

اثر الاقتدار الاستراتيجي لقادة المنظمات السياحية في نمو الجذب السياحي دراسة استطلاعية على عينة من فنادق الدرجة الاولى والممتازة في محافظة بغداد

أ.م.د. لمياء سلمان عبد علي الزبيدي* الباحث محمد عبد الحر علق**

المستخلص

يمثل الاقتدار الاستراتيجي منهج تفكير شمولي يراعي ادق العوامل المؤثرة في مسيرة المنظمات والتي تغفل عن ادراكها النظم الادارية التقليدية، حيث يساعد هذا المنهج على استيعاب كافة موارد المنظمة الملموسة وغير الملموسة بالإضافة الى مهاراتها وانشطتها بما يشكل بداية موفقة لرعايتها وتطويرها في ظل بيئة الا تأكد التي تعيشها المنظمات حالياً وتحديداً المنظمات السياحية، وكما هو معروف فإن القطاع السياحي ذو حساسية بالغة اتجاه متغيرات البيئة الاقتصادية والسياسية والقانونية... الخ، وهذا ما قاد الى السؤال حول علاقات الارتباط والتأثير بين الاقتدار الاستراتيجي متمثلاً بعدد من المتغيرات مثل الموارد والمهارات والانشطة وبين الجذب السياحي متمثلاً بالبنى التحتية والفوقية والتسهيلات السياحية، وهو ما كَوّن مشكلة الدراسة وبالتالي تكوين عدد من الفرضيات حول العلاقات المذكورة انفاً وقد تم اختبار عدد من فنادق الدرجة الممتازة والاولى في بغداد لتطبيق الدراسة واختبار صحة الفرضيات نظراً لأهمية الدور السياحي الذي تلعبه هذه الفنادق، وقد اثبتت الدراسة الدور الكبير للاقتدار الاستراتيجي في الجذب السياحي، وبناءً عليه قدم الباحث عدد من الاستنتاجات كان من اهمها ان الاقتدار الاستراتيجي يمثل منهج التفكير الأكثر ملائمة للمنظمات السياحية نظراً لأنه يأخذ بنظر الاعتبار كافة العوامل المؤثرة في الاستمرار والنمو، كما تم التوصل الى عدد من التوصيات كان من اهمها ضرورة تبني الفكر الاداري الاستراتيجي متمثلاً بالاقتدار الاستراتيجي لتسليط الضوء على كافة العوامل المؤثرة في الجذب السياحي.

Abstract

The strategic approach represent the validity of thinking totalitarian take into account the factors most reliable in the process of organizations , which overlooks the administrative systems Bearing in mind the traditional, with the help of this approach to accommodate all of the resources of the Organization of tangible assets and intangible as well as the skills and activities , including a good start for care and development in this environment, but make sure that prevailed organizations at the present time and in the face of a private tourist organizations , and is known as the tourism sector is very sensitive towards the environment variables of economic, political and legal ... Etc. , and this is what led to the question about the links between the strategic competence influences represented by a number of variables such as the resources and skills , activities

* الجامعة المستنصرية / كلية الادارة والاقتصاد .

** باحث .

مقبول للنشر بتاريخ 2013/10/23

and attractions , such as infrastructure and metadata and tourist facilities , which is the fact that the problem of the study and thus tested some hypotheses about the relationships mentioned above were tested excellent class hotels and the first of its kind in the province of Baghdad , for the application of the study because tourism plays an important role these hotels , has proved an important study made role strategic leverage in tourist attractions , according to the researcher and a number of conclusions was the most important strategic competence I think that approach is most appropriate organizations for tourism because it takes into consideration all the factors that affect the continued growth of these organizations , has also been reached with a number of recommendations was the most important of the adoption of the strategic Management Thought strategic leverage actress to shed light on all the factors that affect the tourism attraction of .

المقدمة

يعد موضوع الاقتدار الاستراتيجي من الموضوعات الحديثة التي تنضوي تحت مظلة الإدارة الاستراتيجية ، ولا يخفى أن بيئة ألا تأكد التي أصبحت الحقيقة الوحيدة الثابتة منذ نهايات القرن العشرين تتطلب إعداد نظم إدارية قادرة على مراعاة المؤثرات البيئية تتسم بالشمولية التامة واحتضان الأمور المؤثرة في العملية الإدارية كافة ، وعند النظر الى هذا الموضوع نجد ان كل ما تم ذكره يتم احتوائه في بودقة واحدة تحت مسمى الاقتدار الاستراتيجي، إذ ان الاقتدار الاستراتيجي يترجم الى التفوق في إعداد الشيء وفق المنظور المستقبلي ، ويتم هذا أولا بالتعرف على مدى احتواء القدرات الجوهرية المتمثلة بالموارد بنوعها الملموسة وغير الملموسة وكذلك مستوى المهارات بنوعها الإمكانيات والخبرات فضلاً عن الأنشطة الرئيسة والثانوية لغرض تطويرها والمحافظة عليها لاستعمالها في إعداد الاستراتيجية الملائمة، كما لا يخفى علينا مدى أهمية القطاع السياحي المتمثل بعدد من موارد الجذب السياحي في تحقيق التنمية على الصعيد الاقتصادي والثقافي والبيئي والنفسي... الخ ، بالإضافة الى العديد من التأثيرات المهمة، التي لم يسלט عليها الضوء بشكل كافٍ، كدور السياحة في تمتين أواصر العلاقات بين الشعوب او الأقاليم، ونبذ التحيز الطائفي، واستئصال جذوره الفكرية ، ومن المتعارف على مدى حساسية القطاع السياحي لأي تغير في البيئة كالتغيرات الاقتصادية والقانونية والسياسية... الخ، وما مدى الحاجة الى منهج إداري ملم بالعوامل ذات العلاقة كافة، ومن ما ذكرناه يرد للذهن السؤال حول ما مدى علاقة الاقتدار الاستراتيجي بالجذب السياحي، وما هي علاقات الارتباط والتأثير بينهم، مما شكل فكرة مخطط الدراسة و الذي أدى الى صياغة عدد من الفرضيات حول اثر متغيرات الاقتدار الاستراتيجي في متغيرات الجذب السياحي وذلك باتجاه تحقيق اهداف و أهمية الدراسة التي تنفرع الى عدد من النقاط التي تعكس أهمية الاقتدار الاستراتيجي كحالة إدارية للمنظمات بشكل عام وللنظم السياحية بشكل خاص، وبما يضمن الارتقاء بمستوى الجذب السياحي في بيئة اللاتأكد الحالية لتحقيق المردود الاقتصادي والثقافي والاجتماعي... الخ، وبعد إعداد التحليل الإحصائي للعلاقات المذكورة انفاً تم التوصل الى اثبات صحة الفرضيات والتوصل الى عدد من الاستنتاجات كان من أهمها ان الاقتدار الاستراتيجي يمثل منهج التفكير الأكثر ملائمة لواقع حال البيئة الحالية الشديدة التغير للمنظمات السياحية العراقية وبالتالي فقد اوصى الباحث بتبني هكذا منهج فكري يأخذ بنظر الاعتبار كافة العوامل ذات العلاقة بالإضافة الى ضرورة البحث المستمر عن طرق واساليب تطوير وتحديث القدرات الجوهرية لتحقيق الاقتدار الاستراتيجي.

الجانب النظري الباب الأول

الاقتدار الاستراتيجي

اولاً:- مفهوم الاقتدار الاستراتيجي

بعد مراجعة عدد من المصادر التي تناولت الاقتدار من الناحية اللغوية مثل (الجوهري-1987- ص787) و (الزمخشري-1965-ص495) و (الرازي-1978-ص523) تم التوصل الى ان الاقتدار هو مجموعة من القدرات التي تقود الى اداء اكثر فاعلية من اداء المنافسين) وسوف يتم التطرق الى هذه

القدرات لاحقاً بالتفصيل تحت مسمى القدرات الجوهرية ، اما فيما يخص مفهوم الاستراتيجية فيعد تناول عدد من اراء الباحثين مثل (Daft,2004,p52) و (Susan,2011,p2-4) و (Flockhart,2011,p13) تم التوصل الى ان الاستراتيجية تعني (استعمال التخطيط السليم لمواجهة ظروف البيئة المتقلبة بما يضمن تحقيق اهداف المنظمة مستقبلاً والحفاظ على مكانتها على وفق قدراتها في استغلال الفرص ومواجهة التحديات واستثمار نقاط القوة ومعالجة نقاط الضعف في بيئتها الداخلية) ، واستناداً الى ما سبق فان الاقتدار الاستراتيجي هو (وجود القدرة والامكانية على استعمال ادوات التخطيط السليم لمواجهة ظروف البيئة المتقلبة بما يضمن تحقيق اهداف المنظمة مستقبلاً والحفاظ على مكانتها وصولاً الى الميزة التنافسية وذلك ضمن إطار يضمن تحقيقها للمنظمات جميعاً بشكل عام وللمنظمات السياحية بشكل خاص وذلك بحسب مجال تخصص الباحث في تقديم الخدمات او المنتجات مما لو كانت عملية التخطيط تتم بالشكل التقليدي)، وان تحقيق الميزة التنافسية والتي تعرف على انها (طرق جديدة أكثر فعالية من تلك المستعملة من قبل المنافسين) يعد قمة الاقتدار الاستراتيجي.

ثانياً:- القدرات الجوهرية

1- مفهوم القدرات الجوهرية:-

هناك من وصف القدرات بالمهارات واخر وصفها بالمعرفة كذلك هناك من وصفها بالمهارات والمعرفة معاً... الخ وقد تعددت هذه الطروحات وكما يأتي:-

A. القدرات تعني مهارات:- فقد اشار (wild,2010,p332) الى ان القدرة الجوهرية تتمثل في مجموع المهارات المتعددة والمنسقة التي تتطور على مدى زمني طويل بما يؤدي الى المخرجات التكنولوجية الفريدة.

B. القدرات تعني معرفة:- اذ عرفها (laudon&laudon,2011,p50) على انها المعرفة المتراكمة من الخبرات على مرور السنين بما يؤدي الى قدرة المنظمة في التنافس عالمياً.

C. القدرات تعني معرفة ومهارات:- اذ عرفها (silber&Kearny,2010,p112) على انها المهارات والمعرفة التنظيمية والتي بدونها لا تكون المنظمة موجودة والتي تجعل المنظمة تعمل بشكل افضل من اي منظمة اخرى وبالتالي تجعلها فريدة .

D. القدرات تعني أنشطة:- اذ عرفها (laudon&laudo,2011,p116) على انها النشاطات التي تقوم المنظمات لان تتنافس عالمياً بالاعتماد على المعرفة المتراكمة من الخبرات للسنوات الطويلة.

E. القدرات تعني الموارد:- اذ عرفها (teece,2009,p324) على انها الموارد الاستراتيجية التي تحقق الميزة التنافسية للمشروع.

F. القدرات تعني امكانات:- اذ عرفها (pearce&robins,2011,p153) على انها الامكانات التي تركز عليها المنظمة لتبرع في عملها بينما تتابع رسالتها بشكل كلي.

استناداً الى ما تقدم يمكن اعطاء تعريف اجرائي للقدرات الجوهرية على انها (مجملة أنشطة المنظمات بشكل عام والمنظمات السياحية بشكل خاص والتي تعتمد بشكل اساس على المهارات المختلفة ومجملة الموارد الملموسة وغير الملموسة المستغلة او المستثمرة بالشكل الذي يقودها الى تحقيق الميزة التنافسية سياحياً على وفق المنظور الحالي و المستقبلي وبما يجعلها مقتدرة استراتيجياً لتحقيق الريادة في مجال نشاطها السياحي)

وتجدر الإشارة الى ان المتغيرات الفرعية للاقتدار الاستراتيجي ستكون كالآتي:-

1- الموارد- وتنقسم الى الملموسة وغير الملموسة.

2- المهارات- وتنقسم الى الامكانات والخبرات.

3- الأنشطة - وتنقسم الى الرئيسية والثانوية.

2- أهمية القدرات الجوهرية

هناك العديد من المزايا التي تحققها القدرات الجوهرية للمنظمة وبالإمكان اجمالها بعدة نقاط وفق ما استنبطه الباحث بعد استعراض عدد من اراء الباحثين مثل (shirish,2005,p52) و (london,2007,p110) و (barringer,2008,p175).

A. القدرة على الاحتفاظ بالزبائن الحاليين فضلاً عن كسب زبائن جدد مما يولد مركزاً تنافسياً مرموقاً للمنظمة بواسطة المحافظة على الميزة التنافسية للمنظمة التي يصعب محاكاتها من قبل المنافسين، بما يضمن الفرصة في توسيع نشاطات المنظمة

B. زيادة فرصة المنظمة في التفوق على المنافسين بسبب تطور مستوى منتجاتها او خدماتها بالشكل المبتكر والفريد وصولاً الى تلبية حاجات و رغبات شرائح اوسع من الزبائن بالتزامن مع إمكانية استخدامها لمواردها وقدرتها بالشكل الرشيد والامثل.

C. التعرف على القدرات غير المستغلة في المنظمة فضلا عن تطوير مستوى أداء العاملين وتراكم الخبرة والمعرفة للمنظمة.

3- خصائص القدرات الجوهرية

نستطيع التوصل الى خصائص القدرات الجوهرية على وفق وجهات نظر واء عدد من اراء الباحثين وهم (Harrison&john,1998,p45) و (hit,2003,p113) و (dess,2007,p94) وكما يأتي:-

- إنها ذات قيمة كبيرة وفريدة من نوعها ويصعب تقليدها.
- تمثل إضافة كبيرة في القيمة النهائية للمنتج أو الخدمة.
- ضرورية لبقاء المنظمة والحفاظ على ميزه تنافسية مستدامة.
- عدم وجود موارد وقابليات استراتيجية بالوزن نفسه لدى المنافسين.
- غير مرئية للمنافسين.

4- بناء وتطوير وحماية القدرات الجوهرية:-

تعددت الآراء فيما يخص بناء وتطوير وحماية القدرات ونستطيع استخلاص بعض الخطوات بعد مراجعة عدد من الآراء لعدد من الباحثين وهم (hamel&parhalad,1994,p224)، (thomposm&strickland,2008,p368-369)، (hayes,2008,p2) و (mika,2010,P1) وكما يأتي:-

- تحديد القدرات الحالية
 - تقييم القدرات الحالية
 - النظر إلى نقاط قوة المنظمة والفرص المتاحة
 - إعداد خطة للاستفادة من هذه الفرص ونقاط القوة وتحويلها الى قدرات جوهرية
 - تنفيذ الخطط
 - تقييم النتائج
 - معالجة الخلل ان تواجد
 - إعداد نظام رقابي ملائم
 - الاستمرار برعاية وتدعيم القدرات الجوهرية
- ويضيف الباحث خطوة أخرى يراها مهمة جدا، وهي النظر إلى نقاط الضعف والتهديدات المحيطة والتخطيط لإمكانية مواجهتها

5- نماذج القدرات الجوهرية:- هنالك العديد من النماذج التوضيحية لدراسة قدرات المنظمة الجوهرية وتختلف هذه النماذج باختلاف الأزمنة أو نوع المنظمة انتاجية ، خدمية ، تسويقية ، سياحية ... الخ أو الخلفية الفكرية للباحث ... الخ و سوف يتم طرح بعض هذه النماذج وكالاتي:-

اولا :- أنموذج johnson&schools-1997

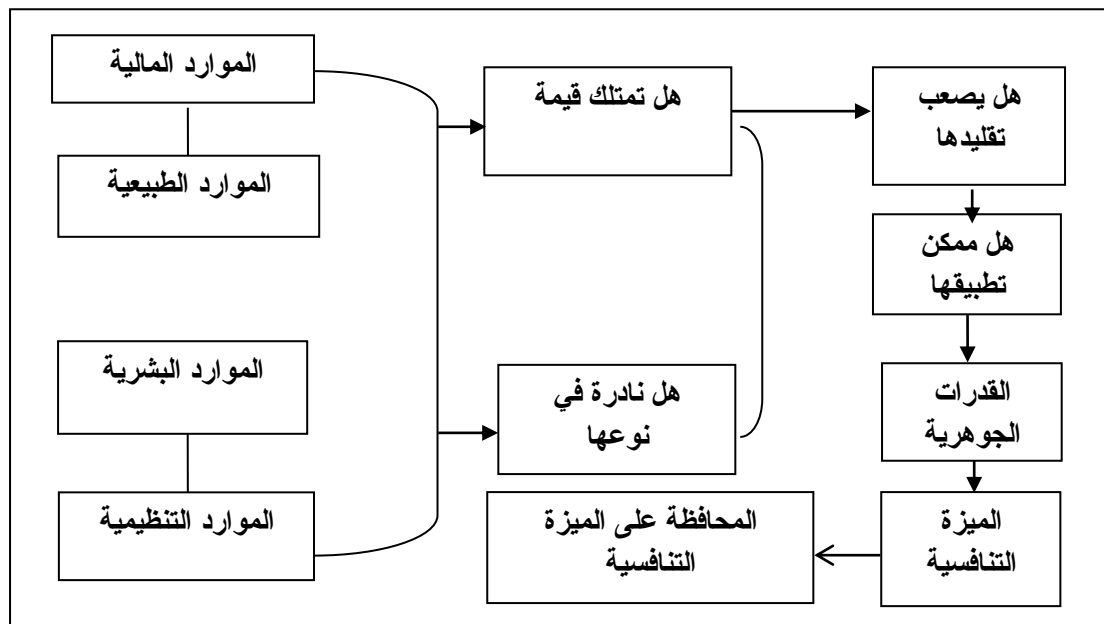
أكد هذا الاموذج على ان قدرات المنظمة تتمثل في (قوة النشاط، الروابط الادارية، القيمة المضافة، كفاءة الكلفة) إذ تحدد القدرات الجوهرية هنا باستعمال تحليل سلسلة القيمة، وكما هو موضح في الشكل: (1)



الشكل (1)

ثانياً :- أنموذج john&Harrison,1998

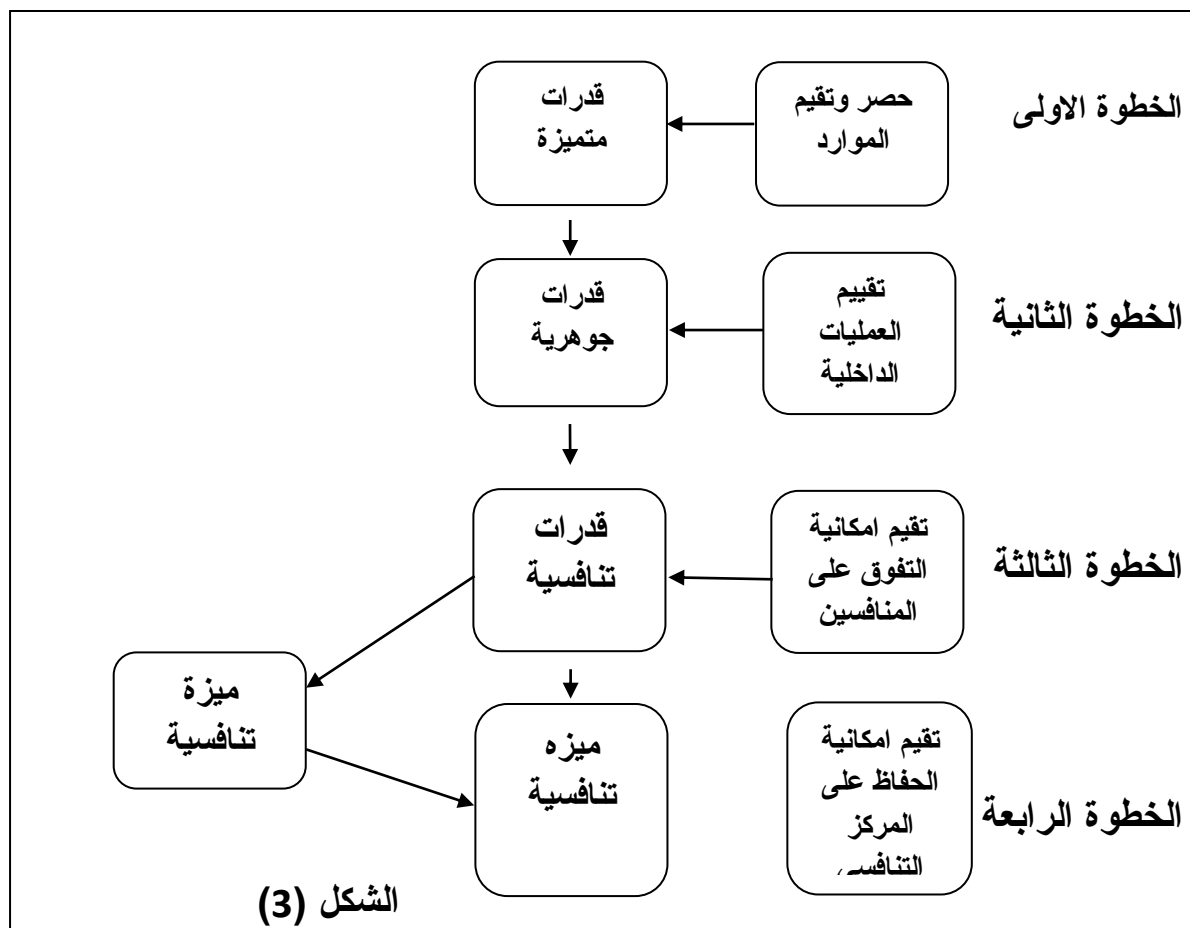
على وفق هذا الاموذج فان الميزة التنافسية سوف تتحقق بتواجد عدد من القدرات الجوهرية،
مثل (المالية، الطبيعية، البشرية، التنظيمية)، وكما في الشكل: (2)



الشكل (2)

رابعاً :- أنموذج العنزي وآخرون 2010

في هذا الأنموذج تم التركيز على خطوات معينة سوف تقود بدورها لتكوين القدرات الجوهرية وبالتالي الوصول للميزة التنافسية وكما موضح بالشكل: (3)



الشكل (3)



يستنتج الباحث من جراء عمليات البحث والدراسة من ان جميع القدرات الجوهرية وبكل انواعها ونماذجها سواء أكانت تتعلق بشخصية العاملين ام بما تمتلكه المنظمة من موارد ومهارات وقيادات وقيم واخلاق وتكنولوجيا ومعرفة.... الخ فتشكل بالمجموع ما يسمى بالاقترار الاستراتيجي الذي هو سر نجاح المنظمات ووصولها الى تحقيق الميزة التنافسية بشكل عام وللتنظمات السياحية بشكل خاص وبما يتعلق بممارسة النشاطات السياحية ،وما يحقق نموا ملموساً في الجذب السياحي ، إذ ان هذا الاقترار يؤدي الى توفير بني تحتية وفوقية وتسهيلات سياحية بشكل افضل... الخ .

الباب الثاني الجذب السياحي

اولاً:- مفهوم الجذب السياحي:-

إن مفهوم الجذب السياحي يختلف باختلاف آراء وطروحات الباحثين والمفكرين في المجال السياحي،وتفاديا لحدوث الاشكالات في تحديد هذا المفهوم فأنا نبويه تبعاً للاتفاق حول معنى واحد لكل مجموعة وكما يأتي :-

1-كونه مكان:-فهناك من عرفه على أنه المكان أو مجموعة الأماكن التي ينصب إليها الزائرون للسياحة، والإقامة المؤقتة فيها، والاستمتاع بعوامل الجذب بها (دانيال-2006-92p)، كما أشار (بيج،دون سنة الطبع،416p) على أنه "المكان الذي يقصده السائح لقضاء الاجازة،أو الترفيه، أو الاستجمام خصوصاً بالمراكز، أو المنتجعات السياحية المعدة إعداداً كاملاً أو جزئياً لاستقبال السائح".

2-كونه يمثل علاقة مكان بالنوع :-إذ هناك من اعتمد في تحديد مفهوم الجذب السياحي على مديات العلاقة بين كونه مكان و بين أنواعه اذ عرف على انه "مكان ،أو مبنى، أو منظر يجذب نظر السائحين ،أو رجال الأعمال لقضاء بعض الوقت فيه ومن الممكن ان يكون ظاهرة طبيعية أو بينية أو ابتكار بشري"(الخطيب-2000-78p).

3- كونه حالة إثارة الزائرين وخلق الاهتمام لديهم:- وقد بين (mcintosh&goeldner6others-1995-p199) ان الجذب السياحي هو كل المصادر التي تشكل الباعث الرئيس المحفز للسفر وزيارة تلك المقاصد السياحية، اما (المهيرات-2011-23p) فقد أشار إلى أن الجذب السياحي هو مجمل الأنشطة المميزة من نوعها والفريدة من نوعها في منطقة قصد سياحي ما ،والتي لا يجد السائح نظيراتها في موطن إقامته الأصلي.

4- كونه مجموعة موارد ومقومات:- حيث عرف (pearce,d-1987-p21) على انه كافة الموارد او العناصر السياحية التي توفر للسائح فرصة الاستمتاع ببعض الخدمات التي لا يجدها السائح في بيئته المعتادة،وقد أوضح (الملكاوي-2012-67p) ان الجذب السياحي هو مجموعة من الموارد الطبيعية المجتمعة مع الموارد البشرية لتكوين الركيزة الأساسية لجعل منطقة مقصد سياحي عظيم .

5-كونه الموارد المكونة للمنتج:-حيث عرف (burkart&medlik-1974-p71) الجذب السياحي على انه مجموعة من العناصر الطبيعية والتاريخية والحضارية...الخ والتي عند اجتماعها مع بعض التسهيلات تشكل المنتج، اما (حافظ-2009-222p) فقد عرفه على انه مجموعة الموارد الطبيعية والبشرية التي تجتمع معاً لتكوين المنتج السياحي.

6-كونه قوى عرض وطلب :-فقد عرف (w.t.o-1999-p5) الجذب السياحي على انه مجموعة من المقومات تجتمع مع مجموعة من العناصر المساندة مثل البنى التحتية والنقل وبعض التشريعات والأعراف لتكوين العرض السياحي ،واخيراً فإن (الصيرفي-2009-76p) قد عرفه على انه"مقدار الخدمات السياحية التي تعرضها المشاريع السياحية للبيع مقابل ثمن معين في وقت معين".

وعند المرور بالمفاهيم السابقة جميعاً نستطيع ان نحدد مفهوم الجذب السياحي وكما يترأى الباحث على وفق ما يأتي:-

يعد الجذب السياحي عبارة عن مورد جذب او مجموعة موارد جذب سواء كانت طبيعية او ابتكارية(صناعية) تعمل إحدى الجهات على تنظيمه وإدارته بحيث تحرص على جعله محل اهتمام للزائرين الحقيقيين او المحتملين مع الحرص على ان تحقق هذا الموارد الإشباع لكافة رغبات ومتطلبات هؤلاء الزوار من جهة والقائمين من جهة أخرى.

ثانياً :- أهمية الجذب السياحي:-

كما هو معروف فإنه توجد الكثير من الفوائد والمزايا المترتبة على الاهتمام بالمرافق السياحية وتنمية الجذب السياحي سواء كان اقتصادياً ،اجتماعياً ،بنيباً ،ثقافياً...الخ ونظراً لأهمية وتشابك الموضوع فقد كانت

هناك العديد من طروحات الباحثين التي تبين أهمية الجذب السياحي وسنتعرف على ما وقع تحت ايدينا ومن جراء عملية بحثنا عن الاراء وكما يأتي:-

1- الأهمية الاقتصادية :-

تتجسد الأهمية الاقتصادية على وفق فقرات متعددة وفقاً لأراء عدد من الباحثين هم كل من douglas- (1981-p55)، (لطيف-2009-52-43 p)، (حافظ-2010-ص221) و (ابوعياش والطاني -2010-ص73)

A. تنمية معدل الأنشطة السياحية على مدار العام بما يساعد على تجاوز الخسائر المترتبة بسبب عامل الموسمية.

B. استيعاب أعداد كبيرة من الايدي العاملة وتنشيط سلسلة من القطاعات الصناعية والخدمية ذات النشاط المرتبط بالقطاع السياحي مثل صناعة الاثاث والنقل والخدمات المصرفية.

C. الاهتمام ببعض الاماكن المهملة والتي لها علاقة ببعض الأنشطة السياحية مثلاً بعض المواقع الريفية، فضلاً عن ترويج لبعض الخدمات المصاحبة للعرض الرئيس ممن تكون ذات طلب منخفض.

D. زيادة حصة الحكومة من الضرائب والرسوم... الخ بما يؤدي الى تحسين وضع ميزان المدفوعات المتكون من طرفي الإيرادات والنفقات.

2- الأهمية الاجتماعية :-

يملك الجذب السياحي أهمية اجتماعية واضحة جداً يمكن ان نتلخص في النقاط الآتية استناداً الى اراء كل من (الظاهر-2007-ص86-73)، (عياش والطاني-2010-ص73-74) و(هارفي-2011-144 p).

A. تعزيز شعور المواطن بالحس الوطني والاعتزاز بالوطن كما يساعد على تماسك المجتمع والاندماج بين كافة اطيافه ومذاهبه و تقليل الفوارق الطبقية بين ابناء المجتمع وخلق ثقافة تقبل الآخر.

B. الحفاظ على الأنماط المعيشية المميزة لمنطقه الجذب سواء كان من الناحية الثقافية والعادات والتقاليد.

C. توفير فرص العمل وتشغيل الايدي العاملة يساعد على الحد من الكثير من المشاكل المتسببة بسبب البطالة وانخفاض المستوى المعيشي والثقافي.

D. توسيع شريحة المستفيدين من الأنشطة السياحة يساعد في الحصول على اللياقة الذهنية والتخلص من ضغط الحياة العصرية مما يساعد على رفع معدل انتاجية الفرد.

3- الاهمية الحضارية والثقافية :-

وتتمثل هذه الاهمية في التالي كما ذكر(سعد وغنيم-2003-ص40).

A. زيادة معرفة شعوب الارض ببعضها البعض وتوطيد العلاقات وتقريب المسافات الثقافية بينهم .

B. ان هذه المعرفة والتواصل بين ابناء البشرية تساعد على ضمان حفظ التراث العالمي.

4- الأهمية البيئية :-

وتتمثل في الاتي حسب ما ذكر(الظاهر-2007-ص85).

A. تحقيق الاستغلال الأفضل والأمثل للموارد والمعطيات الطبيعية والمحافظة عليها وعدم الاساءة لها على اعتبارها ثروته وطنية .

B. تنظيم وتحديث استخدامات الأرض بالشكل الذي يحقق اقصى منفعة ممكنة ولا يسبب اي مشاكل او اثار بيئية سلبية.

C. الاهتمام بالبعد الجمالي للمعطيات سواء كانت طبيعية ام من صنع الانسان .

من خلال ما سبق ذكره يستطيع الباحث التعريف على مدى أهمية بذل الجهود لجعل الجذب السياحي في حالة نمو دائم للارتقاء بكل مرافق الحياة وبث سلسلة من النشاط الاقتصادي والاجتماعي والثقافي والحضري والبيئي والاستفادة من انعكاساته هذا النمو بما يصب في تحقيق الأهداف التنموية المطلوبة مجتمعة مع بعضها الآخر.

ثالثاً:-النشأة والتطور

1. الجذب السياحي عبر الحضارات القديمة:-

اكّد العديد من الباحثين على ان الانسان عبر كل العصور المنصرمة كان دائم السفر والترحال وقد مارس الأنشطة السياحية والترويجية مستثمراً موارد الجذب السياحي بشكل متنوع ومتعدد قبل ظهور اي مفهوم او دراسة علمية للأنشطة السياحية، بل وقبل ان يظهر للوجود اي شكل من اشكال الدول او الممالك بالمفهوم المعروف وكان ذلك بقصد مباشر او اثناء قيامة بالإعداد لمتطلبات حياته بشكل عام، ولغرض التعرف على نشأة وتطور الجذب السياحي لابد من استعراض تواجده عبر مجموعة من الحضارات القديمة وكما يأتي:-

A-الجذب السياحي في حضارة وادي الرافدين:- نشأ في وادي الرافدين حضارات عظيمة (-1997gee)

p9 جذبت انظار العالم بالخصوص لمن يبحث عن اشباع لحب الاستطلاع وزيادة المعرفة

والتعلم...الخ، وينفس الوقت نسب الى الانسان الرافديني القديم وفرة في غريزة حب الاستطلاع وتنمية المعارف وبالتالي الارتحال المستمر وزيارة مختلف المناطق ولاسيما القريبة(الانصاري-2008-p13)، وقد اشار(علوان-2013-p229) الى ان اول سانح بالعالم انطلق من مدينة الوركاء وهو كلكامش في رحلته المشهورة بحثاً عن الخلود.

B-الجذب السياحي في حضارة وادي النيل:- تعد مصر من اقدم مواطن الجذب السياحي في العالم حيث عرف المصريين السفر لأغراض متعددة كالترويج والمهام الحكومية والاحتفالات الدينية والتجارة كما بنوا العديد من دور الضيافة على الطرقات(gee-1997-p9)، وقد تعددت الاديان وبالتالي ازدادت الاحتفالات الدينية وتعددت المراكز الثقافية والاجتماعية والدينية...الخ والتي شكلت مزارات هامة للمثقفين ورجال الدين من مختلف ربوع مصر للاطلاع على ما تحويه من معلومات ووثائق وبما يعد اول ظهور للسياحة الثقافية، كما كانوا يسافرون بهدف الصيد والترويج وممارسة بعض اشكال الرياضة في الصحراء والواحات التي تكثر في شمال الدلتا، وبعد ما تأسست مدينة الاسكندرية كمدينة متعددة الوظائف الادارية والاقتصادية والثقافية...الخ قد لاقت شهرة عالمية بسبب حريتها وتقدمها وازدهارها وبذلك اصبحت قبلة للزائرين ومحطة انظار لمختلف الجنسيات لزيارتها والاقامة بها(ابوحجر-2011-p13) و(مقابلة-2000-p18).

C-الجذب السياحي في الحضارة اليونانية :-عرف عن اليونانيين سفرهم لمسافات طويلة لزيارة المعابد البعيدة وسماع تنبؤات الكهنة للمستقبل، كما كانت اليونان مركز للتجارة العالمية ايام ازدهارها، وقد اقام اليونانيون مستعمرات على شواطئ البحر الابيض المتوسط تعرف اليوم باسم مرسيليا لغرض تسهيل تجارتهم مع الشعوب المجاورة لهم(بليبل-2001-p17)، ومن ابرز اوجه استغلال اليونانيين لموارد الجذب السياحي هو شغفهم بالسفر لمتابعة الالعاب الاولمبية والتي كانت تعقد بانتظام كل اربع سنوات وكانوا يحضرون من كافة انحاء البلاد الى مدينة اولمبيا للاشتراك في الالعاب الاولمبية(الظاهر والياس-2007-p15).

D-الجذب السياحي في الحضارة الرومانية:- يعد الرومانيون اول من سافر سعياً لطلب الراحة والسرور والاستجمام او متابعة الالعاب الرياضية(دلالة-1999-p21)، وتعد روما القديمة من اشهر مواطن الجذب السياحي اذ مثلت مركز اشعاع فكري وحضاري وثقافي وتجاري، هذا فضلاً عن سعي الرومانيين وراء مختلف مصادر المتعة والترويج(الخطيب-2000-p19)، وعرف عنهم سفرهم لمسافات طويلة لزيارة المعابد المقدسة(الظاهر والياس-2001-p13)، ويذكر ان اول دليل سياحي قد ظهر في العالم كان في اليونان عام(170م) وقد انتشر بشكل واسع في روما كما ذكر(2009-p32).

2-الجذب السياحي في العصور الوسطى

A-الجذب السياحي في العصر الاسلامي:- اهتم العرب باستغلال السفر لأغراض متعددة كتمتين الروابط الاجتماعية واستزادة المعرفة والخبرات...الخ كما جاء في سورة الحجرات/الآية 13 (يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَى وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا) إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ، فضلاً عن السفر لأداء الحج حيث كان المسلمين يرتحلون في اتجاه مكة المكرمة والمدينة المنورة ، وقد كانت الرغبة في تعلم اسرار العلوم الحديثة والآداب والفنون العربية عامل جذب للزوار من خارج الدولة الاسلامية كما ان التجارة والرغبة في الكسب والمغامرة والبحث عن الشهرة ونشر الاسلام من دوافع العرب للسفر (ابو حجر-2011-p18)، وورد عن الامام علي بن ابي طالب(عليه السلام)

تغرب عن الاوطان في طلب العلا	وسافر ففي الاسفار خمس فوائد
تفرج هم و اكتساب معيشة	وعلم و ادب و صحبة ماجد
فان قيل في الاسفار ذل و محنة	وقطع الفيافي و ارتكاب الشدائد
فموت الفتى خير له من قيامة	بدار هوان بين و اش و حاسد

ومن الوقائع الثابتة ان معظم البلاد الاسلامية كانت جاذبة للعلماء والمثقفين من كل أنحاء العالم نظراً للمستوى الحضاري المتقدم الذي وصلت له فضلاً عن ازدياد الرحالة العرب آنذاك(الانصاري-2008-p14).

B-الجذب السياحي في اوربا:- في هذه المرحلة اقتصر استغلال موارد الجذب السياحي على الموارد ذات الطبيعة الدينية كبيت المقدس حسب رأي (gee-1997-p10)، كما تجدر الإشارة الى انه مع نهايات العصور الوسطى ظهر توجه جديد في السفر يتمثل في ظهور فئة طالبي العلم ممن كانوا يسافرون لأغراض لاتعدوا عن الدراسة العلمية في الجامعات والمعاهد او التعرف على النظم السياسية في بلد ما، والتعرف على عادات وتقاليد مجتمع ما مما يعطي المناطق المقصودة تلك استعمالاً سياحياً إضافة الى الغرض الاساسي من الزيارة الذي يدل على انها مناطق جذب سياحي لتلك المرحلة ومن اشهر تلك الموارد المدرسة المستنصرية وجامعة اوكسفورد وكمبريدج وبولونيا (بليبل والحسن-2001-p19).

3- الجذب السياحي في عصر النهضة

اتفق كل من (Williams-1998-p30-38) و(الظاهر والياس-2007-p18) و(القعيدواخرون-2010-p12) على ان ممارسة الافراد للسفر وتحقيق نوع من انواع الاستغلال لمصادر الجذب السياحي في ذلك الزمان يتم على وفق بعض من الالوجه الاتية مثل:-

- 1- الاستكشافات الجغرافية للعالم الجديد.
- 2- حب المغامرة وطلب الشهرة .
- 3- ظهور اعمال فنية ومعمارية فريدة في الروعة والجمال أصبحت محط أنظار طبقة الاغنياء والمثقفين.
- 4 - التنافس بين الدول والمستكشفين للحصول على ثروات العالم الجديد.

رابعاً:- انواع موارد الجذب السياحي:-

عكست الادبيات السياحية تنوعاً واسعاً في تصنيفات موارد الجذب السياحي، اذ صنفها (mcintosh&others-1995-p317-318) الى (الطبيعية، البنى التحتية، البنى الفوقية، الثقافية، النقل)، اما (2007-p419-بيج) فقد صنفها الى (الطبيعية، البشرية، الصناعية، الاجتماعية)، كذلك صنفها (بظاظو-2009-p30) الى (الطبيعية، البشرية)، اما (مؤمن-2009-p81) فقد صنفها الى (الطبيعية، البنى التحتية، الثقافية، الضيافة، التسهيلات السياحية، النقل)، واخيراً فقد صنفها (قاسم وعبد الفتاح-2013-p14-15) الى (الطبيعية، الثقافية، الحضارية، التاريخية، اجتماعية، ضيافة)، استناداً الى ما سبق نلاحظ انقسام هذه التصنيفات الى وجهين اساسين اذ اتفق الجميع على الموارد الطبيعية في تصنيفاتهم واختلفوا وفي التصنيفات الاخرى كالبنى التحتية والفوقية والموارد التاريخية والثقافية والاجتماعية، ويعتقد الباحث ان تصنيف موارد الجذب السياحي الى الطبيعية والبشرية هو التصنيف الامثل حيث ان مجمل الموارد فيما عدى الطبيعية هي ذات سمة بشرية فضلاً عن ان التصنيفات المذكورة اعلاه ذات تداخل واضح كما هو ملاحظ فالموارد الحضارية والتاريخية تنضوي تحت الوظيفة الثقافية، كذلك فان النقل يقع تحت تصنيف البنى التحتية من ناحية الطرق وتحت تصنيف البنى الفوقية في بعض وسائل النقل وبعض المؤسسات الخاصة بالنقل، لذلك فان الباحث يتفق مع تصنيف الموارد الى الطبيعية والبشرية، اما باقي التصنيفات كالبنى الفوقية والتحية والموارد الثقافية فإنها ستكون موارد تابعة للموارد البشرية، وسيتناول الباحث الجذب السياحي كمغير تابع للدراسة متفرعا الى عدد من المتغيرات الفرعية وهي (البنى التحتية، البنى الفوقية، التسهيلات السياحية).

الجانب العملي الباب الاول

منهجية الدراسة

اولاً:- مشكلة الدراسة:-

إن مشكلة الدراسة تدرك من خلال إدراك انخفاض مستويات الجذب السياحي في منطقتنا السياحية ومنها الفنادق عينة الدراسة، وعدم القدرة على تفسير هذا الانخفاض وتشخيص اسبابه التي يعتقد الباحث ان احد هذه الأسباب هو عدم توفر الموارد والمهارات وعوامل الاقتدار الاستراتيجي الكافية لضمان أتباع الأساليب والوسائل الكفيلة لرفع مستوى ونمو الجذب السياحي

ثانياً:- أهمية الدراسة

- 1- بناء متغيرات ذات طبيعة شمولية حيث أن كل متغير هو أشبه ما يكون بحزمة من المتغيرات التي بالمعتاد تدرس بشكل منفصل ومستقل.
- 2- تزايد اهتمام الباحثين نحو مراقبة وتحليل وتفسير أدق الجوانب ذات العلاقة بالأنظمة الإدارية بشكل عام و للسياحة بشكل خاص.
- 3- ندرة و انعدام البحوث عن العلاقة فيما بين المتغيرات المبحوثة مجتمعتاً أو مستقلة عن بعضها البعض بالرغم من الحاجة إلى التعريف بماهيتها .
- 4- الإسهام بإعداد دراسة تزود الباحثين والمهتمين بشؤون الإدارة السياحية بجانب نظري مزود بدلالات رقمية حول علاقة الاقتدار الاستراتيجي بنمو الجذب السياحي
- 5- إبراز أهمية متغيرات الدراسة في تطوير الواقع السياحي.
- 6- إمكانية الاستفادة من الدراسة في المجالات الإدارية عموماً والسياحية خصوصاً.

ثالثاً:- أهداف الدراسة

- 1- تحديد مجموعة من القدرات الجوهرية الضرورية للمنظمات السياحية في تحقيق الاقتدار الاستراتيجي بما يضمن الوصول إلى الميزة التنافسية.
- 2- أثر الاقتدار الاستراتيجي في نمو الجذب السياحي. بيان
- 3- التعرف على الجذب السياحي والاقتدار الاستراتيجي بشكل مفصل من حيث المفهوم والخصائص وسبل تطويره... الخ
- 4- تكوين رؤية مستقبلية لواقع حال الجذب السياحي عند وجود القدرات الجوهرية بالشكل الذي يضمن تحقيق الاقتدار الاستراتيجي.
- 5- تطوير المخزون الفكري المعرفي في مجال الجذب السياحي والاقتدار الاستراتيجي.
- 6- توجيه عناية المنظمات للدور الذي تلعبه متغيرات البحث في الارتقاء بمستوى نشاطها.

رابعاً:- الفرضيات

وتنقسم إلى الآتي:-

1-الفرضية الرئيسية الأولى:-

(توجد علاقة ارتباط ذو دلالة معنوية فيما بين متغيرات الاقتدار الاستراتيجي ومتغيرات نمو الجذب السياحي) ، وقد تفرعت عنها الفرضيات الفرعية الآتية:-

- a. توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية فيما بين الموارد والجذب السياحي
- b. توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية فيما بين المهارات والجذب السياحي
- c. توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية فيما بين الأنشطة والجذب السياحي

2- الفرضية الرئيسية الثانية:-

(تؤثر متغيرات الاقتدار الاستراتيجي بدلالة معنوية في متغيرات نمو الجذب السياحي) ، وقد تفرعت عنها الفرضيات الفرعية الآتية

- a. توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية للموارد في نمو الجذب السياحي
- b. توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية للإمكانات في نمو الجذب السياحي
- c. توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية للأنشطة في نمو الجذب السياحي

خامساً:- حدود الدراسة

- 1-الحدود المكانية:- وهي تتمثل بمكان الدراسة المتكونة من عدد من فنادق الدرجة الأولى والممتازة في بغداد وهي (الرشيد ، السدير، المنصور، بابل ، بغداد ، عشتار، فلسطين).
- 2-الحدود البحثية:- وهي حدود متغيرات الدراسة (الاقتدار الاستراتيجي متمثلاً بعدد من القدرات الجوهرية والجذب السياحي المتمثل بالبنى التحتية والفوقية والتسهيلات السياحية).
- 3-الحدود البشرية:- عبارة عن كل من المدراء ومعاونيهم وأصحاب القرار في عينة الدراسة.
- 4-الحدود الزمنية:- أي الفترة الزمنية لإعداد هذه الدراسة والتي امتدت منذ(2012-2013).

سادساً:- أساليب وأدوات الدراسة

- 1- الجانب النظري:- ويشمل المصادر المتنوعة كافة من كتب ورسائل وأطراح ومقالات علمية عربية وأجنبية ذات العلاقة بمتغيرات الدراسة بشكل مفصل والتعرف على مفهومها وأهميتها وخصائصها وأنواعها وتكوين صورة واضحة المعالم عنها.
- 2- الجانب التطبيقي:- يشتمل على وسائل التأكد من صحة الفرضيات التي تناولتها الدراسة مشتملاً بالدرجة الأساس على بعض العمليات الإحصائية التي تمت على مجموعته من أسئلة ضمن استبانته تم إعدادها من قبل الباحث لهذا الغرض.

سادساً:- وصف الاستبانة

اعتمدت الدراسة على الاستبانة كأداة رئيسية للوصول إلى نتائج اختبار الفرضيات وقد تكونت الاستبانة من محورين أساسيين حيث تضمن الأول الأسئلة الخاصة بعينة الدراسة كالسن والعمر وما إلى ذلك أما المحور الثاني فقد تضمن الأسئلة الخاصة باختبار فرضيات الدراسة وتكون من مئة وتسعة سؤال حيث كان عدد الأسئلة التي تناولت المتغير المستقل الاقتدار الاستراتيجي (ثلاثة وثمانين) سؤال موزعاً على المتغيرات الفرعية التابعة وفيما يخص المتغير الاستجابي فقد تناولته (ستة وعشرون) سؤال موزعة على متغيراته الفرعية الثلاث، وقد تم استعمال مقياس ليكرت الخماسي للقياس.

سابعاً:- مصداقية وثبات الاستبانة

وتقسم إلى

1-الصدق الظاهري :- تم توزيع أنموذج أولي للاستبانة على عدد من الخبراء في الدراسة في مجال الإدارة الإستراتيجية وفي مجال السياحة لغرض التعرف على الأخطاء الحاصلة وعلى الصيغة النهائية الأنسب وتم إعداد التعديلات اللازمة لذلك.

2ثبات الاستبانة:- ويقصد بالثبات أن مقياس الاستبانة يحقق النتائج نفسها لو أعيد تطبيقها بعد فترة من الزمن على الأفراد أنفسهم مرة أخرى، ويظهر الجدول (1) ان قيم معامل الفا كرونباخ كانت أعلى من(0.65) وهي مقبولة إحصائيا وتدل على إن الاستبانة تتصف بالثبات.

الجدول(1)

معاملات الثبات لأداة قياس الدراسة

المتغير	معامل الفا كرونباخ للمتغير	المتغير	معامل الفا كرونباخ للمتغير
أولاً:-الاقتدار الاستراتيجي- ويتكون من الاتي:-		ثانياً:- الجذب السياحي:- ويتكون من الاتي:-	
1-الموارد	0.938	1-البنى التحتية	0.907
2-المهارات	0.869	2-البنى الفوقية	0.926
3-الأنشطة	0.982	3-التسهيلات السياحية	0.886
إجمالي الاقتدار الاستراتيجي =0.982		إجمالي الجذب السياحي =0.953	
إجمالي الاستبيان =0.986			

المصدر :- من اعداد الباحث

ثامناً:- وسائل التحليل والمعالجة:-

وهي عبارة عن مجمل أدوات وصف وتحليل البيانات التي استعملت للتأكد من مدى صحة الفرضيات ونفذت باستعمال الحزمة الإحصائية الجاهزة (spss) وهي عبارة عن كل من (الوسط الحسابي، الانحراف المعياري، معامل الارتباط البسيط، معامل الاحدار، الفاكرونباخ).

تاسعاً:- مجتمع وعينه الدراسة

وفقاً للعلاقة بين الاقتدار الاستراتيجي المتمثل بعدد من القدرات الجوهرية وبين الجذب السياحي المتمثل بالبنى الفوقية والبنى التحتية والتسهيلات السياحية فإن المنظمات السياحية الكبيرة كفنادق الدرجة الأولى والقرى السياحية تمثل خير مجتمع للدراسة كما هو واضح عند مراجعة الجانب النظري والتعرف على مدى علاقات التأثير والارتباط بين جملة من العمليات الإدارية المعقدة والمتشعبة تحت مظلة القدرات الجوهرية والجذب السياحي بما يضم من عمليات تصميم وإنتاج سلسلة من الخدمات والسلع السياحية المتعددة وعليه فسوف يتم اختيار عدد من قادة المستويات المختلفة من رئيس قسم ومدير عام ومسؤولي وحدات وشعب و...الخ فنادق الدرجة الممتازة والأولى ببغداد كعينة للدراسة.

الباب الثاني التحليل الإحصائي

أولاً:- مستوى استجابات العينة

استناداً الى استعمال مقياس ليكرت الخماسي كما موضح في ادناه وبما ان الوسط الفرضي سيكون(3) وان الوسط الحسابي العام للاقتدار الاستراتيجي كان(4.0093) بانحراف معياري بلغ (0.56945) و الوسط الحسابي العام للجذب السياحي بلغ (4.0372) بانحراف معياري (0.63131)،فيمكننا القول بان كافة النتائج كانت ايجابية مع وجود بعض الفروقات البسيطة بين الاواسط الحسابية كما هو واضح عند الجدول (2) الخاص بالأواسط الحسابية والانحراف المعياري للإجابات العينة قيد الدراسة على اسئلة الاستبانة.

المتغيرات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتغيرات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
المتغير الأول:-الاقتدار الاستراتيجي ويتكون من المتغيرات الفرعية الآتية:-			المتغير الثاني:- الجذب السياحي ويتكون من المتغيرات الفرعية الآتية:-		
1-الموارد	4.0119	0.5947	1-البنى التحتية	4.1466	0.6811
2- المهارات	3.8690	0.6974	2-البنى الفوقية	3.9943	0.07766
3-الانشطة	4.0360	0.7168	3-التسهيلات السياحية	3.9707	0.6657
اجمالي الاقتدار الاستراتيجي	4.0093	0.5694	اجمالي الجذب السياحي	4.0372	0.6313

الجدول (2)

الوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات العينة

المصدر: من إعداد الباحث

ثانياً:- علاقات الارتباط

نتناول هنا علاقات الارتباط بين متغيرات الاقتدار الاستراتيجي ومتغيرات الجذب السياحي كما عبرت عنها

الفرضية

لا اتفق بشده	لا اتفق	محايد	اتفق	اتفق بشده
1	2	3	4	5

نيسة الأولى(توجد علاقات ارتباط ذات دلالة معنوية فيما بين متغيرات الاقتدار الاستراتيجي ومتغيرات نمو الجذب السياحي) وقد تم التوصل الى اثبات صحة الفرضية هذه حيث بينت المعالجة الاحصائية أن كافة العلاقات بين متغيرات الاقتدار الاستراتيجي ومتغيرات الجذب السياحي معنوية وطردية كما هو موضح في الجدول (3)، ومن الملاحظ ان هنالك تفاوتاً ملموساً في مدى شدة الارتباط بين كل متغير من متغيرات الاقتدار الاستراتيجي مع متغيرات الجذب السياحي، إذ كان ارتباط الموارد بالتسهيلات السياحية الأقوى أما ارتباط الموارد بالبنى التحتية فقد كان الأدنى، أما ارتباط المهارات بالبنى التحتية فقد كان الأقوى ومع التسهيلات السياحية كان الأدنى، وفيما يخص ارتباط الأنشطة بالتسهيلات السياحية فقد كان الأعلى ومع البنى التحتية كان الأدنى، أما بشكل عام فقد كان ارتباط الأنشطة هو الأقوى بالجذب السياحي وارتباط المهارات كان الأدنى مع الجذب السياحي.

الجدول (3)

معامل ارتباط Spearman للعلاقة بين متغيرات الاقتدار الاستراتيجي ومتغيرات الجذب السياحي

الجذب السياحي الاقتدار الاستراتيجي	البنى التحتية	البنى الفوقية	التسهيلات السياحية	اجمالي الجذب السياحي
الموارد	0.485**	0.602**	0.625**	0.642**
المهارات	0.899**	0.597**	0.609**	0.607**
الأنشطة	0.683**	0.704**	0.757**	0.797**
اجمالي الاقتدار الاستراتيجي	0.606**	0.738**	0.775**	0.799**

**عند مستوى معنوية (0.01)

المصدر: من إعداد الباحث

ثالثاً:- علاقات التأثير

نتناول هنا علاقات التأثير بين متغيرات الاقتدار الاستراتيجي ومتغيرات الجذب السياحي كما عبرت عنها الفرضية الرئيسية الثانية(تؤثر متغيرات الاقتدار الاستراتيجي بدلالة معنوية في متغيرات نمو الجذب السياحي) ولغرض التوصل الى معرفة مدى صحة الفرضية استعملت عمليات التحليل الاحصائي الخاصة

بمعامل الانحدار الخطي البسيط لبيان مدى وجود علاقات تأثير لمتغيرات الاقتدار الاستراتيجي في متغيرات الجذب السياحي وكما يلي:-

1-علاقة التأثير بين متغيرات الاقتدار والبنى التحتية:- أثبتت نتائج التحليل الإحصائي أن نموذج الانحدار الخطي البسيط معنوي إذ تبين إن قيمة F كانت (63.042) وبمستوى دلالة (0.000) مع المقارنة مع مستوى المعنوية المفترض (0.05) ، كذلك فإن قيمة معامل التحديد كانت (0.530) مما يوضح إن الاقتدار الاستراتيجي يفسر (0.530) من نمو البنى التحتية ، كما أوضحت النتائج إن الموارد الأنشطة هي المؤثر الأعلى في نمو البنى التحتية والمهارات هي المؤثر الأدنى في ذلك كما موضح في الجدول (4).

جدول (4)
تأثير الاقتدار الاستراتيجي في البنى التحتية

البنى التحتية الاقتدار الاستراتيجي	الثابت a	قيمة معامل b بيتا	معامل R2	F المحتسبة
الموارد	1.149	0.735	0.329	27.402
المهارات	1.871	0.582	0.318	26.139
الأنشطة	1.119	0.750	0.623	92.565
الاجمالي	0.656	0.871	0.530	63.042

المصدر: من إعداد الباحث

2-علاقة التأثير بين متغيرات الاقتدار والبنى الفوقية:- أثبتت نتائج التحليل الإحصائي أن نموذج الانحدار الخطي البسيط معنوي إذ تبين إن قيمة F كانت (63.546) وبمستوى دلالة (0.000) مع المقارنة مع مستوى المعنوية المفترض (0.05) ، كذلك فإن قيمة معامل التحديد كانت (0.532) مما يوضح إن الاقتدار الاستراتيجي يفسر (0.532) من نمو البنى الفوقية ، كما أوضحت النتائج إن الأنشطة هي المؤثر الأعلى في نمو البنى الفوقية والمهارات هي المؤثر الأدنى في ذلك كما موضح في الجدول (5).

جدول (5)
تأثير الاقتدار الاستراتيجي في البنى الفوقية

البنى الفوقية الاقتدار الاستراتيجي	الثابت a	قيمة معامل b بيتا	معامل R2	F المحتسبة
الموارد	0.232	0.922	0.398	37.061
المهارات	1.143	0.729	0.385	34.986
الأنشطة	0.942	0.756	0.487	53.232
الاجمالي	0.008	0.994	0.532	63.546

المصدر: من إعداد الباحث

3-علاقة التأثير بين متغيرات الاقتدار والتسهيلات السياحية:- أثبتت نتائج التحليل الإحصائي أن نموذج الانحدار الخطي البسيط معنوي إذ تبين إن قيمة F كانت (110.423) وبمستوى دلالة (0.000) مع المقارنة مع مستوى المعنوية المفترض (0.05) ، كذلك فإن قيمة معامل التحديد كانت (0.664) مما يوضح إن الاقتدار الاستراتيجي يفسر (0.664) من نمو التسهيلات السياحية، كما أوضحت النتائج إن الأنشطة كانت المؤثر الأعلى في نمو الجذب السياحي والمهارات كانت المؤثر الأدنى في ذلك كما موضح في الجدول (6).

جدول (6)
تأثير الاقتدار الاستراتيجي في التسهيلات السياحية

التسهيلات السياحية الاقتدار الاستراتيجي	الثابت a	قيمة معامل b بيتا	معامل R2	F المحتسبة
الموارد	0.375	0.881	0.495	54.950
المهارات	1.289	0.685	0.463	48.217
الأنشطة	1.000	0.736	0.628	94.569
الاجمالي	0.153	0.952	0.664	110.423

المصدر: من إعداد الباحث

نستنتج من السابق ان هنالك سبباً منطقياً لقبول الفرضية الرئيسية الاولى والثانية نظراً للتأكد من دور الاقتدار الاستراتيجي في نمو الجذب السياحي مع الاشارة الى تفاوت ادوار المتغيرات الفرعية المكونة للمتغيرات الرئيسية في نمو الجذب السياحي وسوف يتم تناول هذا التفاوت في الاستنتاجات والتوصيات

الاستنتاجات والتوصيات

اولاً:- الاستنتاجات

1-الاستنتاجات الخاصة بالجانب النظري

A. الاستنتاجات الخاصة بالاقتدار

- (1) الاقتدار الاستراتيجي حاجة ماسة للنمو والتطور
- (2) يعد الاقتدار الاستراتيجي تعبيراً عن المفهوم الشمولي الجامع لعدد من المفاهيم ولعدد من المتغيرات في نفس الوقت مما يعطيه اهمية بالغة نظراً لأهمية ادراك ادق التفاصيل المؤثرة في المنظمات
- (3) يقسم الاقتدار الى نوعين اساسيين الاول خاص بالسمات الشخصية الوراثية والثاني خاص بالموجودات المادية المختلفة
- (4) يعد التركيز على المنظور المستقبلي من ابرز مميزات الاقتدار الاستراتيجي
- (5) هنالك العديد من القدرات التي تحتاج الى بعض الرعاية لتتحول الى قدرات جوهرية تقود الى الاقتدار الاستراتيجي وكذلك فان القدرات الجوهرية تحتاج الى المحافظة والتطوير باستمرار.

B. الاستنتاجات الخاصة بالجذب السياحي

- (1) يعد الجذب السياحي تعبيراً عن المفهوم الشمولي الجامع لعدد من المتغيرات في نفس الوقت فالبعض تناول السياحة اقتصادياً واخر اجتماعياً كما تم تناولها جغرافياً...الخ، اما الجذب السياحي فانه يغطي كافة الأوجه انفة الذكر
- (2) استثمار الانسان موارد الجذب السياحي منذ اقدم العصور وبشكل فطري مما يدل على فطرية الحاجة لممارسة بعض الانشطة السياحية والترفيهية
- (3) ان استثمار موارد الجذب السياحي يعود بالعديد من الفوائد الاقتصادية والاجتماعية والعمرانية...الخ
- (4) الجذب السياحي شديد التأثير بالعوامل السياسية والاقتصادية والاجتماعية...الخ
- (5) يزداد اهتمام الانسان باستثمار موارد الجذب السياحي كلما ازداد تحضراً
- (6) الجذب السياحي لا يتحقق بالشكل المتفوق الا بالتعاون فيما بين المختصين بمجالات الادارة والاقتصاد وعلم النفس وعلم الاجتماع...الخ

2-الاستنتاجات الخاصة بالجانب العملي

- A- هنالك علاقة ارتباط وتأثير قوية بين متغيرات الاقتدار الاستراتيجي ومتغيرات نمو الجذب السياحي
- B- بالرغم من اهمية الدور الذي تلعبه بعض الموارد او المهارات والانشطة في نمو الجذب السياحي الا انها تفتقر الى الرعاية والتطوير اللازم
- C- كان دور الانشطة هو الابرز في نمو الجذب السياحي اما الموارد والمهارات فكان دورها الاضعف مما يشير الى وجود بعض العراقيل المترافقة مع الموارد والمهارات.

ثانياً:- التوصيات

1-التوصيات الخاصة بالجانب النظري

A- التوصيات الخاصة بالاقتدار الاستراتيجي

- (1) اتباع المنهج الشمولي عند اعداد النظم الادارية لمراعاة كافة العوامل المؤثرة وضمان عدم اهمال بعض المؤثرات
- (2) التفكير بشكل مستمر بتحقيق الاقتدار الاستراتيجي وعدم اهمال اي قدرة من القدرات مهما كانت متواضعة.
- (3) السعي المستمر لتطوير وتحسين القدرات الحالية.

B- التوصيات الخاصة بالجذب السياحي

- (1) الاخذ بنظر الاعتباران السياحة تمثل علم يجمع عدد من العلوم في كنفه لذلك فمن الضروري اتباع المنهج الشمولي عند دراستها.
- (2) بحث سبل تنويع موارد الجذب السياحي باستمرار و كذلك تقليل الحساسية الشديدة اتجاه المتغيرات البيئية المختلفة.
- (3) دراسة كافة اثار السياحة التي لم يسلط عليها الضوء بشكل كافي كدور السياحة في احلال السلام بين الشعوب والطوائف.

2-التوصيات الخاصة بالجانب العملي.

- A- من الضروري الأخذ بنظر الاعتبار اعداد الخطط التي تتضمن حصر كافة القدرات الجوهرية المكونة للاقتدار الاستراتيجي و العمل على رعايتها وتطويرها والتأكد من امكانية تحقيقها للميزة التنافسية .
- B- بالرغم من اهمية الدور الذي تلعبه بعض الموارد او المهارات والانشطة في نمو الجذب السياحي الا انها تفتقر الى الرعاية و التطوير اللازم.
- C- دراسة مستوى الموارد والمهارات في الفنادق عينة الدراسة للتأكد من عدم تراجع دورها على الصعيد المستقبلي من جهة ومحاولة الارتقاء بمستواها الحالي من جهة اخرى.
- D- دراسة مستوى الانشطة في الفنادق عينة الدراسة في الوقت الحاضر ومحاولة معرفة سر تفوقها على باقي اقرانها من القدرات الجوهرية واعداد الدراسات اللازمة للتأكد من المحافظة على مستواها المتميز.
- E- من الضروري العمل على رفع مستوى الوعي بين كافة العاملين للتفكير في الاقتدار الاستراتيجي بشكل متكامل من ناحية حصر القدرات الجوهرية المكونة للاقتدار ومراقبة نقاط القوى والفرص المحيطة فضلا عن نقاط الضعف والمخاطر وصولا الى رعاية وتطوير القدرات الحالية من اجل الحرص على تامين اصول القدرات بشكل جذري.

المصادر

المصادر العربية

أولاً:- الكتب

- 1- أبوججر، أمنة، 2011، الجغرافية السياحية، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن-عمان، الطبعة الأولى.
- 2- ابوعياش و الطائي، عبد الإله، حميد عبد النبي، التخطيط الاستراتيجي مدخل استراتيجي، 2010، دار الورق للنشر والتوزيع، الاردن-عمان، من دون ذكر رقم الطبعة.
- 3- ابو رباح، عبد الرحمن، السياحة العربية ابعاد ومركزات، 1975، من دون ذكر اسم الدار ورقم الطبعة، القاهرة.
- 4- الأنصاري، رؤوف محمد علي، 2008، السياحة في العراق ودورها في التنمية والاعمار، من دون مكان و اسم دار النشر، الطبعة الاولى.
- 5- بظاظو، إبراهيم خليل، 2010، الجغرافية السياحية، مؤسسة الورق للنشر والتوزيع، الاردن-عمان، الطبعة الأولى.
- 6- بيج، ستيفن جيه، إدارة السياحة إدارة من شأنها أن تحدث فرقاً، ترجمة خالد العامري، دار الفاروق للنشر، السعودية، دون سنة الطبع.
- 7- الجوهري، إسماعيل بن حماد، 1987، تحقيق احمد عبد الغفور عطار، تاج اللغة وصحاح العربية، الطبعة الرابعة، دار العلم للملايين، بيروت
- 8- الخطيب، خلود، 2000، صناعة السياحة والسفر، هلا للنشر والتوزيع، القاهرة.
- 10- دانيال، بنيامين يوحنا، 2006، السياحة أسس و مبادئ، من دون ذكر اسم الدار ومكان النشر ورقم الطبعة.
- 11- الرازي، محمد بن أبي بكر، 1987، مختار الصحاح، دار الرسالة الكويت.
- 12- الزمخشري، 1965، أساس البلاغة، دار حامد، بيروت، من دون رقم الطبعة.
- 13- الصيرفي، محمد، 2009، مهارات التخطيط السياحي، المكتب الجامعي الحديث-الاسكندرية، الطبعة الاولى.
- 14- الظاهر وإلياس، نعيم وسراب، 2007، مبادئ السياحة، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، الطبعة الثانية.
- 15- العنزي وآخرون، سعد وآخرون، 2010، التفكير الإداري والاستراتيجي في عالم متغير : الجزء الأول، الطبعة الأولى، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان - الأردن.
- 16- علوان، وليد عبد الامير،، موسوعة السياحة والآثار العراقية، دار مصر مرتضى للنشر، بيروت-لبنان، من دون رقم الطبعة.
- 17- غنيم و سعد، عثمان محمد و بنينا نبيل، 2003، التخطيط السياحي في سبيل تخطيط مكاني شامل ومتكامل، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، الطبعة الثانية
- 18- الفاعوري، أسامة صبحي، 2012، الجغرافية السياحية مابين النظرية والتطبيق، مؤسسة الورق للنشر والتوزيع، الأردن-عمان، الطبعة الاولى
- 19- القعيد و النمر وآخرون، مرزوق عايد و بركات كامل وآخرون، 2011، مبادئ السياحة، اثراء للنشر والتوزيع، عمان - الاردن ومكتبة الجامعة، الإمارات العربية -الشارقة، الطبعة الأولى

- 20- قاسم وعبد الفتاح، مدحت وأحمد، 2013، السياحة الرياضية والمنتجات الصحية العلاجية، دار الفكر العربي، مصر- القاهرة، الطبعة الأولى.
- 21- كافي، مصطفى يوسف، 2009، صناعة السياحة والامن السياحي، دار رسلان، سوريا -دمشق الطبعة الأولى.
- 22- لطيف، هدى سيد، 2009، السياحة مدخل ورؤية، دار هبة النيل العربية، القاهرة، من دون رقم الطبعة.
- 23- مقابلة، خالد، 2000، فن الدلالة السياحية، دار وائل للنشر، عمان-الأردن، الطبعة الأولى
- 24- الملكاوي، عمر جوابرة، 2012، التسويق الفندقي، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الأردن-عمان، الطبعة الأولى.
- 25- المهيرات، بركات كامل، 2011، الجغرافية السياحية، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الأردن-عمان، الطبعة الأولى.
- 26- مؤمن، محمد عمر، 2009، التخطيط السياحي، المكتب الجامعي الحديث، القاهرة، الطبعة الأولى.
- 27- هارفي، ميدلتون بول، 2011، السياحة والفنادق. التنمية وتطوير السياسة السياحية، دار الكتاب الحديث، القاهرة، من دون رقم الطبعة.

ثانياً:- المصادر الأجنبية

أولاً:- الكتب

- 28-BARRINGER,BRUCER&IRELAND,R.DUANE"Entrepreneurship: Successfully Launching New Ventures", 2th ed, Pearson, New Jersey,2008.
- 29.Burkart,a,j&medlik,s,tourism;past,present,&futer,heinnman,London, 1974.
- 30-Daft,r,l,,"organizationaltheory&dsssign",south western coolage,ohio,2004.
- 31-Dess ,Gergory G.; G.T. Lumpkin and Alan B. Eisner, " Strategic Management: Concepts and Cases " 1st Edition, McGraw- Hill Companies, Inc. New York,2007.
- 32-DouglasG.pearce,tourist development ,longman group London,1981.
- 33-Flowchart.trine,after the strategic concept,Danish institute for internatonal studies,Denmark,2011.
- 34- GEE. CHUCK Y, "International Tourism: A Global Perspective", Published by the World Tourism Organization, Madrid, Spain, 1st Edition,1997.
- 35- Hamel , Gary and C. K . Prahalad " Competing For the Future ",1st Edition, Harvard Business School Press , Boston, Massachusetts, USA, 1994.
- 36- Harrison, J. S & John, C.H.,",Foundation in Strategic Management "McGraw-Hill Companies,Americas, New YorkInc. 1998.
- 37- Heizer, jay & render, barry"operations management" 10th Ed., prentice Hall pearson, new jersey, 2011.
- 38- Hitt, Michael A, Ireland, R. Duane and Hoskisson, Robert E., "Strategic Management Competitiveness and Globalization",5thed ,South-Western, 2003.
- 39- Johnson & Scholes , Exploring Corporate Strategy. Text & Case, 4thed, Prentice Hall, New York,1997.
- 40-Laudon, Kenneth C.and Jane P. Laudon" Management Information Systems : Managing The Digital Firms" 10th Edition, Pearson Education , Inc, Upper saddle River , New Jersey , USA , 2007.
- 41-LaudonKennethC.&Laudon.Jane"EssentialsofBusinessInformation Systems"9thEdition, PearsonPrenticeHall,New Jersey, 2011.

- 42- Lynch, Richard. "*Corporate Strategy*", Prentice Hall, New Jersey, 4th edition, 2006.
- 43- Pearce, d, "tourism today, a geographical analysis", new York, 1987.
- 44- Pearce, John A. & Robinson Richard B., "Strategic Management : Formulation, Implementation & Control" 12th Edition, McGraw – Hill, Singapore , 2011.
- 45- Silber, Kenneth and Lynn Kearny " Organization Intelligence : A Guide To Understanding The Business Of Your Organization For H.R, Training And Performance Consulting" 1st Edition, John Wiley and Sons, Inc, New Jersey, USA, 2010.
- 46- Susan szpakowski, "making sense of strategic in an uncertain world", oxford leader 2011.
- 47- Teece, David. J " Dynamic Capabilities and Strategic Management" 1st Edition, Oxford university Press, Inc , New York , USA , 2009.
- 48- Thompson, Jr. Arthur A. & A. J. Strickland III, "Strategic Management Concepts and Cases", 13th, The McGraw-Hill companies, New York, Inc, 2008.
- 49- mcintosh & goeldner, tourism, principles, practices, philosophies, , john wiley sons , inc. seventh edition, 1995.
- 50- Wild, john j, et. al. "International business: the challenges of globalization" 5th Ed., pearson, New Jersey, 2010.
- 51- Williams. stephan, "tourism geography", rutledge publishers, London, 1998.
- ثانياً:- المقالات والدوريات
- 52 Marti, Jose Maria Viedma, "Social Capital", 2004.
- 53- Shirish. C, Srivastava, "Managing Core Competence of the Organization" , 2005.
- 54- World tourism organization, (w.t.o) national and regional tourism planning, w.t.o, publications, London, 1999.
- ثالثاً:- مواقع الانترنت
- 55- Hayes, Ian. S, "Developing Core Competence Based Strategy" 2008.
- 56- Mika Lo, "How to Develop Employee Core Competencies" 2010.

.....

