

الحدس الريادي مدخلاً لتحقيق النجاح الاستراتيجي

دراسة استطلاعية لآراء عينة من القيادات الإدارية في شركات الاتصالات العراقية
(آسياسيل، زين، كورك) (*)

أ.د. ناجي عبدالستار محمود
جامعة تكريت
كلية الإدارة والاقتصاد
Naje.abdulsattar@tu.edu.iq

الباحث: أحمد علي عبدالله
جامعة تكريت
كلية الإدارة والاقتصاد
bfgsbhteegh@gmail.com

ISSN 2709-6475 DOI: <https://dx.doi.org/10.37940/BEJAR.2023.5.1.11>

تاريخ استلام البحث ٢٠٢٢/٦/٢١ تاريخ قبول النشر ٢٠٢٢/٦/٢٨ تاريخ النشر ٢٠٢٣/٧/٣٠

المستخلص

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى أهمية وطبيعة الحدس الريادي باعتباره مدخلاً لتحقيق النجاح الاستراتيجي في شركات الاتصالات العراقية والمتمثلة بـ(آسياسيل، زين العراق، كورك) بوصفها ميداناً للدراسة، فقد اعتمدت الدراسة المنهج (الوصفي - التحليلي) الذي يصف الظاهرة المدروسة، ومن ثم تحليلها وكشف العلاقة بين الأبعاد المختلفة، واستخدمت الاستبانة أداة رئيسية للدراسة في جمع البيانات، وقام الباحث بتوزيع (184) استبانة على أفراد العينة المبحوثة، وكانت المستردة منها (138) وكانت جميعها صالحة للتحليل، ومن ثم تحليل البيانات وذلك باستخدام برنامج الإحصائي (SPSS, V.23) لاستخراج الاساليب الإحصائية. وتوصل البحث إلى مجموعة من النتائج أهمها: أظهرت نتائج التحليل الوصفي للدراسة وجود علاقة ارتباط وتأثير ذات دلالة معنوية إحصائية بين المتغيرين (الحدس الريادي والنجاح الاستراتيجي) وبين كل بُعد من أبعادها وهي علاقة ارتباط وتأثير ايجابية قوية جداً، ويفسر البحث تلك النتيجة إلى انه كلما اهتمت إدارة شركات الاتصالات العراقية في ممارسة الحدس الريادي الذي يتمثل في القدرة على استشعار الفرص واقتناصها بشكل مستمر قبل منافسيها سيؤدي إلى تحقيق النجاح الاستراتيجي، كما قدمت البحث عدة توصيات في ضوء النتائج أبرزها: توصي الدراسة إدارة شركات الاتصالات العراقية على الاهتمام بتحديد احتياجات سوق الاتصالات المستقبلية من خلال المواظبة على تجارب الشركات العالمية في نفس القطاع والاستفادة من تجاربها.

الكلمات المفتاحية: الحدس الريادي، النجاح الاستراتيجي، القيادات الإدارية، شركات الاتصالات العراقية.



مجلة اقتصاديات الأعمال
المجلد (٥) العدد (١) ٢٠٢٣
الصفحات: ١٩٣-٢١٠

(*) البحث مستل من رسالة ماجستير للباحث الأول.

Entrepreneurial Intuition is Approach to Achieving Strategic Success

An exploratory study of the opinions of a sample of administrative leaders in Iraqi telecommunications companies (Asiacell, Zain Iraqi, Korek)^(*)

Researcher: Ahmed Ali Abdullah

Tikrit University

College of Administration and Economy

bfsgbhteegh@gmail.com

Prof.Dr. Naje abdulsattar Muhammed

Tikrit University

College of Administration and Economy

Naje.abdulsattar@tu.edu.iq

Abstract

The study aimed to identify the extent of the importance and nature of entrepreneurial intuition as an entrance to achieving strategic success in the Iraqi telecommunications companies, represented by (Asiacell, Zain Iraq, Korek) as a field of study. Among the different dimensions, the questionnaire was used as a main tool for the study in collecting data, and the researcher distributed (184) a questionnaire to the members of the researched sample, and the recovered ones were (138), and then analyzed the data using the statistical program (SPSS, V.23) to extract statistical methods.

The study reached a set of conclusions, the most important of which are: The results of the descriptive analysis of the study showed the existence of a statistically significant correlation and effect between the two variables (entrepreneurial intuition and strategic success) and between each of its dimensions, which is a very strong positive correlation and effect, and the study explains that result that the more interested The management of Iraqi telecommunications companies in practicing the pioneering intuition, which is the ability to sense opportunities and seize them continuously before their competitors will lead to achieving strategic success. By persevering with the experiences of international companies in the same sector and benefiting from their experiences.

Key words: Entrepreneurial Intuition, Strategic Success, Administrative Leaders, Iraqi Telecommunications Companies.

(*) The research is extracted from a master's thesis of the first researcher.

المقدمة:

في ظل التغيرات والتطورات المتسارعة وما تواجهه منظمات الأعمال من تحديات في بيئة تكنولوجيا الاتصالات الديناميكية التي تتسم بشدة المنافسة على الصعيد الاقتصادي والسياسي والتجاري والتكنولوجي والمعرفي أيضاً، لذا يوجب عليها مواجهته تلك التحديات، وذلك باستغلال مواردها الحالية والمستقبلية واستكشاف إمكاناتها وقدراتها الجديدة التي تدعم تحديد وتقييم الفرص واستغلالها واستثمارها بالشكل الأمثل، لتحقيق رغبات واحتياجات الزبائن لكي تستطيع المنظمات البقاء والنمو على الرغم المنافسة الشديدة والتغيرات الكبيرة والمستمرة في قطاع الاتصالات العراقية والتكيف معها ومجابتها من أجل الحصة السوقية من خلال ابتكار وسائل تكنولوجية للاتصالات، لذا يتطلب من المنظمات التخلي عن الممارسات التقليدية والتوجه نحو الابتكارات والابتكارات وتحسين العمليات التكنولوجية والاتصالات، خاصة في مجال أعمالها التي يساعدها على مواجهه الاوضاع البيئية المتغيرة من أجل النهوض بواقع المنظمات الخدمية في البيئة العراقية من خلال توضيح العلاقة المترابطة بين الحدس الريادي والنجاح الاستراتيجي.

إذ أن النجاح الاستراتيجي للمنظمات يعتمد وبدرجة كبيرة على الحدس الريادي الذي يعمل كمحفز أساسي يثير مبادرات وشخصية القيادات الإدارية في شركات الاتصالات العراقية (أساسيل، زين، كورك)، في أن تصبح الشركات الاتصالات العراقية ريادية من خلال توفير بيئة محفزة ومستقطبة للعقول الابداعية والابتكارية والمساهمة الفاعلة في التعلم المستمر من خلال سعي إدارة البحث والتطوير لدراسة الظواهر والتغيرات التي تصاحب شركات الاتصالات العراقية، فإن نجاح المنظمات لتحقيق أهدافها، يعتمد وبدرجة كبيرة على قيادات تمتلك حدس ريادي وقادرة على التطور والتعلم المستمر والتكيف مع مختلف التغيرات البيئية لضمان النجاح الاستراتيجي في شركات الاتصالات العراقية، ومن هنا تبلورت فكرة دراسة موضوع الحدس الريادي في تحقيق النجاح الاستراتيجي، ووقع الاختيار على شركات الاتصالات العراقية بهدف تقديم خدمات الاتصالات بالشكل الذي يميزها ويعزز مكانتها بين منافسيها.

المبحث الأول: منهجية البحث:

أولاً: مشكلة البحث:

تمتاز بيئة الاتصالات الديناميكية بشدة المنافسة بين المنظمات خاصة في البيئة العالمية والعراقية وما تشهده من تغيرات وتطورات في عصر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي تمثلت بتحديات أمام إدارات تلك المنظمات والتي تحتم عليها اتباع أساليب وممارسات حديثة لكي تستطيع التكيف والنمو والبقاء في دائرة المنافسة للارتقاء بواقع عمل المنظمات وتمكنها من التعرف على الفرص الأنية والمستقبلية وتحقيق التميز على المنافسين، وهذا يتطلب تحمل المخاطر المخطط لها وغير المخطط لها وبعض الإجراءات الاستباقية والابداعية والابتكارية في مجال الأعمال، لتحقيق النجاح الاستراتيجي، ومن هذا المنطلق الفكري لهذا الدراسة تتمركز حول الحدس الريادي في شركات الاتصالات كمدخل في تحقيق النجاح الاستراتيجي من خلال أبعاده، إذ جاءت هذه الدراسة واعتمدت من شركات الاتصالات العراقية (أساسيل، زين، كورك) ميداناً لها، وكان مجتمع الدراسة القيادات الإدارية في شركات، وتمثلت عينة الدراسة بمجموعه من القيادات الإدارية في شركات الاتصالات العراقية.

وفي ضوء ذلك تتمحور مشكلة الدراسة من خلال إثارة التساؤل الرئيسي كالآتي: (هل يعد الحدس الريادي مدخلاً لتحقيق النجاح الاستراتيجي في الشركات قيد الدراسة)، لذا ارتأى الباحث في تقديم عدد من التساؤلات الآتية:

١. هل تتباين إجابات أفراد عينة الدراسة تبعاً لمتغيرات وأبعاد الدراسة في الشركات المبحوثة؟
٢. ما هي العلاقة بين الحدس الريادي وتحقيق النجاح الاستراتيجي في الشركات المبحوثة؟
٣. ما تأثير الحدس الريادي في تحقيق النجاح الاستراتيجي في الشركات المبحوثة؟

ثانياً: أهمية البحث:

تتضح أهمية هذا الدراسة في جانبيين رئيسيين هما على النحو الآتي:

١. الجانب المعرفي:

يتمثل الجانب المعرفي للدراسة بما يأتي:

- أ. تستمد هذه الدراسة أهميتها من أهمية الحدس الريادي ومدى امتلاك القيادات الإدارية في الشركات الاتصالات العرقية لهذا حدس الذي يستطيعون من خلاله اتخاذ قرارات حدسية في ظل بيئة مضطربة ومتغيرة باستمرار لتحقيق نجاحاتها الاستراتيجية.
- ب. إن دراسة المتغيرين مهمين لدعم نجاح وديمومة المنظمات قيد الدراسة، وهما الحدس الريادي وتحقيق النجاح الاستراتيجي، إذ العلاقة بينهما له دور كبير في تهيئة بيئة محفزة وقادرة على البقاء ومواكبة التغيرات البيئية والتكنولوجيا في نطاق عمل الشركات المبحوثة.
- ت. يسهم الجانب المعرفي للدراسة في إضافة معرفة لإثراء المكتبة العربية والعرقية لموضوع الحدس الريادي والنجاح الاستراتيجي.

٢. الجانب التحليلي:

تتجلى أهمية الجانب التحليلي من الآتي:

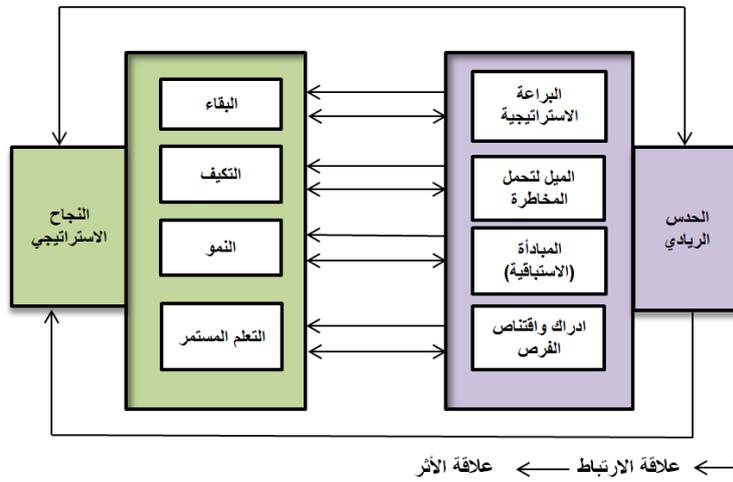
- أ. تقديم الأسس والمعايير العلمية التي تمكن المنظمات المبحوثة من التعرف على الحدس الريادي لتحقيق النجاح الاستراتيجي.
- ب. تقديم مجموعة من التوصيات والاستنتاجات والمقترحات المستقبلية التي يمكن أن تسترشد بها القيادات الإدارية للشركات المبحوثة.

ثالثاً: أهداف البحث:

هناك مجموعة من الأهداف التي تسعى الدراسة الحالية إلى تحقيقها، فالهدف الرئيسي يتمثل في الحدس الريادي في الشركات قيد الدراسة مدخلاً لتحقيق النجاح الاستراتيجي، ويتفرع من الهدف الرئيسي أهداف فرعية يمكن تحديدها بالآتي:

١. التعرف على التباين في إجابات أفراد عينة الدراسة تبعاً لمتغيرات وأبعاد الدراسة في الشركات المبحوثة.
٢. التعرف على العلاقة بين الحدس الريادي وتحقيق النجاح الاستراتيجي في الشركات المبحوثة.
٣. التعرف على مدى تأثير الحدس الريادي في تحقيق النجاح الاستراتيجي في الشركات المبحوثة.
٤. تقديم مجموعة من التوصيات والمقترحات المستقبلية للشركات المبحوثة في ضوء الاستنتاجات المتوصل إليها في الإطار الميداني.

رابعاً: المخطط الفرضي للبحث:



الشكل (1) المخطط الفرضي للبحث

المصدر: الشكل من إعداد الباحثان.

خامساً: فرضيات البحث:

1. توجد علاقة ارتباط معنوية بين الحدس الريادي وتحقيق النجاح الاستراتيجي على المستوى الكلي وعلى مستوى الأبعاد الفرعية في الشركات قيد الدراسة.
2. يوجد تأثير معنوي للحدس الريادي بأبعاده في تحقيق النجاح الاستراتيجي على المستوى الكلي وعلى مستوى الأبعاد في الشركات قيد الدراسة.

سادساً: مجتمع وعينة البحث:

1. نبذة مختصرة عن مجتمع البحث:

إن عملية اختيار ميدان الدراسة ليس بالأمر السهل، بوصفه أحد الخصائص الأساسية التي يتوقف عليها فشل ونجاح الدراسة الميدانية، كما أن تشخيص الميدان له أهمية كبيرة في الجانب العملي وفي تشكيل متغيرات الدراسة وعواملها وأبعادها وتحقيق أهدافها وأهميتها في ضوء الاختيار الصحيح للميدان المبحوث، فضلاً عن تحديد الأساليب المتعلقة بجمع البيانات والمعلومات والأساليب الإحصائية التي سوف يتم اعتمادها في الجانب العملي لإتمام الدراسة، وبناءً على ذلك جاء اختيار الباحث لشركات الاتصالات العراقية المتمثلة بـ(آسياسيل، زين العراق، كورك) التي تعد رافداً مهماً في الاقتصاد العراقي في جانب خدمات الاتصالات المبتكرة التي تقدمها للمستخدمين.

2. نسبة الاستجابة:

تكون مجتمع الدراسة من القيادات الإدارية في شركات الاتصالات العراقية، وتكونت عينة الدراسة من القيادات الإدارية لثلاث شركات (آسياسيل؛ زين؛ كورك)، تم اختيارهم بطريقة العشوائية البسيطة من إجمالي المجتمع المتمثل بالقيادات الإدارية، وقام الباحث بتوزيع (184) استبانة على أفراد العينة المبحوثة، وكانت جميع الاستبانات الصالحة بنسبة (75.00%) من إجمالي الاستبانات الموزعة.

سابعاً: منهج البحث:

قام الباحثان باتباع المنهج (الوصفي - التحليلي) الذي يصف الظاهرة المدروسة، ومن ثم تحليلها وكشف العلاقة بين الأبعاد المختلفة؛ ومقارنتها وتقويمها وفق أسس منهجية علمية، بهدف الوصول إلى استنتاجات ذات مغزى للظاهرة المبحوثة.

ثامناً: أساليب جمع البيانات:

استخدم الباحثان الاستبانة كأداة رئيسة من الحصول على البيانات والمعلومات اللازمة لإجراء الدراسة باعتبارها من أنسب أدوات البحث العلمي الملائمة لتطبيق مدخل المسح الميداني، وركزت استمارة الاستبانة قياس متغيري البحث، بما ينسجم مع منهجية البحث، إذ قام الباحثان بتوزيع الاستبانة على أفراد العينة المبحوثة، وقد تم استخدام مقياس ليكرت الخماسي، ويعد من أشهر المقاييس استخداماً وذلك لسهولة تطبيقه، وتحليل نتائجه، ويستخدم لمعرفة اتجاهات، وآراء ومواقف أفراد العينة، وتم قياس الصدق الظاهري من خلال عرض الاستبانة على مجموعة من الخبراء المختصين في مجال العلوم الإدارية، وذلك للتأكد من الصدق الظاهري للأداة، وبدأ استطلاع آراء المحكمين حول مدى وضوح كل فقرة من فقرات الاستبانة والأبعاد من حيث المحتوى الفكري والصياغة وتصحيح ما ينبغي تصحيحه مع إضافة أو حذف ما يراه السادة المحكمين مناسبة للدراسة، وفي ضوء الآراء التي قدمها السادة المحكمون قام الباحثان بإجراء التعديلات اللازمة وحسب ما اتفق عليها السادة المحكمين. كما تم التأكد من ثبات الاستبانة باستخدام معامل ألفا كرونباخ، إذ حققت الاستبانة ككل على قيمة ثبات عالية جداً بلغت قيمتها (0.975)، وتدل تلك النتيجة على وجود اتساق داخلي للاستبانة ككل.

المبحث الثاني: الإطار النظري للبحث:

المحور الأول: الحدس الريادي:

أولاً: مفهوم الحدس الريادي:

إن دور مفهوم الحدس الريادي في صنع القرارات التنظيمية قد استدعى اهتمام الباحثين في الثمانينات من القرن الماضي وكان (Weston Agor, 1986) من أوائل الذين بحثوا في هذا المجال في سياق إداري، إذ اكتشف أن كبار المديرين التنفيذيين يمتلكون قدرات حدسية في اتخاذ القرارات الاستراتيجية لكنهم غالباً ما يخفونها عن موظفيهم (Ramirez, 2016:33)، ويعد الحدس الريادي من المفاهيم الحديثة في منظمات ريادة الأعمال وعلم النفس وفي الفلسفة، ولاحظ هربرت سيمون أن الدراسات التي تستخدم الحدس الريادي في صنع القرار الاستراتيجي وتشخيص المشكلات وحلها بسرعه لها أولوية في جدول أعمال البحوث الإدارية (Simon, 1987:61). وينظر إلى مفهوم الحدس الريادي على أنه مستمد من المعرفة الضمنية التي اغنتها وطورتها سنوات التجربة ويستخدم في المواقف الصعبة والتي تحتاج إلى ردود فعل سريعة بدون الحاجة إلى موازنة البدائل (Harteis, et. al., 2008:68-69)، بينما عرف (Dellermann, 2021:15) الحدس الريادي بأنه استراتيجية قيمة لاتخاذ القرارات في ظل الظروف البيئية الغامضة وتتكامل هذه الاستراتيجية عادة بحكم شخصي وعاطفي لفرصة الريادية التي تستند على الحدس والخبرة السابقة.

ثانياً: أهمية الحدس الريادي:

1. وتبرز أهمية الحدس الريادي من خلال الأهداف التي يحققها والتي حددها كل من (Umukoro & Okurame,2017:13-14) و(Saiyed & Ricard,2021:174) كالاتي:
 1. يجعل رواد الأعمال قادرين على ربط الأفكار المختلفة والتحليل السريع لمعالجة المعلومات في وقت واحد داخل عقولهم وفهم طبيعة بيئة العمل وكيفية تدارك المخاطر والمواقف التي تحدث في الأسواق.
 2. القدرة على اتخاذ قرارات ارتجالية في العمل في مواجهة المعلومات غير الكاملة والمعارف المحدودة.
 3. يساعد الحدس الريادي على صقل الفرص واستغلالها قبل المنظمات المنافسة وتحقيق الكفاءة الذاتية والرضا في بيئة غير مؤكدة.
 4. يستطيع رواد الأعمال الذين لديهم دوافع للمخاطرة من استكشاف واستغلال مناطق غير مقيدة.
 5. يساعد الحدس الريادي القادة على تحديد الفرص وابتكار منتجات جديدة وتجمع الموارد في بدء الأعمال التجارية وتنميتها في سوق ذات ظروف غير مستقرة نسبياً.
 6. يمكنهم من الاستجابة لاحتياجات الزبائن الحالية وتوقع الاحتياجات والتحديات المستقبلية وتطوير أفكاراً أو منتجات أو خدمات جديدة.

ثالثاً: خصائص الحدس الريادي:

هناك مجموعة من الخصائص الحدس الريادي التي يتميز بها قادة منظمات الأعمال الريادية والتي حددها كل من (Blume & Covin,2011:143-146) وكالاتي:

1. الذكاء العاطفي:

القدرة على تعزيز التفكير في العواطف ، ويكون رواد الأعمال ذوي الذكاء العاطفي العالي قادرين على التمييز بشكل فعال بين المشاعر الناتجة عن العمليات الحدسية مقابل المشاعر الأخرى، وأن القدرة على إدراك وإدارة هذه المشاعر بدقة تمكن رواد الأعمال من الاستفادة الفعالة من مشاعرهم الحدسية بناءً على خططهم الاستراتيجية والاقتصادية الخاصة بعملية تأسيس المشاريع الريادية، التي تعمل على تطوير قدرات رواد الأعمال على استخدام الحدس الريادي، ليكونوا أكثر قدرة على التكيف مع التغييرات التي تحدثها التطورات التكنولوجية والاتصالات، هذا ما زيادة فرص نجاح وديمومة منظماتهم في البيئة التنافسية.

2. مهارات ما وراء المعرفة:

يشير ما وراء المعرفة إلى معرفة الفرد بالعمليات المعرفية الخاصة به بشكل أكثر فعالية، التي تجعله على وعي بالخطوات التي يقوم بها من أجل تحقيق أداء مهمه معينه، لأنهم قادرين على مراقبة تفكيرهم واندماجهم في عمليات التفكير والتكيف مع افكارهم، وهذا بدوره يساعدهم في فهم متى وأين يكون استخدام الحدس أكثر فعالية عندما يواجهون مشاكل معقدة في مجال عملهم، والذي يؤثر على فعالية اتخاذ القرار الحدسي.

3. خبرة المديرين:

المحرك الأساسي لأداء المنظمات، ومن خلال هذه الخبرة الواسعة يكتسب المديرين رؤية كبيرة للحلول الفعالة التي تمكنهم من ترجمة متطلبات الزبائن واحتياجاتهم بسهولة ويساعد العاملين على حل المشكلات التي تواجههم أثناء العمليات الإنتاجية تحت ضغط الوقت ويسعون جاهدين من (199)

الاستفادة من خبراتهم وتجربهم الأخطاء السابقة التي وقعوا فيها، مع ذلك تمكنهم من ترجمة هذه الخبرة إلى أفكار أو معرفة جديدة.

رابعاً: أبعاد الحدس الريادي:

تم اختيار هذه الأبعاد بالاعتماد على نموذج (Umukoro & Okurame)، لأنها الأقرب وأكثر توافقاً مع ميدان الدراسة وأهدافها وفرضياتها والمتمثلة بالآتي:

١. البراعة الاستراتيجية:

بأن البراعة الاستراتيجية قدرة القيادات الإدارية على استكشاف الفرص جديدة واستغلال جميع مواردها المادية والبشرية لمواجهة التحديات التي تواجه المنظمات في البيئات الديناميكية والتكيف مع كل تلك المتغيرات من خلال اتخاذ الخيارات الاستراتيجية لمواجهة تلك التغيرات البيئية (Ramukumba,2017:20).

٢. المبادرة (الاستباقية):

ويعرف (Massis,et.al.,2014:1) المبادرة (الاستباقية) جهود المنظمات لاغتنام الفرص الجديدة التي تكون أول من يتوقع متطلبات السوق المستقبلية وتشكيل بيئات أعمالها الخارجية بأكثر قدرة، ومصدر رئيسي للنمو والأداء المستدام للعديد من المنظمات العالمية. وعرفت المبادرة (الاستباقية) بأنها أخذ المبادرة في تحسين الظروف الحالية وهي تتطوي على تحدي الوضع الراهن بدلاً من التكيف بشكل سلبي مع الظروف الحالية، لذلك تعد المبادرة (الاستباقية) هي مبادرة ذاتية وتتضمن إجراءات موجهة نحو المستقبل تهدف إلى تغيير وتحسين الذات أو الوضع الحالي للمنظمة (Presbitero,2015:525).

٣. الميل لتحمل المخاطر:

والميل لتحمل المخاطر سمة اساسية للمنظمات الريادية للاستثمار في أسواق البلدان ذات المخاطر الدولية الكبيرة التي تتأثر بنتائج التجربة السابقة والظروف الحالية في سياق تنظيمي وتقديم رؤى جديدة حول الآثار السلوكية المتغيرة للمخاطر المنظمة التي يمكن التحكم بها والتي لا يمكن التحكم بها (Buckley,et.al.,2018:153-154).

٤. إدراك واقتناص الفرص:

إن إدراك واقتناص الفرص جزء لا يتجزأ من ريادة الأعمال، وإن الأفراد الرياديين الذين يتمتعون بإمكانيات ومهارات عالية لإدراك واقتناص الفرص يقودون نجاح منظماتهم في بيئات متغيرة باستمرار بمرور الوقت، ولديهم كذلك القدرة على ادراك فكرة جديدة وتحويلها إلى فرص ريادية تضيف قيمة وتدر إيرادات للمنظمة في بيئة تنافسية، وإن الفرص تتعلق بالتجربة والتعلم المستمر من خلال الاستفادة من الموارد المتاحة (Wasdani & Mathew,2014:1-2). وعرف إدراك واقتناص الفرص (Kuckertz,et.al.,2017:79) إنها احتياجات الزبائن والسوق التي لم يتم تلبيتها وتوفر معلومات جديدة وموارد الخام النادرة للمنظمات والتي تظهر عند حدوث تغيير أو عندما تكون الاسواق مضطربة، وذلك لتطوير منتج او خدمة بناء على فرصة ريادية متصورة.

المحور الثاني: النجاح الاستراتيجي:

أولاً: مفهوم النجاح الاستراتيجي:

تواجه منظمات الأعمال تحديات كبيرة بسبب المنافسة المتزايدة والتغير السريع في البيئة التي تعمل فيها، لذلك لجأت المنظمات إلى استخدام العديد من المنهجيات والفلسفات الإدارية الحديثة لضمان بقاء ونجاح أعمالها، وبذلك احتل مفهوم النجاح الاستراتيجي مكانة مهمة، وكان التركيز في الفكر التنظيمي على مفاهيم الكفاءة والفاعلية للحكم على نجاح المنظمات. يعتمد نجاح أي منظمة على مقدار استثمارها في لتعلم ونقل المعرفة الجديدة ووضع التنفيذ، وعلى قدرتها على صياغة استراتيجية جيدة تسمح لها بتحقيق أهدافها طويلة المدى التي تتوافق مع رؤية ورسالة ومهمة المنظمة، وهذا يسمح للمنظمة بالحصول على مزيد من الاستقرار والبقاء وتحقيق ركائز النجاح الاستراتيجي (Abuzaid,2018:644)، وأشار (Chankoson,2019:95) بأنه يمكن للمنظمة أن تحقق نجاحاً استراتيجياً من خلال إيلاء الأهمية لمكانة السوق والجودة والتغيير الجديد والمسؤولية الاجتماعية والموارد البشرية والموارد المالية والمادية والربحية طويلة الأجل. والقدرة على مواجهة الفشل والكشف عن القدرة التنظيمية لتحدي الصعوبات، وتطوير البيئة الداخلية للمنظمة ودعم التطوير من خلال توفير الأموال اللازمة لشراء المعدات اللازمة والمتقدمة ومواكبة التطورات التكنولوجية السريعة، والقدرة على تطوير البرامج التدريبية مع اعتماد نظام حوافز عادل ومشجع لاكتساب مهارات وخبرات جديدة وتطويرها التي تساهم في عملية النجاح المنظمي المستدام (Ahmeda,2020:1186).

ثانياً: أهمية النجاح الاستراتيجي:

تكمن أهمية النجاح الاستراتيجي على المستويات الآتية: (Mahdi,et.al.,2020:180) و (Resin & Saeed,2021:5449)

١. على مستوى المنظمة:

- يساعد المنظمات على تطوير استراتيجية مختلفة وجذب الزبائن وتحقيق ميزة تنافسية مستدامة.
- المنظمات تسعى من خلال النجاح الاستراتيجي إلى زيادة الأرباح والإيرادات.
- تمكين المنظمات من تعزيز كفاءتها التنظيمية وفعاليتها من خلال نهج منظم لإدارة أنشطتها.

٢. على مستوى العاملين:

- رفع مستوى أداء الموظفين واستثمار قدراتهم وإمكاناتهم بما يساعدهم على التقدم والتطور.
- تقديم منتجات وخدمات عالية الجودة للزبائن من خلال بناء المهارات واتباع سياسة التحفيز لها من أهمية في زيادة الابتكار.
- تشجيع العاملين على الابتكار والإبداع وتقديم منتجات وخدمات متميزة بدرجة عالية جداً.

ثالثاً: قياس مؤشرات النجاح الاستراتيجي:

هناك مجموعة من المؤشرات المختلفة التي قدمها الباحثين كمعايير يمكن الاستناد إليها في تحديد مستويات ودرجة النجاح الاستراتيجي للمنظمة، وتلك المؤشرات حددها كل من: (ابراهيم، 2017:214-215).

١. كفاءة المنظمة في جودة العمل:

تعمل المنظمة على تقديم خدمة تكون علاقات مع الزبائن طويلة الأمد، ومن الضروري الاستماع الى الزبائن لمعرفة وفهم احتياجاتهم ورغباتهم والعمل على اشباعها، مما يساعد المنظمات في المحافظة على رضا زبائنهم وجذب العديد من الزبائن فأصبحت أهمية جودة العمل كقرار يتولاه مديرو العمليات في منظمات الخدمة وهدف تسعى المنظمات لبلوغه، فإن جودة العمل توضح الخصائص والصفات المميزة التي يجب توفرها في عناصر العمل الذي يحقق لها المواءمة مع الغرض الذي وجدت لأجله.

٢. الابداع والابتكار:

يمثل الابداع والابتكار القلب النابض للمنظمات المعاصرة التي تعني استباق التغيرات البيئية الخارجية من خلال قياداتها الإدارية عن طريق قدراتهم العقلية التي تمكن المنظمات من توليد القيمة الابداعية، وهي جوهر النجاح الاستراتيجي للمنظمة، والتي تنقل المنظمات من الأسواق المحلية إلى الأسواق العالمية، لذلك تمارس المنظمات المتميزة الابتكارات التي تقدم مبادراتها قبل المنافسين في بيئته مهامها، ويستوجب من المنظمات الابداع والتعلم المستمر وتطوير القدرات الابداعية التي من خلالها تضيف قيمة للزبون.

٣. مهارات العاملين:

تعد مهارات العاملين الجزء الأكبر من الكفاءات الأساسية للمنظمات المتميزة، لذلك يحرص كبار المدبرون على تطوير بعض المهارات عن طريق تنظيم دورات تدريبية ورش عمل متنوعة، إذ يحتاج المدراء للقدرات و للمهارات العاملين لمواجهة التغيرات التي تحصل في الأسواق التي تتطلب استمراراً في ابتكارات المنتجات والخدمات والتي تعمل على تلبية توقعات واحتياجات زبائنهم.

رابعاً: أبعاد النجاح الاستراتيجي:

لقد اعتمدت الدراسة الحالية أبعاد (البقاء والتكيف والنمو والتعلم المستمر) لأنها الأقرب والأكثر انسجاماً مع ميدان الدراسة وفرضياتها وأهدافها بالاعتماد على نموذج كل من (الكبيسي وحسن، ٢٠١٧:٣) و(حسين، ٢٠٢٠:٣) وكالاتي:

١. البقاء:

هدف منظمي تسعى المنظمات إلى تحقيقه من خلال مواكبة التغيرات التي تحدث في البيئة المحيطة، إذ تتلاشى المنظمات وتختفي من الوجود عندما لا تكون قادرة على إشباع حاجة في المجتمع والاستجابة لها، مع ذلك على المنظمة ترسيخ جذورها في البيئة التي تعمل داخل حدودها من خلال تعزيز سمعتها في السوق وتقوية علاقتها مع الأطراف ذات العلاقة بعملياتها، لضمان تقديم الدعم الكافي لها في أوقات الأزمة، ومن ثم التغلب على الصعوبات لاستمرارية عملياتها وبقائها لأطول فترة ممكنة.

٢. التكيف:

يرى (Haleg,2021:521) بأن التكيف هو المقياس الحقيقي للنجاح الاستراتيجي للمنظمات الذي يقاس بقدرتها على التكيف مع بيئتها الداخلية والخارجية، وان جوهر التكيف هو الثقافة والقيم

التي تؤمن بها المنظمة، لذلك يرى بعض الباحثين ان التكيف هو قدرة المنظمة على التنبؤ بالمشكلات البيئية الخارجية والداخلية التي ستواجهها في المستقبل، ويجاد سبل للرقابة عليها.

٣. النمو:

إن النمو هو قدرة المديرين على إدارة عملية النمو بفعالية، ويتطلب استراتيجيات النمو الفعالة تخطيطاً منهجياً دقيقاً، وتفكر معظم المنظمات الصغيرة إلى الموارد اللازمة للقيام بذلك، وغالباً ما يتم تحديد وتيرة النمو المستقبلي داخل منظمة من خلال التزامها بتطوير المنتجات والأسواق لاستغلال الفرص التي تزيد حجم المنظمة ونطاقها، لذا يجب على أصحاب المشاريع الذين يرون فرصة للنمو أن يأخذوا في الحسبان إمكانات توسع المنظمة، ويجب موازنة الفرص الاستراتيجية بموارد المنظمة وقدرتها على بناء ميزة تنافسية مستدامة من هذه الموارد (Mazzarol, et.al., 2009:323).

٤. التعلم المستمر:

يتطلب الأمر إجراءات معرفية لتشجع الموظفين على التعلم باستمرار طوال فترة عملهم في المنظمة، فإن إجراءات الثقافة التي تحدد عملية التعلم التنظيمي متأصلة في الأفكار والعواطف والنظرة الفكرية بطريقة تمكن للأفراد من التعلم باستمرار من بعضهم البعض، وتعليم بعضهم البعض، وعلى أساس يومي، وبهذا تتطلب عملية التعلم المستمر من الموظفين التحول من التدريب الرسمي غير المنتظم إلى التدريب اليومي، وبالتالي فإن التعلم المستمر هو الرغبة في تجربة شيء جديد وتجربة شيء القديم بطريقة جديدة (Polo, et.al., 2019:514).

المبحث الثالث: الجانب الميداني:

بغية استجلاء آراء أفراد العينة المبحوثة فقد اعتمد الباحث لمعالجة البيانات التي تم جمعها بواسطة الاستبانة على التكرارات والنسب المئوية والوسط الحسابي والانحراف المعياري كقياس لإجابات أفراد العينة المبحوثة، ومدى إمكانية تطبيق اختبارات الفرضيات للوصول إلى نتائج ملائمة، وتقديم الاستنتاجات والتوصيات المناسبة للدراسة، وكما مبين أدناه:

أولاً: النتائج الوصفية للحدس الريادي:

نلاحظ من نتائج الجدول (1) أن مستوى ممارسة القيادات الإدارية للحدس الريادي من وجهة نظر المبحوثين في كافة الشركات، جاءت بمستوى أهمية مرتفعة. وكما جاء الحدس الريادي من حيث الأهمية النسبية (82.4%) عند مستوى أهمية مرتفعة بالمرتبة الأولى في شركة أسياسيل بوسط حسابي عام قدره (4.122) وما يؤكد هذه النتيجة قيمة الانحراف المعياري ككل بلغ (0.550)، الذي يشير إلى التشتت المنخفض الأقل من واحد صحيح في إجابات أفراد العينة المبحوثة، أي هناك تقارب في وجهات نظرهم نحو ممارسة الحدس الريادي من قبل القيادات الإدارية في الشركة، وتليها شركة زين للاتصالات بالمرتبة الثانية، وبالمرتبة الأخيرة جاءت شركة كورك. أما على مستوى الأبعاد جاءت جميعها بمستوى أهمية مرتفعة، ولكن تختلف في ترتيب أهميتها، على المستوى الشركات جاء بالمرتبة الأولى بُعد (البراعة الاستراتيجية) في شركة أسياسيل بوسط حسابي قدره (4.303) وبمستوى أهمية نسبية (85.1%) وما يؤكد هذه النتيجة قيمة الانحراف المعياري بلغ (0.533)، الذي يشير إلى التشتت المنخفض الأقل من واحد صحيح في إجابات أفراد العينة المبحوثة، أي هناك تقارب في وجهات نظرهم نحو بُعد البراعة الاستراتيجية من

قبل القيادات الإدارية في الشركة، وتأتي بالمرتبة الثانية شركة زين العراق، أما شركة كورك حصلت على المرتبة الأخيرة، كما جاء بعد المبادأة (الاستباقية) بالمرتبة الأولى في شركة زين العراق بوسط حسابي قدره (4.119) وبمستوى أهمية نسبية (82.3%) وما يؤكد هذه النتيجة قيمة الانحراف المعياري بلغ (0.644)، الذي يشير إلى التشتت المنخفض الأقل من واحد صحيح في إجابات أفراد العينة المبحوثة، أي هناك تقارب في وجهات نظرهم نحو بعد المبادأة (الاستباقية) من قبل القيادات الإدارية في الشركة، وتأتي بالمرتبة الثانية شركة آسياسيل، أما شركة كورك حصلت على المرتبة الأخيرة، أما بعد الميل لتحمل المخاطر جاء بالمرتبة الأولى في شركة كورك بوسط حسابي قدره (3.928) وبمستوى أهمية نسبية (78.5%) وما يؤكد هذه النتيجة قيمة الانحراف المعياري بلغ (1.002)، الذي يشير إلى التشتت المرتفع الأكبر من واحد صحيح في إجابات أفراد العينة المبحوثة، أي هناك تباعد وعدم تجانس في وجهات نظرهم نحو بعد الميل لتحمل المخاطر من قبل القيادات الإدارية في الشركة، إلا أنه مازال يتمتع بمستوى اجابات مرتفع حسب إجابات أفراد العينة، وتأتي بالمرتبة الثانية شركة آسياسيل، أما شركة زين العراق حصلت على المرتبة الأخيرة، حصلت على المرتبة الأخيرة، وأخيراً بعد إدراك واقتناص الفرص جاء بالمرتبة الأولى في شركة آسياسيل بوسط حسابي قدره (4.216) وبمستوى أهمية نسبية (84.3%) وما يؤكد هذه النتيجة قيمة الانحراف المعياري بلغ (0.655)، الذي يشير إلى التشتت المنخفض الأقل من واحد صحيح في إجابات أفراد العينة المبحوثة، أي هناك تقارب في وجهات نظرهم نحو بعد إدراك واقتناص الفرص من قبل القيادات الإدارية في الشركة، وتأتي بالمرتبة الثانية شركة زين العراق، أما شركة كورك حصلت على المرتبة الأخيرة، وجاءت الانحرافات المعيارية لجميع الأبعاد أقل من الواحد الصحيح التي تشير إلى مستوى التشتت المنخفض، وهذا ما يعكس التقارب والتجانس في إجابات أفراد عينة الدراسة ومدى تصورهم لفاعلية الحس الريادي الذي تمارسه إدارة شركات الاتصالات العراقية.

الجدول (1) نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة عن أبعاد الحس الريادي بالنسبة للشركات

المرتبة	الأهمية النسبية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الأبعاد	ت	اسم الشركة
1	%81.7	0.862	4.086	البراعة الاستراتيجية	1	كورك
3	%80.2	0.969	4.010	المبادأة (الاستباقية)	2	
4	%78.5	1.002	3.928	الميل لتحمل المخاطرة	3	
2	%81.4	0.870	4.071	إدراك واقتناص الفرصة	4	
الحس الريادي						
3	%80.4	0.878	4.024			زين
1	%84.1	0.613	4.206	البراعة الاستراتيجية	1	
3	%82.3	0.644	4.119	المبادأة (الاستباقية)	2	
4	%75.9	0.593	3.796	الميل لتحمل المخاطرة	3	
2	%82.9	0.636	4.146	إدراك واقتناص الفرصة	4	
الحس الريادي						
2	%81.3	0.569	4.067			آسياسيل
1	%86	0.533	4.303	البراعة الاستراتيجية	1	
3	%82.2	0.702	4.113	المبادأة (الاستباقية)	2	
4	%77.1	0.478	3.855	الميل لتحمل المخاطرة	3	
2	%84.3	0.655	4.216	إدراك واقتناص الفرصة	4	
الحس الريادي						
1	%82.4	0.550	4.122			

المصدر: الجدول من إعداد الباحثان اعتماداً على مخرجات برنامج (SPSS.Ver23).

ثانياً: التحليل الوصفي لمتغير النجاح الاستراتيجي:

نلاحظ من نتائج الجدول (2) أن مستوى ممارسة القيادات الإدارية النجاح الاستراتيجي من وجهة نظر المبحوثين في كافة الشركات، جاءت بمستوى أهمية مرتفعة. وكما جاء النجاح الاستراتيجي من حيث الأهمية النسبية ككل بلغ (84.0%) بالمرتبة الأولى في شركة آسياسيل بوسط حسابي عام قدره (4.200) عند مستوى أهمية مرتفع جداً. وما يؤكد هذه النتيجة قيمة الانحراف المعياري ككل بلغ (0.584)، الذي يشير إلى التشتت المنخفض الأقل من واحد صحيح في إجابات أفراد العينة المبحوثة، أي هناك تقارب في وجهات نظرهم نحو ممارسة النجاح الاستراتيجي من قبل القيادات الإدارية في الشركة، وتليها شركة زين للاتصالات، وبالمرتبة الأخيرة جاءت شركة كورك. أما على مستوى الأبعاد جاءت جميعها بمستوى أهمية مرتفعة، ولكن تختلف في ترتيب أهميتها، على المستوى الشركات جاء بالمرتبة الأولى بُعد البقاء في شركة آسياسيل بوسط حسابي قدره (4.402) وبمستوى أهمية نسبية (88.0%) وما يؤكد هذه النتيجة قيمة الانحراف المعياري بلغ (0.530)، الذي يشير إلى التشتت المنخفض الأقل من واحد صحيح في إجابات أفراد العينة المبحوثة، أي هناك تقارب في وجهات نظرهم نحو بعد البقاء من قبل القيادات الإدارية في الشركة، وتأتي بالمرتبة الثانية شركة زين العراق، أما شركة كورك حصلت على المرتبة الأخيرة، كما جاء بُعد التكيف بالمرتبة الأولى في شركة آسياسيل بوسط حسابي قدره (4.186) وبمستوى أهمية نسبية (83.7%) وما يؤكد هذه النتيجة قيمة الانحراف المعياري بلغ (0.654)، الذي يشير إلى التشتت المنخفض الأقل من واحد صحيح في إجابات أفراد العينة المبحوثة، أي هناك تقارب في وجهات نظرهم نحو بُعد التكيف من قبل القيادات الإدارية في الشركة، وتأتي بالمرتبة الثانية شركة زين العراق، أما شركة كورك حصلت على المرتبة الأخيرة، أما بُعد النمو جاء بالمرتبة الأولى في شركة آسياسيل بوسط حسابي قدره (4.266) وبمستوى أهمية نسبية (85.3%) وما يؤكد هذه النتيجة قيمة الانحراف المعياري بلغ (0.646)، الذي يشير إلى التشتت المنخفض الأقل من واحد صحيح في إجابات أفراد العينة المبحوثة، أي هناك تقارب في وجهات نظرهم نحو بُعد النمو من قبل القيادات الإدارية في الشركة، وتأتي بالمرتبة الثانية شركة زين العراق، أما شركة كورك حصلت على المرتبة الأخيرة، وأخيراً بُعد التعلم المستمر جاء بالمرتبة الأولى في شركة زين العراق بوسط حسابي قدره (4.078) وبمستوى أهمية نسبية (81.5%) وما يؤكد هذه النتيجة قيمة الانحراف المعياري بلغ (0.691)، الذي يشير إلى التشتت المنخفض الأقل من واحد صحيح في إجابات أفراد العينة المبحوثة، أي هناك تقارب في وجهات نظرهم نحو بعد التعلم المستمر من قبل القيادات الإدارية في الشركة، وتأتي بالمرتبة الثانية شركة كورك، أما شركة آسياسيل حصلت على المرتبة الأخيرة، كما جاءت الانحرافات المعيارية لجميع الأبعاد أقل من الواحد الصحيح التي تشير إلى مستوى التشتت المنخفض، وهذا ما يعكس التقارب والتجانس في إجابات أفراد عينة الدراسة ومدى تصورهم لأهمية النجاح الاستراتيجي الذي تمارسه إدارة شركات الاتصالات العراقية.

الجدول (2) نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة عن أبعاد النجاح الاستراتيجي بالنسبة للشركات

المرتبة	الأهمية النسبية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الأبعاد	ت	اسم الشركة
2	%78.6	1.071	3.933	البقاء	1	كورك
4	%77.3	1.058	3.867	التكيف	2	
3	%78.1	0.978	3.904	النمو	3	
1	%78.9	1.043	3.949	التعلم	4	
3	%78.6	0.801	3.913	النجاح الاستراتيجي		
1	%84.9	0.575	4.247	البقاء	1	زين
2	%82.6	0.651	4.133	التكيف	2	
3	%82.1	0.644	4.106	النمو	3	
4	%81.5	0.691	4.078	التعلم	4	
2	%82.8	0.606	4.141	النجاح الاستراتيجي		
1	%88.0	0.530	4.402	البقاء	1	آسياسيل
3	%83.7	0.654	4.186	التكيف	2	
2	%85.3	0.646	4.266	النمو	3	
4	%78.8	0.755	3.944	التعلم	4	
1	%84.0	0.584	4.200	النجاح الاستراتيجي		

المصدر: الجدول من إعداد الباحثان اعتماداً على مخرجات برنامج (SPSS.Ver23).

ثالثاً: اختبار فرضيات علاقة الارتباط:

نلاحظ من خلال النتائج الظاهرة في الجدول (3) إن هناك علاقة ارتباط معنوية بين الحدس الريادي والنجاح الاستراتيجي بأبعاده، إذ بلغ معامل الارتباط بين الحدس الريادي والنجاح الاستراتيجي (0.950) عند مستويات دلالة معنوية (0.01؛ 0.05)، وهي قيمة موجبة قوية جداً تشير إلى اتجاه العلاقة الطردية بين المتغيرين، وعلى مستوى الأبعاد الفرعية للنجاح الاستراتيجي كانت أعلى علاقة ارتباط لُبعد (الحدس الريادي والتكيف) بلغت (0.935) وأدنى علاقة ارتباط كانت بين (الحدس الريادي والتعلم)، إذ بلغت (0.871) ولكن تلك العلاقات كانت إيجابية وقوية جداً. أي بمعنى كلما اهتمت إدارات شركات الاتصالات العراقية في ممارسة الحدس الريادي من حيث استشعار وإدراك المعلومات المهمة الموجودة خارج نطاق العمليات المعرفية حول حدث مستقبلي سيؤدي إلى تعزيز النجاح الاستراتيجي بأبعاده، وبالتالي تؤكد هذه النتيجة صحة الفرضية الرئيسة الأولى بصيغة الإثبات التي تنص على: توجد علاقة ارتباط معنوية بين الحدس الريادي وتحقيق النجاح الاستراتيجي على المستوى الكلي وعلى مستوى الأبعاد الفرعية في الشركات المبحوثة.

الجدول (3) اختبار (Pearson) بين الحدس الريادي والنجاح الاستراتيجي وأبعاده

المتغير التابع	الارتباط والدلالة	البقاء	التكيف	النمو	التعلم	المؤشر لكل
الحدس الريادي	Pearson correlation (R)	**0.886	**0.935	**0.905	**0.871	**0.950
	Sig (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	1.38	1.38	1.38	1.38	1.38

المصدر: الجدول من إعداد الباحثان اعتماداً على مخرجات برنامج (SPSS.Ver23).

خامساً: اختبار فرضيات التأثير:

نلاحظ من نتائج الجدول (4) ان درجة معامل التحديد (R^2) بلغت (0.902)، وهي القوة التفسيرية التي تفسر ما نسبته (90.2%) من التباين الحاصل في النجاح الاستراتيجي لدى شركات الاتصالات العراقية ناتج عن التغييرات الحاصلة في ممارسة القيادات الإدارية للحمدس الريادي محل الدراسة، وكذلك معامل التحديد المصحح (R^2 Adjusted) بلغ قيمته (0.921) وهو القوة التفسيرية الصافية التي تؤثر في النجاح الاستراتيجي بعد التخلص من الأخطاء المعيارية في نموذج الدراسة، وعلى مستوى الأبعاد الفرعية للحمدس الريادي جميعها لها تأثير في النجاح الاستراتيجي، إذ بلغت أعلى قيمة معامل الانحدار (β) لإدراك واقتناص الفرص (0.470)، ويليهما بعد المبادأة (الاستباقية)، ومن ثم جاء بعد البراعة الاستراتيجية، وأخيراً جاء بعد الميل لتحمل المخاطرة، وما يؤكد هذه النتائج قيمة (t) للأبعاد التي بلغت (8.575؛ 3.944؛ 3.072؛ 3.679) على التوالي عند درجة حرية (4,133) وهي أكبر من قيمتها الجدولية (1.984) وهي معنوية عند مستوى دلالة (0.00) أقل من مستوى الدلالة المعنوية (0.05)، وهذا يعني أن الزيادة بمقدار درجة واحدة في مستوى الاهتمام من قبل ادارت شركات الاتصالات العراقية في أبعاد الحمدس الريادي سيؤدي إلى تحقيق النجاح الاستراتيجي لدى الشركات، وما يؤكد جميع تلك النتائج قيمة (F) لأنموذج الانحدار، إذ بلغت (401.72) عند درجة حرية (4,133) وهي أكبر من قيمتها الجدولية (3.94) وهي معنوية عند مستوى دلالة إحصائية (0.00) أقل من مستوى الدلالة المعنوية (0.05)، وبالتالي تقبل الفرضية الرئيسية الثانية بصيغة الاثبات التي تنص على: يوجد تأثير معنوي للحمدس الريادي بأبعاده في تحقيق النجاح الاستراتيجي على المستوى الكلي وعلى مستوى الأبعاد في الشركات المبحوثة.

الجدول (4) نتائج أثر الحمدس الريادي بأبعاده في النجاح الاستراتيجي

الدلالة الإحصائية	معاملات الانحدار		تحليل التباين ANOVA		Model Summary		المتغير التابع
	T المحسوبة	معامل الانحدار الخطي β	Sig* الدلالة الإحصائية	F المحسوبة	Adjusted R^2	R^2	
0.00	3.072	0.186	البراعة الاستراتيجية	401.72	0.921	0.902	النجاح الاستراتيجي
0.00	3.944	0.211	المبادأة (الاستباقية)				
0.00	3.679	0.155	الميل لتحمل المخاطر				
0.00	8.575	0.470	إدراك واقتناص الفرص				

المصدر: الجدول من إعداد الباحثان اعتماداً على مخرجات برنامج (SPSS.Ver23).

المبحث الرابع: الاستنتاجات والتوصيات:

في ضوء نتائج التحليل الإحصائي الوصفي لمتغيرات البحث واختبار الفرضيات، قدم الباحثان جملة من الاستنتاجات والمقترحات.

أولاً: الاستنتاجات:

بنيت على أساس نتائج البحث التي تم التوصل إليها، من أجل الإجابة على الأسئلة المنبثقة من إشكالية الدراسة وأهدافها وتعرض مرتبة حسب ما تم ذكره، كالآتي:

١. بينت نتائج التحليل الوصفي أن إدراك إدارة شركات الاتصالات حول أهمية ممارسة الحمدس الريادي جاء عند مستوى ممارسة مرتفع للمتغير ككل، وكذلك لكل بُعد من الأبعاد الفرعية، (٢٠٧)

- وتفسر الدراسة تلك النتيجة إلى أن إدارة الشركات لديها تصور كافٍ إلى حد ما عن الحدس الريادي من خلال قدرتها على رؤية وإحساس واستغلال الفرض من أجل خلق قيمة من خلال العمليات الديناميكية التي خارج نطاق العمليات المعرفية في العقل وتعد قدرة فطرية مكتسبة لدى الفرد. وفيما يتعلق بالأبعاد الفرعية للحدس الريادي.
٢. أظهرت نتائج التحليل الوصفي للدراسة أن الإدراك بخصوص النجاح الاستراتيجي الذي يمكن شركات الاتصالات العراقية تحقيقه جاء بمستوى تقييم مرتفع جداً للمتغير ككل، وكذلك للأبعاد الفرعية الأربعة المكونة لهذا المتغير، وتفسر الدراسة هذه النتيجة بأن لدى إدارة شركات الاتصالات التصور الكافي عن ما تقدمه من منتجات وخدمات من خلال قدرة الشركات على النمو في ظل المتغيرات البيئية في عملياتها وأنشطتها عبر التعلم المستمر من أجل البقاء والتكيف لضمان التميز والتفوق، مما يؤثر بشكل عام على نجاحها الاستراتيجي مع منافسيها في السوق، وفيما يتعلق بالأبعاد الفرعية للنجاح الاستراتيجي.
٣. بينت نتائج الدراسة وجود علاقة ارتباط معنوية بين الحدس الريادي والنجاح الاستراتيجي بأبعاده وهي علاقة ارتباط ايجابية قوية جداً وعلى مستوى الأبعاد الفرعية للنجاح الاستراتيجي كانت جميعها لها علاقة ارتباط معنوية مع الحدس الريادي، وتفسر الدراسة تلك النتيجة إلى انه كلما اهتمت إدارة شركات الاتصالات العراقية في ممارسة الحدس الريادي الذي يتمثل في القدرة على استشعار الفرص واقتناصها بشكل مستمر قبل منافسيها سيؤدي إلى تحقيق النجاح الاستراتيجي من حيث البقاء والتكيف والقدرة على النمو في ظل ظروف بيئة مغايرة في المستقبل، وبما يحقق التعلم المستمر من الأخطاء التي تحدث في سوق الاتصالات.
٤. تشير نتائج التحليل الإحصائي وجود أثر ذو دلالة معنوية للحدس الريادي بأبعاده في النجاح الاستراتيجي في شركات الاتصالات العراقية. وكان للإدراك واقتناص الفرص أعلى معامل انحدار يؤثر في النجاح الاستراتيجي، وعليه تتبنى الدراسة الاستنتاج بأن تطبيق استراتيجية الحدس الريادي من قبل إدارات شركات الاتصالات العراقية من خلال اقتناص الفرص الجديدة قبل المنافسين من شأنه أن يؤثر في تحقيق النجاح الاستراتيجي لدى الشركات. وفيما يتعلق بأثر الأبعاد الفرعية للنجاح الاستراتيجي.

ثانياً: المقترحات:

- يتضمن هذا المحور تقديم مجموعة من المقترحات التي يأمل الباحثان ان تفيد المنظمة المبحوثة والمنظمات الأخرى في نفس مجال العمل لمعالجة نقاط الضعف في استقطاب الموارد البشرية لديها وحسب ما أظهرتها نتائج البحث الحالي، وكانت المقترحات كالاتي:
١. حرص ضرورة اهتمام شركات الاتصالات العراقية بالحدس الريادي وبالأخص شركة كورك لحصولها على أقل مستوى أهمية بين الشركات المنافسة.
 ٢. حرص إدارة شركات الاتصالات العراقية في استكشاف والتعرف على ظروف السوق ومعرفة توجهات الزبائن وما هي احتياجاتهم.
 ٣. ينبغي على إدارة الشركات الاتصالات العراقية توظيف اهتمامها نحو الزبائن وتلبية حاجاتهم وكسب رضاهم بشكل مستمر.
 ٤. توجيه إدارة الشركات الاتصالات العراقية في نصب اهتمامهم نحو تحديد احتياجات سوق الاتصالات المستقبلية ومعرفة نقاط الضعف والقوة من اجل معالجتها.

٥. حرص إدارة شركات الاتصالات على مراعاة المخاطر المرتبطة بالبيئة التكنولوجية والمواكبة على احتوائها من الميل لتحمل المخاطرة.
٦. حث إدارة الشركات على الالتزام الواضح نحو تقييم الفرص الجديدة وفق معايير الإيرادات والتكلفة بما يتلائم مع بيئة السوق المتقلبة.
٧. حث إدارة شركات الاتصالات العراقية على تنبؤ رؤية وأهداف استراتيجية واضحة تعزز من قدراتها التنافسية لضمان البقاء في سوق المنافسة.

المصادر والمراجع:

أولاً: المصادر العربية:

١. ابراهيم، مها صباح. (٢٠١٧). البراعة التنظيمية وتأثيرها في تحقيق النجاح الاستراتيجي. مجلة دراسات محاسبية ومالية، ١٢ (٣٩).

ثانياً: المصادر الأجنبية:

2. Abuzaid, A.N. (2018). Employees' Empowerment and its Role in Achieving Strategic Success: A Practical Study on Jordanian Insurance Companies. Jordan Journal of Business Administration, 14(4).
3. Ahmeda, S.F. (2020). Strategic Innovation, Entrepreneurial Orientation and Strategic Success in a Ministry of Water Resources. innovation, 13(9).
4. Blume, B.D. & Covin, J.G. (2011). Attributions to intuition in the venture founding process: Do entrepreneurs actually use intuition or just say that they do?. Journal of Business Venturing, 26(1), 137-151.
5. Buckley, P.J., Chen, L., Clegg, L.J. & Voss, H. (2018). Risk propensity in the foreign direct investment location decision of emerging multinationals. Journal of International Business Studies, 49(2), 153-171.
6. Chankoson, T. (2019). Multilevel causal factors affecting the strategic success of Thai export businesses. Polish Journal of Management Studies, 19.
7. Dellermann, D. (2021). Accelerating Entrepreneurial Decision Making Through Hybrid Intelligence. arXiv preprint arXiv:2105.03365.
8. Haleg, R.A. (2021). The Role of Electronic Management in Achieving Strategic Success: a Field Study at the Directorate of Education in Baghdad. Journal of Administration and Economics, (129).
9. Harteis, C., Koch, T. & Morgenthaler, B. (2008). How Intuition Contributes to High Performance: An Educational Perspective. Online Submission, 5(1), 68-80.
10. Kuckertz, A., Kollmann, T., Krell, P. & Stöckmann, C. (2017). Understanding, differentiating, and measuring opportunity recognition and opportunity exploitation. International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research.
11. Mahdi, M.H., Shaalan, M.A & Hassan, J.A. (2020). The Role of Collaborative Innovation in Supporting Strategic Success: An Exploratory Study of the Opinions of a Sample of Employees in Babylon Bank/Najaf Branch. International Journal of Advanced Science and Technology Vol. 29, No. 3, pp. 171-194.
12. Massis, A., Chirico, F., Kotlar, J. & Naldi, L. (2014). The temporal evolution of proactiveness in family firms: The horizontal S-curve hypothesis. Family Business Review, 27(1), 35-50.
13. Mazzarol, T., Reboud, S. & Soutar, G.N. (2009). Strategic planning in growth oriented small firms. International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, Vol. 15, No. 4, pp. 320-345.
14. Polo, S.M.T., Cegarra-Navarro, J.G., Cillo, V. & Wensley, A. (2019). Overcoming knowledge barriers to health care through continuous learning. Journal of Knowledge Management, Vol. 23, No. 3, pp. 508-526.

15. Presbitero, A. (2015). Proactivity in career development of employees: the roles of proactive personality and cognitive complexity. *Career Development International*.
16. Ramirez, F.E.M. (2016). Team Entrepreneurship: How do Entrepreneurial Founding Teams Form? An Exploration of the Role of Intuition in Entrepreneurial Founding Team Formation.
17. Ramukumba, N. (2017). Building an organizational self-disruption capability for a competitive advantage: an investigation of the organizational antecedents (Doctoral dissertation, University of Pretoria).
18. Resin, N.A. & Saeed, H.K. (2021). The Role of Behavioral Integration of The Senior Management Team in Strategic Success. *Turkish Journal of Physiotherapy and Rehabilitation*, 32, 3.
19. Saiyed, A.A. & Ricard, A. (2021). Entrepreneurial characteristics and internationalisation of new ventures: a study of cognitive factors. *Journal for Global Business Advancement*, 14(2), 166-191.
20. Shah, H.A., Yasir, M., Majid, A. & Javed, A. (2019). Impact of networking capability on organizational survival of SMEs: Mediating role of strategic renewal. *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences (PJCSS)*, 13(3), 559-580.
21. Simon, H.A. (1987). Making management decisions: The role of intuition and emotion. *Academy of Management Perspectives*, 1(1), 57-64.
22. Umukoro, O.S. & Okurame, D.E. (2017). Exogenous determinants of entrepreneurial intuition and the mediatory role of psychological capital among potential youth entrepreneurs. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 7(1), 1-13.
23. Wasdani, K.P. & Mathew, M. (2014). Potential for opportunity recognition along the stages of entrepreneurship. *Journal of global entrepreneurship research*, 4(1), 1-24.