DOI: https://doi.org/10.31272/jae.i146.1322
Available online at: https://admics.uomustansiriyah.edu.iq/index.php/admeco

مجلة الادارة والاقتصاد
Journal of Administration & Economics

Mustansiriyah University
College of Administration & Economics

P-ISSN: 1813 - 6729
E-ISSN: 2707-1359

تأثير التفكير الاستراتيجي في تحقيق التميز للمؤسسات السياحية الدور الوسيط للولاء التنظيمي دراسة استطلاعية لعينة من الملاكات الوظيفية في هيئة السياحة العراقية

نهاوند صباح عباس
القسم السياحة ، الكلية العلوم السياحية ، الجامعة المستنصرية ، بغداد واالعراق
Email :sugar97@uomustansiriyah.edu.iq, ORCID ID:\ https://orcid.org/0009-0005-3152-2607
نوفل عبدالرضا علوان
القسم السياحة ، الكلية العلوم السياحية ، الجامعة المستنصرية ، بغداد واالعراق
Email: nawfalaa@uomustansiriyah.edu.iq, ORCID ID:\ https://orcid.org/

المستخلص

تهدف الدراسة الى توضيح العلاقة بين التفكير الاستراتيجي ومدى تأثيره في التميز المؤسسي السياحي بتوسيط الولاء التنظيمي، والتعرف على مدى تنفيذ ابعاد التميز المؤسسي من قبل العينة المبحوثة ,وجاءت الدراسة لتحديد العلاقة والتأثير بين التفكير الاستراتيجي كمتغير مستقل والولاء التنظيمي بوصفه متغيراً وسيطاً وأثرهما في التميز المؤسسي السياحي بوصفه متغيراً تابعاً, فقد تضمن المتغير الأول ثلاثة أبعاد (التفكير النظمي، الابتكار، الرؤية) , أما المتغير الثاني فقد تضمن ثلاثة ابعاد (الولاء العاطفي، الولاء المستمر، الولاء الاخلاقي) , بينما تضمن المتغير الثالث أربعة ابعاد (تكنلوجيا المعلومات، الابداع، جودة الخدمات، التحفيز) , ولقد تفاعلت هذه الابعاد مع بعضها, وقد وضعت عدة فرضيات رئيسة وفرعية, ,تم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي كمنهجية علمية في الدراسة الحالية, واعتماد الدراسة, وقد توصلت الباحثة عن طريق الدراسة الحالية الى اهم النتائج العلمية ان معنوية التأثير غير المباشر للتفكير الاستراتيجي في التميز للمؤسسات السياحية من خلال الولاء التنظيمي، اذ يمثل دور وساطة الولاء التنظيمي وساطة جزئية بين التفكير الاستراتيجي والتميز للمؤسسات السياحية ، مما يسمح بقبول الفرضية الرئيسة الرابعة (يتزايد تأثير التفكير الاستراتيجي في التميز للمؤسسات السياحية بتوسيط الولاء التنظيمي)، اما اهم التوصيات كانت ضرورة تكوين مراكز بحثية تابعة لهيئة السياحة العراقية تهتم بدراسة وتطوير قدرات التفكير الاستراتيجي لدى القيادات الادارية العاملة بما يساعد على استغلال امكانياتهم في تحقيق الاهداف المخطط لها .

معلومات البحث

تواريخ البحث:

تاريخ تقديم البحث: 15/ 4 / 2024
تاريخ قبول البحث: 9/ 6 / 2024
عدد صفحات البحث 69 - 77

الكلمات المفتاحية:
الكلمات المفتاحية : التفكير الاستراتيجي , الولاء التنظيمي , التميز المؤسسي السياحي, انماط التفكير الاستراتيجي, ابعاد الولاء التنظيمي

المراسلة:
أسم الباحث: نهاوند صباح عباس
Email:
Sugar97@uomustansiriyah.edu.iq

1. المقدمة

مايزال التفكير الاستراتيجي يشكل صمام الامان لكافة المنظمات، لانه يكون الصورة الرئيسية في صياغة استراتيجيات المنظمات، وانه يصب في برامج عمل رئيسية تستعملها المنظمة من اجل الوصول الى رسالتها واهدافها ، ولا بد النظر الى القيادات الإدارية العاملة في المنظمات بوصفها الادارة القادرة على التفكير الاستراتيجي الذي يقود الى تحقيق التميز المؤسسي عن طريق صياغة الاهداف من خلال اتخاذ قرارات في الانشطة المختلفة التي تأخذ بنظر الإعتبار استغلال الموارد المتوفرة بالطريقة التي تعود بالنفع بمستويات قياسية، ويعد موضوع التفكير الاستراتيجي والولاء التنظيمي من الموضوعات المهمة التي تخص المنظمات بصورة عامة والمنظمات السياحية بصورة خاصه ، نتيجة الحاجه الملحة لإهتمام بها وبسبب الحاجة الى تطوير في تقديم خدمات متميزة في ظل المنافسة الشرسة، لذا اصبح الولاء التنظيمي يتمثل في رد الفعل للفرد العامل إتجاة خصائص المنظمة التي ينتمي لها، وهو احساس الفرد العامل بارتباطه بقيم واهداف المنظمة، اما التميز المؤسسي فتسعى المنظمات السياحية الى مواكبة التطورات السريعة في البيئة بمجموعة من الاساليب، لذا يتم تقديم الخدمات بافضل صورة من اجل مواجهة التحديات التي تتمثل في تنامي وتعدد الحاجات الخاصة بأفراد المجتمع وتنوعها وندرة الموارد والتحولات الاقتصادية التنافسية الدولية في مجال القطاع السياحي ، اذ انه لاتوجد

منظمات متميزة انما توحد منظمات تسعى من اجل تحقيق التميز عن طريق تحسين الاداء والإنتاجية نحو المتطلبات العصرية على وفق منهجيات واساليب وتقنيات متطورة.

2. اهمية البحث :

وتتمثل اهمية الدراسة هنا ببعدها الفكري الفلسفي، اذ تمثل محاولة وإسهاما معرفياً لتعزيز المكتبة الاكاديمية العراقية، ويتم عن طريقها توضيح وهيكلة التراكم المعرفي من اجل بيان طبيعة العلاقة بين المتغيرات المدروسة، اذ سيتم عرض بعض الاسهامات المعرفية ووجهات النظر والآراء التي تندرج تحت اكثر من مجال في الفكر الاداري (التفكير الاستراتيجي، الولاء التنظيمي، التميز المؤسسي)، وسيتم مراجعتها من اجل معرفة العلاقة بين المتغيرات المبحوثة في وجهتها السياحية من اجل فهم وادراك لماهية هذه المتغيرات والآراء النظرية التي وضعت بسببها، وهذا ما يعطي الاهمية لهذه الدراسة، كما تتجسد اهمية الدراسة مقدمة حديثة في اطار البحث الاكاديمي السياحي، ولاسيما عن طريق الربط المباشر بين متغيرات الدراسة الحالية في النظرية والتطبيق.

3. اهداف البحث :

نسعى من خلال هذه الدراسة الى بلوغ الاهداف الاتية :

1. توفير اطار نظري خاص للتعريف بأهمية التفكير الاستراتيجي والولاء التنظيمي باعتبارها متغيرات مهمة في بناء وادارة المنظمات بصورة عامة والمنظمات السياحية بصورة خاصة .
2. بيان مفهوم التميز المؤسسي السياحي واهدافه ودوافعه وابعاده .
3. محاولة رفع مستوى قدرة هيئة السياحة العراقية عن طريق وضع خطوات متكاملة بين التفكير الاستراتيجي وبين الولاء التنظيمي من اجل المساهمة في تحسين التميز المؤسسي السياحي .
4. اثارة اهتمام هيئة السياحة بالدور التي تؤديه متغيرات الدراسة في تحسين المواقع الحالية والمستقبلية عن طريق فتح الافاق البحثية لدراسة هذه المتغيرات .
5. المحاولة في تصميم مخطط فرضي للدراسة واختباره في ضوء متغيرات الدراسة الفرعية والرئيسية.

4. الاطار النظري

1.4 مفهوم التفكير الاستراتيجي :

يعد التفكير الاستراتيجي مدخلاً معاصراً ونمطاً فكرياً يسهم في تحقيق الموائمة بين الامكانات المنظمية ومستقبل المنظمة من خلال دراسة العلاقات المنظورة لمختلف الانشطة وتداخلاتها مع الانماط البيئية، أذ يشكل احد اهم التحديات التي تواجهها الادارة العليا في أي منظمة كانت، لأنه يعد اداة تعزز قدرة المنظمة وميزتها التنافسية عن طريق تهيئة قدراً من الاستعداد الذي يشكل انطلاقة النجاح ، [3].

1.1.4 انماط التفكير الاستراتيجي

1.1.1.4 التفكير النظمي :

يعتمد التفكير في النظام على الفكرة الشاملة قبل الجزئية، وهذا يجعل انظمة التفكير مفيدة لعمل المنظمات مما يطور الخصائص الجوهرية للنظام بين جميع الانظمة المفتوحة وقيمتها، ويمثل التفكير النظمي قدرة القادة على رؤية الانظمة بصورة شاملة عن طريق فهم العلاقات المتبادلة، ومراكز القوة التي توفر الخيارات الملائمة لتمكين القادة من التفكير في تحديد المشكلة ببرمتها، وتقسيم المشكلات لأجزائها الاصغر من خلال استنباط المعلومات، كما يتمكن القادة من خلاله عن سبب طلب المنتجات والخدمات التي تنتجها المنظمات، يعرف على انه فن وعلم صنع استنتاجات موثوقة حول السلوك من خلال تطوير فهم عميق ومتزايد للهيكل الاساسي، .

2.1.1.4 الرؤية :

تكمن قوة الرؤية في القدرة على جذب الانتباه من هم في داخل المنظمة وخارجها، وتركيز الاهتمام على حلم مشترك وهو الاحساس بالاتجاه يكون منطقياً ويوفر التوجه، كما ان الرؤية الصحيحة تتجاوز الوضع الراهن وتوفر الصلة المهمة بين ما يجري الان، وما تطمح المنظمة لبنائه في المستقبل، . والرؤية مبرر واضح وصريح لتحقيق النجاح وتطوير الامكانيات عن طريق الالتزام بالتميز في عدد من القدرات التي ينظر اليها على أنها العوامل الحرجة القليلة النجاح واهمها الميل الى التركيز على الهدف، وتجاوز كل شيء اخر تجتمع في مزيج فريد من نوعها باعتبارها ما تريد المنظمة ان تكون عليه مستقبلاً،[29].

2.4 مفهوم الولاء التنظيمي :

ان لكلمة الولاء مفاهيم كثيرة في اللغة، منها العهد والقرب والنصر والمحبة والالتزام، ويعد مفهوم الولاء مفهوماً قديماً تطرق اليه علماء الاجتماع والسلوك في سنوات سابقة، اذ حاولوا اعطاء التفسيرات والاجتهادات القائمة على ان الانسان كائن اجتماعي يعيش مع افراد في بيئة اجتماعية منظمة تحتاج في الحياة الى التعاون والانتماء والاخلاص من اجل الوصول الى الغايات والأهداف، ولقد اشار هؤلاء الباحثين في مجال العلوم الاجتماعية الى ان الولاء التنظيمي، هو امتداد للولاء الاجتماعي المتمثل في مشاعر الفرد وولائه وانتمائه للمجتمع الذي يعيش فيه، [11]. وتزايدت اهتمامات الباحثين في موضوع الولاء التنظيمي في اوائل الستينيات واخر السبعينيات من القر الحالي، وحسب ما ورد في الادبيات الادارية المتنوعة لتعريف الولاء التنظيمي،

1.2.4 ابعاد الولاء التنظيمي

1.1.2.4 الولاء التنظيمي العاطفي :

يتكون هذا البعد لدى الفرد بمدى معرفته للخصائص المتميزة لعمله ودرجة استقلالية واهميه وكيان وتنوع المهارات المطلوبة وقرب المشرفين وتوجيههم له، كما يتأثر بدلالة احساس الفرد بان البيئة التنظيمية التي يعمل بها تسمح له بالمشاركة الفعالة في مجريات اتخاذ القرارات سواء فيما يتعلق منها بالعمل، او ما يخصه وكل هذا يجعله يفتخر بانتمائه لمنظمته وعرض نشاطاتها بشكل ايجابي عند حديثة للأخرين وتبني مشاكلها كما لو كانت مشاكله الخاصة والشعور بوجود جو اخوي يربط بعمله،[12]. وقد اثبتت العديد من الدراسات ان المتغيرات المشار اليها سابقاً تعمل على ايجاد مناخ تنظيمي ايجابي يكافئ العاملين في المنظمة، مما يؤثر بدوره بصورة ايجابية على مستوى الولاء التنظيمي مع وجود علاقة ايجابية بين السن والعمر الوظيفي من جهة، ودرجة الولاء العاطفي لدى الفرد العامل من جهة اخرى، ويعتبر الولاء ضمن هذا البعد رابطاً او علاقة معنوية بين الفرد العامل ومنظمته، اي أنها ترى في الولاء مجموعة المشاعر العاطفية التي يظهرها الفرد العامل اتجاه منظمته، لما له من رغبة قوية في البقاء لأنه يرى انه هنالك توافق بين الدافع وقيمه وأهداف وقيم المنظمة التي يعمل بها، حيث يسعى دوماً الى الالتزام بمبادئ منظمته مهما كلف ذلك، وكذلك يعبر عنه بالارتباط الوجداني بالمنظمة ويتأثر بمدى ادراك الفرد للخصائص المتميزة لعمله، وفي هذا البعد يصبح الارتباط بالمنظمة ليس ارتباطاً مادياً، بل نفسي ووجداني ناتج من تشبع الفرد بقيم التنظيم وارتباطه بها والرغبة في التمسك بعضويته في المنظمة، [24] .

2.1.2.4 الولاء التنظيمي المستمر:

ويعني ان درجة ولاء الفرد العامل في هذه الحالة تتحدد بالقيمة الاستثمارية التي من الممكن ان يحققها الفرد لو استمر مع المنظمة مقابل ما سيفقده لو قرر الالتحاق بمنظمة اخرى،[4] . ويتأثر تقييم الفرد العامل لأهمية البقاء مع المنظمة لمجموعة من العوامل من أهمها : تقدم السن وطول العمر الوظيفي، حيث يعدان مؤشرات رئيسيان لوجود الرغبة لدى الفرد العامل في الاستمرار بعمله، فاستثمار الفرد جزء من حياته في المنظمة يعني ان اي تفريط او تساهل من قبله في هذا الاستثمار سيكون بمنزلة خسارة له، خاصة اذا كان سيبدأ بعمل جديد لا علاقة له بعمله في المنظمة، كما ان فقدان الفرد لزملاء العمل وما اقامة معهم من علاقات خلال عمله في المنظمة يعد خسارة ايضاً لهذا الفرد، وكذلك فان اختلاف نظام التقاعد من جهة الى اخرى، قد يعني خسارة للفرد يجب تجنبها، ويعد تقدم السن او العمر الوظيفي ايضاً عاملاً مشجعاً للارتباط بالمنظمة لتضائل فرص العمل في منظمات او اماكن اخرى، [27] .

3.4 مفهوم التميز المؤسسي السياحي

تعود نشأة التميز المؤسسي الى منتصف القرن العشرين، وبالتحديد في عام 1951 عندما قدم Deming الجودة كمعيار للتميز عن المنظمات الاخرى المنافسة، واعتمدت اليابان هذا النموذج الذي انشئ في عام 1951 من اجل تحقيق النهضة الصناعية اليابانية، فتبنت العديد من المنظمات في ذلك الوقت الجودة كمعيار للتميز، وينطلق هذا المفهوم من مصادر متعددة بما في ذلك الدراسات والابحاث والكتب، ويعكس هذا التنوع أهمية هذا المفهوم وتركيز المداخل الادارية المعاصرة على تعريف مفاهيم التميز المؤسسي، وتقدم مدخل الادارة العلمية فكرة الكفاءة كأساس لتحقيق التمييز المؤسسي، بينما ركز مدخل العلاقات الانسانية على تلبية احتياجات الموارد البشرية العاملة، بالإضافة الى ذلك اثرت المداخل الادارية المعاصرة على مفهوم التميز المؤسسي عن طريق مفاهيم مثل: العمل الجماعي، وفرق العمل، وجودة الحياة، والمناخ التنظيمي، والثقافة، واستمرت الجهود الادارية في تطوير مفهوم التميز المؤسسي ملمحه الى أهمية الفاعلية الذي يهدف الى تحقيق اهدفا المنظمة الاجمالية مع التأقلم مع التغيرات البيئية المتعددة، [15] . وبناء على ما تقدم من اجل اعطاء مفهوم محدد للتميز المؤسسي،

1.3.4 ابعاد التميز المؤسسي السياحي

1.1.3.4 تكنلوجيا المعلومات :

هي مجموعة من الاجراءات والاساليب مصممة لجميع وتحليل البيانات بهدف الحصول على المعلومات وتخزينها على اساس منتظم واستخدامها لتحقيق الأهداف،. ولقد ظهر مصطلح تكنولوجيا المعلومات في بداية الخمسينيات اشارة الى استخدام الحاسبات الالكترونية في ميدان الاعمال الحكومية والخاصة على حد سواء، وتتضمن تكنولوجيا المعلومات كافة التقنيات والحاسبات والبرمجيات والاتصالات المستخدمة من قبل المنظمة وعناصرها البشرية في جمع المعلومات اللازمة لإنجاز أنشطتها المختلفة وتنفيذها بهدف رفع كفاءتها وفاعليتها وأبداعها وصولاً الى تحقيق الأهداف الاستراتيجية للمنظمة والنمو والتطور، وتكنولوجيا المعلومات سلاح استراتيجي يمكن ان يساعد في بناء قدرات المنظمة عن طريق توفير افضل البيانات والمعلومات، وبما يعزز علاقة المنظمة بالزبائن والمنظمات الاخرى، [6].

2.1.3.4 جودة الخدمات :

يرجع مفهوم الجودة إلى الكلمة اللاتينية التي تعني طبيعة الشخص او طبيعة الشيء ودرجة صلابته ، وكانت تعني قديماً الدقة والاتقان، ويستخدم مصطلح الجودة للدلالة على ان منتوج جيد او خدمة جيدة، لكن من الخطأ ان نعتقد المنتوجات ذات الجودة العالية هي فقط الاكثر كلفة، وانما هي تلك المنتوجات التي تتناسب مع حاجات وتوقعات الزبائن من حيث الاداء المرتفع والكلفة المنخفضة والكمية المطلوبة والوقت المناسب ،. ولقد تزايدت اعداد المؤسسات التي تقدم الخدمات اكثر من اي وقت مضى ، فعلى سبيل المثال تصف منظمات الاعمال فيما يتعلق بنشاطها وخدماتها اضافة إلى نمو المنظمات المتصلة بالخدمات ما زال مستمراً في التوسع، وعرفت الجمعية الامريكية لضبط الجودة والشركة الاوربية بأنها : المجموع الكلي للمزايا والخصائص التي تؤثر في قدرة المنتوج على تلبية حاجات ورغبات الزبائن ، [1] .

5. الجانب التطبيقي

1.5 اختبار فرضيات البحث

1.1.5 اختبار تأثير التفكير الاستراتيجي في التميز للمؤسسات السياحية

حُددت الفرضية الرئيسة الاولى للبحث: يوجد تأثير ذو دلالة احصائية لأبعاد التفكير الاستراتيجي مجتمعة (التفكير النظمي، الابتكار، الرؤية) في التميز للمؤسسات السياحية وأبعاده (تكنولوجيا المعلومات، الابداع، جودة الخدمات) وللتحقق من صحتها، تم تنفيذ أنموذج الانحدار الخطي المتعدد وبحسب الفرضيات الفرعية الاتية:

1. يؤثر ابعاد التفكير الاستراتيجي مجتمعة في تكنولوجيا المعلومات تأثيراً معنوياً.
2. يؤثر ابعاد التفكير الاستراتيجي مجتمعة في الابداع تأثيراً معنوياً.
3. يؤثر ابعاد التفكير الاستراتيجي مجتمعة في جودة الخدمات تأثيراً معنوياً.

1.1.1.5 التحقق من الفرضية الفرعية الأولى: تؤثر التفكير الاستراتيجي بأبعادها مجتمعة في تكنولوجيا المعلومات تأثيراً معنوياً:

وجدت الباحثة بان قيمة (F) المحسوبة للأنموذج (30.018) عند درجة الحرية (2,87,89) وهي تزيد عن قيمتها المجدولة (3.948) بدرجة الحرية (89) عند مستوى الدلالة (0.05) لتشير الى معنوية الانموذج وقبوله احصائياً، ومن جميع ما عُرض من نتائج، تقبل الفرضية الفرعية الأولى من الفرضية الرئيسة الاولى (يؤثر التفكير الاستراتيجي بأبعادها مجتمعة في تكنولوجيا المعلومات تأثيراً معنوياً)، ووجدت قيمة معامل تحديد (0.408) ، وبمعامل تحديد مصحح (0.395)، اذ استطاعت ابعاد التفكير الاستراتيجي مجتمعة (التفكير النظمي، الابتكار، الرؤية) من تفسير ما نسبته (39.5%) من التغيرات التي تطرأ على تكنولوجيا المعلومات ، فيما تُعزى النسبة المتبقية (60.5%) لمتغيرات أخرى.كما تبين وجود تأثير إيجابي للتفكير النظمي قيمته (0.297) عند مستوى الدلالة (0.039)، وبقيمة (T) المحسوبة (2.099) ، ووجود تأثير إيجابي للرؤية (0.612) عند مستوى الدلالة (0.000) وبقيمة (T) المحسوبة (5.659) ،الا ان هيئة السياحة لم تستطع من استثمار الابتكار في تحسين مستوى تكنولوجيا المعلومات ، وبحسب المعادلة الاتية:

تكنولوجيا المعلومات (Y)= (0.222) + 0.297 * (التفكير النظمي) + 0.612 * (الرؤية) (1)

2.1.1.5 التحقق من الفرضية الفرعية الثانية: تؤثر التفكير الاستراتيجي بأبعادها مجتمعة في الابداع تأثيراً معنوياً:

اتضح للباحثة ان قيمة (F) المحسوبة للأنموذج (16.061) عند درجة الحرية (3,86,89) وهي تزيد عن قيمتها المجدولة (3.948) عند درجة الحرية (89) ومستوى الدلالة (0.05) لتشير الى معنوية الانموذج الامر الذي يسمح بقبول الانموذج احصائياً ومن جميع ما عُرض من نتائج، تقبل الفرضية الفرعية الثانية من الفرضية الرئيسة الاولى (يؤثر التفكير الاستراتيجي بأبعادها مجتمعة في الابداع تأثيراً معنوياً)، بينما وجد معامل تحديد (0.359) ، وبمعامل تحديد مصحح (0.337) ، اذ استطاعت ابعاد التفكير الاستراتيجي مجتمعة (التفكير النظمي، الابتكار، الرؤية) من تفسير ما نسبته (33.7%) من التغيرات التي تطرأ على الابداع ، فيما تُعزى النسبة المتبقية (66.3%) لمتغيرات أخرى.كما تبين وجود تأثير إيجابي للتفكير النظمي مقداره (0.591) عند مستوى الدلالة (0.011)، وبقيمة (T) المحسوبة (2.613)، ووجود تأثير إيجابي للرؤية (0.704) عند مستوى الدلالة (0.000)، وبقيمة (T) المحسوبة (4.956)، فيما وجد تأثير لبعد الابتكار مقداره (0.479) وبقيمة (T) المحتسبة (2.444) وبمستوى دلالة (0.017)، وبحسب المعادلة الاتية:

الابداع (Y)= (0.574) + 0.497 * (الابتكار) + 0.591 * (التفكير النظمي) + 0.704 * (الرؤية) (2)

3.1.1.5 التحقق من الفرضية الرئيسة الاولى: تؤثر التفكير الاستراتيجي بأبعادها مجتمعة في التميز للمؤسسات السياحية تأثيراً معنوياً:

تبين للباحثة ان قيمة (F) المحسوبة للأنموذج (29.343) عند درجة الحرية (3,86,89) وهي تزيد عن قيمتها المجدولة (3.948) عند درجة الحرية (89) ومستوى الدلالة (0.05) لتشير الى معنوية الانموذج وقوته التي تعزوها الباحثة الى تداؤبية الابعاد مجتمعة لأبعاد التفكير الاستراتيجي لتشكل انموذج مقبول احصائياً، ومن جميع ما عُرض من نتائج، تقبل الفرضية الرئيسة الاولى (يؤثر التفكير الاستراتيجي بأبعادها مجتمعة في التميز للمؤسسات السياحية تأثيراً معنوياً).اذ وجد معامل تحديد (0.506) ، وبمعامل تحديد مصحح (0.489)، اذ استطاعت ابعاد التفكير الاستراتيجي مجتمعة (التفكير النظمي، الابتكار، الرؤية) من تفسير ما نسبته (48.9%) من التغيرات التي تطرأ على التميز للمؤسسات السياحية ، فيما تُعزى النسبة المتبقية (51.1%) لمتغيرات، كما اتضح وجود تأثير إيجابي للرؤية مقداره (0.647) عند مستوى الدلالة (0.000)، وبقيمة (T) المحسوبة (6.406) ، كما تبين وجود تأثير إيجابي للتفكير النظمي مقداره (0.597) عند مستوى الدلالة (0.000)، وبقيمة (T) المحسوبة (3.710)، فضلاً عن وجود تأثير لابتكار في التميز للمؤسسات السياحية مقداره (0.358) عند مستوى الدلالة (0.012)، وبقيمة (T) المحسوبة (2.573) ، وبحسب المعادلة الاتية:

التميز للمؤسسات السياحية (Y)= (0.299) + 0.647 * (الرؤية) + 0.597 * (التفكير النظمي) + 0.358 * (الابتكار) (3)

2.1.5 اختبار تأثير التفكير الاستراتيجي في الولاء التنظيمي

حُددت الفرضية الرئيسة الثانية للبحث: يوجد تأثير ذو دلالة احصائية لأبعاد التفكير الاستراتيجي مجتمعة (التفكير النظمي، الابتكار، الرؤية، الصدق تجاه الاخرين) في الولاء التنظيمي وأبعادها: الولاء العاطفي، الولاء المستمر، الولاء الاخلاقي) وللتحقق من صحة الفرضية من عدمها، تم تنفيذ أنموذج الانحدار الخطي المتعدد وبحسب الفرضيات الفرعية الاتية:

1. تؤثر ابعاد التفكير الاستراتيجي مجتمعة في الولاء العاطفي تأثيراً معنوياً.
2. تؤثر ابعاد التفكير الاستراتيجي مجتمعة في الولاء المستمر تأثيراً معنوياً.
3. تؤثر ابعاد التفكير الاستراتيجي مجتمعة في الولاء الاخلاقي تأثيراً معنوياً.

1.2.1.5 التحقق من الفرضية الفرعية الأولى: تؤثر التفكير الاستراتيجي بأبعادها مجتمعة في تكنولوجيا المعلومات تأثيراً معنوياً:

من مراجعة الباحثة ، تبين ان قيمة (F) المحسوبة للأنموذج (18.828) عند درجة الحرية (3,86,89) وهي تزيد عن قيمتها المجدولة (3.948) عند درجة الحرية (89) ومستوى الدلالة (0.05) ، لتشير الى معنوية الانموذج وإمكانية قبوله احصائياً ومن جميع ما عُرض من نتائج ، تقبل الفرضية الفرعية الأولى من الفرضية الرئيسة الثانية (يؤثر التفكير الاستراتيجي بأبعادها مجتمعة

في الولاء العاطفي تأثيراً معنوياً).كما وجدت الباحثة معامل تحديد (0.396) ، ومعامل تحديد مصحح (0.375) ، اذ استطاعت ابعاد التفكير الاستراتيجي مجتمعة (التفكير النظمي، الابتكار، الرؤية) من تفسير ما نسبته (37.5%) من التغيرات التي تطرأ على الولاء العاطفي ، وتُعزى النسبة المتبقية (62.5%) لمتغيرات أخرى لم تدخل ضمن الانموذج المختبر، كما تبين وجود تأثير إيجابي لبعد الرؤية مقداره (0.427) عند مستوى الدلالة (0.000)، وبقيمة (T) المحسوبة (4.703) ، ووجود تأثير إيجابي للتفكير النظمي (0.512) عند مستوى الدلالة (0.000)، وبقيمة (T) المحسوبة (3.540) ،فضلاً عن وجود تأثير إيجابي لبعد الابتكار مقداره (0.312) بقيمة (T) المحتسبة (2.493) في تحسين الولاء العاطفي ، وبحسب المعادلة الاتية:

الولاء العاطفي (Y)= (1.398) + 0.427 * (الرؤية) + 0.512 * (التفكير النظمي) + 0.312 * (الابتكار) (4)

2.2.1.5 التحقق من الفرضية الفرعية الثانية: تؤثر التفكير الاستراتيجي بأبعادها مجتمعة في الولاء المستمر تأثيراً معنوياً:

تبين من ان قيمة (F) المحسوبة للأنموذج (12.103) عند درجة الحرية (1,88,89) وهي تزيد عن قيمتها المجدولة (3.948) عند درجة الحرية (89) ومستوى الدلالة (0.05) ومن جميع ما عُرض من نتائج، تقبل الفرضية الفرعية الثانية من الفرضية الرئيسة الثانية (يؤثر التفكير الاستراتيجي بأبعادها مجتمعة في الولاء المستمر تأثيراً معنوياً).

اذ وجدت الباحثة معامل تحديد (0.218) ، وبمعامل تحديد مصحح (0.200) ، اذ استطاعت ابعاد التفكير الاستراتيجي مجتمعة (التفكير النظمي، الابتكار، الرؤية) من تفسير ما نسبته (20%) من التغيرات التي تطرأ على الولاء المستمر ، فيما تُعزى النسبة المتبقية (70%) لمتغيرات أخرى لم تدخل ضمن الانموذج المختبر ، كما تبين وجود تأثير إيجابي للتفكير النظمي (0.562) عند مستوى الدلالة (0.002)، وبقيمة (T) المحسوبة (3.261) ، بينما لم تتمكن هيئة السياحة من توظيف التفكير النظمي والابتكار في تحسين الولاء المستمر ،، وبحسب المعادلة الاتية:

الولاء المستمر (Y)= (0.544) + 0.562 * (التفكير النظمي) (5)

3.2.1.5 التحقق من الفرضية الرئيسة الثانية: تؤثر التفكير الاستراتيجي بأبعادها مجتمعة في الولاء التنظيمي تأثيراً معنوياً:

تبين ان قيمة (F) المحسوبة للأنموذج (24.354) عند درجة الحرية (2,87,89) وهي تزيد عن قيمتها المجدولة (3.948) عند درجة الحرية (89) ومستوى الدلالة (0.05) ، لتشير الى معنوية الانموذج، ومن جميع ما عُرض من نتائج، من الفرضية الرئيسة الثانية (يؤثر التفكير الاستراتيجي بأبعادها مجتمعة في الولاء التنظيمي تأثيراً معنوياً).كما وجدت الباحثة معامل تحديد (0.460) ، وبمعامل تحديد مصحح (0.447) ، اذ استطاعت ابعاد التفكير الاستراتيجي مجتمعة (التفكير النظمي، الابتكار، الرؤية) من تفسير ما نسبته (44.7%) من التغيرات التي تطرأ على الولاء التنظيمي ، فيما تُعزى النسبة المتبقية (55.3%) لمتغيرات أخرى لم تدخل ضمن الانموذج المختبر ، اذ تبين وجود تأثير إيجابي لبعد التفكير النظمي مقداره (0.481) عند مستوى الدلالة (0.000)، وبقيمة (T) المحسوبة (4.965) ، ووجود تأثير إيجابي لبعد الرؤية (0.293) عند مستوى الدلالة (0.000)، وبقيمة (T) المحسوبة (3.961) ، وهذا ما يشير الى تمكن هيئة السياحة من توظيف الرؤية والتفكير المنظمي في تحسين مستوى الولاء التنظيمي، بينما لم يظهر لها أي استثمار لبعد الابتكار ، وبحسب المعادلة الاتية:

الولاء التنظيمي (Y)= (0.810) + 0.293 * (الرؤية) + 0.481 * (التفكير النظمي) (6)

3.1.5 اختبار تأثير الولاء التنظيمي في التميز للمؤسسات السياحية

الفرضية الرئيسة الثالثة للبحث: يوجد تأثير ذو دلالة احصائية لأبعاد الولاء التنظيمي مجتمعة (الولاء العاطفي، الولاء المستمر، الولاء الاخلاقي) في التميز للمؤسسات السياحية وأبعاده: تكنولوجيا المعلومات، الابداع، جودة الخدمات) ولتحقق الباحث من صحة الفرضية من عدمها، تم تنفيذ أنموذج الانحدار الخطي المتعدد وبحسب الفرضيات الفرعية الاتية:

1. تؤثر ابعاد الولاء التنظيمي مجتمعة في تكنولوجيا المعلومات تأثيراً معنوياً.
2. تؤثر ابعاد الولاء التنظيمي مجتمعة في الابداع تأثيراً معنوياً.
3. تؤثر ابعاد الولاء التنظيمي مجتمعة في جودة الخدمات تأثيراً معنوياً.
4. تؤثر ابعاد الولاء التنظيمي مجتمعة في التحفيز تأثيراً معنوياً

1.3.1.5 التحقق من الفرضية الفرعية الأولى: يؤثر الولاء التنظيمي بأبعادها مجتمعة في تكنولوجيا المعلومات تأثيراً معنوياً:

تبين ان قيمة (F) المحسوبة للأنموذج (31.025) عند درجة الحرية (2,87,89) وهي تزيد عن قيمتها المجدولة (3.948) عند درجة الحرية (89) ومستوى الدلالة (0.05) معنوية الانموذج ، وهو انموذج معتمد احصائياً ومن جميع ما استعرض من نتائج ، تقبل الفرضية الفرعية الأولى من الفرضية الرئيسة الثالثة (يؤثر الولاء التنظيمي بأبعادها مجتمعة في تكنولوجيا المعلومات تأثيراً معنوياً) ، تبين وجود معامل تحديد مقداره (0.416) ، وبمعامل تحديد مصحح (0.403) ، اذ استطاعت ابعاد الولاء التنظيمي مجتمعة (الولاء العاطفي، الولاء المستمر، الولاء الاخلاقي) من تفسير ما نسبته (40.3%) من التغيرات التي تطرأ على تكنولوجيا المعلومات ، فيما تُعزى النسبة المتبقية (59.7%) لمتغيرات أخرى لم تدخل في الانموذج المختبر. فيما تبين وجود تأثير إيجابي للولاء العاطفي مقداره (0.390) عند مستوى الدلالة (0.000)، وبقيمة (T) المحسوبة (3.408)، ووجود تأثير إيجابي للولاء الأخلاقي في تكنولوجيا المعلومات مقداره (0.489) عند مستوى الدلالة (0.000) وبقيمة (T) المحسوبة (4.435)، بينما لم تجد للباحثة أي تأثير للولاء المستمر في تكنولوجيا المعلومات، وبحسب المعادلة الاتية:

تكنولوجيا المعلومات (Y)= (0.268) + 0.489 * (الولاء الاخلاقي) + 0.390 * (الولاء العاطفي) (7)

2.3.1.5 التحقق من الفرضية الفرعية الثانية: يؤثر الولاء التنظيمي بأبعادها مجتمعة في الابداع تأثيراً معنوياً:

تبين ان قيمة (F) المحسوبة للأنموذج (12.928) عند درجة الحرية (3,86,89) وهي تزيد عن قيمتها المجدولة (3.948) عند درجة الحرية (89) ومستوى الدلالة (0.05) معنوية الانموذج ، وهو انموذج معتمد احصائياً ومن جميع ما استعرض من نتائج ، تقبل الفرضية الفرعية الثانية من الفرضية الرئيسة الثالثة (يؤثر الولاء التنظيمي بأبعادها مجتمعة في الابداع تأثيراً معنوياً) ، تبين

وجود معامل تحديد مقداره (0.311) ، وبمعامل تحديد مصحح (0.287) ، اذ استطاعت ابعاد الولاء التنظيمي مجتمعة (الولاء العاطفي، الولاء المستمر، الولاء الاخلاقي) من تفسير ما نسبته (28.7%) من التغيرات التي تطرأ على الابداع ، فيما تُعزى النسبة المتبقية (71.3%) لمتغيرات أخرى لم تدخل في الانموذج المختبر. فيما تبين وجود تأثير إيجابي للولاء العاطفي مقداره (0.330) عند مستوى الدلالة (0.046)، وبقيمة (T) المحسوبة (2.026)، ووجود تأثير إيجابي للولاء الأخلاقي في الابداع مقداره (0.444) عند مستوى الدلالة (0.005) وبقيمة (T) المحسوبة (2.874)، بينما لم تجد للباحثة أي تأثير للولاء المستمر في الابداع، وبحسب المعادلة الاتية:

الابداع (Y)= (0.194) + 0.444 * (الولاء الاخلاقي) + 0.330 * (الولاء العاطفي) (8)

3.3.1.5 التحقق من الفرضية الفرعية الثالثة: تؤثر الولاء التنظيمي بأبعادها مجتمعة في جودة الخدمات تأثيراً معنوياً:

أظهرت وجود معامل تحديد مقداره (0.339)، وبمعامل تحديد مصحح مقداره (0.316)، اذ استطاعت ابعاد الولاء التنظيمي مجتمعة (الولاء العاطفي، الولاء المستمر، الولاء الاخلاقي) من تفسير ما نسبته (31.6%) من التغيرات التي تطرأ على جودة الخدمات، فيما تُعزى النسبة المتبقية (31.6%) لمتغيرات أخرى لم تدخل في الانموذج المختبر، فيما ظهرت قيمة (F) المحسوبة للأنموذج (14.723) عند درجة الحرية (3,86,89) وهي تزيد عن قيمتها المجدولة (3.948) عند درجة الحرية (89) ومستوى الدلالة (0.05) معنوية الانموذج.

اذ تبين وجود تأثير إيجابي للبعد الولاء العاطفي مقداره (0.343) في جودة الخدمات عند مستوى الدلالة (0.021)، وبقيمة (T) المحسوبة (2.344) ، ووجود تأثير إيجابي لبعد الولاء المستمر مقداره (0.330) في جودة الخدمات عند مستوى الدلالة (0.003) وبقيمة (T) المحسوبة (3.104)، بينما لم تجد الباحثة أي تأثير لبعد الولاء الأخلاقي في تحسين مستوى جودة الخدمات لدى هيئة السياحة ، ومن جميع ما استعرض من نتائج، تقبل الفرضية الفرعية الثالثة من الفرضية الرئيسة الثالثة (يؤثر الولاء التنظيمي بأبعادها في جودة الخدمات تأثيراً معنوياً) ، وبحسب المعادلة الاتية:

جودة الخدمات (Y)= (0.085) + 0.343 * (الولاء العاطفي) + 0.330 * (الولاء المستمر) (9)

4.3.1.5 التحقق من الفرضية الفرعية الرابعة: يؤثر الولاء التنظيمي بأبعادها مجتمعة في التحفيز تأثيراً معنوياً:

أظهرت وجود معامل تحديد مقداره (0.372) ، وبمعامل تحديد مصحح مقداره (0.358)، اذ استطاعت ابعاد الولاء التنظيمي مجتمعة (الولاء العاطفي، الولاء المستمر، الولاء الاخلاقي) من تفسير ما نسبته (35.8%) من التغيرات التي تطرأ على التحفيز، فيما تُعزى النسبة المتبقية (64.2%) لمتغيرات أخرى لم تدخل في الانموذج المختبر ، فيما ظهرت قيمة (F) المحسوبة للأنموذج (25.766) عند درجة الحرية (2,87,89) وهي تزيد عن قيمتها المجدولة (3.948) عند درجة الحرية (89) ومستوى الدلالة (0.05) معنوية الانموذج. اذ تبين وجود تأثير إيجابي للبعد الولاء المستمر مقداره (0.364) في التحفيز عند مستوى الدلالة (0.000)، وبقيمة (T) المحسوبة (3.647) ، ووجود تأثير إيجابي لبعد الولاء الاخلاقي مقداره (0.546) في التحفيز عند مستوى الدلالة (0.000) وبقيمة (T) المحسوبة (4.438)، بينما لم تجد الباحثة أي تأثير لبعد الولاء العاطفي في تحسين التحفيز لدى هيئة السياحة ، ومن جميع ما استعرض من نتائج، تقبل الفرضية الفرعية الرابعة من الفرضية الرئيسة الثالثة (يؤثر الولاء التنظيمي بأبعادها في التحفيز تأثيراً معنوياً) ، وبحسب المعادلة الاتية:

التحفيز (Y)= (0.144) + 0.546 * (الولاء الاخلاقي) + 0.364 * (الولاء المستمر) (10)

6. الاستنتاجات

1. اتضح اهتمام هيئة السياحة بالتفكير النظمي مما جعله الركيزة الأساسية في تعزيز التفكير الاستراتيجي من خلال تركيزها قبل اتخاذ اي قرار على عملية البحث عن سبب المشكلة، والاهتمام بالتغذية الراجعة التي تتعلق بإنجازاتها في مجالات الاداء تبعاً لقراراتها المتخذة.
2. لجأت هيئة السياحة الى الابتكار في سعيها لتحسين التفكير الاستراتيجي من خلال حصولها على الأفكار الجديدة لتطوير عملها ومن مختلف المصادر، فضلاً عن تبنيها الأفكار الجديدة والأبحاث والدراسات العلمية في مجالات عملها ضمن القطاع السياحي وتطويره باتجاهين (الافقي والعمودي).
3. سعت هيئة السياحة الى امتلاك رؤية تزيد من مستوى تفكيرها الاستراتيجي وترتبط بالوعي وأدراك الادارة العليا لتشخيص نقاط القوة والضعف والصورة المستقبلية المرغوبة فيها.
4. لجأت هيئة السياحة الى اعتماد الولاء العاطفي في تحسين الولاء التنظيمي من خلال اهتمامها بتكوين علاقات اجتماعية يسودها جو من التفاني والتعاون بين موظفيها في القسم الذي يعملون به، مما جعلهم يشعرون بالسعادة عندما يقضون مسيرتهم الوظيفية فيها.
5. ركزت هيئة السياحة على الولاء المستمر بشكل مرتفع من خلال إقامة العلاقات الجيدة بين زملاء العمل وبما يدفعهم للبقاء في الهيئة، لاسيما وان هذا البقاء نابع من حاجاتهم المادية للعمل.

7. التوصيات

1. ضرورة اهتمام هيئة السياحة الإضافي بالتفكير النظمي من خلال رفع تركيب وتكامل العناصر المتنوعة والموجهة بالضرورة الى فهم اجزاء التفكير المنظم وكيفية تفاعلها مع بعضها البعض للوصول الى أهدافها عبر دراسة علاقة كل عنصر بالكل وتقييمها من حيث مساهمتها في خدمة أهداف النظام ككل، فضلاً عن تبني الاليات الاتية:

- الاهتمام بالتغذية الراجعة التي تتعلق بإنجازاتها في مجالات الاداء تبعاً لقراراتها المتخذة.

- امتلاك القدرة على توظيف التنافس بين الاطراف ذات العلاقة لخدمة أهداف الهيئة.

2.على هيئة السياحة زيادة اهتمامها بالابتكار وبما يحسن من مستوى تفكيرها الاستراتيجي من خلال اعتماد مراحل متعددة ينتج عنها فكر او عمل جديد يتميز بأكبر قدر من المرونة والاصالة والحساسية للمشكلات والاحتفاظ بالاتجاه ومواصلته ويمكن تنميتها وتطويرها بحسب قدرات وامكانات افرادها وفرقها، مع الاخذ بنظر الاعتبار تنفيذ الاتي:

- ايجاد اليات عمل جديدة من شأنها تسهيل الاجراءات في الهيئة.
- تحفيز الافراد العاملين في سبيل توليد افكار جديدة خلاقة.

3.العمل على تحسين رؤية هيئة السياحة والناجمة عن امتلاك نظرة شاملة تعطي مؤشرات حول مستقبل خطط الهيئة، اذ تترجم الهدف البعيد وتجسد هويتها وتحدد توجهها وترسم مساراً دالاً الى معالم مستقبلها المتوقع، مع الاخذ بنظر الاعتبار الاتي:

- المشاركة الفاعلة في تحديد الرؤية الاستراتيجية مع افرادها لأقناعهم وتشجيعهم على تحقيق الأهداف.
- تحسين وعي وادراك الإدارة حول تشخيص نقاط القوة والضعف وصورتها المستقبلية الراغبة في تحقيقها.
- مراجعة الرؤية بحسب المستجدات وتطويرها بشكل مستمر.

4.على هيئة السياحة الاهتمام بتحسين الولاء العاطفي من خلال تطوير معرفة افرادها بالخصائص المتميزة لعملهم ودرجة استقلالية واهميه وكيان وتنوع المهارات المطلوبة وقرب المشرفين وتوجيههم، اذ يتأثر بدلالة احساسهم بان البيئة التنظيمية التي يعملون بها تسمح لهم بالمشاركة الفعالة في مجريات اتخاذ القرارات، مع ضرورة التوجه الى تبني الاليات الاتية:

- الاستعداد لتقديم جهود اضافية من اجل تقديم خدمات سياحية افضل.
- منح عاملي الهيئة الشعور بالأمان لقضاء بقية مسيرتهم الوظيفية فيها.
- العمل على إشاعة مشاعر الفخر بين افراد الهيأة عندما يتحدثون اما مختلف الجهات الخارجية عنها.

5.ينبغي على هيئة السياحة إيلاء الولاء المستمر للعاملين فيها المزيد من الاهتمام من خلال تحديد القيمة الاستثمارية التي من الممكن ان يحققها الفرد لو استمر معها مقابل ما سيفقده لو قرر الالتحاق بعمل اخر خارجها، ويتأثر تقييم الفرد العامل لأهمية البقاء فيها لمجموعة من العوامل من أهمها: تقدم السن وطول العمر الوظيفي، مع ضرورة الاهتمام بالاتي:

- منح مساحة الأمان وإزالة الخوف من تفكير افراد الهيئة بترك العمل فيها او نقلهم لمحلات عمل أخرى.
- تثقيف عاملي الهيئة بأن بقائهم سيزيد من مردودهم المادي وتلبية حاجات اسرهم وتقبل المهام التي ترتبط نتائجها بالمكافئات المادية والمعنوية.

المصادر

[1] البهادلي ، كرار جاسم كاظم ، الانماط الشخصية وتأثيرها في تحقيق رضا الضيف : دراسة تطبيقية لعينة من فنادق الدرجة الاولى في مدينة بغداد ، رسالة ماجستير ، الجامعة المستنصرية ، كلية العلوم الاتصالية ، بغداد ، 2020 .

[2] الحمادي، بشير محمد وعسيف، هائل سعيد علي (2023)، اثر استخدام بطاقة الاداء المتوازن في تحقيق التميز المؤسسي دراسة تحليلية لآراء عينة من العاملين بجامعة العلوم والتكنلوجيا اليمنية، مجلة كلية القيم الجامعة، المجلد 7، العدد14 ، اليمن

[3] الساعدي ، طالب لفتة محمد (2017) ، اثر التفكير الاستراتيجي في جودة الخدمة الفندقية : دراسة تطبيقية لفنادق الدرجة الممتازة لمدينة بغداد ، رسالة ماجستير ، الجامعة المستنصرية ، كلية العلوم السياحية ، بغداد .

[4] اللوزي، خديجة محمد (2012) ، مستويات الذكاء العاطفي لمديرية المدارس الثانوية وأثرها على الولاء التنظيمي للمعلمين في محافظة العاصمة عمان، رسالة ماجستير في الادارة والقيادة التربوية، جامعة الشرق الاوسط، كلية العلوم التربوية، عمان

[5] توفيق، عبد الرحمن (2016)، الدافعية وحوافز العمل، مركز الخبرات المهنية للإدارة والتدريب والنشر، القاهرة .

[6] جمعة، محمود حسن (2017)، اثر تكنولوجيا المعلومات على الاداء المصرفي: دراسة تطبيقية على عينة من المصارف الحكومية في محافظة ديالى، مجلة تكريت للعلوم الادارية والاقتصادية، المجلد 19، العدد خاص، تكريت .

[7] حاتم، فراس ناجي (2023)، اثر المناخ التنظيمي في الولاء التنظيمي للمؤسسات السياحية: دراسة استطلاعية لكليات العلوم السياحية في بغداد وكربلاء، مجلة نسق، المجلد 37، العدد 7، بغداد .

[8] حمود، خضير كاظم (2005)، ادارة الجودة الشاملة، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان .

[9] حمود، زينب اركان (2018) ، خصائص التفكير الاستراتيجي ودورها في انتاجية العمل: بحث تطبيقي في شركة التامين الوطنية، دبلوم عالي، جامعة بغداد، المعهد العالي للدراسات المحاسبية والمالية، قسم الدراسات المالية، تخصص التامين، بغداد

[10] علي، فخري عبادي (2022) ، التراصف الاستراتيجي وتأثيره في تحقيق الابداع التنظيمي دراسة تطبيقية في ديوان وزارة التربية\ المديرية العامة لتربية بغداد الكرخ الاولى\ قسم تربية ابو غريب، مجلة اقتصاديات الاعمال، المجلد الثاني، العدد الاول، بغداد .

[11] علي، كريم ناصر (2017) ، الولاء التنظيمي لدى تدريسيين الجامعة المستنصرية، مجلة كلية التربية الاساسية، المجلد 23، العدد 97، بغداد .

[12] عويضة، إيهاب احمد (2008) ، اثر الرضا الوظيفي على الولاء التنظيمي لدى العاملين في المنظمات الأهلية في محافظات غزة، رسالة ماجستير في ادارة الاعمال، الجامعة الاسلامية، كلية التجارة، قسم ادارة الاعمال، فلسطين .

[13] قطامي، نايفة (2015)، مناهج واساليب تدريس الموهوبين والمتفوقين، الطبعة الاولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الاردن .

[14] محمد، نسرين جاسم وشنيتر، عبد الرحمن طاهر (2015) ، العلاقة بين نوعية حياة العمل والابداع التنظيمي بحث تطبيقي في ديوان وزارة التخطيط، مجلة العلوم الاقتصادية والادارية، المجلد 21، العدد 81، بغداد .

[15] نجم، حسين عبد الجبار (2023)، " دور التفكير الاستراتيجي في تعزيز التميز المؤسسي : دراسة استطلاعية لعدد من العاملين في الاقسام التابعة للمديرية العامة للتربية في محافظة نينوى"، مجلة جامعة كركوك للعلوم الادارية والاقتصادية، المجلد 13، العدد 2 ، كركوك .

[16] Abidin, Nor Zaini Zainal & Saidon, Mohd Kasri & Salamat, Azni Syafena Andin (2022), " Organizational Loyalty: A study in Relation of Ethical Accountability and Public Trust in local government", journal of administrative science, vol 19, isuue 1 .

[17] Abuzaid, A (2016), " Testing the Impact of Strategic Leadership organization Ambidexterity: A Field Study on the Jordanian Chemical Manufacturing Companies", International journal of business and Management, vol . 11, No 5

[18] Adam, Mukharuddin & Kesuma, Meldi (2021), " The role of organizational commitment in Mediating the effect of job characteristics and organizational support on employee loyalty Muhammadiyah Aceh university , international journal of business management and economic review, vol 4, no 2 .

[19] Akhtar, C. S., Awan, S. H., Naveed, S., & Ismail, K (2018), " A comparative study of the application of systems thinking in achievement organizational effectiveness in Malaysian and Pakistani banks", International Business Review, vol 27, No 4 .

[20] Allen, N & Meyer, J (2004), " Tcm Employee commitment Survey Academic Users Guide", London Ontario, Canada : university of Western Ontario, Department of Psychology .

[21] Al-Omari, Hani Abdullah (2021), Strategic planning concepts in light of the criteria for the excellence Award Procedures and evaluation criteria , Riyadh, Saudi council for quality .

[22] Ana, Lilian, (2016), What is the effect of size on the use of the EFQM excellence model?, international journal of operations & production management, vol (36), no12

[23] Bonn I, (2005), Improving Strategic thinking: a multilevel approach", Leadership & Organization Development", journal, vol. 26, no. 1 .

[24] Boussalem, Abu Bakrm, (2014), " Impact of employees Empowerment on Organizational Loyalty-case study on Algerian communications company, vol 2, no 7

[25] Correia, Fabio Daniel, Carvalho, Andre M., Allen, Nicola Campbell and Paulo Sampaio (2018), A new approach to organizational excellence for small and medium enterprises: the QOE-SME model, journal total Quality management & business excellence, vol 32 .

[26] Dionisio, Marcelo (2017), " Strategic Thinking: The Role in Successful Management", journal of management Research .

[27] Eketu, C.A., & Ogbu Edeh PhD, F. (2015), " Promoting employee loyalty through organizational learning A study of selected hospitality firms in Port Harcourt, Nigeria. IOSR journal of business and management .

[28] Frempong, L.N., Agbenyo, W., & Darko, P.A (2018), " The impact of job satisfaction on employees loyalty and commitment: a comparative study among some selected sectors in Ghana", European Journal of business and management, 10 (12) .

[29] Heijden, K (2005), " Scenarios the art of Strategic Conversation", 2th edition, John Wiley & SonsLtd, Printed and bound in Great Britain by TJ International Ltd, Padstow, Cornwal .

[30] Jaroslav Nenadal & David Vykydal & David Waloszek (2018), Organizational Excellence : Approaches models and theiruse at Czech organizations quality Innovation Prosperity .

DOI: https://doi.org/10.31272/jae.i146.1322
Available online at: https://admics.uomustansiriyah.edu.iq/index.php/admeco

Journal of Administration & Economics

Mustansiriyah University
College of Administration & Economics

P-ISSN: 1813 - 6729

E- ISSN: 2707-1359

The Impact of Strategic Thinking in Achieving Excellence Tourism Institutions Mediating Role of Organisational Loyalty

Nahawand sabbah abbas
Dep. of Tourism, College of Tourism Sciences, University Mustansiriyah, Baghdad, Iraq
Email :sugar97@uomustansiriyah.edu.iq, ORCID ID:\ https://orcid.org/0009-0005-3152-2607
NAWFEL ABDULREDHA ALWAN ALKALABI
Dep. of Tourism, College of Tourism Sciences, University Mustansiriyah, Baghdad, Iraq
Email: nawfalaa@uomustansiriyah.edu.iq, ORCID ID:\ https://orcid.org/

Article Information

Article History:
Received: 15 / 4 / 2024
Accepted: 9 / 6 / 2024
Available Online: 1 / 12 / 2024
Page no: 69 – 77

Keywords:
Strategic thinking, Organisational loyalty, Institutional excellence in tourism, Patterns of strategic thinking, Dimensions of organisational loyalty

Correspondence:
Researcher name:
Nahawand sabbah abbas

Email:
Sugar97@uomustansiriyah.edu.iq

Abstract

The study aims to elucidate the relationship between strategic thinking and organisational excellence in tourism, mediated by organisational loyalty. It seeks to understand the extent of implementation of organisational excellence dimensions by the surveyed sample. The study specifically aims to determine the relationship and impact between strategic thinking as an independent variable, organisational loyalty as a mediating variable, and their effect on tourism organisational excellence as a dependent variable. The first variable includes three dimensions (systematic thinking, innovation, and vision), while the second variable encompasses three dimensions (affective loyalty, continuous loyalty, and ethical loyalty). The third variable comprises four dimensions (information technology, creativity, service quality, and motivation), all of which interact with each other. Several primary and subsidiary hypotheses were formulated, and an analytical descriptive approach was adopted as the scientific methodology for this study. This study found that the indirect influence of strategic thinking on tourism organizational excellence via organizational loyalty is significant, suggesting that organizational loyalty partially mediates between strategic thinking and tourism organisational excellence. Therefore, it recommends the establishment of research centres under the Iraqi Tourism Authority to focus on studying and enhancing administrative leaders' strategic thinking capabilities to utilise their potential in achieving planned objectives.