

تأثير رأس المال المعرفي الرقمي في الابتكار الاستراتيجي- دراسة استطلاعية في وزارة الثقافة والسياحة والآثار العراقية

صلاح مهدي اكفور

الجامعة المستنصرية/ كلية العلوم السياحية/ قسم الدراسات الفندقية

The Impact of Digital Knowledge Capital on Strategic Innovation: An Exploratory Study in the Iraqi Ministry of Culture, Tourism, and Antiquities
Salah.mahdi@uomustansiriyah.edu.iq

المستخلص

يهدف البحث الى تشخيص مستوى الابتكار الاستراتيجي في وزارة الثقافة والسياحة والآثار، والكشف عن قدرة الإدارة على تبني الرؤى والأفكار والممارسات الإبداعية التي تسهم في تطوير الأداء المؤسسي وتعزيز المرونة التنظيمية، وتبرز إشكالية البحث في محدودية استثمار رأس المال المعرفي الرقمي بالشكل الذي ينعكس إيجاباً على مستوى الابتكار الاستراتيجي داخل الوزارة، الأمر الذي قد يحدها من قدرتها على تطوير خدماتها وتعزيز تنافسيتها المؤسسية وتحقيق أهدافها التنموية، وتمثلت عينة البحث بـ (50) مشاهدة من إدارات وزارات الثقافة والسياحة والآثار وهيئة السياحة العراقية إذ تم استطلاع آرائهم وفق استبانة أعدت لهذا الغرض وتم تحليل النتائج وفق الآليات الإحصائية المعتمدة، ومن أهم الاستنتاجات ان الوزارة الى الآن لم توثق هيكل العلاقات الرقمية مع الجهات الخارجية مثل المؤسسات السياحية العالمية الكبرى كوسيلة لجذب الاستثمارات السياحية المتطورة وهو ما يتوجب إيلاء الاهتمام الأكبر تجاه هذا البعد، ومن أبرز توصيات البحث ضرورة بناء الشراكات الاستراتيجية مع المؤسسات البحثية العالمية والتي تعد برامج ابتكارية متقدمة والعمل على مد جسور التعاون بما يخدم رفع مستوى الأداء والانتقال من السمة الروتينية الى سمات العمل المبتكر. الكلمات الدالة: رأس المال المعرفي الرقمي، الابتكار الاستراتيجي، وزارة الثقافة والسياحة والآثار العراقية

Antiquities

Abstract:

This research aims to diagnose the level of strategic innovation within the Ministry and to reveal the management's ability to adopt creative visions, ideas, and practices that contribute to developing institutional performance and enhancing organizational flexibility. The research problem lies in the limited investment of digital knowledge capital in a way that positively impacts the level of strategic innovation within the Ministry. This may limit its ability to develop its services, enhance its institutional competitiveness, and achieve its development goals. The research sample consisted of (50) observations from the departments of the Ministries of Culture, Tourism, and Antiquities and the Iraqi Tourism Authority. Their opinions were surveyed using a questionnaire prepared for this purpose, and the results were analyzed using approved statistical mechanisms. One of the most important conclusions is that the Ministry has not yet documented the structure of digital relationships with external entities, such as major international tourism institutions, as a means of attracting advanced tourism investments. This dimension requires greater attention. Among the most prominent research recommendations is the necessity of building strategic partnerships with international research institutions that offer advanced innovative programs and working to extend bridges of cooperation to serve raising the level of performance and moving from the status quo. Transforming routine into innovative work characteristics. Keywords: Digital intellectual capital, strategic innovation, Iraqi Ministry of Culture, Tourism and Antiquities

المقدمة:

يمثل رأس المال المعرفي الرقمي الثروة الخفية التي تتجاوز حدود الموارد المادية، إذ يتجسد في العقول المبدعة والبيانات الذكية والتقنيات المتطورة التي تصوغ ملامح المنظمات الحديثة، وفي ظل الثورة الرقمية المتسارعة، غدت المعرفة الرقمية محوراً استراتيجياً لصناعة التميز واستدامة التفوق، لما تمنحه من قدرة على الابتكار واستشراف الفرص وصناعة القرار بكفاءة عالية وعليه فإن امتلاك رأس مال معرفي رقمي متجدد لم يعد خياراً تنظيمياً، بل ضرورة وجودية تفرضها تحديات الاقتصاد الرقمي وتحولات المنافسة العالمية وهو ما يمثل المتغير المستقل في البحث الحالي، وفي سياق متصل ينظر إلى مفهوم الابتكار الاستراتيجي باعتباره روح التحول ومحرك الريادة في عالم تتسارع فيه المتغيرات وتبدل فيه قواعد المنافسة، إذ لا يقتصر على تطوير الأفكار فحسب، بل يمتد إلى إعادة صياغة الرؤى وصناعة المستقبل بمنهج استباقي واع ومن خلاله تتمكن المنظمات من تحويل التحديات إلى فرص والجمود إلى ديناميكية خلاقة تعزز قدرتها على البقاء والتفوق، لذا أصبح هذا العنصر (الابتكار الاستراتيجي) اليوم قوة فكرية متجددة تشيد معالم التميز المستدام وتمنح المؤسسات قدرة أعمق على التأثير والقيادة وهو ما يمثل المتغير المعتمد في هذا البحث، وتبرز إشكالية البحث في محدودية استثمار رأس المال المعرفي الرقمي بالشكل الذي ينعكس إيجاباً على مستوى الابتكار الاستراتيجي داخل الوزارة، الأمر الذي قد يحد من قدرتها على تطوير خدماتها وتعزيز تنافسيتها المؤسسية وتحقيق أهدافها التنموية، ويهدف البحث الى تشخيص مستوى الابتكار الاستراتيجي في الوزارة، والكشف عن قدرة الإدارة على تبني الرؤى والأفكار والممارسات الإبداعية التي تسهم في تطوير الأداء المؤسسي وتعزيز المرونة التنظيمية، وتمثلت عينة البحث بـ (٥٠) مشاهدة من إدارات وزارات الثقافة والسياحة والآثار وهيئة السياحة العراقية إذ تم استطلاع آرائهم على وفق استبانة أعدت لهذا الغرض وتم تحليل النتائج وفق الآليات الإحصائية المعتمدة، وتضمن البحث أربعة مباحث الأول شمل محاور المنهجية وكان الثاني شاملاً للجانب النظري فيما تضمن المبحث الثالث الدراسة الميدانية وأخيراً تضمن المبحث الرابع اهم الاستنتاجات والتوصيات.

المبحث الأول □ المنهجية:

أولاً - المشكلة

: في ظل التحولات الرقمية المتسارعة وما تفرضه من أنماط جديدة على الصعيد السياحي والمتمثلة بإدارة المعرفة وصناعة القرار، تواجه المنظمات الحكومية تحديات متعاضمة تتعلق بقدرتها على توظيف رأس المال المعرفي الرقمي بوصفه مورداً استراتيجياً قادراً على تحفيز الابتكار وإعادة تشكيل الأداء المؤسسي، وتبرز وزارة الثقافة والسياحة والآثار العراقية بوصفها إحدى المؤسسات التي تتطلب طبيعة عملها بيئة معرفية رقمية مرنة، قادرة على استثمار الخبرات والبيانات والتقنيات الحديثة في ابتكار رؤى واستراتيجيات تواكب التحولات العالمية في القطاع السياحي والثقافي. وعلى الرغم من تزايد الاهتمام بمفاهيم التحول الرقمي والابتكار الاستراتيجي، إلا أن الواقع الإداري يكشف عن وجود فجوة معرفية وتطبيقية تتجلى في محدودية استثمار رأس المال المعرفي الرقمي بالشكل الذي ينعكس إيجاباً على مستوى الابتكار الاستراتيجي داخل الوزارة، الأمر الذي قد يحد من قدرتها على تطوير خدماتها وتعزيز تنافسيتها المؤسسية وتحقيق أهدافها التنموية.

ثانياً - التساؤلات :

يمكن تجسيد الإشكالية المشار إليها أعلاه من خلال التساؤلات الرئيسة والفرعية التالية:

التساؤل الرئيس : إلى أي مدى يؤثر رأس المال المعرفي الرقمي في تعزيز الابتكار الاستراتيجي في وزارة الثقافة والسياحة والآثار العراقية؟
التساؤلات الفرعية :

١- ما مستوى توافر أبعاد رأس المال المعرفي الرقمي في وزارة الثقافة والسياحة والآثار العراقية، مثل المعرفة الرقمية، والبنية التقنية، والمهارات الفكرية الرقمية وغيرها ؟

٢- ما مستوى تبني الابتكار الاستراتيجي في وزارة الثقافة والسياحة والآثار العراقية من حيث تطوير الأفكار والرؤى والخدمات والآليات الإدارية الحديثة؟

٣- إلى أي مدى يمكن ان يتولد لدى الإدارات السياحية وعي ينعكس في عملية تنمية حقيقية لمستوى راس المال المعرفي الرقمي وبما يحقق مديات أكبر من الابتكار الاستراتيجي ؟

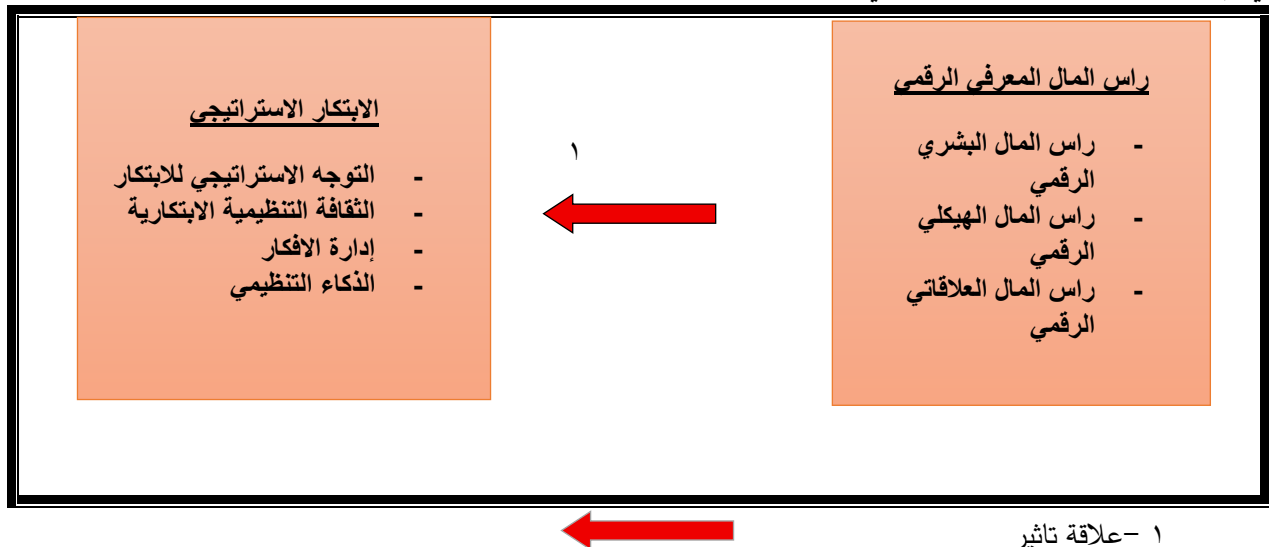
ثالثاً - الأهمية

يمكن النظر إلى أهمية البحث عبر مستوى الأهمية التي بات يحتلها رأس المال المعرفي الرقمي في بناء المنظمات المعاصرة وتعزيز قدرتها على التكيف مع التحولات الرقمية المتسارعة فالمعرفة الرقمية اليوم و بما تحمله من خبرات وبيانات وتقنيات ذكية مورداً استراتيجياً لا يقل أهمية عن

الموارد المادية التقليدية ، وفي سياق متصل، يكتسب الابتكار الاستراتيجي مكانة محورية بوصفه الأداة القادرة على تحويل الإمكانيات المعرفية إلى رؤى متجددة وممارسات إبداعية تسهم في تطوير الأداء المؤسسي وصناعة الميزة التنافسية المستدامة ، اما على الصعيد الميداني تتجلى أهمية البحث في كونه يتناول وزارة الثقافة والسياحة والآثار العراقية كمساحة ميدانية ، اذ تمثل إحدى المؤسسات الحيوية المرتبطة بالهوية الحضارية والتنمية الاقتصادية والسياحية، الأمر الذي يجعل من تطوير قدراتها المعرفية والرقمية ضرورة استراتيجية لمواكبة المتغيرات العالمية في قطاع السياحة والثقافة ، كما تظهر أهمية البحث في بيان الكيفية التي يمكن من خلالها توظيف رأس المال المعرفي الرقمي في تعزيز الابتكار الاستراتيجي، بما يدعم قدرة الوزارة على تحسين خدماتها ورفع كفاءة قراراتها، واستثمار مواردها الفكرية بصورة أكثر فاعلية ، أما على المستوى العلمي، فإن البحث بعد اسهاما اوليا في إثراء الأدبيات الإدارية الحديثة من خلال الربط بين متغيرين معاصرين يحظيان باهتمام متزايد في الفكر الإداري والاستراتيجي، فضلاً عن تقديم إطار معرفي يمكن أن يشكل منطلقاً لدراسات مستقبلية تتناول التحول الرقمي والابتكار المؤسسي في بيئة المنظمات الحكومية العراقية

رابعاً - الأهداف : وتبرز اهم اهداف البحث في النقاط التالية:

- ١- التعرف إلى مستوى توافر رأس المال المعرفي الرقمي بأبعاده المختلفة في وزارة الثقافة والسياحة والآثار العراقية وهيئة السياحة ، وبيان مدى جاهزية البيئة التنظيمية لاستثمار الموارد المعرفية الرقمية بكفاءة عالية.
 - ٢- تشخيص مستوى الابتكار الاستراتيجي في الوزارة وهيئة محل البحث ، والكشف عن قدرة الإدارة على تبني الرؤى والأفكار والممارسات الإبداعية التي تسهم في تطوير الأداء المؤسسي وتعزيز المرونة التنظيمية.
 - ٣- تحليل طبيعة العلاقة بين رأس المال المعرفي الرقمي والابتكار الاستراتيجي، وبيان مدى إسهام المعرفة الرقمية والتقنيات الحديثة في تحفيز التوجهات الابتكارية داخل الوزارة.
 - ٤- قياس أثر رأس المال المعرفي الرقمي في تعزيز الابتكار الاستراتيجي، من خلال استكشاف قدرة الأصول المعرفية الرقمية على دعم صناعة القرار وتطوير الخدمات وتحقيق التميز المؤسسي.
 - ٥- تقديم مجموعة من المقترحات والتوصيات العلمية التي تسهم في تعظيم استثمار رأس المال المعرفي الرقمي بما يعزز الابتكار الاستراتيجي ويدعم مسيرة التطوير والتحول الرقمي في وزارة الثقافة والسياحة والآثار العراقية وهيئة السياحة مساحة البحث .
- خامساً - المخطط الفرضي :** من خلال المضامين التي عرضت في فقرات المشكلة والأهداف المشار إليها عمد الباحث الى اعداد المخطط الفرضي للبحث، والذي يوضح المتغيرين المستقل والمعتمد والابعاد لكل منهما مع بيان علاقة التأثير فيما بينها وكما مبين في الشكل رقم (١) ادناه
- ١- المتغير التفسيري(رأس المال المعرفي الرقمي) وابعاده (رأس المال البشري الرقمي / رأس المال الهيكلي الرقمي / رأس المال العلاقتي الرقمي)
- ٢- المتغير المستجيب (الابتكار الاستراتيجي) وابعاده (التوجه الاستراتيجي للابتكار /الثقافة التنظيمية الابتكارية / إدارة الافكار / الذكاء التنظيمي)والشكل ادناه يمثل المخطط الفرضي للبحث



الشكل رقم ١ المخطط الفرضي للبحث

المصدر : الشكل من اعداد الباحث

سادساً - الفرضيات : من خلال البناء العام لأي بحث يطور الباحث هيكل من الفرضيات الرئيسية والفرعية وعبر الآليات المنهجية المعتمدة تظهر النتائج المتعلقة بصحة او عدم صحة تلك الفرضيات ومن خلال مخطط هذا البحث الذي عرض تم صياغة الفرضيات الرئيسية والفرعية التالية:

١ - الفرضية الرئيسية الأولى : (توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية لراس المال المعرفي الرقمي في مستوى الابتكار الاستراتيجي المتحقق في وزارة الثقافة والسياحة والآثار العراقية) ، وتتفرع منها الفرضيات التالية:

1-1-توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية لبعدها راس المال البشري الرقمي في مستوى الابتكار الاستراتيجي المتحقق في وزارة الثقافة والسياحة والآثار العراقية.

1-2-توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية لبعدها راس المال الهيكلي الرقمي في مستوى الابتكار الاستراتيجي المتحقق في وزارة الثقافة والسياحة والآثار العراقية.

1-3-توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية لبعدها راس المال العلاقتي الرقمي في مستوى الابتكار الاستراتيجي المتحقق في وزارة الثقافة والسياحة والآثار العراقية.

سابعاً- المنهج : اعتمد الباحث المنهج الوصفي التحليلي الذي يستند على تحديد الظاهرة ومن ثم دراستها كما هي في واقعها، مع وصفها وصفاً دقيقاً، وهذا يعني أن التعبير الكيفي يصف تلك الظاهرة أو المشكلة، أما التعبير الكمي فإنه يعطي التوصيف الرقمي وتوضيح حجم تلك الظاهرة أو المشكلة ودرجة ترابطها مع الظواهر المختلفة ذات العلاقة، وتتمثل في هذا المنهج عملية جمع البيانات والمعلومات عن متغيرات قليلة لعدد كبير من العينات كما يقوم بالكشف عن تطورها وكيف وصلت الى صورتها الحالية، ويحاول التنبؤ بما ستكون عليه مستقبلاً، كما تتضمن قدراً كافياً من التفسير بهدف الوصول الى استنتاجات وتعميمات تقيد الدراسة وقد أفاد الباحث من هذا المنهج من خلال توزيع استمارة الاستبيان، ومعرفة آراء المبحوثين ثم محاولة ربطها وتفسيرها للوصول الى الاستنتاجات والتوصيات الهامة.

ثامناً : مصادر وأساليب جمع البيانات والمعلومات : تم اعتماد مجموعة من الآليات والمصادر في عمليات جمع البيانات والمعلومات بهدف تحقيق الأهداف المتوخاة من البحث والمعبر عنها بالآتي:

١- مصادر الجانب النظري : اعتمد الباحث المصادر الأجنبية الحديثة التي عالجت المتغيرات وقدمت النماذج العلمية والآراء والأفكار المتعلقة بمجمل تلك المتغيرات

٢- مصادر الجانب العملي : في سبيل تأمين جملة المعلومات الميدانية والبيانات اللازمة لإنجاز الجانب العملي تم الاعتماد على التالي:

أ - الاستبانة : اذ تم اعتمادها في جمع البيانات والمعلومات الميدانية المتعلقة بالمتغير المستقل (راس المال المعرفي الرقمي) والمتغير التابع (الابتكار الاستراتيجي) ، إذ تم تصميمها من خلال الرجوع إلى البحوث والدراسات التي عالجت المتغيرات المشار إليها.

ب- الزيارات الميدانية : لأجل انجاز الجانب الميداني والتعرف على طبيعة عمل الوزارة محل البحث وجمع البيانات ومراقبة عملية الأداء المختلفة تطلب الأمر من الباحث القيام بعدة زيارات مستمرة الى مقر الوزارة ومقر هيئة السياحة العراقية.

ت - المقابلات : بهدف الوصول الى فهم افضل لموضوع الدراسة وتشخيص المشكلات قام الباحث بالعديد من الإجراءات منها المقابلات وبشكل مستمر مع المدراء ومسؤولي الأقسام في الوزارة التي تم اختيارها كمستوعب ميداني لمتغيرات البحث.

تاسعاً -حدود البحث : تنقسم حدود البحث الى:

١- الحدود المكانية : تمثلت بمقر وزارة الثقافة والسياحة والآثار وهيئة السياحة العراقية

٢- الحدود البشرية : شملت الحدود البشرية عدداً من القيادات المختارة في الوزارة عينة البحث.

٣- الحدود الزمانية : تمثلت هذه الحدود بمدة اعداد الجانب الميداني للدراسة في مواقع البحث والتي استمرت خلال شهر نيسان من عام ٢٠٢٦.

عاشراً : أدوات التحليل والمعالجة الإحصائية : تمثل الادوات التحليلية والمعالجة الإحصائية الوسيلة الأساسية و التي يمكن من خلال نتائجها الوقوف على صحة الفرضيات من عدمها ، لذا يتطلب ذلك انتخاب أدوات إحصائية معينة بما ينسجم و تحليل البيانات والمعالجة واختبار الفرضيات ، ويُمكن بيان تلك الأدوات في النقاط ادناه:

١- معامل ثبات.

٢- المتوسط المرجح.

٣- الانحراف المعياري.

٤- الأهمية النسبية.

٥- معامل التحديد R^2

٦- اختبار (Z-TEST)

٧- اختبار (F-TEST)

٨- تحليل الانحدار الخطي المتعدد المترج (المتسلسل).

وتم اعتماد برنامج الحزمة الإحصائية SPSS ٢٥ في الجانب الإحصائي من البحث

حادي عشر - الاستبانة : تعد هذه الأداة واحدة من أهم الآليات البحثية في عالم المنهجية الحديثة ولذا تتطور وبشكل مستمر التفاصيل التي تتعلق بعمليات اعداد وتطبيق وتحليل الاستبانة ، وفيما يلي استعراض لاهم النقاط المتعلقة بالاستبانة.

١- وصف الاستبانة : تضمنت الاستبانة ثلاثة أقسام شمل القسم الأول منها المعلومات التعريفية عن عينة البحث والتي تضم (المؤهل العلمي ، الموقع الوظيفي ، عدد سنوات الخدمة) فيما كان القسم الثاني متضمنا للأسئلة المتعلقة بالمتغير (راس المال المعرفي الرقمي) وكان القسم الثالث مخصص للمتغير (الابتكار الاستراتيجي) وتم اعتماد مقياس (Likert) الخماسي الدرجات الذي يتراوح بين (١-٥) درجات . اذ تمثل الدرجات (١-٢) مستوى عدم الاتفاق أما الدرجات (٣-٥) فتمثل مستوى الاتفاق فيما تمثل الدرجة (٣) الإجابة الحادية.

٢- بناء المقياس : من خلال مراعاة طبيعة البيئة العراقية والمنظمة محل البحث تم تبني النماذج والابعاد الخاصة بكل متغير وذلك عبر اعتماد عديد المصادر المتخصصة في هذا المسار البحثي والتي تضمنها الجدول ادناه. الجدول رقم (١) تركيب الاستبانة والمقياس المستخدم

المتغير الرئيس	الابعاد الفرعية	عدد الفقرات	المصدر المعتمد
راس المال المعرفي الرقمي	راس المال البشري الرقمي	٨	- Del Giudice & Della Peruta, 2016 - Khan et al , 2022
	راس المال الهيكلي الرقمي	٦	
	راس المال العلاقتي الرقمي	٦	
الابتكار الاستراتيجي	التوجه الاستراتيجي للابتكار	٥	- Dobni, 2010 - Tidd & Bessant , 2021
	الثقافة التنظيمية الابتكارية	٤	
	إدارة الافكار	٥	
	الذكاء التنظيمي	٥	

المصدر : الجدول من اعداد الباحث

٣- اختبارات صدق الاستبانة : وتشمل

أ- اختبار الصدق الظاهري : يؤشر الصدق الظاهري نتائج عرض الاستبيان بصيغته الأولية على المحكمين من ذوي الخبرة الواسعة لبرهنة مدى صلاحية الاستبانة في تمثيل تأثير راس المال المعرفي الرقمي في الابتكار الاستراتيجي خير تمثيل اذ تم عرض الاستبانة بشكل الأولي على عدد من المختصين ب(الإدارة الاستراتيجية ، إدارة المعرفة ، الموارد البشرية) ، وكانت نتائج اختبار الصدق على النحو الآتي:

مجلة الجامعة العراقية المجلد (٧٦) العدد (٣) ٣١ تموز لعام (٢٠٢٦)

-بين جدول (٢) ان نسبة اتفاق المحكمين على صدق فقرات راس المال المعرفي الرقمي كانت عالية إذ بلغت (٨٥٪) ، بما يؤيد اتفاق الاساتذة المحكمين على سبع عشرة فقرة من بين عشرين فقرة خصصت للمتغير المستقل بأبعاده الثلاثة.

-شخص جدول (٢) ان نسبة اتفاق المحكمين على صدق فقرات الابتكار الاستراتيجي شكلت (٨٩٪) ، وهي نسبة مرتفعة ترجح اتفاق الاساتذة المحكمين على سبع عشرة فقرة من بين تسع عشرة فقرة خصصت للمتغير المعتمد بأبعاده الأربعة.

جدول رقم ٢ نتائج اختبار الصدق الظاهري لفقرات الاستبانة

المتغيرات / الأبعاد	الفقرات	الفقرات المتفق عليها	نسبة الاتفاق	مستوى الصدق
X1 راس المال البشري الرقمي	8	7	87,5%	عالي
X2 راس المال الهيكلي الرقمي	6	5	83,33%	عالي
X3 راس المال العلاقتي الرقمي	6	5	83,33%	عالي
X راس المال المعرفي الرقمي	20	17	85%	عالي
Y1 التوجه الاستراتيجي للابتكار	5	5	100%	عالي
Y2 الثقافة التنظيمية الابتكارية	4	4	100%	عالي
Y3 إدارة الافكار	5	4	80%	عالي
Y4 الذكاء التنظيمي	5	4	80%	عالي
Y الابتكار الاستراتيجي	19	17	89,47%	عالي
مجمل فقرات الاستبانة	39	34	87%	

المصدر : الجدول من اعداد الباحث بالاعتماد على نتائج البرنامج الاحصائي

ب -اختبار Alpha Cronbach ثبات الاستبانة : ومن خلال النتائج الواردة في الجدول ٣ ادناه يمكن تشخيص الملاحظات التالية:

- ظهرت قيمة معامل ثبات Cronbach's Alpha لمجمل فقرات المتغير المستقل الأول المعبر عن راس المال المعرفي الرقمي (٠.٩٠٥) بما يؤشر وجود ثبات مرتفع في فقرات المتغير العشرين بسبب كونها أكثر من (٠.٧٠٠)

-فقرات المتغير المعتمد الابتكار الاستراتيجي جميعها سجلت معامل الثبات (٠.٨٠١) وهذه القيمة تؤشر تخطي فقرات المتغير التابع لاختبار الثبات بنجاح لأنها أكثر من (٠.٧٠٠). وبهذه النتيجة نستدل على وجود ثبات مرتفع في فقرات المتغير التسعة عشر.

-بلغت قيمة معامل ثبات (Cronbach's Alpha) لمجمل فقرات الاستبانة إلى (٠.٩١٥) وهي أكثر من (٠.٧٠٠) بما يرجح تخطي فقرات الاستبانة التسعة والثلاثين لاختبار الثبات بنجاح، ليؤشر ذلك وجود ثبات مرتفع في مجمل فقرات الاستبانة

-يؤكد الجدول تخطي أبعاد راس المال المعرفي الرقمي الثلاثة جميعها لاختبار الثبات بنجاح ولاسيما أن جميع قيم معامل ثبات (Cronbach's Alpha) لها سجلت معامل ثبات أكثر من (٠.٧٠٠).

-يؤكد جدول (٣) تخطي أبعاد الابتكار الاستراتيجي الأربعة جميعها لاختبار الثبات بنجاح ولاسيما أن جميع قيم معامل ثبات (Cronbach's Alpha) لها كانت أكثر من (٠.٧٠٠)

الجدول رقم (٣) نتائج اختبار Alpha Cronbach على مستوى المتغيرات الرئيسة وابعادها الفرعية

المتغير / البعد	Alpha Cronbach	مستوى الثبات
X1 راس المال البشري الرقمي	٠.٨٤١	عالي

مجلة الجامعة العراقية المجلد (٧٦) العدد (٣) ٣١ تموز لعام (٢٠٢٦)

X2	راس المال الهيكلية الرقمي	٠.٨٠٧	عالي
X3	راس المال العلاقتي الرقمي	٠.٨٦١	عالي
X	راس المال المعرفي الرقمي	٠.٩٠٥	عالي
Y1	التوجه الاستراتيجي للابتكار	٠.٧٣٣	عالي
Y2	الثقافة التنظيمية الابتكارية	٠.٧٩٩	عالي
Y3	إدارة الافكار	٠.٧٤٣	عالي
Y4	الذكاء التنظيمي	٠.٧٩٢	عالي
Y	الابتكار الاستراتيجي	٠.٨٠١	عالي
	مجمّل فقرات الاستبانة	٠.٩١٥	عالي

المصدر : الجدول من اعداد الباحث بالاعتماد على نتائج البرنامج الاحصائي

ثاني عشر : مجتمع وعينة البحث : عمد الباحث الى اختيار وزارة الثقافة والسياحة والآثار وهيئة السياحة باعتبار ما تمثله الجهتان من سمات رسمية مهمة وباعتبار ان الجهتين مسؤولتان عن الادارة والاشراف وتسيير مجمل الحركة السياحية في العراق الأمر الذي يعطي مساحة مميزة لاختبار متغيرات البحث ، وقد تم اختيار عينة من القيادات العاملة في الوزارة والهيئة اذ تم توزيع ٥٥ استمارة على المسؤولين استعيد منها ٥٠ اخضعت للتحليل الاحصائي، ولابد من الإشارة ان العقبات الروتينية وعدم تعاون الجهات الرسمية مع الباحث كانت وراء محدودية عدد الاستمارات الموزعة فضلا عن عدم استرداد عددا منها، كما ان تعامل المدراء والوكلاء ظهر بأسلوب روتيني اذ يتم تسليم الاستمارات الى احد موظفي المكتب ومن ثم استلامها في وقت لاحق بأسلوب لا يعكس الاهتمام الكافي بالبحث العلمي، ويمكن بيان اهم سمات العينة في الجدول ادناه:

جدول رقم (٤) سمات عينة البحث

السمّة	الفئة	التكرار	النسبة
المؤهل العلمي	بكالوريوس	٢٩	٥٨%
	دبلوم عالي	٢	٤%
	ماجستير	١٩	٣٨%
	دكتوراه	٠	٠
المجموع		٥٠	١٠٠%
المستوى الوظيفي	وكيل وزير	٣	٦%
	المدراء العامون	١٤	٢٨%
	معاوني المدراء العامون	١٣	٢٦%
	رؤساء الأقسام	٢٠	٤٠%
	المجموع	٥٠	١٠٠%
الخبرة الوظيفية	اقل من ١٠ سنوات	٠	٠%
	١١-١٥ سنة	٣٠	٦٠%
	١٦-٢٠ سنة	١٧	٣٤%

٢٠ سنة فاكتر	٣	٦%
المجموع	٥٠	١٠٠%

المصدر : الجدول من اعداد الباحث

من خلال الجدول أعلاه يمكن بيان ما يأتي:

أ- غلب عينة البحث من حملة شهادة البكالوريوس وبنسبة ٥٨٪ وهو مؤشر جيد على طبيعة من يتبوأ المواقع الإدارية في الوزارة وتمتعهم بقدر جيد من المعرفة الإدارية من خلال إتمام الدراسة الجامعية.

ب- عينة البحث في غالبيتها كانت ممن يشغل موقع رئيس قسم وبنسبة ٤٠٪ وهو المستوى الإداري الأكثر قدرة على تقديم المعلومات الدقيقة عن واقع العمل وهو ما يضيف مستوى اعلى من الدقة على نتائج الدراسة في بعدها الميدانية.

ت- اغلب افراد العينة المنتخبة يتمتعون بالخبرة الإدارية وهم ضمن فئة ١١ - ١٥ سنة الأمر الذي يعني قدرة الافراد المبحوثين على تقديم اراء مرتكزة على واقع ميداني خبروه لفترات زمنية جيدة.

المبحث الثاني : الإطار النظري للبحث

أولاً - رأس المال المعرفي الرقمي

١ - المفهوم : يعرف رأس المال المعرفي الرقمي على انه (قدرة المنظمة على توظيف البيانات الضخمة، والذكاء الاصطناعي، والمنصات الرقمية، والمعرفة البشرية لتحويل المعلومات إلى قيمة اقتصادية واستراتيجية تدعم الأداء التنظيمي والتحول الرقمي) Marr & Schiuma, 2022:720 كما يعرف (بأنه التكامل بين رأس المال البشري ، ورأس المال الهيكلي ، ورأس المال العلاقتي ضمن بيئة رقمية تعتمد على التكنولوجيا الذكية والاتصال الرقمي لتوليد المعرفة وتبادلها واستثمارها(Pedro et al, 2023:315) . كما يعرف على انه (مورد استراتيجي قائم على المعرفة الرقمية والأصول الفكرية الإلكترونية التي تمكن المنظمة من تحسين عملياتها، وتسريع التعلم التنظيمي، وتعزيز الابتكار في بيئات الأعمال الرقمية المعاصرة) (Xu & Li, 2024: 80)ويرى الباحث انه يمكن تعريف رأس المال المعرفي الرقمي اجرائياً على انه مجموعة الأصول المعرفية غير الملموسة المدعومة بالتقنيات الرقمية التي تمتلكها المنظمة السياحية ، والتي تشمل المعرفة التنظيمية والمهارات الرقمية، وقواعد البيانات، والعلاقات الإلكترونية، والتي يتم تبنيها في عمليات وسياسات تعزيز الابتكار السياحي وتحقيق الميزة التنافسية المستدامة في عالم المنظمات السياحية.

2-الأهمية : ويمكن بيان أهمية هذا المتغير في النقاط ادناه: (Sigala,2023:48/Buhalis 2023:160)

أ- تعزيز جودة الخدمات السياحية والفندقية : يسهم رأس المال المعرفي الرقمي في تحسين جودة الخدمات من خلال توظيف الأنظمة الذكية، وتحليل بيانات الزبائن، ومنصات الحجز الإلكتروني، مما يساعد الفنادق والمنظمات السياحية على تقديم خدمات أكثر سرعة ودقة وتخصيصاً وفق احتياجات العملاء .

ب- دعم الابتكار والتطوير المستمر : يوفر رأس المال المعرفي الرقمي بيئة معرفية قائمة على التكنولوجيا الرقمية والذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات ، الأمر الذي يساعد المنظمات السياحية والفندقية على ابتكار خدمات وتجارب سياحية جديدة تعزز قدرتها التنافسية في السوق .

ت- تحسين كفاءة اتخاذ القرارات الاستراتيجية :يساعد توافر المعرفة الرقمية وقواعد البيانات الإلكترونية في توفير معلومات دقيقة وفورية للإدارة، مما يعزز كفاءة اتخاذ القرار الاستراتيجي في مجالات التسويق السياحي، وإدارة الإيرادات والتنبؤ بالطلب السياحي، وإدارة الأزمات .

ت -تعزيز الميزة التنافسية والاستدامة التنظيمية : يساعد رأس المال المعرفي الرقمي المنظمات السياحية والفندقية على بناء علاقات رقمية قوية مع الزبائن والشركاء، وتحقيق استجابة أسرع للتغيرات البيئية والسوقية، مما يؤدي إلى تعزيز الميزة التنافسية المستدامة وتحقيق النمو طويل الأجل.

3-الأبعاد : يتنوع العمل البحثي في ميادين بيئة الفكر الإداري المعاصر بدافع تنوع الخلفيات العلمية وتعدد المساحات الميدانية التي تضع لكل نموذج خصوصية وتفرد ، وفي هذا السياق عمد الباحث بعد الاطلاع على عدد من النماذج البحثية الى تبني انموذج يعود في أساسه إلى التطور الرقمي لنموذج رأس المال الفكري التقليدي لـ Bontis و Edvinsson ، وقد جرى توظيفه وتوسيعه في أدبيات التحول الرقمي وإدارة المعرفة بواسطة عدد من الباحثين، اذ طوّره Del Giudice & Della Peruta بوصفه من النماذج الحديثة التي ربطت بين رأس المال المعرفي والتحول الرقمي، وهو من أكثر النماذج انسجاماً مع طبيعة المؤسسات السياحية والخدمية التي تعتمد على المعرفة والتقنيات الذكية في تطوير خدماتها

وتعزيز الابتكار الاستراتيجي وتتلخص أبعاد نموذج رأس المال المعرفي الرقمي في (Del Giudice, M., & Della Peruta, M. R,2016:58/Khan Z,2022:44):

أ- رأس المال البشري الرقمي: ويشير إلى المعارف والمهارات الرقمية والخبرات التقنية التي يمتلكها العاملون، وقدرتهم على استخدام التكنولوجيا الحديثة وتحليل البيانات وتوظيف الأنظمة الرقمية في تطوير العمل السياحي والثقافي.

ب- رأس المال الهيكلي الرقمي: ويتمثل في البنية التحتية الرقمية، وقواعد البيانات، والمنصات الإلكترونية، والأنظمة الذكية، والإجراءات الرقمية التي تسهم في تخزين المعرفة وتداولها ودعم عمليات الابتكار وصنع القرار.

ت- رأس المال العلائقي الرقمي: ويعبر عن قدرة المنظمة على بناء علاقات رقمية فعالة مع الجهات المستفيدة على اختلاف مستوياتها (السائحين / المؤسسات / الشركاء) عبر الوسائط الرقمية، بما يعزز جودة الخدمات والتفاعل الإلكتروني والصورة الذهنية للوزارة.

ويرى الباحث أن العمل السياحي في جانبه الرسمي في العراق والمؤشر ضمن مسؤولية الوزارة والهيئة محل البحث امام مفترق طرق حقيقي فمن خلال دخول الاستثمارات الحديثة وتشيد الفنادق المتطورة مثل قلب العالم، وموفنيك الزيتون وروتانا مع مثل هذه الانتقال من غير المنطقي ان تبقى الجهات الراعية للقطاع متراجعة عن تبني المعايير الحديثة واعتماد الآليات الرقمية المتطورة، لذا فان الإدارات العاملة والمسؤولة في تلك المؤسسات هي امام حتمية لا مناص منها الا وهي ضرورة تبني السياسات والبرامج التي ترفع من مستوى راس المال المعرفي الرقمي واعتماد الاستراتيجيات التدريبية الملزمة والتي مؤداها بناء هيكل متكامل من الموارد والكوادر مرتكز بشكل أساس على العنصر الرقمي في عمليات انجاز المهام المختلفة.

ثانياً- الابتكار الاستراتيجي

١- **المفهوم**: يشير الابتكار الاستراتيجي إلى (تبني المنظمة لأساليب إدارية وتقنية جديدة تستند إلى المعرفة الرقمية والتفكير الاستباقي بهدف خلق فرص تنافسية جديدة وتعزيز الأداء التنظيمي في بيئة الأعمال الحديثة) (Verhoef et al, ٢٠٢١: ٨٩٠)، كما يعرف على انه (نهج إداري يركز على دمج الإبداع والتكنولوجيا والمرونة الاستراتيجية لإعادة تشكيل موقع المنظمة التنافسي والاستجابة للتحويلات الرقمية والاقتصادية المعاصرة) (Hanelt et al, ٢٠٢١: ٤٨)، كما عرف على انه (تبني تغييرات جوهرية في الرؤية والموارد والعمليات التنظيمية بما يؤدي إلى تقديم منتجات أو خدمات أو نماذج أعمال مبتكرة تخلق قيمة مضافة للزبائن والمنظمة معاً) (Ferreira, et al, 2023:45)

ويرى الباحث انه يمكن تعريف الابتكار الاستراتيجي اجرائياً على انه هيكل العمليات المتكامل الذي تتبناه الإدارة السياحية والذي يحقق حالة أداء متفرد تبرز من خلال إعادة تصميم نماذج الأعمال والاستراتيجيات التنظيمية بصورة تمكن المنظمة السياحية من خلق قيمة جديدة وتحقيق ميزة تنافسية مستدامة في بيئات الأعمال السياحية المتغيرة.

٢ - **الأهمية**: وتبرز أهمية الابتكار الاستراتيجي في المنظمات السياحية والفندقية من خلال:

(Hall, Scott, & Gössling, 2022:580/Mariani & Baggio, 2022:68)

أ- تعزيز القدرة التنافسية في السوق السياحي: يساعد الابتكار الاستراتيجي المنظمات السياحية والفندقية على تطوير خدمات وتجارب جديدة تميزها عن المنافسين، مثل استخدام التطبيقات الذكية وتقنيات الحجز الرقمي، مما يؤدي إلى جذب الزبائن وتعزيز الحصة السوقية.

ب- تحسين جودة الخدمات وتجربة الزبون: يسهم الابتكار الاستراتيجي في توظيف التكنولوجيا الحديثة والذكاء الاصطناعي لتحسين جودة الخدمات الفندقية والسياحية وتخصيصها وفق احتياجات العملاء الأمر الذي يرفع مستوى رضا الزبائن وولائهم.

ت- تعزيز القدرة على التكيف مع الأزمات والتغيرات البيئية: تساعد ممارسات الابتكار الاستراتيجي الفنادق والمنظمات السياحية على تطوير نماذج عمل مرنة والاستجابة السريعة للأزمات الاقتصادية والصحية والتغيرات في سلوك السياح، مما يدعم الاستدامة التنظيمية.

ت- دعم التحول الرقمي وزيادة الكفاءة التشغيلية: يمكن الابتكار الاستراتيجي المنظمات السياحية والفندقية من تحسين عملياتها التشغيلية عبر الأنظمة الرقمية وتحليل البيانات، مما يسهم في خفض التكاليف وزيادة الإنتاجية، وتحقيق أداء تنظيمي أكثر كفاءة.

٣- **الأبعاد**: يمكن اعتماد نموذج الابتكار الاستراتيجي لـ (Dobni, ٢٠١٠) بوصفه أحد النماذج العلمية الواضحة والمنسبة لباحث متميز في عالم الفكر الإداري الحديث، والذي يعد من النماذج الرصينة في تفسير كيفية بناء الابتكار داخل المنظمات من منظور استراتيجي متكامل، وقد طور Christopher B. Dobni هذا النموذج ضمن إطار Strategic Innovation Orientation (SIO) لقياس قدرة المنظمة على تبني الابتكار كاتجاه استراتيجي شامل ويمكن بيان ابعاد هذا النموذج في النقاط ادناه:

أ- التوجه الاستراتيجي للابتكار : ويعكس مدى إدماج الابتكار ضمن الرؤية والاستراتيجية العامة للمنظمة، وقدرتها على توجيه مواردها نحو خلق قيمة جديدة ومستدامة.

ب- الثقافة التنظيمية الابتكارية : وتشير إلى البيئة الداخلية الداعمة للإبداع، والتي تشجع على قبول الأفكار الجديدة، وتحفز التفكير غير التقليدي، وتدعم المخاطرة المحسوبة.

ت- إدارة الأفكار : وتتمثل في آليات توليد الأفكار وتطويرها وتقييمها وتحويلها إلى تطبيقات عملية تسهم في تحسين الأداء والخدمات.

ث- الذكاء التنظيمي : ويعكس قدرة المنظمة على جمع المعلومات وتحليلها وتوظيفها في دعم القرارات الاستراتيجية وتعزيز الابتكار.

ويرى الباحث ان مجمل ابعاد النموذج تشكل كلاً متكاملًا يستوجب حالة من الادراك العميق في ذهنية الإدارات العاملة فمثلا في منظمة قائدة للعمل السياحي مثل المنظمة المبحوثة لابد من ترسيخ التوجه الاستراتيجي للابتكار والذي يعني تأصيل الرؤية الابتكارية في كافة مساحات التنظيم بما يحقق خلق قيمة جديدة على جانب اخر لا يمكن تصور إنجاح العمل الابتكاري مالم يكن مستند الى ثقافة تنظيمية رصينة، ومن ثم فان الأداء العام للمنظمة السياحية ابتكاريا يعني بالضرورة التعاطي مع المفهوم في كافة المستويات وعلى كل ابعاده الأمر الذي يعني أن إدارات الفرق العاملة في الوزارة والهيئة يجب ان تتحلى ببعد ابتكاري متميز في تعاطيه حتى مع تفاصيل العمل اليومي والسياسات التشغيلية ناهيك عن المستويات والابعاد الاستراتيجية التي من المفترض ان تكون بالمحصلة ذات طبيعة ابتكارية.

المبحث الثالث : الإطار العلمي للبحث

أولاً - التحليل الوصفي لمتغيرات البحث

توثق الفقرة الحالية تشخيص نتائج التحليل الوصفي لمتغيرات البحث ووصفها وتفسيرها (راس المال المعرفي الرقمي / الابتكار الاستراتيجي) بواسطة الأوساط الحسابية المرجحة والانحرافات المعيارية والاهمية النسبية على بيانات كل فقرة من فقرات الاستبانة على مستوى الوزارة والهيئة محل البحث ، كما عمل الباحث على تحديد اتجاه اجابة المستجيب على فقرات الاستبانة عبر الوسط الفرضي البالغ (٣) والذي يؤشر الحد الفاصل بين الاتفاق وعدم الاتفاق ضمن مقياس Likert الخماسي، إذ يحسب الوسط الفرضي على اساس المعادلة التالية:الوسط الفرضي = مجموع أوزان مقياس / Likert عدد البدائل ١٥/٣=٥ اما لإبراز مستوى استجابة المستجيب على فقرات الاستبانة فقد استند الباحث على مصفوفة قوة استجابة المستجيب وكما مؤشر في جدول (٥) جدول (٥) مصفوفة قوة استجابة المستجيب على فقرات الاستبانة

قيمة الوسط الحسابي المرجح محسوبة ضمن الفئة	الفئات	اوزان تدرجات المقياس	قوة الاستجابة على فقرات الاستبانة	مستوى الاستجابة من قبل المستجيب
٤.٢ - ٥	٥	الفئة الخامسة	اتفق تماما	مرتفع
٣.٤ - اقل من ٤.٢	٤	الفئة الرابعة	الاتفاق	
٢.٦ - اقل من ٣.٤	٣	الفئة الثالثة	محايد	معتدل
١.٨ - اقل من ٢.٦	٢	الفئة الثانية	لا اتفق	منخفض
١ - اقل من ١.٨	١	الفئة الأولى	لا اتفاق تماما	

المصدر: اعداد الباحث حسب تدرجات مقياس Likert

١- التحليل الوصفي للمتغير راس المال المعرفي الرقمي:

من خلال الجدول رقم ٦ ادناه يظهر بان المتغير المستقل راس المال المعرفي الرقمي بالمجمل حقق وسطا حسابيا ٤.١٣ وهو اعلى من الوسط الحسابي الفرضي ٣ وبأهمية نسبية بلغت ٨٢ % ، وعلى صعيد الابعاد الفرعية جاء بعد رأس المال البشري الرقمي أولا بمعامل اختلاف ١٨ % وبوسط ٤.٢٠ وهو الأمر الذي يعكس فكر الإدارة في التعاطي مع الكادر العامل باعتباره المتقدم في سلم الأولويات ، وجاء بعد راس المال العلاقتي الرقمي ثالثا بأهمية نسبية ٨٢.٣٣ % وبمعامل اختلاف ٢٠ % وهو مؤشر تراجع كبير اذ ان الوزارة الى الان لم توثق هيكل العلاقات الرقمية مع المؤسسات السياحية العالمية الكبرى كوسيلة لجذب الاستثمارات السياحية المتطورة وهو ما يتوجب إيلاء الاهتمام الأكبر تجاه هذا البعد

جدول رقم ٦ قيم الإحصاء الوصفي للمتغير المستقل رأس المال المعرفي وابعاده الفرعية

الرمز	المتغير / البعد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاهمية النسبية	معامل الاختلاف	الترتيب بحسب معامل الاختلاف
X1	رأس المال البشري الرقمي	4,20	0.768	%84,15	%١٨	١
X2	رأس المال الهيكلي الرقمي	4.08	١0.79	%81.73	%١٩	٢
X3	رأس المال العلاقتي الرقمي	4.11	٢0.84	%82,33	%٢٠	٣
X	راس المال المعرفي الرقمي	4.13	٣0.80	82.74	%١٩	

المصدر : الجدول من اعداد الباحث بالاعتماد على نتائج البرنامج الاحصائي

٢- التحليل الوصفي للمتغير المعتمد الابتكار الاستراتيجي:

من خلال الاطلاع على الجدول رقم ٧ ادناه يظهر أن المتغير المعتمد الابتكار الاستراتيجي حقق وسطا حسابيا مجملا بلغ ٤.٠٦ وهو اعلى من الوسط الفرضي ٣ وباهمية نسبية ٨٢% ، وعلى صعيد الابعاد الفرعية جاء بعد التوجه الاستراتيجي الابتكاري بمعامل اختلاف ١٩.٣ وباهمية نسبية بلغت ٨٢ % ، في حين جاء بعد الذكاء التنظيمي بانحراف معياري ٠.٧٣٥ وباهمية نسبية ٨٣ % وهو ما يعطي صورة عن تراجع المنظمات عينة البحث في مسار جمع المعلومات والتحليل ومن ثم التوظيف لاتخاذ القرارات الاستراتيجية وهو ما يعود للطبيعة التقليدية والروسية التي لازالت تغطي على أداء الوزارة والهيئة في اعتمادها بيانات رسمية قد لا تعكس الواقع ومن ثم اتخاذ قرارات تتأتى من الطبيعة الرسمية واعتماد سلسلة المراجع الأمر الذي ينحسر معه هامش المرونة والابتكار جدول رقم ٧ قيم الإحصاء الوصفي للمتغير المعتمد الابتكار الاستراتيجي

الرمز	المتغير / البعد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاهمية النسبية	معامل الاختلاف	الترتيب بحسب معامل الاختلاف
Y1	التوجه الاستراتيجي للابتكار	4.15	0.801	82%	%١٩.٣	١
Y2	الثقافة التنظيمية الابتكارية	4.17	0.813	%83.4	%١٩.٥	٢
Y3	إدارة الأفكار	3.82	0.910	%76.4	%٢٣	٣
Y4	الذكاء التنظيمي	4.15	0.735	%83.12	%٣١	4
Y	الابتكار الاستراتيجي	4.06	0.815	%81.23	%٢٠	

المصدر الجدول من اعداد الباحث بالاعتماد على نتائج البرنامج الاحصائي

مجلة الجامعة العراقية المجلد (٧٦) العدد (٣) ٣١ تموز لعام (٢٠٢٦)

من خلال الاطلاع على الجدول رقم ٨ ادناه يظهر أن المتغير المستقل راس المال المعرفي الرقمي جاء أولاً بمعامل اختلاف بلغ ١٩ وبوسط حسابي ٤.١٣ وجاء ثانياً متغير الابتكار الاستراتيجي بأهمية ٨١٪ وبانحراف معياري ٠.٨١٥ الجدول رقم ٨ ترتيب متغيري البحث راس المال المعرفي الرقمي والابتكار الاستراتيجي

الرمز	المتغير / البعد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	معامل الاختلاف	الترتيب بحسب معامل الاختلاف
X	راس المال المعرفي الرقمي	4.13	٣0.80	82.74	%١٩	١
Y	الابتكار الاستراتيجي	4.06	0.815	%81.23	%٢٠	٢

المصدر : الجدول من اعداد الباحث بالاعتماد على نتائج البرنامج الاحصائي

ثانياً - اختبار الفرضيات

في هذا الجزء من البحث يعتمد الباحث الى اختبار فرضيات البحث الرئيسة والفرعية وكما مبين ادناه الفرضية الرئيسة الأولى (توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية لراس المال المعرفي الرقمي في مستوى الابتكار الاستراتيجي المتحقق في وزارة الثقافة والسياحة والآثار العراقية) ، وتتفرع منها الفرضيات التالية:

1-1-توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية لبعد راس المال البشري الرقمي في مستوى الابتكار الاستراتيجي المتحقق في وزارة الثقافة والسياحة والآثار العراقية نستدل من القيم الواردة في جدول (٩) قبول الفرضية الثانوية الأولى المُنْبَتقة من الفرضية الرئيسة ونسبة ثقة (٩٥ ٪) ، إذ بلغت قيمة F المُحتسبة (٣٠,٨٦٥) وهي معنوية، باعتبارها أكبر من القيمة الجدولية F البالغة (٤,٠٨٤٧) عند مستوى معنوية (٠.٠٥) .

1-2-توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية لبعد راس المال الهيكلي الرقمي في مستوى الابتكار الاستراتيجي المتحقق في وزارة الثقافة والسياحة والآثار العراقية ، عيّن جدول (٩) قبول الفرضية الثانوية الثانية المُنْبَتقة من الفرضية الرئيسة ونسبة ثقة (٩٥ ٪) ، إذ بلغت قيمة F المُحتسبة (٣٥,٢٣٦) وهي معنوية كونها أكبر من القيمة الجدولية F البالغة (٤,٠٨٤٧) عند مستوى معنوية (٠.٠٥) .

١-٣-توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية لبعد راس المال العلاقتي الرقمي في مستوى الابتكار الاستراتيجي المتحقق في وزارة الثقافة والسياحة والآثار العراقية، حققت قيم الاختبار الواردة في جدول (٩) قبول الفرضية الثانوية الثالثة المُنْبَتقة من الفرضية الرئيسة ونسبة ثقة (٩٥ ٪) ، إذ بلغت قيمة F المحتسبة (٢١,٩٥٤) وهي معنوية لأنها أكثر من القيمة الجدولية البالغة (٤,٠٨٤٧) عند مستوى معنوية (٠.٠٥) .

جدول (٩) نتائج اختبار تأثير رأس المال المعرفي الرقمي في الابتكار الاستراتيجي بمحاورة الأربعة بواسطة F -TEST

المعتمد المستقل		الابتكار الاستراتيجي				علاقات المعنوية		الابتكار الاستراتيجي
		التوجه الاستراتيجي للابتكار	الثقافة التنظيمية الابتكارية	إدرة الأفكار	الذكاء التنظيمي	عدد الفرضيات المقبولة	النسبة المئوية للفرضيات	
ابعاد راس	رأس المال البشري الرقمي	17.601	21.035	6.3971	15.576	5	%100	568.03

مجلة الجامعة العراقية المجلد (٧٦) العدد (٣) ٣١ تموز لعام (٢٠٢٦)

المال المعرفي الرقمي	رأس المال الهيكل الرقمي	16.874	38.269	4.7821	16.171	632.53	5	%100
رأس المال العلاقاتي الرقمي	رأس المال العلاقاتي الرقمي	15.745	19.758	2.3937	13.1	459.12	4	%80
علاقات التأثير المعنوية	عدد الفرضيات المقبولة	4	4	3	4	4	19	
النسبة المئوية للفرضيات	النسبة المئوية للفرضيات	%100	%100	%75	%100	%100	%95	
القيم داخل خلايا الجدول تمثل قيم F المحسوبة بين كل متغيرين								
قيمة F الجدولية عند مستوى ثقة ٥٩٪ تساوي ٤٠٠٨٤٧								

المصدر : الجدول من اعداد الباحث بالاعتماد على نتائج البرنامج الاحصائي

شخص جدول (10) وعلى وفق نتائج برنامج التحليل الاحصائي قبول الفرضية الرئيسة الأولى وبنسبة ثقة (95%) ، وذلك من خلال تطبيق أسلوب تحليل الانحدار الخطي المتعدد لبيان تأثير أبعاد رأس المال المعرفي الرقمي مجتمعين في الابتكار الاستراتيجي ، إذ بلغت قيمة F المُحتسبة (١٦,١٠٣) وهي معنوية لأنها أكبر من قيمة F الجدولية البالغة (٢٨٣٨٧) عند مستوى معنوية (٠.٠٥) ، لتصبح مُعادلة الانحدار الخطي المتعدد التي تُعبر عن العلاقة الخطية التأثيرية بين أبعاد رأس المال المعرفي الرقمي (رأس المال البشري الرقمي / رأس المال الهيكلي الرقمي رأس المال العلائقي) الرقمي مجتمعين والذي يُرمز لكلٍ منها X_1 ، X_2 ، X_3 على التوالي في الابتكار الاستراتيجي والذي يُرمز له بـ (Y) على النحو الآتي $Y=1.407+0.281 X_1+0.296 X_2+0.064 X_3$ جدول 10 نتائج اختبار الانحدار الخطي المتعدد لتأثير ابعاد رأس المال المعرفي في الابتكار الاستراتيجي

الفرضية	المتغيرات	نوع الاختبار	الحد الثابت α	معامل β	F -test	القرار
الرئيسية	المستقل	التابع	الانحدار الخطي المتعدد	١.٤٠٧	٠.٢٨١	القيمة المحسوبة
الأولى	رأس المال	رأس المال	الابتكار الاستراتيجي			القيمة الاحتمالية (مستوى الدلالة)
						بمعنى وجود تأثير معنوي لرأس المال المعرفي الرقمي في الابتكار الاستراتيجي
						٠.٠٠٠

		١٦.١٠٣						البشري	المعرفي	
								الرقمي	الرقمي	
			رأس							
			٠.٢٩٦					المال		
								الهيكلي		
			الرقمي							
			٠.٠٦٤					رأس		
								المال		
			العلاقاتي							
								الرقمي		
قيمة F الجدولية عند مستوى ثقة ٩٥٪ = ٢.٨٣٨٧										

الجدول من اعداد الباحث بالاعتماد على نتائج البرنامج الاحصائي

المبحث الرابع : الاستنتاجات والتوصيات والمقترحات أولاً الاستنتاجات:-

- ١- من خلال نتائج الدراسة الميدانية يظهر إن فكر الإدارة في الوزارة والهيئة محل البحث في التعاطي مع الكادر العامل باعتباره المتقدم في سلم الأولويات وباعتباره الركيزة الأهم في مجمل العمل السياحي الرسمي ناهيك عن أهميته على صعيد المنظمات العاملة في هذا القطاع.
- ٢- تبين من خلال ما ورد من نتائج للدراسة الميدانية ان الوزارة الى الان لم توثق هيكل العلاقات الرقمية مع الجهات الخارجية مثل المؤسسات السياحية العالمية الكبرى كوسيلة لجذب الاستثمارات السياحية المتطورة وهو ما يتوجب إيلاء الاهتمام الأكبر تجاه هذا البعد.
- ٣- افرزت نتائج الدراسة الميدانية تراجع المنظمات عينة البحث في مسار جمع المعلومات والتحليل ومن ثم التوظيف لاتخاذ القرارات الاستراتيجية وهو ما يعود للطبيعة التقليدية والرسمية التي لازالت تغطي على أداء الوزارة والهيئة في اعتمادها بيانات رسمية قد لا تعكس الواقع ومن ثم اتخاذ قرارات تتأتى من الطبيعة الرسمية واعتماد سلسلة المراجع الأمر الذي ينحسر معه هامش المرونة والابتكار.
- ٤- تبين من خلال نتائج الدراسة ثبوت صحة فرضية تأثير راس المال المعرفي الرقمي في الابتكار الاستراتيجي.

ثانياً . التوصيات والمقترحات أ - التوصيات

- ١- ضرورة الاهتمام بسياسات وبرامج صناعة وتأهيل راس المال المعرفي الرقمي وفق الأدوات الحديثة وان كان ذلك بخطوات أولية بسيطة اذ ان الدور المهم الذي تضطلع به الوزارة في تسيير مسارات عمل القطاع السياحي يتوجب الاهتمام بالقدر الأكبر بالآليات المعرفية المعتمدة.
- ٢- اعتماد استراتيجيات تدريبية متطورة مرتكزة على الصيغ الرقمية الحديثة ونشر ثقافة العمل المؤتمت الذكي على كافة مستويات العمل في الوزارة وعدم اقتصره على مستوى اداري محدد باعتباره المستقبل الذي اضحى ضرورة لابد منها في عالم الاعمال.
- ٣- بث روح الابتكار وعده معياراً أساسياً في هيكل المكافآت والحوافز التي تمنح لفرق العمل اذ ان العمل وفق الآليات التقليدية لا يمكن ان يقدم شي للمنظمة على وجه التحديد وللقطاع السياحي عموماً
- ٤- بناء الشراكات الاستراتيجية مع المؤسسات البحثية العالمية والتي تعد برامج ابتكارية متقدمة والعمل على مد جسور التعاون بما يخدم رفع مستوى الأداء والانتقال من السمة الروتينية إلى سمات العمل المُبتكَر .

ب - المقترحات : ويمكن بيان ابرز تلك المقترحات في الآتي:

- ١ - الجاهزية الرقمية وتأثيرها في رفع مستوى الابداع التنظيمي في المنظمات السياحية.
- ٢- تأثير راس المال المعرفي في بناء المنظمة السياحية الذكية.

المصادر:

- 1- Agostini, L., Nosella, A., & Filippini, R. (2022). Does intellectual capital allow improving innovation performance? A quantitative analysis in the SME context. *Journal of Intellectual Capital*, 23(1), 1-25. <https://doi.org/10.1108/IC-05-2020-0157>
- 2- Buhalis, D., (2023). Smart hospitality and tourism analytics for service excellence. *Tourism Management Perspectives*, 45, 101062. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2022.101062>
- 3- Del Giudice, M., & Della Peruta, M. R. (2016). The impact of IT-based knowledge management systems on internal venturing and innovation: A structural equation modeling approach to corporate performance. *Journal of Knowledge Management*, 20(3), 484-498. <https://doi.org/10.1108/JKM-07-2015-0252>
- 4- Dobni, C. B. (2010). The relationship between an innovation orientation and competitive strategy. *International Journal of Innovation Management*, 14(2), 331-357.
- 5- Ferreira, J. J., Coelho, A., & Moutinho, L. (2023). Dynamic capabilities, creativity and innovation capability in organizations. *Journal of Business Research*, 157, 113566. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.113566>
- 6- Hall, C. M., Scott, D., & Gössling, S. (2022). Pandemics, transformations and tourism: Be careful what you wish for. *Tourism Geographies*, 24(2-3), 577-598. <https://doi.org/10.1080/14616688.2021.1888758>
- 7- Hanelt, A., Bohnsack, R., Marz, D., & Antunes Marante, C. (2021). A systematic review of the literature on digital transformation: Insights and implications for strategy and organizational change. *Journal of Management Studies*, 58(5), 1159-1197. <https://doi.org/10.1111/joms.12639>
- 8- Khan, Z., Jianguo, D., & Wu, X. (2022). Digital intellectual capital and innovation performance: The mediating role of absorptive capacity. *Journal of Intellectual Capital*, 23(5), 1047-1070. <https://doi.org/10.1108/JIC-03-2021-0063>
- 9- Mariani, M., & Baggio, R. (2022). Big data and analytics in hospitality and tourism management: A perspective article. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 34(3), 1021-1038. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-03-2021-0345>
- 10- Marr, B., & Schiuma, G. (2022). Digital intellectual capital and business transformation in the knowledge economy. *Journal of Intellectual Capital*, 23(4), 715-732. <https://doi.org/10.1108/JIC-2021-0145>
- 11- Pedro, E., Leitão, J., & Alves, H. (2023). Digital transformation and intellectual capital: The role of knowledge assets in organizational innovation. *Knowledge Management Research & Practice*, 21(2), 310-324. <https://doi.org/10.1080/14778238.2022.2034118>
- 12- Sigala, M. (2023). Artificial intelligence and digital transformation in tourism and hospitality. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 14(2), 155-171. <https://doi.org/10.1108/JHTT-09-2022-0278>
- 13- Tidd, J., & Bessant, J. (2021). *Managing innovation: Integrating technological, market and organizational change* (7th ed.). Wiley.USA.
- 14- Verhoef, P. C., Broekhuizen, T., Bart, Y., Bhattacharya, A., Dong, J. Q., Fabian, N., & Haenlein, M. (2021). Digital transformation: A multidisciplinary reflection and research agenda. *Journal of Business Research*, 122, 889-901. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.09.022>
- 15- Xu, J., & Li, J. (2024). Digital intellectual capital and strategic innovation capability in smart organizations. *International Journal of Information Management*, 74, 102702. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2023.102702>