

مؤسسات التنشئة الاجتماعية ودورها في الإبداع السياحي (دراسة ميدانية عن فندق بغداد والسدير)

م.د. علاء كريم مطلق

الجامعة المستنصرية/ كلية العلوم السياحية - قسم ادارة الفنادق

الملخص:

يُعدُّ موضوع الإبداع من المواضيع المهمة التي شغلت اهتمام الباحثين والمتخصصين في القطاع السياحي؛ لأن السياحة تنتمي إلى قطاع الخدمات وهي عبارة عن مجموعة من الخدمات تعتمد في جودتها على العنصر البشري في أثناء تقديمها للضيف، وأن سلوك الفرد وطموحه وأفكاره تعتمد على فاعلية المؤسسات الاجتماعية التي لها أثر كبير في التنشئة الاجتماعية للفرد، وتحفيزه نحو الأفضل، وهذا ما أكدته الجانب النظري والميداني للبحث الذي أثبت وجود علاقة ما بين مؤسسات التنشئة الاجتماعية والإبداع السياحي في القطاع الفندقي.

لقد تضمنَ البحث أربعة مباحث: الأول تناول مفهوم التنشئة الاجتماعية، أهدافها، مؤسساتها. أما المبحث الثاني فقد تضمن مفهوم الإبداع، مستوياته، أهدافه والعوامل المؤثرة فيه، وقد تضمن المبحث الثالث منهجية البحث والتحليل الإحصائي لاستمارة الاستبانة على وفق برنامج التحليل الإحصائي (spss). أما المبحث الأخير؛ فقد تضمن أهم النتائج والتوصيات التي تخص متغيرات الدراسة والتي أكدت وجود علاقة ايجابية ما بين المتغيرات، وهي أن الإبداع السياحي يتأثر بمؤسسات التنشئة الاجتماعية.

المقدمة:

إنَّ لمؤسسات التنشئة الاجتماعية دوراً كبيراً في جميع المجتمعات؛ لأنها تمثل أهم مرافقه الاجتماعية إذ تمد المجتمع بالأفراد الصالحين الذين يسهمون في بناء مؤسساته الاجتماعية ورفده بالطاقات المبدعة والخلاقة، وان الاهتمام بتلك المؤسسات الاجتماعية كالأ أسرة، المدرسة، جماعة الأصدقاء، دور العبادة ووسائل الأعلام له الدور الكبير في ارساء وتعزيز القيم الضابطة لسلوك أفراد المجتمع وحثهم على العلم والتعلم والرقي، والتطلع نحو الأفضل لخدمة المجتمع ومواكبة التطور السريع الذي يشهده العالم، لذا لا بد من الاهتمام بالطاقات المبدعة القادرة على تقديم أفكار وخدمات جديدة في القطاع السياحي مما يؤدي ذلك الى التحسين المستمر لجودة الخدمات والمنافسة في كسب رضا الضيف وقناعته بمستوى ونوعية الخدمات المقدمة.

إنَّ الموارد البشرية المبدعة في القطاع السياحي لها القدرة على اكتساب فنون التفاوض والتعامل بمهنية واحتراف، وتلبية احتياجات الضيوف بالجودة المطلوبة والسرعة الممكنة، لذا تطلب ذلك من الادارات الفندقية تشجيع الطاقات المبدعة كونها مورداً بشرياً نادراً، قادراً على المحافظة على المركز التنافسي للفندق، وكسب رضا وقناعة جميع فئات ضيوف الفندق وشراخه

الاجتماعية، وتحقيق أعلى قدر من الأرباح وتقليل الهدر في الكلف وتقديم خدمات ذات جودة عالية.

المبحث الأول/ التنشئة الاجتماعية: مفهومها أهدافها، مؤسساتها:
أولاً/ مفهوم التنشئة الاجتماعية:

التنشئة الاجتماعية في اللغة مصدرها (نشا) الشيء، نشأ ونشوءاً ونشأة حدث وتجدد والصبي شب: ونما. ويقال نشأت في بني فلان ونشأ فلان نشأة حسنة (أنيس ، ١٩٩٤ ، ص ٩٢٠) . وأنشأ بفعل كذا أي ابتداء . ونشأ في بني فلان أي شب فيهم (الرازي ، ١٩٩٣ ، ص ٦٥٨) . وأن التنشئة الاجتماعية هي عملية تلقين الفرد مقاييس ومفاهيم مجتمعه الذي يعيش فيه بحيث يصبح متدرباً على أشغال مجموعة أدوار تحدد نمط سلوكه اليومي (Oxford Dictionary, 2002, P:447. وأن عملية التنشئة الاجتماعية تكون منذ اللحظات الأولى من ولادة الفرد بحيث تبدأ بتلبية احتياجات الفرد بالمستلزمات من الطعام والشراب ووسائل الراحة (Robert. 2005, P.92).

وقد استعملت كلمة تنشئة في الأدب الانكليزي عام ١٩٢٨ لتعني تهيئة الفرد للتكيف والعيش والتفاعل مع المجتمع (الحسن ، ١٩٩٩ ، ص ٢٠٩).

وهناك العديد من العلماء والمفكرين عرفوا مفهوم التنشئة الاجتماعية : فقد عرفها فلانكتون بأنها محاولة الأفراد على تكيف تصرفاتهم الشخصية طبقاً لما يناسب الجماعات والمجتمعات التي يكونون جزءاً منها (Johnson, and Kegan ,1981, P.581).

ويعرفها جونسون بأنها عملية تعلم اجتماعي تساعد المتعلم على أداء أدواره في المجتمع والتفاعل مع الآخرين بطريقة يقرها المجتمع ويعترف بها ويريد بلورتها وترسيخها (Mackenzie, 1981, P.P.214-216. ويعرفها دوسن بأنها العملية التي يتم عن طريقها تعلم الفرد كيفية التكيف مع الجماعة التي ينتمي إليها واكتسابه السلوك الاجتماعي الذي ترغب فيه تلك الجماعة (Mitchell, Paul, 1973, P.218). ويعرفها ريهشو بأنها وسيلة يتم بموجبها دمج الأفراد وإدابتهم في الجماعة وتأهيلهم للتفاعل والانسجام الايجابي معها (الحسن ، ١٩٧٥ ، ص ٤٠٦).

ويعرفها آخرون بأنها وسيلة أساسية في غرس القيم والعادات الاجتماعية ، وهي لا تسيطر على الفرد بطريقة عشوائية وإنما وفق معايير معينة تتفق عليها الجماعة ويقرها المجتمع لأنها وسيلة من وسائل الحفاظ على استمرارية معالم المجتمع وتراثه الحضاري والفكري ، ولقد كانت ولا تزال الغاية الأساسية من التنشئة الاجتماعية في كل الثقافات هي تربية أشخاص متوافقين لكي يسهموا في تقدم المجتمع ورقية وتحقيق أهدافه القريبة والبعيدة (الحسن ، بغداد ، ١٩٨٣).

ثانياً/ أهداف التنشئة الاجتماعية:

إن للتنشئة الاجتماعية جملة من الأهداف أهمها على النحو الآتي:

١ - تكوين الشخصية الإنسانية وتكوين ذات الفرد عن طريق إشباع الحاجات الأولية له، حتى يستطيع فيما بعد إن يجد نوعاً من التوافق والتآلف مع الآخرين من جهة ومع مطالب المجتمع والثقافة التي يعيش فيها من جهة أخرى.

٢-التدريبات الأساسية لضبط السلوك وأساليب إشباع الحاجات ، ومن خلال هذه العملية يكتسب الفرد من أسرته اللغة والعادات الفطرية والاجتماعية والنفسية والتقاليد السائدة في مجتمعه .

١- اكتساب المعرفة والقيم والاتجاهات وكافة أنماط السلوك وحيث أنها تشمل أساليب التعلم والتفكير الخاصة بالمجتمع الذي يعيش فيه الفرد واكتساب العناصر الثقافية للجماعات والتي تصلح لتكوينه الشخصي.

٢- غرس النظم الأساسية في الفرد، وغرس الطموح والتقدم في النفس وحياة الفرد.

٣- غرس الهوية في الفرد وفقاً لاحتياجاته وقدراته التعليمية والمهنية، وغرس الهوية القومية(الختانة ، ٢٠١١ ، ص١١٤).

٤- اكتساب العناصر الثقافية للجماعة والتي تصبح جزءاً من تكوينه الشخصي.

٥- تحويل الفرد من كائن بيولوجي إلى كائن اجتماعي ، حيث يكسب الفرد صفته الاجتماعية(أبو جادو ، ٢٠٠٢ ، ص١٩).

٦- إعداد مواطنين صالحين يستطيعون مواجهة الحياة ومشاكلهم، حتى يكونوا نافعين في

المجتمع ويعملون على تطويره وازدهاره.(Richter, 1991, P.185).

ثالثاً: مؤسسات التنشئة الاجتماعية.

للتنشئة الاجتماعية مجموعة من المؤسسات تسهم في تعزيز وتدعيم التنشئة الاجتماعية وهي على

النحو الاتي :

١- الأسرة:

تعدُّ الأسرة كياناً اجتماعياً مهماً في المجتمع وهي تتألف من الوالدين والأبناء والأحفاد وتتسع لتشمل جميع الأقارب، وتجمعهم مشاعر وعواطف وأمان يسهون إلى تحقيقها. وأنَّ الأسرة هي المؤسسة الاجتماعية التي تمد الفرد بالقيم الأساسية التي يحتاجها الفرد (Gerard, , 1985, P.27). وتعدُّ الأسرة بالنسبة للفرد المؤسسة الأكثر تأثيراً في سلوكه وتمتد إلى مراحل متقدمة من عمر الإنسان (Peter, 1972, P.77). وقد اهتم علماء الاجتماع بدراسة الأسرة لأنَّ الأسرة الصالحة هي أساس الحياة الاجتماعية السوية، وهي أساس المجتمع المتكامل. وأنَّ المجتمع ليس إلا مجموعة من الأسر المتفاعلة فإذا صلحت الأسرة صلح المجتمع (عبد السلام ، ٢٠٠٥ ،

ص ١٧٧). وإنّ الأسرة بما لديها من قدرة على السيطرة والإشراف المباشر على أفرادها ، تعدّ من أهم المؤسسات الاجتماعية الضابطة لسلوك الفرد عن طريق ما تفرضه من قواعد سلوكية تضبط وتوجه وتنظم سلوك أفرادها(الخشاب ، ٢٠٠٢ ، ص ٢٧)، واضعةً للبنات الأولية للشخصية الإنسانية وتدعمها من خلال إشكال متنوعة من الأفعال الرامية إلى تثبيت قناعات تستند إلى رؤى معينة (الدعيمي ، ٢٠١١ ، ص ٦٧).

٢- المدرسة:

تعدّ المدرسة المؤسسة الاجتماعية الثانية المهمة التي تحتضن الفرد بعد الأسرة والتي من خلالها تتصلق المواهب العقلية ، ومنها يكتسب الفرد مكارم الأخلاق وصالح السلوك لذا لها دور مهم وفعال في تهذيب سلوك الفرد لكون المدرسة احد أهم أركان عملية التنشئة الاجتماعية (عبد الدايم ، ١٩٩٨ ، ص ٨٨) ، التي من خلالها يتعلم الفرد النظام والانضباط ، وهي وسيلة لنقل قواعد المجتمع الاجتماعية وقواعد الآداب العامة، وأسس التعامل والتفاعل الاجتماعي وبالتالي بلورة شخصية الفرد وفقاً لقواعد مجتمعة (جابر ، ١٩٨٢ ، ص ١١٤). وهي بذلك تدعم الاستقرار الاجتماعي والرفقي المجتمعي وهي حلقة الوصل بين الفرد ومجتمعه ، ورفده بالطاقات المبدعة (حجازي ، ١٩٧٩ ، ص ١٠١) .

٣- الجماعات الاجتماعية:

إنّ الجماعة عند علماء الاجتماع هي جمع من الناس يقوم بين أفرادها تفاعل وتأثير متبادل، ويقوم هؤلاء الأعضاء بأعمال مشتركة منظمة لغرض الوصول إلى أهداف خاصة بوسائل محددة. وأنّ لجماعة الأقران اثراً في النمو الاجتماعي للفرد من خلال تأثيرها في تنشئته تنشئة اجتماعية سليمة في مرحلة الطفولة بصفة خاصة ، وجماعة الرفاق تتكون من أعضاء يمكن إن يتعامل كل منهم مع الآخر على أساس المساواة ، وان لهذه الجماعة خاصية الضم والاحتواء ، لأنها تضم الأفراد من نفس السن تقريباً وأحياناً من نفس الجنس (Richard, 2003, P.229) .

ويمكن لتلك الجماعات تبادل الخبرات ووجهات النظر لها قواعد العامة لتلبية احتياجات أعضائها (Popeno, 1977;0, P60). ويمكن تحديد أهم وظائف جماعة الأقران على النحو الآتي:

- أ. تعطي للفرد فرصة التعامل مع أفراد متساويين ومتشابهين معه ، وبذلك توجد أنماط من العلاقات والتفاعلات المتساوية ، الأمر الذي لا يتيح له الأسرة ولا المدرسة .
- ب. تساعد الفرد على الوصول إلى المستوى الاستقلالي الشخصي عن الوالدين ، ففيها تنشأ عدة روابط عاطفية جديدة ، ويتم الاقتداء بنماذج مختلفة ويحرص الفرد على إن يحظى باهتمام وقبول أقرانه مقوماً نفسه من خلال معايير الجماعة وقيمتها .

- ج. تتيح جماعة الأقران لأعضائها فرصة لتوسيع آفاقهم الاجتماعية وإنماء خبراتهم واهتماماتهم ، فهي تمثل ميداناً يجرب فيه الأعضاء كل ما هو جديد ومستحدث .
- د. تساعد الفرد على تنمية الاعتراف بحقوق الآخرين ومراعاتها، لأنها بطبيعتها تتكون من أقران متساوين تجمعهم قواعد مشتركة يجب على الجميع احترامها.
- هـ. تقوم جماعة الأقران بتصحيح التطرف أو الانحراف في السلوك بين أعضائها (شريف ، ٢٠٠٢ ، ص ٣٢ - ٣٣).
- و. تعمل على نمو شخصية الفرد ، وكذلك اكتساب نمط شخصية الجماعة، وإشباع حاجة الفرد إلى الانتماء والمكانة الاجتماعية (عثمان ، ٢٠٠٨ ، ص ١٢٥).
- ٤- دور العبادة:

لعبت دور العبادة ولم تنزل دوراً كبيراً في التنشئة الاجتماعية ، إذ إن الأديان السماوية والمعتقدات غير السماوية تقوم على أخلاقيات معينة ، ولها أسس ونظم وقيم وسلوكيات محددة وأنماط حياة خاصة (عبد الهادي ، ٢٠٠٢ ، ص ٢٥١) وتعدُّ المؤسسة الدينية من أهم مقومات البيئة الاجتماعية ، ولا يقتصر دورها على العبادة وإقامة الشعائر الدينية وإنما لها دور في أن تكون حصناً منيعاً يمنعهم من ارتكاب الإثم والخطيئة ، والحث على الأخلاق الحميدة والسلوك الطيب واجتتاب الشر وتشريع ودعم القيم الاجتماعية السامية والتسامح والتعايش السلمي في المجتمع (إبراهيم ، ١٩٩٨ ، ص ٨١ - ٨٣).

٥- وسائل الإعلام:

كلمة الإعلام في اللغة من العلم : وهو نقيض الجهل ، ومن علم الشيء : عرفه ، ومن علم بالشيء شعر به ، وبذلك فهي تعني الاطلاع على الشيء أو العلم به. والمقصود بوسائل الإعلام المؤسسات الحكومية أو الأهلية التي تنشر الثقافة والمعلومات التي تعني بالنواحي التربوية من خلال وسائل متخصصة كالإذاعة - التلفزيون - الكتب - والمجلات - الصحف - دور السينما والمسرح (عبد الهادي، ٢٠٠٢ ، ص ٢٥٣) ، شبكة المعلومات (الانترنت) والتي تعدّ من المؤسسات المهمة في التنشئة الاجتماعية للفرد، لما تتضمنه من معلومات مسموعة أو مرئية أو مقروءة ، وما تعرضه من أخبار ووقائع، وأفكار، وآراء تتيح للفرد التواصل والتعبير والترفيه والترويج عن النفس (دورتية ، ٢٠١١ ، ص ١١٢٢). وان المجتمع يستخدم وسائله الإعلامية لنقل التراث الاجتماعي من جيل إلى آخر ، وتعمل وسائل الإعلام على مساندة المؤسسات الاجتماعية الأخرى كالأُسرة والمدرسة، للقيام بعملية التنشئة الاجتماعية (الرشدان ، ص ٣٣٣-٣٣٤).

المبحث الثاني/ الإبداع مفهومه، مستوياته، أهدافه والعوامل المؤثرة فيه:
أولاً/ مفهوم الإبداع:

يُعدُّ الإبداع من المفاهيم الهامة في القطاع السياحي وذلك لكون المنتج السياحي عبارة عن مجموعة من الخدمات تعتمد في جودتها على من يقدمها، وهذا ما جعل المنظمات السياحية تُولي اهتماماً كبيراً للإبداع، سواء على مستوى الفرد أو المنظمة السياحية. ومن هنا لا بد من التعرف على مفهوم الإبداع وعلى النحو الآتي:

إن أصل كلمة إبداع في اللغة العربية مأخوذة من "بَدَعَ" الشيء أو ابتدعه أي أنشأه وبدأه (السكرانة ، ط ١ ، ٢٠١١ ، ص ١٦) على غير مثال سابق.

إما في اللغة الانكليزية؛ فإنَّ كلمة **Innovate** تعني إحداث إيجاد شيء جديد ، ولذلك يعرف الإبداع بأنه تطبيق فكره داخل المنظمة السياحية أو تطوير فكرة من الداخل أو من خارج المنظمة السياحية، سواء كانت تتعلق بالمنتج أم العملية السياسة أم البرنامج أم الخدمة، وهذه الفكرة جديدة بالنسبة للمنظمة (حريم ، ٢٠٠٩ ، ص ٢٩٩). وهذا المفهوم وجد أيضاً في قاموس أكسفورد إذ عرفه بأنه "تقديم أفكاره أو أساليب أو طرائق جديدة" (حريم ، ط ٢ ، ٢٠٠٩ ، ص ٢٩٩) وطبقاً للموسوعة البريطانية الحديثة "The new Encyclopedia Britannica" فقد عرفته بأنه القدرة على الآتيان بشيء جديد أو حل جديد لمشكلة ما أو طريقة وأسلوب جديد أو إعادة صياغة لشكل ما (خصاونة ، ٢٠٠١ ، ص ٣٨). وكذلك لا يختلف مفهوم الإبداع في قاموس وبستر حيث عرفه بأنه عملية ابتكار، وفن الابتكار لشيء ما يتم تقديمه بشكل جديد وطريقة جديدة في عمل الأشياء والتجديد وتوفير البدائل (المعاني ، ٢٠١١ ، ص ٣٤٥).

لقد أكد الكثير من الباحثين أنّ الإبداع هو أفكار جديدة ومفيدة لحل مشكلات معينة لها دور في تطوير السلع والخدمات، ويشترط إن تكون هذه الأفكار جديدة غير مطروحة سابقاً (الطرونة ، ٢٠١٢ ، ص ٢٦١). مما يؤدي ذلك إلى التميز، والإبداع أو سلوك إبداعي جديد للمنظمة (العميان ، ٢٠١٠ ، ص ٣٨٩) . وان الفعاليات الإبداعية مصدرها قدرة المبدع على الربط بين عناصر الخبرة عن طريق التفكير الإبداعي الذي يؤدي إلى الفعل الإبداعي الناتج عن قدرات عقلية لابتكار أفكار جديدة ومفيدة للمنظمة تؤدي إلى تغييرات في الهيكل التنظيمي وعمليات المنظمة (الحريري ، ٢٠١٢ ، ص ١٥٥) . وكذلك عُرِفَ الإبداع بأنه مجموعة من المهارات والقدرات المعقدة ، والتي تتضمن القدرة على العمل باستقلالية ، والتفكير غير التقليدي ، والانفتاح على الخبرة الجديدة . وعُرِفَ أيضاً بأنه الوحدة المتكاملة لمجموعة من العوامل الذاتية والموضوعية التي تقود إلى إنتاج كل ما هو جديد وأصيل وذو قيمة للفرد أو الجماعة. كما انه النشاط أو العملية الذهنية التي تقود إلى إنتاج يتصف بالجدة والأصالة والقيمة (العتوم ، ٢٠٠٩ ، ص ١٣١). ولذلك

حظي مفهوم الإبداع باهتمامات الكثير من الدول ، كالولايات المتحدة وكندا واليابان وكذلك السوق الأوروبية المشتركة ، وإنشاء منظمات متعددة لرعاية الإبداع (الدهان ، ١٩٩٢ ، ص ١٧٧). وذلك بسبب المنافسة الشديدة التي يشهدها العالم في ظل العولمة ولأن الإبداع يعني التمايز والآتيان بما هو مختلف عن الآخرين من المنافسين المباشرين وغيرهم والاستجابة المتميزة للحاجات عن طريق الإبداع (السكرانة ، ٢٠٠٨ ، ص ٤٨).

ثانياً/ مستويات الإبداع:

لقد قسم المتخصصين بالعلوم الإدارية الإبداع على ثلاثة مستويات ، وهي على النحو الآتي:

١- الإبداع على مستوى الفرد .

هو الإبداع الذي يتم التواصل إليه من قبل احد الأفراد (مساعدة ، ٢٠١٣ ، ص ٣٧٩)، من خلال استخدام قدراته العقلية في إطار ما يحيط به من مؤثرات مختلفة لغرض تقديم إنتاج جديد ينعف المجتمع الذي يتواجد فيه (الفضل ، ٢٠٠٩ ، ص ١٥).

٢- الإبداع على مستوى الجماعة

وهو الإبداع الذي يتم التواصل إليه من قبل الجماعة، وان إبداع الجماعة هو اكبر من المجموع الفردي لإبداع أفرادها. و أكدت الدراسات بأن الجماعة المختلفة من حيث الجنس تنتج حلولاً أفضل جوده من الجماعة أحادية الجنس وذلك نتيجةً للتفاعل فيما بينهم وتبادل الرأي الخبرة ومساعدة بعضهم البعض (الحريم ، ص ٣٠٥).

٣- الإبداع على مستوى المنظمة .

وهو الإبداع الذي يتم التواصل إليه عن طريق الجهد التعاوني لأعضاء المنظمة من خلال توظيف الجهود والاستخدام الأمثل لغرض تطوير منتجات جديدة أو إجراء تحسينات عليها أو تطوير استخدامات جديدة (منصور ، ٢٠١٠ ، ص ١٩٣).

ثالثاً: أهداف الإبداع.

إن للإبداع مجموعة من الأهداف سواء كانت على مستوى الفرد أو المنظمات أهمها على النحو الآتي:

١. تنمية المهارات الشخصية في مجالات التفكير والتفاعل الجماعي باستخدام أسلوب العصف الذهني (الربيعي ، ٢٠١٠ ، ص ٤٥).
٢. خلق قيمة جوهرية للأفراد من خلال تصميم وتطوير وإنتاج وتسويق المنتجات والخدمات.
٣. يحسن الإبداع من جودة الخدمات ويقلل من الإخاطر التي تحدث أثناء تقديم الخدمات (الدليمي ، ٢٠٠٩ ، ص ٢٩).
٤. يعزز من أداء المنظمة بين المنظمات الأخرى ويجعلها مقبولة من قبل المستفيدين منها.

٥. زيادة قدرة المنظمة على المنافسة مع المنظمات الأخرى من خلال تقديم منتجات جديدة وبكلفة أقل من المنافسين (الراوي ، ٢٠٠٥ ، ص ٢٢).
٦. يُمكن المنظمة من السيطرة على بعض متغيرات البيئة الخارجية المحيطة بها.
٧. يعمل على تحسين خدمة الضيوف من خلال المرونة والتكيف مع حاجاتهم.
٨. يُمكن المنظمات من الحصول على الأرباح العالية من خلال تخفيض الكلف وكذلك التأثير في أذواق الضيوف وتقديم خدمات جديدة.

رابعاً : العوامل المؤثرة في الإبداع

هناك مجموعة من العوامل التي تسهم، وتؤثر بشكل فاعل في الإبداع السياحي، وهي على النحو الآتي .

١- القدرات العقلية

يشير الباحثون أن للإبداع مصادر داخلية وخارجية، تبرز دور العقل والتفكير الإبداعي (حسين ، ٢٠٠٨ ، ص ٤٦)، الذي يُعد مزيجاً من الخيال والتفكير العلمي المرن لتطوير أفكار قديمة أو ابتكار أفكار جديدة (الحمادي ، ١٩٩٩ ، ص ٣٢). وهذا ما يميز الشخص المبدع عن الشخص العادي من خلال أصالة الفكر وعدم التقليد والنقل عن الآخرين وذلك لامتلاكهم قدرات عقلية كبيرة ومتنوعة (قنديل ، ٢٠١٠ ، ص ١٤٤ - ١٤٥) أي لديهم توليفة من العمليات العقلية ولذلك افترض الباحثون بوجود علاقة قوية بين الإبداع والذكاء وهذا من أكدته العديد من الدراسات التي أشارت إلى أنّ هناك مكونات مُحددة من الذكاء تكون مصحوبة بإنجاز إبداعي في مجالات معينة .

٢- الإلهام الرباني.

لقد حاولت بعض الدراسات المتخصصة في تفسير الانجاز الإبداعي للأشخاص الموهوبين من خلال دراسة السيرة الذاتية التي تعود إلى جذور السيكولوجية العلمية . وتمت دراسة مئات الحالات من الأشخاص المبدعين الذين كانوا في ذروة الإبداع الملهم كالموسيقين والفلاسفة والأشخاص المتخصصين في السيكولوجية المهنية الذين أبدعوا في مجالات عديدة وبقدرة إبداعية خلّاقة (نيجل ، ٢٠٠٤ ، ص ١١١).

٣- الموهبة.

إنّ الفرد المبدع لا بد أن يكون ذا موهبة ، لان الإبداع يحتاج الى الموهبة والبراعة في استخدام المعرفة، ولذلك ركزت منظمات الأعمال على اعتبار المبدع الموهوب مورد بشري نادر له القدرة على صياغة العمليات الإبداعية التي يتحقق من خلالها إبداع الفرد وإبداع الجماعة في مواجهة

التحديات التنافسية). ولأن المبدعين لا يستسلمون بسهولة ويفضلون التغيير والمخاطرة لامتلأهم البصيرة الخلاقة والقدرة على إيجاد البدائل والحلول.

٤- البيئة.

يعتقد عدد من الباحثين إنَّ البيئة تؤثر في ذكاء الأفراد أي هناك علاقة كبيرة ما بين البيئة والإبداع، ومما لا شك فيه إنَّ الإبداع يحتاج إلى بيئة مشجعة ومحفزة (نوري ، ١٩٨٦ ، ص ٢٢). ويشير الباحثين إلى أنَّ الدماغ يمثل العامل الفسيولوجية الذي يمد الإبداع بالأساس وان العامل البيئي هو الذي يُجهز الإبداع بالمحتوى.

٥- الشخصية .

لقد ركز العديد من الباحثين على سمات وخصائص الشخصية المبدعة التي تتميز بالذكاء والإدراك السليم ، والجرأة في طرح الأفكار والتعبير عنها من منطلق الثقة العالية بالنفس ، وتمثل السمات الشخصية بالطموح ، والتحمل ، والانجاز ، والثقة بالنفس وان هذه القيم تشكل الأرضية التي توفر المناخ الإبداعي ، وان السلوك الإبداعي يتوقف على ما لدى الفرد من خصائص وصفات شخصية (الزيات ، ٢٠٠٩ ، ص ٣٤). وان معرفة الصفات الشخصية للمبدعين من إحدى المتطلبات المهمة لإدارة العمليات الإبداعية وتوظيف الطاقات بما يخدم المنظمة في تحقيق ميزة تنافسية في بيئة الأعمال (جبار ، ٢٠١٠ ، ص ٣٦).

المبحث الثالث/ الإطار المنهجي للبحث وتحليل علاقات الارتباط:

أولاً/ منهجية البحث:

مشكلة البحث:

تُعدُّ مؤسسات التنشئة الاجتماعية من المؤسسات المهمة التي لها دور كبير في رفد المجتمع بالعناصر الكفوءة والمبدعة، والقدرة على تحقيق أعلي قدر من الطاقات الخلاقة من خلال الأفكار والابتكارات الجديدة في مجال الخدمات السياحية، إلا إن هذه المؤسسات لا تمارس دورها بالشكل الصحيح مما أوجد ذلك الكثير من المشكلات التي أثرت على نوعية الخدمات السياحية وجودتها.

فرضية البحث:

١. إنَّ لمؤسسات التنشئة الاجتماعية دوراً في الإبداع السياحي في القطاع الفندقي.
٢. ليس لمؤسسات التنشئة الاجتماعية دوراً في الإبداع السياحي في القطاع الفندقي.

أهمية البحث:

تنبثق أهمية البحث من أهمية المؤسسات الاجتماعية التي لها دور كبير، في رعاية وتنشئة أفراد المجتمع وخلق الرغبة في تحقيق الذات الإنسانية المبدعة في جميع قطاعات وأنشطة

مؤسسات الدولة بشكل عام والنشاط السياحي بشكل خاص الذي يحتاج الطاقات المبدعة للارتقاء بمستوى الخدمات السياحية من خلال تقديم كل ما هو جديد وممتع لضيوف الفندق.

أهداف البحث:

للبحث مجموعة من الأهداف أهمها على النحو الآتي:

١. تفعيل دور المؤسسات الاجتماعية التي لها دور كبير وفعال في تهيئة الظروف الملائمة للطاقات المبدعة.
٢. التركيز على تنمية المهارات والأفكار المبدعة التي تزيد من مهارات الموارد البشرية المتخصصة بالقطاع السياحي بشكل عام والقطاع الفندقي بشكل خاص.
٣. مواكبة التطور الكبير الذي يشهده العالم في مجال الخدمات السياحية.
٤. الارتقاء بمستوى جودة الخدمات من خلال مبدأ التحسين المستمر لجودة الخدمة ، من خلال الاهتمام ودعم المبدعين.

منهجية البحث:

استعمل الباحث أساليب متعددة ومناهج متنوعة لغرض التوصل إلى الأهداف والنتائج التي نحن بصددتها، ومن هذه المناهج التي استعملها الباحث: المنهج المكتبي، الوصفي، ومنهج المسح الميداني، لغرض الحصول على المعلومات من مصادرها الموثقة، ومقابلة ممن يتصفون بالمهارة في مجال الأعمال الفندقية.

عينة البحث:

استخدم الباحث أسلوب العينة القصدية من خلال توزيع (٦٠) استمارة استبيان على القيادات العليا، ومدراء الأقسام والشعب في فندق بغداد وفندق السدير الدولي لمعرفة آراء وإجابات وملاحظات مدراءهم فيما يخص متغيرات البحث، وفي ما يلي جدول (١) يبين المعلومات العامة لعينة البحث.

جدول (١) يبين المعلومات العامة لعينة البحث.

المتغيرات	الفئات	العدد	النسبة المئوية
الجنس	ذكور	٤٨	٨٠%
	إناث	١٢	٢٠%
المجموع			١٠٠%
العمر	٢٥-٣٤	٢٦	٤٣%
	٣٥-٤٤	١٤	٢٤%
	٤٥-٥٤	١٦	٢٦%
	٥٥ فأكثر	٤	٧%
المجموع		٦٠	١٠٠%
الحالة الزوجية	أعزب	٩	١٥%
	متزوج	٤٤	٧٣%
	مطلق	٣	٥%

٧%	٤	أرمل	
١٠٠%	٦٠		المجموع
١٣	٨	إعدادية	المستوى التعليمي
٣٥	٢١	دبلوم	
٤٨	٢٩	بكالوريوس	
٤	٢	دراسات عليا	
١٠٠%	٦٠		المجموع
٣	٢	مدير مفوض	الموقع الوظيفي
٧	٤	معاون مدير مفوض	
٤٠	٢٤	مدير قسم	
٥٠	٣٠	مدير شعبة	
١٠٠%	٦٠		المجموع

ثانياً/ علاقات الارتباط بين مؤسسات التنشئة الاجتماعية والعوامل المؤثرة في الإبداع السياحي: أظهرت نتائج معامل الارتباط الموضحة بالجدول (٢) بعد المقارنة مع قيمة الارتباط المجدولة (٠.١٧٤) الخاصة بالعلاقة بين مؤسسات التنشئة الاجتماعية و العوامل المؤثرة في الإبداع السياحي عن وجود (٢١) علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية والتي شكلت نسبة (٧٠%) من مجموع العلاقات البالغة (٢٥). وتبين النتائج، تراوحت قيم معامل الارتباط المعنوية للأسرة والبالغة (٥) قيم مع العوامل المؤثرة في الإبداع بين (٠.٤٠٥-٠.٢٤٦) للعلاقة بينها وبين الإلهام الرياني والقدرات العقلية على التوالي. وبقيمة معامل ارتباط عام بلغ (٠.٣٦٢) وبدلالة معنوية. وأوضحت النتائج الخاصة بالمدرسة في العوامل المؤثرة في الإبداع السياحي أن قيم العلاقة المعنوية (٥) قيمة تراوحت بين (٠.٤٢٠) و(٠.٢٠٢) للإلهام الرياني و البيئة الاجتماعية، وبقيمة معامل ارتباط عام بلغ (٠.٣٩٦) وبدلالة معنوية. وأسفرت نتائج العلاقة ما بين جماعة الأصدقاء والعوامل المؤثرة في الإبداع السياحي (٣) قيمة معنوية تراوحت بين (٠.٣٣١-٠.١٩٤) للموهبة والبيئة الاجتماعية، وبقيمة معامل ارتباط عام بلغ (٠.٣١٨) وبدلالة معنوية. وأظهرت نتائج معامل الارتباط بين دور العبادة والعوامل المؤثرة في الإبداع السياحي (٣) قيم معنوية أعلى قيمة بلغت (٠.٣٢٠) للإلهام الرياني وأقل قيمة بلغت (٠.٢٢٩) للبيئة الاجتماعية وبقيمة معامل ارتباط معنوي عام بلغ (٠.٢٣٤). وأظهرت نتائج التحليل عن وجود (٥) قيم ارتباط ذات دلالة معنوية بين وسائل الإعلام والعوامل المؤثرة في الإبداع السياحي تراوحت قيمها بين (٠.٤٠٤-٠.١٧٨) للإلهام الرياني والشخصية، وبقيمة معامل ارتباط معنوي عام بلغ (٠.٤٢١).

وبلغت قيمة معامل الارتباط المعنوي العام بين مؤسسات التنشئة الاجتماعية و العوامل المؤثرة في سلوك الضيف (٠.٤٥١) وبدلالة معنوية. وهذا ما يوضحه جدول (٢):

جدول (٢)

معامل ارتباط spearman للعلاقة بين مؤسسات التنشئة الاجتماعية والعوامل المؤثرة في الإبداع السياحي

العوامل المؤثرة في الإبداع السياحي	القدرات العقلية	الإلهام الرباني	الموهبة	البيئة الاجتماعية	الشخصية	أجمالي العوامل المؤثرة با الإبداع
الأسرة	*.٢٤٦	*.٤٠٥	*.٣٠٧	*.٢٦٢	*.٣٢٦	*.٣٦٢
المدرسة	*.٣١٩	*.٤٢٠	*.٢٩٧	*.٣٣٥	*.٢٠٢	*.٣٩٦
جماعة الأصدقاء	*.٢٩٥	*.٣٢٧	*.٣٣١	*.١٩٤	.١٦٢	*.٣١٨
دور العبادة	.١٤٩	*.٣٢٠	*.٢٣٣	*.٢٢٩	.١٥٨	*.٢٣٤
وسائل الإعلام	*.٣٢٠	*.٤٠٤	*.٢٤٥	*.٣٨٩	*.١٧٨	*.٤٢١
أجمالي المؤسسات	*.٣٢١	*.٤٥٧	*.٣٦٤	*.٣٩٤	*.٢٤٣	*.٤٥١

- قيمة الارتباط المجدول بمستوى معنوية (٠.٠٥) = (٠.١٧٤)

نستخلص من هذه النتائج ما يأتي:

- أ. وجود علاقة ارتباط بين كل من مؤسسات التنشئة الاجتماعية (الأسرة ، المدرسة ، جماعة الأصدقاء، دور العبادة ، ووسائل الإعلام) بالعوامل المؤثرة في الإبداع السياحي ككل. وأن قيمة معامل الارتباط المعنوي العام لوسائل الإعلام مع العوامل المؤثرة في الإبداع السياحي بشكل عام أعلى من قيمة الارتباط في سائر مؤسسات التنشئة الاجتماعية الأخرى .
- ب. تحققت علاقة ارتباط معنوية بين مؤسسات التنشئة الاجتماعية والعوامل المؤثرة في الإبداع السياحي بشكل عام. وتتفق هذه النتيجة مع صحة الفرضية الرئيسية المثبتة.
- وهذه النتائج تشير إلى أن مؤسسات التنشئة الاجتماعية من وجهة نظر عينة الدراسة ترتبط بدرجة كبيرة بالعوامل المؤثرة في الإبداع السياحي والتي تعزز من قدرة العاملين في القطاع الفندقي على تقديم خدمات ذات جودة عالية وجديدة لكسب رضا الضيف وتحقيق البهجة والسرور.

المبحث الرابع/ النتائج والتوصيات:

أولاً/ النتائج:

للمبحث مجموعة من النتائج أهمها على النحو الآتي:

١. للتنشئة الاجتماعية دور كبير في إنضاج شخصيات أفراد المجتمع وغرس القيم الاجتماعية.
٢. مؤسسات التنشئة الاجتماعية تشكل سلسلة متعاقبة في تأثيرها الاجتماعي في حياة الفرد.

٣. تُعدُّ الأسرة المؤسسة الاجتماعية الأكثر أهمية في تأثيرها الإيجابي في حياة الفرد وضابطة لسلوكه من خلال ما تفرضه من قواعد سلوكية.
٤. للمدرسة دور كبير في تعليم الفرد أسس التعامل والتفاعل الاجتماعي لأنها حلقة الوصل بين الفرد ومجتمعه.
٥. إنّ لجماعة الأصدقاء دوراً مهماً في جذب الفرد واحتواء على تنشئة اجتماعية سليمة من خلال تبادل الخبرات ووجهات النظر وتلبية احتياجات الفرد في التقدم والرفي نحو الأفضل.
٦. إنّ لدور العبادة أثراً مهماً في رسم قواعد السلوك الصحيحة وحث الفرد على التعلم والحرص على إتقان العمل والإخلاص فيه.
٧. لوسائل الإعلام دور كبير في تعزيز ثقافة المجتمع ومساندة المؤسسات الاجتماعية التي لها دور مهم في التنشئة الاجتماعية.
٨. لمؤسسات التنشئة الاجتماعية دور مهم في الإبداع السياحي لكونها تحدد مسار الفرد وتنمي طموحه في تقديم كل ما هو جديد لخدمة المجتمع وأعضاء المجموعة التي ينتمي إليها.
٩. إنّ للموهبة دوراً كبيراً في خلق الأفكار ذات الطابع الإبداعي وهذا يؤكد أنّ اغلب الموهوبين مبدعون إذا توفرت لهم الظروف المناسبة.
١٠. إنّ للبيئة الاجتماعية دوراً في إبداع الفرد لأنها تمدّ الفرد بالأفكار المبدعة وتلبي الطموح وتصل الموهب.
١١. إنّ للمبدعين الدوراً كبيراً في تقديم خدمات فندقية ذات جودة عالية بأفكار جديدة.
- ثانياً: التوصيات.**
١. الاهتمام بمؤسسات التنشئة الاجتماعية لأنها صمام الأمان للمجتمع ولأنها تحافظ على قيم المجتمع وتحفز أفرادها على الرقي والتقدم.
٢. تفعيل دور وسائل الإعلام في نشر الثقافة المجتمعية التي تصح مسار مؤسساته الاجتماعية وتمنعه من الانحراف.
٣. التركيز في ثقافة الأسرة ودورها في رفد المجتمع بال أفراد المبدعين من خلال إنشاء مؤسسات تهتم بشؤون الأسرة.
٤. تشجيع العاملين المبدعين من خلال حوافز معنوية أو مادية وتقديرية.
٥. وضع الشخص المناسب في المكان المناسب يؤدي ذلك إلى إبداع العاملين في مجال اختصاصاتهم.
٦. الاهتمام بالكوادر المبدعة من خلال عقد الاجتماعات والندوات لمعرفة احتياجاتهم، ومناقشة آراءهم ومقترحاتهم التي تسهم في تطوير جودة الخدمة الفندقية.

٧. إشراك العاملين المبدعين في دورات تطويرية لغرض تنمية قدراتهم الإبداعية، وتحفيزهم على تقديم الأفكار الجديدة التي تعزز موقف الفندق في التنافس في القطاع الفندقي.
٨. التأكيد على الثقافة التنظيمية لغرض تنظيم علاقات العمل وخلق روح الولاء بين الإدارة الفندقية والعاملين.
٩. مواكبة التطورات الحديثة في مجال الخدمة الفندقية وتحفيز العاملين المبدعين على التغيير للسيطرة أو التكيف مع عوامل البيئة الخارجية.

المصادر:

أولاً: الكتب

١. أبو جادو، صالح محمد علي، سيكولوجيا التنشئة الاجتماعية، دار الميسرة للنشر والتوزيع، عمان الأردن، ط٢، ٢٠٠٢.
٢. إبراهيم، د. أكرم نشأت، علم الاجتماع الجنائي، بغداد، الطبعة الثانية، ١٩٩٨.
٣. أنيس، د. ابراهيم، المعجم الوسيط، الجزء الأول، الطبعة التاسعة، ١٩٩٤.
٤. الحسن، د. إحسان محمد، موسوعة علم الاجتماع، الدار العربية للموسوعات، بيروت، لبنان، الطبعة الأولى، ١٩٩٩.
٥. الحسن، د. إحسان محمد، المهام العلاجية والوقائية للجمهور في مكافحة الجريمة، مديرية الدراسات والبحوث في كلية الشرطة، بغداد ١٩٨٣.
٦. الحريري، د. رافدة عمر، اتجاهات إدارية معاصرة، الدار للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، ٢٠١٢.
٧. الختاتنة، د. سامي محسن، د. فاطمة عبد الرحيم، علم النفس الاجتماعي، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان الأردن، الطبعة الأولى، ٢٠١١.
٨. الخشاب، مصطفى، علم الاجتماع ومدارسه، مكتبة الانجلو مصرية، القاهرة، الجزء الثاني، الطبعة ٢، ٢٠٠٢.
٩. الدعيمي، د. لاهاي عبد السلام، مقدمة في علم الاجتماع، المركز العلمي العراقي، بغداد، البصائر للنشر والتوزيع، لبنان، بيروت، الطبعة الأولى، ٢٠١١.
١٠. الدهان، د. اميمة، نظريات منظمات الأعمال، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان الأردن، الطبعة الأولى، ١٩٩٢.
١١. الراز، ١٩٩٣م بن أبي بكر، مختار الصحاح، دار الفكر، بيروت، ١٩٩٣.
١٢. الراشدان، د. عبدا لله زاهي، التربية والتنشئة الاجتماعية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، ٢٠٠٥.
١٣. الزيات، د. فاطمة محمود، علم النفس الإبداعي، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، ٢٠٠٩.

- ١٤ . السكارنة، د. بلال خلف، الإبداع الإداري، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، ٢٠١١.
- ١٥ . السكارنة، د. بلال خلف، الريادة وإدارة منظمات الأعمال، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان الأردن، الطبعة الأولى، ٢٠٠٨.
- ١٦ . الطرونة، د. حسن احمد وآخرون، نظرية المنظمة، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان الأردن، الطبعة الأولى، ٢٠١٢.
- ١٧ . العميان، د. محمود سلمان، السلوك التنظيمي في منظمات الأعمال، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، الطبعة الخامسة، ٢٠١٠.
- ١٨ . العتوم، د. عدنان يوسف، الجراح، د. عبد الناصر ذياب، وآخرون، تنمية مهارات التفكير، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الثانية، ٢٠٠٩.
- ١٩ . القريوتي، د. محمد قاسم، السلوك التنظيمي، دراسة السلوك الإنساني الفردي والجماعي في منظمات الأعمال، دار وائل للنشر، عمان، الطبعة السادسة، ٢٠١٢.
- ٢٠ . حسين، حسن عجلان، استراتيجيات الإدارة المعرفية في منظمات الأعمال، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان الأردن، ٢٠٠٨.
- ٢١ . جابر، سامية محمد، القانون والضوابط الاجتماعية، دار المعرفة الاجتماعية، الإسكندرية، الطبعة الأولى، ١٩٨٢.
- ٢٢ . حجازي، د. محمد فؤاد، البناء الاجتماعي، دار الغريب للطباعة، القاهرة، الطبعة الأولى، ١٩٧٩.
- ٢٣ . حريم، د. حسين، السلوك التنظيمي، سلوك الأفراد والجماعات في منظمات الأعمال، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان الأردن، الطبعة الأولى، ٢٠٠٩.
- ٢٤ . حريم، د. حسين، إدارة المنظمات، منظور كلي، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الثانية، ٢٠٠٩.
- ٢٥ . حسين، حسن عجلان، استراتيجيات الإدارة المعرفية في منظمات الأعمال، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان الأردن، الطبعة الأولى، ٢٠٠٨.
- ٢٦ . خصاونة، د. عاكف لطفي، إدارة الإبداع والابتكار في منظمات الأعمال، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان الأردن، الطبعة الأولى، ٢٠٠١.
- ٢٧ . دورتية، جان فرنسو، معجم العلوم الإنسانية، ترجمة د. جورج كتورة، كلمة للتوزيع والنشر، بيروت، لبنان، الطبعة الثانية، ٢٠١١.
- ٢٨ . شريف، د. السيد عبد القادر، التنشئة الاجتماعية للطفل العربي في عصر العولمة، دار الفكر العربي، القاهرة، الطبعة الأولى، ٢٠٠٢.
- ٢٩ . عبد السلام، د. عبدالرحمن أبو عامر، أضواء على النظام الاجتماعي في الإسلام، المملكة العربية السعودية، الرياض، ناشر للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، ٢٠٠٥.
- ٣٠ . عبدالدايم، عبدا لله، دور التربية والثقافة في بناء حضارة إنسانية جديدة، دار الطليعة للنشر والتوزيع، بيروت، الطبعة الأولى، ١٩٩٨.
- ٣١ . عثمان، د. إبراهيم عيسى، مقدمة في علم الاجتماع، دار الشرق، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، ٢٠٠٨.

٣٢. عبدا لهادي، د. نبيل، علم الاجتماع التربوي، دار اليازوري، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، ٢٠٠٢.
٣٣. قنديل، علاء محمد سيد، القيادة الإدارية والإدارة الابتكارية، دار الفكر للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، ٢٠١٠.
٣٤. مساعدة، د. ماجد عبد المهدي، إدارة المنظمات، منظور كلي، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، ٢٠١٣.
٣٥. منصور، د. طاهر محسن، الخفاجي، د. نعمة عباس، نظرية المنظمة، مدخل العمليات، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، ٢٠١٠.
٣٦. نيل كنج، نيل اندرسون، إدارة أنشطة الابتكار والتغيير دليل انتقادي للمنظمات، تعريب حسن، د. محمود حسن، دار المريخ للنشر، الرياض، ٢٠٠٤.

ثانياً/ الرسائل والأطاريح:

١. الراوي، صفوان ياسين حسين، عوامل البيئة الداخلية وبيئة المهمة وتأثيرها في الإبداع التقني، دراسة استطلاعية لآراء عينة من المدراء في عينة من الشركات الصناعية، رسالة ماجستير في الادخار، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الموصل، ٢٠٠٥.
٢. الدليمي، عراك عبود عمير، تأثير مقدرات الإبداع الاستراتيجي ورأس المال الاجتماعي في بناء الميز التنافسية المستدامة، دراسة تحليلية في عينة من المصارف العراقية الخاصة، رسالة ماجستير في إدارة الأعمال، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الموصل، ٢٠٠٩.
٣. الربيعي، أكرم محسن علي، المعلومات الاستراتيجية والإبداع المنظومي وأثرها في تحقيق الميزة التنافسية، دراسة ميدانية في وزارة التعليم العالي، أطروحة دكتوراه فلسفة إدارة، كلية الإدارة والاقتصاد، الجامعة المستنصرية، ٢٠١٠.
٤. جبار، تغريد صادق، اثر عوامل التغيير في عملية الإبداع التنظيمي، دراسة ميدانية عن موظفي الهيئة العامة للسياحة العراقية، رسالة ماجستير إدارة عامة، جامعة مؤتة، ٢٠١٠.

ثالثاً/ الإنترنت:

1. www.moudir.com/vb/showthead.php?t=127286 البيئة وتأثيرها على لإبداع

رابعاً: المصادر الأجنبية

1. Robert. J.Brym, John Lie, sociology your compass for a new world, united state of America, 1st Ed, 2005.
2. Johnson. sociology, a systematic Interduction, London, Rutledge and Kegan Paul, 1981.
3. Mackenzie, J. outlines of sociology philosophy, London, George Aleen and Unwin, 1981.
4. Mitchell, D, A dictionary of sociology, London, Rutledge and kegan paul, 1973.
5. Richter, J and Wateys, attachment and socialization, New York, plenum press, 1st Ed, 1991.
6. Gerard, o, Donnell, Mastering Sociology, British, 1st Ed, 1985.
7. Peter, L. Berger & Brigitte Bereger, Sociology, U.S.A, 3rd Ed, 1972.
8. Richard, T. Schaefer, Sociology, McGraw Hill, New York, 19Ed, 3003.
9. Popeno, David, Sociology, New jersey, U.S.A, 3rd Ed, 1977.

الملاحق

استمارة الاستبانة

عنوان البحث

مؤسسات التنشئة الاجتماعية ودورها في الإبداع السياحي
((دراسة ميدانية عن فندق بغداد و السدير))

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
الجامعة المستنصرية
كلية العلوم السياحية

بسم الله الرحمن الرحيم

أختي أخي العزيز السلام عليكم ورحمة الله وبركاته.

إن لمؤسسات التنشئة الاجتماعية والتي تتمثل (بالأسرة، المدرسة، جماعة الأصدقاء، دور العبادة، ووسائل الإعلام) لها دور في تكوين الشخصية المبدعة في القطاع السياحي ، ولغرض معرفة دورها وأثرها في الإبداع السياحي من خلال بحثنا الموسوم ((مؤسسات التنشئة الاجتماعية ودورها في الإبداع السياحي)) لذا نرجو من حضرتكم قرأه الاستبيان والإجابة عليه بشكل دقيق ودون الحاجة إلى ذكر الاسم أو العنوان؛ لان هذا الاستبيان معد للأغراض العلمية مع فائق التقدير والاحترام.

الباحث

دكتور :علاء كريم مطلق

ملاحظة/ يرجى وضع علامة () أمام الإجابة التي تمثل الإجابة الصحيحة:

المعلومات التعريفية:

- ١ - الجنس: ذكر () أنثى () .
- ٢ العمر : ٢٥ - ٣٤ () ٣٥ - ٤٤ () ٤٥ - ٥٤ () ٥٥ فأكثر () .
- ٣ الحالة الزوجية: أعزب () متزوج () مطلق () أرمل () .
- ٤ المستوى التعليمي: إعدادية() دبلوم () بكالوريوس () دراسات عليا ()
- ٥ - الموقع الوظيفي: مدير مفوض () معاون مدير مفوض () مدير قسم () مدير شعبة ()

المتغير الأول: مؤسسات التنشئة الاجتماعية:

- ١ - إن لمؤسسات التنشئة الاجتماعية دور في الإبداع السياحي ؟ يرجى تحديد دورها في الإبداع السياحي وفق مدرج الاستجابة المقابل لكل فقرة.

دور منخفض جدا	دور منخفض	دور متوسط	دور جيد	دور جيد أ	مدرج الاستجابة
1	2	3	4	5	مؤسسات التنشئة الاجتماعية الأسرة.
					المدرسة
					جماعة الأصدقاء
					دور العبادة
					وسائل الإعلام

٢ - أهداف التنشئة الاجتماعية:

- هناك مجموعة من الأهداف للتنشئة الاجتماعية يرجى تحديد مدى أهميتها في التنشئة الاجتماعية وفق مدرج الاستجابة المقابل لكل فقرة.

أهمية منخفضة جدا	أهمية منخفضة	أهمية متوسطة	أهمية جيدة	أهمية عالية جدا	مدرج الاستجابة
1	2	3	4	5	الأهداف
					ضبط السلوك وإشباع الحاجات
					اكتساب المعرفة والقيم والتعلم والتفكير
					٣. غرس الطموح والتقدم في حياة الفرد
					٤. اكتساب العناصر الثقافية للجماعة
					٥. تحويل الفرد إلى كائن اجتماعي
					تكوين الشخصية الإنسانية
					غرس الهوية في الفرد والهوية القومية

المتغير الثاني: الإبداع السياحي:

١. العوامل المؤثرة في الإبداع السياحي.

هناك مجموعة من العوامل التي تسهم في الإبداع السياحي، يرجى تحديد مدى مساهمتها في الإبداع السياحي وفق مدرج الاستجابة المقابل لكل فقرة.

مساهمة منخفضة جدا	مساهمة منخفضة	مساهمة متوسطة	مساهمة جيدة	مساهمة كبيرة جدا	مدرج الاستجابة
1	2	3	4	5	العوامل المؤثرة بالإبداع
					القدرات العقلية
					الإلهام الرباني
					الموهبة
					البيئة
					الشخصية

٢- أهداف الإبداع السياحي.

- هناك مجموعة من الأهداف للإبداع السياحي، يرجى تحديد مدى أهميتها في الإبداع السياحي وفق مدرج الاستجابة لكل فقرة.

أهمية منخفضة جدا	أهمية منخفضة	أهمية متوسطة	أهمية جيدة	أهمية عالية جدا	مدرج الاستجابة
1	2	3	4	5	أهداف الإبداع السياحي
					تنمية المهارات الشخصية في مجال التفكير
					تصميم وإنتاج وتسويق الخدمات
					تحسين الخدمات وتقليل الأخطاء
					يعزز أداء المنظمة لدى الضيوف
					يزيد قدرة المنظمة على المنافسة
					يمكن المنظمة من السيطرة على ظروف البيئة الخارجية
					تحقيق اعلي الأرباح

**Socialism Institute Role In the tourism Innovation
(A field study about Baghdad and Al-Sader hotel)**

Dr. Alaa Karim Mutlaq

**University of Mustansiriya / College of Tourism Sciences -
Department of Hotel Management**

Abstract:

The subject of in innovation is important subject which the people who specialize in tourism take care of it because the tourism include sum of services which depend on humans to introduced it ,and the people behavior and his idea ,thoughts depend on social institutes activity which play important roles in the socialism of people ,and motive him to the best ,and that we prove it in the theoretical and field study which ensure ,there are a relation between social institute and tourism innovation .

The research include four section: first section contain concept of socialism, aims, institute, the second section include concept of innovation, levels, aims and impact of his factors, the third section include the methodology of research and the statistical field which ensure there is a relation between socialism institute and tourism innovation, and finally the section four was about the results and the recommendation.