

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
الجامعة المستنصرية
كلية الإدارة والاقتصاد
قسم السياحة وإدارة الفنادق

الرؤية الاستراتيجية والذكاء التنافسي وأثرهما في إدارة علاقات الضيف

دراسة ميدانية في فنادق الدرجة الممتازة

أطروحة مقدّمة

الى مجلس كلية الإدارة والاقتصاد / الجامعة المستنصرية
وهي جزء من متطلبات نيل درجة دكتوراه فلسفة في علوم السياحة وإدارة
الفنادق

تقدّم بها

احمد مجيد حميد

ياشرف

الأستاذ الدكتور

عادل هادي البغدادي

٢٠١٣ م

١٤٣٤ هـ

المستخلص

الغرض : تهدف الدراسة الحالية الى بيان مدى تطبيق اليات الرؤية الاستراتيجية والذكاء التنافسي وإدارة علاقات الضيف واهميتها في المنظمات السياحية العراقية ؛ كذلك توجيه نظر المنظمات السياحية نحو إدارة علاقات الضيف في صناعة الضيافة العراقية لما لها من اهمية في تحقيق البقاء والديمومة ، وكذلك تسعى الدراسة الى ايضاح العلاقة الارتباطية والتأثيرية وقيمتها بين متغيرات الدراسة من خلال العينة المختارة .

المنهجية : تكمن مشكلة الدراسة في كون المنظمات السياحية العراقية تعمل بدون معالم واضحة للرؤية الاستراتيجية وبدون تنظيم حقيقي لعملية الذكاء التنافسي ولا تشعر بان الضيف هو محور العمل السياحي بالرغم من الاحساس باهميته من الناحية الاقتصادية للفندق . كما ان مستويات التعامل مع متغيرات البحث غير واضحة لدى المنظمات السياحية العراقية .

ويسبب ذلك تم اختيار ذلك المجتمع باكماله وليس عينة منه خاصة انه من الممكن استيعابه وذلك لقلة الفنادق بالدرجة الاساس الحاملة لتصنيف الدرجة الممتازة ولمحدودية المدراء ذوي العلاقة بمتغيرات الدراسة والبالغ عددهم (٦٩) مديراً او من هم بدرجة مدير كأن يكون مدير فندق او مديراً مقيماً او رئيس مجلس إدارة بحيث يكون مسؤولاً عن صياغة الرؤى الاستراتيجية ويستطيع من خلال موقعه توجيه عملية الذكاء التنافسي باتجاه فلسفة إدارة علاقات الضيف .

وقد استخدمت الدراسة الاستبيان كأداة رئيسة لجمع المعلومات في مسعى منها لاختبار عدد من الفرضيات الرئيسية والفرعية المتعلقة بعلاقات الارتباط والتأثير بين متغيرات الدراسة . وفي سبيل التوصل الى نتائج تلك العلاقات تم استخدام البرنامج الاحصائي SPSS .

قيمة الدراسة : توصلت الدراسة الى مجموعة من الاستنتاجات النظرية والتطبيقية من بينها ؛ قوة العلاقة الارتباطية والمعنوية التي اظهرتها النتائج الاحصائية بين متغيرات الدراسة (الرؤية الاستراتيجية ، الذكاء التنافسي ، إدارة علاقات الضيف)؛ مما يؤكد ايمان ادارات الفنادق المبحوثة بان تطبيق معايير الرؤية الاستراتيجية بشكل صحيح سيؤدي الى زيادة الاهتمام بتطبيق اليات الذكاء التنافسي وإدارة علاقات الضيف . كما تم التوصل الى نتائج متطابقة مع الفرضيات التي وضعت بداية حول مدى التأثير الحاصل بين الرؤية الاستراتيجية والذكاء التنافسي من جهة وإدارة علاقات الضيف من جهة اخرى . وبشكل عام نجد ان جميع النتائج التي اظهرتها الاساليب الاحصائية تشير الى الواقع الفعلي- او قريبة الى الواقع - لمستوى التعامل مع المتغيرات في فنادق الدرجة الممتازة . مما يدفعنا الى الاعتقاد بامكانية النهوض بواقع الفنادق

العراقية الممتازة من خلال تبني الفكر الرؤيوي الاستراتيجي المعتمد على الذكاء التنافسي
للاوصول الى إدارة فاعلة لعلاقات الضيف .