



عدد خاص بالمؤتمر الطلابي الاول
الاستراتيجية التسويقية ودورها في زيادة الانتاجية في شركات التامين
(دراسة تطبيقية في شركة التامين العراقية)

الاستراتيجية التسويقية ودورها في زيادة الانتاجية في شركات التامين
(دراسة تطبيقية في شركة التامين العراقية)

the marketing strategies and their role in increased productivity of the insurance companies

ا.م.د. علاء عبد الكريم البلداوي

هديل ضياء حسين

المعهد العالي للدراسات المحاسبية والمالية / جامعة بغداد

الباحثة

المستخلص

لقد اتجه البحث في اجراءاته حول معالجة بحثية تتضمن ما يمكن اتباعه من استراتيجيات متاحة امام منظمات الاعمال لتحقيق الميزة التنافسية واستمرار منافعها بالشكل الذي يمكن المنظمة من المحافظة على النجاح المتحقق في السباق التنافسي وزيادة الكفاءة الانتاجية.

اما اهداف الدراسة فقد جاءت الدراسة بعدد من الاهداف كان اهمها معرفة العلاقة والتأثير بين متغيرات الدراسة واستعراض اخر ما توصلت اليه الادبيات من اطر فكرية وفلسفية لمتغيرات الدراسة والخروج بتوصيات تستطيع من خلالها المنظمة تحسين ادائها. ومن ثم استعراض اخر ما توصلت اليه الادبيات من مفاهيم الانتاجية وكيفية قياسها و تأثيرها على اعمال الشركة .

اذ تكفل المبحث الاول بمنهجية البحث وتكفل المبحث الثاني باستعراض اهم ما يتعلق بمفهوم استراتيجية التسويق واهميتها وابعادها وما استطاعت الباحثة تجميعه اما المبحث الثالث فقد تكفل باستعراض اهم ما يتعلق بالكفاءة والانتاجية واهميتها وكيفية قياسها واخيرا المبحث الرابع تم فيه التطبيق العملي واستعراض وتحليل بيانات الشركة مستندا في جمع البيانات على اخر الاحصائيات والتقارير السنوية الخاصة بالشركة .

واخيراً خرجت الدراسة باستنتاجات فكرية ونظرية واخرى تطبيقية شخصلت حقيقة وواقع الخطط التسويقية و مؤشرات الانتاجية في الشركة وعينة الدراسة كما قدمت الدراسة توصيات كانت مستوحاة مما توصلت اليه من استنتاجات نظرية وتطبيقية للدراسة . واهم ما توصلت له الدراسة من استنتاجات هي .

١. توفر استراتيجية تسويق متميزة هدفها الاول الولوج في الاسواق الجديدة واستغلال الفرص المتاحة افضل استغلال واستثمار كافة موارد الشركة وتوجيهها صوب تحقيق الانتاج الامثل .

٢ . يوجد اهتمام بالغ في التخطيط وتوزيع المهام الانتاجية واستغلال القوة العاملة والحيلولة دون تدني مستويات انتاجهم .



عدد خاص بالمؤتمر الطلابي الاول
الاستراتيجية التسويقية ودورها في زيادة الانتاجية في شركات التأمين
(دراسة تطبيقية في شركة التأمين العراقية)

٣ . هناك اهتمام بالغ في تطوير وتدريب العاملين بما متاح منه دورات تطويرية لكن نظرا لتطور الشركة واعمالها فهناك حاجة لوجود دورات تدريبية تتلاءم مع الاعمال الجديدة وتمكين العاملين بدرجة جيدة جدا من الأعمال المناطة بهم .

اما اهم التوصيات هي :.

١ . العمل على تطوير بيئة عمل ومتطلبات ملائمة لتحقيق محيط عمل متميز يستطيع إضافة ميزة تنافسية تستطيع الشركة التميز والمنافسة القوية في مجال أعمالها .

٢ . الاعتماد على الطرق الرياضية الحديثة في تصميم ورسم الخطط المستقبلية لاستغلال السوق التأمينية أفضل استغلال .

٣ . تحديد حجم القوى العاملة لمواجهة النمو المستمر و الحاصل في الإنتاج لتحقيق التوازن ما بين مدخلات ومخرجات والمحافظة على نسبة التحسين المستمر في العمل .

٤ . الاهتمام المستمر بتطوير الاستراتيجيات التسويقية وتحديد الفرص المتاحة والأسواق التي من الممكن استغلالها وتحديد التهديدات والصعوبات المستقبلية لتصميم برنامج يمكن الشركة من التغلب عليها وتأكيد ديمومة النمو .

Abstract

Search procedures on the treatment research has tended include what cam followers Astaratejaat available to the business organizations to achieve competitive advantage and continued benefits of the form in which the organization can maintain its success in the race competitive and increase production efficiency.

The objectives of the study , the study came with the number of goals and the most important one the knowledge of the relationship and the influence between the variables of the study and review of the latest literature frameworks intellectual and philosophical to the variables of the study and come up with recommendations that could help the organization improve its performance .

In identifying the importance of the it study came with a number of Values was and the most prominent one was the review of the importance of planning and strategy, and that why researcher wanted to review the latest management literature of ideas , concepts, and a statement of inputs and outputs and the importance to the status of marketing strategies the organization can rely on to improve its performance And then review the latest literature of productivity concepts and how they are measured and their impact on the company's business. the first part, took care of the methodology of research and ensure the second part, reviewed the most important terms of the concept and its importance and dimensions of marketing strategy and that the researcher

عدد خاص بالمؤتمر الطلابي الاول
الاستراتيجية التسويقية ودورها في زيادة الانتاجية في شركات التامين
(دراسة تطبيقية في شركة التامين العراقية)

collected . The third section reviewed the most important terms of efficiency and productivity , relevance and how they are measured and finally the fourth section is the practical application and the review and analysis of company data document in the collection of data depends on the latest Statistics and the annual reports of the company.

finally the study's came up with intellectual and theoretical and applicable conclusions that the diagnosed the truth and the reality of marketing plans and productivity indicators in the company , and the study sample. The study also made recommendations , which were inspired by the conclusions reached by the theoretical and practical study.

المقدمة :

ان سرعة التغيرات الحاصلة في المحيط البيئي اثر على معظم اقتصاديات الدول المتقدمة والمتخلفة في ان واحد وبدرجات متفاوتة وان تنوع وتغير التحديات التي تواجه المنظمات الوطنية اثر على سياسة الاصلاح الاقتصادي كما ان تبني استراتيجيات فعالة في محيط يتميز بالمنافسة القوية وتغير اذواق المستهلك وسرعة التطور التكنولوجي يمكنها من البقاء والنمو، والاستراتيجية الفعالة والكاملة تكمن في التشخيص الداخلي والخارجي لمحيط المنظمة الذي يمكنها من تحديد الفرص والتهديدات ونقاط القوة والضعف وان استغلال تلك الفرص وتجنب التهديدات يتم من خلال امتلاك الشركة لقدرات تنافسية اكبر في جميع المجالات .

وتستند فلسفة التسويق على اشباع حاجات المستهلكين ورغباتهم الحالية والمرتبقة ، وبما ان الانسان منذ فجر التاريخ سعى لاشباع حاجاته المادية التي تتمثل بالماكل والمشرب والملبس لذا فان التسويق يمثل اقدم علم عرفه الانسان منذ وجوده ،الا ان التسويق الحديث لم يكتف باشباع حاجات المستهلكين المادية بل امتد ليشمل اشباع الحاجات النفسية والاجتماعية للمستهلكين وليطبق في مجالات الحياة كافة (في المنتجات والخدمات والسياسة والسياحة) .

ولهذا اعتمدت الباحثة الى إستعراض اخر ما توصلت اليه الادبيات والنشرات العلمية المتخصصة بالتسويق والتامين مع اجراء مقابلات مه ذوي الاختصاصات ، وأعتمدت على شركة التامين العراقية كعينة للبحث لما لها من سمعة وحصّة سوقية كبيرة في مجال التامين وأيضاً ما تمتلكه من كفاءات تسويقية وخبرة كبيرة في هذا المجال .

عدد خاص بالمؤتمر الطلابي الاول
الاستراتيجية التسويقية ودورها في زيادة الانتاجية في شركات التامين
(دراسة تطبيقية في شركة التامين العراقية)

المبحث الأول

منهجية البحث

أولاً: مشكلة البحث

تمثل السمات القيادية للمديرين محط اهتمام عدد كبير من الباحثين خلال القرنين العشرين والحادي والعشرين وقد تركز هذا الاهتمام بتميز استراتيجيات الشركات من سواهم فيما يحملونه من سمات. إلا انه لم يكن هناك اتفاق تام بينهم وكان ذلك بسبب كثرة الدراسات واختلاف وجهات نظر الباحثين تسهم استراتيجيات التسويق بدور مهم في إنتاجية العاملين من خلال تحديد أهم الفرص وكيفية استغلالها ومن ثم تحديد أهم التهديدات والسلبيات ومعالجتها وسيقيس الباحث مدى تأثير استراتيجيات التسويق في إنتاجية العاملين من خلال تحقيق إنتاجية ملائمة تتسجم مع أهداف المنظمة .

وفي ضوء ذلك سيتم صياغة مجموعة من التساؤلات ألعامة والخاصة المتعلقة بالمشكلة وهي كالاتي :

— التساؤلات ألعامة

التساؤل الأول: ما مستوى استراتيجيات التسويق في المنظمة المبحوثة ؟

التساؤل الثاني : ما مستوى الإنتاجية في المنظمة ؟

— التساؤلات الخاصة بالمشكلة

ما اثر استراتيجيات التسويق في إنتاجية العاملين والرواتب والأجور؟

ثانياً: أهمية البحث

يمكن تحديد الأهمية بالفقرات الآتية :

١- تحديد أهم سمات استراتيجيات التسويق.

٢- معرفة مستوى إنتاجية العاملين في المنظمة المبحوثة .

٣- معرفة طبيعة العلاقة ودرجة التأثير بين استراتيجيات التسويق وإنتاجية العاملين في المنظمة .

ثالثاً: أهداف البحث

تتركز أهداف البحث بالاتي :

١- عرض مفهوم استراتيجيات التسويق في المنظمات وأهميته.



عدد خاص بالمؤتمر الطلابي الاول
الاستراتيجية التسويقية ودورها في زيادة الانتاجية في شركات التامين
(دراسة تطبيقية في شركة التامين العراقية)

- ٢- عرض مفهوم الانتاجيه وأهميتها وتحديد المقاييس المعتمدة في الشركة .
- ٣- تحديد درجة العلاقة والأثر بين استراتيجيات التسويق وإنتاجية العاملين.
- ٤- تقديم المقترحات والتوصيات المناسبة إلى عينة البحث.

رابعاً : متغيرات الدراسة

يمكن وصف متغيرات الدراسة على الوجه الآتي :

- ١-المتغير المستقل (استراتيجيات التسويق) .
- ٢-المتغير التابع (إنتاجية العاملين) .

خامساً : أساليب جمع البيانات

١. فيما يخص الجانب النظري فقد تم الاعتماد على الكتب العربية والاجنبية والدوريات المختلفة وكذلك على شبكة الانترنت العالمية.
٢. فيما يخص الجانب التطبيقي اعتمد الباحث على دراسة الحالة وما هو متوفر من بيانات بالاعتماد على الاحصاءيات والتقارير السنوية الخاصة بشركة التامين العراقية .

سادساً : حدود الدراسة

- ١-الحدود المكانية :
وقع الاختيار على شركة التامين العراقية .

٢-الحدود الزمانية :

استغرق البحث مدة قدرها (3) أشهر .

سابعاً :المقاييس الإحصائية المستخدمة

١-النسب المئوية .

٢-الوسط الحسابي .

ثامناً : عينة الدراسة

شركة التامين العراقية وهي إحدى الشركات العريقة والمتميزة في مجال التامين .

عدد خاص بالمؤتمر الطلابي الاول
الاستراتيجية التسويقية ودورها في زيادة الانتاجية في شركات التامين
(دراسة تطبيقية في شركة التامين العراقية)

المبحث الثاني

إستراتيجية التسويق

أولاً : (مفهوم إستراتيجية التسويق) .

يعتبر مصطلح الاستراتيجية من المفاهيم الحديثة في مجال العلوم الادارية حيث بدا وتطور هذا المفهوم في المدرسة العسكرية نتيجة لظهور ما يسمى (بالفن العسكري) وفي منتصف القرن الماضي انتقل الى مجال العلوم الإدارية وان ملامح التخطيط الاستراتيجي برزت في بداية الستينات على يد مجموعة من الباحثين اهمهم (Ansoff & Andrews) وذلك نتيجة للتطور الكبير الذي شهدته بيئة الاعمال وازدياد درجة المنافسة بين المنظمات وتعددها . (النسور، ٢٠١٢، ص١٠٥)

وتعرف إستراتيجية التسويق بأنها جميع الاجراءات الهادفة لتقييم مختلف العوامل البيئية ذات المساس المباشر بالتسويق ، المنافسة ، وكافة العوامل الاخرى المؤثرة على العناصر الاستراتيجية التسويقية بشكل عام وعلى وحدات العمل كل على حدة .(عبيدات، ٢٠٠٢، ص٢٥)

وقد شاع استخدام كلمة الاستراتيجية (strategie) وهي كلمة مشتقة من اصل اغريقي تعني القائد العسكري ، وقد عرف الانسان اول كتاب عن الاستراتيجية قبل ٢٥٠٠ سنة صاغه الحكيم الصيني "سن تزو" تحت عنوان فن الحرب .(David، 1989، p4)

انها عملية تتوقع المنظمة من خلالها الحصول على تغيرات يمكن ان تؤثر على مكانتها التنافسية في المستقبل وفي ضوء ذلك يتم تحديد الاهداف وطريقة التنفيذ وكذلك تخصيص الموارد اللازمة لتلك التغيرات فيما يراها الباحثين (Tomas & Helen) بانها وسيلة تستخدم لتحقيق اهداف المنظمة. (النسور، ٢٠١٢، ص٥٧)

أن نجاح إستراتيجية تسويقية في موقف معين لا يجعلها بالضرورة قادرة على تحقيق النجاح في موقف مغاير ولهذا ينبغي ان تكون الادارة قادرة على تغيير إستراتيجيتها التسويقية كما دعا

الامر وذلك حتى لا تصل المنظمة الى حالة (القصور التسويقي الذاتي) وهو المصطلح الذي يعبر عن حالة عدم قدرة الادارة على التغيير او تطوير إستراتيجيتها التسويقية لتتواءم مع التغيرات التي تحدث في السوق.(Thomas، 1981، p116)

ثانيا : اهمية التخطيط الاستراتيجي للتسويق

عدد خاص بالمؤتمر الطلابي الاول الاستراتيجية التسويقية ودورها في زيادة الانتاجية في شركات التأمين (دراسة تطبيقية في شركة التأمين العراقية)

أن التخطيط الاستراتيجي كأسلوب علمي يرمي الى تحقيق الاهداف الموضوعية بشكل مقبول لكل من طرفي المعادلة ،المنتج من جهة والمستهلك من جهة أخرى ومن خلال وضع التشريعات التي تمنع الاحتكار وتصون حقوق المستهلك ،كما وتبرز الاهمية الكبيرة لتبني مفهوم التخطيط الاستراتيجي في المؤسسات الخدمية الحاجة لفهم ماهية التخطيط الاستراتيجي لانشطة المؤسسات وفعاليتها الانتاجية والبيعية .

فلقد تحولت معظم إدارات المؤسسات الخدمية وخاصة في الدول المتقدمة صناعيا الى محاولة لفهم الدور الاستراتيجي الذي يمكن ان يقوم به التسويق الحديث في عملية تخطيط وتنفيذ الاستراتيجية العامة للمؤسسة الخدمية عن طريق اشراك الممارسين التسويقيين فيها في عمليات التخطيط الستراتيجي والتنفيذ .(عريقات ، ٢٠٠٨ ، ص١٩)

ثالثا: أنواع إستراتيجيات التسويق :

يوجد العديد من النماذج النظرية لاختيار الاستراتيجية على مستوى المنظمة قدمت من أكاديمين واستشارين يتمتعون بالخبرة والمعلومات العالية ، ومن أهم هذه النماذج ما يأتي:

أولا/نموذج "ansoff" لاستراتيجيات السوق (المنتج) : وتحتوي على ثلاث استراتيجيات وهي:

١- استراتيجية اختراق السوق : وتطبق هذه الاستراتيجية عندما يكون هدف الادارة تركيز أنشطتها على زيادة حصة المنظمة في السوق وذلك من خلال تعزيز موقع المنتجات الحالية في نفس الأسواق . (www.12 manager.com)

٢- استراتيجية تنمية السوق : وتطبق هذه الاستراتيجية عند دفع المنتجات الحالية الى الاسواق الجديدة وتركيز الانشطة على الفرص المتاحة في السوق واوزاع المنافسين .

٣- استراتيجية تنمية المنتج : وتتمثل هذه الاستراتيجية في تقديم منتجات جديدة الى الأسواق الحالية ويكون التركيز على تطوير وتحسين مزيج المنتج .(عبود وآخرون ، ٢٠١٣ ، ص٣٢)

ثانيا/ نموذج(PORTIER) للإستراتيجيات العامة:

يفترض PORTIER وجود ثلاث إستراتيجيات يمكن أن تحقق من خلالها المنظمة ميزة تنافسية أكيدة

١. إستراتيجية قيادة التكلفة: هي الإستراتيجية التي تضع المنظمة كأقل المنتجين تكلفة من قطاع الصناعة من خلال الاستثمار الأمثل للموارد والإنتاج بمعايير نموذجية والبيع بالأسعار الرائدة في السوق.(النسور،مصدر سابق،٢٠١٢،ص٥٦)

عدد خاص بالمؤتمر الطلابي الاول
الاستراتيجية التسويقية ودورها في زيادة الانتاجية في شركات التأمين
(دراسة تطبيقية في شركة التأمين العراقية)

٢. إستراتيجية التمييز: من خلال البحث عن التمييز أو الانفراد بخصائص استثنائية مثل الأسعار الشخصية وخدمات ما بعد البيع.

٣. إستراتيجية التركيز: تستند هذه الإستراتيجية على أساس اختيار مجال تنافسي محدود في داخل قطاع الصناعة حيث يتم التركيز على جزء معين من السوق وتكثيف العمل في هذا الجزء، لإبعاد الآخرين ومنعهم من التأثير على المنظمة في حصة هذا الجزء. مثلاً قيام شركة سيارات بالتركيز على إنتاج السيارات الصغيرة. (جالس دوفت، ٢٠٠٢، ص٤٥)

ثالثاً/الاستراتيجيات المختلطة :

تقوم المنظمة في بعض الأحيان بتطبيق خدمة متنوعة من الاستراتيجيات على مستوى وحدات الأعمال التابعة لها على مستوى الاستراتيجيات الوظيفية ويعتبر تطبيق هذا النوع من الاستراتيجيات شائعاً في الشركات الكبرى متعددة الأعمال أو عبارة الحدود حيث تقوم المنظمة بتطبيق استراتيجيات مختلطة في نفس الوقت. (النسور، مصدر سابق، ٢٠١٢، ص٥٧)

رابعاً: طبيعة التخطيط التسويقي الاستراتيجي :

إن تصميم إستراتيجية تسويقية فعالة يتطلب ثلاث قرارات متداخلة هي :

- ١- يجب وضع مجموعة محددة من الاهداف التي ينبغي انجازها في السوق المستهدف مثل حجم محدد من المبيعات او نصيب سوقي معين وهذه الاهداف يجب ان تكون منسقة مع الاهداف الاستراتيجية الشاملة للمنظمة.
- ٢- يجب وضع إستراتيجية تسويقية شاملة لجذب العملاء والحصول على ميزة تنافسية في السوق المستهدف .
- ٣- يجب اتخاذ قرارات بكل عنصر من عناصر البرنامج التكتيكي التسويقي المستخدم لتنفيذ الاستراتيجية التسويقية حيث يجب ان تكون القرارات منسقة داخلياً. (harper،1990،p30)

المبحث الثالث

الكفاءة الإنتاجية (Productivity Efficiency)

تمهيد : -

يعد موضوع الكفاءة الإنتاجية من الموضوعات الأساسية والحيوية التي احتلت مكاناً متميزاً في أدبيات الباحثين والمفكرين، كما نالت أهمية خاصة من قبل مدراء المنشآت والمسؤولين . وتستطيع المنظمة القادرة على تأمين المستلزمات البشرية والمادية والمالية والمعلوماتية بشكل دائم، على تنفيذ المهمات والتطلعات

عدد خاص بالمؤتمر الطلابي الاول الاستراتيجية التسويقية ودورها في زيادة الانتاجية في شركات التأمين (دراسة تطبيقية في شركة التأمين العراقية)

التي تسعى لبلوغها من حيث أمكانية إنتاج المخرجات السلعية والخدمية لإشباع الحاجات المتنامية للزبائن، والمنظمة تكون كفاءة عندما تستطيع استثمار الموارد البشرية والمادية المتاحة لها بشكل أمثل ويوجد في الواقع مدخلان للخروج من دائرة التخلف الاقتصادي، يعتمد المدخل الأول على زيادة الاستثمارات الرأسمالية، بينما يعتمد المدخل الثاني على رفع الكفاءة الإنتاجية، ويعتبر المدخل الثاني من الأهمية لكافة الدول النامية وخاصة تلك التي تعاني من ضغوط وأزمات مالية أو بمعنى آخر ندرة نسبية في رأس المال .

أولاً : (مفهوم الكفاءة الإنتاجية) :

يقصد بالكفاءة الإنتاجية مدى قدرة المشروع على الاستفادة من التسهيلات المادية والبشرية المتاحة للحصول على أكبر عائد بأقل تكاليف ممكنة ، والكفاءة الإنتاجية ما هي في الواقع إ دلالة للمقارنة بين قيمة النتائج المادية والمعنوية التي تتحقق من عملية الإنتاج ، وبين قيمة العناصر المستخدمة في الإنتاج سواء أكانت تلك العناصر طبيعية أم بشرية .

وتعد الكفاءة الإنتاجية للمشروع محصلة لكفاءة استخدام عناصر الإنتاج مجتمعة وليس لكفاءة أحد العناصر إذ أن الترابط بين عناصر الإنتاج المختلفة المستخدمة في تحقيق أهداف المشروع يجعل من الصعب النظر إلى كل عنصر بصورة مستقلة عن بقية العناصر (للحج ، ١٩٩١ ، ص ١١٠ - ١١١) .
ويقصد بالكفاءة الإنتاجية "تحقيق الاستفادة الفضلى من إمكانيات المنظمة بغية الوصول إلى أفضل إنتاج ممكن .

أما على نطاق الدولة فتعني بأنها " استغلال الموارد الاقتصادية القومية على أفضل وجه " (ناصر ، ١٩٧٩ ، ١٢٣) تأسيساً على ما تقدم فإن مفهوم الكفاءة الإنتاجية وفقاً لآراء الكتاب والباحثين على النحو الآتي :-

١- يرى البعض بأنها الاستغلال الأفضل للإمكانيات والطاقات والموارد القائمة سواء أكانت مادية أم بشرية.

٢- ويرى البعض بأنها تعني حسن استغلال الثروات الوطنية من مال وخامات أو أيدي عاملة.

ومن التعاريف السابقة للكفاءة الإنتاجية وجدت الباحثة بأن الكفاءة الإنتاجية تعني "التركيز في استخدام الموارد وكيفية تحقيق أقصى عائد أو نفع ممكن لأجل إنجاز الهدف المنشود بأقل التكاليف وبمعايير الإنتاج (الموارد) نفسها .

لذلك عندما نقول بأن هذه المنظمة كفاءة نقصد بأنها تحقق أهدافها ولكن بأقل التكاليف الممكنة وبالجودة التي تتطابق ومتطلبات المستهلك بالموارد المتاحة نفسها .

عدد خاص بالمؤتمر الطلابي الاول
الاستراتيجية التسويقية ودورها في زيادة الانتاجية في شركات التأمين
(دراسة تطبيقية في شركة التأمين العراقية)

إذن من الممكن أن نستنتج مما تقدم بأن زيادة الإنتاج لا تعني زيادة الكفاءة الإنتاجية دائماً ، بينما زيادة الكفاءة تعني دائماً زيادة الإنتاجية ، لأنها تعبر عن تحقيق زيادة في إنتاج السلع والخدمات بعناصر الإنتاج نفسها أو بأقل منها وبأقصى كفاءة ممكنة .

ثانياً: فوائد الكفاءة الإنتاجية:-

وتكون كالاتي : -

- ١- الاستخدام الأمثل للموارد البشرية والمادية .
- ٢- تقليل التكاليف عن طريق نبذ أساليب الهدر وهذا سينعكس على انخفاض السعر .
- ٣- نتيجة لانخفاض الأسعار تزداد المبيعات وبالتالي تزداد الأرباح . (الطائي ، ٢٠٠١ ، ٧٧)

ثالثاً: العوامل المؤثرة على الكفاءة الإنتاجية : -

ترتبط الكفاءة الإنتاجية ليس فقط بالأداء الوظيفي كمنطلق ذو علاقة بالأفراد العاملين ، بل أيضاً بمستوى التقدم الفني بالنسبة لوسائل الإنتاج ، والمواد الأولية

المستخدمة من حيث الكم والكيف ، ويتوقف الأداء الوظيفي ليس على قدرة العاملين فحسب ، بل على دوافع العمل والحوافز المرتبطة به ، وتعتمد دوافع الأفراد على الظروف الخاصة بالعمل ، فضلاً عن ظروف أخرى خارج العمل وظروف اجتماعية ، وردود الفعل لدى الأفراد .

يمثل العمل على إشباع الحاجات لدى الأفراد العاملين أحد الظواهر الصحية لتحسين مستوى الأداء الوظيفي ، ولكن ليس من الضروري في كل الأوقات أن يكون إشباع الحاجات هو الحافز الوحيد تجاه سلوك الأفراد . فهناك الكثير من الحاجات التي يتم إشباعها بصفة رئيسة عن طريق الدخل المادي ، وخلق حالات الأمان لدى العاملين ، إلى جانب إشباع الكثير من الحاجات الاجتماعية ، وعلى الرغم من هذا فالأمور لاتستقيم نظراً لتعدد الحاجات (اللوح ، ١٩٩١ ، ١٢٠) وهناك عوامل عدة تؤثر على الكفاءة الإنتاجية وأهمها ما يأتي : -

١- العوامل الفنية : -

ترتبط بالتقدم الفني الذي يعد أحد المتغيرات التي تؤثر على مفهوم الكفاءة الإنتاجية من خلال التأثير على الأداء الوظيفي ويتمثل التقدم الفني في نوعية المواد الأولية وطرق الصنع المستخدمة والطرق الوظيفية ، وتشمل العوامل الفنية ما يأتي : -

أ - التقدم الفني والتكنولوجي .

عدد خاص بالمؤتمر الطلابي الاول
الاستراتيجية التسويقية ودورها في زيادة الانتاجية في شركات التامين
(دراسة تطبيقية في شركة التامين العراقية)

- ب - المواد الخام المستعملة .
ج - تصميم وترتيب العمل .
د - طرق وأساليب الإنتاج .

تؤثر العوامل الفنية تأثيرا كبيرا على إنتاجية العامل الواحد ومن ثم الكفاءة الإنتاجية لوحدة العمل في المنظمة

وكذلك تشمل على تطور وتحسين الآلات والمعدات والمواد وحجم المعدات المستخدمة وكفاءتها ونسبة الطاقة المستخدمة وتصميم المكائن والمعدات والمنتج ومدى التكامل بين العمليات الإنتاجية ، وكذلك التطور في استخدام الإدارة العلمية وتأكيدا في استخدام أفضل الخطط وأبسط الأساليب والمقاييس في الإنتاج وتخفيض التلف فيه . (ناصر ، سنة ١٩٧٩ ، ص ١٢٦)

٢- العوامل السلوكية :

ويتمثل بالأداء الوظيفي الناتج من تفاعل عاملي القدرة والدوافع المرتبطة بالسلوك البشري، وتكون القدرة والدوافع متغيران رئيسيين يؤثران على الأداء الوظيفي، فقد تنطوي مكونات الفرد على أعظم القدرات للعمل ، ولكن بدون توافر الدافع للعمل ستندم العلاقة بين القدرات وبين الأداء الوظيفي ، والعكس صحيح فقد يتوافر لدى الفرد الدافع القوي للعمل ، ولكن بدون القدرة على أداء العمل وهنا ستندم العلاقة بين الدافع وبين الأداء الوظيفي ، وعليه فإن الأداء هو عبارة عن محصلة القدرة والدوافع .

$$\text{الأداء} = \text{القدرة} \times \text{الدافع}$$

وكذلك تشمل الأداء الفعلي للعمل والرغبة في العمل ، أن العوامل الإنسانية تؤثر على الإنتاجية من خلال تأثيرها في كيفية أداء الفرد لعمله ، إذ أن استخدام الفرد للآلات بصورة صحيحة سوف يؤثر على كفاءة الآلات ، وبالتالي على الكفاءة الإنتاجية للمنظمة وهناك عوامل عدة تؤثر على قدرة الفرد وعلى أداء عمل معين منها : - (اللحج ، ١٩٩١ ، ١٢٠)

أ - الخبرة العملية .

ب - التدريب .

ج - العوامل الشخصية .

وتمثل الدوافع الاعتبار الرئيس الثاني ذو العلاقة بالأداء الوظيفي وينتج من تفاعل ثلاثة متغيرات هي:-
الظروف الجسمانية والصحية المحيطة بالحياة الوظيفية، والظروف الاجتماعية، وحاجات الأفراد.

عدد خاص بالمؤتمر الطلابي الاول
الاستراتيجية التسويقية ودورها في زيادة الانتاجية في شركات التامين
(دراسة تطبيقية في شركة التامين العراقية)

رابعا: طرق قياس (مؤشرات) الكفاءة الإنتاجية : -

يعد هذا الهدف عاماً وأساسياً لكل المشروعات وفي كل الأنظمة والمراحل الاقتصادية ، إذ كلما ارتفع معدل الكفاءة الإنتاجية كلما أدى إلى تحقيق تأثير عالي من النمو والتنمية.

وفقاً لمنهج النظم يمكن قياس الكفاءة الإنتاجية للنظام الإنتاجي بنسبة المخرجات (الناتج) إلى المدخلات (الموارد المستخدمة في تحقيق هذه المخرجات أو الناتج). ويمكن التعبير عن عملية القياس هذه بالمعادلة

الآتية : -

$$\text{الكفاءة الإنتاجية} = \frac{\text{كمية المخرجات}}{\text{كمية المدخلات}}$$

وانطلاقاً من طريقة القياس السابقة فإنه يمكن زيادة الكفاءة الإنتاجية عن طريق أي بديل من البدائل التالية:- (www.wikipedia.org/wiki) .

- ١- زيادة كمية المخرجات مع بقاء كمية المدخلات ثابتة .
- ٢- زيادة كمية المخرجات بنسبة أعلى من نسبة زيادة كمية المدخلات .
- ٣- خفض كمية المدخلات مع بقاء كمية المخرجات ثابتة .
- ٤- خفض كمية المدخلات بنسبة أعلى من نسبة انخفاض كمية المخرجات .
- ٥- زيادة كمية المخرجات مع خفض كمية المدخلات في نفس الوقت .

ويتحقق البديل الثالث والرابع من خلال التأثير على عناصر الإنتاج المستخدمة في العملية الإنتاجية ، وهذا ما يرتبط باصطلاح الكفاءة.

أما البديلين الأول والثاني فيتحققا من خلال التأثير على كمية الإنتاج الناتجة من استخدام الموارد المتاحة وهذا يرتبط باصطلاح الإنتاجية وبالتالي فإن الكفاءة على هذا النحو ما هي إلا مزيج من اصطلاح الكفاءة الإنتاجية .

الكفاءة الإنتاجية الكلية : -

عدد خاص بالمؤتمر الطلابي الاول
الاستراتيجية التسويقية ودورها في زيادة الانتاجية في شركات التامين
(دراسة تطبيقية في شركة التامين العراقية)

الكفاءة الإنتاجية الكلية تعد أحد المقاييس التي تستخدم في قياس الكفاءة الإنتاجية ويمكن استخدامه في حالة الرغبة في قياس الكفاءة الإنتاجية الكلية لمشروع ما .

ويمكن التعبير عن الكفاءة الإنتاجية الكلية لأي مشروع بالمعادلة التالية : - (للحج ، ١٩٩١ ، ١١٢) (ميخائيل ، ١٩٨٦ ، ص١٠)

كمية الإنتاج الكلي

= الكفاءة الإنتاجية الكلية

كمية مستلزمات الإنتاج

- الكفاءة الإنتاجية الجزئية :

الكفاءة الإنتاجية الجزئية عبارة عن النسبة بين المخرجات (كمية الإنتاج) ولكل نوع من المدخلات (كمية عناصر الإنتاج) وعن طريقها يمكن قياس مدى التغير الذي يطرأ على استخدام أي عنصر من عناصر الإنتاج حتى نحصل منه على أكبر قدر ممكن من المخرجات (للحج ، ١٩٩١ ، ص١١٧) .

أولاً: الكفاءة الإنتاجية لعنصر العمل:-

يعد هذا المؤشر ذو أهمية كبيرة كون العمل هو العنصر الحاسم والمؤثر في الإنتاج ، إذ أن كل أنشطة المشروع تنعكس فيه وعامة ، كلما ارتفع مستوى إنتاجية العمل للمشروع، كلما ارتفع مستوى إنتاجها وانعكس بالتالي على رفاهية المجتمع ودل في الوقت نفسه على حسن استخدام الموارد المتاحة (جابر ، ٢٠٠٥ ، ص٧٤).

أثبتت الدراسات والبحوث بأن إدخال تقنية متقدمة إلى المنشأة من شأنها أن تزيد من نسبة نمو إنتاجية العمل ، وأشار " ماركس " إلى هذه الحقيقة بقوله : " ليست إنتاجية العمل مرهونة فقط ببراعة العامل ، وإنما بتحسين أدواته أيضاً ، لقد أدرك اليابانيون هذه الحقيقة إذ أناطوا الأعمال الرتيبة بالإنسان الآلي والمكائن المؤتمتة (محمد، ١٩٨٨ ، ص٣٤) . ويمكن قياسها بالمعادلة الآتية:-

كمية الإنتاج

= الكفاءة الإنتاجية لعنصر العمل =

عدد العاملين

(١)

وهناك تعاريف عدة لإنتاجية العمل منها :-

عدد خاص بالمؤتمر الطلابي الاول
الاستراتيجية التسويقية ودورها في زيادة الانتاجية في شركات التامين
(دراسة تطبيقية في شركة التامين العراقية)

فقد عرفها " Sutromeister " بأنها كمية إنتاج الشخص الواحد في الساعة الواحدة مع أخذ النوعية بنظر الاعتبار " (ناصر، ١٩٧٩ ، ١٢٢ ص).

و عرفها (فاخوري وحمود) بأنها العلاقة بين المخرجات والمدخلات إلى العمل المبذول في إنتاجية المنظمة (فاخوري وحمود ، ٢٠٠١ ، ٥٠) .

ويرى (ناصر) بأنها كمية البضائع المنتجة وقيمتها إلى عدد العمال أو الوقت اللازم لإنتاجها (ناصر، ١٩٧٩ ، ١٢١).

ويؤكد (جابر) بأنها عبارة عن مقدار المنتجات بالنسبة لكل عامل خلال وحدة زمنية معينة (جابر ، ٢٠٠٥ ، ٧٣) .

أن أغلب دراسات الإنتاجية تتركز حول إنتاجية العمل دون غيره من عناصر الإنتاج ويرجع سبب ذلك إلى ما يلي : - (العلي ، ١٩٧٨ ، ٢٣٢) .

١- سهولة قياس إنتاجية عنصر العمل بالمقارنة بعناصر الإنتاج الأخرى ، وذلك لتوافر البيانات المتعلقة بالعمل والأجور والإنتاج .

٢- الدور الإيجابي الذي يمثله العمل في عملية الإنتاج ، يؤدي إلى خلق شعور لدى بعض العاملين بأنه يمكن الاعتماد على إنتاجية العمل كمقياس للكفاءة والإنتاجية .

ثانيا : مشاكل قياس إنتاجية العمل : -

يواجه قياس إنتاجية العمل العديد من المشاكل التي يمكن حصرها بالآتي : (براي ، ٢٠٠٨ ، ص ٩٨) .

١- مشكلة اختيار فئة قوة العمل : -

أن أهم مشكلة تواجه قياس إنتاجية العمل هي عملية اختيار القوى العاملة ، فهل يؤخذ بنظر الاعتبار مجموع القوة العاملة القادرة كلها سواء ما كان منها عاملاً أو عاطلاً ، أو يؤخذ بنظر الاعتبار القوة العاملة الموظفة ؟ وعلى مستوى المشروع تظهر مشكلة الاختيار بين حساب العمال الذين يشتغلون مباشرة بالعمليات الإنتاجية وبين إضافة تلك الفئة التي تعمل في الخدمات والإدارة . (الخفاف ، ٢٠٠٧ ، ص ٥٦)

لذا فالأمر يتطلب عند دراسة وتحليل إنتاجية العمل سواء أكان على مستوى الاقتصاد الوطني أم المشروع ، دراسة دقيقة للمحتوى لفئات العمل لتكون نتائج القياس واقعية وحقيقية.

عدد خاص بالمؤتمر الطلابي الاول
الاستراتيجية التسويقية ودورها في زيادة الانتاجية في شركات التأمين
(دراسة تطبيقية في شركة التأمين العراقية)

٢- مشكلة تعدد أصناف العمل : -

والمشكلة الثانية التي تواجه المنتجع لدى قياس إنتاجية العمل، كيفية التأليف بين ساعات العمل التي بذلها العاملون ، في كل صنف (الخفاف، ٢٠٠٧، ص٥٦) نظراً لاختلاف نوعية العمل المطلوب من حيث المهارة ، العمر ، الجنس ، مستوى التعليم ، التي لها تأثير مباشر بمجموعها على مستوى إنتاجية العمل . (الجزائري ، ١٩٨٩ ، ٤٨)

٣- مشكلة وحدة قياس العمل : -

هي مشكلة اختيار وحدة قياس العمل المناسبة ، وهي وحدة قياس عامل /ساعة ، أم عامل /يوم ، أم عامل / شهر أو سنة . ويمثل المقياس الأول ساعات العمل الفعلية التي تبذل في العملية الإنتاجية ، في حين يمثل المقياس الثاني مجرد حضور العامل إلى مكان العمل سواء مارس العمل فعلاً أم لا . ويبين المقياس الثالث عدد العمال الذين تضمنهم قوائم الأجور سواء أكانوا حاضرين أم غائبين بسبب تمتعهم بإجازة اعتيادية أو مرضية ، أو لغير ذلك من الأسباب (الخفاف ، ٢٠٠٧ ، ص٥٧).

ثالثاً : طرق قياس إنتاجية العمل : -

تتمثل إنتاجية العمل في العلاقة بين الناتج وعنصر العمل ، ولغرض قياس هذه العلاقة، يتطلب الأمر قياس الناتج والعمل المبذول ، وهناك مشاكل عدة تواجه قياس الناتج ، منها اختلاف نوعية السلع ، ووحدات قياسها ، والوقت اللازم لإنتاج وحدة واحدة من سلعة معينة . (الجزائري ، ١٩٨٩ ، ص٥٠) وهناك طرق عدة لقياس إنتاجية العمل نذكر منها : - (جابر ، ٢٠٠٥ ، ص٧٤).

١- الطريق الطبيعية (القيم الفنية) : -

وفي هذه الطريقة يعبر عن المدخل أو المخرج لوحدات قياس طبيعي أي مقاسة بوحدات عددية (متر ، طن ، قطعة الخ) للناتج وأن عنصر العمل مقاساً بعدد العاملين أو ساعات العمل ، كما أنها تعكس حقيقية ما يحدث من تغيير في درجة تقدم ونمو الإنتاج ، (الخفاف ، ٢٠٠٧ ، ص٥٤) وتعد هذه الطريقة من اسهل وأدق الطرق المتبعة في قياس إنتاجية العمل إلا أن أهم ما تتطلبه هذه الطريقة وجود منتجات من نوع واحد قابلة للمقارنة . (الجزائري ، ١٩٨٩ ، ص٥١).

٢- الطريقة النقدية (القيم النقدية) : -

عدد خاص بالمؤتمر الطلابي الاول
الاستراتيجية التسويقية ودورها في زيادة الانتاجية في شركات التأمين
(دراسة تطبيقية في شركة التأمين العراقية)

يمكن استخدام هذه الطريقة في حالة تعدد أنواع المنتجات التي تنتجها المنشأة الواحدة ، ففي هذه الطريقة يتم أخذ بنظر الاعتبار قيمة الإنتاج والأسعار الثابتة ، ويمكن أن نحصل على قيمة الإنتاج بضرب عدد الوحدات المنتجة في السعر الثابت (سعر سنة الأساس) وذلك لتقادي أثر التغير في أسعار المنتجات .
(الخفاف ، ٢٠٠٧ ، ص٥٥)

وإذا كان القياس بهذه الطريقة صالحاً إذا طبق على مستوى المشروع ، إلا أن تطبيقه على مستوى الدولة لا يعد دقيقاً، وذلك لوجود تداخل بين مخرجات ومدخلات كثيرة من الصناعات، فمثلاً تعد مخرجات بعض الصناعات مدخلات لصناعات أخرى ، لذا فعند حساب قيمة المنتجات في صناعات متعددة ضمن قطاع معين قد يؤدي إلى التكرار في الحساب لذلك يرى البعض قياس المخرجات بالقيمة المضافة وهي قيمة الإنتاج بعد طرح مستلزمات الإنتاج المختلفة (اللحج ، ١٩٩١ ، ص١١٦) .

رابعاً : العوامل المؤثرة على إنتاجية العمل : -

من الأهداف الأساسية للمشروعات الصناعية تحقيق إنتاجية عمل عالية وتتأثر هذه الإنتاجية بعوامل عديدة متداخلة ومتفاعلة في تأثيرها على إصابة الهدف لعل أهميتها ما يلي : - (الخفاف ، ٢٠٠٧ ، ص٧٧) .

- ١- العوامل الإنسانية مثل التدريب وظروف العمل ، فضلاً عن الأجور والحوافز وغيرها من العوامل الاقتصادية ذات الطابع الإنساني .
- ٢- العوامل الفنية المتمثلة بدرجة الأتمتة وتقليل الهدر بالوقت والمواد من خلال اعتماد تكنولوجيا ملائمة وأنظمة فنية وتخطيطية مناسبة .
- ٣- عوامل خارجية مثل التشريعات العمالية والاجتماعية المتعلقة بعلاقات العمل والوضع العام للمجتمع .

خامساً: الكفاءة الإنتاجية لعنصر اجور العمل : -

تحدد إنتاجية الاجور بدرجة الاستفادة أو الانتفاع من الاجور والرواتب المستخدمة في العملية الإنتاجية ، وغالباً ما تحدث قفزات إنتاجية كبيرة باستخدام عاملين جدد، فتسعى المنظمات لمواكبة التغيرات لغرض تقليل الكلف ، وتحسين المنتجات وزيادة الإنتاجية . (محمد ، ١٩٨٨ ، ص٣٦) ويمكن قياسها بالمعادلة الآتية:-

$$\text{الكفاءة الإنتاجية للاجور} = \text{كمية الإنتاج (الاقساط)} \dots\dots\dots (٢)$$



عدد خاص بالمؤتمر الطلابي الاول
الاستراتيجية التسويقية ودورها في زيادة الانتاجية في شركات التأمين
(دراسة تطبيقية في شركة التأمين العراقية)

الاجور

وتعد الكفاءة الإنتاجية للاجور بأنها العلاقة بين كمية الإنتاج (الاقساط) إلى نسبة الاجور والرواتب.

المبحث الرابع

الجانب العملي

اولا : نبذة مختصرة عن الشركة عينة البحث

أ. تأسيس الشركة

تأسست الشركة في ١٤/١٠/١٩٥٩ استنادا إلى قانون الشركات التجارية رقم (٣١) لسنة ١٩٥٧ في بغداد كشركة أهلية باسم (شركة التأمين العراقية) تمارس جميع أنواع التأمين وإعادة التأمين، في عام ١٩٦٤ تم تأميمها بموجب قرارات تأميم الشركات وتخصصت بأعمال التأمين على الحياة ونقلت إليها محافظ جميع الشركات الأجنبية والعربية العاملة في السوق العراقية في حينه، في عام ١٩٨٨ صدر القرار رقم (٩٢) الخاص بالغاء التخصص والسماح للشركة مجدداً بمزاولة جميع أنواع التأمين وباشرت بالاكنتاب بأعمال تأمين السيارات التكميلي والبحري . البضائع والحريق والحوادث المتنوعة والهندسي، في عام ١٩٩٧ صدر قانون الشركات العامة الذي فتح للشركة أبواباً واسعة من أجل المنافسة والتطوير، كما صدر في عام ٢٠٠٥ القانون رقم (١٠) الخاص بتنظيم أعمال التأمين والذي بموجبه تم تنظيم عمل شركات التأمين في ظل الاقتصاد الحر والمنافسة، تهدف الشركة إلى المساهمة في التنمية الاقتصادية من خلال نشر الوعي التأميني بين أفراد المجتمع وما يحققه من نمو في وثائق التأمين المسوقة والإيرادات المتحققة منها.

ب. رأس مال الشركة

يبلغ رأسمال الشركة الاسمي والمدفوع مليار دينار عراقي بعد أن تمت زيادته استنادا إلى قانون تنظيم أعمال التأمين رقم (١٠) لسنة ٢٠٠٥ ونشر في الوقائع العراقية بعددها المرقم ٤١٢١ في ١١/٥/٢٠٠٩ ، هذا إضافة إلى إجمالي أصول تزيد عن (٢٦) مليار دينار حسب القيمة الدفترية . واستناداً إلى التعليمات رقم (١٥) لسنة ٢٠١٢ الخاصة بالحد الأدنى لرأس المال والمنشورة في الوقائع العراقية العدد ٤٢٣٩ في ٢١/٥/٢٠١٢ .

ثانيا : بيانات وجداول

جدول رقم (١)

عدد خاص بالمؤتمر الطلابي الاول
الاستراتيجية التسويقية ودورها في زيادة الانتاجية في شركات التامين
(دراسة تطبيقية في شركة التامين العراقية)

جدول الاقساط

السنة	الأقساط
٢٠١٠	١٩٠٦٨٥٩٢٠٠٠
٢٠١١	٢٤٥٢٩٢٧٧٠٠٠
٢٠١٢	٤٣٣٥٤٠٥١٠٠٠
٢٠١٣	٥١٢٧٥٢٨٨٠٠٠
٢٠١٤	٦٠٣٧٠٦٣٠٠٠٠
مجموع	١٩٨٥٩٧٨٣٨٠٠٠

(التقرير السنوي لقسم التخطيط والمتابعة في شركة التامين العراقية)

جدول رقم (٢)

جدول انتاجية العاملين

السنة	عدد الموظفين	الانتاجية=القسط/عدد الموظفين
٢٠١٠	٣٣١	٥٧٦٠٩٠٣٩
٢٠١١	٣٤٥	٧١٠٩٩٣٥٣
٢٠١٢	٣٨٤	١١٢٩٠١٠٤٢
٢٠١٣	٤١٠	١٢٥٠٦١٦٧٨
٢٠١٤	٤٠٨	١٤٧٩٦٧٢٣٠
مجموع	١٨٧٨	٥١٤٦٣٨٣٤٢

(التقرير السنوي لقسم التخطيط والمتابعة في شركة التامين العراقية)

عدد خاص بالمؤتمر الطلابي الاول
الاستراتيجية التسويقية ودورها في زيادة الانتاجية في شركات التامين
(دراسة تطبيقية في شركة التامين العراقية)

جدول رقم (٣)

جدول إنتاجية الأجر

السنة	الأقساط	الرواتب والمدفوعة والأجور	إنتاجية الأجر
٢٠١٠	١٩٠٦٨٥٩٢٠٠٠	٣٠٢٠١٣٧٠٠٠	٦,٣١٤
٢٠١١	٢٤٥٢٩٢٧٧٠٠٠	٣٤٠٧٧٠٧٠٠٠	٧,١٩٨
٢٠١٢	٤٣٣٥٤٠٥١٠٠٠	٣٦٩٢١٤٥٠٠٠	١١,٧٤٢
٢٠١٣	٥١٢٧٥٢٨٨٠٠٠	٤٠٣٨٤١٧٠٠٠	١٢,٦٩٧
٢٠١٤	٦٠٣٧٠٦٣٠٠٠٠	٤٨٤٦٧٥١٠٠٠	١٢,٤٥٦
مجموع	١٩٨٥٩٧٨٣٨٠٠٠	١٩٠٠٥١٥٧٠٠٠	٥٠,٤٠٧

(التقرير السنوي لقسم التخطيط والمتابعة في شركة التامين العراقية)

ثالثا : تحليل البيانات

١. يتبين من الجدول رقم (١) قيمة الاقساط السنوية لشركة التامين العراقية لآخر خمس سنوات .
٢. يتبين من الجدول رقم (٢) ان مجموع الأقساط لأخر خمس سنوات بلغت (١٩٨٥٩٧٨٣٨٠٠٠) دينار .
٣. من الجدول رقم (٢) يتبين ان مجموع الرواتب والأجور المدفوعة لأخر خمس سنوات بلغت (١٩٠٠٥١٥٧٠٠٠) دينار .
٤. من خلال الملاحظة من الجدول رقم (٢) ان إنتاجية الأجر بلغت (٥٠.٤٠٧) أي ان كل دينار من الراتب قد حقق (٥٠,٤٠٧) دينار وهي نسبة جيدة جدا .
٥. من خلال ملاحظة الجدول (٣) يلاحظ بان عدد العاملين تراوح ما بين (٣٣١) الى (٤٠٨) أي ان القوى العاملة وهي احد المدخلان المهمة في العملية الانتاجية لم تزيد بنسبة كبيرة مقارنة بالمخرجات التي زادت بنسبة ممتازة .
٦. من الجدول رقم (٣) يتبين ان إنتاجية العامل الواحد بلغت (١٠٢٩٢٧٦٦٨) دينار وهو متوسط اخر خمس سنوات

عدد خاص بالمؤتمر الطلابي الاول
الاستراتيجية التسويقية ودورها في زيادة الانتاجية في شركات التأمين
(دراسة تطبيقية في شركة التأمين العراقية)

يتبين مما تقدم بان الانتاجية جيدة جدا في الشركة وهذا ما تدل عليه الارقام التي ظهرت في الجدول (٢) و (٣) وايضا دلت النتائج على ان هناك تطور ملحوظ من حيث الانتاجية بنوعيتها (الاجر والعامل) فمن الملاحظ ان هنالك طفرات نوعية في الاقساط والتي تمثل مخرجات الشركة مع زيادة بسيطة في عدد العاملين أي ان اهم مميزات الانتاجية والكفاءة المتوفرة في الشركة الا وهي ثبات المدخلات الجزئية المتمثلة في الاجور والعاملين مع تطور كبير في المخرجات الكلية والمتمثلة في الاقساط .

الاستنتاجات والتوصيات

خلال ما تقدم من استعراض الجانب النظري والعملية خرجت الباحثة بعدد من الاستنتاجات والتوصيات وهي كما يأتي .:

اولا : الاستنتاجات

- ١ . الارتفاع في الكفاءة الإنتاجية للعمل والأجور على مر السنين الخمس الأخيرة مما يعكس نجاح الإدارة العليا في رسم الخطط و توجيه العاملين الى الأفضل .
- ٢ . ان ارتفاع الانتاجية مستندا الى زيادة الخبرة والمعرفة وحسن رسم الاستراتيجيات لتفجير طاقات العاملين وانعكس ذلك على زيادة الانتاج بشكل تصاعدي سنوي .
- ٣ . اهتمام الادارة العليا بتوفير جميع متطلبات نجاح الانتاج وزيادته .
- ٤ . توفر استراتيجية تسويق متميزة هدفها الاول الولوج في الاسواق الجديدة واستغلال الفرص المتاحة افضل استغلال واستثمار كافة موارد الشركة وتوجيهها صوب تحقيق الانتاج الامثل .
- ٥ . يوجد اهتمام بالغ في التخطيط وتوزيع المهام الانتاجية واستغلال القوة العاملة والحيلولة دون تدني مستويات انتاجهم .
- ٦ . هناك اهتمام بالغ في تطوير وتدريب العاملين بما متاح من دورات تطويرية لكن نظرا لتطور الشركة واعمالها فهناك حاجة لوجود دورات تدريبية تتلاءم مع الاعمال الجديدة وتمكين العاملين بدرجة جيدة جدا من الاعمال المناطة بهم .
- ٧ . من الملاحظ بانه توجد حاجة لوضع خطط لتوزيع العاملين على الفروع والاقسام حسب الاعمال المناطة بالقسم او الفروع للوصول الى الاستغلال الامثل للطاقات المتاحة .



عدد خاص بالمؤتمر الطلابي الاول
الاستراتيجية التسويقية ودورها في زيادة الانتاجية في شركات التامين
(دراسة تطبيقية في شركة التامين العراقية)

ثانيا : التوصيات

- ١ . العمل على تطوير بيئة عمل ومتطلبات ملائمة لتحقيق محيط عمل متميز يستطيع إضافة ميزة تنافسية تستطيع الشركة التميز والمنافسة القوية في مجال أعمالها .
- ٢ . الاعتماد على الطرق الرياضية الحديثة في تصميم ورسم الخطط المستقبلية لاستغلال السوق التأمينية أفضل استغلال .
- ٣ . تحديد حجم القوى العاملة لمواجهة النمو المستمر و الحصول في الإنتاج لتحقيق التوازن ما بين مدخلات ومخرجات والمحافظة على نسبة التحسين المستمر في العمل .
- ٤ . الاهتمام المستمر بتطوير الاستراتيجيات التسويقية وتحديد الفرص المتاحة والأسواق التي من الممكن استغلالها وتحديد التهديدات والصعوبات المستقبلية لتصميم برنامج يمكن الشركة من التغلب عليها وتأكيد ديمومة النمو .
- ٥ . بناء طاقة من العاملين ذوي الخبرة والدراية الجيدة بأعمال التامين وزيادة قدرتهم على التحكم بالعمل وتذليل المشاكل وإيجاد الحلول .
- ٦ . نقل الخبرة التي يمتلكها المدراء على موظفيهم واختيار عدد من الموظفين المتميزين وتوزيع مهام اكبر شيئا فشيئا لخلق جيل متميز تستطيع الشركة الاعتماد عليهم مستقبلا .
- ٧ . ادخال السيطرة الرقمية (الالكترونية) على أعمال الشركة لضبط والسيطرة على الأعمال بصورة دقيقة .
- ٨ . توزيع الملاك بما يتناسب واعمال الشركة على الأقسام والفروع بحيث تكون نسبة العاملين متناسبة مع عمل القسم او الفرع .

المصادر

اولا : الكتب والمصادر

- ١- الخفاف ، عبد المعطي ، (٢٠٠٧) ، " مبادئ الادارة الحديثة " ، دار دجلة للنشر ، عمان ، الطبعة الاولى .
- ٢- اللامي ، غسان قاسم داود ، (٢٠٠٧) ، " إدارة التكنولوجيا " دار المناهج للنشر والتوزيع - عمان ، الأردن ، الطبعة الأولى .

عدد خاص بالمؤتمر الطلابي الاول
الاستراتيجية التسويقية ودورها في زيادة الانتاجية في شركات التامين
(دراسة تطبيقية في شركة التامين العراقية)

- ٣- النجار ، صباح مجيد ومحسن ، عبد الكريم ، (٢٠٠٤) ، " إدارة الإنتاج والعمليات " ، دار وائل للطباعة والنشر - عمان ، الأردن ، الطبعة الأولى .
- ٤- النصور،اياد عبدالفتاح ،(٢٠١٢) إستراتيجية التسويق (مدخل نظري وكمي)، عمان ، الطبعة الاولى .
- ٥- براوي ، نزارعبدالمجيد .احمد محمد فهمي .استراتيجيات التسويق .سنة ٢٠٠٨ .
- ٦- جالس دوفت ،ترجمة واعداد سليم علي الوردي ،تسويق التامين ،٢٠٠٢ .
- ٧- سالم محمد عبود ،علاء عبد الكريم البلداوي ،سعد علي المحمدي ،الطبعة الاولى ،تسويق الخدمات التامينية (مدخل ستراتيجي) ،٢٠١٣ .
- ٨- عبيدات ،محمد ابراهيم ،(٢٠٠٢) ، عمان ، الاردن ، إستراتيجية التسويق (مدخل سلوكي) .
- ٩- عريقات، حربي محمد ، عقل ، سعيد جمعة ، التامين وإدارة الخطر (النظرية والتطبيق)، دار وائل للنشر ، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، ٢٠٠٨ .
- ١٠- فاخوري ، هائل يعقوب وحمود ، خضير كاظم ، (٢٠٠١) ، " إدارة الإنتاج والعمليات " ، دار صفاء للنشر والتوزيع - عمان ، الأردن ، الطبعة الأولى .
- ١١- نجم ، عبود نجم ، (٢٠٠٤) ، " المدخل الياباني إلى إدارة العمليات " ، دار الوراق للنشر والتوزيع - عمان ، الأردن ، الطبعة الأولى .
- ١٢- نجم ، عبود نجم ، (٢٠٠١) ، " إدارة العمليات - النظم والأساليب والاتجاهات الحديثة " ، معهد الإدارة العامة - الرياض ، السعودية.
- ثانيا- المصادر الاجنبية

- ١- 3ed..prentice-،Marketing Strategy and plans،LucK et al،David j 1989 P4 .،Englewood Cliffs NJ
- ٢- Marketing Management :A ،Boyd and Orville C. warker،Haper W 1990 P30 .،Strategic Approach Irwin Homewood
- ٣- Forecasting and Strategy for the 21 st Century .the،Spyros G Mariachis 1990 P154-158 .،free press New York
- ٤- Thomas v Bonoma Market Success Can Breed " 'Marketing Inertia " Harvard Business Review . September - October 1981,p.116 .

ثالثا . الدوريات

- ١- الحلو ، اعتدال محمد سعيد وجربوع ، يوسف محمود ، (٢٠٠٥) ، " دور المراجع الداخلية والخارجية في قياس الكفاءة والفاعلية وتقسيم الأداء في المشروعات الاقتصادية في فلسطين " مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة ، العدد (١٠) شباط

عدد خاص بالمؤتمر الطلابي الاول
الاستراتيجية التسويقية ودورها في زيادة الانتاجية في شركات التأمين
(دراسة تطبيقية في شركة التأمين العراقية)

- ٢- الطنطاوي ، محمد إبراهيم ، (١٩٨٧) ، " أثر التدريب على الإنتاجية " ، مجلة الكفاية الإنتاجية ، العدد (٢) ، ايلول
- ٣- العلي ، وجيه عبد الرسول وفهمي ، حسن محمد ، (١٩٧٨) ، " حول مفهوم الإنتاجية " ، مجلة البحوث الاقتصادية ، العدد (٣) ، تشرين الثاني .
- ٤- جابر ، عامر عبود ، (٢٠٠٥) ، " كفاءة الإنتاج في شركة ألبان وعصائر تكريت المحدودة - بغداد " ، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية - كلية الإدارة والاقتصاد ، جامعة تكريت ، العدد (٢) المجلد (١).
- رابعاً - الأطاريح والرسائل الجامعية : -

- ١- أحمدأحمد عبدالله اللحح ، تقييم فعالية نظم تخطيط مراقبة الانتاج ،جامعة المنوفية ،كلية التجارة قسم ادارة اعمال ،مصر (١٩٩١).
- ٢- الجزائري ، صفاء محمد هادي هاشم ، (١٩٨٩) ، " الإنتاجية وآفاق تطويرها في المنشأة العامة للأسمنت العراقية " ، رسالة ماجستير في إدارة الأعمال / كلية الإدارة والاقتصاد / جامعة البصرة.
- ٢- الطائي ، يوسف حجيم سلطان ، (٢٠٠١) ، " دور تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة في تحقيق الكفاءة الإنتاجية " ، دراسة حالة في معمل إطارات بابل ، اطروحة دكتوراه في إدارة أعمال / كلية الإدارة والاقتصاد / الجامعة المستنصرية
- ٣- العامري ، فاضل عباس جاسم ، (١٩٨٨) ، " العوامل المؤثرة في كفاءة وفعالية عنصري العمل والمكانن ، " دراسة تطبيقية في معمل طابوق (١٧) تموز ، رسالة ماجستير في إدارة الأعمال / كلية الإدارة والاقتصاد / الجامعة المستنصرية .
- ٤- النعيمي ، أيمن نجم الدين عبد الله ، (٢٠٠٧) ، " مكونات تقانة المعلومات والاتصالات وأثرها في أبعاد أداء الأنتاج والعمليات دراسة موقفية " ، رسالة ماجستير في إدارة الأعمال / كلية الادارة والاقتصاد / جامعة الموصل
- ٥- محمد ، ماجدة عبد اللطيف ، (١٩٨٨) ، " أثر تقنيات الإنتاج على كفاية الأداء " ، دراسة تطبيقية مقارنة في معمل سمنت كبيسة والكوفة ، رسالة ماجستير في إدارة أعمال / كلية الإدارة والاقتصاد / الجامعة المستنصرية .
- ٦- ميخائيل ، أبتسام ادور ، (١٩٨٦) ، " تقييم كفاءة الاداء للشركة العامة لمقاولات الأبنية المدرسية " ، بحث دبلوم عالي في مراقبة الحسابات ، كلية الادارة والاقتصاد / جامعة بغداد .
- ٧- ناصر ، ستار جبار ، (١٩٧٩) ، " العلاقات الإنسانية وأثرها في الكفاءة الإنتاجية في المنشأة العامة للخياطة " رسالة ماجستير في إدارة أعمال ، كلية الإدارة والاقتصاد / جامعة بغداد .



عدد خاص بالمؤتمر الطلابي الاول
الاستراتيجية التسويقية ودورها في زيادة الانتاجية في شركات التأمين
(دراسة تطبيقية في شركة التأمين العراقية)

خامسا - شبكة الانترنت

- www.12manage.com
- www.wikipedia.org/wiki