



**Tikrit Journal of Administration
and Economics Sciences**

مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية

ISSN: 1813-1719 (Print)



**Tourism Innovation and Its Effect in Tourism Sustainability
Exploratory Study in Entertaining Tourism Sector in Mosul City**

Researcher: Ibrahim Fendi Salih Al-Jubori
College of Administration and Economics
University of Mosul
ibrahimfendi960@gmail.com

Prof. Dr. Ma'an W. AlMa'adhedee
College of Administration and Economics
University of Mosul
Maanwaadalah@uomosul.edu.iq

Abstract:

This study aims to determining the effects of tourism innovation in enhancing the diversity sustainable tourism. For achieving these goals, the researcher adopted the Descriptive-Analytic methods in describing and analyzing the phenomenon. the researcher select the domain of small entertaining tourism enterprises in Mosul city, the population of his study represented by small entertaining tourism enterprises, such as: (casinos, halls, games cities, parks, cafes, tourist villages), the sample of the study included the: (owners, board of directors in (Mosul games city, Dijla games city, tourist village), and managers of halls, cafes and assistants, and services supervisors). The researcher distributed (450) questionnaire and take back (421) fit for Analysis, under the (93.5%). The results of the study concentrate in the possibility of using the study model for determining the effects of tourism innovation in enhancing the indicators of sustainability tourism, the prior dimension in its effects is the marketing dimension in enhancing the indicators of sustainability tourism in the researched domain.

Keywords: Tourism Innovation, Indicators of Sustainability Tourism, Small Entertaining Tourism Enterprises, Mosul City.

**الإبداع السياحي وأثره في السياحة المستدامة
دراسة استطلاعية في قطاع السياحة الترفيهية في مدينة الموصل**

أ.د. معن وعدالله المعاضيدي
كلية الإدارة والاقتصاد
جامعة الموصل

الباحث: إبراهيم فندي صالح الجبوري
كلية الإدارة والاقتصاد
جامعة الموصل

المستخلص:

هدف البحث تحديد الآثار التي يتركها الإبداع السياحي بأبعاده مجتمعةً ومنفردةً في تعزيز مؤشرات الاستدامة السياحية في مدينة الموصل. ولأغراض تحقيق أهداف دراسته تبنى الباحثان المنهج الوصفي التحليلي في إجراءات دراسته، وذلك لتحقيق حالة المواءمة بين طبيعة البحث

والأدوات التي تبناها الباحثان في وصف وتحليل الظاهرة. وقد وجد الباحثان أن الميدان الأفضل لدراسته هو ميدان السياحة الترفيهية في مدينة الموصل، واختار الباحثان مجتمعاً لدراسته متمثلاً بالمرافق السياحية صغيرة الحجم في مدينة الموصل وهي: (الكازينوهات، قاعات المناسبات، مدن الألعاب، المتنزهات، الكافيهات، القرى السياحية)، بينما اختيرت عينة البحث بأسلوب قصدي طبقي، وتمثلت بالمستجيبين على استمارة الاستبانة وهم: (المالكين، مجالس الإدارات في مدينة ألعاب الموصل، ومدينة ألعاب دجلة سيتي، والقرية السياحية)، مديرو القاعات والكافيهات ومساعدوهم، ومشرفو الخدمات)، وقد تم توزيع (450) استمارة، استرجع منها (421) صالحة للتحليل وبنسبة استرجاع وصلاحية للاستخدام (93.5%). وقد تبني الباحثان العديد من الأدوات لجمع البيانات سواء في الأطر النظرية أم الميدانية. وقد تركزت أهم نتائج البحث وعبر نتائج التحليل العاملي التوكيدي إمكانية الاعتماد على أداة البحث في اختبار أنموذجه الحالي بدلالة تطابق مؤشرات جودة المطابقة جميعها للحدود المقبولة، وقد أظهرت نتائج نمذجة المعادلة البنائية وجود تأثير معنوي إيجابي للإبداع السياحي في الاستدامة السياحية في القطاع السياحي الترفيهي المبحوث، وأظهرت أن نتائج نمذجة المعادلة البنائية أن أكثر الأبعاد مساهمةً في ذلك هو بُعد إبداع التسويق.

الكلمات المفتاحية: الإبداع السياحي، الاستدامة السياحية، قطاع السياحة الترفيهية، مدينة الموصل.
المقدمة

كانت السياحة ولا زالت ظاهرة متميزة بإبداعاتها الهائلة، وهذا ما شددت عليه جهود الباحثين وتأكدت بالكثير من الأمثلة التي تم العثور عليها وأبرزها ما تحقق من إبداعات رائدة في شركة ديزني مع منتزهاتها الترفيهية والسينمائية، مما جعلها تمتلك الجاذبية ليس لجمهورها المحلي فقط، وإنما حققت جذباً واهتماماً عالمياً، دفع الكثير من الباحثين والمهتمين في مجال السياحة لمعالجة مجموعة واسعة من القضايا والموضوعات التي تندرج ضمن الإبداع في هذا القطاع، لما تمثله الأبحاث في هذا القطاع من معان وقيمة لأغراض فهم ديناميكيته، وتحديد الرؤى العميقة التي ستفيد بلا شك كلاً من الصناعة السياحية وصانعي السياسات في هذا القطاع فيها على حد سواء. وطالما أننا نعيش في عصر التغير السريع، ولأغراض مواكبة متطلبات العصر في أدواق الزبائن وتلبية احتياجاتهم الظاهرة والكامنة الحالية والمستقبلية، ومواجهة المنافسة العالمية الشديدة في النشاطات كافة، فإنه لا بد من الاستمرار بتطوير المنتجات وعمليات إنتاجها وتقديمها، لمواجهة المنافسة متنوعة الأصناف وأبرزها المنافسة بالإبداع التي تستهدف تقديم كل ما هو جديد ويدعم تفوق المنظمة السياحية ويضمن لها البقاء والنمو. إن وضعية قطاع السياحة الترفيهية في مدينة الموصل مقارنةً بمدن أخرى في العراق تقود لاكتشاف الاختلافات الواضحة بينها، فعلى الرغم من توفر الإمكانيات السياحية المناسبة، إلا أنه لم يحقق لحد الآن الأهداف السليمة والإسهام الفاعل، لاسيما في مجالات المساهمة في إحداث أو إقامة وتأسيس نشاطات سياحية مستدامة تسهم في تطوير المجتمع وتتماشى مع أهداف ومبادئ الاستدامة السياحية بمؤشراتها المتنوعة.

من هنا وجد الباحثان أن أهمية دراسته تكمن في أهمية موضوعاتها (الإبداع السياحي ومؤشرات الاستدامة السياحية) فسعى في مبحثه الأول لعرض منهجية البحث، فيما تطرق في المبحث الثاني إلى الجانب النظري للبحث، وتناول المبحث الثالث الجانب التطبيقي، فيما اختتم البحث في المبحث الرابع الذي تناول الاستنتاجات والتوصيات.

المبحث الأول: منهجية البحث

أولاً. مشكلة البحث: تُسهم السياحة بقدر كبير في تطور الاقتصادات الوطنية وتحسين مستويات معيشة السكان عبر الكثير من حالات التطوير والإبداع والإضافات التي تجعلها ظاهرة اقتصادية واجتماعية وثقافية وبيئية لها أهدافها وأغراضها من جهة، وتطابقاً مع مفاهيم التنمية المستدامة ظهرت مفاهيم السياحة المستدامة-التي يطلق عليها أحياناً بالسياحة الخضراء أو السياحة المسؤولة وأحياناً بالسياحة المُنصفة - أو لتجنب ما تعانيه السياحة التقليدية من مشكلات وأزمات سواء على المستوى البيئي أو الثقافي أو الاجتماعي وحتى الإداري، ولحل الكثير من مشكلات المحيط الإيكولوجي والتنوع البيولوجي والبيئي ضماناً لحق الأجيال حاضراً ومستقبلاً، فقد برزت الحاجة إلى إستراتيجية متكاملة تستهدف ضمان الحل الأمثل لتلك المشكلات، وتضع الأنشطة السياحية (الترفيهية) القائمة والمستحدثة تحت المراقبة والمتابعة المستمرة من جهة أخرى.

وقد انعكس ذلك ميدانياً بما شهدته مدينة الموصل بعد سنة 2017 تحديداً من تطور وتوسع ملحوظ في النشاطات السياحية الترفيهية (على وجه الخصوص) ويتلخص هذا التوسع في ازدياد مساحة هذا القطاع السياحي الترفيهي، ولكن استفهاماً بسيطاً لذلك التزايد والتنوع يضع الباحثان أمام تساؤلات واستفسارات يكمن فحواها في الآتي:

١. هل الزيادة في اعداد المنظمات التي تقدم الخدمات السياحية الترفيهية في مدينة الموصل بتعزيز مؤشرات الاستدامة السياحية؟

٢. ما الدور الذي تمارسه أبعاد الإبداع السياحي في تعزيز مؤشرات الاستدامة السياحية في قطاع السياحة الترفيهية في مدينة الموصل؟

ثانياً. أهمية البحث: تتمثل أهمية البحث في الإسهامات التي يتوقع إضافتها إذ تصنف:

١. **على المستوى النظري:** تبرز أهمية البحث من خلال تناوله موضوع الإبداع السياحي في البيئة العراقية عموماً، وفي مدينة الموصل على نحو خاص ودورها في تعزيز مؤشرات الاستدامة السياحية على وفق الطروحات النظرية واعتماداً على ما ذكر في أدبيات الموضوع، وقد سعى الباحثان لإغناء الإطار النظري للبحث عبر المراجعة العلمية للبحوث والمقالات والكتب العربية والأجنبية والرسائل والأطاريح والمقالات.

٢. **على المستوى الميداني:** تبرز أهمية البحث كونه من الدراسات القليلة والمحدودة التي سعت لقياس دور (علاقة وأثر) الإبداع السياحي في تعزيز مؤشرات السياحة المستدامة، وقد وقع الاختيار على قطاع الساحة الترفيهية في مدينة الموصل، ميداناً للتطبيق الميداني، ذلك القطاع الذي شهد تطوراً ونموً كبيراً ومتسارعاً بعد سنة 2017 ولا زال مستمراً بما انعكس باتساع وتنوع الخدمات السياحية الترفيهية.

ثالثاً. أهداف البحث: انطلاقاً من اتجاه البحث نحو تناول موضوعات الإبداع السياحي والاستدامة السياحية (السياحة المستدامة) فقد تمثلت أهداف البحث فيما يأتي:

١. تحديد الدور الذي يمارسه الإبداع السياحي بأبعاده في تعزيز مؤشرات الاستدامة السياحية في قطاع السياحة الترفيهية في مدينة الموصل.

٢. توجيه أنظار القائمين على النشاط السياحي الترفيهي في مدينة الموصل نحو نتائج الممارسة الفعلية للإبداع السياحي في جهود استدامة هذا النشاط الحيوي للحد من المشكلات المترتبة على عدم استدامته.

```

graph TD
    A[الإبداع السياحي] --> B[إبداع مؤسسي]
    A --> C[إبداع تسويقي]
    A --> D[إداري]
    A --> E[العملية]
    A --> F[المنتج]
    B --> G[مؤشرات الاستدامة السياحية]
    C --> G
    D --> G
    E --> G
    F --> G
    G --> H[مؤشرات مؤسسية]
    G --> I[بيئية]
    G --> J[اجتماعية - ثقافية]
    G --> K[اقتصادية]
    H -.-> L[علاقة تأثير]
  
```

الإبداع السياحي

إبداع مؤسسي إبداع تسويقي إداري العملية المنتج

مؤشرات الاستدامة السياحية

مؤشرات مؤسسية بيئية اجتماعية - ثقافية اقتصادية

علاقة تأثير

الشكل (١): مخطط البحث الفرضي

المصدر: من إعداد الباحثان

إذ تضمن مخطط البحث ما يأتي:

١. المتغير المستقل (الابداع السياحي) بأبعاده الفرعية (إبداع المنتج، إبداع العملية، إبداع إداري، إبداع تسويق، إبداع مؤسسي)، إذ استند الباحثان في تحديدهم لهذه الأبعاد إلى دراسة (Hjalager, 2010) لشموليته واحتوائه على الابداع كلها التي تطرق اليها الباحثين منفردين، فضلاً عن استنادهما إلى جهود أوائل الباحثين في ميدان الإبداع وأبرزهم (Schumpeter, 1934).
٢. المتغير التابع (مؤشرات السياحة المستدامة) بأبعاده (المؤشرات الاقتصادية، المؤشرات الاجتماعية-الثقافية، المؤشرات البيئية، المؤشرات الإدارية والمؤسسية) وقد وجد أن أنموذج (Roberts & Tribe, 2008)) يُعد الأقرب في استعراض هذه المؤشرات، فضلاً عن كونه يصلح للتطبيق في المنشآت السياحية (صغيرة الحجم)، بوصف أن المرافق السياحية الترفيهية جميعاً تندرج تحت تصنيف المنشآت الصغيرة.

خامساً. فرضيات البحث:

الفرضية الأولى: لا يوجد أثر ذو دلالة معنوية للإبداع السياحي في مؤشرات السياحة المستدامة.

الفرضية الثانية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد الإبداع السياحي مجتمعةً في مؤشرات السياحة المستدامة منفردةً.

وتشتق منها الفرضيات الفرعية التالية:

الفرضية الفرعية الأولى: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد الإبداع السياحي مجتمعةً في مؤشرات الاستدامة الاقتصادية.

الفرضية الفرعية الثانية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد الإبداع السياحي مجتمعةً في مؤشرات الاستدامة الاجتماعية-الثقافية.

الفرضية الفرعية الثالثة: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد الإبداع السياحي مجتمعةً في مؤشرات الاستدامة البيئية.

الفرضية الفرعية الرابعة: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد الإبداع السياحي مجتمعةً في مؤشرات الاستدامة المؤسسية.

سادساً. أساليب التحليل الإحصائي: استخدم الباحثان الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (S.P.S.S_V25) والتي يعمل عن طريقها برنامج (AMOS_V25) المستخدم أيضاً في هذا البحث، وذلك لغرض إجراء التحليلات الإحصائية اللازمة والوصول إلى نتائج دقيقة وبما ينسجم مع أهداف البحث الحالي، ويسهم في اختبار فرضياته، ويمكن بيان الأساليب الإحصائية المستخدمة بالآتي:

١. معامل كرونباخ ألفا، وكرونباخ ألفا الطبقى.
 ٢. التحليل العاملي التوكيدي من الدرجة الأولى والثانية.
 ٣. القيم الاحتمالية P-Value، وحدود الثقة Confidence Interval الدنيا والعليا، ومعامل الانحدار المعياري SRW، ومعامل معادلة الانحدار β .
- ولا يفوت الباحثان الإشارة إلى أن طريقة التقدير المستخدمة في هذا البحث هي طريقة المربعات الصغرى غير الموزونة، وتعود مسوغات استخدام هذه الطريقة بوصفها بديلاً عن طريقة الإمكان الأعظم (ML) للآتي:
- العشوائية (أي أن تتسم البيانات التي تم جمعها بالعشوائية).
 - حجم العينة يجب أن يكون كبيراً نسبياً (حجم العينة يجب أن يزيد عن عدد المتغيرات المشاهدة بخمسة أو عشرة أضعاف).
 - الاتصالية (أن يكون المتغير المعتمد متغيراً متصلاً).
 - شرط الاعتدالية في المتغيرين المعتمد والخطأ العشوائي (أي أن يكون التوزيع الاحتمالي لهما توزيعاً طبيعياً).
 - يتطلب تطبيقها أن يكون محدد المصفوفة (موجباً).
 - يجب أن يكون النموذج محدداً على نحو دقيق.
 - عدم وجود قيم شاذة.
 - عدم وجود مشكلة تعدد العلاقة الخطية بين المتغيرات المستقلة المدروسة.

فيما هنالك شروط أخرى يجب توافرها لكي يتم تطبيق هذه الطريقة على نحو سليم، مع الأخذ بالحسبان أن توافر هذه الشروط تجعل من طريقة (ML) أفضل طريقة للتقدير من باقي الطرائق المختلفة، وعند عدم توافر الشروط الأساسية أعلاه فإن ذلك يمكن أن يؤدي بنا إلى اللجوء لاستخدام طرائق أخرى بديلة ومنها طريقة المربعات الصغرى غير الموزونة (ULS) وطريقة المربعات الصغرى المعممة (GLS) وطريقة المربعات الصغرى للمقياس الحر (SFLS) وطريقة المربعات الصغرى للتوزيع المتقارب (ADF) (Li, 2016: 385).

وسوف يتم استخدام طريقة المربعات الصغرى غير الموزونة (ULS) التي تستند في مبدئها على تقليل فروق مجموع المربعات بين مصفوفتي العينة والمصفوفات المشتقة من النموذج، كما أنها تمتاز بسهولة تعاملها مع المتغيرات الرتبوية ذات المقياس الموحد، وإنها تعطي مقدرات غير متحيزة لمعاملات النموذج، ويمكن تطبيقها في حال كون محدد المصفوفة سالباً.

ثامناً. وصف مجتمع البحث وعينته: نظراً لتوجه الباحثان نحو دراسة دور الإبداع السياحي في تعزيز مؤشرات السياحة المستدامة في مدينة الموصل، فقد وجد أن الميدان الأفضل الذي يصلح للدراسة هو ميدان السياحة الترفيهية في مدينة الموصل، فقد شهد هذا الميدان توسعاً وتنوعاً ملحوظاً في مجالات عديدة ولاسيما على المستوى الأفقي الذي تمثل بزيادة أعداد المرافق السياحية الترفيهية وأنواعها التي اختارها الباحثان مجتمعاً لدراسته معبراً عنها بالمرافق السياحية صغيرة الحجم في مدينة الموصل والتي تمثلت بـ (الكازينوهات، قاعات المناسبات، مدن الألعاب، المتنزهات، الكافيهات، قرى سياحية)، أما عينة البحث فتم اختيارها بأسلوب قصدي، وتمثلت بالمستجيبين على استمارة الاستبانة وهم: (المالكين، مجالس الإدارات في (مدينة ألعاب الموصل، ومدينة ألعاب دجلة ستي، القرية السياحية)، مديرو القاعات والكافيهات ومساعدوهم، ومشرفو الخدمات، وأخرى)، وذلك بسبب كونهم أكثر المؤثرين في طبيعة متغيرات البحث، وقد تم توزيع (450) استمارة، استرجع منها (421) صالحة للتحليل وبنسبة استرجاع وصلاحية للاستخدام (93.5%)، يمكن وصف الأفراد عينة البحث بالجدول الآتي:

الجدول (١): وصف الأفراد عينة البحث

الجنس	ذكر		انثى	
	91%		9%	
العمر	30 فأقل		51 فأكثر	
	47%		3%	
التحصيل الدراسي	اعدادية فما دون		حملة الشهادات العليا	
	55%		10%	
تخصص العمل	اداري		اخرى	
	40%		29%	
سنوات العمل	5 سنة فأقل		11 سنة فأكثر	
	49%		20%	

المصدر: من إعداد الباحثان بالاستناد الى نتائج SPSS.

يتبين من الجدول (١)، أن أغلب أفراد عينة البحث هم من الذكور، وقد يعود سبب ذلك الى طبيعة عمل القطاع السياحي الذي يفسح المجال أمام الرجل للعمل بكثافة، فيما لم يفسح المجال للإناث بحكم العادات والتقاليد السائدة في هذا القطاع. كما يتبين أن الفئة العمرية الغالبة هم الفئة الشبابية التي تمتلك الحماس والطاقة للعمل وتقبل المفاهيم الحديثة والمعاصرة، كما نستنتج أن عينة البحث تضم مختلف الشهادات، فضلاً عن تمتع عينة البحث بالعديد من التخصصات بمختلف المجالات، كما يشير الجدول كذلك على إن هنالك مزيج متنوع من الخبرات وذلك يعكس قدرة الأفراد ومهاراتهم التي تمكنهم من إنجاز المهام الموكلة إليهم بكفاءة وفاعلية وسرعة في الإنجاز.

تاسعاً. منهج البحث وأساليب جمع البيانات: تبني الباحثان المنهج الوصفي التحليلي، وذلك لتحقيق حالة المواءمة بين طبيعة البحث والأدوات التي تبناها الباحثان في وصف وتحليل الظاهرة، فضلاً عن كونه منهجاً شاملاً؛ لأنه يعتمد على طرائق أخرى لتحقيق أهدافه. كما تم الاعتماد على عدة طرائق في جمع بيانات البحث، ففي الجانب النظري، اعتمدت المصادر العربية والأجنبية المتاحة، وكذلك اعتماد البحوث والتقارير الإدارية والمجلات العلمية المتخصصة في هذا المجال، فضلاً عن الاستعانة بخدمات الشبكة العالمية للمعلومات (الإنترنت). وفي الجانب الميداني، تم اعتماد استمارة

الاستبانة التي أعدت بالاعتماد على أنموذج (Hjalager, 2010) فيما يتعلق بالإبداع السياحي، وأنموذج (Roberts & Tribe, 2008) فيما يتعلق بمؤشرات السياحة المستدامة. ويوضح الجدول (٢) تفاصيل استمارة الاستبانة.

الجدول (٢): المتغيرات والأبعاد المدروسة

المتغيرات	الأبعاد الأساسية	المصدر
الإبداع السياحي	إبداع المنتج	(Hjalager, 2010)
	إبداع العملية	
	الإبداع الإداري	
	إبداع التسويق	
	الإبداع المؤسسي	
الاستدامة السياحية	مؤشرات الاستدامة الاقتصادية	(Roberts & Tribe, 2008)
	مؤشرات الاستدامة الاجتماعية- الثقافية	
	مؤشرات الاستدامة البيئية	
	مؤشرات الاستدامة المؤسسية	

المصدر: من إعداد الباحثان.

لأغراض التأكد من الصدق الظاهري لاستمارة الاستبانة، فقد تم عرضها على مجموعة من المحكمين والمتخصصين في مجالات العلوم الإدارية، وقد تم الاستئناس بأرائهم من حيث الإضافة والحذف والدمج. أما فيما يتعلق بثبات أداة القياس (الاستبانة) للأبعاد مجتمعة قمنا باستخدام معامل ألفا الطبقي الذي أشار إليه (Feldt & Brennan, 1989)، ويوضح ذلك الجدول (٣):
الجدول (٣): نتائج اختبار معامل كرونباخ ألفا ومعامل كرونباخ ألفا الطبقي لمتغيرات البحث

المتغيرات والأبعاد الأساسية	وصف المتغيرات	معامل ألفا لكل بعد	معامل ألفا الطبقي للأبعاد مجتمعة
الإبداع السياحي	إبداع المنتج	0.89	0.91
	إبداع العملية		
	الإبداع الإداري		
	إبداع التسويق		
	الإبداع المؤسسي		
الاستدامة السياحية	أداء الأعمال/ الربحية	0.60	مؤشرات الاستدامة الاقتصادية
	التوظيف		
	جودة التوظيف وحوافز الأعمال		
	التحسين الكمي والتنوعي		
	مراعاة سلوكيات وخصائص المجتمع المحلي	0.83	مؤشرات الاستدامة الاجتماعية- الثقافية
	التواصل المجتمعي ورد فعل المضيف على المستفيد		
	الترويج الثقافي		
	الجريمة والمضايقة		
	الوعي البيئي والإداري	0.71	مؤشرات الاستدامة البيئية
	كفاءة الطاقة		
	كفاءة إدارة المياه النقية ومياه الصرف الصحي		
	إدارة النفايات الصلبة وإعادة التدوير والاستخدام		
	إدارة آثار التلوث	0.66	مؤشرات الاستدامة المؤسسية
	تدريب الإدارة والموظفين		
	الوصول إلى التمويل		

المصدر: الجدول من إعداد الباحثان بالاعتماد على نتائج اختبار كرونباخ ألفا.

من ملاحظة النتائج في الجدول (٣) نجد أن قيم معامل ألفا الطبقي جميعها أكبر من (0.70) وهذا يدل على قوة الثبات للأبعاد المبحوثة.

المبحث الثاني: الإطار النظري

أ. الإبداع السياحي:

أولاً. ماهية الإبداع السياحي: يعود تاريخ الإبداع في مجال الأعمال إلى عام 1934 عندما اقترح عالم الاقتصاد جوزيف شومبتر (Joseph Schumpeter) هذه الفكرة أو المفهوم وما تلاه من زيادة في زخم الدراسات التي بدأت تهتم بهذا الموضوع وفي مجالات الأعمال جميعها، وطالما أن شركات السياحة أمام بيئة تنافسية متزايدة التعقيد وهذه البيئة تجبرها على التكيف لها، وعليه فهي تستخدم الإبداع بوصفها عاملاً حاسماً في بقائها ونجاحها. (Delgado et al., 2016: 1091). وبيّن (Delgado et al., 2016: 1092) إن قطاع السياحة له بعض الخصائص منها التغير الفجائي في خصائص السائح، الذي أصبح أكثر خبرة وأصعب في تقديم الخدمة الفريدة لغرض اجتذابه، فقد أصبح السائح له القدرة على الوصول الفوري إلى المعلومات وأصبح قادراً على أن يخطط لرحلته أو سفرته السياحية أو زيارته للمرفق السياحي على نحو مستقل، وبدأ السائح أو المستفيد يطالب خدمات سياحية مستدامة تتفق مع الأبعاد الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، وذلك من منطلق مسؤولية السائح تجاه البيئة، بالنسبة إلى الإبداع تختلف شركات الخدمة في خصائصها التنظيمية والتشغيلية وفي أسواقها، وعليه فإن قطاع الخدمة يُعد أكثر تعقيداً؛ لاعتماده عوامل غير ملموسة معنوية يصعب في ضوءها الاحتفاظ بالخصائص التي يتم تغييرها فيها، لذا يُعد الإبداع وصفاً لسلوك المنظمات السياحية أو الجهات السياحية أو القطاع السياحي بحد ذاته والإبداع هنا هو إعادة توجيه الأشكال التقليدية من الإدارة إلى إدارة موجهة نحو الإبداع عبر إبداع العمليات والإبداع المنظمي سعياً للوصول إلى طرائق جديدة لخلق منتجات جديدة وتطبيق إستراتيجيات مقننة وتحقيق كفاءة للموارد المعنوية والمادية للمنظمة.

ويُعرّف (Uran, 2015: 53) الإبداع السياحي بأنه: "إبداع يحمل عناصر الحداثة والأصالة والتفكير التجاري النظامي، ويُحسن في الميزات الفنية أو الوظيفية أو التجارية". وإن السعي للإبداع في المنظمات السياحية يقود إلى مفهوم الإبداع السياحي الذي يُعد مفهوماً له جذوره التي ترتبط بالجانب العملي لخدمة السياحة ومواقف السياح واستهلاك المنتجات الإبداعية الجديدة. (Delgado et al., 2016: 1092).

وهنا يرى الباحثان أن الإبداع السياحي هو إبداع تسعى إليه المنظمة السياحية أو المرفق السياحي باعتماد مفاهيم الإبداع التقليدية مضافاً إليها التركيز على كونه يحدث في إطار خدمات سياحية تواجه معطيات المنافسة المتسارعة في الميدان السياحي بمكوناته كافة.

ثانياً. مجالات الإبداع السياحي وأنواعه: انطلاقاً من المدخل الذي تبناه (Schumpeter, 1934) بوصفه مدخلاً للبحث في حقول الإبداع، والذي طبق فيما بعد في الكثير من الدراسات والبحوث السياحية، والذي يصنف مجالات الإبداع السياحي وأنواعه إلى إبداع المنتج والخدمة، وإبداع العمليات، والإبداع التنظيمي/الإداري، والإبداع التسويقي، والإبداع المؤسسي، والتي اتفق معها العديد من الباحثين في دراساتهم، ومنهم على سبيل المثال لا الحصر: (Weiermair, 2006) (Hajlager et al., 2008) (Hall's, 2009) (Hajlager et al., 2010) فإن الباحثان سيتبنيان هذه المجالات والأنواع في بحثهما، وعلى النحو الآتي:

١. **إبداع المنتج أو الخدمة:** إبداع المنتج هو تغيير أو تعديل في السلع والخدمات السياحية لجعل هذه المنتجات أكثر جاذبية للسائح، والأمثلة على ذلك السياحة البيئية والسياحة التراثية وهي من أشكال السياحة الجديدة الإبداعية والتي تعتمد على الموارد والتقاليد المحلية (Liburd, 2005: 5).

ويرى (Hjalager, 2010: 3) أن إبداع المنتج أو الخدمة هي تغييرات يمكن أن يلحظها الزبون بشكل مباشر وتأخذ شكل الحادثة أو أشياء لم يشهدها في السابق أو أشياء جديدة بالنسبة إلى المنظمة السياحية أو الوجهة السياحية. في حين يبين (Clydesdale, 2007: 9) إن إبداعات المنتج أو الخدمة تكون مدركة للسائح بل تصبح عاملاً من عوامل قراره في الشراء، ومن الأمثلة على ذلك قيام بعض الفنادق في مجال الضيافة بتقديم إبداعات عامة بتقديم خدمات أقل سعراً بدون التضحية بالأساسيات والمعايير الأساسية للفنادق مثل سهولة الوصول والنظافة والفراش المريح.

٢. **إبداع العملية:** تُعد إبداعات العمليات مبادرات غير ظاهرية مثل إبداع المنتجات ولكنها تعمل في الخلفية على زيادة الكفاءة والإنتاجية واستمرارية النشاط. أغلب الإبداعات في العمليات تأتي بشكل استثمارات في مجال التقنية وإعادة هندسة تصميم عمليات العمل (Hjalager, 2010: 3)، وتعد تقانات المعلومات والاتصالات العمود الفقري في إبداع العمليات في العقود الأخيرة لأنها تسهم في قدرة المنظمة على نشر المعلومات والمعرفة في مواقع جغرافية بعيدة، لذلك فهي عامل أساس في إبداع العمليات، وفي مجال عمل المرافق والشركات السياحية فقد طبقت هذه التقانات لتحسين أعمالها وإنتاجيتها السياحية، فضلاً عن دورها الإضافي الذي تؤديه عند دمجها مع الإجراءات الإستراتيجية والإدارية لأنها تسهم في تحقيق الكفاءة وبناء المؤهلات وإدارة الموارد البشرية (Buhalis & Law, 2008: 614).

ومن الأمثلة على إبداع العمليات المكثفة الإبداعات في القطاع السياحي ما تقدمه المطاعم من تقنيات خدمة الطعام بطرائق إعداد وتحضير سريعة وجديدة جذرياً، وتوفير الطاقة والأيدي العاملة، وتقليل النفقات والصرف الصحي وخدمة أسرع ومرونة أعلى (Rogers, 2007: 13).

٣. **الإبداع الإداري:** تقوم الإبداعات الإدارية على استخدام طرائق جديدة لتنظيم التعاون الداخلي في المرفق السياحي وتوجيه وتمكين الأفراد العاملين وتحسين أسلوب دفع المزايا والتعويضات لهم (Ottenbacher & Gnoth, 2005: 211). ومن التحديات التي تواجه المنظمات السياحية في هذا المجال هي تطوير طرائق الاحتفاظ بالأفراد العاملين واستدامة المرونة والسيطرة على تكاليف الإشراف، من هنا يمكن عدّ الإبداع الإداري إبداعاً يستهدف تحسين هذه العمليات لزيادة رضا العاملين وتعزيز المعرفة الداخلية وديمومة المحافظة على الكفاءة في المنظمة (Williams, 2009: 16).

٤. **الإبداع التسويقي:** وهو من أنواع الإبداعات الذي بدأت المنظمات السياحية تلجأ إليه في مجال السياحة أو ما يسمى ببرامج ولاء الزبون، التي تُعد من البرامج المنتشرة على نحو واسع وتأخذ أشكالاً مختلفة، إن تطوير الشبكة العنكبوتية العالمية أسهم في صنع إبداعات تسويقية مختلفة أدت إلى تقليل الوساطات في وكالات السياحة والسفر وأصبح الزبون قادراً على أن يخدم نفسه والوصول إلى العروض وتقليل الكلفة سواء له أو مجهز الخدمة (Xiang & Fesenmaier, 2008: 141).

٥. **الإبداع المؤسسي:** يُعبر الإبداع المؤسسي عن احتضان لهيكل تنظيمي أو تعاوني جديد أو إطار قانوني جديد يعيد توجيه العمل بكفاءة أو يعزز العمل في مجالات معينة في السياحة ومن الأمثلة على ذلك تشكيل شبكات من التحالفات لدعم المنظمات الصغيرة والمتوسطة (Lynch & Morrison, 2007: 46). ومن الأمثلة الشائعة أيضاً تقديم الخدمات المصرفية بالبطاقات الائتمانية واعتماد نظم الحجز الإلكتروني (Hjalager, 2010: 4).

ب. السياحة المستدامة:

أولاً. ماهية السياحة المستدامة: تعود نشأة السياحة المستدامة إلى العام 1987 عند نشر تقرير Brandtland بعنوان مستقبلنا المشترك الذي أطلق مصطلح الاستدامة بوصفه مصطلحاً رناناً أثر في الكثير من الميادين البشرية ومنها السياحة (Higgins-Desbiolles, 2020: 564). وعرفها (Butler, 1999: 35) بأنها "سياحة تأخذ شكل قادر على استدامة نشاط المنطقة التي تنشط فيها هذه السياحة لفترة غير محدودة من الزمن وعرفها (Sofronov, 2017: 85) على أنها "تطوير جميع أشكال السياحة وإدارة السياحة والتسويق السياحي واحترام التكامل الطبيعي والاجتماعي والاقتصادي للبيئة وضمان إبقاء فرص استغلال الموارد الطبيعية والثقافية للأجيال المستقبلية". وتعرفها منظمة السياحة الدولية للأمم المتحدة على أنها: السياحة التي تقود إلى إدارة جميع الموارد بطريقة ترضي متطلبات الاقتصادية والاجتماعية والجمالية وفي نفس الوقت استدامة التكامل الثقافي والعمليات البيئية الأساسية والتنوع الإحيائي والنظم الداعمة للحياة. ومن الطرائق المستخدمة في ذلك هي إتباع السياحة البيئية والسياحة الطبيعية والسياحة التراثية والسياحة الثقافية والسياحة الريفية والسياحة المجتمعية (Akbar & Zaim, 2019: 506).

إن الاستدامة أمر أساسي في تحقيق تنافسية الوجهة السياحية والمرفق السياحي، والسياحة المستدامة هي المحافظة على التوازن البيئي في الوجهة السياحية لتعزيز تنافسيتها، وهذا لا يمكن تحقيقه بدون إدارة مناسبة للطلب على السياحة، إن الوجهة السياحية المنافسة تحافظ على مواردها الطبيعية والثقافية وفي الوقت نفسه تزيد الرفاه طويل المدى للمستفيدين، وإن تحقيق السياحة المستدامة وإنماءها يتطلب إستراتيجيات طويلة المدى واستثمارات سواء في القطاعات العامة أو الخاصة ولتحقيق ذلك على المنظمات أن تركز على الاستدامة البيئية، وتحقق التنوع في صناعاتها، وضمان الإبداع والتحسين الإستراتيجي في منتجاتها (Akbar & Zaim, 2019: 507).

ثانياً. أبعاد السياحة المستدامة: عرض (Roberts & Tribe, 2008: 584) أبعاد السياحة المستدامة ومؤشراتها بصيغة شمولية كاملة الأمر الذي دفع الباحثان إلى تبني وجهة النظر هذه في بحثهما، وكما موضح في الجدول (٤):

الجدول (٤): متضمنات أبعاد ومؤشرات الاستدامة السياحية

مؤشرات الاستدامة الاقتصادية		
مؤشرات السياحة المستدامة	مؤشرات الأداء	الأهداف الممكنة تحقيقها
أداء الأعمال والربحية	-زيادة أعداد الزبائن. -زيادة معدل إنفاق الزبون الواحد. -رواتب وأجور الموظفين. -معدل الإنفاق التشغيلي.	-إبداع في المنتجات الذي يقود إلى نمو الأعمال. -المعرفة بالسوق. -الوعي والاستخدام الكفوء لتقانة المعلومات. -المنتجات التي تتصف بالجودة. -التعاون التسويقي وتشارك التكاليف.
تسرب العملة الصعبة وارتباط النشاط السياحي محلياً	-سياسة الشراء المحلي. -درجة الإنفاق في الاقتصاد المحلي. -نسبة السلع المستوردة مباشرة من الخارج. -نسبة السلع المصنعة محلياً والمستخدمه في الأعمال.	-بدائل الاستيراد. -الاستثمار المحلي. -محدودية الاعتماد على تراخيص الاستيراد وحصص الاستيراد.
التوظيف	-زيادة أو نقصان عدد الموظفين. -نسبة الموظفين المحليين.	-أرقام التوظيف المتوقعة. -التوظيف من المجتمع المحلي.
جودة التوظيف	-مقارنة الأجور مع أعمال أخرى في نفس القطاع. -توفير منافع للموظفين.	-عدم استغلال الأفراد العاملين. -المطابقة مع قوانين العمل والتوظيف الوطنية.
دافعيه الأعمال	-ميل كبير إلى التحفيز في نمط الحياة. -ميل كبير إلى التحفيز الاقتصادي.	-الالتزام بالعمل والربحية والاستدامة الاقتصادية للمجتمع المحلي.

مؤشرات الاستدامة الإدارية / المؤسسية		
مؤشرات المبادأة المستدامة	المؤشرات	الأهداف الممكن تحقيقها
التدريب الإداري وتدريب الأفراد العاملين	- الخبرة العملية الفعلية في مجال المبادأة. - التدريب الإداري الفعلي. - نسبة الكادر المتدربين. - علاقة ارتباط تربط تدريب الأفراد العاملين بالواجبات الفعلية ليلواها العاملين.	- برامج التدريب للعاملين والإدارة. - توفير برامج تدريب المبادأة المستدامة سواء داخل المنظمة أو خارجها.
الوصول إلى التمويل	- مدى سهولة أو صعوبة الحصول على تمويل إضافي	- توثيق المعلومات حول أداء الأعمال مثل السجلات الضريبية والتفقات والدخل والخ. - خطة أعمال واضحة يمكن تحقيقها.
مؤشرات الاستدامة البيئية		
مؤشرات المبادأة المستدامة	مؤشرات الأداء	الأهداف الممكن تحقيقها
الوعي والإدارة البيئية	- وجود سياسة واضحة. - وجود تقييم بيئي فعلي يطبق في المنظمة. - المشاركة في برامج البيئة أو خطط البيئة. - الخطوات المتخذة لتصحيح أي مشكلات بيئية تم تشخيصها.	- تصريح عن المبادأة البيئية يظهر سياسة المبادأة المستدامة. - القيام بالتقييم البيئي. - الإدارة ناعمة لهذه السياسات.
كفاءة استخدام الطاقة	- خطة المحافظة على الطاقة. - مراقبة استهلاك الطاقة. - مفاتيح المحافظة على الطاقة.	- تطوير خطة المحافظة على الطاقة. - استخدام الأجهزة التي توفر الطاقة. - مراقبة استخدام الطاقة في جميع المنشآت. - تطوير استراتيجيات وبدائل في إدارة موارد الطاقة. - إعلام الأفراد العاملين والزبائن وتوعيتهم حول منافع الاستخدام الكفوء للطاقة.
كفاءة استخدام المياه ومراقبة استخدام المياه	- خطة المحافظة على الماء. - مراقبة جدول استهلاك الماء. - إجراءات المحافظة على الماء.	- تطوير خطة المحافظة على المياه. - تطوير خطة صيانة لفحص وإصلاح التأسيسات المائية والخزانات على نحو متكرر. - مراقبة جودة الماء. - تعزيز المحافظة على المياه ما بين الأفراد العاملين والزوار.
إعادة للتدوير وإعادة الاستخدام	- نوع النفايات المتولدة غالباً. - نسبة المواد المعاد تدويرها أو المعاد استخدامها.	- سياسة إعادة تدوير رسمية أو غير رسمية. - نظام للتعامل مع النفايات القابلة للتدوير أو القابلة لإعادة الاستخدام.
إدارة النفايات الصلبة	- خطة إدارة النفايات الصلبة. - طرح نظامي للمواد القابلة للتحلل والغير قابلة للتحلل بطريقة صديقة للبيئة. - وغير مسببة للتلوث.	- تطوير خطة إدارة المخلفات الصلبة. - جمع وتخزين وطرح النفايات بأسلوب يتفق مع المتطلبات القانونية. - المشاركة في نشاطات التنظيف المجتمعية.
إدارة مياه المطر وحلات	- خطة إدارة مياه المطر وحلات. - الموقف تجاه إدارة مياه المطر وحلات. - توفر نظام للتخلص من مياه المطر وحلات. - إدارة نظام التسرب العرضي لمياه المطر وحلات.	- تطور خطة إدارة مياه مطر وحلات. - التجميع المناسب والخزن لمياه المطر وحلات بطريقة التخلص منها. - وضع معمل معالجة مياه مطر وحلات تعمل بشكل صحيح.
إدارة تأثير التلوث	- وضع خطة لإدارة النفايات الخطرة. - الإجراءات المتخذة لتقليل مستويات التلوث.	- تطوير خطة إدارة النفايات الخطرة. - توفير المعرفة حول الملوثات المحتملة. - تقليل استخدام المواد الخطرة مع المنظفات والمعدات.
التلوث البصري (المطابقة مع البناء المحلي)	- الحصول على رخصة هيكات التخطيط. - المطابقة مع الصيغة العمرانية للمنطقة.	- الحصول على الموافقات قبل البناء. - استدامة أنماط التطوير العمراني التقليدية. - تصميم وتخطيط المباني والمادية والمطابقة مع التعليمات والمواضيع الثقافية.

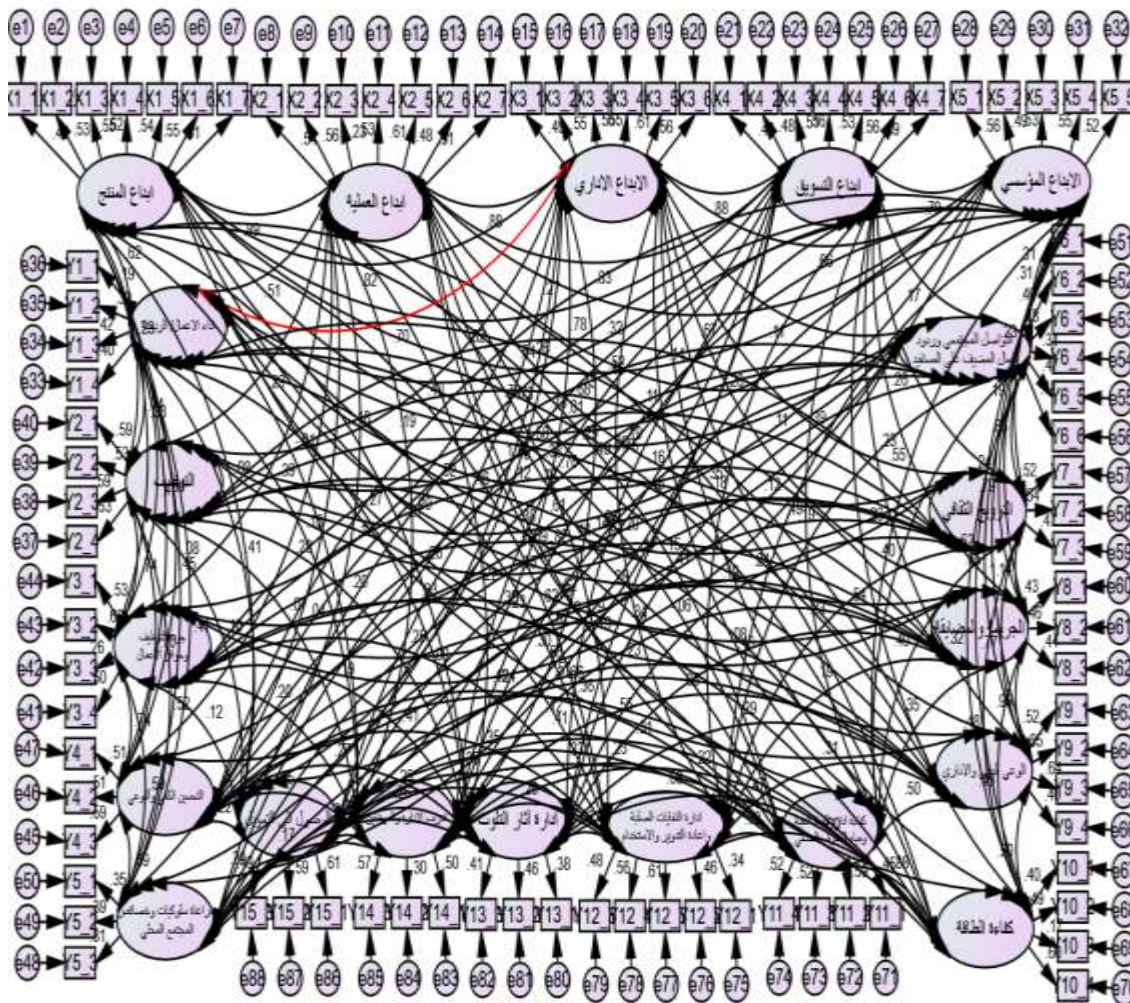
مؤشرات الاستدامة الاجتماعية الثقافية		
مؤشرات السياحة المستدامة	مؤشرات الأداء	الأهداف الممكنة تحقيقها
الارتباط بالمجتمع المحلي	- أهمية دعم المجتمع المحلي. - أشكال الارتباط مع المجتمع المحلي.	- العضوية في المنظمات غير الحكومية أو المنظمات المدنية أو منظمات الأعمال المحلية. - تمويل ودعم على الأقل واحدة من المجموعات الناشطة في المجتمع المحلي.
الوصول إلى السكان	- الموقف تجاه السكان الذين يزورون منظمة الأعمال. - منع الساكنين في المنطقة من الوصول إلى المنطقة السياحية. - حرية وصول السكان بالشكل الذي لا يهدد السياح أو الزبائن. - استجابة المضيف إلى السياح. - زيادة أو انخفاض شكوى السكان ضد السياح. - الإجراءات التي تتخذها المنظمة للتعامل مع الشكاوى.	- توفير السياح بالأنبيات حول العادات والتقاليد المحلية. - توفير التدريب الخاص بهذه المسائل للموظفين.
الجرائم والتعريض	- الإجراءات المتخذة لحماية السياح ضد التعرض. - زيادة أو انخفاض الجرائم ضد السياح. - الإجراءات المتخذة للتعامل مع الجرائم.	- إطلاع السياح وإعلامهم حول المناطق التي يمكن أن تحدث فيها جرائم. - تطوير نظام أمني يعمل بشكل صحيح. - تشراك الصناعة مع قوى الأمن المحلية والوطنية.
الترويج الثقافي	- الرغبة في توفير المعلومات حول طريقة الحياة المحلية. - موقف المنظمة تجاه الترويج الثقافي. - الإجراءات المتخذة في الترويج للثقافة السكان الأصليين في المنطقة.	- إعلام الزبائن حول الموروث الثقافي والتاريخي. - التعاون مع المنظمات غير الحكومية المحلية للترويج وتعزيز تقدير الثقافة المحلية والموروث التاريخي.
أنماط الشراكات	- نسبة منظمات الأعمال السياحية التي يمتلكها السكان الأصليون.	- تشجيع الملكية المحلية. - تعزيز الملكية المحلية الحالية من خلال تشراك المعلومات والتعاون.

Source: Roberts, sh., & Tribe, J., 2008, Sustainability Indicators for Small Tourism Enterprises-An Exploratory Perspective, Journal of Sustainable Tourism, Vol. 16, No. 5, pp.575-594.

المبحث الثالث: الإطار الميداني

أولاً. التحليل العاملي التوكيدي: إن الهدف من إجراء التحليل العاملي التوكيدي من الدرجة الأولى لمتغيرات البحث هو لمعرفة قوة ارتباط المشاهدات (الأسئلة) بالبُعد الذي تمثلها، فضلاً عن معرفة علاقات الارتباط بين المتغيرات الكامنة (الأبعاد).

يوضح الشكل (٢) قيم تشبعات (ارتباط) المتغيرات المشاهدة (الأسئلة) بالمتغيرات الدالة عليها (الكامنة) والمتعلقة بمتغيرات البحث والمبينة قيمها على السهم ذي الرأس الواحد بين السؤال والمتغير الكامن، فضلاً عن قيم معاملات الارتباط بين كل زوج من المتغيرات الكامنة والمبينة قيمها على السهم ذي الرأسين، أما الجدول (٥) فيبين قيم مؤشرات جودة المطابقة المرافقة للتحليل العاملي التوكيدي مع حدود مقبولة هذه المؤشرات، إذ أظهرت نتائج التحليل العاملي التوكيدي من الدرجة الأولى عدم معنوية نموذج البحث بدلالة مؤشرات جودة المطابقة، إذ تبين أن هناك مؤشرات دون المستوى المحدد لها.



الشكل (٢): التحليل العاملي التوكيدي

أما فيما يتعلق بمؤشرات جودة المطابقة فقد تبين أن هنالك بعض المؤشرات والموضحة في الجدول (٥) قد ظهرت دون الحدود المعيارية المقبولة:

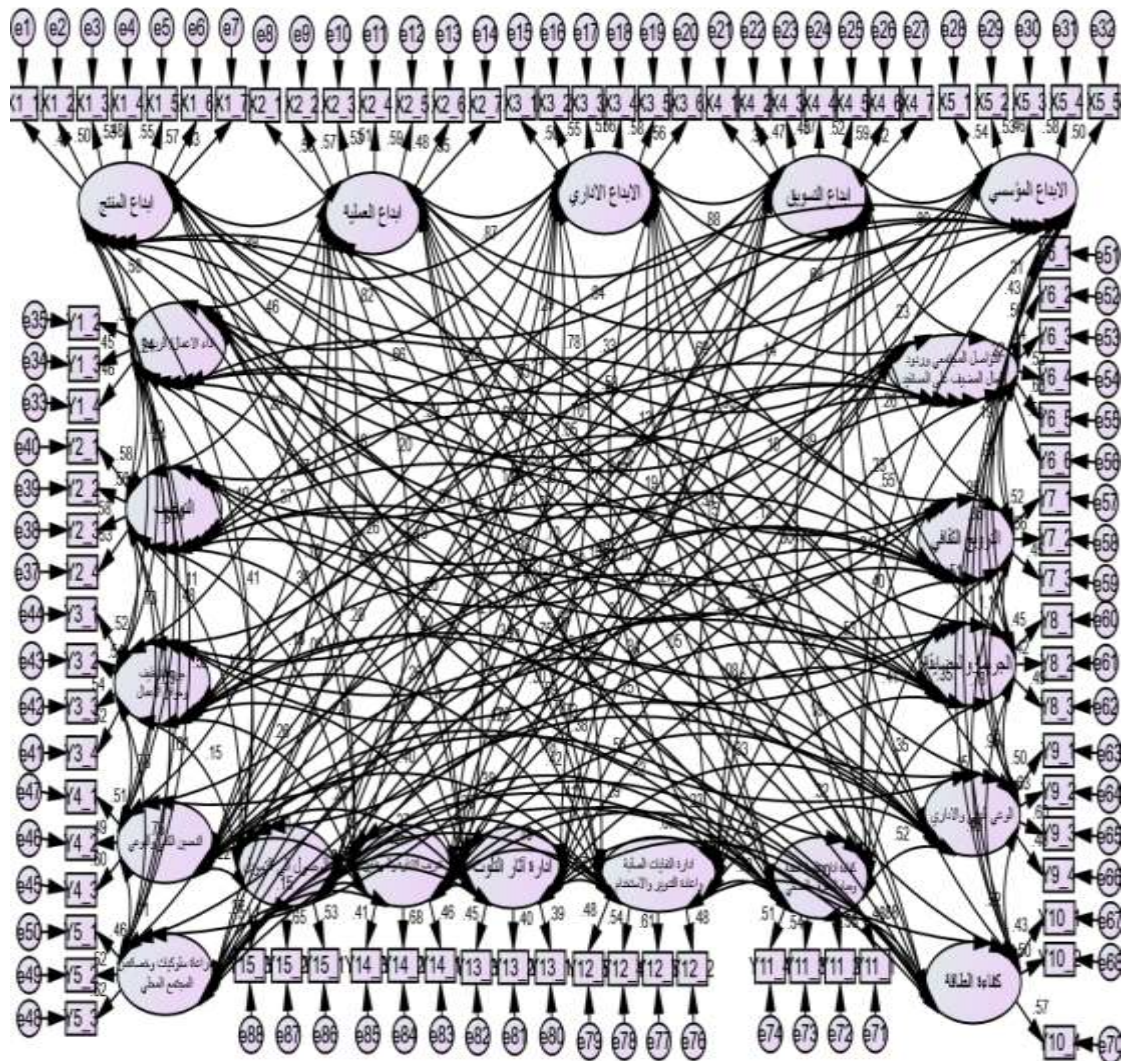
الجدول (٤): نتائج مؤشرات جودة المطابقة في المرحلة الأولى للتحليل العاملي التوكيدي

المؤشر	قيمة المؤشر	المعيار (حدود القبول)	النتيجة
GFI	0.926	$GFI > 0.90$	مطابق
RMR	0.032	$RMR < 0.05$	مطابق
AGFI	0.918	$AGFI > 0.85$	مطابق
PGFI	0.839	$PGFI > 0.60$	مطابق
RFI	0.878	$RFI > 0.90$	غير مطابق
CMIN/DF	1.90	$1 < CMIN/DF < 2$	مطابق
NFI	0.889	$NFI > 0.90$	غير مطابق

المصدر: من إعداد الباحثان بالاستناد الى نتائج AMOS V25.

بناءً على هذه النتائج يتوجب القيام ببعض التعديلات على أنموذج البحث الافتراضي، وذلك بالاستناد إلى مؤشرات تعديل الأنموذج (Modification Indices: M.I.) التي يقترحها البرنامج لغرض تحسين الأنموذج الافتراضي وزيادة مطابقته لبيانات عينة البحث، الأمر الذي قد يترتب

حذف بعض المتغيرات، ويظهر الجدول (٦) بلوغ مؤشرات جودة المطابقة حدود القبول، ويوضح الشكل (٣) الأنموذج النهائي وذلك بعد إجراء التعديلات المقترحة.



الشكل (٣): التحليل العاملي التوكيدي من الدرجة الأولى لمتغيرات البحث بعد الحذف

المصدر: نتائج برنامج AMOS V25

الجدول (٦): نتائج مؤشرات جودة المطابقة في المرحلة الثانية للتحليل العاملي التوكيدي

المؤشر	قيمة المؤشر	المعيار (حدود القبول)	النتيجة
GFI	0.928	$GFI > 0.90$	مطابق
RMR	0.035	$RMR < 0.05$	مطابق
AGFI	0.920	$AGFI > 0.85$	مطابق
PGFI	0.837	$PGFI > 0.60$	مطابق
RFI	0.90	$RFI > 0.90$	مطابق
CMIN/DF	2.02	$1 < CMIN/DF < 2$	مطابق
NFI	0.900	$NFI > 0.90$	مطابق

المصدر: من إعداد الباحثان بالاستناد الى نتائج AMOS V25.

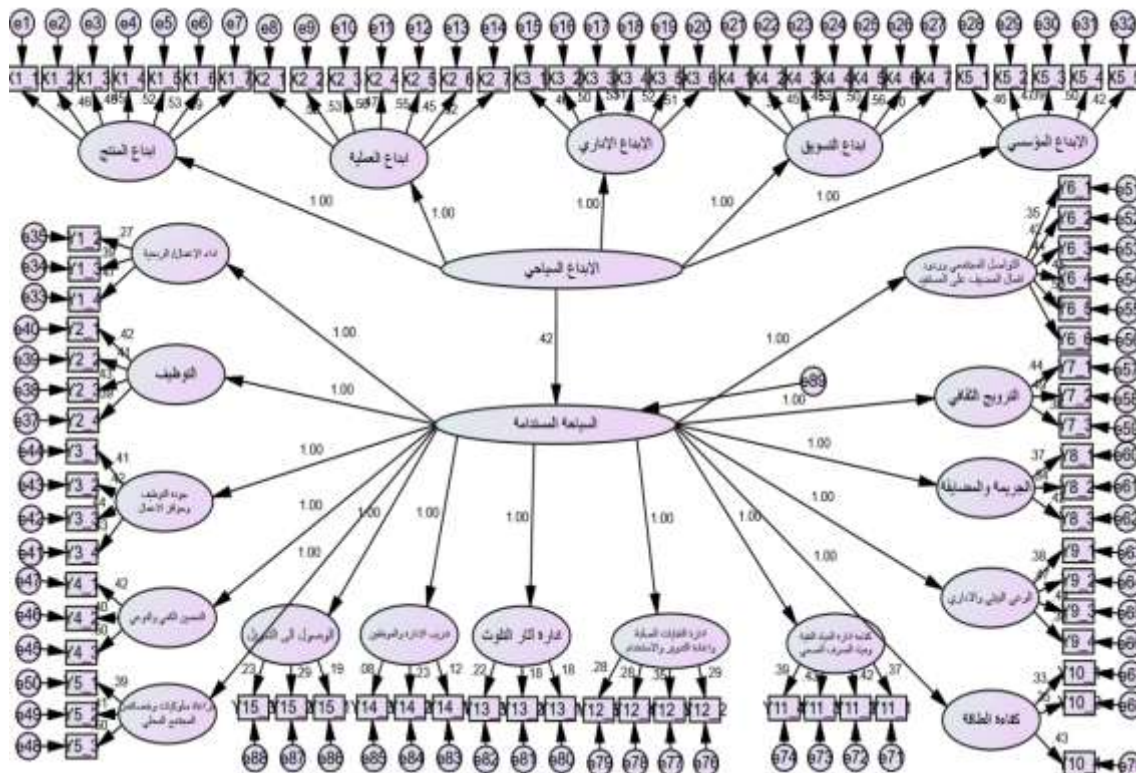
ثانياً. اختبار الفرضيات:

أ. الفرضية الرئيسية الأولى: أظهرت نتائج التحليل الإحصائي الخاصة بنموذج المعادلة البنائية الموضحة في الشكل (٤) معنوية الأنموذج المصمم لاختبار (الفرضية الرئيسية الأولى) الخاصة بأثر للإبداع السياحي في مؤشرات السياحة المستدامة، إذ تبين من نتائج الجدول (٧) وجود علاقة أثر طردية ذي دلالة معنوية للإبداع السياحي في السياحة المستدامة، بدلالة قيمة معامل الانحدار البالغة (0.503)، مما يدل على أنه كلما زادت إبداعات القطاع السياحي تحسنت مؤشرات السياحة المستدامة، ويُعد هذا الأثر معنوياً بدلالة القيمة الاحتمالية (P-value) البالغة (0.007) وهي أقل من (0.05) وتؤكد النتيجة نفسها تشابه إشارة الحدين الأدنى والأعلى لحدود الثقة الخاصة بالأنموذج. وبالاستناد إلى ما سبق، فإنه سيتم رفض فرضية العدم وقبول الفرضية البديلة التي تنص على "يوجد أثر ذو دلالة معنوية للإبداع السياحي في مؤشرات السياحة المستدامة".

الجدول (٧): تحليل أثر الإبداع السياحي في مؤشرات الاستدامة السياحية

المتغير المفسر	اتجاه العلاقة	المتغير المعتمد	β	SRW	Confidence Interval		P-value
الإبداع السياحي	→	السياحة المستدامة	0.503	0.422	Lower	0.067	0.007
					Upper	0.177	

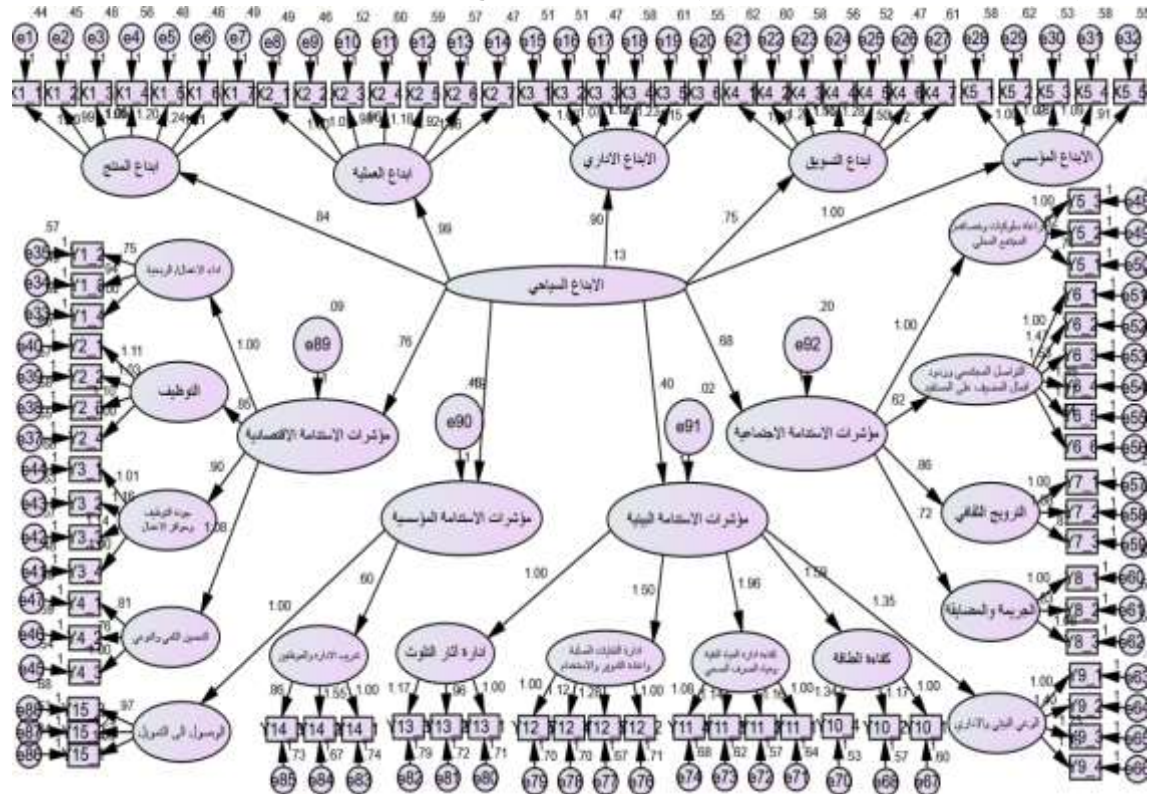
المصدر: نتائج برنامج AMOS, V25.



الشكل (٤): نموذج المعادلة البنائية لأثر الإبداع السياحي في الاستدامة السياحية.

ب. الفرضية الرئيسية الثانية: أظهرت نتائج التحليل الإحصائي الخاصة بنموذج المعادلة البنائية الموضحة في الشكل (٥) معنوية الأنموذج المصمم لاختبار (الفرضية الرئيسية الرابعة) الخاصة بأثر أبعاد إبداع السياحي مجتمعةً في السياحة المستدامة منفردةً، ويبين الجدول (٨) ما يأتي:

١. وجود علاقة أثر طردية معنوية للإبداع السياحي في مؤشرات الاستدامة الاقتصادية بدلالة قيمة معامل الانحدار التي بلغت (0.765) مما يدل على أنه كلما زاد الإبداع السياحي زادت مؤشرات الاستدامة الاقتصادية، وهذا الأثر معنوي بدلالة القيمة الاحتمالية (P-value) والتي بلغت (0.003) وهي أقل من (0.05) وتؤكد النتيجة نفسها تشابه إشارة الحدين الأدنى والأعلى لحدود الثقة (95% Confidence Interval) الخاصة بالأنموذج.
٢. وجود علاقة أثر طردية معنوية للإبداع السياحي في مؤشرات الاستدامة الاجتماعية-الثقافية بدلالة قيمة معامل الانحدار التي بلغت (0.681) دلالة على أنه كلما زاد الإبداع السياحي زادت مؤشرات الاستدامة الاجتماعية-الثقافية، وبدلالة (P-value) التي بلغت (0.005) وهي أقل من (0.05) ويؤكد ذلك تشابه إشارة الحدين الأدنى والأعلى لحدود الثقة الخاصة بالأنموذج.
٣. وجود علاقة أثر طردية معنوية للإبداع السياحي في مؤشرات الاستدامة البيئية وذلك بدلالة قيمة معامل الانحدار التي بلغت (0.401) مما يدل على أنه كلما زاد الإبداع السياحي زادت مؤشرات الاستدامة البيئية، وهذا الأثر معنوي بدلالة القيمة الاحتمالية (P-value) والتي بلغت (0.013) وهي أقل من (0.05) وتؤكد النتيجة نفسها تشابه إشارة الحدين الأدنى والأعلى لحدود الثقة (95% Confidence Interval) الخاصة بالأنموذج.
٤. وجود علاقة أثر طردية ذي دلالة معنوية للإبداع السياحي في مؤشرات الاستدامة المؤسسية وذلك بدلالة قيمة معامل الانحدار التي بلغت (0.453) مما يدل على أنه كلما زاد الإبداع السياحي زادت مؤشرات الاستدامة المؤسسية، وهذا الأثر معنوي بدلالة القيمة الاحتمالية (P-value) التي بلغت (0.013) وهي أقل من (0.05) وتؤكد النتيجة نفسها تشابه إشارة الحدين الأدنى والأعلى لحدود الثقة (95% Confidence Interval) الخاصة بالأنموذج.



الشكل (٥): أثر أبعاد الإبداع السياحي مجتمعةً في الاستدامة السياحية منفردةً

الجدول (٨): تحليل الانحدار لأثر أبعاد الإبداع السياحي مجتمعة في الاستدامة السياحية منفردة

المتغير المفسر	اتجاه العلاقة	المتغير المعتمد	B	SRW	95% Confidence Interval		P- value
الإبداع السياحي	→	مؤشرات الاستدامة الاقتصادية	0.765	0.689	Lower	0.554	0.003
					Upper	...	
	→	مؤشرات الاستدامة الاجتماعية-الثقافية	0.681	0.489	Lower	0.463	0.005
					Upper	...	
	→	مؤشرات الاستدامة البيئية	0.401	0.696	Lower	0.147	0.013
					Upper	0.767	
	→	مؤشرات الاستدامة المؤسسية	0.453	0.353	Lower	0.207	0.013
					Upper	0.830	

المبحث الرابع: الاستنتاجات والتوصيات

أولاً. الاستنتاجات:

١. بينت نتائج الجانب الميداني للبحث على ان الزيادة في اعداد المنظمات المقدمة للخدمات السياحية الترفيهية في مدينة الموصل يسهم على نحو كبير في تعزيز مؤشرات الاستدامة السياحية بشرط ان يكون مقروناً بدرجة من الابداع الذي يسعى لتحقيق هذه المؤشرات.
٢. أوضحت نتائج التحليل العاملي التوكيدي إمكانية الاعتماد على أداة البحث في اختبار أنموذجها الحالي بدلالة تطابق مؤشرات جودة المطابقة جميعها للحدود المقبولة، ويمكن للباحث تفسير ذلك بحسن اختيار الأبعاد الخاصة بموضوعات البحث، فضلاً عن مؤشرات المعتمدة في قياس هذه الأبعاد.
٣. أظهرت نتائج نمذجة المعادلة البنائية وجود تأثير معنوي إيجابي للإبداع السياحي في الاستدامة السياحية في القطاع السياحي المبحوث، الأمر الذي يفسر بقدرة المنظمات العاملة في القطاع المبحوث على تعزيز مؤشرات الاستدامة السياحية وتوفير الحلول اللازمة لذلك، عبر الإبداع في مجال المنتج والعملية، فضلاً عن إتباع الأساليب الإدارية والتسويقية الحديثة مستفيدة من التطور التقني المتاح.

ثانياً. التوصيات:

١. العمل على ترسيخ مفاهيم الإبداع السياحي والاستدامة السياحية لدى الأفراد العاملين في القطاع المبحوث، وتمثل الآلية الممكنة في تحقيق عبر تقديم الدعم اللازم لإجراء المزيد من الدراسات التي تظهر أهمية هذه الموضوعات، ويمكن الاعتماد على المقاييس التي وفرها البحث الحالي في إجراء البحوث المستقبلية المكملة لموضوع هذه البحث.
٢. التركيز على الأفكار الإبداعية في مجال السياحة والعمل على استغلال ما توفره من دعم لتحقيق الاستدامة، إذ يتم ذلك عبر خلق ثقافة تنظيمية داعمة للإبداع، وتعظيم الشجاعة الفردية لدى العاملين في إيجاد أفضل الطرق للمحافظة على البيئة والمجتمع، فضلاً عن استدامة الربحية لدى منظمات قطاع السياحة الترفيهية، ويتحقق ذلك بتحفيز العاملين في المنظمات والقطاع على نحو عام وتشجيعهم على طرح مثل هكذا أفكار وآراء مفيدة.
٣. الاستفادة مما فرضته ظروف جائحة (COVID-19) في تطوير أساليب أكثر استدامة في تقديم الخدمات السياحية وعلى نحو خاص الأساليب التقنية بما توفره من تقليص في استخدام الموارد وتوعية وإرشاد الزبائن، فضلاً عن أهمية التواجد افتراضياً في عالم الأعمال اليوم، عبر الاهتمام

بإقامة مواقع إلكترونية لكل منظمة سياحية يتم عبرها التواصل مع الزبائن وإفهامهم بواقعها والخدمات التي تطرحها ومساهماتها في تحقيق الاستدامة السياحية المنشودة.

المصادر:

1. Akbar I., & Zaim, I. A., (2019), Innovations in Service: Probing the Evidence in Sustainable Tourism, the Asian Journal of Technology Management, 12 (2), PP. 132-148.
2. Buhalis D., & Law R., (2008), Progress in Information Technology and Tourism Management: 20 Years On and 10 Year After the Internet/The State of the e-Tourism Research, Tourism Management, 29(4), PP. 609-623
3. Clydesdale G., (2007), Ski Development and Strategy, Tourism and Hospitality Planning & Development, 4 (1), PP. 1-23.
4. Delgado Cruz Alejandro et al., (2016), Innovation in Tourism Companies, Where Are They and Where Are They Going? An Approach to the State of Knowledge, Intangible Capital, 12(4), PP. 1088-1155.
5. Higgins-Desbiolles F., (2020), the War Over Tourism: Challenges to Sustainable Tourism in the Tourism Academy after COVID-19, Journal of Sustainable Tourism, 29 (4), PP. 551-569.
6. Hjalager A. M., (2010), A Review of Innovation Research in Tourism, Tourism Management, 31(1).
7. Li Cheng-Hsien, (2016), The Performance of ML, DWLS and ULS Estimation with Robust Corrections in Structural Equation Models with Ordinal Variables, Psychological Methods, Vol. 21(3), Sep., PP. 369-387.
8. Liburd J. J., (2005), Sustainable Tourism and Innovation in Mobile Tourism Services, Tourism Review International, 9 (1), PP. 1-12.
9. Lynch P. & Morrison A., (2007), the Role of Networks, In: E. Michael (Ed.), Micro Clusters and Networks: The Growth of Tourism (pp. 43-62).
10. Ottenbacher M., & Gnoth J., (2005), How to Develop Successful Hospitality Innovation, Cornell Hotels and Restaurant Administration Quarterly, 46 (2), PP. 205-222.
11. Roberts, sh., & Tribe, J., (2008), Sustainability Indicators for Small Tourism Enterprises-An Exploratory Perspective, Journal of Sustainable Tourism, Vol. 16, No. 5.
12. Rogers S., (2007), Innovation in Food Service Technology and Its Strategic Role, International Journal of Hospitality Management, 26(4), PP. 899-912.
13. Sofronov B., (2017), Impact of Sustainable Tourism in the Travel Industry, Annals of Spiru Haret University, Economic Series, 17(4), PP. 85-94.
14. Uran Maravic M.; Križaj D. & Lesjak M., (2015), Innovation in Slovenian Tourism Organisations, Tourism and Hospitality Management, 21(1), PP. 51-62.
15. Williams A. M., (2006), Lost in Translation? International Migration, Learning and Knowledge, Progress in Human Geography, 30(5), PP. 588-607.
16. Xiang S.; Wo"ber K. & Fesenmaier D. R., (2008), Representation of the Online Tourism Domain in Search Engines, Journal of Travel Research, 47 (2), PP. 137-150.