

صناعة القرار الاستراتيجي وتأثيره في تفعيل البيئة الاستثمارية السياحية

دراسة استطلاعية لعينة من الآراء لمجموعة من الشركات السياحية في بغداد

**The impact of strategic vigilance in improving tourism services
An exploratory study of tourism organizations in Baghdad**

Omar Rashid Kazem Al-Dulaimi

م.م. عمر رشيد كاظم الدليمي

كلية الإدارة والاقتصاد - الجامعة العراقية

omarrasheed7474@gmail.com

تاريخ تقديم البحث :

تاريخ قبول البحث: 2024/10/14

المستخلص

هدفت الدراسة تم بناء نموذج الدراسة وفرضيات اعتمادا على الدراسات السابقة. وتم استخدام المنهج الوصفي، حيث اعتمد الباحث على الاستبانة لجمع البيانات للدراسة، وذلك بعد عرضها على المحكمين، وتم توزيع (40) استبانة على موظفي عدد من الشركات السياحية في بغداد. وكذلك تمكن الباحث بالاتصال بهم والوصول إليهم من خلال المقابلة الشخصية مع الموظفين ومدراء الأقسام، وقد تم استرجاع (100%) منها صالحة لأغراض التحليل، كذلك تم الاعتماد على نمذجة المعادلة البنائية (SPSS) وفيها تم استخدام برنامج (Excel) واستخدام ألفا كورنباخ للاعتمادية.

وتوصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج: هناك علاقة ارتباط صناعة القرار الاستراتيجي والبيئة الاستثمارية السياحي إذ بلغ معامل الارتباط (0.779**) عند مستوى دلالة معنوية اقل من مستويات المعنوية (0.01؛ 0.05)، وكانت العلاقة إيجابية وبالتالي تقبل الفرضية الرئيسية الأولى واغلب الفرضيات الفرعية بصيغة الاثبات. باستثناء من ذلك بعد انماط القرار اذ بينت النتائج عدم وجود ارتباط له. وكذلك تعد البيئة السياحية الاستثمارية من المقومات الأساسية المهمة في دعم القطاع السياحي وتحقيق التنمية الاقتصادية، إذ يعتمد تطور أي دولة على حجم التدفقات الاستثمارية سواء كانت محلية أم أجنبية وكذلك على كفاءة الاستثمار.

ويوصي الباحث بضرورة أن تنظر الشركات المبحوثة إلى العوامل البيئية والتنظيمية والسلوكية المؤثرة في سرعة صنع القرار الاستراتيجي بالقدر نفسه من الأهمية النسبية دون أن يكون التركيز على عامل دون آخر إذا كانت تسعى لصنع قرار استراتيجي سريع يمكنها من الوصول إلى المزايا المترتبة عليها من قبل المنافسين في سوق العمل وان تأخذ الحكومة العراقية على عاتقها معالجة البنى التحتية والتي تشجع على الاستثمار وخاصة في مجال الطاقة الكهربائية وسهولة الحصول على الوقود وخدمات الاتصالات والتأمين والتسهيلات المصرفية والمطارات والسكك الحديدية والجسور وغيرها مما يزيد من جاذبية رؤوس الأموال الأجنبية ويشجع رؤوس الأموال المحلية.

كلمات البحث الرئيسية: صناعة القرار الاستراتيجي، البيئة الاستثمارية السياحية، شركات السياحة.

Abstract:

The study aimed to build a study model and hypotheses based on previous studies. The descriptive approach was used, as the researchers relied on the questionnaire to collect data for the study, after presenting it to the arbitrators. (40) questionnaires were distributed to the employees of a number of tourism companies in Baghdad. The researchers were also able to contact them and reach

them through personal interviews with the employees and department managers. 100% of them were retrieved and were valid for analysis purposes. AMOS (SPSS) was also relied upon, in which the Excel program was used and Kornbach's alpha was used for reliability.

The study reached a set of results: There is a correlation between strategic decision-making and the tourism investment environment, as the correlation coefficient reached (0.779**) at a level of moral significance lower than the levels of significance (0.01; 0.05). The relationship was positive and therefore accepts the first main hypothesis and most of the sub-hypotheses. In the form of proof, with the exception of the decision patterns, as the results showed that there is no connection to it. Likewise, the tourism investment environment is an important fundamental component in supporting the actual and national economy and achieving economic development, as the development of any country depends on the volume of investment flows, whether local or foreign. On investment efficiency.

The researchers recommend that the researched companies should look at the environmental, organizational and behavioral factors affecting the speed of strategic decision-making with the same degree of relative importance, without focusing on one factor over another. If they seek to make a quick strategic decision that enables them to reach their advantages before competitors, the government must take Iraq is responsible for addressing the infrastructure that encourages investment, especially in the field of electric energy, easy access to fuel, communications services, insurance, banking facilities, airports, railways, bridges, etc., which increases the attractiveness of foreign capital and encourages local capital.

Keywords: strategic decision making, tourism investment environment, tourism companies.

المقدمة

تعد صناعة القرار الاستراتيجي جوهر العملية الادارية ووسيلتها الاساسية في تحقيق اهداف المنظمة ويسهم بشكل اساسي في تمكين المنظمة من مواصلة انشطتها الادارية بكفاءة وفاعلية، ويحتل القرار الاستراتيجي موقعا مهما في حياة أي منظمة ومواردها المادية والمالية والبشرية وهذا يُفسر اهتمام الإدارة العليا بهذا النوع من القرارات، ويُعد القرار استراتيجيا طالما تشققت منه القرارات الأخرى.

وتعد البيئة الاستثمارية السياحية في أي مجتمع هي الدعامة الأساسية لتطور المجتمع والارتقاء به ، لأنها تعمل على التقليل من حدة الفجوات بين مختلف الأنظمة السياسية والاقتصادية للدولة وصولاً الى سلك المسار الصحيح الذي تتبعه البلدان المتقدمة، ولكي يتم إنجاز هذا الهدف لابد من القيام بالتحسينات المتعلقة بالقطاعات الأساسية ، ويتم ذلك من خلال توفر إدارة سليمة للاقتصاد وبنية أساسية وتحتية مناسبة، فضلاً عن توفر حد ادنى من رأس المال البشري، وكذلك العمل على تطوير القطاع المالي. إن العمل على تحسين البيئة الاستثمارية سياحية يسهم في جذب الاستثمارات الأجنبية إلى البلد المعني، يعمل الاستثمار على عملية التكوين الرأسمالي ولا ينحصر عمله على السلع المادية فحسب، إنما يمتد أيضاً الى رأس المال البشري، وتشتمل بيئة الاستثمار السياحية على مجموعة من الأبعاد والمؤشرات التي توضح مجتمعة ما إذا كان هناك حافز وجاذبية للاستثمار ، وتتفاعل هذه العناصر خلال فترة أو مرحلة معينة لخلق بيئة استثمارية مشجعة والعكس صحيح.

أوضح الباحث بيان مكونات البحث حيث تناول في مبحثه الأول الاطار المنهجي للبحث ومن ثم تناول في المبحث الثاني الإطار النظري واولاً: "صناعة القرار الاستراتيجي متضمناً مفهومه وأهميته وأبعاده ، وثانياً: "مفهوم البيئة الاستثمارية السياحية، وأهميته ، وأبعاده أما ما يخص المبحث الثالث هو الجانب التطبيقي فقد تم توضيح معامل الثبات للمتغيرات الرئيسة في الدراسة ومؤشراتها ، وتوضيح درجة تأثير مؤشرات البيئة الاستثمارية على عملية جذب الاستثمار الأجنبي. وكذلك المبحث الرابع الاستنتاجات والتوصيات والمبحث الخامس المصادر.

المبحث الأول منهجية البحث

اولا: مشكلة البحث:

في ظل اشتداد المنافسة بين المنظمات السياحية وتطور المجتمع في مختلف مجالات الحياة ادى الى حقيقة مفادها ان صناعة القرار الاستراتيجي هو اساس نجاح جميع المنظمات والمؤسسات السياحية و الاقتصادية والاجتماعية مهما كان شكلها او حجمها او طبيعتها. ومن هذا المنطلق تسعى المنظمات السياحية والشركات في مختلف مجالاتها وتخصصاتها الى صياغة وصناعة قرارات استراتيجية وادارتها بشكل يحقق فوائد ومنافع على الجانب المادي للاقتصاد الكلي للبلد، كما ان الاهداف الرئيسية لصناعة القرار الاستراتيجي هو المساهمة في تنمية وتفعيل تطوير بيئة استثمارية مستقرة وناجحة وذلك يعتمد على ما يمتلكه البلد من منظومات أساسية تساعد على تشجيع الاقتصاد والمتمثلة بالبنى التحتية والطرق والجسور والمواصلات والاتصالات، وغيرها، من العوامل المساعدة على ازدهار الاستثمار السياحي، اضافة الى ذلك فان تفعيل بيئة استثمارية سياحية ينعكس بصورة ايجابية على البلد .

ومن هذا المنطلق فانه يمكن تحديد مشكلة الدراسة في التساؤلات الآتية:

- 1- ما هي العلاقة بين القرار الاستراتيجي والبيئة الاستثمارية السياحية في الشركات المبحوثة؟
- 2- ما هو اثر القرار الاستراتيجي في تفعيل البيئة الاستثمارية السياحية في الشركات المبحوثة؟

ثانيا: اهمية البحث:

تتبع اهمية البحث من خلال ما يلي:

- 1- ان موضوع صناعة القرار الاستراتيجي وتأثيره في تفعيل بيئة استثمارية سياحية له مجالات معرفية ذات دلالة على المستوى الاداري ويعتبر من المواضيع التي شهدتها الادارة المعاصرة.
- 2- يعتبر هذا الموضوع من المواضيع الفاعلة والتي تلعب دورا اساسيا في المنظمات السياحية في كيفية ايجاد الطرق المناسبة لمعرفة طبيعة العلاقة بين المتغيرين في الشركات المبحوثة.
- 3- كما تبرز اهمية البحث من خلال ما يقدمه من مفاهيم نظرية وتطبيقية في مجال الاقتصاد والاستثمار .
- 4- تتبع اهمية البحث من خلال المنهج العلمي المستخدم في ميدان البحث وهو المنهج الوصفي التحليلي من خلال وصف عام لمتغيرات البحث وتحليل طبيعة العلاقة القائمة.
- 5- تتبع اهمية البحث في مجال التعليم العالي كون ان الباحث لم يجد اي دراسة سابقة تناولت موضوع البحث في المنظمة المبحوثة التي استهدفها الباحث من حيث التقييم.
- 6- الحاجة إلى مثل هذه الدراسة لفتح آفاق مستقبلية للدراسات العلمية ذات العلاقة.

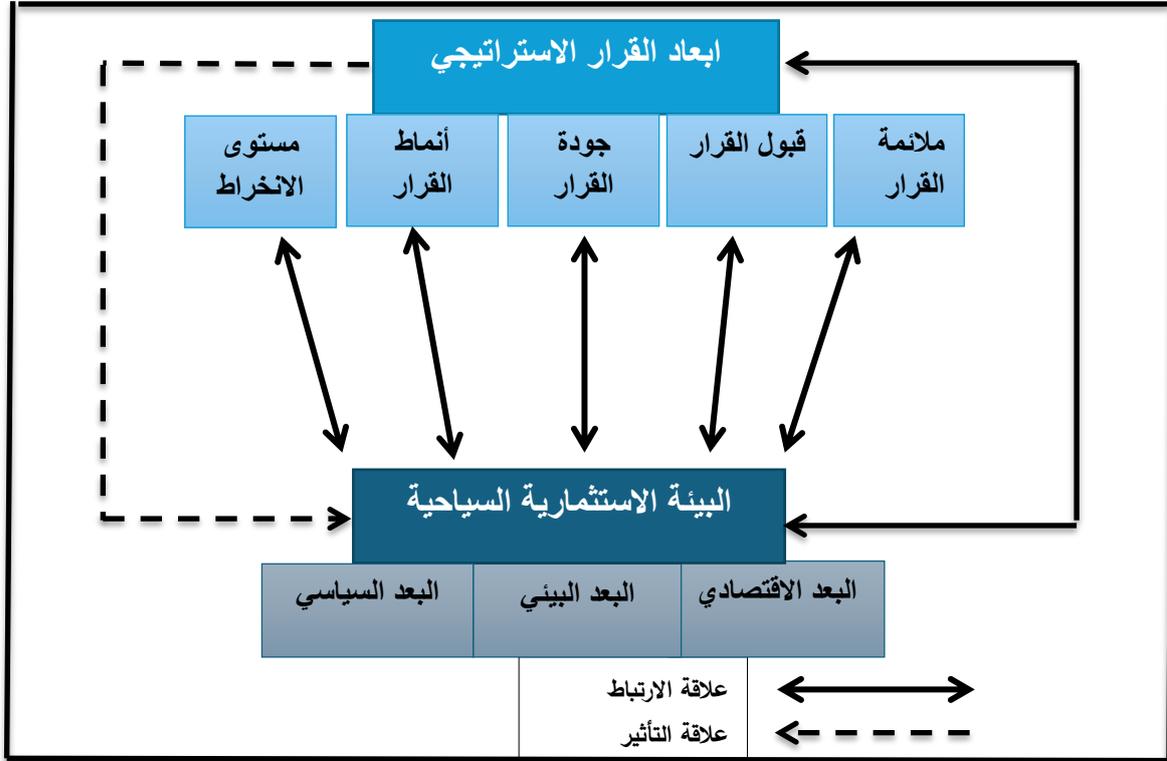
ثالثا: اهداف البحث:

يسعى هذا البحث انطلقا من اشكاليته الى تحقيق الاهداف الآتية:

- 1- تقديم معالجة نظرية لمعرفة ماهية متغيرات البحث.
- 2- السعي لمعرفة دور واثار صناعة القرار الاستراتيجية في تفعيل بيئة استثمارية سياحية في المنظمة المبحوثة.
- 3- تحديد طبيعة العلاقة ما بين متغيرات البحث.
- 4- تقديم توصيات ومقترحات تفيد الادارة العليا في الشركات المبحوثة عن طريق هذه الدراسة.

رابعاً : مخطط البحث :

يمكن تجسيد مخطط فرضيات الدراسة و متغيراتها بالرسم ، الشكل رقم (1) ادناه يبين نموذج الدراسة المقترحة : صناعة القرار الاستراتيجي وتأثيره في تفعيل بيئة استثمارية سياحية .



مخطط البحث الفرضي

المصدر: (إعداد الباحث، بالاعتماد على ما جاء في البحث، 2024)

خامساً : فرضيات البحث:

(1) الفرضية الرئيسية الأولى: (توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية معنوية بين صناعة القرار الاستراتيجي والبيئة استثمارية سياحية). وتنبتق منها الفرضيات الفرعية الآتية:

- (أ) توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة إحصائية بين (ملاءمة القرار) والبيئة الاستثمارية السياحية.
- (ب) توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة إحصائية بين (قبول القرار) والبيئة الاستثمارية السياحية.
- (ج) توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة إحصائية بين (جودة القرار النوعية) والبيئة الاستثمارية السياحية.
- (ح) توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة إحصائية بين (انماط القرار) والبيئة الاستثمارية السياحية.
- (خ) توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة إحصائية بين (مستوى الانخراط المشاركة) والبيئة الاستثمارية السياحية.

(2) الفرضية الرئيسية الثانية:

(يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية لأبعاد القرار الاستراتيجي (مجتمعة) والبيئة الاستثمارية السياحية). وتنبتق منها الفرضيات الفرعية الآتية:

- (أ) يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية بين (ملاءمة القرار) في البيئة الاستثمارية السياحية .
- (ب) يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية بين (قبول القرار) في البيئة الاستثمارية السياحية .
- (ج) يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية بين (جودة القرار النوعية) في البيئة الاستثمارية السياحية .

- (ح) يوجد تأثير معنوية ذو دلالة إحصائية بين (انماط القرار) في البيئة الاستثمارية السياحية .
 (خ) يوجد تأثير معنوية ذو دلالة إحصائية بين (مستوى الانخراط المشاركة) في البيئة الاستثمارية السياحية .

سادسا: " حدود البحث:

- (1) الحدود الزمانية: اقتصرت الحدود الزمنية للبحث خلال العام الدراسي 2023-2024.
 (2) الحدود البشرية: اقتصر تطبيق هذا البحث على موظفي موظفات مجموعة من الشركات السياحية في بغداد .
 (3) الحدود المكانية: اجري البحث في مجموعة من الشركات السياحية في بغداد، وتم توزيع (40) استبانة على موظفي عدد من الشركات السياحية في بغداد. وكذلك تمكن الباحث بالاتصال بهم والوصول إليهم من خلال المقابلة الشخصية مع الموظفين ومدراء الأقسام .

سابعا: " أدوات البحث:

لأجل اختبار فرضيات البحث وتحقيق أهدافها فإن الضرورة تقتضي استعمال وسائل وأساليب جمع البيانات وأخرى لتحليلها إحصائيا ؛ للتوصل إلى النتائج ويمكن توضيح هذه الأدوات كما يأتي:

ثامنا: "مصادر وأساليب جمع البيانات والمعلومات: تم الحصول على البيانات والمعلومات اللازمة لإتمام هذا البحث بجانبه النظري والميداني باعتماد أساليب عديدة وكما يأتي:-

أ. الجانب النظري: لقد اعتمد الباحث في الحصول على البيانات المطلوبة لتنفيذ الجانب النظري للبحث على المنهج الوصفي وذلك على المراجع العلمية المتمثلة بالمصادر والأدبيات العربية والاجنبية من كتب ودارسات وبحوث ودوريات علمية ورسائل وأطاريح ذات صلة بموضوع البحث؛ فضلا عن الاطلاع على مواقع الانترنت للتعرف على أحدث ما كتب حول هذا الموضوع.

ب. الجانب الميداني: أما فيما يخص الجانب الميداني فقد اعتمد الباحث الأسلوب التحليلي، وقد تم جمع البيانات المطلوبة للبحث من خلال الوسائل الآتية:-

- المقابلات الشخصية: تم اجراء المقابلات الشخصية مع عدد من مدراء الشركات المبحوث، بهدف توضيح فقرات الاستبانة عند الحاجة إليها؛ لضمان الإجابة الصحيحة، فضلا عن طرح الأسئلة غير المباشرة التي تخدم البحث.
- استمارة الاستبانة: تعد استمارة الاستبانة الوسيلة الرئيسة في جمع بيانات الجانب الميداني، بشمولها للمتغيرات وقدرتها على تشخيص المتغيرات الرئيسة والمتغيرات الفرعية وقياسها، وقد وضعت عباراتها فيما يخص ابعاد صناعة القرار الاستراتيجي في تفعيل البيئة الاستثمارية السياحية بالاستناد إلى الجانب النظري والرجوع إلى الدراسات والأبحاث السابقة فضلا عن الاستفادة من آراء الأساتذة ذوي الخبرة والاختصاص، وذلك نظرا ؛ لعدم وجود مقياس جاهز يقيس متغيرات البحث.

تاسعا: " الاساليب الاحصائية المستخدمة في التحليل:

لغرض تحليل بيانات البحث واختبار فرضياتها، تم الاستعانة بمجموعة برامج الجاهزة وهي برامج (SMART SPSS v.28) و (PLS4) وبهذا الخصوص فقد استخدم مجموعة من الاساليب الاحصائية و التي قسمت على المجاميع الآتية :-
 اختبار مطابقة اداة المقياس وتضمن استخدام الادوات الآتية :

(الفا كرونباخ) Cronbach's alpha: يشير إلى مدى الإتساق الداخلي للمقياس، والذي يعني أن الأسئلة تصب جميعها في غرض عام يراد قياسه، واحتمالية الحصول على النتائج نفسها عند تكرار المقياس نفسه مرة أخرى (أبو حطب، 2010:541)

(التجزئة النصفية) (Split-half Reliability) : يشير التناسق الداخلي للمقياس (التجزئة النصفية) الى الثبات ايضا و يعتبر التناسق الداخلي للمقاييس مؤشراً على تجانس مكونات المقياس الذي يقيس مفهوماً أو نظرية معينة، أي أن الاسئلة ينبغي أن تكون مترابطة مع بعضها البعض كمجموعة تقيس مفهوماً معيناً

$$R = 2 \left(1 - \frac{S_1^2 + S_2^2}{S^2} \right) \quad \text{اختبار ثبات الاستبانة / جتمان}$$

حيث أن R تمثل معامل الثبات

S_1^2 تباين درجات الأسئلة الفردية

S_2^2 تباين درجات الأسئلة الزوجية

S² تباين درجات جميع الأسئلة

اختبار وجود مشكلة التعدد الخطي : عندما يرتبط بُعدان مستقلان بمستوى عالٍ فيما بينها، ينبغي علينا التخلص من أحدهما عند التحليل، لأن الارتباط العالي بينهما يدل على أنهما يقيسان الشيء نفسه يمكن الكشف عن هذه المشكلة من خلال عامل تضخم التباين (VIF)، و قيمة (Tolerance) (أبو حطب، 2010:541)

الصدق الظاهري الاولي وصدق المحتوى للأداة (الاستبانة) : يقوم هذا النوع من الصدق على فكرة مدى مناسبة الاختبار لما يقيس ولمن يطبق عليهم ومدى علاقتها بالمتغيرات او الابعاد المبحوثة الذي يقيسه وغالبا ما يقرر ذلك مجموعة من المتخصصين في المجال الذي ينتمي اليه هذا الاختبار حيث يؤخذ في الاعتبار التعليمات والزمن المحدد , ومدى اتفاه مع اطار المجتمع قيد البحث والذي صمم من اجله والامكانيات المفروض توفرها من اجل التطبيق الصحيح الوصف الاحصائي وتضمن استخدام الادوات الآتية :

الوسط الحسابي : يعد الوسط الحسابي المقياس الاوسع استخداماً بين مقاييس النزعة المركزية وتتوفر فيه ميزات منها انه يأخذ جميع القيم في الاعتبار، ويستخدم في معظم التحليلات الاحصائية لسهولة التعامل معه. المعادلة الرياضية لحساب الوسط

$$\bar{x} = \frac{\sum_{i=1}^n x_i}{n}$$

الحسابي هي كالتالي(المنيزل، 2020:52)

Σ - تمثل الجمع عبر جميع القيم في المجموعة.

x_i - تمثل كل قيمة في المجموعة.

N - هو عدد القيم في المجموعة.

\bar{x} - هو الوسط الحسابي.

الانحراف المعياري : هو مقياس إحصائي يُستخدم لقياس انتشار البيانات أو التباين بين القيم في مجموعة بيانات. يُعبر الانحراف المعياري عن درجة التشتت أو التباين للقيم داخل المجموعة، حيث تكون القيم متوسطة حول القيمة المتوسطة (الوسط

الحسابي) والصيغة الرياضية لحساب الانحراف المعياري (S) هي: (المنيزل، 2020,63)

$$s = \sqrt{\frac{\sum(x_i - \bar{x})^2}{n}} \quad \text{الانحراف المعياري}$$

حيث:

s - هو الانحراف المعياري.

Σ - تمثل الجمع عبر جميع القيم في المجموعة.

x_i - تمثل كل قيمة في المجموعة.

\bar{x} - هو الوسط الحسابي.

N - هو عدد القيم في المجموعة.

الانحراف المعياري يُستخدم لقياس مقدار التباين بين القيم في مجموعة البيانات. إذا كان الانحراف المعياري صغيراً، فإن البيانات قريبة من الوسط الحسابي. إذا كان الانحراف المعياري كبيراً، فإن البيانات تبتعد عن الوسط الحسابي بشكل كبير.

ج- اختبار الفرضيات وتضمن استخدام الأدوات الآتية :

تعتبر اختبارات الفروض الإحصائية (**Testing Statistical Hypotheses**) واحدة من أهم التطبيقات التي قدمها علم الإحصاء كحل للمشاكل العلمية المختلفة بشتى فروع العلم. فباستخدام نظرية الاحتمالات وخصائص توزيعات العينة أمكن التعرف على ما يسمى باختبارات الفروض الإحصائية ومن خلالها يمكن لأي شخص أن يتخذ قرار برفض أو قبول فرض معين أو مجموعة من الفروض المتعلقة بمشكلة معينة موجودة في الحياة العامة.

معامل الارتباط بيرسون (Pearson): لاكتشاف وتحديد نوع وقوة العلاقة بين المتغيرات واتجاهها ويكون موجب طردي، او سالب عكسي، او صفر، وتتراوح قيمته بين (± 1) . اذ يُعد من أكثر الأساليب الإحصائية استخداماً. (أبو صالح، 2009:413).

معامل ارتباط Person Brown

$$r_{xy} = \frac{N \sum x_i y_i - [\sum x_j \sum y_j]}{\sqrt{\sum N(\sum x_i)^2 - [\sum x_j][N \sum y_i^2 - \sum y_i^2]}}$$

(معامل الانحدار البسيط Simple Regression) يستخدم في تحديد تأثير متغير مستقل واحد على متغير تابع. (أبو صالح، 2009:440).

$$Y_1 = a + \beta x_1 + e_i$$

حيث أن :

Y_1 : يمثل المتغير التابع

x_1 : يمثل المتغير المستقل

a : الحد الثابت و β الميل أو معامل الانحدار

e : الأخطاء العشوائية

ويتم تقدير معامل الانحدار والحد الثابت بحسب العلاقتين الآتيتان :

$$\hat{\beta} = \frac{n \sum_{i=1}^n X_i Y_i - \sum X_i \sum Y_i}{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}$$

$$a^{\wedge} = \bar{y} - B^{\wedge} \bar{x}$$

الانحدار الخطي المتعدد (multiple liner regression) : يهدف إلى دراسة العلاقة البيئية بين متغير متأثر أو معتمد تابع (Y)

dependent variable وأكثر من متغير مستقل independent variable (X)

معامل التحديد (R^2): ويشير الى اثر مساهمة المتغيرات المستقلة في سلوكية المتغير التابع ويقاس كنسبة مئوية وتنحصر قيمة المعامل بين (0-1) وكلما زاد معامل التحديد مقترباً من 100% كان مؤشراً على حسن اختبار الانموذج ، ويمكن حسابه وفق

الصيغة التالية

$$R^2 = \frac{\sum (\hat{y}_i - \bar{y})^2}{\sum (y_i - \bar{y})^2}$$

معامل اختبار (F): لاختبار معنوية الاثر وفق معادلة الانحدار البسيط

$$T = \frac{\bar{x} - \mu_0}{\frac{S}{\sqrt{n}}}$$

معامل اختبار T : لاختبار معنوية معاملات الانحدار. ويجب وفق الصيغة التالية

المبحث الثاني - الجانب النظري

أولاً: (القرار الاستراتيجي)

أولاً: مفهوم القرار الاستراتيجي:

وردت تعريفات كثيرة حولة مفهوم صناعة القرار الاستراتيجي من قبل عدد كبير من الباحثين والمهتمين ومن أهمها. هو القرار الذي يتخذ في حالة التعقيد وعدم التأكد، وغالباً ما ترتبط بتحقيق أهداف بعيدة الأمد، ويستند إلى خبرة ومهارة الإدارة العليا عند صياغتها ويؤثر في قدرة المنظمة على الاستجابة لطلبات الزبائن المتجددة والمتغيرة لضمان البقاء ولاستمرار. (الجبوري، 2017: 23)، وهي ايضاً القرارات التي تتعلق بالبيئة بأكملها التي تعمل فيها المنظمة والموارد بأكملها والأشخاص الذين يشكلون الشركة والواجهة بين الاثنين. (الدعيمي، 2019: 154)، وكذلك ان صناعة اتخاذ القرارات الاستراتيجية تعتمد على مدى قدرة متخذ القرار على الاختيار بين البدائل المتاحة للمشكلة موضوع القرار وهذا لا يتحقق إلا إذا اختياريه نتيجة دراسة علمية وتقدير سليم للواقع، ويتم ذلك عندما يحصل متخذ القرار على أكبر قدر ممكن من المعلومات عن المشكلة وعن البدائل المتاحة لديه من مصادرها المختلفة قبل الإقدام على اتخاذ القرار. (الربيعي واحمد، 2020: 270)، وايضاً هي القرارات التي تؤثر بعمق على قدرة المنظمة ومستقبلها من خلال التأكد من هذه القرارات تتجاوب مع متطلبات البيئة. (سعيد وجرجيس، 2022: 27)، أن القرار الاستراتيجي الناجح يتم بناؤه على أرضية تخطيطية استراتيجية ناجحة، لأن بناء القرار لا يمكن أن يحصل دون خطة مسبقة يتم وضعها لكي تكون دليلاً ومرشداً لمتخذ القرار في عملية صنع القرار الاستراتيجي الذي يحتاج إلى أن يدعم بأنظمة قرارات عملياتية كفوءة. (السليمي، 2023: 6)، وعرفه هريبرت ألكسندر سايمون في كتابه الإداري الملوك: "إن اتخاذ القرار هو القلب النابض للإدارة وهو من مفاهيم نظرية الإدارة، ويجب أن يستند إلى منطق وسيكولوجية الاختيار الإنساني (علي فلاح، 2013: 283).

ثانياً: أهمية القرار الاستراتيجي:

ان أهمية القرارات الاستراتيجية تكمن في تحديد وتحليل العوامل التي تؤثر على صنع القرارات الاستراتيجية واستكشاف كيف يمكن للمنظمات أن تستجيب للسياق الاجتماعي وتحويل المزايا الاجتماعية إلى مزايا تنافسية، يجب على علماء الإدارة تطبيق منظور اجتماعي واقتصادي لجودة قرارات المصادر الاستراتيجية وفقاً لمنطق الملائمة، مما يتيح نهجاً أوسع وأكثر شمولية تجاه جودة قرارات المصادر الاستراتيجية، وكيفية الحفاظ عليها، وكيفية إقامة عالقات بين صناعات القرار على المستويين العالمي والإقليمي التي تسعى الى تحقيق الاستدامة (Timlon , 2011: 89) .

ثالثاً: أبعاد القرار الاستراتيجي:

1) ملاءمة القرار:

وقد أكد (الشرابي، 2008: 100) إن ملاءمة القرار يتحقق عن طريق امتلاك المنظمة لمجموعة من المعلومات تحقق المعرفة الشاملة والتفصيلية عن كل ما يدور في البيئتين الداخلية والخارجية للمنظمة فضلاً عن حسن إدارة هذه المعلومات وهنا يأتي دور نظام دعم القرارات الاستراتيجية وهو عبارة عن نظام حاسوبي تعتمد عليه المنظمة في إحداث التغييرات الجوهرية بالأهداف والعمليات والخدمات كما ويركز على دعم عملية صنع القرارات بعيدة المدى والتي تعالج موضوعات أعمق ولها بعد أوسع بحيث يحدث هناك تغيير جذري في المنظمة نفسها، فيما يرى (المسعودي، 2009: 127) أن منظمات الأعمال المتنافسة في سوق العمل بأمر الحاجة إلى صنع قرارات استراتيجية تكون ملاءمة لبيئتها الداخلية والخارجية واحتياجها نظام استخباراتي شاملة ودقيقة عن مجمل المعلومات لتلك الظروف والأحوال التي ينعكس وجودها على عمل المنظمات. ان ملائمة القرار تحقق

عن طريق امتلاك المنظمة لمجموعة من المعلومات تلبية المعرفة الشاملة والتفصيلية عن كل ما يدور في البيئتين الداخلية والخارجية لها، فضلاً عن حسن ادارة هذه المعلومات (Lu et, 2018:301)

(2) قبول القرار :

إذ يرى (عليما، 2007: 133-134) إن مشاركة العاملين في صنع القرارات الاستراتيجية هو أحد أساليب صنع هذه القرارات وهي مؤشر لفاعلية القرار المتخذ إذ أنها تساعد على تحقيق جملة من المزايا منها توفير المعلومات الخاصة بموضوع معين وهذا يعني تحقيق الاستثمار الأمثل لمهارات العاملين وقدراتهم مما يسهم في حل المشكلة بفاعلية، ودراسة المشكلة بشكل متكامل مما يؤدي إلى فهم أفضل للمشكلة، وإشباع حاجات الأفراد في تحقيق ذاتهم وإحساسهم بالرضا الوظيفي وشعورهم بالمسؤولية، وتعزيز الثقة المتبادلة بين المدير والعاملين عن طريق تفعيل وتوسيع قنوات الاتصال فيما بينهم، وتبني المشاركة دافعاً وحافزاً للعاملين لفرض الالتزام الدقيق بتنفيذ القرارات (الربيعي واحمد، 2020: 273). وأشار (Ghonim et, 2020:6) الى ان القرارات المقبولة هي الاكثر كفاءة وفاعلية لانها تجسد التزام المنظمة بأهدافها، وبناء اهمية خطوة التنفيذ في اتخاذ القرارات .

(3) جودة القرار (النوعية):

إن الجودة تعني مدى قدرة القرار الاستراتيجي على تحقيق الهدف الكامن وراء اتخاذ ذلك القرار فصلا عن مدى استجابته مع المعايير الفنية والاقتصادية، كما أن توفر عاملي الخبرة والإدراك المتميز لدى صانع القرار يعد السبيل الأمثل لتحقيق الجودة، حيث إن القرار ما هو إلا سلوك أو تصرف معين يعكس خبرة أو إدراك صانع القرار، والخبرة والإدراك بأنها تعكس العمليات التي تم بواسطتها تجميع وهيكلة وتحليل وتفسير المعلومات التي يعتقد صانع القرار بأن لها قيمة في عملية صنع القرار والتي يمكن اعتمادها كوسيلة تتبؤ بسلوكه في عملية صناعة القرار (الفضل، 2008: 31)، وقد أكدت الدراسات إن صانع القرار الاستراتيجي الذي يتمتع بالخبرة والإدراك العالي يحمل في ذاكرته أنماطاً متعددة من المعرفة إذ يقترن كل نمط في ذاكرته بمعلومات تعبر عن أهمية ذلك النمط والمخاطر التي يحملها ووسائل الدفاع التي يتضمنها، وإن إدراك النمط يؤدي بصانع القرار ذي الخبرة العريقة إلى أن يدخل القرار لذهنه والذي قد يكون مناسباً لموقف معين. (الربيعي واحمد، 2020: 273-274).

(4) أنماط صنع القرارات الاستراتيجية:

هناك أنماط كثيرة في صنع القرارات الاستراتيجية التي وردت في الشركات السياحية، إلا أن الأنماط الثلاثة تعد الأشمل والأكثر شيوعاً، وهذه النماذج هي: نموذج الريادي، وغالباً ما يصاغ بموجبه القرار الاستراتيجي من قبل شخص متخصص، والنموذج الثاني هو النموذج التكيفي، ويتصف هذا النموذج بالحلول المبنية على ردّ الفعل للمشكلات القائمة بدلاً من البحث عن الفرص الجديدة قبل حدوثها. وأما النموذج الثالث، فهو النموذج التخطيطي، وتجمع فيه المعلومات المطلوبة بطريقة منتظمة لإنجاز عملية التحليل الاستراتيجي، والخروج بعدد من البدائل الاستراتيجية واختيار الاستراتيجية الأمثل، اما نموذجاً رابعاً هو النموذج التفاعلي وفيه تصنع القرارات الاستراتيجية بمشاركة المستويات الإدارية المختلفة في المنظمة (السالم، 2005) .

(5) مستوى انخراط المدراء مجالس الادارة في صنع القرارات الاستراتيجية:

تجدر الإشارة إلى أن المديرين في الإدارة العليا ومجلس الإدارة يشكلون قيادة المنظمة الاستراتيجية، ويطلق عليهم عادة اسم المديرين الاستراتيجيين»، ان مستوى انخراط مجالس الإدارة في صنع القرارات الاستراتيجية إلى سنة مستويات، وهي: المشاركة الوهمية، حيث يعد مجلس الإدارة في المنظمة مجرد ديكور بلا دور يذكر. والموافقة الشكلية، وفيه يوافق مجلس الإدارة على مقترحات الإدارة التنفيذية كافة. والحد الأدنى من المراجعة حيث يراجع المجلس بعض القرارات الاستراتيجية. والمشاركة الاسمية، وفيه يشارك المجلس بدرجة محدودة في صنع القرار الاستراتيجي. والمشاركة النشطة، حيث يشارك مجلس الادارة بشكل فعال في صنع القرار الاستراتيجي وأخيرا المشاركة المتحفزة، وفيه يكون للمجلس دور ريادي في صنع القرار الاستراتيجي. (ابو بهاء وحرار، 2014).

ثانياً: البيئة الاستثمارية السياحية

أولاً: مفهوم البيئة الاستثمارية السياحية:

مفهوم البيئة الاستثمارية السياحية يشير الى مجموعة العوامل المحيطة التي تؤثر على جذب الاستثمارات في القطاع السياحي وفي أي مجتمع تعتبر البيئة الاستثمارية الدعامة الرئيسة لتطوره ، حيث تعمل بشكل رئيسي على تقليل حدة الفجوة الاقتصادية والاجتماعية للدول وصولاً إلى المسار الذي توصلت إليها الدول المتقدمة. حيث وضح (شعبت) بان الاستثمار السياحي هو القدرة الانتاجية الهادفة الى تكوين رأس المال واعداد الملاكات البشرية العاملة في مجال صناعة السياحة من اجل تحسين الطاقة الانتاجية والتشغيلية وتقديم افضل الخدمات في المجالات المختلفة للنشاط السياحي (شعبت، 2018: 287)، وايضا وضح (فرحان) ان البيئة الاستثمارية بأنها مجمل الأوضاع والظروف المكونة للمحيط الذي تتم فيه العملية الاستثمارية وتأثير تلك الظروف إيجابياً أو سلبياً على فرص نجاح المشاريع الاستثمارية وعلى حركة واتجاهات الاستثمار(فرحان والهيبي، 2018: 140).

ثانياً : اهمية بيئة الاستثمارية السياحية: .(خطاب وحسن، 2023 : 145)،(فرحان وبريهي، 2021 : 282)،(رشيد، 2015 : 104)(العبيدي، 2023 : 181-182).

تعد صناعة السياحة قطاعاً "انتاجياً" مهماً في اقتصاديات الدول المتقدمة والنامية على السواء ، وهي من اسرع القطاعات الاقتصادية نمواً، لطبيعتها المعقدة والمركبة ، وكذلك نبين اهمية البيئة الاستثمارية بالموارد السياحية في النواحي الاجتماعية والثقافية، وكذلك تعمل على تنمية وتطوير إمكانيات المجتمع للتعامل مع مختلف الثقافات الوافدة لإيجاد نوع من التجانس، ان استثمار الموارد السياحية هو استخدام المال والجهد بهدف تطوير الموارد السياحية وذلك من اجل تحسين الطاقة ،وبيئة الاستثمار السياحي احد العوامل الخارجية الهامة التي تؤثر في قرار الاستثمار وتتمثل في الاستقرار الامني والسياسي، وتكمن أيضاً بأهمية عوامل بيئة الاعمال في طبيعتها الاقتصادية الاستراتيجية لما تمثله كحاضنة اعمال للاستثمار وللاقتصاد عموماً .

ثالثاً : الابعاد بيئة الاستثمارية السياحية:**1 . البعد الاقتصادي :**

يرتبط البعد الاقتصادي ارتباطاً وثيقاً في الاستثمار السياحي في البلد اذ يعتمد على ما يمتلكه البلد من منظومات أساسية تساعد على تشجيع السياحة والمتمثلة بالبنى التحتية والاثار والطرق والجسور والمواصلات والاتصالات، (البطاط وفاضل، 2022 : 52)، ايضاً يعتمد الاستثمار السياحي على السياسات الاقتصادية إذ يعتمد على نوع السياسة ما إذا كانت واضحة وتتمتع بالمرونة وتكون أهدافها متلائمة، ومتكافئة في عملها، وتكون مرنة مع التغيرات والتحويلات في الاقتصاد. إذ تؤدي هذه العوامل إلى جذب الاستثمار والعكس بالعكس (الموالي، 2020 : 37)، كذلك أن العمل على توفير بيئة استثمارية سياحية محلي مستقر نسبياً من خلال العمل على التقليل من الاضطرابات الداخلية والخارجية كلها تساعد على توفير بيئة استثمارية سياحية مستقرة ويتم ذلك من خلال التخلص من ظاهرة التضخم، والعمل على جعل أسعار الصرف مستقرة (الحياي، 2018 : 19).

2 . البعد البيئي :

تساهم المنظمات السياحية في تحسين وتطوير المزارات السياحية وصيانتها وترميمها كالمراقد والمساجد والمقامات وغيرها وعرضها ضمن المنتج السياحي للمقصد السياحي، وإيجاد المجتمعات الجديدة نتيجة التوسع والاستثمار السياحي وإعادة توزيع السكان بشكل أفضل، وأيضاً الاختيار الأفضل لأنماط السياحية التي تتناسب وطبيعة المجتمع وكذلك التصميمات المعمارية الملائمة والتي تعكس ثقافة المجتمع وأصالته للحفاظ على التقاليد والعادات الموروثة للمجتمعات والتي تؤدي إلى ازدياد إقبال السياح على تلك المجتمعات للتعرف على تقاليدها وعاداتها (احمد والآخرين، 2018: 716)، وكذلك يمكن القول إن البعد البيئي هو اهتمام الادارات السياحية برفع مستوى قابليات أفرادها وتوعيتهم بالحفاظ على التراث الثقافي والحضاري والأثري بتطبيق معايير تحد من التلوث وتجعل الاستثمار في مواردها السياحية مهم وتوصف بأنها صديقة للبيئة بما يسهم في رفع مستوى مسؤوليتها الاجتماعية نحو بيئتها والمجتمع وتقديم خدمات سياحية ذات جودة عالية (خطاب وحسن، 2023 : 145).

3. البعد السياسي:

يتمثل البعد السياسي في الاستقرار السياسي والأمني تعد العوامل السياسية من أكثر العوامل التي تؤثر في الاستثمار السياحي، فالمستثمر ينظر دائماً للمخاطر الاقتصادية التي قد يتعرض لها ومنها التدخل في شؤونه ومصادرة حقوقه، فمهما كان حجم المغريات والحوافز عالياً فإنها لا تكفي لكسب ثقة المستثمر في بلد يعاني من انعدام الأمن، وعليه فكلما كان النظام السياسي آمناً ومستقراً فإنه يحقق الاستقرار الأمني المنشود بوجود الشفافية العالية للمعلومات فيكون لصالح البيئة الاستثمارية، ويحدث العكس في حالة التسلط وانعدام الاستقرار السياسي والأمني فإن البيئة تكون طاردة للاستثمار. (سعد وعبداللطيف، 2021: 34).

المبحث الثالث-الجانب العملي

المحور الأول -فحص جودة البيانات

أولاً : تحليل المعلومات الشخصية لأفراد عينة البحث

ان الغرض من تحليل البيانات التي تم جمعها من خلال استخدام الاستبانة من اظهار مستويات اجابات افراد عينة البحث فيما يتعلق بمتغيرات البحث، وتحقيقاً لهذا الغرض تم استخدام الادوات الاحصائية المناسبة مثل (التكرارات والنسب المئوية والاساط الحسابية والانحرافات المعيارية)، اذ يتكون مجتمع البحث من الموظفين العاملين في مجموعة من الشركات السياحية في بغداد، لذا قام الباحثون بتوزيع (39) استبانة بالطريقة العشوائية على المجتمع، وتم استردادها بالكامل اي بواقع (39) استبانة ، وبالتالي أصبحت الاستبانات الصالحة للتحليل الاحصائي ما مجمله (39) استبانة، وتم وصف وتشخيص خصائص افراد وحدة العينة كما مبينة نتائجها بالجدول رقم (7).

الجدول (7) خصائص عينة البحث

النسبة المئوية	التكرار	النوع الاجتماعي
74.4	29	ذكر
25.6	10	انثى
100.0	39	المجموع
النسبة المئوية	التكرار	العمر
71.8	28	30-20
17.9	7	40-31
2.6	1	50-41
7.7	3	60-51
100.0	39	المجموع
النسبة المئوية	التكرار	التحصيل العلمي
12.8	5	اعدادية
20.5	8	دبلوم
51.3	20	بكالوريوس
12.8	5	ماجستير
2.6	1	دكتوراه
100.0	39	المجموع
النسبة المئوية	التكرار	الحالة الاجتماعية
51.3	20	اعزب
48.7	19	متزوج
100.0	39	المجموع
النسبة المئوية	التكرار	سنوات الخدمة
79.5	31	10-1
7.7	3	20-11
5.1	2	30-21
7.7	3	31 فاكث
100.0	39	المجموع

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على نتائج البحث

نلاحظ من نتائج الجدول (7) ان فئة الذكور شكلت نسبة معدلا اكبر من الاناث بنسبة (74.4%) اما نسبة الاناث فشكلت (17.9%) وهذا يدل على ان نسبة الذكور اكبر من نسبة الاناث في مجتمع البحث في مجموعة من الشركات السياحية في بغداد, اما بالنسبة للشهادة الدراسية فتبين ان اكبر نسبة كانت من حملة شهادة البكالوريوس بواقع (51.3%) ، اما بالنسبة لفئة العمر فقد كانت النسبة الأكبر هي فئة (20-30) اذ بلغت النسبة (71.8) ، اما من ناحية عدد سنوات الخدمة نرى ان من لديهم سنوات خدمة من (1-10) هم يشكلون ما يقارب (79.5%).

ثانيا: اختبار وجود مشكلة التعدد الخطي

يحدث التداخل عندما يكون هناك ارتباط وثيق بين متغيرين مستقلين (عاملان)، مما يعني أن كل منهما يقيس نفس الظاهرة. وعند حدوث التداخل، يتعين حذف أحد المتغيرات او العوامل لتجنب المشكلات في التحليل. من نتائج الجدول (8) ، يتبين أن عوامل تضخم التباين (VIF) لجميع الأبعاد قد بلغت أقل من (5)، مما يشير إلى عدم وجود مشكلة بالتعددية الخطية بين أبعاد المتغير. وبالإضافة إلى ذلك، قيم معامل التسامح (Tolerance) لجميع الأبعاد تتجاوز (0.10)، مما يدل على عدم وجود مشكلة بالتعددية الخطية. بناءً على هذه النتائج، يمكن الاستنتاج بأنه لا توجد مشكلة بالتعددية الخطية بين أبعاد المتغير القرار الاستراتيجي، وهذا يشير إلى أن العوامل المختلفة المدرجة في النموذج ليست مرتبطة بشكل متزايد مع بعضها البعض، مما يعزز صحة وموثوقية النتائج التي تم الحصول عليها.

جدول (8) (التعدد الخطي لأبعاد صناعة القرار الاستراتيجي)

VIF	Tolerance	القرار الاستراتيجي
أقل من 5	أكبر من 0.10	
4.074	0.245	ملاءمة القرار
2.034	0.492	قبول القرار
2.925	0.342	جودة القرار (النوعية)
1.878	0.533	انماط القرار
3.469	0.288	مستوى المشاركة

المصدر : (برنامج SPSS V.28)

ثالثاً: صدق اداة قياس الدراسة

1. الصدق الظاهري الاولي وصدق المحتوى للأداة (الاستبانة)

يشير المقياس أو الأداة إلى مدى قياسه للمتغيرات التي صممت من أجلها. اذ تم عرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين اذ تم اخذ آرائهم بشأن وضوح أسئلة الاستبانة، وترابطها، وملائمتها لقياس المتغيرات المطلوبة، حيث قام الباحث بإجراء التعديلات وإعادة صياغة بعض العبارات التي اعتبرها المحكمون بحاجة لإعادة صياغتها لتكون أكثر وضوحاً.

2. الثبات

يشير مفهوم الثبات عموماً على أنه قدرة المقياس أو الأداة على تقديم نتائج متقاربة تقريباً عند إعادة تطبيقها على مجموعة متشابهة من الأفراد أو الظروف بعد مرور فترة زمنية محددة. يُستخدم معامل الفا كرونباخ لتقدير هذا الثبات، ويجب أن تكون قيمته أكبر من أو تساوي 0.70 عموماً لتُعتبر مقبولة. من الجدول (9) ، يظهر أن جميع قيم معامل الفا كرونباخ المستخرجة تتجاوز المعيار المحدد، مما يدل على جودة جيدة للثبات. وبالتالي، يمكن القول إن المقاييس المستخدمة في الدراسة تظهر ثباتاً جيداً، وبالتالي يمكن الاعتماد عليها في جمع البيانات وتحليلها بموثوقية.

جدول (9) نتائج معامل ألفا كرونباخ

معامل ألفا كرونباخ	المقياس
0.701	ملاءمة القرار
0.781	قبول القرار
0.82	جودة القرار (النوعية)
0.857	انماط القرار
0.728	مستوى المشاركة
0.82	القرار الاستراتيجي
0.971	البعد الاقتصادي
0.723	البعد البيئي
0.725	البعد السياسي
0.852	البيئة الاستثمارية السياحي

المصدر: برنامج SPSS V 28

3. التناسق الداخلي للمقياس (التجزئة النصفية)

يوجه الباحث إلى استخدام اختبار التجزئة النصفية لضمان ثبات المقياس المستخدم. وباستخدام هذه الطريقة، وجد أن معامل Spearman-Brown للاستبانة بلغ (0.952)، بينما بلغ معامل التجزئة النصفية باستخدام معامل Guttman (0.948). إذ يُظهر أن المقياس يتمتع بثبات جيد، ويمكن الاعتماد عليه في أوقات مختلفة وفي ظروف متغيرة، إذ يمكن استخدامه في البحث بموثوقية عالية.

جدول (10) "اختبار (التجزئة النصفية)"

Cronbach's Alpha	Part 1	Value	.907
		N of Items	20
	Part 2	Value	.924
		N of Items	20
Total N of Items			40
Correlation Between Forms			.908
Spearman-Brown Coefficient	Equal Length		0.952
	Unequal Length		0.952
Guttman Split-Half Coefficient			0.948

المصدر: برنامج SPSS V 28

المحور الثاني-وصف وتشخيص متغيرات البحث

نهدف من هذا الجزء إلى فهم تغيرات البحث من خلال دراسة كل متغير على حدة، وذلك عبر تحليل البيانات وتقديمها بشكل منهجي يساعد في تفسير العلاقات بين مختلف الأبعاد والمتغيرات المدروسة. من خلال استخدام مقاييس النزعة المركزية والتشتت، يمكننا تحديد المتغيرات البحثية الأكثر تأثيراً والتي تلعب دوراً هاماً في الظواهر التي نسعى لدراستها. وبالتالي، يمكننا تحديد الأبعاد الرئيسية لكل متغير وتحليل تفاعلها مع بعضها البعض، مما يساعد في توجيه البحث نحو فهم أعمق وأكثر شمولاً للمتغيرات المدروسة. إذ تم تقييم مستوى الإجابة على آراء العينة المبحوثة باستخدام مقياس Likert الخماسي، استناداً إلى إجابات العينة على أسئلة الاستبيان. وقد تم حساب مدى الإجابات لتحديد طول الفئة لكل درجة من درجات التريج الخماسية، وجاءت النتائج على النحو التالي:

المدى	=	طول الفئة
عدد الفئات		

إذ إن المدى هو الفرق بين اصغر قيمة واكبر قيمة (أكبر قيمة-أصغر قيمة)،

المدى = 5 - 1 = 4

0.80 =	4	طول الفئة =
	5	

والجدول (11) يعرض نتائج قياس مدى المتوسط الحسابي لإجابات المبحوثين.

جدول (12) اتجاه ومستوى الإجابة

مقياس الإجابة		الاوزان		المتوسط المرجح	
لا أتفق تماماً	ضعيف جداً	%36	%20	1.8	1
لا أتفق	ضعيف	%52	%36.2	2.6	1.81
غير متأكد	متوسط	%68	%52.2	3.4	2.61
أتفق	جيد	%84	%68.2	4.2	3.41
أتفق تماماً	جيد جداً	%100	%84.2	5	4.21

وكانت نتائج إجابات أفراد مجتمع الدراسة عن المتغيرات التي تناولتها الاستبانة، بناءً على تحليل تلك الإجابات المتعلقة

بالمغيرات، وهي **اولاً: وصف وتشخيص القرار الاستراتيجي**

تم قياس هذا المتغير من خلال الابعاد الفرعية الخمسة للقرار الاستراتيجي وبالتالي فان الاجابة عن فقرات تلك الابعاد الفرعية تعكس اتجاهات عينة البحث ومدى تشخيصها في مجموعة من الشركات السياحية في بغداد كمجتمع للبحث. والجدول رقم (13) يبين ذلك:

جدول رقم (13) نتائج وصف وتشخيص القرار الاستراتيجي

ت	مضمون الفقرة	الوسط	الانحراف	معامل الاختلاف	الاتجاه
1	تأخذ إدارة الشركة عند صنع القرار الاستراتيجي مواردها وقابلياتها بنظر الاعتبار.	3.385	1.091	32.2	محايد
2	تمتلك الشركة معرفة ودراية بكل ما يتمتع به من نقاط قوة وما يعانيه من نقاط ضعف.	3.795	0.951	25.1	اتفق
3	تراقب الشركة حركة المنافسين في السوق بشكل مستمر في سبيل الحصول على مركز ملائم في السوق.	3.821	1.189	31.1	اتفق
4	تعمل الشركة وفق استراتيجيات تنافسية واضحة وملائمة تساعد في منافسة الشركات الأخرى.	3.539	1.232	34.8	اتفق
5	تسعى إدارة الشركة لامتلاك تكنولوجيا حديثة متمثلة بالأجهزة والحواسيب تتلاءم مع بيئة العمل.	3.641	1.203	33.0	اتفق
	اجمالي بعد ملاءمة القرار	3.636	0.975	26.8	
6	تأخذ الإدارة العليا في الشركة بالحسبان المحور الاخلاقي في قراراتها كمحور مهم لقبول قراراتها من قبل الزبائن.	3.692	1.055	28.6	اتفق
7	تعد مسألة إشراك العاملين في الشركة بصنع القرارات الاستراتيجية مسألة فعلية وليست شكلية.	3.846	0.779	20.3	اتفق
8	تحظى قرارات الشركة بقبول وتأييد واسع على المستوى الداخلي (العاملين) والمستوى الخارجي (الزبائن).	3.821	0.854	22.4	اتفق
9	تستعين الإدارة بأراء الباحثين من أجل صنع قرار استراتيجي أكثر قبولاً وذو موثوقية.	3.769	0.959	25.4	اتفق
10	تلعب مشاركة العاملين في عملية صنع القرار الاستراتيجي دوراً مهماً لتحقيق القبول من جميع الأطراف.	3.718	0.972	26.1	اتفق
	اجمالي بعد قبول القرار	3.769	0.681	18.1	
11	تنظر الشركة إلى القرار الذي تروما اتخاذه من وجهات نظر متعددة وفي ضوء الهدف الذي يصنع القرار الاستراتيجي من يتم أجله.	3.436	1.071	31.2	اتفق
12	تخاذ معظم قرارات الشركة بالاستناد إلى المعلومات المجمعة اضافة إلى الخبرة الشخصية لمتخذي القرار.	3.769	1.038	27.5	اتفق

ت	مضمون الفقرة	الوسط	الانحراف	معامل الاختلاف	الاتجاه
13	قدرة صانع القرار الاستراتيجي في الشركة على خلق أفكار جديدة وامكانية تقويمها.	3.769	1.012	26.9	اتفق
14	الاعتماد على أساليب علمية وعملية حديثة تستخدم لتقييم البدائل المتاحة عند صنع القرار الاستراتيجي الفاعل في الشركة.	3.590	1.332	37.1	اتفق
15	تسعى إدارة الشركة إلى اعتماد استراتيجية التكليف في تقديم خدماتها إلى الزبائن.	3.256	1.251	38.4	محايد
	اجمالي بعد جودة القرار (النوعية)	3.564	0.963	27.0	
16	لنموذج التخطيطي (يصنع القرار بعد جمع القدر الكافي من المعلومات بشكل منتظم وتحليل الموقف، ومن ثم اتخاذ القرار الملائم).	3.667	1.060	28.9	اتفق
17	النموذج التفاعلي (يصنع القرار بمشاركة المستويات الإدارية المختلفة في الشركة، إضافة إلى مشاركة ذوي المصالح المستفيدين الحكومة، منظمات المجتمع المدني الممولين).	3.539	0.942	26.6	اتفق
18	النموذج التكيفي (القرار مبني على ردود الأفعال).	3.487	0.970	27.8	اتفق
19	النموذج الريادي (افراد) شخص واحد في صنع القرار الاستراتيجي).	3.333	1.177	35.3	محايد
	اجمالي بعد انماط القرار	3.506	0.729	20.8	
20	المشاركة النشطة (يشارك مجلس الإدارة في الشركة بشكل فعال في اتخاذ القرارات الاستراتيجية).	3.821	0.997	26.1	اتفق
21	الحد الأدنى من المشاركة (يقوم مجلس الإدارة في الشركة بمراجعة بعض القضايا التي ترفع له من قبل المدير التنفيذي).	3.180	1.233	38.8	محايد
22	لمشاركة المتحفزة لدى مجلس الإدارة في منظماتكم الدور الريادي في اتخاذ القرارات الاستراتيجية).	3.436	1.046	30.4	اتفق
23	المشاركة الاسمية (يخطط مجلس الإدارة وبدرجة محدودة في اتخاذ بعض القرارات الاستراتيجية).	3.667	0.955	26.0	اتفق
24	لموافقة الشكلية (يتيح مجلس الإدارة في شركتكم للمدير التنفيذي اتخاذ القرارات الاستراتيجية كافة).	3.641	0.903	24.8	اتفق
25	المشاركة الوهمية (لا علم لمجلس الإدارة بما يدور بالشركة).	3.282	1.297	39.5	محايد
	اجمالي بعد مستوى المشاركة	3.504	0.721	20.6	
	الاجمالي للمتغير	3.596	0.628	17.5	

المصدر: مخرجات برنامج SPSS V.28

نلاحظ من خلال النتائج الظاهرة في الجدول (3) تم قياس هذا المتغير من خلال خمسة ابعاد فرعية، وقد بلغ الوسط الحسابي الاجمالي الموزون لصناعة القرار الاستراتيجي (3.596) وهو أكبر من الوسط الفرضي البالغ (3) وبانحراف معياري (0.628) يشير الى ان صناعة القرار الاستراتيجي في مجموعة من الشركات السياحية في بغداد جاء بمستوى مرتفع بحسب اجابتهم على فقرات الاستبانة. وللإجابة على الابعاد الفرعية كالاتي:

1. تم قياس هذا البعد الأول من خلال الفقرات (1-5) وقد بلغ الوسط الحسابي الموزون لبعد ملاءمة القرار (3.636) وهو أكبر من الوسط الفرضي البالغ (3) وبانحراف معياري قدره (0.975) كما بلغ معامل الاختلاف ما قيمته (26.8)
2. تم قياس البعد الثاني من خلال الفقرات (6-10) وقد بلغ الوسط الحسابي الموزون لبعد قبول القرار (الموثوقية) (3.769) وهو أكبر من الوسط الفرضي البالغ (3) وبانحراف معياري قدره (0.681) كما بلغ معامل الاختلاف ما قيمته (18.1)
3. تم قياس البعد الثالث من خلال الفقرات (11-15) وقد بلغ الوسط الحسابي الموزون لبعد جودة القرار (النوعية) (3.564) وهو أكبر من الوسط الفرضي البالغ (3) وبانحراف معياري قدره (0.963) كما بلغ معامل الاختلاف ما قيمته (27.0)
4. تم قياس البعد الرابع من خلال الفقرات (16-19) وقد بلغ الوسط الحسابي الموزون لبعد انماط القرار (3.506) وهو أكبر من الوسط الفرضي البالغ (3) وبانحراف معياري قدره (0.729) كما بلغ معامل الاختلاف ما قيمته (20.8)
5. تم قياس البعد الخامس من خلال الفقرات (20-25) وقد بلغ الوسط الحسابي الموزون لبعد انماط القرار (3.504) وهو أكبر من الوسط الفرضي البالغ (3) وبانحراف معياري قدره (0.721) كما بلغ معامل الاختلاف ما قيمته (20.6)

ثانياً: وصف وتشخيص البيئة الاستثمارية السياحي

نلاحظ من خلال النتائج الظاهرة في الجدول (14) تم قياس هذا المتغير من خلال ثلاث ابعاد فرعية، وقد بلغ الوسط الحسابي الاجمالي الموزون لـ البيئة الاستثمارية السياحي (3.697) وهو أكبر من الوسط الفرضي البالغ (3) وبانحراف معياري (0.814) يشير الى ان البيئة الاستثمارية السياحي في مجموعة من الشركات السياحية في بغداد جاء بمستوى مرتفع بحسب اجابتهم على فقرات الاستبانة. وللإجابة على الابعاد الفرعية كالآتي:

1. تم قياس هذا البعد الأول من خلال الفقرات (1-5) وقد بلغ الوسط الحسابي الموزون للبعد الاقتصادي (3.908) وهو أكبر من الوسط الفرضي البالغ (3) وبانحراف معياري قدره (0.660) كما بلغ معامل الاختلاف ما قيمته (16.9).
2. تم قياس هذا البعد الثاني من خلال الفقرات (6-10) وقد بلغ الوسط الحسابي الموزون للبعد البيئي (3.626) وهو أكبر من الوسط الفرضي البالغ (3) وبانحراف معياري قدره (0.948) كما بلغ معامل الاختلاف ما قيمته (26.2)
3. تم قياس هذا البعد الثالث من خلال الفقرات (11-15) وقد بلغ الوسط الحسابي الموزون للبعد السياسي (3.559) وهو أكبر من الوسط الفرضي البالغ (3) وبانحراف معياري قدره (1.116) كما بلغ معامل الاختلاف ما قيمته (31.3)

جدول رقم (14) نتائج وصف وتشخيص البيئة الاستثمارية السياحي

ت	مضمون الفقرة	الوسط	الانحراف	معامل الاختلاف	الاتجاه
1	التأكيد على الخطط السياحية الطويلة الأمد مع توفير ما ينتج عنها من منافع اقتصادية.	3.821	0.997	26.1	اتفق
2	الارتقاء بجودة الخدمات السياحية باعتبارها معيار السبق والتميز في عالم اليوم والمستقبل.	3.897	0.912	23.4	اتفق
3	لقد ساهمت السياحة بشكل إيجابي في اقتصاديات دول عديدة بشكل أصبحت عاملاً مهماً في التنمية الاقتصادية	3.974	0.932	23.4	اتفق
4	تراعي الشركة تحقيق التوازن بين الأرباح المالية والمسؤولية الاجتماعية.	3.974	1.038	26.1	اتفق
5	تساهم الشركة في تحقيق أرباح مستدامة على المدى الطويل.	3.872	1.031	26.6	اتفق
	اجمالي البعد الاقتصادي	3.908	0.660	16.9	
6	تعمل المنظمات السياحية الى حماية المراكز السياحية والطبيعية والبيئية داخل البلد.	3.923	0.929	23.7	اتفق
7	قيام كل مشروع سياحي بتحديد وتقييم الأثر البيئي (إيجابي أم سلبي)	3.718	1.025	27.6	اتفق
8	احترام البيئة وحماية الموارد الطبيعية من الخراب والتلوث.	3.641	1.203	33.0	اتفق
9	تقوم الشركة بإدارة مخلفاتها الصلبة والسائلة بشكل فعال.	3.436	1.314	38.2	اتفق
10	تستخدم الشركة مصادر طاقة متجددة ونظيفة قدر الإمكان.	3.410	1.251	36.7	اتفق
	اجمالي البعد البيئي	3.626	0.948	26.2	
11	تحتزم ادارة الشركة القوانين والأنظمة المعمول بها في المجتمع.	3.487	1.467	42.1	اتفق
12	تعمل ادارة الشركة بتدريب العاملين على مداولة القوانين داخل الشركة.	3.359	1.328	39.5	محايد
13	تقوم ادارة الشركة بسن القوانين والتعليمات الخاصة بها لحماية المسافرين.	3.641	1.347	37.0	اتفق
14	تعمل ادارة الشركة بتقارب الافكار السياسية وربط المصالح المشتركة.	3.564	1.165	32.7	اتفق
15	تقوم ادارة الشركة بتوضيح التعليمات والالتزام بها من خلال النزلاء والمسافرين.	3.744	1.093	29.2	اتفق
	اجمالي البعد السياسي	3.559	1.116	31.3	
	الاجمالي للمتغير	3.697	0.814	22.0	

المصدر: مخرجات برنامج SPSS V.28

المحور الثالث- عرض نتائج واختبار الفرضيات

اولاً: اختبار فرضية الارتباط

الفرضية الرئيسية الأولى: توجد علاقة ارتباط معنوية بين القرار الاستراتيجي وابعادها والبيئة الاستثمارية السياحي في مجموعة من الشركات السياحية في بغداد.

لمعرفة العلاقة الارتباطية بين متغيرات البحث (المتغير المستقل) والمتمثل بالقرار الاستراتيجي مع المتغير المعتمد والمتمثل في (البيئة الاستثمارية السياحي) تم استخدام معامل ارتباط بيرسون وكانت النتائج كما يلي:

الجدول (15) نتائج علاقات الارتباط بين ابعاد القرار الاستراتيجي والبيئة الاستثمارية السياحية

القرار الاستراتيجي بابعاده الخمس مجتمعة	مستوى المشاركة	انماط القرار	جودة القرار	قبول القرار	ملاءمة القرار	المؤشر	المستقل التابع
**0.779	**0.573	**0.099	**0.890	**0.595	**0.790	معامل الارتباط	
0.000	0.006	0.05	0.000	0.000	0.043	الدلالة الاحصائية	

المصدر: من إعداد الباحث اعتماداً على نتائج التحليل؛ (** معنوية عند (0.01) (*) معنوية عند (0.05))

نلاحظ من نتائج الجدول (15) ان هناك ارتباط القرار الاستراتيجي والبيئة الاستثمارية السياحي إذ بلغ معامل الارتباط (**0.779) عند مستوى دلالة معنوية اقل من مستويات المعنوية (0.01؛ 0.05)، وكانت العلاقة إيجابية وتشير تلك القيمة الموجبة الى العلاقة الطردية بين المتغيرين وهذا يؤكد ميل العلاقة للزيادة، وعلى مستوى الابعاد الفرعية جميعها كان لها علاقة ارتباط مع البيئة الاستثمارية السياحي وهي علاقة إيجابية بمستوى تراوح بين المتوسط الى الجيد تشير الى العلاقة الطردية بين المتغيرين اذ بلغت قيم الارتباط بين الابعاد القرار الاستراتيجي والبيئة الاستثمارية السياحي ما قيمته (**0.573, **0.790),

وبالتالي تقبل الفرضية الرئيسية الأولى واغلب الفرضيات الفرعية بصيغة الاثبات. باستثناء من ذلك بعد انماط القرار اذ بينت النتائج عدم وجود ارتباط له وكما هو مبين في الجدول (16)

جدول (16) اختبار الفرضيات الارتباط الفرعية بين ابعاد صناعة القرار الاستراتيجي والبيئة الاستثمارية السياحي

القرار	اسم الفرضية	رمز الفرضية
قبول الفرضية	يوجد ارتباط ذو دلالة معنوية ما بين بعد ملاءمة القرار و البيئة الاستثمارية السياحي	H11
قبول الفرضية	يوجد ارتباط ذو دلالة معنوية ما بين بعد قبول القرار (الموثوقية) و البيئة الاستثمارية السياحي	H12
قبول الفرضية	يوجد ارتباط ذو دلالة معنوية ما بين بعد جودة القرار (النوعية) و البيئة الاستثمارية السياحي	H13
رفض الفرضية	يوجد ارتباط ذو دلالة معنوية ما بين بعد انماط القرار و البيئة الاستثمارية السياحي	H14
قبول الفرضية	يوجد ارتباط ذو دلالة معنوية ما بين بعد مستوى المشاركة و البيئة الاستثمارية السياحي	H15

ثانياً: اختبار فرضية التأثير

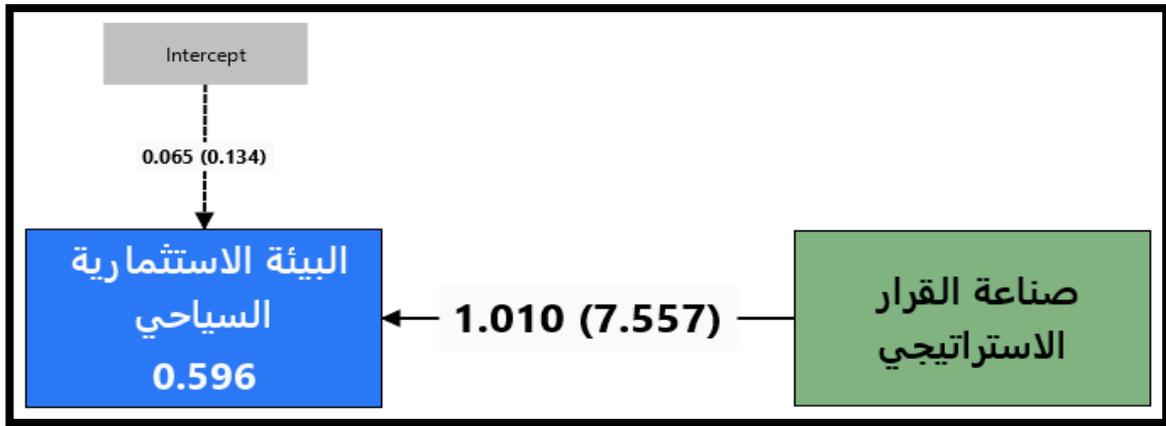
تم اختبار هذه الفرضية في البحث المتعلقة بقياس تأثير المتغير المستقل بأبعاده في المتغير التابع باستخدام نموذج الانحدار الخطي المتعدد ولأجل ذلك فقد وضعت فرضية رئيسية وفرضيات فرعية لتحليل علاقة التأثير بين المتغير المستقل والمتغير التابع وهي كما يلي:

رابعاً : الفرضية (الرئيسية الرابعة)

يوجد تأثير ذو دلالة معنوية بين القرار الاستراتيجي في البيئة الاستثمارية السياحي

البيئة الاستثمارية السياحي) $0.065+1.010$ = صناعة القرار الاستراتيجي)

يوضح الجدول (17) والشكل (2) نتائج تحليل التأثير بين القرار الاستراتيجي في البيئة الاستثمارية السياحي , اذ حققت قيمة (F) المستخرجة ما قيمته (57.103) وتشير النتيجة لوجود تأثير بين صناعة القرار الاستراتيجي في البيئة الاستثمارية السياحي, وفي ضوء هذه النتيجة نرفض الفرضية العدم ونقبل الفرضية البديلة أي (يوجد تأثير ذو دلالة معنوية بين القرار الاستراتيجي في البيئة الاستثمارية السياحي), كما يلاحظ من قيمة (t) المستخرجة والبالغة (7.557) ان تأثير المعلمة (β) هو تأثير حقيقي حيث ان زيادة التأثير بمقدار الوحدة الواحدة سيؤدي الى زيادة البيئة الاستثمارية السياحي بمقدار (100%), اذ استطاع متغير القرار الاستراتيجي من تأثير (R^2) بنسبة (59%) من التغيرات التي تطرأ على البيئة الاستثمارية السياحي.



شكل (2) تحليل التأثير بين القرار الاستراتيجي في البيئة الاستثمارية السياحي

المصدر: مخرجات برنامج smart pls 4

1- على مستوى الابعاد بصورة منفردة باستخدام (الانحدار الخطي البسيط) فقد بينت النتائج ما يلي

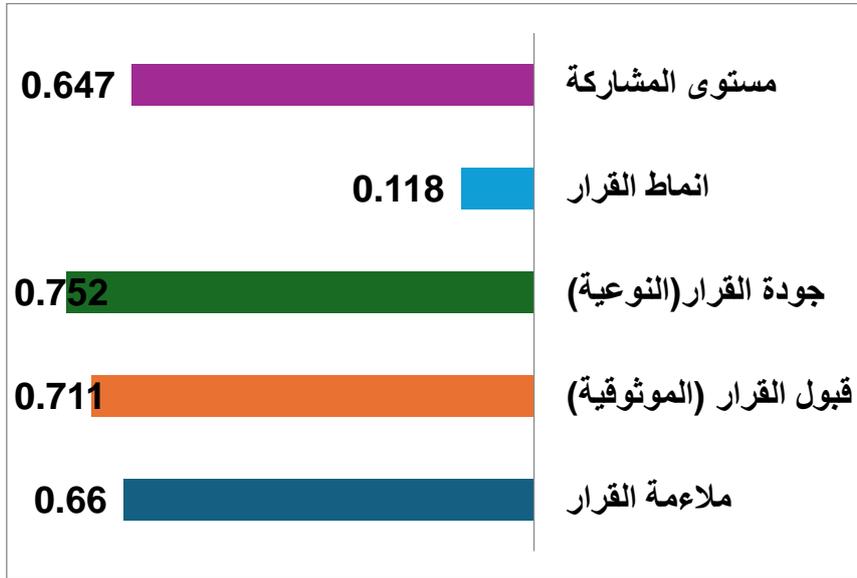
يبين الجدول (18) نتائج تحليل التأثير بين ابعاد القرار الاستراتيجي في البيئة الاستثمارية السياحي, اذ حققت قيمة (F) المستخرجة ما قيمته (61.525 , 20.268 , 141.166 , 0.364 , 18.045) على التوالي اذ تشير الى وجود تأثير ذو دلالة معنوية بين (ابعاد القرار الاستراتيجي في البيئة الاستثمارية السياحي) وفي ضوء هذه النتيجة نقبل الفرضيات البديلة وباستثناء من ذلك بعد انماط القرار اذ بينت النتائج عدم وجود تأثير له وكما هو موضح في الجدول (17).

جدول (17) اختبار الفرضيات التأثير الفرعية بين ابعاد صناعة القرار الاستراتيجي و البيئة الاستثمارية السياحي

القرار	اسم الفرضية	رمز الفرضية
قبول الفرضية	يوجد تأثير ذو دلالة معنوية ما بين بعد ملاءمة القرار في البيئة الاستثمارية السياحي	H21
قبول الفرضية	يوجد تأثير ذو دلالة معنوية ما بين بعد قبول القرار (الموثوقية) في البيئة الاستثمارية السياحي	H22
قبول الفرضية	يوجد تأثير ذو دلالة معنوية ما بين بعد جودة القرار (النوعية) في البيئة الاستثمارية السياحي	H23
رفض الفرضية	يوجد تأثير ذو دلالة معنوية ما بين بعد انماط القرار في البيئة الاستثمارية السياحي	H24
قبول الفرضية	يوجد تأثير ذو دلالة معنوية ما بين بعد مستوى المشاركة في البيئة الاستثمارية السياحي	H25

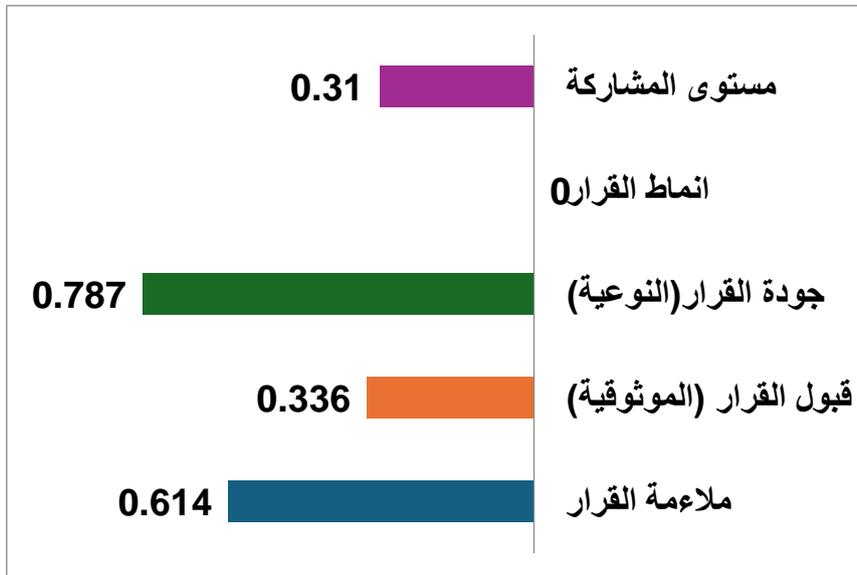
أظهرت النتائج ان قيم (t) المستخرجة قد حققت (7.844 , 4.502 , 11.881 , 4.248 , 7.557) على التوالي وتشير النتائج الى ان تأثير المعلمة (β) للابعاد بصورة عامة هو تأثير حقيقي حيث ان زيادة التأثير بمقدار الوحدة الواحدة سيؤدي الى زيادة

البيئة الاستثمارية السياحي بمقدار (66% , 71% , 75% , 64%) على التوالي , اذ اشارت النتائج ان اعلى قوة تأثيرية كانت عند بعد جودة القرار (النوعية) اذ بلغت (75%) اما اقل قوة تأثيرية فقد كانت عند بعد مستوى المشاركة إذ بلغت (64%) وكما هو مبين في الشكل (3)



شكل (3) قيم (β) لأبعاد صناعة القرار الاستراتيجي في البيئة الاستثمارية السياحي

استطاع الابعاد بصورة عامة من تفسير ما نسبة (61% , 33% , 78% , 31%) على التوالي من التغيرات التي تطرأ على البيئة الاستثمارية السياحي , اذ أظهرت النتائج ان اعلى قوة تفسيرية كانت عند بعد قبول القرار اذ بلغت (50%) اما اقل قوة تفسيرية فقد كانت عند بعد انماط القرار اذ بلغت (26%) وكما هو مبين في الشكل (4)



شكل (4) قيم (R²Adj) لأبعاد صناعة القرار الاستراتيجي في البيئة الاستثمارية السياحي

جدول (18) تحليل التأثير لأبعاد القرار الاستراتيجي في البيئة الاستثمارية السياحية \ باستخدام الانحدار البسيط (الخطي)

Sig	(t)	(F)	Adj (R ²)	(R ²)	معامل التأثير (β)	ابعاد متغير القرار الاستراتيجي	المتغير المعتمد
0.000	7.844	61.525	0.614	0.624	0.660	ملاءمة القرار	البيئة الاستثمارية السياحية
0.000	4.502	20.268	0.336	0.354	0.711	قبول القرار	
0.000	11.881	141.166	0.787	0.792	0.752	جودة القرار (النوعية)	
0.550	0.604	0.364	0.017-	0.010	0.118	انماط القرار	
0.000	4.248	18.045	0.310	0.328	0.647	مستوى المشاركة	
0.000	7.557	57.103	0.596	0.607	1.010	القرار الاستراتيجي	

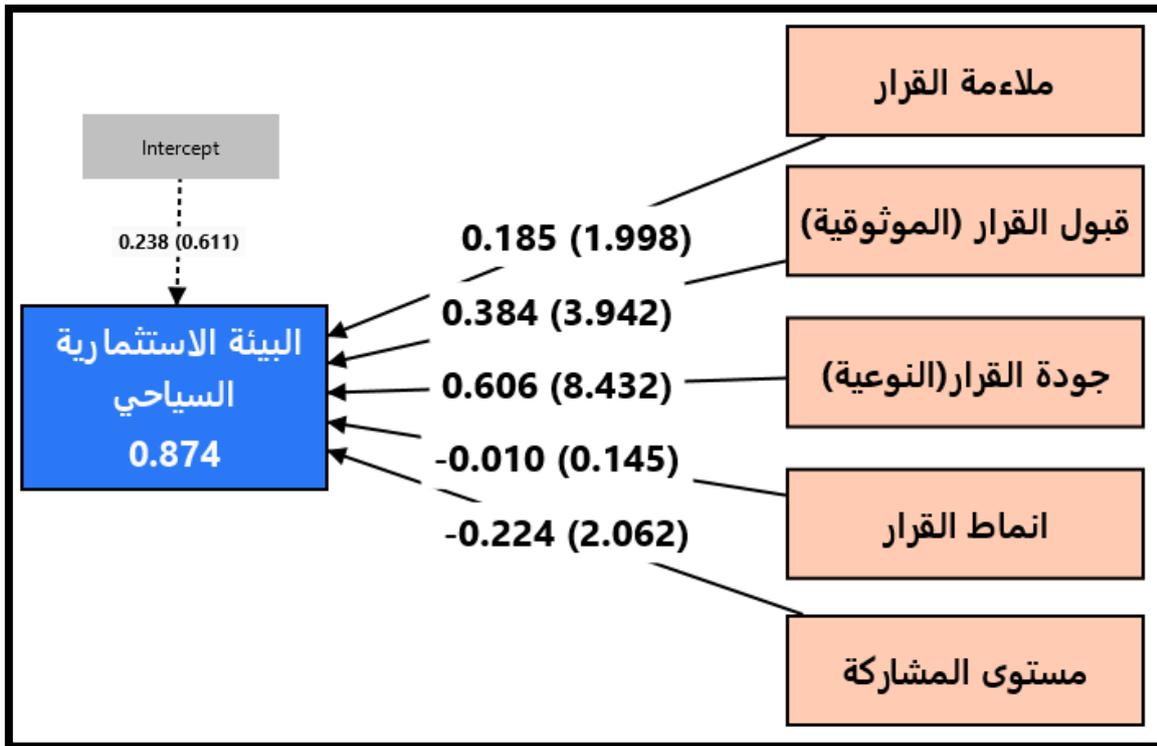
قيمة (F) الجدولية = 4.02 / قيمة (t) الجدولية = 2.021 / N = 39

المصدر: مخرجات برنامج SPSS V.28

2- على مستوى الابعاد مجتمعة باستخدام (الانحدار الخطي المتعدد) فقد أظهرت النتائج ما يلي :

يوجد تأثير ذو دلالة معنوية بين ابعاد القرار الاستراتيجي معاً في البيئة الاستثمارية السياحي

يشير الجدول (19) والشكل (5) لنتائج تحليل التأثير بين ابعاد صناعة القرار الاستراتيجي معاً في البيئة الاستثمارية السياحي , اذ حققت قيمة (F) المستخرجة ما قيمته (53.781) وتشير الى وجود تأثير معنوي بين صناعة القرار الاستراتيجي معاً في البيئة الاستثمارية السياحي, إذ يتبين من قيمة (Adj R²) ان ابعاد القرار الاستراتيجي معاً استطاعت من تفسير ما نسبة (0.891) من التغيرات التي تطرأ على البيئة الاستثمارية السياحي. يظهر من قيمة (t) المستخرجة والبالغة (-2.062), (3.942, 8.432) على التوالي وهي خارج الفترة لقيمة (t) الجدولية البالغة (±2.021) وتشير الى ان تأثير المعلمة (β) لبعدي (ملاءمة القرار , قبول القرار , هو تأثير حقيقي حيث ان زيادة التأثير بمقدار الوحدة الواحدة سيؤدي الى زيادة البيئة الاستثمارية السياحي بمقدار (38% , 60%) اما بعد مستوى المشاركة فان تأثيرها سلبي اذ توقر بمقدار (22%) على التوالي اما تأثير بعد (ملاءمة القرار , انماط القرار) فقد أظهرت النتائج انه ليس له تأثير يذكر في البيئة الاستثمارية السياحي



شكل (5) تأثير أبعاد القرار الاستراتيجي معاً في البيئة الاستثمارية السياحي

المصدر: مخرجات برنامج smart pls 4

جدول (19) تحليل التأثير لأبعاد القرار الاستراتيجي معاً في البيئة الاستثمارية السياحي

Sig.	(F)	(R ²) Adj	(R ²)	(R) المتعدد	Sig.	(t)	(β)	(α)	أبعاد القرار الاستراتيجي
0.000	53.781	0.874	0.891	0.944	0.054	1.998	0.185	0.000	ملاءمة القرار
					0.000	3.942	0.384		قبول القرار
					0.000	8.432	0.606		جودة القرار(النوعية)
					0.886	0.145-	0.010-		انماط القرار
					0.047	2.062-	0.224-		مستوى المشاركة
2.40					(F) الجدولية				
2.021					(t) الجدولية				
عدد الابعاد المقبولة (المؤثر) =3									
عدد الابعاد غير المقبولة (غير المؤثر) =2									

المبحث الرابع-الاستنتاجات والتوصيات

اولا : الاستنتاجات

حيث توصل الباحث الى مجموعة من الاستنتاجات والتوصيات التالية:

1. هناك علاقة ارتباط صناعة القرار الاستراتيجي والبيئة الاستثمارية السياحي إذ بلغ معامل الارتباط (**0.779****) عند مستوى دلالة معنوية اقل من مستويات المعنوية (**0.01؛ 0.05**)، وكانت العلاقة إيجابية.
2. اما على مستوى الابعاد الفرعية اظهرت النتائج جميعها كان لها علاقة ارتباط مع البيئة الاستثمارية السياحي وهي علاقة إيجابية بمستوى تراوح بين المتوسط الى الجيد تشير الى العلاقة الطردية بين المتغيرين اذ بلغت قيم الارتباط بين الابعاد صناعة القرار الاستراتيجي والبيئة الاستثمارية السياحي ما قيمته (**0.573**، 0.790**، 0.595**، 0.890****) وبالتالي تقبل الفرضية الرئيسية الأولى واغلب الفرضيات الفرعية بصيغة الاثبات. باستثناء من ذلك بعد انماط القرار اذ بينت النتائج عدم وجود ارتباط له.
3. اظهرت النتائج ان اعلى قوة تأثيرية كانت عند بعد جودة القرار(النوعية) اذ بلغت (**75%**) اما اقل قوة تأثيرية فقد كانت عند بعد مستوى المشاركة إذ بلغت (**64%**).
4. أظهرت النتائج ان اعلى قوة تفسيرية كانت عند بعد قبول القرار اذ بلغت (**50%**) اما اقل قوة تفسيرية فقد كانت عند بعد انماط القرار اذ بلغت (**26%**).
5. تعد البيئة السياحية الاستثمارية من المقومات الأساسية المهمة في دعم الاقتصاد الفعلي والقومي وتحقيق التنمية الاقتصادية، إذ يعتمد تطور أي دولة على حجم التدفقات الاستثمارية سواء كانت محلية أم أجنبية وكذلك على كفاءة الاستثمار.

ثانيا : التوصيات

1. يوصي الباحث بضرورة أن تنتظر الشركات المبحوثة إلى العوامل البيئية والتنظيمية والسلوكية المؤثرة في سرعة صنع القرار الاستراتيجي بالقدر نفسه من الأهمية النسبية دون أن التركيز على عامل دون آخر إذا كانت تسعى لصنع قرار استراتيجي سريع يمكنها من الوصول إلى المزايا المترتبة عليها قبل المنافسين.
2. يوصي الباحث بضرورة العمل على خلق بيئة استثمارية مناسبة وجذابة تسهم بشكل واضح في نمو الاستثمار، حيث إن الأساس في تطور وتقدم المجتمع هو البيئة الاستثمارية المشجعة للاستثمار، ومعالجة الأبعاد الأساسية لها لتحقيق المزيد من

- الاستيعاب سواء كان في البعد الاقتصادي أم السياسي أم القانوني أم البيئي أم الأمني والذي يمثل أهم مناطق القصور في توفير وضمان بيئة مستقرة ومناسبة للمنافسة في الاقتصاد الوطني.
3. يجب ان تأخذ الحكومة العراقية على عاتقها معالجة البنى التحتية والتي تشجع على الاستثمار وخاصة في مجال الطاقة الكهربائية وسهولة الحصول على الوقود وخدمات الاتصالات والتأمين والتسهيلات المصرفية والمطارات والسكك الحديد والجسور وغيرها مما يزيد من جاذبية رؤوس الأموال الأجنبية ويشجع رؤوس الأموال المحلية.
4. خلق مناخ سياحي استثماري ملائم ومناسب يبرز في مقدمة ذلك الاستقرار الأمني ويرتبط ذلك بالأمن والاستقرار العام في البلاد
5. اصدار تشريعات قانونية مشجعة ومحفزة للاستثمار السياحي العربي والاجنبي.

المصادر و المراجع

القران الكريم

اولاً: المصادر العربية

أ) الكتب العربية

1. الداعمي، علاء، فرحان.(2019)، المعرفة السوقية والقرارات الاستراتيجية، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الاردن.
2. المنيزل عبد الله ، عايش غرايبة (2020) (الإحصاء التربوي تطبيقات باستخدام الرزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية)، دار المسيرة للطباعة والنشر .
3. دريد، كامل، ال شبيب.(2009)، الاستثمار و التحليل الاستثماري، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، الاردن .
4. مراد، صلاح أحمد (2011) الأساليب الإحصائية " في العلوم النفسية والتربوية والاجتماعية "مكتبة الأنجلو المصرية.
5. الشرابي، فؤاد.(2008)، نظم المعلومات الادارية، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الاردن.
6. شقيري، نوري، موسى واسامة، عزمي، سلام.(2009)، دراسة الجدوى الاقتصادية، دار الميسرة للنشر والتوزيع ، الطبعة الأولى، عمان ، الاردن.
7. عليمات، صالح، ناصر.(2007)، العمليات الادارية في المؤسسات التربوية، ط الأولى، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، الاردن.
8. فليفل كامل ، فتحي حمدان(2011)(الاحصاء)، دار المناهج للنشر والتوزيع .
9. الفضل، مؤيد، عبد الحسين.(2008)، الأساليب الكمية والنوعية في دعم قرارات المنظمة، الطبعة الاولى، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان.
10. ابو صالح , محمد صبحي (2009) (مبادئ الاحصاء) دار اليازوري , الطبعة الاول.
11. ابو حطب فؤاد ، آمال صادق(2010) (مناهج البحث وطرق التحليل الاحصائي في العلوم النفسية والتربوية والاجتماعية) مكتبة الأنجلو المصرية.

ب) الرسائل والبحوث والاطاريح

- 1- الربيعي، خلود، هادي واحمد، اياد، عباس.(2020)، مؤشرات فاعلية القرار الاستراتيجي وتأثيرها في جودة الخدمة المصرفية _ بحث تطبيقي في عينة من المصارف العراقية، بحث منشور في مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، جامعة بغداد، المجلد (1)، العدد (٦٠).
- 2- رشيد، ثائر، محمود.(2015)، موقع العراق في بيئة اقتصاديات الأعمال الدولية وأهمية الاستثمار في القطاعات الاقتصادية المستهدفة، بحث منشور في مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، المجلد(1)، العدد (1).
- 3- سعد، منتظر، فاضل وعبداللطيف، سيماء، محمد، أمين. (2021)، دور البيئة الاستثمارية في جذب الاستثمار الأجنبي المباشر للقطاع النفطي العراق، بحث منشور في مجلة العلوم الاقتصادية، جامعة البصرة، كلية الإدارة والاقتصاد، المجلد(16)، العدد(63).
- 4- سعيد، رسل، احمد وجرجيس، سرى، حافظ. (2022)، نظام المعلومات الادارية ودورها في صنع القرار الاستراتيجي _ دراسة حالة لجامعة الموصل، جامعة الموصل، كلية الإدارة والاقتصاد.
- 5- السليمي، خالد، محمد، عيسى.(2023)، مفهوم واهمية القرار الاستراتيجي وكيفية صناعة القرار، بحث منشور في مجلة المجمع الأكاديميين العالمي، المجلد (1)، العدد (1).
- 6- شعيب، سندس، جاسم. (2018)، واقع وإمكانات الاستثمار السياحي في العراق _ دراسة تحليلية للمدة من (2003-2015)، بحث منشور في مجلة كلية الإدارة والاقتصاد جامعة بابل، المجلد(10)، العدد(1).
- 7- العبيدي، احمد، ابراهيم، حسين، علي.(2023)، مؤشرات تقييم البيئة الاستثمارية الدولية وموقع العراق فيها الجامعات الأهلية نموذج تنموي، بحث منشور في مجلة الإدارة والاقتصاد، جامعة المستنصرية، المجل(1)، العدد (140).

- 8- علي، محمد، السيد، أبو الفتوح. (2021)، العوامل المؤثرة في صناعة القرارات الاستراتيجية في مواجهة فيروس كورونا وأثارها على الحد من تفشي الفيروس - دراسة حالة المملكة العربية السعودية، بحث منشور في مجلة الدراسات، كلية العلوم الادارية، المجلد(22)، العدد(1).
- 9- فرحان، سعد، عبدالكريم، حماد واللهيبي، ذاكر، هادي، عبدالله. (2018)، أثر بعض متغيرات البيئة الاستثمارية الاقتصادية على الاستثمار الأجنبي المباشر في إقليم كردستان العراق من المدة (2006-2016)، بحث منشور في مجلة تنمية الريف، جامعة الانبار، المجلد(37)، العدد(119).
- 10- فرحان، عبير، نوري وبريهي، فارس، كريم. (2021)، بيئة الاستثمار العراقية ومدى ملاءمتها لإقامة المناطق الصناعية، بحث منشور في مجلة تكريت للعلوم الادارية والاقتصادية، جامعة تكريت، كلية الإدارة والاقتصاد، المجلد (17)، العدد (55).
- 11- محمد، حاكم، محسن. (2023)، دور الاستثمار السياحي العربي والأجنبي في دعم الاقتصاد العراقي _ دراسة تطبيقية في محافظة كربلاء، بحث منشور في مجلة اهل البيت، جامعة اهل البيت، المجلد(3)، العدد(4).
- 12- مخدوم، هند، كرامة الله. (2020)، مهارات واليات صناعة القرارات الاستراتيجية - دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على الجامعات السعودية، بحث منشور في مجلة الدراسات التجارية المعاصرة، جامعة طيبة، كلية الإدارة والاقتصاد، المجلد (1)، العدد (9).
- 13- المسعودي، فاطمة، عبد، علي، سلمان. (2009)، أثر المعرفة السوقية في تعزيز فاعلية القرارات الاستراتيجية - دراسة تطبيقية في الشركة العامة للإسمنت الجنوبية، رسالة ماجستير، جامعة كربلاء، كلية الإدارة والاقتصاد.
- 14- موالى، سيماء، محمد، أمين، عبد اللطيف. (2020)، أهمية البيئة الاستثمارية في جذب الاستثمار النفطية الى العراق، رسالة ماجستير في العلوم المالية والمصرفية، جامعة البصرة، كلية الإدارة والاقتصاد، قسم العلوم المالية والمصرفية.
- 15- ابو بهاء، خالد وجرار، ذياب. (2014)، العلاقة بين دينامية صنع القرار الاستراتيجي والأداء المؤسسي في المنظمات الأهلية الفلسطينية: المنظمات العاملة في محافظة رام الله والبيرة أنموذج، بحث منشور في مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات الإدارية والاقتصادية، المجلد (1)، العدد(1)
- 16- احمد، فريد، حسن ونصيف، عبد اللطيف ومهدي، حيدر، طالب. (2018)، التخطيط الاستراتيجي وتأثيره على الادارة السياحية _ دراسة تطبيقية لعدد من مكاتب السياحة في بغداد، بحث منشور في مجلة كلية التربية الاساسية للعلوم التربوية والانسانية، جامعة بابل، المجلد(1)، العدد(40).
- 17- البطاط، منتظر، فاضل، سعد وفاضل، هبة، عباس. (2022)، تحليل مؤشرات البيئة الاستثمارية ودورها في جذب الاستثمار الأجنبي في العراق للمدة (2017 – 2021)، بحث منشور في مجلة الاقتصاد الخليجي، جامعة البصرة، كلية الإدارة والاقتصاد، المجلد(1)، العدد(54).
- 18- الجبوري، محمد، حيدر، علي. (2017)، المزايا المتحققة من تأثير العوامل البيئية والتنظيمية والسلوكية في سرعة صناعة القرار الاستراتيجي _ دراسة مقارنة بين شركتي اسيا سيل وكورك تيليكوم للاتصالات المتنقلة في العراق، رسالة ماجستير، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الموصل.

ثانيا: المصادر الاجنبية.

1. Faleh Al-Zoubi Ali (2013), Ben Brika Abdel Wahab, Principles of Management, Origins and Scientific Methods, First Edition, Dar Al-Manahj for Publishing and Distribution, Amman, Jordan.
2. Lu, B., Stocks, M., Blakers, A., & Anderson, K. (2018). Geographic information system algorithms to locate prospective sites for pumped hydro energy storage. Applied energy, 222, 300- 312.
3. Ghonim, M. A., Khashaba, N. M., Al-Najaar, H. M., & Khashan, M. A. (2020). Strategic alignment and its impact on decision effectiveness: a comprehensive model. International Journal of Emerging Markets, 1-22.
4. timlon, j., (2011), sustainable strategic sourcing decisions: the logic of appropriateness applied to the brazilian market. strategic outsourcing: an international journal, 4(1).