد عن طريق مجموعة افراد حتى تتم الاستدامة للمشروع. وقد بين (النجار،العلي،2006) ان تبني الادارة العليا للريادة لوحدها لا يكفي بل ان المنظمات تحتاج ان تنتشر فلسفة الريادة الى مختلف المستويات الادارية وهذا ما يطلق عليه بالتوجه الريادي ، ان المنظمات التي تتبنى التوجه الريادي يمتاز مدرائها بالمخاطرة والاستباقية والابداع، وبذلك تتجه دائماً لتقديم منتجات جديدة ومبتكرة ومطورة الى الزبون (صالح،2007) ويوضح (الحيدراوي والكلابي،2013:227) التوجه الريادي بأنه استراتيجية دافعة للمنظمات تساعد في تحقيق الميزة التنافسية اعتمادا على ابعاد خاصة من أهمها (المخاطرة، الابداع، والبعد الاستباقي) للاستحواذ على الفرص البيئية وبالتالي تلبية رغبات واحتياجات الزبون.

2. خصائص التوجه الريادي:

تعددت اراء الباحثين والكتاب فيما يتعلق بخصائص التوجه الريادي وسنتطرق لاهم الخصائص التي قد يتفق معها اغلب الكتاب والباحثين ومنهم من يضيف بعض الخصائص او يستبعد بعضها، فقد بين (النجار، العلي، 2006:10) الخصائص الريادية بالاتي:

- (1) الالتزام والتقاؤل
- (2) الرغبة في النجاح
- (3) الاتجاه نحو المخاطرة
- (4) الثقة بالنفس
- (5) الرغبة بالعمل لساعات طويلة

اما (hitt,ireland&hoskisson,2015:313) فقد وضع الخصائص الاتية:

- (1) المعرفة الدقيقة لمفاصل نجاح العمل التي تجعل منه محور حياتهم.
- (2) لديهم المقدرة العالية على تحمل اجواء العمل المتوترة والمشحونة
- (3) المقدرة على التوجه نحو الهدف ، ومعرفة الى اين تسير المنظمة واين هي الان.
- (4) القدرة على الحصول على المساعدة الخارجية لدعم قدراتهم ومعارفهم.

3. ابعاد التوجه الريادي

(1) البعد الابداعي: يهدف هذا البعد الى تقديم منتجات أو خدمات ذات قيمة مرتفعة أو زيادة لقيمة الموارد المتاحة الان ، كما يعد البعد الابداعي الاساس الذي يركز عليه التوجه الريادي ،وقد عرف (Daft,2010:420) البعد الابداعي بأنه المقدرة على مشاركة المعلومات بحيث تؤدي الى انتاج وتطوير افكار جديدة ، وقد اكد (الياسري وكامل،2013:101) بأن البعد الابداعي له اثر فعال في تحقيق الميزة التنافسية للمنظمات اذ يعد من أهم العوامل التي تميز الابداع في العمل.

(2) البعد الاستباقي: هو توقع التغييرات البيئية المحيطة بالمنظمة وأثرها على الاحتياجات في المستقبل وبشكل يسبق المنظمات المنافسة وتكون الدافع الرئيسي للتجديد والابتكار (النعيمي وآخرون،2016:40) ، وأشار اليه (جندب،2013:13) بأنه تلك المبادرات التي تكون الاساس للابتكار والتجديد. ولكي يتحقق هذا على المنظمة ان تنشر ثقافة تنظيمية تشجع المدراء على القيام بالأعمال الريادية ، ان لكل منظمة هدف أو مجموعة من الاهداف يجب عليها بلوغها لتحقيق التميز لدى زبائنهم فعليها توقع المتغيرات في البيئة المحيطة بالمنظمة لكي تتصرف على اساس تلك التغييرات وهذا هو بالضبط هو صلب عمل البعد الاستباقي (جلاب ،2014:26).

(3) بعد تحمل المخاطرة: وهي ميل المنظمة أو المدراء الى مشاريع ذات نسبة مخاطرة عالية وبالمقابل تكون ارباحها مرتفعة ويتبنى المدراء الافعال ذات الطابع المغامر بدلا من الافعال الحذرة (حسين،2013:395) وحتى تكون المنظمة ناجحة رياديا وترغب بالحصول على عوائد مالية مرتفعة وتعم ارباحها عليها ان تجازف بأختيار البدائل الخطرة كالاستثمار في التكنولوجيا غير المكتشفة او الدخول الى اسواق جديدة او اقتراض ضخمة (مصطفى،2016:12).

ثانيا: الميزة التنافسية

1. مفهوم الميزة التنافسية

وضع الباحثين والكتاب عدة مفاهيم وتعريفات للميزة التنافسية اذ يبين (الخضير،2004:34) الميزة التنافسية بأنها ذلك الوضع المتفوق والمختلف الذي تمتلكه المنظمة اما (ابو بكر،2008:13) فعرفها على انها مقدرة المنظمة على تطبيق وصياغة الوسائل التي تجعل منها في موقع أكثر تقدما من المنافسين، اما (منير ونعيمة،2008:44) فبين انها الصفة أو الخاصية التي تمنح المنظمة القدرة على التفوق التنافسي ، بناءا على ماتقدم استطاع الباحثان وضع التعريف الاتي (الصفة أو الخدمة التي تجعل المنظمة متميزة عن المنافسين الاخرين أو منفردة بها).

2. خصائص الميزة التنافسية:

بالإمكان توضيح الخصائص التي تمتاز بها الميزة التنافسية وكما بينها (الغالبى وأدریس،2009:310):

- (1) مرنة اي بالإمكان أن تتغير وتتكيف مع التغييرات التي تحدث في البيئة الخارجية أو الداخلية أو يمكن احلال ميزة أخرى مكانها دون أن يتأثر عمل المنظمة.
 - (2) متجددة ومتطورة حسب التغييرات البيئية الخارجية والداخلية.
 - (3) مستدامة أي تحقق التفوق التنافسي على المدى الطويل.
 - (4) أن تحقق هدف المنظمة ورؤيتها.
- أما (بني حمدان, 2007:356) فقد بين خصائص الميزة التنافسية كما يلي:

- (1) ان تنشأ من داخل المنظمة .
 - (2) ان تحقق اتفوق التنافسي مقارنة بالمنافسين.
 - (3) تبقى لمدة طويلة
 - (4) تؤثر على قرارات الزبائن الشرائية وتدفعهم لاقتناء المنتج أو الخدمة التي تقدمها المنظمة.
3. مصادر الميزة التنافسية:

تتعدد مصادر المنظمة للميزة التنافسية وارجع بعض الكتاب والباحثين الميزة التنافسية مهما تنوعت وتعددت مصادرها الى مصدرين هما:

(1) مصادر داخلية: هي المرتبطة بالموارد الملموسة وغير الملموسة التي تمتلكها المنظمة على اعتبار ان المنظمة هي مجموعة من الموارد (المالية، البشرية، الادارية، التكنولوجية) وكيفية الاستغلال الفعال لهذه الموارد من اجل تحقيق ميزة تنافسية ، كما قد تتولد الميزة التنافسية من مصادر اخرى داخل داخل المنظمة كالابداع، التطوير، نظم المعلومات، وغيرها (الشيخ, 2004:260).

(2) مصادر خارجية: وهي التي تتولد من البيئة الخارجية المحيطة بالمنظمة التي يمكن ان تؤدي الى ايجاد فرص وميزات تنافسية ويعتبر مايكل بورتر استراتيجيات التنافس (استراتيجيات خفض التكاليف، استراتيجية التمييز، استراتيجية التركيز) (عبد الرؤوف, 2007:57).

الفصل الثالث / الجانب العملي

يهدف هذا الفصل إلى تسليط الضوء على الجوانب ذات العلاقة بوصف استمارة الاستبانة ، ومن ثم التعرف على خصائص العينة المختارة ، فضلاً عن الوسائل الإحصائية التي استعان بها الباحثان في تحليل البيانات المتاحة . وعلى وفق تلك الإشكالية قسم إلى:

أولاً: تصميم الاستبانة ووصف العينة

اعتمد البحث في منهجيته على وسائل متعددة لجمع البيانات إذ تم جمع البيانات من الدراسات والبحوث السابقة وبعض الأدبيات والدوريات والتقارير بهدف بناء الإطار النظري للبحث ، وكانت استمارة الاستبانة لبناء الجانب العملي للبحث ، إذ قام الباحثان وبعد الاطلاع على اغلب الأدبيات ، والدراسات ذات العلاقة بمتغيرات الدراسة الحالية فضلاً عن استطلاع آراء القائمين على أعمال

التامين والمتخصصين ، ثم قام الباحثان بوضع الاستبانة ، والعبارات الملائمة لكل محور ، إذ استعمل مقياس ليكرت (Likert) التدريجي الخماسي من (1-5) ، وبعد إعداد استبانة الاستبانة بصيغتها الأولية بما تتعلق بمدى ملائمة فقرات المقياس مع الأهداف التي أعدت من أجلها ، وفعلًا وزعت عن طريق القيام بالخطوات الآتية :

اختيار أفراد العينة التي يمكن أن تحقق أهداف البحث، والتي تمثلت بالسادة (مدير عام شركة التامين الوطنية ، وأعضاء مجلس الإدارة في شركة التامين الوطنية ، ومدراء الفروع ورؤساء الأقسام ، أو من ينوب عنهم في مقر الشركة) .

توزيع استمارات الاستبانة على عدد أفراد العينة البالغ (50) فرد ، أعيد منها (48) استمارة وبعد إجراء عمليات التدقيق والفرز من قبل الباحثة تبين وجود عدد (2) من الاستمارات غير صالحة لذا استبعدت ، وبهذا بلغ العدد النهائي للاستمارات الصالحة (46) استمارة اعتمدت في تحليل نتائج البحث

أدوات التحليل والمعالجة الإحصائية

لقد جرى إتباع عدد من الأساليب الإحصائية المناسبة لطبيعة البيانات ، وتم انتقاء أدوات إحصائية ملائمة لتحليل ومعالجة البيانات واختبار الفرضيات. وعلى هذا الأساس أن البحث الحالي استخدم الأدوات الآتية:

أ- أساليب الإحصاء الوصفي Descriptive Statistic

(1) التوزيع التكراري (Frequency) والنسبة المئوية (Percentages)

(2) الوسط الحسابي (Arithmetic Mean)

(3) الانحراف المعياري (Standard Deviation)

ب- أساليب الإحصاء الاستدلالي Statistical Inference

(1) معامل الثبات بطريقة (ألفا - كرونباخ / Cronbach - Alpha) ،

(2) معامل الاختلاف (Cofficieent of Variation)

معامل ارتباط سبيرمان (SPERMAN Correlation Coefficient)

ثانياً: تحليل بيانات عينة البحث

1.البيانات الشخصية

جدول (1) يبين توزيع البيانات الشخصية لعينة البحث

ت	المتغيرات	توزيع الخاصية	التكرار	النسبة %
		إعدادية	0	%0
		دبلوم فني	21	%46

1	التحصيل الدراسي	بكالوريوس	18	39%
		ماجستير أو ما يعادله	6	13%
		الدكتوراه أو ما يعادله	1	2%
	المجموع		46	100%
2	الجنس	ذكر	24	52%
		انثى	22	48%
	المجموع		46	100%
3	العنوان الوظيفي	معاون مدير	21	46%
		مدير	18	39%
		مدير أقدم	7	15%
	المجموع		46	100%
5	العمر	25-20	0	0%
		30-26	0	0%
		40-31	13	28%
		40 فأكثر	33	72%
	المجموع		46	100%

يلاحظ من الجدول (1) إن المتغيرات الشخصية لأفراد العينة بين إن مجموع الحاصلين على الدبلوم الفني 21 شخص بنسبة 46% أما حملة شهادة البكالوريوس كانت 18 فرد بنسبة 39% وحملة شهادات الماجستير فكانت بنسبة 13% أما لمتغير الجنس فحققت فئة الذكور 24 فرد بنسبة 52% أما الإناث حقق نسبة 48% وبالنسبة لمتغير العنوان الوظيفي فكان معاون مدير ومدير أقدم فكانت نسبها على التوالي (46%، 39%، 15%) أما متغير العمر فحققت الفئة 31-40 بتكرار 13 مرة بنسبة 28% أما أعلى نسبة حققتها الفئة 40 فما فوق إذ حققت 72%

المحور الاول: التوجه الريادي

جدول (2) يبين نسب الوسط الحسابي والانحراف المعياري لفقرات لبعد الابداع

ت	الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
1	تقوم الشركة بتقوية اواصر علاقتها مع المؤمن لهم	4.14	0.71
2	تقوم الشركة بتطوير خدماتها بشكل مستمر	4.48	0.72

3	تشجع الشركة العاملين على الابتكار والابداع	4.22	0.67
4	تستخدم الشركة اساليب تسويق وترويج حديثة	4.12	0.64
5	تسعى الشركة للتفوق على المنافسين في تقديم الخدمات التأمينية.	4,58	0.70

المصدر: من اعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات spss, 2018

يتبين من الجدول رقم (2) ان التساؤل رقم 5 حصل على اكبر وسط حسابي واقل انحراف معياري وان التساؤل رقم 4 حصل على اقل وسط حسابي واعلى انحراف معياري وهذا يدل على ان العينة المبحوثة بينت ان الشركة تسعى دائما للتفوق على المنافسين لكنها تفتقر الى اساليب ترويج حديثة هذا وان الاوساط الحسابية لجميع تساؤلات هذه الفقرة كانت اكبر من 4.5 اي ان المبحوثين اتجهوا نحو الاجابة اتفق بشدة.

جدول (3) يبين نسب الوسط الحسابي والانحراف المعياري لفقرات بعد التوجه الاستباقي

ت	الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
1	تقوم الشركة بمراقبة البيئة الخارجية لمعرفة الفرص المتاحة	4.70	0.71
2	تعمل الشركة على ان تكون السبابة بتطوير خدماتها	4.24	0.73
3	تقوم الشركة بتلبية احتياجات المؤمن لهم التأمينية	4.36	0.68
4	تهتم الشركة بأبتكار وثائق جديدة بما يلئم احتياجات المؤمن لهم	4.43	0.64
5	تعمل الشركة على تطوير التكنولوجيا المستخدمة داخل الشركة	4.12	0.59

المصدر: من اعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات spss, 2018

يتبين من الجدول رقم (3) ان التساؤل رقم 1 حصل على اكبر وسط حسابي واقل انحراف معياري وان التساؤل رقم 5 حصل على اقل وسط حسابي واعلى انحراف معياري وهذا يدل على ان العينة المبحوثة بينت ان الشركة تقوم بمراقبة دورية للبيئة الخارجية لمعرفة الفرص المتاحة واقتناصها لكنها لاتعمل على تطوير التكنولوجيا داخل الشركة وان الاوساط الحسابية لجميع تساؤلات هذه الفقرة كانت اكبر من 4.5 اي ان المبحوثين اتجهوا نحو الاجابة اتفق بشدة.

جدول (4) يبين نسب الوسط الحسابي والانحراف المعياري لفقرات لبعء تحمل المخاطرة

ت	الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
1	تستثمر الشركة مواردها في مشاريع ذات مخاطر مرتفعة	4.24	0.74
2	تعمل الشركة في بيئة مليئة بالمخاطر	4.80	0.73

3	يتخذ المدراء في الشركة قرارات تحمل نسبة مخاطرة مرتفعة	4.26	0.69
4	تعمل الشركة على تطوير تقنياتها المستخدمة دون النظر الى التكاليف المترتبة عليها	4.17	0.59
5	تؤمن الشركة على مشاريع ضخمة بمبالغ تأمينية مرتفعة	4.76	0.70

المصدر: من اعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات spss, 2018

يتبين من الجدول رقم (4) ان التساؤل رقم 2 حصل على اكبر وسط حسابي واقل انحراف معياري وان التساؤل رقم 4 حصل على اقل وسط حسابي واعلى انحراف معياري وهذا يدل على ان العينة المبحوثة بينت ان الشركة تعمل في بيئة خطرة جدا وان الاوساط الحسابية لجميع تساؤلات هذه الفقرة كانت اكبر من 4.5 اي ان المبحوثين اتجهوا نحو الاجابة اتفق بشدة.

المحور الثاني: الميزة التنافسية

جدول (5) يبين نسب الوسط الحسابي والانحراف المعياري لفقرات الميزة التنافسية

ت	الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
1	يتم انجاز معاملات المؤمن لهم بالوقت المحدد	4.11	0.71
2	يتم اتخاذ اجراءات سريعة لمواكبة المتغيرات المتسارعة في سوق العمل.	4.21	0.64
3	الوثائق التي توفرها الشركة تلبي احتياجات المؤمن لهم.	4.15	0.53
4	استطاعت الشركة ان تكون متميزة بين المنافسين	4.30	0.56
5	تطبق الشركة معايير الجودة في اقسامها	4.25	0.60

المصدر: من اعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات spss, 2018

يتبين من الجدول رقم (5) ان التساؤل رقم 4 حصل على اكبر وسط حسابي واقل انحراف معياري وهذا يدل على ان العينة المبحوثة بينت ان الشركة استطاعت ان تكون متميزة بين المنافسين.

جدول (6) معامل الارتباط بين بعد الابداع والميزة التنافسية

ت	الفقرة	معامل الارتباط	Sig
1	تقوم الشركة بتقوية اواصر علاقتها مع المؤمن لهم	0.64	0.000
2	تقوم الشركة بتطوير خدماتها بشكل مستمر	0.78	0.000
3	تشجع الشركة العاملين على الابتكار والابداع	0.63	0.000
4	تستخدم الشركة اساليب تسويق وترويج حديثة	0.71	0.000

5	تسعى الشركة للتفوق على المنافسين في تقديم الخدمات التأمينية.	0.73	0.000
---	--	------	-------

المصدر: من اعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات 2018 spss

يتضح من الجدول رقم 6 ان جميع اسئلة الفقرة حصلت على معاملات ارتباط قوية وهذا يدل على ان هذه الاسئلة قادرة لقياس ماوضعت اليه، وان الفقرة لم تحتوي على اسئلة خارج موضوعة البحث

جدول (7) معامل الارتباط بين البعد الاستباقي والميزة التنافسية

ت	الفقرة	معامل الارتباط	Sig
1	تقوم الشركة بمراقبة البيئة الخارجية لمعرفة الفرص المتاحة	0.82	0.000
2	تعمل الشركة على ان تكون السباقة بتطوير خدماتها	0.59	0.000
3	تقوم الشركة بتلبية احتياجات المؤمن لهم التأمينية	0.65	0.000
4	تهتم الشركة بأبتكار وثائق جديدة بما يلئم احتياجات المؤمن لهم	0.73	0.000
5	تعمل الشركة على تطوير التكنولوجيا المستخدمة داخل الشركة	0.58	0.000

المصدر: من اعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات 2018 spss

يتضح من الجدول رقم 7 ان جميع اسئلة الفقرة حصلت على معاملات ارتباط قوية وهذا يدل على ان هذه الاسئلة قادرة لقياس ما وضعت اليه، وان الفقرة لم تحتوي على اسئلة خارج موضوعة البحث

جدول (8) معامل الارتباط بين بعد تحمل المخاطرة والميزة التنافسية

ت	الفقرة	معامل الارتباط	Sig
1	تستثمر الشركة مواردها في مشاريع ذات مخاطر مرتفعة	0.65	0.000
2	تعمل الشركة في بيئة مليئة بالمخاطر	0.73	0.000
3	يتخذ المدراء في الشركة قرارات تحمل نسبة مخاطرة مرتفعة	0.59	0.000
4	تعمل الشركة على تطوير تقنياتها المستخدمة دون النظر الى التكاليف المترتبة عليها	0.63	0.000
5	تؤمن الشركة على مشاريع ضخمة بمبالغ تأمينية مرتفعة	0.74	0.000

المصدر: من اعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات 2018 spss

يتضح من الجدول رقم 8 ان جميع اسئلة الفقرة حصلت على معاملات ارتباط قوية وهذا يدل على ان هذه الاسئلة قادرة لقياس ما وضعت اليه، وان الفقرة لم تحتوي على اسئلة خارج موضوعة البحث

جدول (9) معاملات الارتباط بين فقرات الميزة التنافسية

ت	الفقرة	معامل الارتباط	Sig
1	يتم انجاز معاملات المؤمن لهم بالوقت المحدد	0.58	0.000
2	يتم اتخاذ اجراءات سريعة لمواكبة المتغيرات المتسارعة في سوق العمل.	0.64	0.000
3	الوثائق التي توفرها الشركة تلبي احتياجات المؤمن لهم.	0.75	0.000
4	استطاعت الشركة ان تكون متميزة بين المنافسين	0.68	0.000
5	تطبق الشركة معايير الجودة في اقسامها	0.53	0.000

المصدر: من اعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات spss, 2018

ينتضح من الجدول رقم 9 ان جميع اسئلة الفقرة حصلت على معاملات ارتباط قوية وهذا يدل على ان هذه الاسئلة قادرة لقياس ما وضعت اليه، وان الفقرة لم تحتوي على اسئلة خارج موضوعة البحث

جدول (10) معامل الثبات بين فقرات بعد الابداع

ت	الفقرة	معامل الفا كورنباخ
1	تقوم الشركة بتقوية اواصر علاقتها مع المؤمن لهم	0.76
2	تقوم الشركة بتطوير خدماتها بشكل مستمر	0.75
3	تشجع الشركة العاملين على الابتكار والابداع	0.56
4	تستخدم الشركة اساليب تسويق وترويج حديثة	0.72
5	تسعى الشركة للتفوق على المنافسين في تقديم الخدمات التأمينية.	0.62

المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

حصل التساؤل رقم 3 على اقل معامل الفا كورنباخ وهذا يدل على ان هذا التساؤل يسهم بدرجة اكبر من غيره في ثبات اسئلة الفقرة .

جدول (11) معامل الثبات بين فقرات البعد الاستباقي

ت	الفقرة	معامل الفا كورنباخ
1	تقوم الشركة بمراقبة البيئة الخارجية لمعرفة الفرص المتاحة	0.68
2	تعمل الشركة على ان تكون السبابة بتطوير خدماتها	0.71
3	تقوم الشركة بتلبية احتياجات المؤمن لهم التأمينية	0.76
4	تهتم الشركة بأبتكار وثائق جديدة بما يلئم احتياجات المؤمن	0.75

	لهم	
0.62	تعمل الشركة على تطوير التكنولوجيا المستخدمة داخل الشركة	5

المصدر : من اعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

حصل التساؤل رقم 5 على اقل معامل الفا كرونباخ وهذا يدل على ان هذا التساؤل يسهم بدرجة اكبر من غيره في ثبات اسئلة الفقرة .

جدول (12) معامل الثبات بين فقرات بعد تحمل المخاطرة

ت	الفقرة	معامل الفا كورنباخ
1	تستثمر الشركة مواردها في مشاريع ذات مخاطر مرتفعة	0.76
2	تعمل الشركة في بيئة مليئة بالمخاطر	0.53
3	يتخذ المدراء في الشركة قرارات تحمل نسبة مخاطرة مرتفعة	0.63
4	تعمل الشركة على تطوير تقنياتها المستخدمة دون النظر الى التكاليف المترتبة عليها	0.59
5	تؤمن الشركة على مشاريع ضخمة بمبالغ تأمينية مرتفعة	0.71

المصدر : من اعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

حصل التساؤل رقم 2 على اقل معامل الفا كرونباخ وهذا يدل على ان هذا التساؤل يسهم بدرجة اكبر من غيره في ثبات اسئلة الفقرة .

جدول (13) معامل الثبات بين فقرات الميزة التنافسية

ت	الفقرة	معامل الفا كورنباخ
1	يتم انجاز معاملات المؤمن لهم بالوقت المحدد	0.69
2	يتم اتخاذ اجراءات سريعة لمواكبة المتغيرات المتسارعة في سوق العمل.	0.65
3	الوثائق التي توفرها الشركة تلبي احتياجات المؤمن لهم.	0.74
4	استطاعت الشركة ان تكون متميزة بين المنافسين	0.59
5	تطبق الشركة معايير الجودة في اقسامها	0.75

المصدر : من اعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

حصل التساؤل رقم 4 على اقل معامل الفا كرونباخ وهذا يدل على ان هذا التساؤل يسهم بدرجة اكبر من غيره في ثبات اسئلة الفقرة .

أظهرت الجداول السابقة وجود علاقة ارتباط ايجابية ذات دلالة معنوية مع المتغيرات الخاصة بالتوجه الريادي، مؤشرا ما نسبته (100%) من العلاقات وبقيم معاملات ارتباط قوية إذ بلغت علاقة الارتباط بين الابداع والميزة التنافسية (0.694)، وكانت علاقة الارتباط بين البعد الاستباقي والميزة التنافسية

ذات نتيجة ايجابية ودلالة معنوية حيث بلغت (0.67) في حين أشرت العلاقة الارتباطية بين كل من بعد تحمل المخاطرة والميزة التنافسية (0.67) وهذا يدل على وجود علاقة طردية ايجابية بين المتغيرات وبدلالة احصائية علما إن هذه العلاقات كانت عند مستوى (0.00). وبالتالي تم قبول الفرضية الرئيسية التي تنص على " توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين التوجه الريادي على مستوى (البعد الابداعي، البعد الاستباقي، بعد تحمل المخاطرة) في تحقيق الميزة التنافسية ".

الاستنتاجات والتوصيات

في نهاية هذا البحث سنحاول تقديم جملة من الاستنتاجات و التوصيات نلخصها في الآتي:
أولاً: الاستنتاجات

1. تعد الريادة من العناصر الهامة لتحقيق الميزة التنافسية أو تعزيزها.
2. بناءاً على النتائج الاحصائية تبين وجود علاقة اثر معنوية ذات دلالة احصائية بين التوجه الريادي للمديرين بأبعاده (الابداعي، الاستباقي، تحمل المخاطرة) والميزة التنافسية.
3. اتفقت اغلب اجابات العينة ان الشركة محل البحث تقتصر الى استخدام التكنولوجيا الحديثة في تعاملاتها اليومية سواء بين مقر الشركة والفروع او بين الشركة والزبائن.
4. أشارت النتائج الاحصائية للشركة محل البحث ان مستوى التوجه الريادي كان جيداً.

ثانياً: التوصيات

1. على الشركة محل البحث ان تعمل على بناء التوجه الريادي في جميع المستويات الادارية في الشركة وتعزيزها اكثر لدى مدرائها للاستفادة منها في بناء الميزة التنافسية.
2. الاهتمام اكثر من قبل الشركة محل البحث بالتوجه الابداعي وتحفيز العاملين على الابتكار والاستفادة من افكارهم خاصة في ل المنافسة التي يشهدها قطاع التأمين.
3. على الشركة الاهتمام بتطوير الجانب التكنولوجي داخل الشركة لما له من أهمية كبيرة في بناء وتعزيز الميزة التنافسية .
4. ان عنصر تحمل المخاطرة هو السبيل لاقتناص الفرص الموجودة في البيئة المحيطة وهذا ما سيساعد الشركة على تقديم خدمات تنفرد بها عن الشركات المنافسة.

المصادر

1. خيرى مصطفى كنانة و احمد عوني احمد، عناصر استراتيجيات الريادة واثرها في ابداع المنتج دراسة من وجهة نظر العاملين في مركز الأطراف الصناعية في الموصل، أبحاث اقتصادية وإدارية، العدد الحادي والعشرين، جون، 2012 نقلاً عن (Babson college/USA).
2. صالح، أحمد علي، (2007) ، " الأنماط الريادية وعلاقتها ببعض الخصائص الشخصية :بحث استكشافي ميداني"، بحث مقدم إلى مؤتمر اتحاد رجال الأعمال العراقيين المنعقد
3. العلي، عبد الستار، النجار، فايز، (2006) ، " الريادة وإدارة الأعمال الصغيرة"، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
4. الياسري، اكرم محسن، كامل سهاد، 2013، اثر استراتيجية التسويق المستدامة في التوجه الريادي، دراسة استطلاعية لعينة من مديري شركة زين العراق ،مجلة الادارة والاقتصاد ،جمعة بغداد، المجلد الثاني ،العدد الثامن.
5. النعيمي ،محمد عبد العال، هناء ماجد، رضوان الشغري، اثر العلاقة بين التوجه الريادي التدريجي والجذري على الفاعلية التنموية للجامعات الخاصة الاردنية بمدينة عمان، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية ، 2016، العدد الثامن والاربعون.
6. جلاب، احسان دهش ، العلاقة بين التوجه الريادي والريادة المستدامة، بحيث ميداني في عينة من المنظمات الصغيرة والمتوسطة في مدينة الديوانية، مجلة القادسية للعلوم الادارية والاقتصادية ، 2014، المجلد 1 العدد 2،
7. جندب، عبد الوهاب احمد ، اثر التوجهات الابداعية والاستباقية في تطوير المنتجات الجديدة والاداء التسويقي ، دراسة تطبيقية على شركة صناعة الاغذية في اليمن ، 2013، ظو جامعة الشرق الاوسط، الاردن.
8. حسين، ميسون علي ، الريادة في منظمات الاعمال مع الاشارة لتجربة بعض الدول بحث نظري، مجلة جامعة بابل، 2013، المجلد 21 العدد 2
9. مصطفى، حسين احمد، ريادة الاعمال، رسالة ماجستير، كلية الادارة والاقتصاد، جامعة صلاح الدين، اربيل، 2016

10. منير، نوري ونعيمة بارك، ادارة العلاقة مع الزبائن كأداة لتحقيق الميزة التنافسية لمنظمات الاعمال، دار الشلف للنشر، 2008
11. أبو بكر، مصطفى محمود، ادارة الموارد البشرية كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية، القاهرة، 2008.
12. الخضيرى، محسن أحمد، صناعة الميزة التنافسية، مجموعة النيل العربية، مصر، ط1، 2004.
13. الغالبي، طاهر محسن وادريس ، محمد صبحي ، الادارة الاستراتيجية :منظور منهجي متكامل، دار وائل للنشر ، الطبعة الثانية، 2009
14. بني حمدان، خالد محمد وادريس ، وائل ، الادارة الاستراتيجية والتخطيط الاستراتيجي : منهج متكامل، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان 2009
15. عبد الرؤوف، حجاج، الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية: مصادرها ودور الابداع التكنولوجي في تنميتها :دراسة ميدانية في شركة روائح الورد لصناعة العطور، كلية التسيير والعلوم الاقتصادية، 2007.
16. الشيخ، الداوي، التسيير الفعال لموارد وكفاءات المؤسسة في تحقيق الميزة التنافسية ، الكتاب الجامع للملتقى الدولي حول التنمية البشرية وفرص الاندماج في اقتصاد المعرفة والكفاءات البشرية ، جامعة ورقلة، 10 مارس 2004

17. Daft, Richard, 2010, Organization Theory & Design 10EP

18. Michael A. Hitt, [R. Duane Ireland](#) , [Robert E. Hoskisson](#), **Strategic Management: Concepts: Competitiveness and Globalization**, 2005 11th Edition.