

(دور المقدرات الجوهرية للموارد البشرية في رفع الوعي الاستراتيجي للمنظمة السياحية – دراسة
حالة في فندق بغداد)

The Role Of Human Resources Core Competencies In Raising The Strategic Awareness Of The Tourism Organization - A Case Study In Baghdad Hotel

م.د. اقبال مهدي جاسم
الجامعة المستنصرية / كلية العلوم السياحية

Eqbal Mahdi Jasam

Al-Mustansiriyah University, College of Tourism Sciences, Iraq

DOI: 10.37648/ijps.v18i01.008

¹Received: 14 June 2024; Accepted: 03 September 2024; Published: 12 September 2024

ABSTRACT

The research aims to identify the role played by the core capabilities of human resources in how to raise the level of strategic awareness in the organization under study by analyzing the relationship between the core capabilities with their dimensions (human capital - leadership - decision-making - empowerment) and the strategic awareness of the tourism organization, as the core capabilities of human resources are one of the important topics that contribute to giving the organization a competitive advantage in the labor market. The research relied on the descriptive analytical approach by distributing the questionnaire in the organization under study, where (30) individuals were selected as a sample for the research, and the appropriate statistical scale was used for the research, as the main and sub-hypotheses were prepared to know the role of the independent and dependent variable, and the validity of the role of the core capabilities of human resources in raising the strategic awareness of the tourism organization was proven.

Keywords: Core competencies; strategic awareness

المستخلص:

يهدف البحث الى التعريف على الدور الذي تلعبه المقدرات الجوهرية للموارد البشرية في كيفية رفع مستوى الوعي الاستراتيجي في المنظمة المبحوث من خلال تحليل العلاقة بين المقدرات الجوهرية بإبعادها (رأس المال البشري – القيادة – صنع القرار – التمكين) والوعي الاستراتيجي للمنظمة السياحية ، حيث تعد المقدرات الجوهرية للموارد البشرية من المواضيع المهمة والتي تسهم في منح المنظمة الميزة التنافسية في سوق العمل ، اعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي من خلال توزيع الاستبيان في المنظمة المبحوثة ، حيث تم اختيار (30) فردا كعينة للبحث ، وتم استخدام المقياس الاحصائية المناسبة للبحث حيث تم اعداد الفرضيات الرئيسية والفرعية لمعرفة دور المتغير المستقل والتابع ، وقد اثبت صحة دور للمقدرات الجوهرية للموارد البشرية في رفع الوعي الاستراتيجي للمنظمة السياحية.
الكلمات المفتاحية : المقدرات الجوهرية – الوعي الاستراتيجي

¹ How to cite the article: Jasam E.M. (September 2024); The role of human resources core competencies in raising the strategic awareness of the tourism organization - a case study in Baghdad Hotel; *International Journal of Professional Studies*; Jan-Jun 2024, Vol 18, 96-103; DOI: <http://doi.org/10.37648/ijps.v18i01.008>

المقدمة:

تعد المقدرات الجوهرية للموارد البشرية في المنظمة السياحية من اهم مواردها التي تنافس بها مع المنظمات السياحية الاخرى ، والتي لا تستطيع بدونها من تحقيق غاياتها المرجوة ، ولذا وجب الاهتمام بها وتنمية مهاراتها وكفاءتها للوصول الى ما تبغي اليه ، فقد اصبح امتلاكها اساسيا لكونه يساهم بزيادة راس المال الفكري للموارد البشرية لكون لديهم مؤهلات تمكن المنظمة السياحية من دخول اسواق جديدة او تطوير متوجاتها ، لذا توجب عليها ان تسعى لبناء مقدرات جوهرية جديدة من خلال استراتيجياتها المستقبلية ، ويزود الوعي الاستراتيجي في المنظمة السياحية نظرة شاملة للتنبؤ بالقدام .

المبحث الاول : منهجية البحث**اولا: مشكلة البحث:**

تواجه المنظمات الاعمال صعوبات كبيرة عند البدء برسم سياسات انتقاء واختيار كوادرها ، كونهم ينفذون الاستراتيجيات التي ترسمها المنظمة لتزدهر من خلال حاجتها الى المقدرات الجوهرية التي تسهم برفع مستوى الوعي الاستراتيجي لديهم لينفذوا ما خطط له ، وعليه تم صياغة المشكلة بالشكل الاتي :

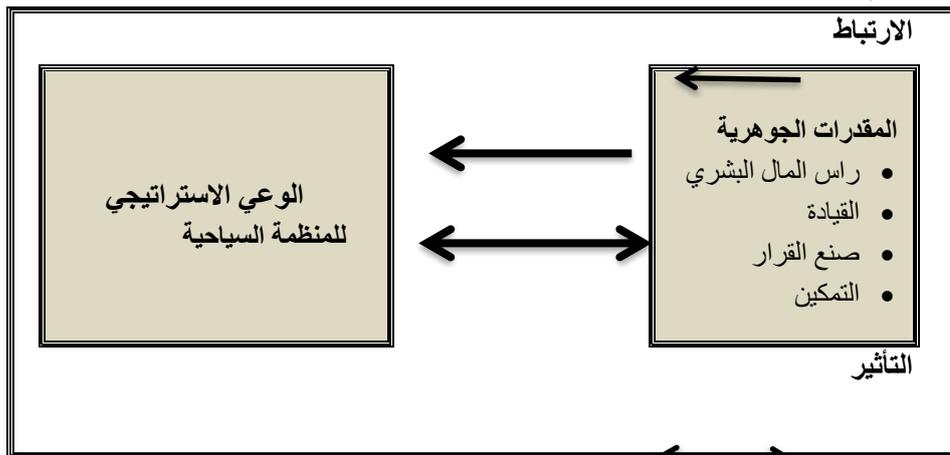
- ما مدى توفر المقدرات الجوهرية في الموارد البشرية للفندق المبحوث.
- هل هنالك دور للمقدرات الجوهرية في رفع الوعي الاستراتيجي للموارد البشرية في الفندق .
- هل هنالك تصور واضح لدى الموارد البشرية في الفندق حول اهمية الوعي الاستراتيجي.

ثانيا: اهمية البحث:

تبرز اهمية البحث الحالي من اهمية المتغيرات المبحوثة (المقدرات الجوهرية للموارد البشرية والوعي الاستراتيجي) كونها من المواضيع التي تهتم بها اغلبية المنظمات فهي ترسم السياسات المستقبلية للموارد البشرية التي تحتاجها ونوعيتها.

ثالثا: اهداف البحث:

1. كيفية تأثير المقدرات الجوهرية للموارد البشرية على رفع الوعي الاستراتيجي بالمنظمة.
2. تحديد التأثير والعلاقة بين المقدرات الجوهرية للموارد البشرية وبين رفع الوعي الاستراتيجي للمنظمة.
3. توجيه انظار المنظمة المبحوثة حول اهمية المقدرات المهارات المتوفرة بالموارد البشرية وأهميتها لتعزيز الوعي الاستراتيجي .

رابعا: المخطط الفرضي للبحث:**شكل رقم (1) المخطط الفرضي للدراسة****خامسا : فرضيات البحث**

- في ضوء ما تقدم من مشكلة وأهداف البحث تم صياغة فرضية الدراسة :
- الفرضية الرئيسية الأولى : " توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين المقدرات الجوهرية للموارد البشرية ورفع الوعي الاستراتيجي للمنظمة السياحية. وتنبثق منها الفرضيات الفرعية التالية :-
 - 1. الفرضية الفرعية الأولى : " توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين رأس المال البشري ورفع الوعي الاستراتيجي للمنظمة السياحية .

2. الفرضية الفرعية الثانية :- "توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين القيادة ورفع الوعي الاستراتيجي للمنظمة السياحية.
3. الفرضية الفرعية الثالثة : " توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين صنع القرار ورفع الوعي الاستراتيجي للمنظمة السياحية".
4. الفرضية الفرعية الرابعة والتي تنص " توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين التمكين ورفع الوعي الاستراتيجي للمنظمة السياحية .

● الفرضية الرئيسية الثانية :- " يوجد تأثير ذو دلالة معنوية بين المقدرات الجوهرية للموارد البشرية في رفع الوعي الاستراتيجي للمنظمة السياحية ، وتنبثق منها الفرضيات الثانوية التالية:

1. الفرضية الفرعية الأولى : "يوجد تأثير معنوي لرأس المال البشري في رفع الوعي الاستراتيجي للمنظمة السياحية"
2. الفرضية الفرعية الثانية : " يوجد تأثير معنوي للقيادة في رفع الوعي الاستراتيجي للمنظمة السياحية.
3. الفرضية الفرعية الثالثة : " يوجد تأثير معنوي لصنع القرار في رفع الوعي الاستراتيجي للمنظمة السياحية.
4. الفرضية الفرعية الرابعة : " يوجد تأثير معنوي للتمكين في رفع الوعي الاستراتيجي للمنظمة السياحية.

المبحث الثاني /: الجانب النظري للبحث :

اولا: المقدرات الجوهرية للموارد البشرية :

1. مفهوم المقدرات الجوهرية للموارد البشرية: قدم (Selznick) اول مفهوم للمقدرات الجوهرية من اجل تحديد عوامل النجاح الحاسمة للمنظمات ، أما (Budak,2002:50) عرفها بانها السمات المميزة للشخص مثل الدافع والشخصية والموهبة والصورة والدور الاجتماعي والمعرفة . في حين قد تنجم عن المعرفة والمهارات والقدرات والشخصية ويمكن للسلوك والدوافع ان تلعب ادوارا اساسية في ظهورها (Heinsman,2008: 2) . وتعد عاملاً اساسياً يحدد نجاح المنظمة فهي سمات مميزة للأفراد وترتبط سببياً بالأداء المتفوق او الفعال في المهام ، واستنادا الى المفاهيم اعلاه يمكن ادراج المعرفة والمهارات والمواقف السلوكيات الملحوظة والاداء المتفوق كخمس سمات قياسية للمقدرات الجوهرية ، (Bahar& Koroglu, 2020:995).
2. أهمية المقدرات الجوهرية للموارد البشرية: ان للمقدرات اهمية كبيرة تتمثل بالاتي :
 - أ- تسهم في جعل المنظمة تستخدم مواردها بشكل فعال ، فغموض الدور يصعب عملهم.
 - ب- تستند المقدرات فيما يتعلق بالموارد البشرية على تحليل الوظائف تحديد الخصائص الشخصية للأفراد التي يتم وصفها غالبا سلوكيا ، والتي تتعلق بالأداء الوظيفي المتفوق .
 - ت- تساعد المنظمات في خلق الميزة التنافسية والحفاظ عليها، (Hai&wen , 2011: 5741).
 - ث- تمثل مجموعة من الموارد والقابليات والانشطة فضلا عن المعرفة في داخل المنظمة.
 - ج- تعد الاساس في بناء الميزة التنافسية المستدامة.
 - ح- تتوافر نتيجة لتراكم الخبرة لمدة طويلة في مجال التخصص والعمل،(الخباط، 2022، 24).

3. ابعاد المقدرات الجوهرية للموارد البشرية: اتفق العديد من الباحثين والكتاب في مجال ادارة الاعمال عن الابعاد وهي كالتالي :-

- أ- رأس المال البشري : يعد من الابعاد المهمة للمقدرات الجوهرية لتمثله مورد رئيس في المنظمة والذي يحقق الميزة التنافسية ، ويشار الى ان المنظمات التي لها القدرة على استخدامه لنقل المعرفة الضمنية بين الافراد الموارد البشرية يكون بإمكانها مواصلة الابتكار واتباع الاساليب الجديدة بالعمل فراس المال بالمتظمة يمثل القادة والموارد البشرية داخلها.
- ب- القيادة : وتظهر القدرة للتأثير على الآخرين من اجل اتمام المهام المطلوبة في العمل ، لذا يتطلب من قادة المنظمة ان يكونوا مؤمنين بضرورة تبني التغيير لاجل المنظمة ، فالقيادة وتفكيرها يشكلان جزءا مهما من المقدرات الجوهرية للمنظمة،(عطا وعلي ، 2021، 383) .
- ت- صنع القرار: ان كل منظمة تنمو وتطور او تفشل وتدهور نتيجة للقرارات الاستراتيجية التي يتم اتخاذها من قبل المدراء ، فصنع القرارات الجيدة هو جزء حيوي للإدارة لكونها تحدد كيفية حل المنظمة لمشاكلها وكيفية استغلال الموارد المتوفرة لديها لتحقيق اهدافها (Dart,2010:213).

ث- تمكين الموارد البشرية : ونقصد به توفير حرية الموارد البشرية للقيام بانجاح ما يريدون القيام به بدلا من اعطائهم تعليمات لتنفيذها ، فالمدراء حين يمكنون الموارد البشرية يقللون بذلك من القيود والضوابط ، اذ ينجزون المهام بسبب انجذاب جوهرى من قبلهم ، (Whetten& Cameron, 2011:443)

ثانيا : الوعي الاستراتيجي للمنظمة السياحية :

يعد الوعي الاستراتيجي من المواضيع المهمة في الوقت الحالي بسبب التغيرات والتطور الذي تشهده البيئة، ولسعي الادارات الى تحقيقه في منظماتها فهو يساعد في تمكين الموارد البشرية والتزامهم باستراتيجية منظماتهم فهو يدمج مابين مفهومين الوعي والاستراتيجية ، وسوف نتناول مواضيعه كالتالي :

1. مفهوم الوعي الاستراتيجي للمنظمة السياحية : ذكر (Malcolm,2009:641) ان مفهوم الوعي الاستراتيجي بأنه " المهارات الذهنية التي تتخذها الموارد البشرية لغرض فهم التوجهات الاستراتيجية الخاصة بمنظماتهم اكانت مكتوبة او شفوية ، لتوظيف قدراتهم ولتحقيقها سواء بالحاضر او المستقبل). وان التنفيذ الفعال للاستراتيجية يعتمد على افتراض ان اعضاء المنظمة لديهم فهم واضح او مشترك او وعي بمحتوى استراتيجيات المنظمة ، فالوعي الاستراتيجي هو " بناء على المستوى الفردي ويشير الى مدى امتلاك الافراد الاساسيين وعياً بالأولويات الاستراتيجية لفريق الادارة العليا ، (Davis & etal,2012:324). ويمثل أحد المفاهيم الاستراتيجية المعاصرة لدوره المهم في مساعدة المنظمة على فهم بيئتها الداخلية والخارجية لاستكشاف الفرص واستغلالها ، وتجنب التهديدات التي تشكلها عوامل البيئة الخارجية ، والحد من أثارها السلبية على المنظمة ضمن الإطار للبيئة التنافسية التي تعمل فيها بما يضمن استمراريتها ، وتحقيق الميزة التنافسية لها،(Al-Badayneh,2021:47).
2. شروط الوعي الاستراتيجي للمنظمة السياحية : هنالك ثلاثة شرط ضرورية لظهور الوعي الاستراتيجي كما ذكرها (young,2017:58):

أ- النية (القصد) الاستراتيجية : ويعني رؤية ممتدة لما يمكن ان تهدف اليه المنظمة وهو زيادة الارباح بشكل اساسي والتفوق على منافسيها ، ويعد الهدف الاستراتيجي مفهوما اكثر ثراءً واكثر تركيزاً على الرؤية الشخصية ويشير الى نية ورغبة الافراد والقادة في تطوير انفسهم مع مساعدة الاخرين على ان يصبحوا افرادا واعين واجابيين ويساهمون في رفاهية المجتمع.

ب- النظرة الاستراتيجية : تتضمن تطوير الوعي من خلال القدرة على تعليق الحكم والحفاظ على التصرف المنفتح والسير والبحث تجاه كل من ظواهرنا الداخلية والاحداث الخارجية ، فهو يتضمن على مواقف من الود والقبول فالاشخاص اليقظون والايجابيون الذين يتمتعون بنظرة استراتيجية مقصودة قادرون على ضبط سلوكهم وهذا يؤدي الى الامتناع عن السعي لتحقيق اي رغبة شخصية دون تمييز، ان النظرة الاستراتيجية مشبعة بالاتزان والتوازن .

ت- الملاحظة او الفطنة الاستراتيجية : ان النوايا والتوقعات الاستراتيجية تنمي القدرة على الملاحظة والتمييز بوضوح ، فهي وعي تحليلي وعملي يسمح بالحكم فيما يتعلق بالظواهر الداخلية والخارجية ويوجه عمليات صنع القرار وبالتالي تكون النتائج متوازنة .

3. اهمية الوعي الاستراتيجي للمنظمة السياحية : يمثل الوعي الاستراتيجي احد المحركات الاساسية لاستمرار نجاح المنظمة وقد أشار (يوسف و طاهر ، 2021 : 540) الى ما يمثله من اهمية لها :

- أ- يساهم الوعي الاستراتيجي في تسهيل عملية تحديد اهداف المنظمة الاستراتيجية .
- ب- يؤدي الى التنظيم والتوازن الموارد البشرية ويجعل منهم متمكنين وقادرين على موائمة الخيارات بين البيئة الداخلية والخارجية ومع تطلعاتهم وقيمهم الشخصية .
- ت- يساعد الموارد البشرية على الاهتمام بالعناصر ذو القيمة والأكثر اهمية للنجاح المستدام.
- ث- يدفع الافراد للمشاركة في صياغة الاهداف الاستراتيجية وتحديدها ، ويوفر لهم الفرص ليكونوا رياديين بالإعمال .

المبحث الثالث : الجانب العملي للبحث :

الاختبارات الإحصائية لفرضيات الارتباط والتأثير بين متغيرات البحث :

أولاً: علاقة الارتباط بين المقدرات الجوهرية للموارد البشرية وبين رفع الوعي الاستراتيجي للمنظمة السياحية :

تبيّن هذه الفقرة تطبيق لاختبار (Z-TEST) Z ، والذي يستعمل عندما يكون حجم العينة أكثر من ثلاثين فرداً ، وذلك لاختبار فرضيات الارتباط بين المتغير المستقل المقدرات الجوهرية للموارد البشرية بأبعاده الاربعة (رأس المال البشري

- القيادة- صنع القرار - التمكين) وبين المتغير التابع المتمثل برفع الوعي الاستراتيجي للمنظمة السياحية ، إذ ستقبل الفرضية في حال كانت قيمة Z المحتسبة أكبر من نظيراتها الجدولية البالغة (1.96) عند مستوى معنوية (0.05) ، أي قبول الفرضية بنسبة ثقة % 95 ، بينما سترفض الفرضية في حال كانت قيمة Z المحتسبة أصغر من نظيراتها الجدولية البالغة (1.96) عند مستوى معنوية (0.05) ، أما لإظهار قوة وطبيعة علاقة الارتباط بين المتغيرين المستقل والتابع سيستعمل الباحث قيمة معامل الارتباط البسيط سبيرمان (Correlation coefficient Spearman). حيث يؤشر جدول (1) قبول الفرضية الرئيسية الأولى التي تنص على " توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين المقدرات الجوهرية للموارد البشرية ورفع الوعي الاستراتيجي للمنظمة السياحية " بنسبة ثقة (% 95) ، إذ بلغت قيمة Z المحتسبة (5.308194) وهي معنوية، بسبب كونها أكبر من قيمة Z الجدولية البالغة (1.96) عند مستوى معنوية (0.05) ، بينما كانت قيمة معامل الارتباط البسيط بين المقدرات الجوهرية للموارد البشرية ورفع الوعي الاستراتيجي للمنظمة السياحية (0.687) ليسر ذلك وجود ارتباط قوي طردي بين المتغير المستقل المتمثل بالمقدرات الجوهرية للموارد البشرية وبين المتغير التابع المعبر عن رفع الوعي الاستراتيجي للمنظمة السياحية ، كما أظهر جدول (1) قبول الفرضيات الفرعية المنبثقة من الفرضية الرئيسية الأولى ، ليصل عدد فرضيات الارتباط المقبولة خمس فرضيات معنوية من بين خمس فرضيات ، وبذلك تكون النسبة المئوية لعدد الفرضيات المقبولة . 100%

جدول (1)

اختبار فرضيات الارتباط بين المقدرات الجوهرية للموارد البشرية بأبعاده الأربعة و رفع الوعي الاستراتيجي

| تعليق الباحث | Z – Test | | المتغيرات | | الفرضية |
|-------------------------------------|-----------------|-----------------------|---------------------------------------|--|-------------------|
| | قيمة Z المحتسبة | معامل الارتباط البسيط | التابع | المستقل | |
| قبول الفرضية بنسبة ثقة % 95 | 2.452279 | 0.312 | رفع الوعي الاستراتيجي | رأس المال البشري | 1-1 |
| قبول الفرضية بنسبة ثقة % 95 | 3.906892 | 0.503 | | القيادة | 2-1 |
| قبول الفرضية بنسبة ثقة % 95 | 4.37907 | 0.565 | | صنع القرار | 3-1 |
| قبول الفرضية بنسبة ثقة % 95 | 2.041027 | 0.258 | | التمكين | 4-1 |
| قبول الفرضية بنسبة ثقة % 95 | 5.308194 | 0.687 | رفع الوعي الاستراتيجي | المقدرات الجوهرية للموارد البشرية | الرئيسية الأولى |
| خمس فرضيات معنوية من بين خمس فرضيات | | | العدد | | الفرضيات المقبولة |
| 100 % | | | النسبة المئوية لعدد الفرضيات المقبولة | | |
| | (1.96) | | N=43 | قيمة Z الجدولية عند مستوى ثقة % 95 تساوي | |

- يؤشر جدول (1) قبول الفرضية الفرعية الأولى المنبثقة من الفرضية الرئيسية الأولى وبنسبة ثقة (% 95) ، إذ بلغت قيمة Z المحتسبة (2.452279) وهي معنوية ، كونها أكبر من قيمة Z الجدولية البالغة (1.96) عند مستوى معنوية (0.05) ، بينما كانت قيمة معامل الارتباط البسيط بين رأس المال البشري وبين رفع الوعي الاستراتيجي للمنظمة السياحية (0.312) ليؤكد وجود ارتباط اقل بين رأس المال البشري و رفع الوعي الاستراتيجي قياساً " بالأبعاد الأخرى حسب آراء العينة وبذلك تقبل الفرضية الفرعية الأولى والتي تنص " توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين رأس المال البشري ورفع الوعي الاستراتيجي للمنظمة السياحية " .

- كما اظهر جدول (1) قبول الفرضية الفرعية الثانية المنبثقة من الفرضية الرئيسية الأولى وبنسبة ثقة (% 95) ، إذ بلغت قيمة Z المحتسبة (3.906892) وهي معنوية ، كونها أكبر من قيمة Z الجدولية البالغة (1.96) عند مستوى معنوية (0.05) ، بينما كانت قيمة معامل الارتباط البسيط بين القيادة ورفع الوعي الاستراتيجي للمنظمة السياحية (0.503) ليبين وجود ارتباط متوسط طردي بين القيادة ورفع الوعي الاستراتيجي بحسب آراء أفراد العينة ، وبذلك تقبل الفرضية الفرعية الثانية والتي تنص "توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين القيادة ورفع الوعي الاستراتيجي للمنظمة السياحية " .

- كما بيّن جدول (1) قبول الفرضية الفرعية الثالثة المنبثقة من الفرضية الرئيسية الأولى وبنسبة ثقة (95 %) ، إذ بلغت قيمة Z المحسوبة (4.37907) وهي معنوية، كونها أكبر من قيمة Z الجدولية البالغة (1.96) عند مستوى معنوية (0.05) ، بينما كانت قيمة معامل الارتباط البسيط بين صنع القرار ورفع الوعي الاستراتيجي للمنظمة السياحية (0.565) ليرسخ ذلك وجود ارتباط متوسط طردي بين صنع القرار ورفع الوعي الاستراتيجي بحسب آراء العينة ، وبذلك تقبل الفرضية الفرعية الثالثة والتي تنص " توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين صنع القرار ورفع الوعي الاستراتيجي للمنظمة السياحية " .
- ونستدل من جدول (1) قبول الفرضية الفرعية الرابعة المنبثقة من الفرضية الرئيسية الأولى وبنسبة ثقة (95 %) ، إذ بلغت قيمة Z المحسوبة (2.041027) وهي معنوية ، كونها أكبر من قيمة Z الجدولية البالغة (1.96) عند مستوى معنوية (0.05) ، بينما كانت قيمة معامل الارتباط البسيط بين بعد التمكين ورفع الوعي الاستراتيجي (0.258) ليؤكد وجود ارتباط اقل للتمكين ورفع الوعي الاستراتيجي للمنظمة السياحية قياسا " بالأبعاد الأخرى بحسب آراء العينة وبذلك تقبل الفرضية الفرعية الرابعة والتي تنص " توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين التمكين ورفع الوعي الاستراتيجي للمنظمة السياحية .

ثانياً : تأثير المقدرات الجوهرية للموارد البشرية في رفع الوعي الاستراتيجي للمنظمة السياحية:

سيتم تطبيق اختبار (F - TEST) لبيان قبول أو رفض فرضيات تأثير المتغير المستقل المُعبر عن المقدرات الجوهرية للموارد البشرية بأبعاده الأربعة في المتغير التابع المتمثل برفع الوعي الاستراتيجي للمنظمة السياحية ، حيث ستقبل فرضية التأثير عندما تكون قيمة F المحسوبة أكبر من نظيراتها الجدولية البالغة (4.0012) عند مستوى معنوية (0.05) ، أي قبول الفرضية بنسبة (95 %) ، وبخلاف ذلك سترفض فرضية التأثير ، ولبيان نسبة تأثير المتغير المستقل في رفع الوعي الاستراتيجي للمنظمة السياحية اعتمد الباحث على معامل التحديد R² % (لبيان نسبة تفسير المتغير المستقل للمتغير التابع) ، ولمعرفة مقدار المتغير الحاصل في قيمة المتغير التابع في حال حصول تغير في قيمة المتغير المستقل بمقدار وحدة واحدة استعان الباحث بقيمة معامل الانحدار والذي يطلق عليه أيضا (الميل الحدي أو بيتا) .

أكد جدول (2) قبول الفرضية الرئيسية الثانية التي تنص على " يوجد تأثير ذو دلالة معنوية بين المقدرات الجوهرية للموارد البشرية في رفع الوعي الاستراتيجي للمنظمة السياحية " وبنسبة ثقة (95 %) ، إذ بلغت قيمة F المحسوبة (52.737) وهي معنوية ، بسبب كونها أكبر من قيمة F الجدولية البالغة (4.0012) عند مستوى معنوية (0.05) ، بينما بلغت قيمة معامل التحديد (48.5 %) مؤشراً بذلك نسبة تفسير المقدرات الجوهرية للموارد البشرية لمتغير رفع الوعي الاستراتيجي للمنظمة السياحية ، بينما سجّلت قيمة معامل الانحدار بيتا (0.711) ، لتؤشر مقدار التغير الحاصل في قيمة المتغير التابع رفع الوعي الاستراتيجي للمنظمة السياحية في حال حصول تغير في قيمة المتغير المستقل المتمثل بالمقدرات الجوهرية للموارد البشرية بمقدار وحدة واحدة .

جدول (2)

اختبار فرضيات تأثير المقدرات الجوهرية للموارد البشرية في رفع الوعي الاستراتيجي للمنظمة السياحية

| تعليق الباحث | معامل التحديد R ² % | | معامل الانحدار بيتا β | الحد الثابت ألفا α | المتغيرات | | الفرضية |
|-------------------------------------|--------------------------------|--------------|-----------------------|--|-----------------------|-----------------------------------|------------------|
| | F - test | نسبة التفسير | | | التابع | المستقل | |
| قبول الفرضية بنسبة ثقة 95 % | 6.4 575 | 9.3 % | 0.483 | 2.585 | رفع الوعي الاستراتيجي | رأس المال البشري | 2-1 |
| قبول الفرضية بنسبة ثقة 95 % | 19.343 | 24.3 % | 0.632 | 1.84 | | القيادة | 2-2 |
| قبول الفرضية بنسبة ثقة 95 % | 26.214 | 31.1 % | 0.655 | 1.725 | | صنع القرار | 2-3 |
| قبول الفرضية بنسبة ثقة 95 % | 4.328 | 6.2 % | 0.411 | 2.945 | | التمكين | 2-4 |
| قبول الفرضية بنسبة ثقة 95 % | 52.737 | 48.5 % | 0.711 | 1.445 | رفع الوعي الاستراتيجي | المقدرات الجوهرية للموارد البشرية | الرئيسية الثانية |
| خمس فرضيات معنوية من بين خمس فرضيات | | | | العدد | | الفرضيات المقبولة | |
| 100 % | | | | النسبة المئوية لعدد الفرضيات المقبولة | | | |
| (4.0012) N=43 | | | | قيمة F الجدولية عند مستوى ثقة 95 % تساوى | | | |

- كما بيّن جدول (2) على إن بُد صنع القرار سجل أعلى نسبة تأثير في رفع الوعي الاستراتيجي للمنظمة السياحية من بين جميع أبعاد المقدرات الجوهرية للموارد البشرية وبواقع (31.1 %) ، في حين سجل بُد التمكين أقل نسبة تأثير في رفع الوعي الاستراتيجي للمنظمة السياحية وبواقع (6.2 %) .
- وبين جدول (2) قبول الفرضية الفرعية الأولى المنبثقة من الفرضية الرئيسة الثانية التي تنص على "يوجد تأثير معنوي لرأس المال البشري في رفع الوعي الاستراتيجي للمنظمة السياحية" وبنسبة ثقة 95%، إذ بلغت قيمة F المحسوبة (6.4 575) وهي معنوية، بسبب كون المحسوبة أكبر من قيمة F الجدولية البالغة (4.0012) عند مستوى معنوية (0.05) ، بينما بلغت قيمة معامل التحديد (10.3%) لتبين بذلك نسبة تفسير رأس المال البشري لرفع الوعي الاستراتيجي للمنظمة السياحية ، بينما سجلت قيمة معامل الانحدار (0.483)، لتؤشر مقدار التغير الحاصل في قيمة المتغير التابع رفع الوعي الاستراتيجي للمنظمة السياحية في حال حصول تغير في قيمة البُعد المتمثل رأس المال البشري بمقدار وحدة واحدة وبذلك تقبل الفرضية الفرعية الأولى.
- كما شخص جدول (2) قبول الفرضية الفرعية الثانية المنبثقة من الفرضية الرئيسة الثانية التي تنص على "يوجد تأثير معنوي للقيادة في رفع الوعي الاستراتيجي للمنظمة السياحية وبنسبة ثقة 95 % ، إذ بلغت قيمة F المحسوبة (19.343) وهي معنوية ، لكونها أكبر من قيمة F الجدولية البالغة (4.0012) عند مستوى معنوية (0.05) ، بينما بلغت قيمة معامل التحديد (24.3 %) لتبين بذلك نسبة تفسير القيادة لرفع الوعي الاستراتيجي للمنظمة السياحية ، بينما سجلت قيمة معامل الانحدار (0.632) ، لتؤشر مقدار التغير الحاصل في قيمة المتغير التابع رفع الوعي الاستراتيجي للمنظمة السياحية في حال حصول تغير في قيمة البُعد المتمثل بالقيادة بمقدار وحدة واحدة وبذلك تقبل الفرضية الفرعية الثانية.
- اظهر جدول (2) قبول الفرضية الفرعية الثالثة المنبثقة من الفرضية الرئيسة الثانية التي تنص على "يوجد تأثير معنوي لصنع القرار في رفع الوعي الاستراتيجي للمنظمة السياحية" وبنسبة ثقة 95 % ، إذ بلغت قيمة F المحسوبة (26.214) وهي معنوية ، كونها أكبر من قيمة F الجدولية البالغة (4.0012) عند مستوى معنوية (0.05) ، في حين بلغت قيمة معامل التحديد (31.1%) لتبين بذلك نسبة تفسير أهمية المقدرات الجوهرية للموارد البشرية للاداء ، بينما سجلت قيمة معامل الانحدار (0.655) ، لتؤشر مقدار التغير الحاصل في قيمة المتغير التابع رفع الوعي الاستراتيجي للمنظمة السياحية في حال حصول تغير في قيمة البُعد المتمثل بصنع القرار بمقدار وحدة واحدة وبذلك تقبل الفرضية الفرعية الثالثة.
- وأكد جدول (2) قبول الفرضية الفرعية الرابعة المنبثقة من الفرضية الرئيسة الثانية التي تنص على "يوجد تأثير معنوي للتمكين في رفع الوعي الاستراتيجي للمنظمة السياحية" وبنسبة ثقة 95 % ، إذ بلغت قيمة F المحسوبة (4.328) وهي معنوية ، كونها أكبر من قيمة F الجدولية البالغة (4.0012) عند مستوى معنوية (0.05) ، بينما بلغت قيمة معامل التحديد (6.2%) لتبين بذلك نسبة تفسير التمكين لرفع الوعي الاستراتيجي للمنظمة السياحية ، بينما سجلت قيمة معامل الانحدار (0.411) ، لتؤشر مقدار التغير الحاصل في قيمة المتغير التابع رفع الوعي الاستراتيجي للمنظمة السياحية في حال حصول تغير في قيمة البُعد المتمثل بالتمكين بمقدار وحدة واحدة وبذلك تقبل الفرضية الفرعية الرابعة المشار إليها أعلاه .

الاستنتاجات والتوصيات

أولاً: الاستنتاجات :

1. ظهر من خلال التحليل العملي للدراسة وجود علاقة ارتباط وتأثير ذات دلالة معنوية بين المقدرات الجوهرية وابعادها وبين رفع الوعي الاستراتيجي لدى الفندق المبحوث، وهذا يوضح اهميتها ودورها في تبني الاعمال .
2. ان تفعيل المقدرات الجوهرية يتطلب ادارة محفزة وداعمة للأفراد من خلال قيادتهم نحو بذل أقصى جهد للتعلم عن طريق الدورات واكتساب المهارات الجديدة ، وهذا يتطلب من الادارة عامل التحفيز والانفاق .
3. ان بيئة العمل متغيرة باستمرار بسبب تغير البيئة الداخلية والخارجية المحيطة بنا مما يحدث تغيرات استراتيجية ، وهذا بدوره يدفع المنظمة الى اعادة النظر الدائم بما تمتلكه من موارد بشرية وقدراتهم .
4. سجل بُد صنع القرار أعلى نسبة تأثير في رفع الوعي الاستراتيجي للمنظمة السياحية من بين جميع أبعاد المقدرات الجوهرية للموارد البشرية ، في حين سجل بُد التمكين أقل نسبة تأثير في رفع الوعي الاستراتيجي للمنظمة السياحية ، وهذا يدل على اهمية القرارات المتخذة من قبل الادارة العليا في المنظمة .

ثانياً: التوصيات :

1. ضرورة التزام الفندق باتباع مفهوم المقدرات الجوهرية لتأثيره الايجابي في رفع الوعي الاستراتيجي للموارد البشرية فيه.

2. توظيف امتلاك الموارد البشرية للمقدرات الجوهرية عن طريق دعمهم ماديا ومعنويا لكي يعزز من ولائهم للفندق والذي يوثق بدوره في رفع الوعي.
3. التركيز على دور التمكين من ضمن ابعاد المقدرات الجوهرية وذلك لانه يسمح للموارد بتبني الافكار والتطوير مستقبلا ، كونه يحفز على الابداع والابتكار.
4. الاستغلال الامثل للوسائل والعدات التكنولوجية والتقنية الحديثة ، حيث تمكن المنظمة من اطلاع الموارد البشرية العاملة لديها على احدث ما توصلت له الفنادق العالمية من تسهيلات في العمل دون الحاجة الى الانتقال من اماكن تواجدهم عن طريق ادخالهم دورات بواسطة الانترنت .

المصادر

1. يوسف، ميهفان شريف، طاهر، مهابات محسن، الوعي الاستراتيجي ودوره في تحقيق متطلبات التجديد الاستراتيجي ، بحث منشور مجلة العلوم الانسانية لجامعة زاخو ، مجلد 9، العدد3 ، 2021.
2. عطا، خالدية مصطفى، فخرى عبادي علي، المقدرات الجوهرية وتأثيرها في الريادة الاستراتيجية، بحث منشور مجلة دنانير ، العدد 21، 2021.
3. الخياط، انهار يوسف ، تشخيص واقع المقدرات الجوهرية في معمل اللبسة الجاهزة في الموصل دراسة مسحية الرء عينة من الموارد البشرية ، رسالة دبلوم عالي جامعة الموصل 2022.
4. Bahar,Emel& Emine Ozlem Koroglu: Human Resoures Competencies and the mediation Role of the Ganizational climate : Business &management studies An International Journal, Vol:8 Issue 4 year 2020, 993-1014.
5. Young, juan humberto : Mindfulness- Based Strategic Awareness Training, first edition , john Wiley & Sone ,Ltd, 2017.
6. Davis, Peter S- Joseph A. Allen, Clay Dibrell: Leadership & Organization Development Journal, Vol.33 Iss: 4pp .322- 341, 2012.
7. AL- Badayneh, Ghazy: The Impact of strategic Awareness on Enhancing organizational Immunity system, International Review of management and marketing, Issn : 2146-4405, 2021,11(2), 47-58.
8. Malcolm ,Diane : Reading strategy awareness of Arabic – speaking medical students studying in English , journal system , Vol 37:640-651, 2009.
9. Al-Khatib , Muna Mahmoud , strategic Awareness and its Impact on strategic Risks ,Thesis ,middle East University ,2018.
10. Hai ming chen & wen yen chang : core competence From a strategic human resource management perspective, African Journal of Business Management Vol. 5(14), pp. 5738-5745, 18 July, 2011.
11. Daft,Richard L., management , ninth edition, South- Western, USA,2010.
12. Whetten, David A.& Cameron, Kim S(2011),Developing Management Skills ,8th Edition, Copyright by Pearson Education, Inc., New Jersey.