

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

نهاد صباح عباس

القسم السياحة، الكلية العلوم السياحية، الجامعة المستنصرية، بغداد، العراق.

Email: sugar97@uomustansiriyah.edu.iq, ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-3152-2607>

نوفل عبدالرضا علوان

القسم السياحة، الكلية العلوم السياحية، الجامعة المستنصرية، بغداد، العراق.

Email: nawfalaa@uomustansiriyah.edu.iq, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4509-3901>

المستخلص

معلومات البحث

تواريخ البحث:

التقديم: 2024 / 04 / 15

المراجعة: 2024 / 11 / 01

قبول النشر: 2024 / 06 / 09

نشر الكتروني: 2024 / 12 / 01

تسلسل الصفحات: 70 - 79

الكلمات المفتاحية:

التفكير الاستراتيجي، الولاء التنظيمي، التميز المؤسسي السياحي، انماط التفكير الاستراتيجي، ابعاد الولاء التنظيمي.

المراسلة:

أسم الباحث: نهاد صباح عباس

Email:

sugar97@uomustansiriyah.edu.iq

تهدف الدراسة الى توضيح العلاقة بين التفكير الاستراتيجي ومدى تأثيره في التميز المؤسسي السياحي بتوسط 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 (تكنولوجيا المعلومات، الابداع، جودة الخدمات، التحفيز) ، ولقد تفاعلت هذه الابعاد مع بعضها؛ وقد وضعت عدة فرضيات رئيسية وفردية، تم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي كمنهجية علمية للبحث، وقد توصلت الباحثة 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 الرئيسية الرابعة (يتزايد تأثير التفكير الاستراتيجي في التميز للمؤسسات السياحية بتوسط 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 .

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 خاصة ، نتيجة الحاجة الملحة لإهتمام بها وبسبب الحاجة الى تطوير في تقديم خدمات متميزة في ظل المنافسة الشرسية، لذا اصبح الولاء التنظيمي يمثل في رد الفعل للفرد العامل إتجاه 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 توحيد منظمات تسعى من اجل تحقيق التميز عن طريق تحسين الاداء والإنتاجية نحو المتطلبات العصرية على وفق منهجيات واساليب وتقنيات متطورة

2. اهمية الدراسة

وتتمثل اهمية الدراسة هنا ببعده الفكري الفلسفي، اذ تمثل محاولة وإسهاماً 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 الأهمية لهذه الدراسة، كما تتجسد أهمية الدراسة مقدمة حديثة في إطار البحث الأكاديمي السياحي، ولاسيما عن طريق الربط المباشر بين متغيرات الدراسة الحالية في النظرية والتطبيق.

3. أهداف الدراسة

نسعى من خلال هذه الدراسة الى بلوغ الأهداف الآتية :

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

4. الإطار النظري

1.4 مفهوم التفكير الاستراتيجي

يعد التفكير الاستراتيجي مدخلاً معاصراً ونمطاً فكرياً يسهم في تحقيق الموائمة بين الامكانات المنظمة ومستقبل المنظمة من خلال دراسة العلاقات المنظورة لمختلف الأنشطة وتداخلاتها مع الأنماط البيئية، أذ يشكل أحد أهم التحديات التي تواجهها الإدارة العليا في أي منظمة كانت، لأنه يعد أداة تعزز قدرة المنظمة وميزتها التنافسية عن طريق تهيئة قدرات من الاستعداد الذي يشكل انطلاقة النجاح، [3].

1.1.4 أنماط التفكير الاستراتيجي

1.1.1.4 التفكير النظامي

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

2.1.1.4 الرؤية

تكمّن 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 آخر تجتمع في مزيج فريد من نوعها باعتبارها ما تريد المنظمة ان تكون عليه مستقبلاً، [14].

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، [22]. وتزايدت اهتمامات الباحثين في موضوع الولاء التنظيمي في اوائل الستينيات وازدهر السبعينيات من القرن 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 حديثه للآخرين وتبني مشاكلها كما لو كانت مشاكله الخاصة والشعور بوجود جو اخوي يربط بعمله، [19]. 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 أو 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 وقيمته وأهداف وقيم المنظمة التي يعمل بها، حيث يسعى دوماً الى الالتزام بمبادئ منظّمته 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، [27].

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، [5]. 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، [2].

3.4 مفهوم التميز المؤسسي السياحي

تعود نشأة التميز المؤسسي الى منتصف القرن العشرين، وبالتحديد في عام 1951 عندما قدم Deming الجودة كميّار 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 كميّار 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 التميز 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 اهداف المنظمة الاجمالية مع التأقلم مع التغيرات البيئية المتعددة، [18]. وبناء على ما تقدم من اجل اعطاء مفهوم محدد للتميز المؤسسي،

1.3.4 ابعاد التميز المؤسسي السياحي

1.1.3.4 تكنولوجيا المعلومات

هي مجموعة من الاجراءات والاساليب مصممة لجميع وتحليل البيانات بهدف الحصول على المعلومات وتخزينها على اساس منظم 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 وفعاليتها 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، [16].

2.1.3.4 جودة الخدمات

يرجع مفهوم الجودة الى الكلمة اللاتينية التي تعني طبيعة الشخص او طبيعة الشيء ودرجة صلابته، وكانت تعني قديماً الدقة والاتقان، ويستخدم مصطلح الجودة للدلالة على ان منتج جيد او خدمة جيدة، لكن من الخطأ ان نعتقد المنتجات ذات الجودة العالية هي فقط الأكثر كلفة، وانما هي تلك المنتجات 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 الى 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 المنتج على تلبية حاجات ورغبات الزبائن، [30].

5. الجانب التطبيقي

1.5 اختبار فرضيات الدراسة

1.1.5 اختبار تأثير التفكير الاستراتيجي في التميز للمؤسسات السياحية

حددت الفرضية الرئيسة الاولى للدراسة: يوجد تأثير ذو دلالة احصائية لأبعاد التفكير الاستراتيجي مجتمعة (التفكير النظمي، الابتكار، الرؤية) في التميز للمؤسسات السياحية وأبعاده (تكنولوجيا المعلومات، الادباع، 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 الادباع تأثيراً معنوياً.
3. يؤثر ابعاد التفكير الاستراتيجي مجتمعة في جودة الخدمات تأثيراً معنوياً.

1.1.1.5 التحقق من الفرضية الفرعية الاولى: 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 الجدولة (3.948) بدرجة الحرية (89) عند مستوى الدلالة (0.05) لتشير الى معنوية الأنموذج وقبوله احصائياً، ومن جميع ما غرض من

نتائج، تقبل الفرضية الفرعية الأولى من الفرضية الرئيسية الأولى (يؤثر التفكير الاستراتيجي بأبعادها مجتمعة في تكنولوجيا المعلومات تأثيراً معنوياً)، ووجدت قيمة معامل تحديد (0.408)، وبمعامل تحديد مصحح (0.395)، إذ استطاعت ابعاد التفكير الاستراتيجي مجتمعة (التفكير النظامي، 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 النظامي قيمته (0.297) عند مستوى الدلالة (0.039)، وبقية (T) المحسوبة (2.099)، ووجود تأثير إيجابي للرؤية (0.612) عند مستوى الدلالة (0.000) وبقية (T) المحسوبة (5.659)، إلا أن هيئة السياحة لم تستطع من استثمار الابتكار في تحسين مستوى تكنولوجيا المعلومات، وبحسب المعادلة الآتية:

$$(1) \text{ تكنولوجيا المعلومات (Y) } = (0.222) + 0.297 * (\text{التفكير النظامي}) + 0.612 * (\text{الرؤية})$$

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

اتضح للباحثة أن قيمة (F) المحسوبة للأنموذج (16.061) عند درجة الحرية (3,86,89) وهي تزيد عن قيمتها الجدولة (3.948) عند درجة الحرية (89) ومستوى الدلالة (0.05) لتشير إلى معنوية الأنموذج الأمر الذي يسمح بقبول الأنموذج احصائياً ومن جميع ما عُرض من نتائج، تقبل الفرضية الفرعية الثانية من الفرضية الرئيسية الأولى (يؤثر التفكير الاستراتيجي بأبعادها مجتمعة في الإبداع تأثيراً معنوياً)، بينما وجد معامل تحديد (0.359)، وبمعامل تحديد مصحح (0.337)، إذ استطاعت ابعاد التفكير الاستراتيجي مجتمعة (التفكير النظامي، الابتكار، الرؤية) من تفسير ما نسبته (33.7%) من التغيرات التي تطرأ على الإبداع، فيما تُعزى النسبة المتبقية (66.3%) لمتغيرات أخرى. كما تبين وجود تأثير إيجابي للتفكير النظامي مقداره (0.591) عند مستوى الدلالة (0.011)، وبقية (T) المحسوبة (2.613)، ووجود تأثير إيجابي للرؤية (0.704) عند مستوى الدلالة (0.000)، وبقية (T) المحسوبة (4.956)، فيما وجد تأثير لبعده الابتكار مقداره (0.479) وبقية (T) المحتسبة (2.444) وبمستوى دلالة (0.017)، وبحسب المعادلة الآتية:

$$(2) \text{ الإبداع (Y) } = (0.574) + 0.497 * (\text{الابتكار}) + 0.591 * (\text{التفكير النظامي}) + 0.704 * (\text{الرؤية})$$

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

تبين للباحثة أن قيمة (F) المحسوبة للأنموذج (29.343) عند درجة الحرية (3,86,89) وهي تزيد عن قيمتها الجدولة (3.948) عند درجة الحرية (89) ومستوى الدلالة (0.05) لتشير إلى معنوية الأنموذج وقوته التي تعزوها الباحثة إلى تدابيرية الأبعاد مجتمعة لأبعاد التفكير الاستراتيجي لتشكل أنموذج مقبول احصائياً، ومن جميع ما عُرض من نتائج، تقبل الفرضية الرئيسية الأولى (يؤثر التفكير الاستراتيجي بأبعادها مجتمعة في التميز للمؤسسات السياحية تأثيراً معنوياً). إذ وجد معامل تحديد (0.506)، وبمعامل تحديد مصحح (0.489)، إذ استطاعت ابعاد التفكير الاستراتيجي مجتمعة (التفكير النظامي، 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)، وبقية (T) المحسوبة (6.406)، كما تبين وجود تأثير إيجابي للتفكير النظامي مقداره (0.597) عند مستوى الدلالة (0.000)، وبقية (T) المحسوبة (3.710)، فضلاً عن وجود تأثير لابتكار في التميز للمؤسسات السياحية مقداره (0.358) عند مستوى الدلالة (0.012)، وبقية (T) المحسوبة (2.573)، وبحسب المعادلة الآتية:

$$(3) \text{ التميز للمؤسسات السياحية (Y) } = (0.299) + 0.647 * (\text{الرؤية}) + 0.597 * (\text{التفكير النظامي}) + 0.358 * (\text{الابتكار})$$

2.1.5 اختبار تأثير التفكير الاستراتيجي في الولاء التنظيمي

حددت الفرضية الرئيسية الثانية للبحث: يوجد تأثير ذو دلالة احصائية لأبعاد التفكير الاستراتيجي مجتمعة (التفكير النظامي، الابتكار، الرؤية، الصدق تجاه الآخرين) في الولاء التنظيمي وأبعاده: الولاء العاطفي، الولاء المستمر، الولاء الاخلاقي) وللتحقق من صحة الفرضية من عدمها، تم تنفيذ أنموذج الانحدار الخطي المتعدد وبحسب الفرضيات الفرعية الآتية:

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 أن قيمة (F) المحسوبة للأنموذج (18.828) عند درجة الحرية (3,86,89) وهي تزيد عن قيمتها الجدولة (3.948) عند درجة الحرية (89) ومستوى الدلالة (0.05)، لتشير إلى معنوية الأنموذج وإمكانية قبوله احصائياً ومن جميع ما عُرض من نتائج، تقبل الفرضية الفرعية الأولى من الفرضية الرئيسية الثانية (يؤثر التفكير الاستراتيجي بأبعادها مجتمعة في الولاء العاطفي تأثيراً معنوياً). كما وجدت الباحثة معامل تحديد (0.396)، ومعامل تحديد مصحح (0.375)، إذ استطاعت ابعاد التفكير الاستراتيجي مجتمعة (التفكير النظامي، 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 الأنموذج المختبر، كما تبين وجود تأثير إيجابي لبعده الرؤية مقداره (0.427) عند مستوى الدلالة (0.000)، وبقية (T) المحسوبة (4.703)، ووجود تأثير إيجابي للتفكير النظامي (0.512) عند مستوى الدلالة (0.000)، وبقية (T) المحسوبة (3.540)، فضلاً عن وجود تأثير إيجابي لبعده الابتكار مقداره (0.312) بقيمة (T) المحتسبة (2.493) في تحسين الولاء العاطفي، وبحسب المعادلة الآتية:

$$(4) \text{ الولاء العاطفي (Y) } = (1.398) + 0.427 * (\text{الرؤية}) + 0.512 * (\text{التفكير النظامي}) + 0.312 * (\text{الابتكار})$$

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 الجدولة (3.948) عند درجة الحرية (89) ومستوى الدلالة (0.05) ومن جميع ما عُرض من نتائج، تقبل الفرضية الفرعية الثانية من الفرضية الرئيسية 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 النظامي، 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 النظامي (0.562) عند مستوى الدلالة (0.002)، وبقيمة (T) المحسوبة (3.261)، بينما لم تتمكن هيئة السياحة من توظيف التفكير النظامي والابتكار في تحسين الولاء المستمر، وبحسب المعادلة الآتية:

$$(5) \text{ الولاء المستمر } (Y) = (0.544) + 0.562 * (\text{التفكير النظامي})$$

3.2.1.5 التحقق من الفرضية الرئيسية 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 الجدولة (3.948) عند درجة الحرية (89) ومستوى الدلالة (0.05)، لتشير الى معنوية الانموذج، ومن جميع ما عُرض من نتائج، من الفرضية الرئيسية 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 النظامي، 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 لبعده التفكير النظامي مقداره (0.481) عند مستوى الدلالة (0.000)، وبقيمة (T) المحسوبة (4.965)، ووجود تأثير إيجابي لبعده 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 لبعده الابتكار، وبحسب المعادلة الآتية:

$$(6) \text{ الولاء التنظيمي } (Y) = (0.810) + 0.293 * (\text{الرؤية}) + 0.481 * (\text{التفكير النظامي})$$

3.1.5 اختبار تأثير الولاء التنظيمي في التميز للمؤسسات السياحية

الفرضية الرئيسية 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 الآتية:

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 الجدولة (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 الرئيسية 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 الاخلاقي 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 الآتية:

$$(7) \text{ تكنولوجيا المعلومات } (Y) = (0.268) + 0.489 * (\text{الولاء الاخلاقي}) + 0.390 * (\text{الولاء العاطفي})$$

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 الجدولة (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 الرئيسية 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 الاخلاقي 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 الآتية:

$$(8) \text{ الابداع } (Y) = (0.194) + 0.444 * (\text{الولاء الاخلاقي}) + 0.330 * (\text{الولاء العاطفي})$$

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

أظهرت وجود معامل تحديد مقداره (0.339)، وبمعامل تحديد مصحح مقداره (0.316)، إذ 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 الجدولة (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)، وبقية (T) المحسوبة (2.344)، ووجود تأثير إيجابي لبعد الولاء المستمر مقداره (0.330) في جودة الخدمات عند مستوى الدلالة (0.003) وبقية (T) المحسوبة (3.104)، بينما لم تجد الباحثة أي تأثير لبعد الولاء الاخلاقي في تحسين مستوى جودة الخدمات لدى هيئة السياحة، ومن جميع ما استعرض من نتائج، تقبل الفرضية الفرعية الثالثة من الفرضية الرئيسية الثالثة (يؤثر الولاء التنظيمي بأبعادها في جودة الخدمات تأثيراً مغنوياً)، وبحسب المعادلة الاتية:

$$(9) \text{ جودة الخدمات } (Y) = (0.085) + 0.343 * (\text{الولاء العاطفي}) + 0.330 * (\text{الولاء المستمر})$$

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

أظهرت وجود معامل تحديد مقداره (0.372)، وبمعامل تحديد مصحح مقداره (0.358)، إذ 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 الجدولة (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)، وبقية (T) المحسوبة (3.647)، ووجود تأثير إيجابي لبعد الولاء الاخلاقي مقداره (0.546) في التحفيز عند مستوى الدلالة (0.000) وبقية (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 الرئيسية الثالثة (يؤثر الولاء التنظيمي بأبعادها في التحفيز تأثيراً مغنوياً)، وبحسب المعادلة الاتية:

$$(10) \text{ التحفيز } (Y) = (0.144) + 0.546 * (\text{الولاء الاخلاقي}) + 0.364 * (\text{الولاء المستمر})$$

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 الآليات 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 لأفئاعهم وتشجيعهم على تحقيق الأهداف.
- تحسين وعي وادراك الإدارة حول تشخيص نقاط القوة والضعف وصورتها المستقبلية الراجعة 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 الهيئة 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 لمحات عمل أخرى.
- تثقيف عاملي الهيئة بأن بقائهم سيزيد من مردودهم المادي وتلبية حاجات اسرهم وتقبل المهام التي ترتبط بنتائجها بالمكافئات المادية والمعنوية

References

- [1] 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, issue 1.
- [2] 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.
- [3] 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. DOI: 10.5539/ijbm.v11n5p328
- [4] 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. DOI: 10.1016/j.ibusrev.2018.01.001
- [5] Ali, Fakhri Abbadi (2022). Strategic Alignment and Its Impact on Achieving Organizational Creativity: An Applied Study in the Ministry of Education Headquarters / General Directorate of Education of Baghdad Karkh First / Abu Ghraib Education Department. Journal of Business Economics, Vol. 2, No. 1, Baghdad.
- [6] Ali, Karim Nasir (2017). Organizational Loyalty Among Al-Mustansiriya University Teaching Staff. Journal of Basic Education College, Vol. 23, No. 97, Baghdad. DOI: 10.35950/cbej.v23i97.8
- [7] Allen, N & Meyer, J (2004), "Tcm Employee commitment Survey Academic Users Guide", London Ontario, Canada : university of Western Ontario, Department of Psychology.
- [8] Al-Bahadli, Karrar Jasim Kadhim (2020). Personal Styles and Their Impact on Achieving Guest Satisfaction: An Applied Study on a Sample of First-Class Hotels in Baghdad City. (Master's Thesis, Al-Mustansiriya University, College of Communication Sciences, Baghdad).
- [9] Al-Hammadi, Bashir Mohammed & Assif, Hail Saeed Ali (2023). The Impact of Using the Balanced Scorecard on Achieving Institutional Excellence: An Analytical Study of the Opinions of a Sample of Employees at the Yemen University of Science and Technology. Journal of Al-Qalam University College, Vol. 7, No. 14, Yemen.
- [10] Al-Laozi, Khadija Mohammed (2012). Emotional Intelligence Levels of Secondary School Principals and Their Effect on Teachers' Organizational Loyalty in the Capital Governorate of Amman. (Master's Thesis in Educational Administration and Leadership, Middle East University, Faculty of Educational Sciences, Amman).
- [11] 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.
- [12] Al-Saadi, Talib Lifta Mohammed (2017). The Impact of Strategic Thinking on the Quality of Hotel Service: An Applied Study on Premier Hotels in Baghdad City. (Master's Thesis, Al-Mustansiriya University, College of Tourism Sciences, Baghdad).
- [13] 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.

- [14] Bonn I, (2005), "Improving Strategic thinking: a multilevel approach", Leadership & Organization Development", journal, vol. 26, no. 1.
- [15] Boussaleem, Abu Bakrm, (2014), "Impact of employees Empowerment on Organizational Loyalty-case study on Algerian communications company, vol 2, no 7.
- [16] 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.
- [17] Dionisio, Marcelo (2017), "Strategic Thinking: The Role in Successful Management", journal of management Research. DOI: [10.5296/jmr.v9i4.11448](https://doi.org/10.5296/jmr.v9i4.11448)
- [18] 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. DOI: [10.9790/487X-171123944](https://doi.org/10.9790/487X-171123944)
- [19] 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).
- [20] Hammoud, Khudair Kadhim (2005). Total Quality Management. Dar Al Masirah for Publishing and Distribution, Amman. (Book).
- [21] Hammoud, Zainab Arkan (2018). Characteristics of Strategic Thinking and Their Role in Work Productivity: An Applied Research in the National Insurance Company. (Higher Diploma, University of Baghdad, Higher Institute for Accounting and Financial Studies, Financial Studies Department, Insurance Specialization, Baghdad).
- [22] Hatim, Firas Naji (2023). The Impact of Organizational Climate on Organizational Loyalty in Tourism Institutions: An Exploratory Study of Colleges of Tourism Sciences in Baghdad and Karbala. Nassag Journal, Vol. 37, No. 7, Baghdad.
- [23] 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, Cornwall.
- [24] Jaroslav Nenadal & David Vykydal & David Waloszek (2018), Organizational Excellence : Approaches models and theiruse at Czech organizations quality Innovation Prosperity.
- [25] Jumaa, Mahmoud Hassan (2017). The Impact of Information Technology on Banking Performance: An Applied Study on a Sample of Government Banks in Diyala Governorate. Tikrit Journal of Administrative and Economic Sciences, Vol. 19, Special Issue, Tikrit.
- [26] Muhammad, Nasreen Jasim & Shnaiter, Abdul Rahman Tahir (2015). The Relationship Between Quality of Work Life and Organizational Creativity: An Applied Research in the General Bureau of the Ministry of Planning. Journal of Economic and Administrative Sciences, Vol. 21, No. 81, Baghdad. DOI: [10.33095/jeas.v21i81.547](https://doi.org/10.33095/jeas.v21i81.547)
- [27] Najem, Hussein Abdul Jabbar (2023). The Role of Strategic Thinking in Enhancing Institutional Excellence: An Exploratory Study of a Number of Employees in the Departments Affiliated with the General Directorate of Education in Nineveh Governorate. Kirkuk University Journal of Administrative and Economic Sciences, Vol. 13, No. 2, Kirkuk. DOI: [10.32894/1913-013-002-029](https://doi.org/10.32894/1913-013-002-029)
- [28] Oweida, Ihab Ahmed (2008). The Impact of Job Satisfaction on Organizational Loyalty among Employees in Non-Governmental Organizations in Gaza Governorates. (Master's Thesis in Business Administration, Islamic University, Faculty of Commerce, Business Administration Department, Palestine).
- [29] Qatami, Naifa (2015). Curricula and Methods for Teaching the Gifted and Talented. 1st Ed., Dar Al Masirah for Publishing and Distribution, Amman, Jordan. (Book).
- [30] Tawfiq, Abdul Rahman (2016). Motivation and Work Incentives. Professional Expertise Center for Management, Training and Publishing, Cairo. (Book).

المصادر

- [1] عبيدين، نور زيني زينال و صيدون، محمد قصري و سلامات، عازني سيفينا أندين (2022). "الولاء التنظيمي: دراسة في علاقة المساءلة الأخلاقية والثقة العامة في الحكومة المحلية". مجلة العلوم الإدارية، المجلد 19، العدد 1.
- [2] آدم، مخزدين و كبسوما، ميلدي (2021). "دور الالتزام التنظيمي في التوسط لتأثير خصائص الوظيفة والدعم التنظيمي على ولاء الموظفين في جامعة المحمدية آتشييه". المجلة الدولية لإدارة الأعمال والمراجعة الاقتصادية، المجلد 4، العدد 2.
- [3] أبوزيد، أ. (2016). "اختبار تأثير القيادة الإستراتيجية على البراعة التنظيمية: دراسة ميدانية على شركات التصنيع الكيميائي الأردنية". المجلة الدولية للأعمال والإدارة، المجلد 11، العدد 5 DOI: [10.5539/ijbm.v11n5p328](https://doi.org/10.5539/ijbm.v11n5p328).
- [4] أختر، سي. إس. و أوان، إس. إتش. و نافيد، إس. و إسماعيل، ك. (2018). "دراسة مقارنة لتطبيق التفكير المنظومي في تحقيق 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 .
- [6] علي، كريم ناصر (2017) ، الولاء التنظيمي لدى تدريبيين الجامعة المستنصرية، مجلة كلية التربية الاساسية، المجلد 23، العدد 97، بغداد. DOI: [10.35950/cbej.v23i97.8127](https://doi.org/10.35950/cbej.v23i97.8127)
- [7] آلين، إن. و ماير، ج. (2004). "دليل مستخدم الأكاديمية لاستبيان التزام الموظفين". TCM لندن، أونتااريو، كندا: جامعة ويسترن أونتااريو، قسم علم النفس.
- [8] 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 .

- [9] الحمادي، بشير محمد وعسيف، هائل سعيد علي (2023)، اثر استخدام بطاقة الاداء المتوازن في تحقيق التميز المؤسسي دراسة تحليلية لأراء عينة من العاملين بجامعة العلوم والتكنولوجيا اليمنية، مجلة كلية القيم الجامعة، المجلد 7، العدد 14، اليمن
- [10] 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 الأوسط، كلية العلوم التربوية، عمان
- [11] العمري، هاني عبد الله (2021)، مفاهيم التخطيط الاستراتيجي في ضوء معايير جائزة التميز الإجراءات ومعايير التقييم. الرياض، المملكة العربية السعودية: المجلس السعودي للجودة.
- [12] الساعدي، طالب لفقة محمد (2017)، اثر التفكير الاستراتيجي في جودة الخدمة الفندقية : دراسة تطبيقية لفنادق الدرجة الممتازة لمدينة بغداد، رسالة ماجستير، الجامعة المستنصرية، كلية العلوم السياحية، بغداد .
- [13] أنا، ليليان (2016). "ما هو تأثير الحجم على استخدام نموذج التميز للمؤسسة الأوروبية لإدارة الجودة (EFQM)؟". المجلة الدولية لإدارة العمليات والإنتاج، المجلد 36، العدد 12. DOI: 10.1108/IJOPM-11-2014-0557
- [14] بون، أي. (2005). "تحسين التفكير الاستراتيجي: مدخل متعدد المستويات". مجلة القيادة وتطوير المنظمة، المجلد 26، العدد 1. DOI: 10.1108/01437730510607844
- [15] بوسالم، أبو بكر (2014). "تأثير تمكين الموظفين على الولاء التنظيمي - دراسة حالة على شركة الاتصالات الجزائرية". المجلد 2، العدد 7.
- [16] كوريرا، فابيو دانييل و كارفالهو، أندريه إم. و ألين، نيكولا كامبل و سامبايو، باولو (2018). "نهج جديد للتميز التنظيمي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة: نموذج QOE-SME". مجلة إدارة الجودة الشاملة والتميز في الأعمال، المجلد 32. DOI: 10.1080/14783363.2018.1472551
- [17] ديونيسيو، مارسيلو (2017). "التفكير الاستراتيجي: دوره في الإدارة الناجحة". مجلة بحوث الإدارة. DOI: 10.5296/jmr.v9i4.11448
- [18] إيكيتو، سي. إيه. و أوغو إديه، ف. (2015). "تعزيز ولاء الموظفين من خلال التعلم التنظيمي: دراسة لشركات صياغة مختارة في بورت هاركورت، نيجيريا". مجلة IOSR للأعمال والإدارة. DOI: 10.9790/487X-171123944
- [19] فريمبونج، إل. إن. و أغينيو، ديليو. و داركو، بي. إيه. (2018). "تأثير الرضا الوظيفي على ولاء والتزام الموظفين: دراسة مقارنة بين بعض القطاعات المختارة في غانا". المجلة الأوروبية للأعمال والإدارة، 10، (12)
- [20] حمود، خضير كاظم (2005)، ادارة الجودة الشاملة، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان .
- [21] حمود، زينب اركان (2018)، خصائص التفكير الاستراتيجي ودورها في انتاجية العمل: بحث تطبيقي في شركة التأمين الوطنية، دبلوم عالي، جامعة بغداد، المعهد العالي للدراسات المحاسبية والمالية، قسم الدراسات المالية، تخصص التأمين، بغداد
- [22] 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 .
- [23] هايدين، ك. (2005). السيناريوهات فن الحوار الاستراتيجي، الطبعة الثانية. جون وايلي وأولاده المحدودة.
- [24] جاروسلاف نينادال و ديفيد فيكودال و ديفيد الوسزيك (2018). "التميز التنظيمي: المناهج والنماذج واستخدامها في المنظمات التشيكية". الجودة والابتكار والازدهار .
- [25] 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 .
- [26] 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. DOI: 10.33095/jeas.v21i81.547
- [27] 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. DOI: 10.32894/1913-013-002-029
- [28] عويضة، إيهاب احمد (2008)، اثر الرضا الوظيفي على الولاء التنظيمي لدى العاملين في المنظمات الأهلية في محافظات غزة، رسالة ماجستير في ادارة الاعمال، الجامعة الإسلامية، كلية التجارة، قسم ادارة الاعمال، فلسطين .
- [29] قطامي، نايفة (2015)، مناهج واساليب تدريس الموهوبين والمتفوقين، الطبعة الاولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الاردن .
- [30] توفيق، عبد الرحمن (2016)، الدافعية وحوافز العمل، مركز الخبرات المهنية للإدارة والتدريب والنشر، القاهرة .

<https://doi.org/10.31272/jae.i146.1322><https://admics.uomustansiriyah.edu.iq>

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

JAE



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

Nahawand sabbah abbas

Dept. of Tourism, College of Tourism Sciences, Mustansiriyah University, Baghdad, Iraq.

Email: sugar97@uomustansiriyah.edu.iq, ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-3152-2607>**NAWFEL ABDULREDHA ALWAN ALKALABI**

Dept. of Tourism, College of Tourism Sciences, Mustansiriyah University, Baghdad, Iraq.

Email: nawfalaa@uomustansiriyah.edu.iq, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4509-3901>

Article Information

Article History:

Received: 15 / 04 / 2024

Revised: 01 / 11 / 2024

Accepted: 09 / 06 / 2024

Available Online: 01 / 12 / 2024

Pages no: 70 – 79

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.

