



قوائم المحتويات متاحة على المجلات الأكاديمية العراقية

مجلة رؤية للدراسات الاجتماعية

الصفحة الرئيسة للمجلة: [/https://visj.dws.gov.iq](https://visj.dws.gov.iq)



الثقافة التنظيمية وتأثيرها في سلوك الجامع السياحية دراسة استطلاعية لعينة من اراء العاملين في هيئة السياحة

Organizational Culture and Its Impact on the Behavior of Tourism Groups “An Exploratory Study of a Sample of the Opinions of Employees at the Tourism Authority”

م.م صفا محمد ساجد/ الجامعة المستنصرية – كلية العلوم السياحية*

م.م أنوار طالب مطرود/ وزارة التعليم العالي – جامعة كربلاء**

م.م أسماء قاسم نعمة/ وزارة التعليم العالي***

Keywords

Organizational
Culture ,
Behavior of
Tourism Groups .

Abstract

The current study aims to identify the main role of organizational culture as an independent variable and its impact on the behavior of tourism groups as a dependent variable. To achieve the objectives of the study, the descriptive approach was adopted, and a questionnaire was used as a tool for collecting data and information related to the study sample.

The practical aspect of the study was conducted at the Iraqi Tourism Authority, where 35 questionnaires were distributed. In order to test the main and sub-hypotheses of the study, the researchers used a set of statistical methods, including percentages, standard deviation, frequency distribution, and Pearson correlation coefficient, with the assistance of IBM SPSS Statistics.

The study revealed several findings, most notably the existence of a correlational relationship between organizational culture and the behavior of tourism groups, while also emphasizing the importance of adherence to the values of integrity and credibility in all activities.

ملخص

تشير الدراسة الحالية إلى معرفة الدور الرئيس للثقافة التنظيمية كمتغير مستقل في تأثيرها على سلوك الجامع السياحية كمتغير تابع، ولتحقيق أهداف الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي والاستبانة كأداة لجمع البيانات والمعلومات المتعلقة بعينة الدراسة وقد تم تطبيق الجانب العملي في هيئة السياحة العراقية وتوزيع ٣٥ استمارة ومن اجل اختبار فرضيات الدراسة والفرعية قام الباحثين باستخدام مجموعة من الأساليب الإحصائية (النسب المئوية الانحراف المعياري التوزيع التكراري معامل ارتباط بيرسون) وتمت الإستعانة ببرنامج (spss v25) وقد اشارت دراستنا إلى عدة نتائج من بينها وجود علاقة ارتباطية بين الثقافة التنظيمية وسلوك الجامع السياحية وأكدت على أهمية الالتزام بقيم التزاهة المصادقة في جميع الأنشطة .

معلومات المقال

تاريخ المقال:

الإرسال:

المراجعة:

القبول: 2026\6\1

الكلمات المفتاحية

الثقافة التنظيمية، سلوك

الجامع السياحية .

١. المقدمة:

الثقافة التنظيمية وسلوك المجاميع السياحية، وتحليل مدى تأثير بيئة العمل على تجربة الزوار المجاميع السياحية .

أهمية البحث:

تكمن أهمية البحث في تسليط الضوء على العلاقة بين الثقافة التنظيمية وسلوك المجاميع السياحية، وذلك من خلال:

١ - التعرف على دور الثقافة التنظيمية في تحسين جودة الخدمات السياحية.

٢ - تحليل مدى تأثير بيئة العمل داخل المؤسسات السياحية على تجربة المجاميع السياحية.

أهداف البحث:

يهدف البحث إلى ما يلي:

١ - تحليل مفهوم الثقافة التنظيمية من خلال توضيح معنى الثقافة التنظيمية في المؤسسات السياحية، واستكشاف عناصر ومكونات الثقافة التنظيمية وتأثيرها على الأداء العام.

٢ - دراسة تأثير الثقافة التنظيمية على سلوك المجاميع السياحية من خلال كيفية تأثير القيم والمعتقدات التنظيمية على تجربة السياح، وكذلك استكشاف العلاقة بين ثقافة المؤسسة السياحية ومستوى رضا العملاء.

٣ - تقديم توصيات لتعزيز ثقافة تنظيمية إيجابية تؤثر بشكل إيجابي على سلوك المجاميع السياحية، واقتراح سياسات تدريبية وتعليمية لتحسين تفاعل الموظفين مع السياح.

تمثل السياحة أحد القطاعات الاقتصادية الحيوية التي تعتمد بشكل كبير على جودة الخدمات السياحية المقدمة وكفاءة المنظمات فيها، ولثقافة التنظيمية دوراً حاسماً بتشكيل سلوك العاملين، والذي ينعكس بشكل مباشر على تجربة المجاميع السياحية، ويشير البحث لاستكشاف العلاقة بين الثقافة التنظيمية وسلوك المجاميع السياحية. أذ تُعد الثقافة التنظيمية من العناصر الجوهرية التي تسهم بتشكيل بيئة العمل داخل المنظمات السياحية و تعكس القيم والمعتقدات والممارسات التي يتبناها العاملون وتؤثر في أسلوب تفاعلهم مع الزبائن، لا سيما مع المجاميع السياحية التي تتطلب مستويات عالية من التنسيق والاتصال الفعال، ومن هنا تبرز الحاجة إلى دراسة العلاقة بين الثقافة التنظيمية وسلوك المجاميع السياحية، بغية فهم مدى التأثير الذي يمارسه هذا المتغير في توجيه تصرفات وردود أفعال السياح أثناء رحلاتهم أو إقامتهم، من خلال استعراض نماذج نظرية وتطبيقية تسهم في بناء فهم أعمق لهذه العلاقة، بما يعزز من كفاءة إدارة المنظمات السياحية واستجابتها لتطلعات السياح.

مشكلة البحث:

تعتبر الثقافة التنظيمية عاملاً محورياً في سلوك المجاميع السياحية إلا أن العديد من المنظمات السياحية تواجه تحديات في تبني ثقافة تنظيمية فعالة تؤثر إيجابياً على تجربة السياح، ومن هنا تنبع مشكلة البحث في دراسة العلاقة بين

فرضية البحث

الدراسات السابقة والاستفادة منها في تحديد منهجية الدراسة الحالية وأدواتها العلمية.

الفرضية الرئيسية:

عرض الدراسات المرتبطة بموضوع الدراسة:

“تؤثر الثقافة التنظيمية للمؤسسات السياحية بشكل إيجابي/سلي على سلوك المجاميع السياحية، حيث تساهم القيم والممارسات التنظيمية في تشكيل تجربة السياح وقراراتهم وسلوكهم أثناء الرحلة.”

الفرضيات الفرعية:

١ توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الثقافة التنظيمية في المنظمات السياحية ومستوى رضا المجاميع السياحية عن الخدمات المقدمة.

٢- تؤثر ممارسات القيادة والإدارة في المنظمات السياحية على تشكيل ثقافة تنظيمية تعزز تجربة العملاء وسلوكهم الإيجابي.

٣- تساهم بيئة العمل التنظيمية الفعالة (مثل التدريب، والتحفيز، والتواصل الداخلي) في تحسين سلوك المجاميع السياحية .

٤- يؤدي الالتزام بالقيم التنظيمية، مثل الجودة وخدمة الزبائن، إلى تعزيز ولاء المجاميع السياحية وزيادة احتمالية عودتهم.

الدراسات السابقة

تُعد الدراسات السابقة من المرتكزات الأساسية في البحث العلمي، إذ تساهم في بناء الإطار النظري للبحث وتوضيح أبرز المفاهيم والمتغيرات المرتبطة بموضوع الدراسة. كما تساعد الباحث في التعرف على النتائج التي توصلت إليها

١. دراسة (Rajab, 2024) بعنوان The

Organizational Policy and its Impact on Crisis Management

Stages: An Exploratory Study

in the General Authority of

Dams and Reservoirs / Iraqi

،Ministry of Water Resources

تناولت أثر السياسة التنظيمية في إدارة الأزمات،

واعتمدت المنهج الوصفي التحليلي والاستبانة

أداةً لجمع البيانات، وقد استفادت الدراسة

الحالية منها في بناء الإطار النظري والمنهجي .

دراسة (Al-Dulaimi & Hassan, 2023)

بعنوان The Role of Organizational

Ambidexterity in Achieving Strategic

Success: An Exploratory Study of

the Opinions of Faculty Members at

Al-Israa University College، ركزت على

دور البراعة التنظيمية في تحقيق النجاح الاستراتيجي،

واعتمدت التحليل الإحصائي باستخدام برنامج

SPSS، الأمر الذي أفاد الدراسة الحالية في اختيار

الأساليب الإحصائية المناسبة .

٢. دراسة (Khalaf, 2024) بعنوان : The

Effect of Soft Skills in Achieving Superior Performance of Human Resources

، بحث تأثير المهارات الناعمة في تحقيق الأداء المتميز للموارد البشرية، وأسهمت في دعم الجانب النظري المتعلق بالسلوك التنظيمي والأداء المؤسسي.

الخور الاول: الثقافة التنظيمية

توطئة

تُعد الثقافة التنظيمية أحد المفاهيم الأساسية التي تؤثر على أداء المؤسسات وتشكيل سلوك الأفراد داخلها، فهي تمثل مجموعة من القيم والمعتقدات والمعايير المشتركة التي تحدد كيفية تفاعل الأفراد داخل المنظمة وتوجيههم نحو تحقيق الأهداف المؤسسية. تؤثر الثقافة التنظيمية في بيئة العمل من خلال تعزيز الانتماء والولاء للمؤسسة، وتحفيز الموظفين على الالتزام بالسلوكيات التنظيمية، كما أنها تلعب دوراً حيوياً في تحقيق الفاعلية المؤسسية وضمان الاتساق بين أهداف المنظمة وسلوك العاملين فيها.

اولاً: مفهوم الثقافة التنظيمية:

تشير الثقافة التنظيمية إلى مجموعة القيم، المعتقدات، المعايير، العادات، والتقاليد التي يتبناها أعضاء المؤسسة أو المنظمة، والتي تؤثر على سلوكهم وطرق تفاعلهم فيما بينهم ومع البيئة المحيطة. وهي تمثل الهوية الأساسية للمنظمة، حيث تُحدد كيفية أداء المهام واتخاذ القرارات والتواصل داخل المؤسسة. وعرفها (بلكبير، ٢٠١٠: ٨٠)

هي مجموعة من القيم والمعتقدات والمعايير التي يشترك فيها أعضاء المنظمة، والتي توجه سلوكهم وتفكيرهم وتؤثر على كيفية أداء العمل وتحقيق الأهداف. كما عرفت على أنها مجموعة من القواعد والمعتقدات والممارسات التي تميز المنظمة عن الأخرى إذا ان هذه الممارسات هي التي تساعد الموظف على النمو أو التطور أو تؤدي إلى الأثر

والتعب (suryasa&wong, 2021: 1679) وعرفه ١ (بن فوز، ٢٠١٧: ٤٥) هي مجموعة من القيم والمعتقدات والعادات والأنماط السلوكية التي تتشكل وتتطور داخل المنظمة عبر الزمن، وتحدد طريقة تفاعل أفرادها مع بعضهم البعض ومع البيئة المحيطة، مما يساهم في بناء هوية موحدة وتوجه سلوك العاملين نحو تحقيق الأهداف المشتركة. أما (الطيب، ٢٠١٦: ٧٢) هي مجموعة من المعتقدات والأنماط السلوكية والقيم المشتركة التي يتبناها أفراد المنظمة على مدى الزمن، وتشكل الإطار الفكري والسلوكي الذي يوجه تفاعلهم مع بيئة العمل الداخلية والخارجية، مما يساهم في تعزيز هوية المنظمة وتحقيق أهدافها.

ثانياً: انواع الثقافة التنظيمية:

يمكن بيان انواعها كالآتي: (الشافعي، ٢٠١٥: ٩٥)

١- الثقافة البيروقراطية:

تعتمد على القوانين والأنظمة الرسمية والإجراءات المحددة بوضوح تُركز على الاستقرار والانضباط والتسلسل الهرمي في اتخاذ القرارات. شائعة في المؤسسات الحكومية والمنظمات الكبيرة ذات الهياكل الإدارية الصارمة .

٢- الثقافة الإبداعية

الموسسة وتنظيم ادائهم .(سنابي،لبنى،

(٢٠٢٣:٥١)

تُشجع على التفكير الإبداعي والابتكار والتجريب تتسم بالمرونة العالية والتكيف مع التغيرات السريعة في السوق تبرز في شركات التكنولوجيا والشركات الناشئة التي تعتمد على الابتكار المستمر .

٣- الثقافة الجماعية

٢- المعتقدات التنظيمية: يرى

(Edgar&Schein) ان المعتقدات التنظيمية

هي نمط من الافتراضات الاساسية المشتركة

التي تعلمتها الجماعة اثناء حل مشكلاتها والتي

تعد صحيحة وتعلم للاعضاء الجدد كطريقة

صحيحة لادراك والتفكير والشعور

(٢٠١٠:١٨) Edgar&Schein .

تُركز على العلاقات الاجتماعية والتعاون والعمل الجماعي تُشبه العائلة في بيئة العمل حيث يكون الموظفون متعاونين ويُنظر إليهم كأفراد في فريق واحد توجد في المنظمات التي تهتم برفاهية الموظفين وتعزيز بيئة عمل إيجابية

رابعاً: خصائص الثقافة التنظيمية:

يمكن بيان الخصائص كالآتي: (الصاعدي،٢٠١٤:٩٠)

١- الاستمرارية والتطور:

تُبنى الثقافة التنظيمية على تجارب وخبرات تراكمت مع مرور الزمن، مما يجعلها متجذرة في تاريخ المنظمة وقادرة على التطور استجابة للتغيرات الداخلية والخارجية .

٤- الثقافة السوقية: تركز على المنافسة وتحقيق الأهداف والنتائج المالية تعتمد على الأداء الفردي والجماعي لتحقيق الأرباح واكتساب حصة سوقية أكبر تظهر في الشركات ذات الطابع التجاري والتنافسي مثل البنوك والشركات متعددة الجنسيات.

٥- الثقافة الهرمية

٢- التأثير العميق على سلوك الأفراد:

تحدد الثقافة التنظيمية من خلال القيم والمعتقدات كيفية اتخاذ القرارات والتواصل بين الموظفين، مما يؤثر بشكل مباشر على الأداء الفردي والجماعي.

تعتمد على الهيكل الإداري الرسمي وسلطة القيادة الواضحة تهتم بالكفاءة والانضباط وتطبيق القواعد لضمان سير العمل بسلاسة توجد في المنظمات الكبيرة مثل المصانع والمؤسسات العسكرية والمستشفيات .

ثالثاً: ابعاد الثقافة التنظيمية:

يمكن بيان ابعادها كالآتي:

٣- الشمولية و التكامل:

١- القيم التنظيمية: مجموعة من المعايير والمبادئ التي

تعتمدها المنظمة وتعمل على توجيه سلوك

الافراد العاملين فيها بما يشهم في تحقيق اهداف

تشمل الثقافة التنظيمية جميع مستويات المنظمة، وتعمل على توحيد لغة وسلوك العاملين، مما يعزز الانسجام والتكامل بين الأقسام والإدارات المختلفة

تلعب الثقافة دوراً أساسياً في تحفيز الموظفين من خلال توفير بيئة عمل تدعم المبادرات الفردية والجماعية، مما ينعكس على زيادة الإنتاجية وتحقيق الأهداف التنظيمية

٤- المرونة

رغم استقرارها النسبي، تظهر الثقافة التنظيمية مرونة تسمح لها بالتكيف مع المتغيرات والتحديات الجديدة، مما يساهم في بقاء المنظمة قادرة على المنافسة والتطور

توفر الثقافة التنظيمية إطاراً أخلاقياً للعمل، مما يساعد في تعزيز النزاهة والشفافية والمسؤولية بين العاملين

المحور الثاني: سلوك المجاميع السياحية

خامساً: وظائف الثقافة التنظيمية:

يمكن بيان الوظائف كالآتي: (بدوي، ٢٠١٦: ١٢٠)

١- تحديد الهوية التنظيمية:

تساعد الثقافة التنظيمية في تشكيل هوية المنظمة وتعزيز الشعور بالانتماء بين الموظفين، مما يزيد من الولاء والالتزام تجاه أهداف المؤسسة.

يعد سلوك المجاميع السياحية من المواضيع المهمة في دراسات السياحة، حيث يعكس طبيعة التفاعل بين الأفراد أثناء رحلاتهم وتأثير العوامل المختلفة على قراراتهم وتصرفاتهم. فالسياحة لم تعد مجرد انتقال الأفراد من مكان إلى آخر، بل أصبحت تجربة متكاملة تتأثر بعدة جوانب نفسية، اجتماعية، وثقافية.

٢- تعزيز الاستقرار التنظيمي:

تعمل الثقافة على تحقيق الاستقرار من خلال ترسيخ القيم والمبادئ المشتركة، مما يساهم في تقليل الصراعات وتحقيق بيئة عمل متوازنة ومستقرة

أولاً مفهوم سلوك المجاميع السياحية و تعاريفها:

سلوك المجاميع السياحية يشير إلى التصرفات والتوجهات التي يظهرها السياح أثناء قيامهم بالأنشطة السياحية في بيئات مختلفة. يختلف سلوك السياح بشكل كبير بين الأفراد والمجموعات، حيث يشير سلوك المجاميع السياحية إلى مجموعة من الأفراد الذين يتشاركون في تجربة سياحية مشتركة، مثل مجموعات السفر المنظم الرحلات أو الفرق السياحي. وعرفها(عبد اللطيف، ٢٠١٦: ١٢٠) هو سلوك الأفراد الذين ينتمون إلى جماعة سياحية ويشتركون في اتخاذ القرارات المتعلقة بالسفر والأنشطة السياحية التي ستتم ممارستها داخل المجموعة، ويتمثل في تفاعل الأفراد داخل المجموعة، وبالتالي في تأثير هؤلاء الأفراد على سلوك

٣- دعم عمليات التكيف والتغيير:

تُمكّن الثقافة التنظيمية المؤسسات من التكيف مع التغيرات البيئية والتكنولوجية، حيث توفر القيم والمبادئ التي تساعد على تقبل التطوير والابتكار.

٤- تحفيز الأداء والإنتاجية:

جماعي، حيث يكون التأثير المتبادل بين الأفراد هو العامل الرئيسي في تحديد سلوك المجموعة ككل.

ثانياً: انواع سلوك المجاميع السياحية:

يمكن بيان انواعها كالآتي: (سالم، ٢٠١٧: ٤٥)

١- السلوك التوافقي: في هذا النوع من السلوك، يسعى أفراد المجموعة إلى الامتثال لرغبات وآراء الأغلبية داخل المجموعة. يتبع الأفراد عادات وتفضيلات الأغلبية فيما يتعلق بالأنشطة السياحية والوجهات..

٢- السلوك التنافسي: هذا السلوك يظهر عندما تحاول المجموعة اكتشاف وجهات جديدة أو أنشطة سياحية مبتكرة بعيداً عن الخيارات التقليدية قد تشمل الأنشطة السياحية الجديدة مغامرات غير معتادة أو سياحة بيئية..

٣- السلوك التفاعلي: يتمثل هذا النوع من السلوك في مدى تفاعل الأفراد مع بعضهم البعض أثناء الأنشطة السياحية. يتضمن التفاعل بين الأفراد خلال الأنشطة المشتركة، مثل الرحلات الجماعية أو زيارة المعالم السياحية.

ثالثاً: خصائص سلوك المجاميع السياحية:

يمكن بيان خصائصها كالآتي: (محمد، ٢٠١٩: ٧٦)

١- التأثير المتبادل بين الأفراد:

أحد أبرز خصائص سلوك الجماعة هو تأثير كل فرد على الآخرين داخل المجموعة القرارات السياحية تتخذ بشكل جماعي نتيجة للتفاعل المستمر بين الأفراد داخل المجموعة، مما يؤدي إلى تشكيل سلوك جماعي موحد.

بعضهم البعض أثناء الرحلة (عبدالله، ٢٠٢٠: ١٤٣) سلوك الجماعة السياحية يُعرّف بأنه التصرفات والأنماط التي تظهر عند مجموعة من الأفراد أثناء تفاعلهم مع بعضهم البعض في سياق سياحي هذه التصرفات تتأثر بالقرارات المشتركة التي يتخذها الأفراد ضمن المجموعة فيما يتعلق بالأنشطة السياحية، الأماكن التي يتم زيارتها، وطريقة التنقل، وغيرها من القرارات التي تحدد سلوكهم الجماعي أثناء الرحلة. يتم تشكيل هذا السلوك بناءً على عدة عوامل مثل الديناميكيات الاجتماعية داخل المجموعة، التوقعات الجماعية، والهدف المشترك الذي يسعى الجميع لتحقيقه. (عبدالكريم، ٢٠١٩: ١٠٢) سلوك الجماعة السياحية يُعبر عن الأنماط والتصرفات التي يظهرها الأفراد في إطار جماعي خلال سفرهم، حيث يتم اتخاذ القرارات السياحية بشكل مشترك بين أعضاء المجموعة. يتأثر هذا السلوك بالعوامل الجماعية مثل التنسيق بين الأفراد التأثيرات المتبادلة بينهم، والتوجهات الثقافية والاجتماعية التي قد تؤثر في قراراتهم، مثل اختيار الوجهات السياحية، الأنشطة التي يشاركون فيها، وأوقات التنقل. يختلف سلوك الجماعة السياحية عن سلوك الفرد السياحي نظراً لوجود تأثيرات جماعية تشكل الخيارات والتصرفات النهائية. (عابد، ٢٠١٧: ٨٨) سلوك الجماعة السياحية هو مجموعة التصرفات التي يتبناها أفراد المجموعة أثناء مشاركتهم في الأنشطة السياحية، ويشمل طريقة تفاعلهم مع بعضهم البعض ومع محيطهم السياحي. يعتمد هذا السلوك على عوامل جماعية مثل التنسيق بين أفراد المجموعة، رغباتهم المشتركة، والتأثيرات الاجتماعية التي تنشأ من وجودهم معاً. في سياق سياحي، يتم اتخاذ القرارات بشأن الرحلات والأنشطة، والإقامات بشكل

٣- توحيد الأهداف:

سلوك المجاميع السياحية يُعزز من التفاعل بين الأفراد داخل المجموعة، ويؤدي إلى تشكيل روابط اجتماعية قوية بين السياح. فالجماعات غالباً ما تشارك في أنشطة مشتركة تعزز من التنسيق والتعاون بين أفرادها.

سلوك المجاميع السياحية يعتمد على وجود أهداف مشتركة، مثل الاستمتاع بالرحلة معاً أو زيارة أماكن سياحية معينة. الأفراد في المجموعة يسعون لتحقيق هذه الأهداف معاً بشكل جماعي.

٢- الوظيفة النفسية:

السياح في الجماعات يعبرون عن احتياجاتهم النفسية من خلال التفاعل مع الآخرين. فهم يجدون في الجماعات دعماً نفسياً حيث يساعد بعضهم البعض في التعامل مع الضغوطات أو التحديات التي قد تظهر أثناء الرحلة.

٤- التأثير الاجتماعي:

سلوك المجاميع السياحية يتأثر بشكل كبير بالعوامل الاجتماعية للأفراد غالباً ما يتأثرون بآراء وأفعال الآخرين داخل المجموعة، مما يؤثر في اختياراتهم السياحية .

٣- الوظيفة الاقتصادية:

سلوك المجاميع يساهم في تحقيق فوائد اقتصادية حيث تقوم الجماعات عادةً بحجز الخدمات السياحية بكميات أكبر، مما يؤدي إلى خفض التكلفة الفردية. كما أن الجماعات تميل إلى إبرام صفقات مع مزودي الخدمات السياحية، مما يوفر استثماراً أكبر للوجهات السياحية.

٥- التكيف مع الظروف:

في سياقات سياحية متعددة، يتسم سلوك الجماعة بالقدرة على التكيف مع المواقف والظروف المختلفة مثل التغيرات في خطط السفر أو الرحلات المقررة .

٦- التوجه نحو الاستمتاع الجماعي:

يعتبر الاستمتاع بالتجربة السياحية المشتركة من أهم الخصائص في سلوك الجماعة السياحية، حيث يسعى الأفراد للتمتع بكل لحظة مع أعضاء المجموعة .

رابعاً: ابعاد سلوك المجاميع السياحي:

يمكن بيان ابعادها كالآتي: (فؤاد، ٢٠٢٠: ٩١).

خامساً: وظائف سلوك المجاميع السياحية:

يمكن بيان وظائفها كالآتي: (سالم، ٢٠١٧: ٤٦)

١- الوظيفة الاجتماعية:

اخور الثالث: الجانب العملي

توطئة: اختيرت العينة من (العاملين في هيئة السياحة العراقية) بوصفهم جزء من مجتمع البحث للتأكد من صحة الافتراضات أو عدمها والتي طرحت على شكل تساؤلات، ومن اجل التحقق من صحة علاقات المخطط الفرضي للبحث حُدِدَت الأدوات والاساليب المستخدمة بجمع وتحليل البيانات عن الواقع التنظيمي للهيئة ، وكما موضح في الفقرات الآتية:

أولاً: موقع إجراء البحث:

تم اختيار هيئة السياحة العراقية في بغداد لآجراء البحث واختبار متغيراته مع فقرات المقاييس المعتمدة .

ثانياً: مجتمع وعينة البحث:

تمثل مجتمع البحث العاملين في هيئة السياحة، وزعت (٣٥) استبانة على العينة المدروسة، وبعد تأشيرها من قبلهم، تم استرجاعها كاملة وتفرغها بالشكل الذي يخدم مشروع البحث .

ثالثاً: الأدوات المستخدمة في جمع البيانات:

١- الاستبانة: وضعت مجموعة أسئلة مترابطة بشكل يحقق الهدف الذي يسعى له البحث باطار المشكلة المختارة وتم اعتماد الاستبانة لغرض جمع البيانات لتحليلها ، والحصول على المعلومات والنتائج الرقمية لقياس متغيرات البحث، باستخدام واعتماد مجموعة من المقاييس بعد أن تم ترتيبها وتجهيزها وفق متطلبات واتجاهات البحث، حيث أُعْتُمِد المِدرَج الخماسي لذلك، وكما مبينة في الملحق .

وصف الاستبانة: عُدَّت المصدر الرئيس لقياس وتحليل التساؤلات والفرضيات واختبارها باتجاه تفصيل (الثقافة التنظيمية) في هيئة السياحة في بغداد ومدى احتوائها وامكاناتها للتأثير (سلوك المجاميع السياحية) فيها وحسب متغيرات البحث بالجانب النظري، قُسمت الاستبانة إلى:

- القسم الاول: يحتوي على (١٠) فقرات تعبر عن المتغير المستقل (الثقافة التنظيمية)،و تضمن بعدين،

البعد الأول (القيم التنظيمية) والبعد الثاني (المعتقدات التنظيمية) تضمن كل منهم (٥) فقرات.

- القسم الثاني: يحتوي على (١٠) فقرات تعبر عن المتغير التابع (سلوك المجاميع السياحية) .

ليصبح المجموع الكلي (٢٠) فقرة وسيتم اختبار صدقها وثباتها بواسطة برنامج SPSS V25.

جدول (١) متغيرات البحث وابعادها الفرعية

متغيرات البحث	عدد الفقرات
X1 القيم التنظيمية	٥
X2 المعتقدات التنظيمية	٥
X الثقافة التنظيمية	١٠
Y سلوك المجاميع السياحية	١٠
كل فقرات الاستبيان	٢٠

المصدر: اعداد الباحثين على ضوء متغيرات البحث

. أساليب وصف البيانات وتحليلها:

تستخدم الوسائل والأساليب الاحصائية المختلفة الحصول على نتائج أثناء اجراء البحث والتي يتم من خلالها اختبار الفروض لغرض فهم المشكلات والاجابة عن التساؤلات التي طرحت في البحث عبر تطبيق (SPSS V25)، ومن هذه الأساليب الاحصائية الآتي: (التوزيع التكراري، الأشكال البيانية، النسب المئوية، الوسط الحسابي الموزون، الانحراف المعياري، الاهمسية النسبية) شدة الاجابة)، معامل ارتباط الرتب لسبيرمان، معامل الارتباط البسيط بيرسون، معامل الانحدار الخطي البسيط،

معامل الانحدار المتعدد، معامل التحديد R^2 ، اختبار F
(F-test).

جدول (٢) قيم معامل الارتباط

قيمة معامل الارتباط	التفسير
$r = 1$	ارتباط تام
$0.5 \leq r < 1$	ارتباط قوي
$0.3 \leq r < 0.5$	ارتباط متوسط
$0 < r < 0.3$	ارتباط ضعيف
$r = 0$	لا يوجد ارتباط

المصدر اعداد الباحث

رابعاً : اختبار الصدق والثبات

١ - اختبار الصدق الظاهري للاستبانة: ويقصد به قدرة الاستبانة للتعبير عن الهدف الذي صممت من أجله أو أن يقيس الاستبيان ما وضع لقياسه وأن يعكس المحتوى المراد قياسه وفقاً لأوزانه النسبية وأن السؤال أو العبارة الموجودة في الاستبانة تقيس ما يفترض البحث قياسه بالفعل. وهناك عدة أساليب أيسرها هو صدق المحكمين المتخصصين في مجال الظاهرة موضوع البحث إذ تم عرضها على عدد من المحكمين وتم تصحيح وتعديل بعض الفقرات بعد أخذ رأيهم بعلاقتها بالبعد الذي نقيسه أم لا؟

٢ - ثبات الاستبانة: هو تحقق الأدوات والمقاييس نتائج ايجابية وأن يعطي نفس النتائج اذا اعيد تطبيقه عدة مرات متتالية واذا كررت الباحثة القياس تحصل على نفس النتائج، و لغرض التأكد من ثبات تلك التقديرات يتم اعادة اختبار أفراد عينة البحث بأوقات مختلفة لتعطي نفس النتائج، وقد تم احتساب الثبات بطريقة (معامل ألفا كورنباخ - Alpha Cornbach) اذ يستخدم هذا المعامل عندما نود قياس ثبات التقديرات التي نحصل عليها من الاختبارات أو الاستبانات (أو محاورها) والتي تقيس موضوعا يفترض تجانس مفرداته، ولاستخراج الثبات على وفق هذه الطريقة تم تطبيق معادلة (ألفا كورنباخ - Alpha Cornbach). ولا بد أن تكون قيمة معامل الثبات أكبر (٠.٦٠) لقبول ثبات الاستبيان وتمريده على كامل العينة .

جدول (٣) قيم معامل الثبات وتفسير دلالتها

قيمة معامل الثبات	التفسير
0.90 - فأكثر	ثبات ممتاز
0.80 - 0.89	ثبات جيد جداً
0.70 - 0.79	ثبات جيد (هذا ما يتحقق لأكثر الاختبارات)
0.50 - 0.69	ثبات قليل (يحتاج إلى مراجعة)
0.49 فأقل	ثبات ضعيف (الاختبار لا يساهم في العلاقة)

المصدر: جودة، محفوظ (٢٠١٠)، ص ٢٥.

فاذا كان معامل الثبات (٠.٧٠) فأكثر، فهذا يعني ان ذلك ملائماً للبحوث والدراسات التي تكون فيها الاستبانة اداة معتمدة. تم تطبيق الطريقتين على استمارات البحث، وكانت النتائج في جدول (٤) الآتي:

جدول (٤) نتائج اختبار الثبات

متغيرات البحث	قيمة معامل ألفا كرونباخ Cronbach's Alpha	المتغير
X1 القيم التنظيمية	0.754	(تجنيز الاخيار) وجود ثبات في فقرات البعد الاول
X2 المتغيرات التنظيمية	0.748	(تجنيز الاخيار) وجود ثبات في فقرات البعد الثاني
X الثقافة التنظيمية	0.746	(تجنيز الاخيار) وجود ثبات في فقرات المقطع المسجل
Y سلوك الجامع السياحية	0.758	(تجنيز الاخيار) وجود ثبات في فقرات المقطع التابع
كل فقرات الاستبيان	0.824	(تجنيز الاخيار) وجود ثبات في مجمل فقرات الاستبيان

المصدر: اعداد الباحثين على وفق نتائج برنامج

SPSS V25

خامساً: أهمية متغيري البحث (الثقافة التنظيمية) و(سلوك الجامع السياحية): - تشير هذه الفقرة إلى اجابات أفراد العينة والبالغ عددهم (35) فرداً، حول محتويات أسئلة الاستبانة والمتعلقة بالمتغير المستقل (الثقافة التنظيمية) وبعديها، والمتغير المعتمد (سلوك الجامع السياحية)، حيث تم اعتماد الجداول التي توضح اتجاهات اجابات العينة لكل فقرة، إذ أُستخدِمت الأوساط الحسابية والانحراف المعياري والأهمية النسبية لها وحسب مصفوفة قوة الاجابة.

جدول (5) الميزان التقديري وفقاً لمقياس ليكرت الثلاثي

الاستجابة	المتوسط المرجح بالأوزان	المستوى
لا أتفق	من ١ إلى ١.٦٦	منخفض
محايد	من ١.٦٧ إلى ٢.٣٣	متوسط
أتفق	من ٢.٣٤ إلى ٣	مرتفع

طول القعة في المصفوفة = { (٣ - ١) / ٢ } (أعلى قيمة يأخذها المقياس = ٣) = ٠.٦٦. وذلك عدد اعتماد مقياس Likert الثلاثي في الدراسة.

المصدر: استكشاف التحليل الاحصائي ؛ مقياس

ليكرت، ٢٠١٣، www.statistic-think.blogspot.com

استبانة البحث في محورها الخاص بقياس الثقافة التنظيمية: تضمنت

(10) أسئلة موزعة على (٢) من الأبعاد، لاييجاد مدى

توافر مقومات الثقافة التنظيمية في هيئة السياحة (عينة

البحث)، و كانت نتائج اجابات العينة للمحاور كما يأتي:

أ. القيم التنظيمية: بلغت قيمة الأهمية النسبية

(92.19%) وهي نسبة جيدة تؤكد اتفاق عينة

البحث على معظم فقرات هذا المحور، حيث سجل

الوسط الحسابي لهذا المحور (2.76) الذي يقع

ضمن الفترة (٢.٣٤ إلى ٣) وهذا يعني بأن اجابات

العينة متجه نحو الاتفاق، وانحراف معياري

(0.41)، مما يشير إلى مدى تجانس الاجابات

بخصوص (القيم التنظيمية) كما في الجدول (6)

وشكل (١).

جدول (6) وصف إجابات العينة لفقرات البعد الأول)

القيم التنظيمية) لمتغير الثقافة التنظيمية

الفقرات	١	٢	٣	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية %
	f	%	f	%	f	%
القيم التنظيمية	-	-	3	8.6	91.4	97.13
	-	-	5	14.3	85.7	95.23
	-	-	10	28.6	71.4	90.47
	-	-	13	37.1	62.9	87.63
	-	-	10	28.6	71.4	90.47
الأجمالي						92.19

المصدر: اعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج برنامج

SPSS V25

وقد توزعت مستويات أهمية فقرات بعدد القيم

التنظيمية) بين اعلى مستوى اجابة حققته الفقرة (Q1)

بوسط حسابي بلغت قيمته (2.91) وبانحراف معياري

(٠.284)، وأهمية نسبية شكلت (97.13%) ليؤكد

ذلك اتفاق معظم افراد عينة البحث على هذه الفقرة، التي

تنص (أن الهيئة تحرص على ترشيح قيم العدالة الثقافية في

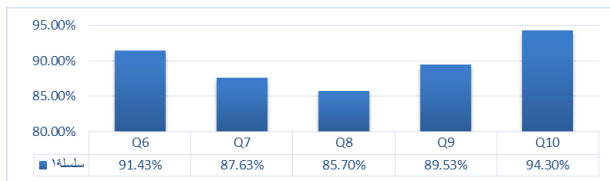
التعامل مع العاملين)، بينما الفقرة (Q4) حققت ادن

الاهمية النسبية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الفترات					
			١	٢	٣	٤	٥	٦
الاهمية النسبية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الاهمية النسبية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الاهمية النسبية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي
91.43	0.443	2.74	74.3	26	25.7	9	-	-
87.63	0.490	2.63	62.9	22	37.1	13	-	-
85.70	0.502	2.57	57.1	20	42.9	15	-	-
89.53	0.471	2.69	68.6	24	31.4	11	-	-
94.30	0.382	2.83	82.9	29	17.1	6	-	-
89.72	0.46	2.69						

المصدر: اعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج برنامج

SPSS V25

وقد توزعت مستويات أهمية فقرات بعد (المعتقدات التنظيمية) بين اعلى مستوى اجابة حققته الفقرة (Q10) بوسط حسابي بلغت قيمته (2.83) وانحراف معياري (0.382)، وأهمية نسبية شكلت (94.30%) ليؤكد ذلك اتفاق معظم افراد عينة البحث على هذه الفقرة، بما يرجح أنه (توجد قنوات مشتركة لدى الموظفين بأهمية المشاركة في عملية اتخاذ القرار)، بينما الفقرة (Q8) حققت ادنى مستوى اجابة بين فقرات (المعتقدات التنظيمية) اذ بلغت قيمة الوسط الحسابي لها (2.57) وكان الانحراف المعياري قد سجل (0.502)، وأهمية نسبية شكلت (85.70%) ليؤكد ذلك اتفاق افراد عينة البحث على (أن هيئة السياحة تشجع باستمرار السلوك الذي يلائم معتقدات الموظفين) .



شكل (٢) الاهمية النسبية لاجابات العينة حول الاتفاق على فقرات البعد الثاني (المعتقدات التنظيمية) لمتغير الثقافة التنظيمية

مستوى اجابة بين فقرات (القيم التنظيمية) اذ بلغت قيمة الوسط الحسابي لها (2.63) وكان الانحراف المعياري قد سجل (0.490)، وأهمية نسبية شكلت (87.63%) ليؤكد ذلك اتفاق بعض افراد عينة البحث على (أن قيم العمل الجماعي والتعاون تعد من القيم الاساسية في هيئة السياحة).



شكل (١) الاهمية النسبية لاجابات العينة حول الاتفاق على فقرات البعد الأول (القيم التنظيمية) لمتغير الثقافة التنظيمية

أ. المعتقدات التنظيمية: بلغت قيمة الأهمية النسبية (89.72%) وهي نسبة جيدة تؤكد اتفاق عينة البحث على معظم فقرات هذا المحور، حيث سجل الوسط الحسابي لهذا المحور (2.69) الذي يقع ضمن الفترة (٢.٣٤ إلى ٣) وهذا يعني بأن اجابات العينة متجه نحو الاتفاق، وانحراف معياري (0.46)، مما يشير إلى مدى تجانس الاجابات بخصوص (المعتقدات التنظيمية) كما في الجدول (7) وشكل (٢).

جدول (7) وصف إجابات العينة لفقرات البعد الثاني (المعتقدات التنظيمية) لمتغير الثقافة التنظيمية

لـ(القيم التنظيمية)، وهذا يدل على (أهمية المبادئ و المعايير المشتركة التي توجه سلوك العاملين والتي تؤثر في قراراتهم داخل المنظمة او الهيئة السياحية)، ثم (المعتقدات التنظيمية) والتي تتمثل بـ(الافكار الراسخة التي يتبناها العاملون حول طبيعة العمل وكيفية أنجاز المهام).

٢ . سلوك الجامع السياحية: تضمنت استبانة البحث في محورها الخاص بقياس سلوك الجامع السياحية (10) فقرات، لايجاد مدى توافرها حسب آراء (عينة البحث)، و كانت نتائج اجابات العينة لفقرات (سلوك الجامع السياحية) كما يأتي:

بلغت قيمة الأهمية النسبية (87.05%) وهي نسبة جيدة تبين اتفاق عينة البحث على معظم فقرات هذا المتغير، حيث سجل الوسط الحسابي لهذا المحور (2.61) الذي يقع ضمن الفترة (٢.٣٤ إلى ٣) وهذا يعني بأن اجابات العينة متجه نحو الاتفاق، وانحراف معياري (0.55)، مما يشير إلى مدى تجانس الاجابات بخصوص (سلوك الجامع السياحية) كما في الجدول (٩).

جدول (٩) وصف إجابات العينة لفقرات السلوك الجامع السياحية

وعليه يتضح من الجدول (٨) أن قيمة الوسط الحسابي الموزون لمتغير(الثقافة التنظيمية) بلغت (2.73) الذي يقع ضمن الفترة (٢.٣٤ إلى ٣) وهذا يعني بأن اجابات العينة متجه نحو الاتفاق، وبانحراف معياري (0.44)، والذي يشير إلى مدى تجانس في اجابات عينة البحث بخصوص هذا المتغير، في حين سجلت الأهمية النسبية (90.96%) وهي نسبة عالية تؤكد اتفاق عينة البحث على معظم فقرات (الثقافة التنظيمية).

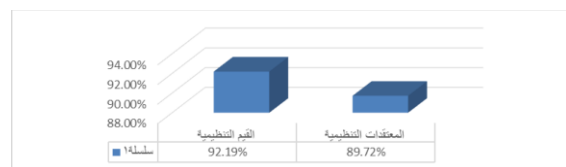
جدول (٨) مستوى أهمية المتغير المستقل الثقافة التنظيمية

الرمز	المتغيرات	المتوسط الحسابي الموزون	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية %	مستوى استجابة أفراد العينة	الترتيب
X1	القيم التنظيمية	2.76	0.41	92.19	عال جدا	الأول
X2	المعتقدات التنظيمية	2.69	0.46	89.72	جيد جدا	الثاني
X	الثقافة التنظيمية	2.73	0.44	90.96	جيد	المستغل

المصدر: اعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج برنامج

SPSS V25

وللمقارنة بين محاور(الثقافة التنظيمية) من حيث الأهمية النسبية يلاحظ أن محور (القيم التنظيمية) حصل على أعلى مستوى أهمية نسبية بواقع (92.19%)، وسجل (المعتقدات التنظيمية) أقل مستوى بواقع (89.72%)، وكما موضح في الشكل (٣).



شكل (٣) يبين الأهمية النسبية لمحاور الثقافة التنظيمية

إن قياس مستوى الأهمية والوسط الحسابي والانحراف المعياري للمتغير المستقل (الثقافة التنظيمية) بينت أن الحصة الأكبر من الاجابات لعينة البحث كانت

شكل (٤) الأهمية النسبية لاجابات العينة حول الاتفاق

على فقرات سلوك المجاميع السياحية

سادساً: إختبار فرضيات البحث:

تم استخدام معامل الارتباط البسيط (بيرسون Pearson

) لغرض معرفة العلاقة بين متغيرات البحث واختبار تأثير المتغير المستقل في المتغير المعتمد باستخدام نموذج الانحدار الخطي البسيط وانموذج الانحدار المتعدد المتسلسل، واستخدام اختبار F (F -test) لمعرفة معنوية تأثير المتغير المستقل في المتغير المعتمد وكذلك تم استخدام معامل التحديد R^2 لمعرفة نسبة تأثير ومساهمة المتغير المستقل في المتغير المعتمد .

وسيتم اختبار فرضيات البحث من خلال الفقرات الآتية:

أ. اختبار فرضيات الارتباط والتأثير:

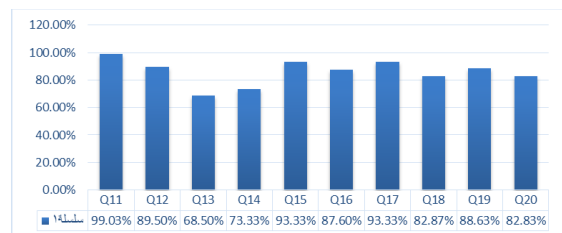
لاختبار فرضيات العلاقة الارتباطية بين (الثقافة التنظيمية) مع (سلوك المجاميع السياحية)، تم اختبار معامل الارتباط بين المتغيرات لتفسير قوة واتجاه الارتباط بين متغيرات الفرضية، فإذا كان قيمة معامل الارتباط محصورة بين (٠.٥٠) و (١) الصحيح دلّ ذلك على قوة العلاقة الارتباطية، وظهور العلامة (**) أو (*) في نتائج برنامج التحليل الاحصائي SPSS V25 ليؤكد معنوية العلاقة الارتباطية بين المتغيرين عند مستوى دلالة (٠.٠١) و (٠.٠٥) على التوالي، وتم تطبيق اختبار F لمعرفة معنوية التأثير للمتغير المستقل (الثقافة التنظيمية) في المتغير المعتمد (سلوك المجاميع السياحية)، فإذا كانت القيمة الاحتمالية (Sig.) أقل من مستوى المعنوية البالغ (٠.٠٥) يدل ذلك على وجود تأثير ذو دلالة معنوية، والعكس صحيح،

الأهمية النسبية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الفقرات						الأبعاد
			١		٢		٣		
			الاجابات العينة والنسب المئوية						
			%	f	%	F	%	f	
99.03	0.169	2.97	97.1	34	2.9	1	-	-	Q11
89.50	0.631	2.69	77.1	27	14.3	5	8.6	3	Q12
68.50	0.838	2.06	37.1	13	31.4	11	31.4	11	Q13
73.33	0.677	2.20	34.3	12	51.4	18	14.3	5	Q14
93.33	0.406	2.80	80	28	20	7	-	-	Q15
87.60	0.547	2.63	65.7	23	31.4	11	2.9	1	Q16
93.33	0.406	2.80	80	28	20	7	-	-	Q17
82.87	0.702	2.49	60	21	28.6	10	11.4	4	Q18
88.63	0.539	2.66	68.6	24	28.6	10	2.9	1	Q19
82.83	0.562	2.49	51.4	18	45.7	16	2.9	1	Q20
87.05	0.55	2.61							الاجمالي

المصدر: اعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج برنامج

SPSS V25

وقد توزعت مستويات أهمية فقرات بعد(سلوك المجاميع السياحية) بين اعلى مستوى اجابة حققتة الفقرة (Q11) بوسط حسابي بلغت قيمته (2.97) وانحراف معياري (0.169)، وأهمية نسبية شكلت (99.03%) ليؤكد ذلك اتفاق كل افراد عينة البحث على هذه الفقرة، بما يرجح (أن السائح يتخلص من النفايات في الأماكن المخصصة لها)، بينما الفقرة (Q13) حققت ادنى مستوى اجابة بين فقرات (سلوك المجاميع السياحية) إذ بلغت قيمة الوسط الحسابي لها (2.06) وكان الانحراف المعياري قد سجل (0.838)، وأهمية نسبية شكلت (68.50%) ليؤكد ذلك اتفاق افراد عينة البحث على أن (السائح يقلل من استهلاك المواد البلاستيكية أثناء الرحلة).



وإذا كانت القيمة المحسوبة لـ (F) أكبر من قيمتها الجدولية الاحتمالية يدل على وجود تأثير ذو دلالة احصائية والعكس صحيح، وكذلك تم استخراج قيمة معامل التحديد (R^2) التي تبين نسبة تفسير (الثقافة التنظيمية) وتحقيقه لمتغير (سلوك الجامع السياحية)، وسيختبر في هذه الفقرة الفرضيات الآتية:

الفرضية الرئيسة الأولى:

(توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين الثقافة التنظيمية و سلوك الجامع السياحية) وتنبتق منها الفرضيات الثانوية وعلى النحو الآتي:

• توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين القيم التنظيمية و سلوك الجامع السياحية.

• توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين المعتقدات التنظيمية و سلوك الجامع السياحية.

الفرضية الرئيسة الثانية:

(يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية للثقافة التنظيمية في سلوك الجامع السياحية)

وتنبتق منها الفرضيات الثانوية وعلى النحو الآتي:

• يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية للقيم التنظيمية في سلوك الجامع السياحية.

• يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية للمعتقدات التنظيمية في سلوك الجامع السياحية.

و كانت نتائج اختبار فرضيات الارتباط والتأثير بينهما على وفق الجدول (١٠) كالآتي:

أ. قبول الفرضية الثانوية الاولى المنبثقة من الفرضية الرئيسة الأولى التي مفادها (توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين القيم التنظيمية و سلوك الجامع السياحية) وبنسبة ثقة (٩٥ %)، إذ سجلت قيمة معامل الارتباط (0.68) ليرسخ ذلك الارتباط بينهما على وفق آراء عينة البحث.

وبلغت قيمة F المحتسبة (28.381) وهي معنوية، أي وجود تأثير ذي دلالة احصائية لمتغير (القيم التنظيمية) بـ(سلوك الجامع السياحية)، وهذا يعني قبول الفرضية الثانوية الاولى المنبثقة من الفرضية الرئيسة الثانية (يوجد تأثير بين المتغيرين)، عليه سجلت قيمة معامل التحديد (0.46 %) التي تشير إلى نسبة تأثير ومساهمة (القيم التنظيمية) بـ(سلوك الجامع السياحية).

ب. قبول الفرضية الثانوية الثانية المنبثقة من الفرضية الرئيسة الأولى التي مفادها (توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين المعتقدات التنظيمية و سلوك الجامع السياحية) وبنسبة ثقة (٩٥ %)، إذ سجلت قيمة معامل الارتباط (0.63) ليرسخ ذلك الارتباط بينهما على وفق آراء عينة البحث.

جدول (١٠) نتائج اختبار الفرضية الارتباط والتأثير
لثقافة التنظيمية في سلوك المجاميع السياحية

المتغيرات		F- test					
المستقل	المعتمد	معامل الارتباط بيرسون r	معامل التحديد R ²	القيمة الاحتمالية sig.	الصور		
القيم التنظيمية	سلوك الجميع السياحية	0.68	0.46	28.381	4.14	0.000	وجود الارتباط المعنوي وبالتالي قبول الفرضية الثانية الأولى وعليه يوجد تأثير
	سلوك الجميع السياحية	0.63	0.39	21.185	4.14	0.000	وجود الارتباط المعنوي وبالتالي قبول الفرضية الثانية الثانية وعليه يوجد تأثير
التفاعلية	سلوك الجميع السياحية	0.74	0.55	39.685	4.14	0.000	وجود الارتباط المعنوي وبالتالي قبول الفرضية الثالثة الأولى والثانية وعليه يوجد تأثير

المصدر: اعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج برنامج
SPSS V25

التحليل:

من خلال نتائج الاختبار تبين أن البعد (القيم التنظيمية) هو البعد الأكثر تأثيراً في المتغير التابع (سلوك المجاميع السياحية) والذي يدل على أهمية (المبادئ و المعايير المشتركة التي توجه سلوك العاملين وتؤثر في قراراتهم داخل المنظمة او الهيئة السياحية).

سابعاً: الاستنتاجات والتوصيات:

يخرج كل بحث علمي ببعض النتائج على ضوء اجابات عينة البحث والتي تم تقييمها وتحليلها بما يتوافق مع التوجهات العلمية لمشروع البحث وضحت الفقرات الأولى، والتي على ضوءها تم الخروج بمجموعة من الاستنتاجات ضمن الفقرة الثانية، أما الفقرة الثالثة تضمنت التوصيات الخاصة بها.

أ. النتائج:

وبلغت قيمة F المحتسبة (21.185) وهي معنوية، أي وجود تأثير ذي دلالة احصائية لمتغير (المعتقدات التنظيمية) بـ(سلوك المجاميع السياحية)، وهذا يعني قبول الفرضية الثانوية الثانية المنبثقة من الفرضية الرئيسية الثانية (يوجد تأثير بين المتغيرين)، عليه سجلت قيمة معامل التحديد (0.39 %) التي تشير إلى نسبة تأثير ومساهمة (المعتقدات التنظيمية) بـ(سلوك المجاميع السياحية).

ت. قبول الفرضية الرئيسية الأولى التي مفادها (توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين الثقافة التنظيمية و سلوك المجاميع السياحية) وبنسبة ثقة (٩٥ %)، اذ سجلت قيمة معامل الارتباط (0.74)، وهي معنوية ليرسخ ذلك الارتباط بينهما .

وبلغت قيمة F المحتسبة (39.685) وهي معنوية، أي وجود تأثير ذي دلالة احصائية لمتغير (الثقافة التنظيمية) بـ(سلوك المجاميع السياحية)، وهذا يعني قبول الفرضية الرئيسية الثانية (يوجد تأثير بين المتغيرين)، عليه سجلت قيمة معامل التحديد (0.55 %) التي تشير إلى نسبة تأثير ومساهمة (الثقافة التنظيمية) بـ(سلوك المجاميع السياحية).

يوضح الجدول (10) قيمة معامل التحديد (0.55%) أي ان المتغيرات المستقلة تفسر التباين الحاصل في سلوك المجاميع السياحية . ويوضح الاختبار معنوية الانحدار ونلاحظ قيمة sig. هي (0.000) وهي أصغر من ٠.٠٠٥ ولذا نرفض الفرض الصفري ونقبل الفرض البديل أي يوجد تأثير بوجود متغير الثقافة التنظيمية ببعديه وتأثيره في المتغير التابع .

١. توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين القيم التنظيمية و سلوك المجاميع السياحية وعليه يوجد تأثير .
٢. توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين المعتقدات التنظيمية و سلوك المجاميع السياحية وعليه يوجد تأثير .
٣. توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين الثقافة التنظيمية سلوك المجاميع السياحية حسب اجابات العينة المبحوثة وعليه يوجد تأثير.
٤. أكدت النتائج ان المتغيرات الثانوية الاكثر تأثيرا في المتغير التابع (سلوك المجاميع السياحية)، هو البعد المستقل الاول (القيم التنظيمية).
٥. تهم هيئة السياحة بعامل الوقت في انجار المهام والواجبات .
٦. توجد قناعات مشتركة لدى الموظفين بأهمية المشاركة في عملية اتخاذ القرار.
٧. يؤمن العاملون في هيئة السياحة بان التغير والتطوير ضروريات الاستمرار.
٨. يتخلص السائح من النفايات في الأماكن المخصصة لها .
٩. يدعم أفراد المجموعة الحرف اليدوية والمنتجات المحلية.
١٠. يستجيب أفراد المجموعة لتعليمات الأمن والسلامة الصادرة.

ت - التوصيات:

ب- الاستنتاجات:

١. تساهم الثقافة التنظيمية في سلوك المجاميع السياحية من خلال من القواعد الثقافية من قيم ومعتقدات واتجاهات توجه أفعال جميع أعضاء المنظمة وتؤثر بشكل كبير في بيئة العمل وسلوك الأفراد.
٢. تؤثر القيم التنظيمية في قرارات وسلوك العاملين وتوجههم داخل المنظمة او الهيئة السياحية .
٣. تحرص هيئة السياحة على ترشيح قيم العدالة الثقافية في التعامل مع العاملين.
٤. يفتخر العاملون بانتمائهم لهيئة السياحة وينقلون صورة جيدة عنها.
١. التشجيع على استمرار السلوك الذي يلائم معتقدات الموظفين .
٢. الاهتمام بقيم العمل الجماعي والتعاون واعتمادها من القيم الاساسية في هيئة السياحة.
٣. التأكيد على أهمية الالتزام بقيم النزاهة المصادقة في جميع الانشطة . الاهتمام بالمشاكل والتحديات التي تواجه العاملين وتشجيعهم على التعامل معها بطرق ابتكارية .
٤. نشر الوعي بين المجاميع السياحية بضرورة الامتناع عن لمس أو تخريب الآثار والمقتنيات.

4. Abdul Latif, Ahmad Mohammed. Suluk Al-Mustahlik fi Al-Siyaha. 1st ed. Cairo, 2016.
5. Lakbir, Boumediene. Al-Thaqafa Al-Tanzimiyya fi Munathammat Al-I'timad. 2nd ed. Algeria, 2010.
6. الحفظ على البطاقات التعريفية والتصاريح الخاصة بالمجاميع السياحية والاستجابة لتعليمات الأمن والسلامة الصادرة.
7. تشجيع أفراد المجاميع السياحية على دعم الحرف اليدوية والمنتجات المحلية.

المصادر

6. Abdullah, Jamal. Suluk Al-Mustahlik Al-Siyahi wa Dinamikiyyat Al-Jama'a Al-Siyahiyya. 1st ed. Cairo, 2020.
7. Jawda, Mahfouz. Al-Tahlil Al-Ihsai Al-Mutaqaddim. 2nd ed. Dar Wael Publishing, Amman, Jordan, 2010.
8. Abdul Karim, Hassan. Al-Siyaha wa Al-Suluk Al-Ijtima'i. 2nd ed. Beirut, 2019.
9. Fouad, Hassan. Idarat Al-Suluk Al-Siyahi fi Al-Jama'at. 1st ed. Cairo, 2020.
10. أولاً: المصادر العربية (Romanized References)
1. Badawi, Ahmad Zaki. Al-Thaqafa Al-Tanzimiyya wa Atharuha fi Tahqiq Al-Adaa Al-Mutamayiz. 2nd ed. Alexandria, Egypt, 2016.
2. Salem, Ahmad. Dirasat fi Suluk Al-Jama'at Al-Siyahiyya. 2nd ed. Cairo, 2017.
3. Mohammed, Ahmad Adel. Al-Thaqafa Al-Tanzimiyya: Al-Usus wa Al-Mumarasat. 1st ed. Dubai, United Arab Emirates, 2018.

- Thaqafa Al-Tanzimiyya. 1st ed. Amman, Jordan, 2016.
16. Abdul Rahman, Mohammed Alam. Idarat Al-Munathammat wa Al-Thaqafa Al-Tanzimiyya. 1st ed. Cairo, 2015.
17. Al-Sa'idi, Mahmoud. Idarat Al-Thaqafa Al-Mu'assasiyya: Mafahim wa Tatbiqat. 1st ed. Cairo, Egypt, 2014.
18. Al-Nuaimi, Mohammed Abdul Aal. Muqaddima fi Al-Ihsa' ma'a Tatbiqat 'ala Barnamaj SPSS. Al-Warraq Foundation for Publishing and Distribution, 2008.
10. Abida, Samia. Dirasat fi Suluk Al-Jama'a Al-Siyahiyya. 1st ed. Amman, 2017.
11. Bin Fawz, Saeed. Al-Thaqafa Al-Tanzimiyya wa Idarat Al-Taghyir. 1st ed. Riyadh, Saudi Arabia, 2010.
12. Sanani, Lubna Nour Al-Din, and Bouattit, Jalal Al-Din. "Dawr Al-Qiyam Al-Tanzimiyya fi Tahqiq Fa'iliyyat Al-Adaa fi Al-Mu'assasat Al-Tanzimiyya." Majallat Al-Rasid li Dirasat Al-'Ulam Al-Ijtima'iyya, 3(1), 41-55, 2023.
13. Baid, Abdullah. Dirasat fi Al-Suluk Al-Siyahi. 2nd ed. Riyadh, 2018.
14. Mohammed, Abdullah. Al-Suluk Al-Siyahi fi Al-Jama'at. 1st ed. Riyadh, 2019.
15. Al-Tayyib, Fouad. Mafahim Al-Idara Al-Haditha wa Al-
- ثانياً: مواقع الإنترنت
1. Barakat, Nafeth Mohammed. Al-Tahlil Al-Ihsai bi Istikhdam Barnamaj SPSS. Islamic University, 2013.
<http://www.site.iugaza.edu.ps/nbarakat/files/SPSS.pdf>

- Journal of Economic and Administrative Studies.
4. Al-Dulaimi, A. A., & Hassan, M. S. (2023). "The Role of Organizational Ambidexterity in Achieving Strategic Success: An Exploratory Study of the Opinions of Faculty Members at Al-Israa University College." Journal of Economic and Administrative Studies.
5. Khalaf, S. H. (2024). "The Effect of Soft Skills in Achieving Superior Performance of Human Resources." Journal of Economic and Administrative Studies.
2. Istikshaf Al-Tahlil Al-Ihsai: Miqyas Likert. 2013. <http://www.statistic-think.blogspot.com>
- ثالثاً: المصادر الإنكليزية
1. Schein, E. H. (2010). Organizational Culture and Leadership (4th ed.). San Francisco: Jossey-Bass.
2. Suryasa, W. (2019). "Historical Religion Dynamics: Phenomenon in Bali Island." Journal of Advanced Research in Dynamical and Control Systems, 11(6), 1679-1688.
3. Rajab, R. A. (2024). "The Organizational Policy and its Impact on Crisis Management Stages: An Exploratory Study in the General Authority of Dams and Reservoirs / Iraqi Ministry of Water Resources."

الاستبانة

تمثل هذه الاستبانة جزء من البحث الموسوم " الثقافة التنظيمية وتأثيرها في سلوك المجاميع السياحية —دراسة استطلاعية لعينة من اراء العاملين في هيئة السياحة
أرائكم ذات أثر إيجابي في إخراج البحث بالمستوى المطلوب .
نرجو تفضلكم مشكورين باختيار الإجابة التي ترونها مناسبة لكل سؤال علماً بأن المعلومات المدونة كافة ستستخدم لأغراض البحث العلمي فقط ، نشكر لكم حسن استجابتكم ، مع تمنياتنا لكم بالموفقية في اعمالكم .
المتغير الأول :الثقافة التنظيمية : - هي مجموعة من القواعد الثقافية من قيم ومعتقدات واتجاهات توجه أفعال جميع أعضاء المنظمة وتؤثر بشكل كبير في بيئة العمل وسلوك الأفراد.
اولاً: البعد الاول (القيم التنظيمية) تشير إلى المبادئ و المعايير المشتركة التي توجه سلوك العاملين وتؤثر في قراراتهم داخل المنظمة او الهيئة السياحية .

ت الفقرات اوافق محايد لا أوافق

- ١ تحرص هيئة السياحة على ترشيح قيم العدالة الثقافية في التعامل مع العاملين
 - ٢ يفتخر العاملون بانتمائهم لهيئة السياحة وينقلون صورة جيدة عنها.
 - ٣ تقيم هيئة السياحة بعامل الوقت في انجاز المهام والواجبات .
 - ٤ تعدّ قيم العمل الجماعي والتعاون من القيم الاساسية في هيئة السياحة.
 - ٥ تؤكد الادارة العليا في هيئة السياحة على أهمية الالتزام بقيم النزاهة المصدقة في جميع الأنشطة .
- ثانياً: البعد الثاني (المعتقدات التنظيمية) يقصد بها الافكار الراسخة التي يتبناها العاملون حول طبيعة العمل وكيفية أنجاز المهام.

ت الفقرات اوافق محايد لا اوافق

- ١ يؤمن العاملون في هيئة السياحة بان التغير والتطوير ضروريات الاستمرار.
- ٢ تقيم هيئة السياحة بالاطلاع على المشاكل والتحديات التي يواجهها العاملون وتشجيعهم على التعامل معها بطرق ابتكارية .
- ٣ تشجع هيئة السياحة باستمرار السلوك الذي يلائم معتقدات الموظفين .

- ٤ تعتقد الادارة ان العاملين هم المورد الاهم لتحقيق أهداف الهيئة .
- ٥ توجد قنوات مشتركة لدى الموظفين بأهمية المشاركة في عملية اتخاذ القرار.

المتغير الثاني : سلوك الجاميع السياحية: -بأنه مجموعة الأنماط السلوكية والتفاعلات الاجتماعية التي تصدر عن أفراد المجموعة السياحية أثناء الرحلة .

ت	الفقرات	اوافق	محايد	لا اوافق
١	يتخلص السائح من النفايات في الأماكن المخصصة لها .			
٢	يتمنع المشاركون عن لمس أو تخريب الآثار والمقتنيات.			
٣	يقلل السائح من استهلاك المواد البلاستيكية أثناء الرحلة .			
٤	يحذر السياح من إطعام الحيوانات البرية في المحميات الطبيعية .			
٥	يدعم أفراد المجموعة الحرف اليدوية والمنتجات المحلية.			
٦	يلتزم السائح بالجدول الزمني المحدد للتحركات اليومية .			
٧	يستجيب أفراد المجموعة لتعليمات الأمن والسلامة الصادرة			
٨	يحضر المشاركون في نقاط التجمع قبل الموعد المحدد.			
٩	يحافظ السائح على البطاقات التعريفية أو التصاريح الخاصة بالمجموعة.			
١٠	يؤكد السائح حضوره للأنشطة الاختيارية في الوقت المناسب.			