

دور تكنولوجيا المعلومات في بناء الرؤية الاستراتيجية السياحية دراسة استطلاعية في فنادق الدرجة الممتازة لمدينة بغداد

م.د. حسن عودة غضاب

hassan85@mtu.edu.iq

م.د. علي عيسى جاسم

alialissa@mtu.edu.iq

الجامعة التقنية الوسطى/ الكلية التقنية الادارية- بغداد

الملخص

يهدف هذا البحث إلى تحديد دور تكنولوجيا المعلومات في بناء الرؤية الاستراتيجية السياحية إذ تم اختيار فنادق الدرجة الممتازة لمدينة بغداد لتشخيص واقع استعمال تكنولوجيا المعلومات ومدى أثرها في بناء الرؤية الاستراتيجية السياحية وقد طبقت الدراسة على عينة من الموظفين العاملين في المنظمات المبحوثة المتمثلة بـ (ثلاثة فنادق في العاصمة بغداد) كميدان لإجراء الدراسة وهي (رويال تولىب- كريستال جراند-جنان هيل) وصممت استمارة الاستبانة لجمع البيانات، وتوزيع (٤٠) استبانة شملت مراكز اتخاذ القرار (أعضاء مجلس إدارة الفندق ومديرو الأقسام ورؤساء الشعب والوحدات) في الفنادق المبحوثة ولتحقيق هذا الهدف تم اعتماد أبعاد المتغير المستقل تكنولوجيا المعلومات المتمثلة بـ (المكونات المادية، قواعد البيانات، شبكات الاتصالات، البرمجيات، الموارد البشرية)، كما تم اعتماد ابعاد الرؤية الاستراتيجية السياحية بـ (المعلومات- اتجاه المنظمة السياحية- الاتصال) وأشتمل البحث على المحاور التالية:-

المحور الأول:- منهجية البحث.

المحور الثاني:- إطار مفاهيمي لتكنولوجيا المعلومات.

المحور الثالث:- إطار مفاهيمي للرؤية الاستراتيجية السياحية.

المحور الرابع:- الجانب العملي.

المحور الخامس:- الاستنتاجات والمقترحات.

المفردات المفتاحية: تكنولوجيا المعلومات، الرؤية الاستراتيجية السياحية

**The role of information technology in building the strategic vision:
An exploratory study in premium class hotels in the city of
Baghdad**

Dr. Hassan Odah Ghdaab

Dr. ALI ISSA JASIM

Middle Technical University/Technical College of Management – Baghdad

Abstract

The research aims at investigating the role of information technology in the strategic tourism vision. The hotels are chosen in Baghdad to show the use of information technology in the strategic tourism vision. The study deals with the establishment of employees in research organizations in Baghdad in three hotels: Royal Tulip, Crystal, and Jinan Hill. The questionnaire form is designed to search for (40) data investment using specialized research centers (members of hotel management, heads of departments, heads of divisions and units) in the hotels under investigation. Broad information is adopted such as (social components, data, communication networks, software, and human resources). The dimensions of tourism vision is used such as (information, tourism organizations, and communication).

The research includes the following:

Section one: research significance

Section two: a conceptual framework of information technology

Section three: a conceptual framework of tourism vision

Section four: the practical side

Section five: conclusions and suggestions

Key words: information technology, tourism strategic vision

المقدمة:

ان التطور في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وكذلك صناعة البرمجيات، اضافة إلى التعقيد في البيئة التي تعمل فيها المنظمات الفندقية أدى إلى تزايد الحاجة لأدوات تمكن هذه المنظمات من التعامل مع بيئتها ويتم ذلك بالاستفادة من هذه التقنيات ، حيث بدأ ذلك من التشغيل

الالكتروني للبيانات وصولاً إلى ما نتج اليوم من الأنواع العديدة لنظم المعلومات. ونتيجة لذلك أصبحت الاساليب القديمة التي تعتمد على التقليد والتخمين والحدس غير ناجحة في ادارة المنظمات الفندقية، في الوقت الذي يشهد فيه العالم عملية تطور سريع في حاجة المنظمات من المعلومات سواء من حيث الكم أو الكيف أو السرعة في الحصول على المعلومة، بهدف اتخاذ أفضل القرارات و توثيق علاقة هذه المنظمات بالبيئة المحيطة بها، يظهر الدور المتزايد لتكنولوجيا المعلومات وما له من الأثر البالغ في فاعلية المنظمات، سواء من جهة الشكل والهيكل، أو من جهة أخرى بتقديم مجموعة من الخيارات بهدف تحسين واستمرار أداء المنظمات، ويحسن تطبيق تكنولوجيا المعلومات قدرة المنظمات على الابتكار و يزيد كفاءة عملياتها التشغيلية و استراتيجياتها وفعالية عملياتها الإدارية و الإنتاجية.

المحور الأول- منهجية البحث

هناك مجموعة من المناهج العلمية التي تستخدم في دراسة الظواهر الاجتماعية والاقتصادية، وقد جرى اختيار المنهج (الوصفي- التحليلي)، اذ تم اعتماد الإطار النظري لوصف الظاهرة، ليأتي دور الاطار التطبيقي في تحليل متغيرات الدراسة.

أولاً: مشكلة البحث:-

بالإمكان صياغة مشكلة الدراسة في (كيفية دور تكنولوجيا المعلومات في بناء الرؤية الاستراتيجية السياحية في فنادق الدرجة الممتازة لمدينة بغداد). ووفق هذا المنظور تمحورت مشكلة البحث بإثارة التساؤلات الآتية :-

١. هل تسعى المنظمات المبحوثة تبني ابعاد تكنولوجيا المعلومات؟
٢. ما مدى استخدام ابعاد تكنولوجيا المعلومات في بناء الرؤية الاستراتيجية السياحية للمنظمات المبحوثة؟
٣. ما مدى التأثير الذي تحدثه تكنولوجيا المعلومات في بناء الرؤية الاستراتيجية السياحية للمنظمات المبحوثة؟
٤. هل هناك تصور واضح لدى المنظمات المبحوثة عن مفهوم تكنولوجيا المعلومات و الرؤية الاستراتيجية السياحية؟
٥. ما طبيعة علاقة الارتباط او الاثر بين تكنولوجيا المعلومات و الرؤية الاستراتيجية السياحية؟
٦. هل هناك تفاوت في اجابات العينة المبحوثة عن تكنولوجيا المعلومات و الرؤية الاستراتيجية السياحية؟

ثانيا: أهمية البحث:-

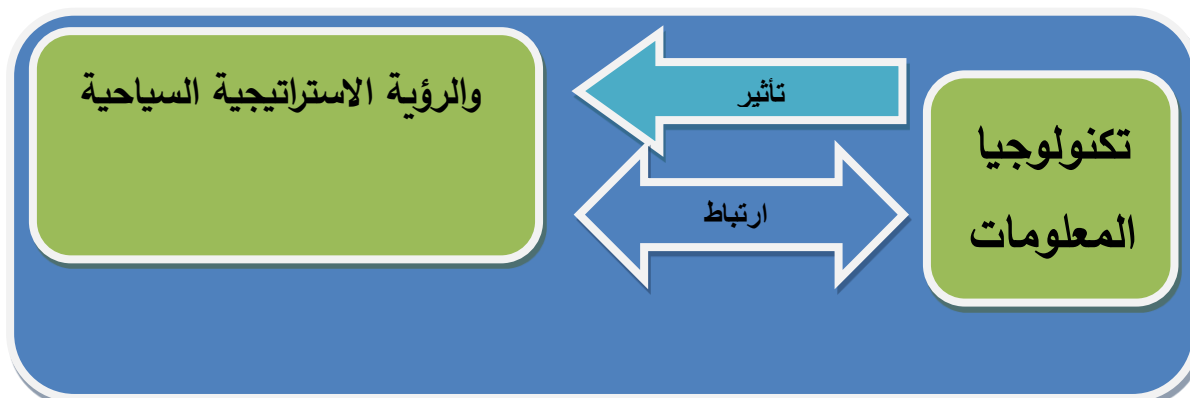
١. **الاهمية العلمية:** تتجلى بما ستفصح عنه اجابات تساؤلات مشكلة البحث النظرية بوصفها ستوفر إطارا نظريا يعد مساهمة متواضعة تضاف الى المعرفة بخصوص متغيرات الدراسة.

٢. **الاهمية الميدانية:** تنعكس من خلال تطبيق المفاهيم والافكار النظرية للدراسة في ميدان العمل وكذلك اختبار علاقة الاثر بين تكنولوجيا المعلومات و الرؤية الاستراتيجية السياحية للوقوف على مدى دلالاتها احصائيا ومنة خلالها يمكن لإدارة المنظمات المبحوثة تبني ابعاد تكنولوجيا المعلومات لتساعدها في بناء الرؤية الاستراتيجية السياحية .

ثالثا: أهداف البحث: يسعى البحث الى بيان دور تكنولوجيا المعلومات في بناء الرؤية الاستراتيجية السياحية اضافة الى بلورة اطار نظري لتكنولوجيا المعلومات والرؤية الاستراتيجية السياحية والتعرف على طبيعة علاقات (الارتباط والتأثير) بين المتغيرين ومحاولة تفسيرها والاستفادة من النتائج في معالجة مشكلة أو أكثر في المنظمات المبحوثة, وتقديم مجموعة مقترحات تساهم بشكل فعال في زيادة وعي وإدراك القيادات الادارية بمفهوم متغيري البحث.

رابعا: أنموذج البحث:

تم تصميم نموذج افتراضي للبحث كما في الشكل (١) والذي يشير الى العلاقة (علاقة الارتباط والتأثير) بين تكنولوجيا المعلومات والرؤية الاستراتيجية السياحية.

شكل(١) نموذج البحث الفرضي

المصدر: اعداد الباحثون

خامسا: فرضية البحث: تماشيا مع أهداف البحث واختبارا لمخططة فقد اعتمد الباحثون فرضيتين رئيسيتين:

الفرضية الرئيسية الاولى: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين تكنولوجيا المعلومات والرؤية الاستراتيجية السياحية.

الفرضية الرئيسية الثانية: يوجد تأثير ذات دلالة معنوية بين تكنولوجيا المعلومات والرؤية الاستراتيجية السياحية.

سادسا: منهج البحث:-

تم استخدام المنهج البحث الاستقرائي والاستنباطي في الجانب النظري بالاعتماد على الكتب والمجلات والدوريات العلمية، كما تم الاعتماد على الجانب الاحصائي في تحليل الجانب العلمي للبحث.

سابعا: مجتمع وعينة البحث:-

أن مجتمع البحث هو فنادق الدرجة الاولى في محافظة بغداد وهي عينة عشوائية , أشتملت عينة البحث التي تم اختيارها من مجموعة من المدراء والموظفين في المنظمة المبحوثة وكان مجموع إستمارة الإستبانة التي تم توزيعها (40) إستمارة فقط لكل من (معاوني المدراء , ورؤساء الاقسام والشعب , وموظفين).

ثامنا: حدود البحث: وتمثلت بالاتي:-

١. اقتصر البحث على فنادق الدرجة الاولى في محافظة بغداد وهي (رويال تولىب- كريستال جراند-جنان هيل).

٢. امتدت مدة البحث من الفترة ١٢٠٢٣\١٢\١١ ولغاية ٢٠٢٤\٤\١٠.

تاسعا: وسائل جمع البيانات والمعلومات:-

تم الاعتماد على الاساليب الاتية في جمع البيانات والمعلومات للبحث:

١. الاستعانة ببعض المصادر العربية والاجنبية فضلا عن الدوريات والرسائل والاطاريح الجامعية التي لها علاقة بموضوع البحث والبحوث من شبكة الانترنت لتغطية الجانب النظري من البحث ودعم الجانب الميداني بها.

٢. استمارة الاستبيان للحصول على البيانات الخاصة بأفراد عينة البحث، فضلا عن البيانات التي تسهم في التوصل الى تحديد علاقات الارتباط والتأثير بين متغيرات البحث وقد تم اعداد الاستبانة في ضوء الرؤية العلمية المتحققة من خلال استطلاع المصادر العلمية.

عاشرا: الاساليب الاحصائية: تمت المعالجة الاحصائية باستخدام البرنامج الجاهز (spss) لاستخراج النتائج النهائية وتحليلها بهدف اكتشاف العلاقات والاثار بين متغيرات البحث.

المحور الثاني:- اطار مفاهيمي لتكنولوجيا المعلومات:-

أولا:- مفهوم تكنولوجيا المعلومات:

تشكل تكنولوجيا المعلومات مورداً هائلاً من موارد المنظمة التي تستطيع من خلالها إيجاد قدرات هائلة وميزة تنافسية كبيرة بالمقارنة مع المنظمات الأخرى في القطاع نفسه اذ اصبحت عنصراً أساسياً ومهماً في جميع المنظمات على اختلاف احجامها وانواعها لمواجهة كافة الظروف وانجاز الاعمال بشكل سريع ودقيق اضافة الى مواجهة ظروف المنافسة (السالمي والنعيمة، ٢٠٠٥: ٩).

وقد عالج الكثير من الباحثين مفهوم تكنولوجيا المعلومات كما يلاحظ في الجدول (١)

ت	اسم الباحث والسنة والصفحة	المفهوم
١	(الجاسم، ٢٠٠٥، ٣٥)	انها تلك الاجهزة والمعدات والادوات والوسائل التي يستخدمها الانسان في الحصول على المعلومات وتسجيلها وتخزينها وتوصيلها في الوقت المناسب
٢	العمرى، السامرائى، ٢٠٠٨: ١٣٢	تكنولوجيا المعلومات هي تكنولوجيا الحاسوب (الاجهزة والبرامجيات وقواعد البيانات وتكنولوجيا الاتصالات والشبكات) وغيرها من تكنولوجيا معالجة المعلومات التي تستخدم نظم المعلومات المعتمدة على الحاسوب
٣	Laudon & Laudon, 2010: 46	هي مجموعة من المكونات التكنولوجية المترابطة التي تعمل على جمع وتخزين واسترداد وتوزيع البيانات والمعلومات لدعم اتخاذ القرار والرقابة في المؤسسة.
٤	النجار، ٢٠١٣: ٣٧	يرى انها تمثل الاجهزة والمعدات والبرمجيات والادوات والوسائل والطرق ونظم البرمجة التي تحتاجها المنظمة لتحقيق اهدافها وتساعدتها في تدوين وتسجيل وتخزين ومعالجة واستخدام واسترجاع المعلومات التي تستخدم من قبل نظم المعلومات
٥	نوري، جمعة، ٢٠١٥: ٩٦	عرف تكنولوجيا المعلومات بانها كل التقنيات المستخدمة في جمع وتخزين ومعالجة وتناقل نتائج عمليات التحليل والتصنيف والاستخلاص للمعلومات وتوجيه الافادة منها من قبل المستفيدين بأيسر الطرائق مع ضمان الانجاز بالدقة والسرعة والوقت المناسب

المصدر: اعداد الباحثون في ضوء المراجع العلمية

ثانياً:- أهمية تكنولوجيا المعلومات:

لقد ساهمت تكنولوجيا المعلومات في التأثير على المنظمات المستخدمة لها بالمقارنة مع المنظمات الاخرى وتمثل ذلك من خلال :

- ١- تكنولوجيا المعلومات تمكن المنظمة من زيادة قدرتها على التنسيق بين اقسامها وبين المنظمات الاخرى، الامر الذي يقود إلى تقليل كلف المقابلات الشخصية ، التي قد تتطلب انتقال الأفراد من منطقة إلى اخرى ، فضلاً عن الوقت المستغرق للإنجاز ذلك من خلال ما توفره الشبكات المحلية والعالمية من إمكانية ربط الحواسيب التابعة للشركات مع بعضها البعض.
- ٢- اصبحت تكنولوجيا المعلومات اداة فعالة في تقليص حجم المنظمات (الترشيق) وتقليص عدد المستويات الادارية وتبني الهياكل التنظيمية الشبكية بدلاً من التقليدية وكذلك ساعدت على تبني مداخل حديثة في تخطيط وتنظيم الاعمال مثل مدخل اعادة هندسة الاعمال.

- ٣- تعمل تكنولوجيا المعلومات على احداث تغيرات جذرية في كل مفاصل المنظمة واعمالها ,منتجاتها وأسواقها لامتداد استخدامها في مختلف أنشطة المنظمة.
- ٤- يمكن من خلال تكنولوجيا المعلومات زيادة مستوى التنسيق بين وحدات المنظمة الداخلية والخارجية ومع المنظمات الأخرى , وهذا ما يترتب عليه تقليص في تكاليف اللقاءات وجهاً لوجه.
- ٥- ان تكنولوجيا المعلومات لها استخدامات عديدة في مجال الاعمال , ولكن أكثر المجالات استخداماً في الوقت الحالي هي استخدامها من قبل المنظمات من اجل ان تكتسب ميزة تنافسية وغيرها. وتأتي أهمية تكنولوجيا المعلومات أيضاً من خلال مساعدة المنظمات على تحقيق واستدامه الميزة التنافسية من خلال تحديد كيفية استخدامها.
- ٦- منح المدراء الفرص الخاصة بالأدراك والتحليل والتعامل مع كم كبير من البيانات وصيغ معالجتها.
- ٧- تحسن عملية اتخاذ القرارات من خلال توفير المعلومات بدقة والوقت المناسب لمتخذ القرار , وكذلك توفير قنوات اتصال جيدة تساعد في زيادة تدفق وتبادل المعلومات.
- ٨- تدفع بالمنظمة للاستجابة والتكيف مع المتطلبات البيئية حيث ان تطبيق مفهوم واساليب تكنولوجيا المعلومات في المنظمات يحتم عليها اللحاق بركب التطور تجنباً لاحتمالات العزله والتخلف عن مواكبة عصر المعلوماتية (Daft, 2001:246-247).

ثالثاً:- ابعاد تكنولوجيا المعلومات

ان المظاهر الواضحة لامتنة وحوسبة الوظائف والانشطة التنظيمية واحد من الاشياء التي تسهم في تحقيق فوائد جمة للمنظمة لم تكن متاحة زمن العمل اليدوي البسيط والجهد العضلي المحدود بالنسبة لحاجة المنظمة اذ فتحت تكنولوجيا المعلومات افاق للتواصل الهادف والرؤيا المشرقة للعاملين والمنظمة والمجتمع فاهمية تكنولوجيا المعلومات تأتي من خلال ماتوفره من معلومات واسعة ودقيقة للمدراء تساعد في السيطرة على تنفيذ قراراتهم وربما هذا يعود بهم الى المركزية من خلال ماتوفره هذه التكنولوجيا, (الجنابي، ٢٠١٤: ٣٥٣).

٤-١: الاجهزة والمعدات *Equipment & Tools*

وتشمل المعدات المستخدمة لادخال المعلومات و تخزينها ونقلها وتداولها واسترجاعها واستقبالها وبثها للمستفيدين كما انها تتضمن الحاسبة وما يرتبط بها من اجهزة التي تضم عدد من الاشياء وحدة المعالجة المركزية واللوحه الاساسية والشاشة وغيرها وتسمى المكونات المادية إذ تمثل تحسين ذاكرة الحاسوب وقدراتها على معالجة البيانات ويعد الحاسوب المحور الاساس لهذه الاجهزة والمعدات حيث يأخذ البيانات كمدخلات حيث يتم تخزينها ومعالجتها حسب الاوامرة الصادرة لتنفيذ مهام معينة ثم يتم عرضها كمخرجات.

٤-٢: البرمجيات Software

تمثل البرمجيات مجموعة من الاوامر والاجراءات التي تقود وتسيطر على المعدات المادية لتنفيذ مهام معينة (الظاهر، الخفاف، ٢٠١٣: ٩٩). ان البرمجيات مهمة جدا حيث اننا نستطيع القول ان الاجهزة والمعدات تصبح بلا فائدة اذ لم توجد البرمجيات التي تشغل الاجزاء المادية. تساهم البرمجيات في معالجة المعلومات وتسجيلها وتقديمها كمخرجات مفيدة لاداء العمل وادارة العمليات.

٤-٣: قواعد البيانات Data Base

تعد قواعد البيانات من اهم القدرات الحاسوبية المستخدمة في ادارة الاعمال وقواعد البيانات هي القدرة الحاسوبية المتعلقة بكيفية تصميم وكيفية تخزين البيانات في ملفات وتعريف العلاقة بين هذه الملفات من اجل القدرة الاسترجاعية والادخالية السريعة للكميات الهائلة والمتنوعة للبيانات والتي تحتاج معالجة وتبويب وترتيب سريع اضافة الى تحديث وادامة مستمرة للمعلومات تعد البيانات جزءا اساسيا من اصول المنشأة لذا يجب ان ينظر الى البيانات كمورد يجب ان ينظم ويدار بكفاءة حتى تستطيع البيانات من خدمة المستخدم النهائي في المنشأة كما ان ادارة قواعد البيانات يجب ان تكون جزءا متكاملًا من استراتيجية المنشأة واحتياجاتها، (شاويش، ٢٠١٢: ٩٤).

٤-٤: الشبكات والاتصالات Network & Communication

تعد الشبكات والاتصالات جزءا مهما في جميع انواع نظم المعلومات حيث انتشر الكثير من أنظمة خزن المعلومات وتميرها مثل: الانترنت (Internet) وانترانت (Intranets) والاكسترانت (Extranets)، اذ يتم من خلالها نقل البيانات والمعلومات سواء داخل المنظمة او خارجها، حيث اصبحت تمثل عوامل النجاح المعيارية في المنظمات السياحية.

٤-٥: الافراد Individuals

تضم القوى العاملة للادارة وتشغيل تكنولوجيا المعلومات سواء ممن هم اداريين او متخصصين في تنفيذ عمليات جمع البيانات وتحليلها ومصممي البرامج ومشغلي الاجهزة والمعدات الى ان الافراد هم الاكثر اهمية في نظم المعلومات والتي يتوقف عليه نجاح او فشل اي منظمة. واكد على ذلك (عبد الرحمن، ٢٠١٠: ٤٨) حيث رأى ان الافراد من اهم ابعاد ومكونات تكنولوجيا المعلومات باعتباره الجزء الحيوي الذي يتعامل مع كل المفردات وتقع مسؤولية نجاح او فشل تكنولوجيا المعلومات باي منظمة عليه، ويتطلب التعامل مع نقانة المعلومات افراد ذي مهارات عالية في مجال تخصص استخدام تلك النقانة.

المحور الثالث: اطار مفاهيمي للرؤية الاستراتيجية السياحية

أولاً: - مفهوم الرؤية الاستراتيجية السياحية:-

سعى المتخصصون في تحديد تعريف للرؤية الاستراتيجية كلٌ بحسب وجهة نظره، يرى (المعاضدي، ٢٠٠٠: ٢٨) بأنها تلك القدرات الخاصة التي يمتلكها المديرون كالقدرة على التصور والتخيل تستخدم للتخطيط لمستقبل المنظمة السياحية. و اضاف (Macmillan et al, 70: 2000) بأنها صورة في الذهن، وتدل كلمة الرؤية على صورة المستقبل، ويجب أن تحمل الرؤية معنى يتعدى الخدمات والمنتجات المستقبلية التي تقدمها المنظمة السياحية، وكيف تعمل المنظمة ككيان واحد في المستقبل، وماذا سوف تكون قيمتها ومجال عملها الذي تعمل به. وقد حددها (Dehning & Stratopolous, 2003: 22) اذ تعتمد الرؤية الاستراتيجية على نظام المعلومات الاستراتيجية في عملية الحصول على البيانات، وما يغنيه ذلك من قدرتها على استثمار الفرص البيئية، وتقادي التعرض لتهديداتها، وتعمل على استباق المشكلة قبل حدوثها. وكذلك عرفت الرؤية الاستراتيجية بأنها تصور لاستراتيجية او مجموعة استراتيجيات مستقبلية ويحقق ذلك مثلاً "استراتيجيا" للمنظمة السياحية، فهو يهيئ تصوراً "عن توجه وغرض كامن في الاستراتيجيات والانشطة، لذا فعملية خلق الرؤية الاستراتيجية هي احدى مهام الادارة الاستراتيجية يعدها نظاماً مصمماً" لمساعدة الادارة في تقدير ووضع القرارات الاستراتيجية إضافة الى وضع تصورات استراتيجية بما تحتاجه تلك التصورات من قرارات تصب في صالح المنظمات السياحية (Thompson & Strickland, 2003: 10) . و اضاف (المغربي، ٢٠٠٦: ١٤٠) أن الطرائق التي ستؤثر بالرؤية الاستراتيجية هي تطورات تكنولوجيا المعلومات في المنظمة السياحية والصناعة مستقبلاً". تصنف الرؤية الاستراتيجية للإجابة عن تساؤلات مقدرة للمنظمة السياحية في الوصول الى أهدافها وهي غالباً "متمثلة في رسالة المنظمة السياحية، بواسطة العمل التضامني مع الإدارة العليا لتنفيذ تكنولوجيا معلومات مناسبة للوصول الى الغايات، وبعد تحديد رسالة نظم المعلومات يمكن تحديد أهدافها وصولاً الى الاستراتيجيات والسياسات المناسبة. وهي التصور والتوجه المستقبلي للمنظمة السياحية ومسار أعمالها، فهي ترشد المنظمة السياحية لما تسعى للقيام به لكي تصبح في مكانتها المميزة في المستقبل.

ثانياً: - أهمية الرؤية الاستراتيجية السياحية:

إن أهمية الرؤية الاستراتيجية عموماً لها قيمة أكبر في الصياغة الاستراتيجية، وتكوين التوجه المناسب والنجاح لدى المنظمات السياحية ، اذ ان الابداع الاداري دائم وملح للنظر الى ما بعد اليوم الزاهن، والتفكير الاستراتيجي حول تأثير التقنيات الجديدة التي تلوح في الأفق، وكيفية احتياجات الزبون، وتغير التوقعات، وماذا يلزم لمواكبة المنافسين وتجاوزهم، مما يجعل السوق

الوعد بالفرص ملتهبا" بالتهديدات، اضافة الى جميع العوامل الداخلية والخارجية المؤثرة على المنظمة السياحية ونشاطاتها في التهيئة للمستقبل، حيث لافمر من أهمية الحاجة للرؤية الاستراتيجية، وأن هنالك دور لرسالة المنظمة السياحية التي تتحدث حول (ماذا تعمل المنظمة السياحية اليوم) المدعمة بالتصورات عن مجرى الاعمال التي ستتبعها المنظمة السياحية، فالمدراء يجعلون من ذلك منارة مرشدة لتحديد الموارد، وقواعد الرؤية الاستراتيجية التي تهدي المنظمة السياحية عن طريق مسيرتها، وان المنظمات السياحية التي يلغي فيها المدراء دور التفكير الاستراتيجي اللازم لمستقبل اعمال المنظمة السياحية عن طريق مسارها، (السكرانة، ٢٠١٥: ١٠٢). أن الأهتمام بوضع رؤية لمنظمات سياحية يحقق الكثير من المزايا والأهمية وهي:

١. تساعد العاملين فهم غرض المنظمة السياحية واهدافها واولوياتها، وتعبّر عن المعنى ومصدر لاحترام الذات.
٢. تشيع روحية الهدف المشترك، وتساعد في توجيه أفعال وقرارات كل عضو في المنظمة السياحية.
٣. توضح هذه الرؤية نظرة كبار التنفيذيين لأتجاه المنظمة السياحية طويلة الاجل.
٤. تقلل من مخاطر اتخاذ قرارات خاطئة غير موجهة من أصحاب اتخاذ القرار لدى المنظمة السياحية.
٥. توصل غاية المنظمة السياحية وهدفها للجميع بطرق تحفيز أعضائها للتحرك السريع.
٦. الرؤية تحدد مسار المنظمة وتؤدي جهود وضع تشكيل الرؤية الى تعهد المديرين والعاملين بتنفيذها.
٧. تساعد قراءة الرؤية بواسطة المديرين والعاملين يمكنه ان يلهب حماسهم ويحفزهم على الأداء الامثل.
٨. تهئ أساس لوضع الاستراتيجيات والتخطيط في الاجل البعيد في جميع المنظمات السياحية.
٩. تساعد على اتخاذ القرارات، وتضمن بقاء المنظمة السياحية متوائمة مع بيئتها، وتحفز اهتمامات.
١٠. تربط المنظمة بالمستقبل وتتحدى بقدرة على السيطرة على مستقبلها ووضعها الاستراتيجي.

ثالثاً: مكونات الرؤية الاستراتيجية السياحية:

عن طريق كل ما تقدم يمكن ملاحظة أن مكونات الرؤية الاستراتيجية السياحية قد تمر بمراحل متعددة في المنظمات المبحوثة تتمثل بالاتي:-

المكون الاول هو (المعلومات) تعيش المنظمة السياحية في محيط معقد يتميز بكثرة التغيرات والتقلبات السريعة الأمر الذي أدى إلى زيادة حدة المنافسة بين المنظمات السياحية، وأصبح

البقاء في السوق مرهون بمدى قدرة المنظمة السياحية على المنافسة التي تتأثر بنوعية وتوقيت المعلومات التي تحصل عليها المنظمة وهي تعبر عن بيانات تم تشغيلها ووضعها في سياق له معنى وفائدة بالنسبة لمستخدم معين وهي تحمل قيمة مضاعفة وفق البيانات نتيجة لعملية التحول والتشغيل التي تمت عليها، والمصدر الرئيسي لتوفير المعلومات المفيدة والمؤثرة في اتخاذ قرارات المنظمة السياحية وهو نظام المعلومات الخاص بها، وهي مجموعة من الإجراءات التي تتفاعل مع بعضها البعض بغرض معالجة البيانات وتحويلها إلى معلومات يمكن أن تستخدم لغرض صنع القرار.

المكون الثاني وهو (أتجاه المنظمة السياحية) وهناك من نوه بضرورة انشاء توجه استراتيجي (توجه منظمي) يأتي ترجمة للتصور الاستراتيجي وينعكس في رسالة المنظمة السياحية وغاياتها، وعدها احدى مستلزمات القيام بالرقابة الاستراتيجية على الوجه الصحيح. وعليه سعى المختصون في تحديد ماهيتها ومصادر تكوينها واتجاهاتها عبر توجهات فكرية متعددة عبرت عن كيفية تحقيقها، وكذلك تُعد نقطة البداية لبناء الهيكل الهرمي لاهداف المنظمة السياحية وكما ان الرؤية تمثل اتجاه مقاد من قبل الحدس قد تتجح الرؤية وقد لا تتجح وهذا يعتمد على كل الأشياء التي حدثت بحسب استراتيجية المنظمة السياحية.

المكون الثالث وهو (الاتصال) والاتصال هو إيصال رؤية المنظمة السياحية الى العاملين وجعلها في نظرهم وسيلة لخلق الروابط مع المنظمة مما يساهم في تحقيق أهدافهم الخاصة . وايضا " كلمة الاتصال تعني وصل بشيء أي تبادل المعاني بين الافراد في المجتمع عبر نظام مشترك من الرموز، وهذا التبادل قد تكون فيه استجابة من أحد الطرفين او لا تكون، لذا فان استعمال كلمة اتصال يعكس واقع الحال لان حياتنا المعاصرة قائمة على الاتصال وليس التواصل , وكذلك يعني الاتصال تدفق المعلومات والتعليمات والتوجهات من جهة الإدارة الى الرؤوسيين، وتلقي المعلومات والبيانات الضرورية منهم في صورة تقارير وابحاث ومذكرات وشكاوى واستفتاءات وغيرها وذلك بقصد اتخاذ قراراتهم وتنفيذها, (Dess&Lumpkin, 2007: 64).

المحور الرابع: الجانب العملي

أولاً: وصف مجتمع البحث: اختارت البحث لمجتمعة عينه من العاملين في فنادق الدرجة الاولى في محافظة بغداد

ثانياً: عينة البحث: تتكون من :

جدول (١)

عينة البحث	العدد	النسبة المئوية
مدراء الاقسام	٤	10

مدراء الشعب	٦	15
الموظفين	30	75
المجموع	40	١٠٠%

ثالثاً: أساليب جمع وتحليل البيانات : صممت إستمارة الإستبانة بطريقة هدف البحث وفرضيته، من خلال الإعتماد على الإديبات النظرية ذات العلاقة بموضوع البحث

• الأساليب الإحصائية : لقد تم أتباع عدد من الأساليب الإحصائية المناسبة لطبيعة البيانات وتم احتساب النتائج و أستخرجها ومعالجتها بالحاسب الآلي و بأستخدام برنامج (SPSS).

❖ التوزيع التكراري لإفراد عينة البحث:

• التوزيع التكراري لإفراد عينة البحث حسب الجنس: من خلال تحليل إستمارة الإستبانة بعد ملئها من قبل أفراد عينة البحث والتي كانت بواقع (٤٠) إستمارة على وفق الجدول (٢):

جدول (٣) يُبين توزيع حسب الجنس

الجنس	التكرار	النسبة المئوية %
ذكر	36	90
أنثى	4	10
المجموع	40	١٠٠%

❖ التوزيع التكراري لإفراد عينة البحث حسب التحصيل الدراسي: من خلال تفرغ البيانات الخاصة بالتحصيل الدراسي لإفراد عينة البحث وكما موضح بالجدول (٣):

جدول (٣) يُبين توزيع التحصيل الدراسي حسب سنوات الخدمة

التحصيل الدراسي	التكرار	النسبة المئوية %
إعدادية	10	25
بكلوريوس	16	40
دبلوم عالي	5	12.5
ماجستير	6	15
دكتوراه	3	7.5
المجموع	40	١٠٠%

❖ التوزيع التكراري لعينة البحث حسب سنوات الخدمة في فنادق الدرجة الاولى في محافظة بغداد: تبين من خلال تفرغ البيانات الخاصة بسنوات الخدمة لإفراد عينة البحث، وكما

جدول (٤) يُبين توزيع حسب سنوات الخدمة

سنوات الخدمة	التكرار	النسبة المئوية %
١-٥	٢٠	50
٦-١٠	12	30

١٥-١١	8	20
٢٠-١٦	-	
٢١ فأكثر	-	
المجموع	40	%١٠٠

رابعاً : تحليل آراء واستجابات افراد العينة حول متغيرات البحث

استخدم لهذا الغرض مقياس (Likert) الخماسي الذي يتوزع من اعلى وزن له والذي أعطى (٥) درجة التمثل حقل الإجابة (أتفق بشدة) الى أوطأ وزن له والذي أعطى (١) درجة لتمثل حقل الإجابة (لا أتفق بشدة) وبينهما أوزان أخرى هي (٢، ٣، ٤) لتمثل حقول الإجابة (اتفق محايد، لا اتفق على التوالي. ومن جانب آخر اعتمد الوسط الحسابي الفرضي البالغ (٣) كمعيار وتقييم الدرجة المتحصل عليها، علماً أن الوسط الفرضي يمثل $(١+٢+٣+٤+٥) / ٥ = ٣$ ، وتم تقسيم هذا المبحث الى الاتي :

أ - تحليل آراء واستجابات افراد العينة حول ابعاد تكنولوجيا المعلومات (المتغير المستقل) :

جدول (٥)

التوزيع التكراري والأوساط الحسابية لابعاد تكنولوجيا المعلومات

جدول رقم ٥

يبين الاوساط الحسابية والانحرافات المعيارية

ثانياً :تحليل اجابات المبحوثين

السؤال	لا اتفق بشدة	لا اتفق	محايد	اتفق	اتفق تماماً	المتوسط	الانحراف المعياري	C.V
يستخدم الحاسوب بشكل رئيسي في انجاز الاعمال الادارية والعلمية.	9	0	1	11	19	3.77	1.593	42.25
تشعر ان ذوي الاختصاص هم فقط قادرين على العمل بالحاسوب .	0	9	6	18	7	3.58	1.035	28.91
تستخدم ادارة المنظمات المبحوثة الجداول في (Excel) الالكترونية مثل برنامج .انجاز اعمالها	10	2	14	10	4	2.90	1.317	45.41
تعتمد ادارة المنظمات المبحوثة (نظم الاجتماعات عن بعد) لعقد اجتماعاتها ومؤتمراتها.	3	15	7	12	3	2.93	1.141	38.94
يعتمد الموظفين على قواعد البيانات باختلاف مستوياتهم الادارية في حل مشاكلهم.	3	2	22	10	3	3.20	0.939	29.34
تتوافر في الادارات الفرعية قاعدة بيانات خاصة بها.	11	3	15	8	3	2.73	1.281	46.92
تعتقد ان الاتصالات بمختلف انواعها السلوكية واللاسلكية مستخدمة من قبل المنظمات المبحوثة في انجاز اعمالها.	1	12	14	11	2	3.02	0.947	31.35
يتم استخدام شبكات حماية الاتصالات	0	7	20	8	5	3.28	0.905	27.59

بارقام مشفرة								
10	8	7	10	5	2.80	1.400	50	يتم استخدام الحاسوب للحصول على معلومات دقيقة.
3	15	6	8	8	3.08	1.309	42.5	توجد برامج تدريبية مستمرة لزيادة كفاءة العاملين في مجال الحاسبة.
9	8	2	7	14	3.22	1.641	50.96	تقوم الادارة بتحديد المهام والمسؤوليات على الافراد العاملين على الحاسوب.
ابعاد تكنولوجيا المعلومات X								
0	9	0	4	27	4.23	1.250	29.55	تقوم ادارة الفندق برؤية شمولية تستطيع من خلالها تحديد مسارها المستقبلي.
0	0	11	21	8	3.93	0.694	17.65	يبحث متخذي القرار باستمرار عن الجديد من الوسائل والتقنيات في مجال عملها
1	12	17	8	2	2.95	0.904	30.64	تقوم ادارة الفندق بقدرة التعامل مع التغيرات البيئية المحيطة في ضوء رؤيتها الاستراتيجية.
2	2	19	7	10	3.53	1.086	30.76	يجري مدير الفندق مسح شامل للبيئة.
0	11	14	5	10	3.35	1.145	34.17	يقوم الفندق بأجراء تقييم للمنافسين في السوق الفندقية.
3	4	19	4	10	3.35	1.189	35.49	تتعرف الإدارة على الأنشطة الفندقية المرغوبة مستقبلاً.
12	6	9	8	5	2.70	1.418	52.51	تجمع الإدارة العليا معلومات كافية عن الثقافة السائدة في المجتمع.
2	16	11	9	2	2.82	1.010	35.81	يدرس الفندق ادائه المالي بشكل سنوي او دوري.
12	6	14	6	2	2.50	1.219	48.76	يقوم الفندق في تقييم وضعه التنافسي في ظل أداء المنافسين.
2	14	13	5	6	2.98	1.143	38.35	تحقق الادارة الفندقية التواصل والانتماء الاجتماعي مع الجمهور (المواقع الافتراضية للفندق على سبيل المثال).
11	8	6	5	10	2.88	1.572	54.58	يركز الفندق على استخلاص السلبات والايجابيات من اراء الجمهور بغرض التطوير.
مكونات الرؤية الاستراتيجية السياحية Y								
					3.2000	0.722 65	22.58	

التعليق

من خلال النتائج اعلاه تبين بان متوسط اجابة محور ابعاد تكنولوجيا المعلومات بلغ 3.1364 وبانحراف معياري 0.85825 وبمعامل اختلاف بلغ 27.3% وقد حصلت الفقرة الثامنة على اقل معامل اختلاف 27.59 بمتوسط 3.28 وبانحراف معياري بلغ 0.905 اما اعلى معامل اختلاف فقد حصلت عليه الفقرة الحادية عشر 50.96 بمتوسط 3.22 وبانحراف معياري بلغ 1.641.

اما محور مكونات الرؤية الاستراتيجية السياحية فقد حصل على متوسط ٣.٢٠٠٠ وبانحراف معياري ٠.٧٢٢٦٥ وبمعامل اختلاف ٢٢.٥٨ وقد حصلت الفقرة الثانية على اقل معامل اختلاف ١٧.٦٥ بمتوسط ٣.٩٣ وبانحراف معياري بلغ ٠.٦٩٤ اما اعلى معامل اختلاف فقد حصلت عليه الفقرة الحادية عشر 54.58 بمتوسط 2.88 وبانحراف معياري بلغ 1.572.

جدول رقم ٦

معاملات الارتباط بين متغيرات البحث

اسم المتغير	ابعاد تكنولوجيا المعلومات X
مكونات الرؤية الاستراتيجية السياحية X	0.584**

** تعني ان القيمة معنوية بدرجة عالية بثقة ٩٩%

نلاحظ من جدول الارتباط وجود العلاقة التالية:

* بلغ معامل الارتباط 0.584** والذي يعني ان هناك علاقة معنوية بدرجة عالية وبثقة

٩٩% بين ابعاد تكنولوجيا المعلومات X و مكونات الرؤية الاستراتيجية السياحية Y

نتائج الاثر (تحليل الانحدار)

جدول رقم ٧ يبين اثر تكنولوجيا المعلومات X على الرؤية الاستراتيجية السياحية Y

المتغير المعتمد	معامل التحديد R^2	معامل الانحدار β	قيمة t المحسوبة	قيمة F المحسوبة	مستوى الدلالة P	طبيعة العلاقة
الرؤية الاستراتيجية السياحية X	0.730	0.719	10.126	102.536	0.000	العلاقة معنوية

التعليق:

بلغ معامل التوضيح 0.730 مما يعني ان تكنولوجيا المعلومات X تؤثر على الرؤية الاستراتيجية السياحية تسويق Y بنسبة 73% اما اختبار t فهو معنوي الاثر مما يعني ان معاملات النموذج هي ذات دلالة معنوية اما اختبار F فبلغت قيمة F المحسوبة 102.536 ويملك مستوى دلالة P والتي هي 0.000 وهي اصغر من 0.005 مما يعني ان النموذج ذات دلالة معنوية.

المحور الخامس:- الاستنتاجات والتوصيات

أولاً:- الاستنتاجات ان ابعاد تكنولوجيا المعلومات تتمثل بـ (الاجهزة والمعدات ،البرمجيات ،قواعد البيانات ،الشبكات والاتصالات، الافراد) وتعد اكثر الابعاد قابلة للقياس.

١. ان ابعاد تكنولوجيا المعلومات تؤثر بشكل واضح في الرؤية الاستراتيجية السياحية ايجابيا اذ تم استخدامها بشكل كفوء.
٢. تمتلك المنظمات المبحوثة قاعدة قوية من أجهزة الحاسوب المتطورة وملحقاتها التي تستخدم في جمع البيانات وتحليلها وتخزينها فضلاً عن استخداماتها في مجال الاتصالات.
٣. تمثل تكنولوجيا المعلومات احد الاسس الاستراتيجية التي تتبناها المنظمات المبحوثة من اجل مواكبة التطور العالمي الي تشهده بيئة الاعمال اذ تسهم تكنولوجيا المعلومات في تحقيق متطلبات البقاء من اجل تحقيق الاهداف.
٤. بلغ معامل الارتباط 0.584^{**} والذي يعني ان هناك علاقة معنوية بدرجة عالية وثيقة ٩٩% بين ابعاد تكنولوجيا المعلومات x و مكونات الرؤية الاستراتيجية السياحية y
٥. من خلال نتائج الجدول (٥) اعلاه تبين بان متوسط اجابة محور ابعاد تكنولوجيا المعلومات بلغ 3.1364 وبانحراف معياري 0.85825 وبمعامل اختلاف بلغ 27.3% وقد حصلت الفقرة الثامنة على اقل معامل اختلاف 27.09 بمتوسط 3.28 وبانحراف معياري بلغ 0.905 اما اعلى معامل اختلاف فقد حصلت عليه الفقرة الحادية عشر 50.96 بمتوسط 3.22 وبانحراف معياري بلغ 1.641 .
٦. ان محور مكونات الرؤية الاستراتيجية السياحية فقد حصل على متوسط 3.2000 وبانحراف معياري 0.72265 وبمعامل اختلاف 22.08 وقد حصلت الفقرة الثانية على اقل معامل اختلاف 17.65 بمتوسط 3.93 وبانحراف معياري بلغ 0.694 اما اعلى معامل اختلاف فقد حصلت عليه الفقرة الحادية عشر 54.08 بمتوسط 2.88 وبانحراف معياري بلغ 1.0572 .
٧. بلغ معامل التوضيح 0.730 مما يعني ان تكنولوجيا المعلومات x تؤثر على الرؤية الاستراتيجية السياحية تسويق y بنسبة 73% اما اختبار t فهو معنوي الاثر مما يعني ان معلمات النموذج هي ذات دلالة معنوية اما اختبار F فبلغت قيمة F المحسوبة 102.036 ويملك مستوى دلالة P والتي هي 0.0000 وهي اصغر من 0.05 مما يعني ان النموذج ذات دلالة معنوية.

ثانياً:-التوصيات

- ١.زيادة الاهتمام لابعاد تكنولوجيا المعلومات بصورة عامة وتطوير مفردات الحاسبة الالكترونية واعادة تاهيل الكفاءات العلمية ذات التخصص الالكتروني وتطوير مهاراتهم وادخال البرمجيات الحديثة وتفعيل استخدام قواعد البيانات وبناء شبكة الاتصالات فعالة تساعد على استغلال الوقت المتاح وغلق الفجوة المعرفية مع الجامعات المتقدمة .

٢. حث الادارات في المنظمات المبحوثة على تطوير شبكات الاتصالات والبرمجيات بالشكل الذي يساهم في عملية الاتصال ونقل المعلومات بين تشكيلات الجامعة.
٣. ضرورة اقامة دورات تدريبية دورية متكاملة لجميع الموظفين العاملين تعنى بتوضيح متغيرات البحث ومدى تاثيرها على ادئهم وانعكاسها على مستوى اداء المنظمات ككل.
٤. حث المنظمات المبحوثة على التخطيط المسبق لوقتها وعملها ذلك ان التخطيط المسبق هو المعين الذي ينهل منه التنظيم والتوجيه والرقابة على الوقت.
٥. ضرورة بيان الفرق بين الرؤية والرسالة لدى الادارات العليا عن طريق طرح نماذج واقعية لتلك الفروقات.
٦. الاهتمام أكثر باختيار الرؤية المناسبة عند وضع الرؤية الاستراتيجية السياحية. بتشكيل لجنة مختصة عليا لتنسيق مابين الجهات الحكومية المختلفة والقطاع الخاص وتقوم بالاشراف على تنفيذ الرؤية الاستراتيجية في تنمية القطاع الفنادق السياحية ورفع التقارير والتغذية العكسية عنها واعطاء التوصيات لاصحاب القرار.
٧. أرساء ثقافة تكنولوجيا المعلومات والرؤية الاستراتيجية السياحية لدى العاملين بأعتبارهما محورين أساسيين في نجاح المنظمة عن طريق دورات التوعية والقاءات منظمة للحديث عن هذه المفاهيم.
٨. ضرورة تنفيذ مفاهيم الرؤية الاستراتيجية السياحية وايصالها الى منظماتنا العراقية ولها القدرة على خلق الرغبة في أن تكون جزءاً" من المستقبل ويتم ذلك عن طريق اشراك القيادات الإدارية ببرامج تطويرية معدة لهذا الغرض داخل وخارج البلاد، فضلاً" عن تبني الأفكار والمعالجات التي وردت في هذا البحث كأساس علمي في صياغة الرؤية الاستراتيجية للمنظمة مع مراعاة الترتيب العلمي لحل الازمات المتكررة في المنظمة.
٩. ضرورة استقطاب وتشجيع المستثمرين المحلي والاجنبي، إذ ينعكس ذلك على تطوير الخطوط الإنتاجية أو استحداث خطوط إنتاجية جديدة، فضلاً عن بيان الرؤية الاستراتيجية عن طريق الإهتمام بتكنولوجيا المعلومات.
١٠. متابعة تحقيق الرؤية الاستراتيجية السياحية لكل فندق من قبل لجان مختصة تعتمد معايير محددة للتقييم وعلى شكل مراحل. خصوصاً" القطاع المختلط.
١١. تعزيز اساليب تحديد سياق الرؤية وتعزيز السيناريوهات المستقبلية للمنظمة السياحية عند وضع الرؤية الاستراتيجية السياحية، وتوجيه الادارات حول أهمية الخطوات الاخرى.

المصادر:

المصادر العربية:

١. السالمي، علاء عبد الرزاق والنعمي، محمد عبد العال، ٢٠٠٥، "أتمتة المكاتب"، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الاردن.
 ٢. الجاسم، جعفر، (٢٠٠٥)، تكنولوجيا المعلومات، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الاردن .
 ٣. النجار ، فريد، (٢٠١٣) الحكومة الالكترونية بين النظرية والتطبيق ، الدار الجامعية، الاسكندرية ، مصر
 ٤. نوري، حيدر شاكر وجمعة، محمود حسن، ٢٠١٥، "دراسات في اثر المعرفة وتكنولوجيا المعلومات في المنظمات"، المطبعة المركزية / جامعة ديالى، ديالى، العراق.
 ٥. العمري، غسان عيسى والسامرائي، سلوى امين، ٢٠٠٨، "نظم المعلومات الاستراتيجية (مدخل استراتيجي معاصر)"، الطبعة الاولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع، العبدلي، الاردن.
 ٦. الجنابي، محمد حسين علي، ٢٠١٤، "التأثير الوظيفي لتكنولوجيا المعلومات في الفطنة التنظيمية-دراسة استطلاعية في المركز الوطني للتطوير الاداري وتقنية المعلومات" مجلة الكوت للعلوم الاقتصادية والادارية، العدد (١٦).
 ٧. الطاهر، اسمهان ماجد والخفاف، مها مهدي، ٢٠١٣، "مقدمة في نظم المعلومات الادارية"، الطبعة الثانية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الاردن.
 ٨. شاويش، مصطفى نجيب، ٢٠١٢، "ادارة المكاتب والاعمال المكتبية"، الطبعة الثالثة، دار وائل للنشر، عمان، الاردن.
 ٩. عبد الرحمن، فؤاد يوسف، ٢٠١٠، "تأثير تقانة المعلومات في بعدي تصميم العمل والهندسة البشرية"، دراسة استطلاعية في رئاسة الجامعة المستنصرية، اطروحة دكتوراه كلية الادارة والاقتصاد، الجامعة المستنصرية.
 ١٠. المعاضيدي، معن وعد الله، (٢٠٠٠) التوازن الاستراتيجي، المفهوم والخصائص، مجلة تنمية الرافدين، المجلد (٢٢)، العدد (٦٢).
 ١١. المغربي، عبد الحميد، (٢٠٠٦) الادارة الاستراتيجية بقياس الاداء المتوازن، المكتبة المصرية للنشر والتوزيع، القاهرة-مصر.
 ١٢. السكارنة، بلال خلف، (٢٠١٥) الاستراتيجية والتخطيط الاستراتيجي، ط١، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- المصادر الانكليزية

1. *Laudon, Kenneth G. & Laudon, Jane P. (2010), "Management Information Systems" 3th ed, Pearson Education, New Jersey.*
2. *Daft, Richard, L. (2001), "Organization : Theory and Design", 7th ed., south – Western College Publishing Ohio, U.S.A.*
3. *Macmillan, Hugh & Tompoe, Mahen, (2000), "Strategic Management Process, content, and Implementation", Typeset in ovp swift by Refine catch Limited, Bungay, Suffolk, Printed in Great Britain by the Bath Press, Bath.*
4. *Dehning, B. & Stratopoulous, T., (2003), Determinants of A Sustainable Competitive Advantage due to It-enabled Strategy, Journal of Strategic Information System, Vol. (12), Issue (1)*
5. *Thompson, Arthur & Strickland, A.J. & Gamble, John (2006) Crafting and executing Strategy 15 ed, Mc Graw Hill & Irwin, Boston.*
6. *Dess, Grgory & Lumpkin, G.t. & Eisner, Alan (2007) "Strategic management" Mc Graw Hill, Boston.*