

الميزة التنافسية السياحية لشركة الخطوط الجوية العراقية دراسة مقارنة مع
شركة الخطوط الجوية الملكية الأردنية للفترة من 2016 الى 2022

م.م. احمد اكرم علي

وزارة النقل

شركة الخطوط الجوية العراقية

م.م. احمد طه حميد

الجامعة المستنصرية

كلية العلوم السياحية

Ahmedtourism4@gmail.com

07700793842

مستخلص البحث:

يعد النقل الجوي من أهم وسائل تفعيل النشاط السياحي، وعلى مستوى المجتمعات البشرية؛ لذا يهدف البحث من خلال هذه الدراسة بيان امكانية شركة الخطوط الجوية العراقية في تعزيز قدرتها التنافسية في سوق العمل، فقد تم الاعتماد على المنهج التحليلي لعرض المفاهيم وبيان نقاط القوة والضعف للشركة، فضلاً عن المقابلات، والزيارات الميدانية والملاحظة من اجل الحصول على البيانات والمعلومات الحقيقية التي تخدم الدراسة، و هدفت الدراسة إلى تحليل البيانات الخاصة بالخطوط الجوية العراقية، ومقارنتها بشركة الملكية الاردنية أما أهمية الدراسة جاءت لبيان السياسة الإدارية والتنظيمية للشركة ودورها في تطوير مستوى الأداء، وإنّ أهم ما توصلت إليه الدراسة هو دور شركة الخطوط الجوية العراقية الضعيف في تعزيز قدراته التنافسية مقارنة بشركة الخطوط الملكية الاردنية، عالمياً لا تمتلك الشركة القدرة التنافسية، وأوصت الدراسة ان يكون مدراء شركة الخطوط الجوية العراقية من ذوي الخبرة والاختصاص في المجال الإداري والسياحي والعمل على المشاركة في المعارض الدولية الخاصة بالسفر مع تقديم العروض التنافسية .

الكلمات المفتاحية : الميزة التنافسية ، الخطوط الجوية العراقية ، الملكية الاردنية .

المقدمة:

يعدّ قطاع السياحة واحداً من القطاعات الرائدة في مجال التنمية الاقتصادية للدول نتيجة لما تحقّقه السياحة من الدخل، وتوفير فرص العمل؛ لذا فإنّ أهمية ومكانة القطاع السياحي تزداد يوماً بعد يوم ، ومع اشتداد المنافسة وتطور العمل في القطاع السياحي على المستوى العالمي والمحلي وعولمة الاسواق السياحية، أضحت إدارة شركة الخطوط الجوية العراقية أمام تحديات كبيرة وتنافس محتوم؛ ولكي تستمر عليها أن تمتلك سمات خاصة بها وتقديم خدمات تختلف عن بقية الشركات في القطاع، وهو ما يعبر عنه بالميزة التنافسية التي هي قدرة الشركة على تقديم خدمات للمسافرين بشكل أكثر كفاءة وفاعلية من المنافسين الآخرين في قطاع النقل الجوي الذي يعدّ اداة فاعلة لتحقيق أهداف السفر الحديث ، وبذلك فهو يوجه شركات الطيران من تحديد قراراتها لضمان جودة الرحلة السياحية، مما يساعد على تفعيل نطاق المنافسة باتجاه عناصر الخدمة المقدمة للمسافر، وأيضاً ساعد قطاع النقل الجوي على التنمية الاقتصادية، ومنها التنمية السياحية فهو يمثل نظام انتقال المجاميع البشرية ضمن مفهوم السماء المفتوحة (open sky)، فالخطوط الجوية العراقية تأسست بواسطة جمعية الطيران العراقي كناقل وطني واطلق عليها اسم مصطلح الخطوط الجوية العراقية عام 1945 م وأصبحت شركة رسمية بموجب القانون رقم 108 لسنة

1988، أما شركة الخطوط الجوية الملكية فقد تأسست بتاريخ 15/12/1963 م ليكون الناقل الوطني للمملكة الاردنية الهاشمية على رغم من ان ملكيتها تحولت الى القطاع الخاص مع نهاية عام 2007 الا انها بقيت الناقل الوطني للمملكة ولديها اسطول من الطائرات المتنوعة والبالغة (24) طائرة. وفي ضوء ما تقدم تكونت هيكلية البحث من مقدمة وأربعة مباحث من أجل الوصول إلى أهداف البحث ، تناول المبحث الأول منهجية البحث أما المبحث الثاني فقد تناول مفهوم التنافسية الأهداف والأبعاد، ومفهوم الميزة التنافسية والتنافسية السياحية، أما المبحث الثالث تناول الجانب العملي، و دراسة المقارنة بين الخطوط الجوية العراقية مع تجربة الأردن سياحياً وشركة الخطوط الجوية الملكية الاردنية وتناول المبحث الرابع الاستنتاجات والتوصيات .

المبحث الأول: منهجية البحث

مشكلة البحث : تتجسد المشكلة الدراسة من ضعف المزايا التنافسية لشركة الخطوط الجوية العراقية بالمقارنة مع بقية الشركات في قطاع النقل الجوي فهي تحتاج الى قدرات تنافسية تميزها عن بقية الشركات وعدم تبنيها سياسة واضحة المعالم لكي ترتقيها بكوادرها وبالخدمات التي تقدمها مما يمنحها ميزة تنافسية.

أهمية البحث : تتجسد أهمية الدراسة من خلال توضيح دور شركة الخطوط الجوية العراقية والتي تمثل واجهة للبلد ومنفذ لإمكانات العراق التسويقية ، وتستمد الدراسة أهميتها ايضاً من بيان الأهمية السياسية الإدارية والتنظيمية للمكاتب ودورها في تطوير مستوى الأداء من خلال تحقيق توازن بين أهدافها وكذلك الاستفادة من مؤشرات التنافسية العالمية لسوق السفر والسياحة ومدى تطبيقها داخل الشركة ومدى مواكبتها للتطور العالمي في مجال النقل الجوي.

فرضية البحث: تنطلق فرضية البحث من ان للخطوط الجوية العراقية لها قدرة على تعزيز تنافسيتها في الاسواق العالمية.

اهداف البحث : يهدف البحث الى ما يأتي :-

- 1- تحليل البيانات الخاصة بالخطوط الجوية العراقية ، ومقارنتها بشركة الملكية الاردنية.
- 2- دراسة واقع حال الخطوط الجوية العراقية وبيان مزاياه التنافسية .
- 3- معرفة عدد الوجهات التي تخدمها شركة الخطوط الجوية العراقية ومقارنتها مع الملكية الاردنية .
- 4- معرفة عدد مكاتب شركة الخطوط الجوية العراقية ومقارنتها بشركة الخطوط الجوية الملكية .

5- توضيح المزايا والعيوب التي تعاني منها شركة الخطوط الجوية العراقية
منهج البحث و طرق جمع البيانات: من أجل تحقيق اهداف البحث تم الاعتماد على المنهج التحليلي – الكمي بالاستناد على البيانات والمعلومات التي تم الحصول عليها من التقارير الرسمية للشركتين ومن خلال المقابلات والملاحظة.

الادبيات السابقة:

دراسة عبد الله (2019) دور النقل الجوي في تنمية النشاط السياحي في محافظة السلیمانية للمدة (2005-2018) تناولت الدراسة دور النقل الجوي في تفعيل النشاط السياحي في محافظة السلیمانية، وكان هدف الدراسة هو التحليل الاقتصادي لدور مطار السلیمانية الدولي في تفعيل قطاع السياحة وتشخيص المشاكل والمعوقات التي تواجه النقل الجوي ، وتقديم مقترحات لتطوير المطارات وان اهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة إنه رغم الظروف الاقتصادية الصعبة وفضلاً عن غلق مطار السلیمانية لأسباب عديدة إلا أنه هنالك مؤشرات إيجابية لنشاط مطار السلیمانية خصوصاً في مجال تنقل السياح .

دراسة عبصرة (2020) الابداع والابتكار في مكاتب السفر الاردنية واثر ذلك على تدفق السياح الى المملكة الاردنية هدفت هذه الدراسة الى تحليل الابتكار والابداع وتأثيرهما من خلال تنظيم الوجهة في البرامج السياحية ، والانشطة بين المكاتب السياحية في الاردن على أعداد السياح الوافدين للاردن في عام 2017 ، وركزت الدراسة على التنافسية السياحية وترتيب البلدان في تقرير تنافسية السفر والسياحة ومؤشرات تنافسية السفر والسياحة في الطلب السياحي.

دراسة محمد (2023) أثر جائحة كوفيد -19 على شركة الخطوط الجوية العراقية، ركزت الدراسة على الضرر الذي لحق بشركة الخطوط الجوية العراقية بعد انتشار فايروس كوفيد 19 من خلال دراسة حركة المسافرين على متن الشركة وتوضيح دور الاجراءات على إيرادات النقل الجوي للخطوط الجوية العراقية وتوصلت الدراسة الى ان هذه الفايروس كانت له تأثيرات سلبية على شركة الخطوط الجوية العراقية .

المبحث الثاني: الاطار النظري للمبحث

اولاً : مفهوم التنافسية

يتسم مفهوم التنافسية بالحدثة ، وتعد مرحلة بروز العولمة والتوجه نحو التجارة العالمية مع تبلور النظام العالمي الجديد والتحول نحو اقتصاديات السوق؛ ادى الى زيادة الاهتمام بالقدرة التنافسية، وخاصة مع تطور الفكر الاقتصادي في السنوات الاخيرة؛ لذلك أصبح هنالك اختلاف بين الاقتصاديين والمنظمات الدولية حول مفهوم التنافسية وما تزال غير معروفة بشكل دقيق وواضح فالبعض يربطها بالتجارة والاسعار التي تعتمد على معدل النمو الاقتصادي ومستوى المعيشة .⁽¹⁾ وقد أصبحت التنافسية مصطلحاً شائعاً من خلال المعنى والنطاق والقياس حيث تمت مناقشة أهمية التنافسية على نطاق واسع وفي التخصصات كافة مثل الإدارة، الاقتصاد، السياسة وكذلك نظريات التجارة الدولية⁽²⁾ ، ويمكن للشركات والمؤسسات ان تعمل معاً في انتاج منتجات وخدمات مجتمعة اكثر من قيمتها اذا كانت منفصلة⁽³⁾ .وهناك ثلاث تفسيرات توضح نشأة التنافسية⁽⁴⁾

(1) المسعودي ، مثنى فائق ، (2020) إدارة الجودة الشاملة ودورها في تطوير القطاع السياحي ، الطبعة الاولى ، دار الأيام للنشر والتوزيع ، عمان - الاردن ، ص 99.

(2) Hong , Wei- Chiang ,(2008) Competitiveness in the Tourism Sector , Physica – Verlag.p4.

(3)William F.Theobald (2005) Global Tourism , Third Edition ,USA,p 54.

(4)الدحماني ، سعيدة (2018) ، اهمية اليقظة التنافسية في تنمية الميزة التنافسية للمؤسسة – دراسة حالة – رسالة ماجستير مقدمة لكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، جامعة العقيد اكلي محمد اولحاج ، الجزائر،ص3.

التفسير الاول : يرى هذا التفسير ان نشأة التنافسية تعود لتشدد السياسة الليبرالية التي اعطت حجم كبير من قدرة القطاع الخاص للارتقاء بالمؤشرات الاقتصادية ، وبخست من قدرة السياسة الاقتصادية للقيام بهذا الدور .

التفسير الثاني : يوضح هذا التفسير بأن نشأة التنافسية ترجع كرد على ما حصل في عقد السبعينيات من استمرار ارتفاع معدل النمو الاقتصادي مما أدى الى ارتياب أنصار التنافسية من استمرار النمو العالمي وتأثيره خاصة على مستوى الرفاهية في الدول النامية

التفسير الثالث : يرى ان نشأة التنافسية ترجع على عقد الثمانينيات نتيجة لضعف الاقتصادي في الولايات المتحدة الامريكية .

ان مفهوم التنافسية له اوجه متعددة ولا يوجد اطار نظري قوي ومتماسك لحد الان يتيح تحديد هذا المفهوم بشكل دقيق (1) ، حيث عرفت التنافسية بأنها " المهارة او التقنية او المورد المتميز الذي يتيح للمؤسسات من أنتاج منافع ذات قيمة للزبائن تزيد عما يقدمه المنافسين ، ويؤكد وجود اختلاف تميزها عن بقية المنافسين (2) ، وهي كذلك الصمود امام المنافسين لغرض تحقيق النمو ، والتوسع ، والابتكار ، والتجديد ، والاستقرار ، والربحية لتحسين المراكز التنافسية (3) ، وهي كذلك اعتماد عدد من المنافسين بأساليب مختلفة كالأسعار والجودة والمواصفات وتوقيت العمل، واسلوب توزيع المنتجات لكسب الزبائن (4)

1-1 : اهداف التنافسية

تهدف التنافسية الى تحقيق عدد من الاهداف وعلى النحو الآتي (5) :

- 1- تحقيق درجة عالية من الكفاية : ان تصل المنظمة الى اقل التكاليف في اعمالها ونشاطاتها وفي ظل التطورات التكنولوجية المسموح بها .
- 2- الحصول على الارباح : عند وصول المنظمة الى درجة عالية من الكفاية ستصل الى تعظيم الارباح وهذه الارباح هي مكافأة للمنظمة عن التفوق والتميز في ادائها .
- 3- التحسين المستمر وتطوير الاداء : تكون من خلال التركيز على الابداع التكنولوجي والابتكار.

2-1 : الابعاد التنافسية

يقصد بالابعاد التنافسية هي الخصائص التي تختارها المؤسسة وترتكز عليها لتلبية حاجات السوق ومن خلال هذه الخصائص تستطيع المنظمة ان تحصل على مزايا تميزها على المنافسين ويستعرض شكل (1) الابعاد على النحو الآتي :

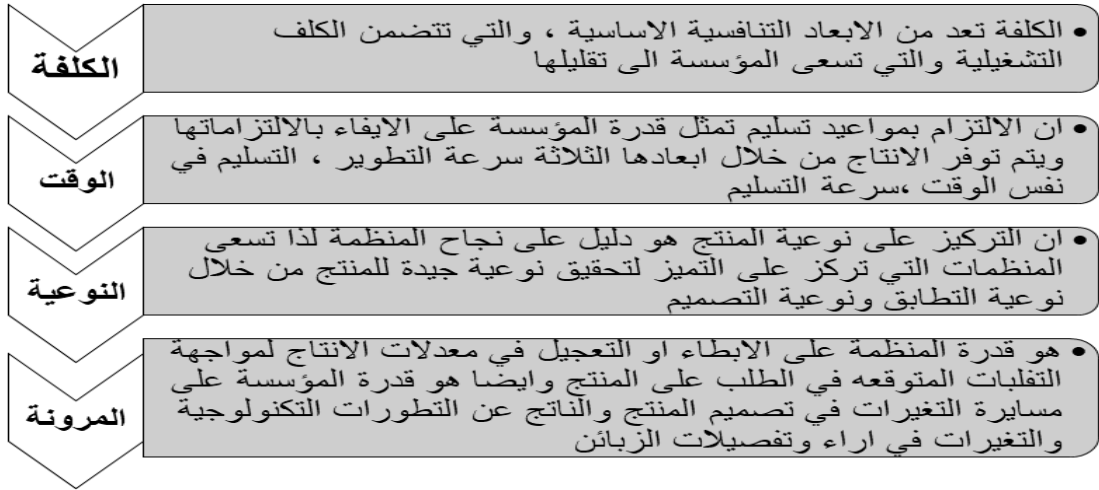
(1) حمود ، ظافر محمد ، (2015) القدرة التنافسية للمنتجات القطنية السورية في إطار تحرير التجارة الدولية ، اطروحة دكتوراه غير منشورة مقدمة الى كلية الاقتصاد ، جامعة دمشق ، سوريا ، ص2.

(2) يونس ، زين ، واخرون (2020) تحليل تنافسية القطاع السياحي في الدول المغاربية ، المجلد 2 العدد 3 ، ص41.

(3) حريز ، هشام وعبد الرحمن ، بوشمال (2014) التسويق كمدخل استراتيجي لتحسين القدرة التنافسية للمؤسسة ، الطبعة الاولى ، مكتبة الوفاء القانونية ، الاسكندرية ، مصر ، ص135 .

(4) ابو قحف ، عبد السلام، التنافسية وتغيير قواعد اللعبة، رؤية مستقبلية ، الدار الجامعية للطبع والنشر، مصر، ص42.

(5) الدحماني ، سعيدة ، مصدر سابق ، ص 5.



شكل (1) الابعاد التنافسية

المصدر: المخطط من عمل الباحث بالاعتماد على: اوريبي، هيبه الله (2012) تنافسية القطاع السياحي وانعكاسه على التنمية المستدامة في الدول العربية، رسالة ماجستير غير منشورة مقدمة الى كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس سطيف، الجزائر.

ثانياً: مفهوم الميزة التنافسية

ان اول من وضع نظرية للميزة التنافسية هو مايكل بورتر، فقد صمم لها نموذجاً لقياسها والذي يركز على التغييرات الجزئية للاقتصاد حيث عرف الميزة التنافسية " على أنها اساساً تنشأ من القيمة التي تستطيع منظمة ما ان تجدها لزبائنها ، ويمكن للمنظمات بناء ميزة تنافسية من خلال العديد من المصادر مثل السرعة والسلامة، وقل الاسعار والتصميم والخدمة والموثوقية (1) وكذلك عرفت الميزة التنافسية بأنها اي شيء يميز المنظمة عن المنافسين في السوق والنتيجة عن المواهب النادرة للعاملين (2) ، وايضاً هي " القدرة على تميز بشكل يكون مقبولاً عن بقية المنافسين من وجهة نظر الزبائن (3) ، وكذلك هي مجموعة المعارف والمهارات والمقدرات التي تستطيع الإدارة تنسيقها واستثمارها لإنتاج قيم ومنافع للزبائن أعلى مما يحققه المنافسون (4) ، وعرفها كوتلر (Kotler) بأن الميزة التنافسية هي قدرة المنظمة على أداء نشاطاتها واعمالها بطريقة يصعب على بقية المنافسين نسخها وتقليل الكلف الكلية مقارنة بمنافسيها (5) ، ويمكن القول بأن المنظمة تمتلك ميزة تنافسية اذا كانت لها القدرة على تحقيق ارباح اعلى من منافسيها،

(1) Kotler Philip (2003) Marketing Insights from A to Z , John Wiley & Sons Inc, USA, p22.

(2) الزبيدي ، غني ، وعباس ، حسين (2014) المقدرات الجوهرية للموارد البشرية الاتجاه المعاصر لتنافسية الاعمال ، الطبعة الاولى ، دار غيداء للنشر والتوزيع ، عمان ، الاردن ، ص 129.

(3) سفيان ، خلوقي وكمال ، شريط (2017) القدرة التنافسية لقطاع السياحة والأسفار في الجزائر ، مجلة اقتصاديات الاعمال والتجارة ، المجلد 4 ، العدد 2 ، ص 209.

(4) Lahart , Bradley (2011) identifying company officer core competencies in the denton department an applied research project submittes to the national fire academy as part of the executive fire officer program, p 42.

(5) الامين ، حلموس (2017) ، دور إدارة المعرفة التسويقية باعتماد استراتيجية العلاقة مع الزبون في تحقيق ميزة تنافسية دراسة عينة ، اطروحة دكتوراه مقدمة الى كلية العلوم الاقتصادية ، جامعة محمد خيضر بسكرة ، الجزائر، ص 185.

وهذه الارباح الاعلى هي انها ستكون قادرة على الالتزام بالمزيد من الاحتفاظ بالربح لإعادة الاستثمار في استراتيجياتها ثم الحفاظ على ريادةها وعندما تتم المحافظة على هذه التفوق بنجاح بمرور الوقت سيتم تحقيق الميزة التنافسية المستدامة⁽¹⁾.

بعد الاطلاع على تعريفات الباحثين للميزة التنافسية نلاحظ أن بعض الباحثين ركزوا في تعريفاتهم للميزة التنافسية على أهم الخصائص التي تتمتع بها المنظمة ، في حين ركز الآخرون على القدرات والموارد التي تمتلكها المنظمة، ومن جهة أخرى ركز البعض على قدرة المنظمة لإضافة قيمة لربائنها.

2-1 أهمية الميزة التنافسية

تلعب الميزة التنافسية في المنظمات دوراً حيوياً بغض النظر عن طبيعة نشاط المنظمة فمن خلال الميزة التنافسية تستطيع المنظمة البقاء، والاستمرار والنمو في بيئة شديدة المنافسة في عصر التطور التكنولوجي، أن أهمية الميزة التنافسية يمكن تجسيدها من خلال العناصر التالية⁽²⁾ :

أ- تساعد على تحسين السمعة التي تتمتع بها المنظمة في بيئتها من خلال تحسين ادائها .
ب- تحسين ربحية المنظمة بالشكل الذي يساعد على الانفاق الجيد للتطوير التكنولوجي، وكذلك ارضاء الزبائن

ت- تقوية الحصة السوقية بالمنظمة والحفاظ على زبائنها
ث- مساعدة المنظمة في التنسيق بين الموارد كافة التي تمتلكها بالشكل الذي يعزز من قيمتها

ج- تسهم بشكل ايجابي في التأثير على مدركات الزبائن وباقي المتعاملين مع المنظمة لتطوير العمل وتحفيزهم على الاستمرار⁽³⁾ .

2-2 اليقظة التنافسية

تعني اليقظة التيقظ اي اخذ الحيطة والحذر او الانتباه للشيء، وتعرف اليقظة على أنها كل الاعمال التي تهدف للرصد غير المستمر أو المستمر، وهي نشاط مستمر يمكن متابعة المواكبة، والتجديد ، وإيجاد ميزة تنافسية تسمح للمنظمة من التكيف مع التغيرات المحيطة، فمن خلال نشاط اليقظة التنافسية تستطيع المنظمة التعرف على منافسيها الحاليين والمتوقعين، وتهتم بالبيئة التي تعيش بها، وتكون المنظمة في حالة متابعة ومراقبة مستمرة لما يجري في سوق العمل من خلال جمع البيانات والمعلومات الخاصة بالمنافسين المتواجدين داخل سوق العمل، ومن ثم العمل على تحليل هذه البيانات والمعلومات واستثمارها في معرفة نقاط القوة والضعف في عمل المنافسين ومن ثم القيام بصياغة استراتيجية تضمن قدرة المنظمة التنافسية، واستمرار الميزة التنافسية⁽⁴⁾ .

⁽¹⁾Evans Nigel , (2015) Strategic Management for Tourism , Hospitality and Events , Second Edition ,Taylor & Francis Group, USA, p 79.

⁽²⁾ الزبيدي ، غني ، وعباس ، حسين ، مصدر سابق ، ص 132.

⁽³⁾ يحيوي ، رزيقة (2013) الأبداع كمدخل لاكتساب ميزة تنافسية مستدامة في منظمات الأعمال – دراسة حالة ، رسالة ماجستير غير منشورة مقدمة الى كلية العلوم الاقتصادية والتجارية ، جامعة المسيلة ، الجزائر، ص 49.

⁽⁴⁾ احمد ، زغدار ، (2011) المنافسة – التنافسية والبدائل الاستراتيجية ، الطبعة الاولى ، دار جرير للنشر والتوزيع ، عمان ، الاردن ، ص 41.

2-3 مفهوم التنافسية السياحية

لم يكن هنالك اختلاف بين مفهوم التنافسية السياحية عن مفهوم الميزة التنافسية على المستويات كافة ، فإن المؤسسات الخدمية والصناعية تستخدم نفس الأسلوب في استمرار تحقيق الميزة التنافسية⁽¹⁾ ، حيث عرف مفهوم التنافسية السياحية " بأنها قدرة الدولة على توفير الامكانيات، والموارد والقدرات التي تتفوق بها على المنافسين في الاسواق المحلية والدولية من خلال دمج الموارد الطبيعية مع عمليات التصنيع (البنية التحتية) ومن تم تحويلها على نتائج اقتصادية⁽²⁾، وقد عرفها ريتشي وكراوتش على أنها القدرة على زيادة الانفاق السياحي، وجذب السياح بشكل متزايد مع تزويدهم بتجارب مرضية لاتنسى ، ويتم القيام بذلك بطريقة مربحة مع تعزيز رفاهية السكان الواجهة والحفاظ على رأس المال الطبيعي لمواجهة الأجيال القادمة ، فالتنافسية هي مفهوم عام يشمل فرق السعر الى جانب حركات سعر الصرف ومستويات الانتاجية لمختلف مكونات صناعة السياحة⁽³⁾، وهنالك نقاش على مستوى عالي في الدول وخاصة بين رجال الأعمال والاقتصاديين حول موضوع القدرة التنافسية في القطاع السياحي ، حيث يعد مؤشر تنافسية السفر والسياحة من المؤشرات التي توضح القوة الاقتصادية المتمثلة في القطاع السياحي في الوقت الحاضر .

المبحث الثالث

مقارنة بين الخطوط الجوية العراقية مع تجربة الأردن سياحياً وشركة الخطوط الجوية الملكية الاردنية

1- الاهمية النسبية لمساهمة السياحة من الناتج المحلي الاجمالي

يُعد القطاع السياحي من اهم القطاعات التي تُساهم بفعالية في الدخل الوطني، فهو قطاع محوري يعمل على تنشيط قطاعات عديدة، كما يعمل على توفير فرص عمل، وجلب عوائد مالية سواء كانت بالعملة المحلية او الاجنبية، فقد وجدت الكثير من الدول في هذه الصناعة (السياحة) بديلاً استراتيجياً لاستثمار مواردها السياحية بشكل يغنيها عن الاعتماد على مصادر الثروة النابضة، كما أصبح لها دور اساس في التنمية الاجتماعية والاقتصادية. تعتمد قوة اي بلد في قطاع السياحة من قدرة وقوة السياحة للتأثير على اقتصاده وقدرته على المنافسة اقليمياً وعالمياً، مما يُحتم على الدول الاهتمام بموضوع التنافسية في صناعة السفر والسياحة حتى تتمكن من تحقيق التطور والنمو والاستفادة من هذه الصناعة لما لها من اثار على النواحي الاقتصادية والاجتماعية والبيئية والثقافية للمجتمعات والدول والقدرة على التحفيز الايجابي لقطاعات اخر لتحقيق اغراض التنمية المستدامة، ونجحت بعض الدول العربية في اعطاء أهمية للقطاع السياحي فيها بتحديثه وتطوير وزيادة تنافسيته بترقية المقومات المادية والمحافظة على الموارد والمقومات الموهوبة من الطبيعة والحضارة، ومن بين بعض الدول التي تُعد رائدة في المجال

(1) الراجحي ، محسن ، واخرون (2016) الميزة التنافسية للنشاط السياحي ، الطبعة الاولى ، دار الايام للنشر والتوزيع ، بابل - العراق ، ص 123.

(2) بن مرزوق ، نبيل ، وسراي ، صالح (2018) تنافسية الصناعة السياحية في الجزائر وتحديات تطويرها ، مجلة التنمية والاقتصاد التطبيقي ، جامعة المسلية ، العدد 3 ، ص 221.

(3) Modica P,Uysal.M (2016) Sustainable Island Tourism , preston , Uk , p54.

السياحي العربي نجد المملكة الاردنية الهاشمية التي تُعد السياحة عندها من القطاعات التي تُدرّ موارد مستديمة وذات اهمية بالغة في اقتصادها، وعلى غرار الدول العربية، كذلك يُعد العراق من الدول التي تزخر بمقومات ومؤهلات سياحية هائلة غير مستقلة بل يُعد القطاع السياحي من القطاعات المهملة على اعتبار اقتصادها ريعي بالدرجة الاولى فضلاً عن غياب السياسات الجادة، وقلة الاعتماد المالي المخصصة له، فتنبع اهمية تنمية قطاع السياحة في العراق ومعالجة وضعيته في الدور المستقبلي الذي يمكن ان يقوم به هذا القطاع في تنويع قاعدة الاقتصاد الوطني وزيادة القدرة الانتاجية مما ينعكس ايجاباً على الموازين الخارجية والداخلية، ويسهم في توفر الفرص الوظيفية للأعداد المتزايدة من القوى العاملة. ان توفر امكانيات ومقومات سياحية طبيعية وتراثية ومن ثم استثمار هذه الموارد والمقومات والامكانيات يؤدي الى بناء صناعة سياحية متقدمة ومتطورة تؤدي دورها في الاقتصاد على اتم وجه، حيث ان تطبيق مفهوم السياحة المستدامة يركز على ثلاثة عناصر متكاملة، وهي العائد المادي لأصحاب المشاريع السياحية والبعد الاجتماعي من توفير مناصب عمل والحفاظ على التراث، والبعد البيئي الذي يُعد اهم جانب في السياحة المستدامة على اساس ان المقومات السياحية جزء لا يتجزأ من البيئة ومن الضروري المحافظة عليها وصيانتها بشكل دائم. ويوضح الجدول (1) الأهمية النسبية لقطاع السياحة من الناتج المحلي الاجمالي للعراق والاردن لعامي (2018-2019).

جدول (1) الأهمية النسبية لمساهمة السياحة من الناتج المحلي الاجمالي للعراق والاردن (2018-2019)

الدولة	2019			2018		
	النمو (2018-2019) %	نسبة المساهمة في الناتج المحلي الاجمالي (%)	القيمة المضافة لقطاع السياحة (مليون دولار امريكي)	نسبة المساهمة في الناتج المحلي الاجمالي (%)	نسبة المساهمة في اجمالي السياحة العربية (%)	القيمة المضافة لقطاع السياحة (مليون دولار امريكي)
العراق	7,0	8,4	17,333	8,1	5,5	16,192
الاردن	7,9	10,1	4,424	9,7	1,4	4,099

الجدول من اعداد الباحث بالاعتماد على تقرير صندوق النقد العربي لعام 2020. نلاحظ من الجدول (1) الذي سجل ناتج القطاع السياحي في العراق حيث بلغ 17,333 مليار دولار في عام 2019 وجاء بالمرتبة الخامسة عربياً وبمعدل نمو 7,0%، بينما سجل الاردن بالمرتبة الرابعة عشر عربياً حيث بلغ ناتج القطاع 4,424 مليار دولار في عام 2019، وبمعدل نمو 7,9%. أما إجمالي ناتج قطاع السياحة في العراق فقد بلغت حصته 5,6% اي ما يعادل 17,333 مليار دولار، وبلغ اجمالي ناتج قطاع السياحة في الاردن من خلال حصته 1,4% اي ما يعادل 4,424 مليار دولار.

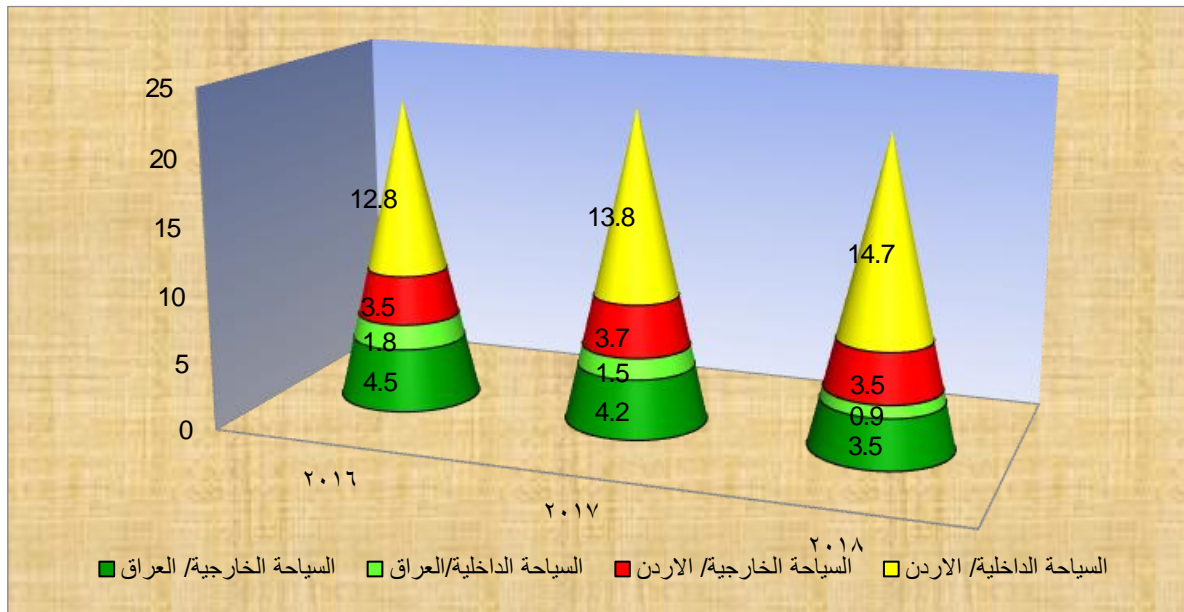
أما على صعيد المكونات الرئيسية لقطاع السياحة الخارجية التي تتمثل اساساً في أنشطة السياحة فقد تباينت مساهمة السياحة الخارجية في الناتج المحلي الاجمالي للدولتين، لذلك سجل العراق المرتبة السابعة عربياً عام 2018 حوالي 3,5% مقارنة مع بنسبة اقل

بلغت نحو 4,2% خلال عام 2017، بينما سجل الاردن أيضاً المرتبة السابعة عام 2018 حوالي 3,5% بنسبة اقل من عام 2017 التي بلغت 3,7%. أما على صعيد السياحة الداخلية فقد تباينت مساهمتها في الناتج المحلي الاجمالي، فقد سجل العراق المرتبة الخامسة عشر عربياً بنسبة حوالي 0,9% عام 2018 مقارنة بنسبة اقل من عام 2017 التي كانت حوالي 1,5%، بينما سجلت الاردن المرتبة الثانية عربياً بنسبة 14,7% وبنسبة اعلى من عام 2017 التي كانت 13,8% وكما موضح في الجدول (2)، ويوضح الشكل (2) الرسم البياني حصة السياحة الخارجية والداخلية الى الناتج المحلي الاجمالي للعراق والاردن للفترة (2016-2018).

جدول (2) حصة السياحة الخارجية والداخلية الى الناتج المحلي الاجمالي للعراق والاردن للفترة (2016-2018)

2018		2017		2016		الدولة
الداخلية	الخارجية	الداخلية	الخارجية	الداخلية	الخارجية	
0,9	3,5	1,5	4,2	1,8	4,5	العراق
14,7	3,5	13,8	3,7	12,8	3,5	الاردن

الجدول من اعداد الباحث بالاعتماد تقرير صندوق النقد العربي لعام 2020. الشكل (6) من اعداد الباحث بالاعتماد على جدول (2).



2- المقارنة بين الخطوط الجوية العراقية والخطوط الجوية الملكية الأردنية

لغرض الاستفادة من تجربة المملكة الأردنية الهاشمية والمتمثلة بالخطوط الجوية الملكية الأردنية في اثبات وجودها ضمن المنافسة العالمية، ولتكون حافزاً للمنافسة ومقارنتها مع ما يملكه العراق من مقومات طبيعية ودينية وتاريخية وثقافية، حيث تتمتع شركتي الخطوط الجوية العراقية والخطوط الجوية الملكية الأردنية بطموحات كبيرة لقطاع الطيران، وذلك من خلال تنويع الاقتصاد، حيث لدى الخطوط الجوية العراقية سوق جوي حيوي يخدم (7) مطارات في انحاء البلاد، وكذلك هناك (3) مطارات هي قيد الانشاء (كركوك، وكربلاء، والانبار) وعدد سكان العراق حوالي (40) مليون نسمة حسب احصائية وزارة التخطيط العراقية عام 2019، ولدى الاردن (3) مطارات في انحاء البلاد والذي يقدر عدد سكانهم حوالي (10) ملايين نسمة.

ومن خلال قدرة الشركتين على التنافس مع باقي الشركات الدولية وتقديم أفضل الخدمات بشكل جيد، وتنمية السياحة لديهم وزيادة اعداد الزوار من خلال جذب أكبر عدد من الزائرين لمختلف الوجهات سواء كانت سياحية او اثرية او دينية او ترفيهية او الاستجمام او للأعمال. وتستفاد الشركتين من موقعهما الجغرافي المميز في وسط الشرق الاوسط لبناء مراكز تربط شرق اسيا وغربها بأوروبا والامريكيتين.

إن لشركة الخطوط الجوية العراقية والخطوط الجوية الملكية الاردنية مزيج أكثر تنوعاً في حركة المسافرين مقارنة بالشركات الاخرى وبالتالي تقاوم تقلبات الاقتصاد العالمي وهو امر يمثل تحدياً دائماً لطيران الشركتين، والتنافس فيما بينهم لتحقيق الاستراتيجية المُعدة مسبقاً وتنفيذها لمواكبة التطورات المتسارعة في عالم الطيران للوصول الى المراكز المتقدمة عالمياً.

❖ تأسيس شركة الخطوط الجوية العراقية

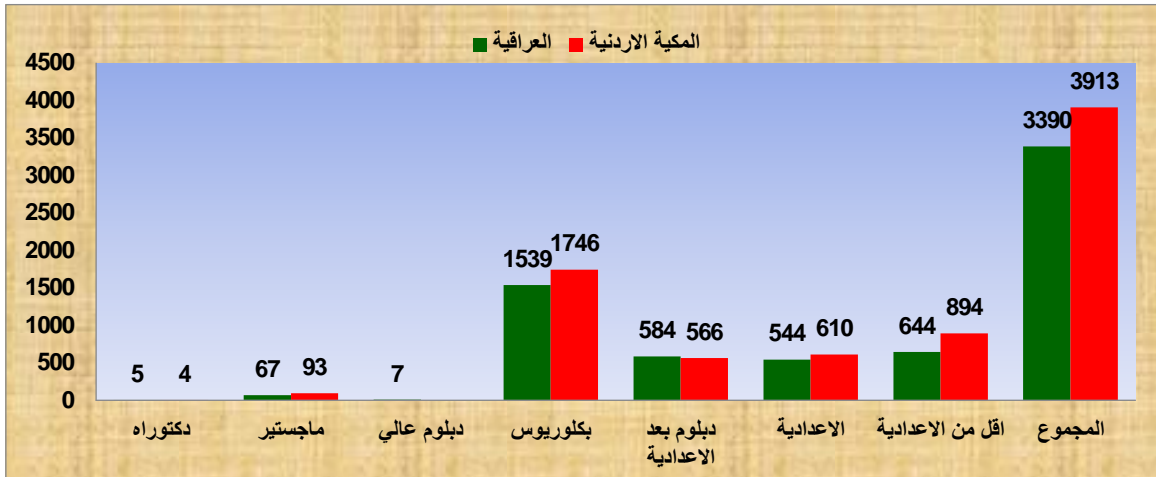
تأسست الخطوط الجوية العراقية بواسطة جمعية الطيران العراقي كناقل وطني اطلق عليه اسم مصلحة الخطوط الجوية العراقية في سنة 1945م ، وكانت اول رحلة تجارية لها الى البصرة في 1946/1/29 بطائرة ذات 6 مقاعد خشبية، واصبحت شركة الخطوط الجوية العراقية شركة رسمية بموجب القانون رقم 108 لسنة 1988 المعدل، والذي هيا الفرصة لتحقيق خططها وطموحها لتوقيع عقد شراء (5) طائرات من طراز ايرباص Airbus كخطوة اولى لتحديث اسطولها لكن كانت هنالك صعوبات خلال الفترة ما بين الاعوام (1990 - 2000) في عملها نتيجة لفرض الحصار الجوي بسبب الحصار الاقتصادي على العراق وتوقف عملها جزئياً، وبتأريخ 2000/8/17م تم إعادة افتتاح مطار بغداد الدولي وتسيير اولى رحلات الشركة للنقل الداخلي الى كل من مطاري البصرة والموصل، وتم ايقاف نشاط الشركة بالكامل بسبب حرب الخليج الثانية الا ان الشركة عادة في 2003/5/30م لمزاولة رحلاتها العالمية وكانت اول رحلة بتاريخ 2004/10/3م من مطار بغداد الدولي الى مطار عمان الدولي. وقد حلق الطائر الاخضر الى العديد من المدن بأسطول قوامه حتى عام 2011م (20) طائرة بعد ان تعاقدت الشركة مع الشركات العالمية لصناعة الطائرات لرؤية الشركة في تنوع انواع الطائرات ليصل العدد لغاية عام 2022 الى (35) طائرة والتعاقد لشراء (43) طائرة من مختلف الانواع تصل لاحقاً حسب الاتفاق مع الشركات المصنعة.

❖ تأسيس شركة الخطوط الجوية الملكية

اما شركة الخطوط الجوية الملكية الاردنية فقد تأسست بتاريخ 1963/12/15م ليكون الناقل الوطني للمملكة الاردنية الهاشمية على الرغم من ان ملكيتها تحولت الى القطاع الخاص مع نهاية عام 2007 الا انها ظلت تُعد الناقل الوطني للمملكة ، وقد تم ادراجها كشركة مساهمة عامة محدودة حيث يمتلك الاردنيون غالبية اسهمها، وشهدت مسيرة الملكية الاردنية تطورات متلاحقة عبر اكثر من 57 عاماً انظمت الملكية الاردنية في عام 2007 الى عضوية تحالف شركات الطيران العالمي الذي تعمل به (15) شركة طيران عالمية لتنتقل مسافريها الى اكثر من 1000 وجهة عالمية في 150 دولة بنقطة واحدة من عمان، وتمتلك الملكية الاردنية (3) شركات تابعة لها، ولديها اسطول من الطائرات المتنوعة والبالغة (24) طائرة.

1- المقارنة من حيث عدد الموظفين ومؤهلاتهم العلمية:

يبلغ عدد موظفي الخطوط الجوية العراقية (3913) موظف حسب الملاك المصادق عليه، بينما يبلغ ملاك شركة الخطوط الجوية الملكية الاردنية والشركات التابعة له (3684) موظف ويوضح الشكل (3) ملاك الشركتين لنهاية عام 2022 يكون فيه العدد الاكبر من العاملين هو للذين يحملون شهادة البكالوريوس وموزعين على اقسام الشركتين ، اما بالنسبة لحملة شهادات اقل من الاعدادية فتأتي في المرتبة الثانية حيث يبلغ عدد الموظفين في الخطوط الجوية العراقية (644) موظف، بينما في شركة الملكية الاردنية يكون العدد (894) موظف، والعدد الاقل في ملاك الشركتين هم من حملة شهادات الدكتوراه والماجستير والدبلوم العالي.



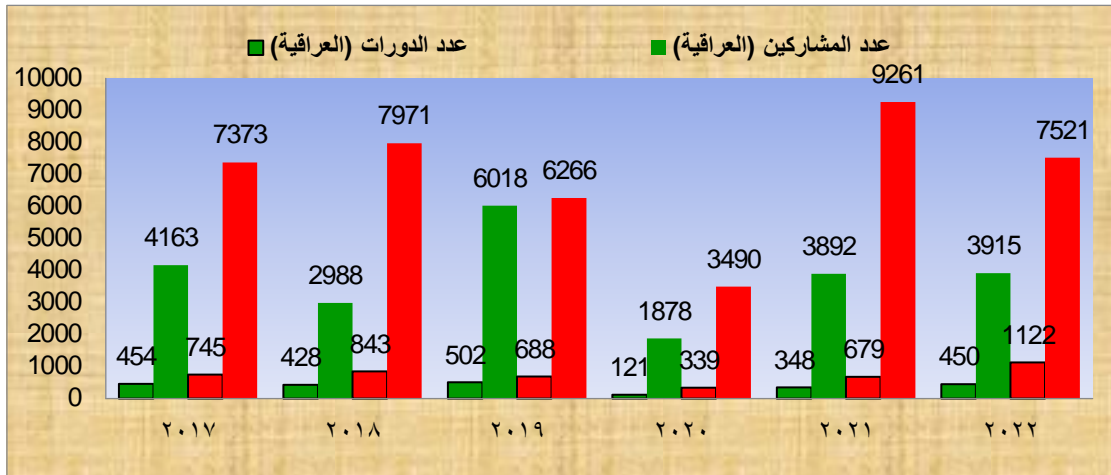
الشكل (2) عدد الموظفين في الشركتين ومؤهلاتهم العلمية وهو من عمل الباحث بالاعتماد على التقارير السنوي للخطوط العراقية والملكية الأردنية لنهاية عام 2022.

2- المقارنة من حيث برامج التأهيل والتدريب:

يوضح الشكل (3) عدد المشاركين وعدد الدورات المقامة داخلياً وخارجياً من خلال برامج التأهيل والتدريب للشركة الخطوط الجوية العراقية وشركة الخطوط الجوية الملكية الاردنية، حيث يُبين الشكل ان اعداد المشاركين في شركة الخطوط الجوية العراقية بلغ في عام 2017 (4163) مشارك في (454) دورة تدريبية حسب خطة قسم التدريب والتطوير في الشركة، وحسب احتياجات الاقسام والشعب للدورات التدريبية، بينما كان عدد المشاركين في عام 2017 لشركة الملكية الاردنية (7373) في (745) دورة تدريبية، وقد انخفض عدد المشاركين وعدد الدورات في شركة الخطوط الجوية العراقية في عام 2018 (428) دورة (2988) مشارك عن عام 2017 ، بينما ارتفع عدد الدورات (843) دورة وعدد المشاركين (7971) مشارك عن عام 2017 في شركة الملكية الاردنية. وعاود ارتفاع عدد الدورات في شركة الخطوط الجوية العراقية عام 2019 الى (502) دورة وعدد المشاركين (6018) مشارك، بينما انخفض عدد الدورات في شركة الملكية الاردنية الى (688) دورة عن عام 2018 وعدد المشاركين الى (6266) مشارك.

اما في سنة 2020 فقد أدى تفشي فايروس كوفيد -19 الى تقليل عدد الدورات في شركة الخطوط الجوية العراقية حيث كانت عدد الدورات المقامة (121) دورة تدريبية وعدد المشاركين (1878) مشارك، بينما كان عدد الدورات في الملكية الأردنية (339) دورة تدريبية وعدد المشاركين (3490) مشارك، وفي عام 2021 وبعد التعافي الملحوظ لوباء جائحة كورونا كان هنالك ارتفاع ملحوظ بعدد الدورات وعدد المشاركين عن السنة

الماضية فقد بلغ عدد الدورات المقامة في شركة الخطوط الجوية العراقية (348) دورة وعدد المشاركين (3892)، اما بالنسبة للملكية الأردنية فقد كان هنالك ارتفاع ملحوظ بعدد المشاركين في الدورات المقامة والتي تميزها عن الأعوام السابقة، فقد كان عدد الدورات المقامة (679) دورة وعدد المشاركين (9261) مشارك داخلياً وخارجياً. اما في عام 2022 فان عدد الدورات المقامة داخل الشركة وخارجها حوالي (450) دورة تدريبية وعدد المشاركين (3915) ألف مشارك. اما بالنسبة لشركة الخطوط الملكية الأردنية فكان عدد الدورات المقامة داخلياً وخارجياً حوالي (1122) ألف دورة وعدد المشاركين (7521) ألف مشارك.



الشكل (3) عدد الدورات التدريبية والمشاركين في شركتي الخطوط الجوية العراقية والملكية الأردنية للفترة (2017-2022) وهو من اعداد الباحث وبالاتماد على التقارير السنوي للشركتين للخطوط العراقية والملكية الأردنية.

يرى الباحثان أنه من خلال النظر الى شكل (3) ان الافضلية في عدد الدورات التدريبية وبرامج التأهيل كانت الافضلية لشركة الخطوط الجوية الملكية اما عدد الدورات وبرامج التأهيل كان قليل جداً في شركة الخطوط الجوية العراقية ففي عام 2022 كانت الدورات التدريبية لشركة الملكية الأردنية (1122) دورة، اما في شركة الخطوط العراقية بلغت (450) وهذا ما يوضح الميزة التنافسية لشركة الخطوط الجوية العراقية حيث ان الدورات التدريبية وبرامج التأهيل تعمل على التطوير المستمر للكوادر العاملة ومواكبتها مع التطورات في سوق الطيران العالمي .

3- المقارنة من حيث اسطول الطائرات خلال عام 2023:

تمتلك الخطوط الجوية العراقية في الوقت الحاضر عدة انواع من الطائرات مختلفة المنشأ (البوينغ، والايرباص، وبومبارديه الكندية) ويتكون الاسطول من (44) طائرة والتي تحمل الرمز (IA) في اتحاد النقل الجوي الدولي (IATA) والرمز (IAW) في منظمة الطيران المدني الدولي (ICAO) ورمز ندائها (IRAQI)، وتعاقدت الشركة على شراء طائرات حديثة من شركة البوينغ وعددها (30) طائرة و(10) طائرات من نوع بوينغ (787-800) للمسافات الطويلة و (20) طائرة من نوع بوينغ (737-800) . اما الملكية الأردنية فتمتلك في الوقت الحاضر عدد من الطائرات مختلفة المنشأ (ايرباص، البوينغ، وامبراير البرازيلية) ويتكون اسطول الملكية الأردنية من (27) طائرة والتي تحمل الرمز (RJ) في اتحاد النقل الجوي الدولي (IATA) والرمز (RJA) في منظمة الطيران المدني الدولي (ICAO) ورمز النداء (AL-OURDUNIAH)

وتعاقدت الشركة على شراء طائرة البوينغ (787) للمسافات الطويلة عدد (12) طائرة وكما موضح في الجدول (3).

جدول (3) أنواع الطائرات العاملة في الخطوط الجوية العراقية والملكية الأردنية لعام 2023

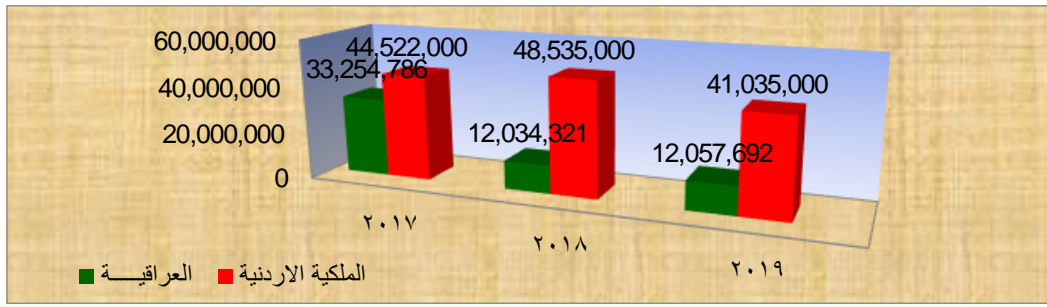
ت	انواع الطائرات	العراقية	تحت الطلب	الملكية الاردنية	تحت الطلب
1	AIRBUS A220	5	0	0	0
2	AIRBUS A310	0	0	1	0
3	AIRBUS A319	0	0	4	0
4	AIRBUS A320	3	0	9	0
5	AIRBUS A321	2	0	2	0
6	AIRBUS A330	1	0	0	0
7	BOEING 737-700	2	0	0	0
8	BOEING 737-800	20	14	0	0
9	BOEING 747-200 BOEING 747-400	2	0	0	0
10	BOEING 777-200	1	0	0	0
11	BOEING 787	2	8	7	12
12	BOMBARDIER CRJ 900 الكندية	6	0	0	0
13	57EMBRAER 1 البرازيلية	0	0	2	0
14	EMBRAER 195 البرازيلية	0	0	2	0
	TOTAL	44	22	27	12

الجدول من عمل الباحث بالاعتماد على التقارير السنوي للخطوط العراقية والملكية الأردنية.

4- المقارنة من وزن الشحن والبريد المحمول:

يوضح الشكل (4) وزن الشحن الجوي والبريد (بالكيلو غرام) المنقولة من قبل الشركة الخطوط الجوية العراقية والملكية الاردنية لثلاثة اعوام (2017، 2018، 2019)، ويبين الكمية المنقولة من الشحن الواردة والصادر والبريد للخطوط العراقية حوالي (33254,786) ألف طن عام 2017 وهي أكثر من عام 2018 البالغ حوالي (12034,321) ألف طن اي بنسبة (64%) وترتفع عملية النقل الجوي والبريد بارتفاع طفيف حوالي (12057,692) ألف طن في عام 2019 اي بنسبة (0,19%).

اما بالنسبة للخطوط الجوية الملكية الاردنية فيبين الشكل (4) نقل (44,522) ألف طن في عام 2017 وارتفاعه في عام 2018 بحوالي (48,535) ألف طن اي بزيادة (9%) ويقل الكميات المنقولة في عام 2019 بحوالي (41,035) ألف طن اي بانخفاض (15,4%) ويرى الباحثان ضعف عملية الشحن ونقل البريد من قبل شركة الخطوط الجوية العراقية، فإنّ الوزن المنقول من قبل الملكية الاردنية اكثر من الوزن المنقول على متن طائرات الخطوط الجوية العراقية ويبلغ مجموع ما تم نقله 3 سنوات من قبل الملكية الاردنية (134,092) ألف طن، بينما ما تم نقله على طائرات الخطوط الجوية العراقية (57,345) ألف طن لمدة 3 سنوات.



الشكل (4) وزن الشحن والبريد المحمول من عمل الباحث بالاعتماد على التقارير السنوي للخطوط العراقية والملكية الأردنية للفترة (2017 - 2019).

5 - المقارنة من حيث اعداد المسافرين وعدد الرحلات للفترة (2016 - 2022).

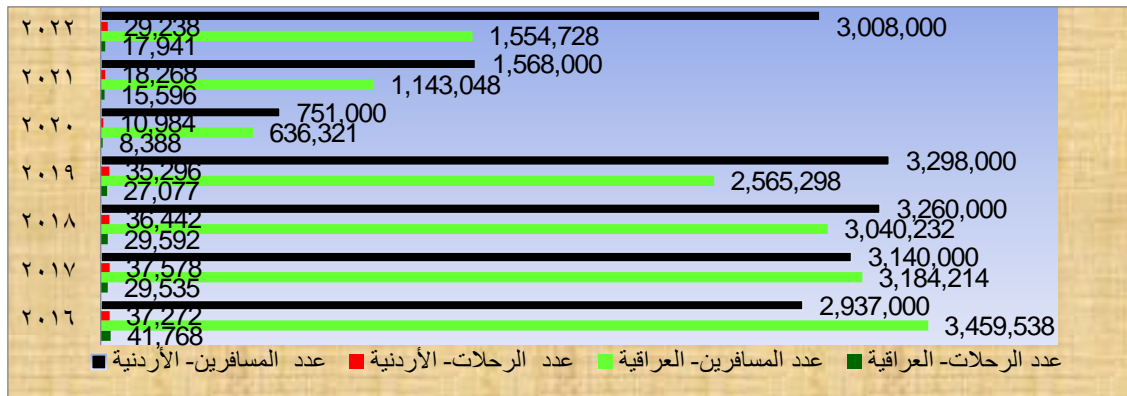
يوضح الجدول (4) أعداد الرحلات والمسافرين المنقولين على شركتي الخطوط الجوية العراقية والملكية الأردنية، حيث يُبين الجدول عدد الرحلات للخطوط الجوية العراقية في عام 2016 التي بلغت (41,768) الف رحلة ونقل (3,459,538) مليون مسافر وهو أكثر من عام 2017 بعدد الرحلات التي بلغت (29,535) الف رحلة وعدد المسافرين (3,184,214) مليون مسافر، وفي عام 2018 ارتفعت عدد الرحلات الى (29,592) الف رحلة وانخفاض اعداد المسافرين الى (3,040,232) مليون مسافر، وانخفض عدد الرحلات في عام 2019 الى (27,077) الف رحلة وارتفاع اعداد المسافرين الى (2,565,298) مليون مسافر، ويُعد العام 2016 الأكثر بعدد الرحلات والمسافرين، اما الملكية الأردنية فيبين الجدول (4) عدد الرحلات في عام 2016 بلغ حوالي (37,272) الف رحلة وعدد المسافرين (2,937,000) مليون مسافر، اما في عام 2017 فهناك ارتفاع بعدد الرحلات البالغة (37,578) الف رحلة وعدد المسافرين (3,140,000) مليون مسافر، ويبين انخفاض عدد الرحلات في عام 2018 الى (36,442) الف رحلة عن عام 2017 وارتفاع بأعداد المسافرين حوالي (3,260,000) مليون مسافر اي ان هنالك انخفاض في عدد الرحلات وازدياد بعدد المسافرين ونسبة امتلاء المقاعد في الطائرة، اما عام 2019 فنلاحظ ايضا انخفاض بعدد الرحلات البالغة (35,269) الف رحلة وازدياد في اعداد المسافرين (3,298,000) مليون مسافر ويُعد العام الاعلى في نسبة امتلاء الطائرات للملكية الأردنية. اما في سنة 2020 وبسبب تفشي فايروس كورونا وغلق الحدود وتعليق الطيران الا لحالات اجلاء المرضى العالقين واللاجئين من الدول والبلدان. ويُعد الانخفاض الأقل بين الاعوام السابقة فكانت عدد الرحلات على متن طائرات شركة الخطوط الجوية العراقية (8,388) رحلة وعدد المسافرين (636,321) مسافر، وعدد الرحلات على متن الملكية الأردنية (10,084) رحلة وعدد المسافرين (751,000) مسافر، اما في عام 2021 وبعد التعافي الملحوظ من وباء جائحة كورونا والسلالة المتحورة التي تبعثها الا انا نلاحظ الارتفاع الملحوظ في اعداد الرحلات والمسافرين عن السنة الماضية فقد بلغ عدد الرحلات في شركة الخطوط الجوية العراقية (15,596) الف رحلة داخلية وخارجية وعدد المسافرين بلغ حوالي (1,143,048) مليون مسافر، اما في عام 2022 فنلاحظ الارتفاع الطفيف في العداد المسافرين وعدد الرحلات والتي بلغت (1,554,728) مليون مسافر وبنسبة زيادة على العام الذي يسبقه (36%) وعدد الرحلات بلغت (17,941) الف رحلة اي بنسبة (15%).

اما الخطوط الملكية الأردنية فقط بلغ عدد الرحلات (18,268) ألف رحلة داخلية وخارجية وعدد المسافرين بلغ حوالي (1,568,000) مليون مسافر. وفي عام 2022 نلاحظ هنالك ارتفاع بسيط في عدد الرحلات والمسافرين داخلياً وخارجياً لمسافري شركة الخطوط الجوية العراقية فقد بلغ عدد الرحلات (17,941) ألف رحلة وعدد المسافرين (1,554,728) مسافر عن عام 2021. اما الخطوط الجوية الملكية الأردنية فقد كان هنالك ارتفاع ملحوظ في عدد الرحلات والمسافرين لعام 2022 فقد بلغ عدد الرحلات (29,238) ألف رحلة بنسبة (60%) وعدد المسافرين (3,008,000) مليون مسافر بنسبة (92%). وكما في الجدول (4).

جدول (4) عدد الرحلات وعدد المسافرين لشركتي الخطوط الجوية العراقية والملكية الأردنية للفترة (2016-2022)

الاعوام	عدد الرحلات/العراقية	عدد المسافرين/العراقية	عدد الرحلات، الاردنية	عدد المسافرين/الاردنية
2016	41,768	3,459,538	37,272	2,937,000
2017	29,535	3,184,214	37,578	3,140,000
2018	29,592	3,040,232	36,442	3,260,000
2019	27,077	2,565,298	35,296	3,298,000
2020	8,388	636,321	10,084	751,000
2021	15,596	1,143,048	18,268	1,568,000
2022	17,941	1,554,728	29,238	3,008,000

الجدول من عمل الباحث بالاعتماد على التقارير السنوي للخطوط العراقية والملكية الأردنية للفترة (2016-2022).



الشكل (5) عدد الرحلات والمسافرين للخطوط العراقية والملكية الأردنية للفترة (2016-2021) من اعداد الباحث بالاعتماد على الجدول (4).

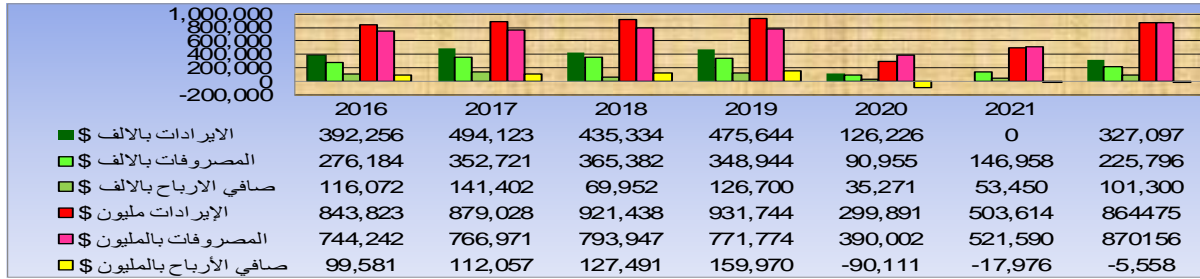
6- المقارنة من حيث اجمالي الإيرادات والمصروفات للفترة (2016-2022).

يوضح الجدول (5) إجمالي الإيرادات والمصروفات وصافي الأرباح لشركة الخطوط الجوية العراقية، حيث ان صافي الأرباح في عام 2017 بلغت (141,402) مليون دولار أمريكي وحسب سعر الرسمي للبنك المركزي العراقي (1,900) دينار لكل (1) دولار واحد اي بنسبة ارتفاع (22%) عن عام 2016 التي بلغت حوالي (116,072) مليون دولار أمريكي، وقد انخفض صافي الأرباح بسبب المصروفات في عام 2018 والتي بلغت (69,952) مليون دولار اي وبنسبة انخفاض (51%) اقل عن العام 2017، وارتفع صافي الأرباح في عام 2019 حيث بلغ حوالي (126,700) مليون دولار أمريكي اي بنسبة (81%) اكثر من عام 2018، وقد انخفض صافي الأرباح في سنة 2020 بسبب تفشي فايروس كورونا واغلاق الحدود وتعليق الطيران وإيقاف نشاط الطيران والذي اقتصر فقط لجلب اللاجئين والمرضى العالقين في الدول حيث بلغ حوالي (35,271) مليون دولار أمريكي وحسب سعر الصرف الرسمي للبنك المركزي العراقي (1450) الف دينار لكل (1) دولار واحد أي بنسبة انخفاض عن عام 2019 حوالي (72%). اما في عام 2021 وبعد التعافي الملحوظ من وباء جائحة كورونا حيث ارتفاع صافي الأرباح الى حوالي (53,450) مليون دولار أمريكي وبنفس سعر البنك المركزي العراقي والبالغ (1450) دينار عراقي للدولار الواحد الأمريكي وبنسبة ارتفاع (51,63%) عن سنة 2020. اما في عام 2022 فقد كان هنالك ارتفاع ملحوظ في صافي الأرباح والبالغ (101,300) مليون دولار أي بنسبة (89.5%) عن العام السابق 2021. اما بالنسبة للخطوط الجوية الملكية الاردنية فيبين الجدول (5) ان صافي الأرباح في عام 2017 حيث بلغت حوالي (112,056) مليون دولار أمريكي وحسب تصريف البنك المركزي الاردني (70,90) قرش لكل (1) دولار واحد اي بنسبة (12,5%) عن عام 2016 التي بلغ صافي الأرباح (99,581) مليون دولار أمريكي، وقد ارتفع صافي الأرباح في عام 2018 حيث بلغ حوالي (127,490) مليون دولار أمريكي بنسبة (14%) عن عام 2017، وايضا ارتفع صافي الأرباح بشكل كبير في عام 2019 بلغ حوالي (159,970) مليون دولار أمريكي اي بنسبة (25,4%) عن ارباح عام 2018، وكذلك الملكية الأردنية حالها حال كل شركات الطيران في سنة 2020 تعرضت لخسائر بسبب تفشي فايروس كورونا وإيقاف الطيران واغلاق الحدود مما أدى الى حصول خسائر كبيرة بلغت حوالي (90,111) مليون دولار أمريكي. اما في عام 2021 وبعد التقليل من الإجراءات الاحترازية والتعافي الملحوظ لوباء جائحة كورونا حيث كان هنالك خسارة حوالي (17,976) مليون دولار لكن بنسبة اقل بلغت (80%) عن سنة 2020 وابلغ (90,111) مليون دولار أمريكي، وبنفس سعر الصرف الصادر عن البنك المركزي الأردني والبالغ (70,90) قرش لكل (1) دولار. اما في عام 2022 فكانت الخسائر اقل بكثير فقد بلغت (5,558) مليون دولار أي بنسبة (69%) عن العام السابق 2021

جدول (5) إجمالي الإيرادات والمصروفات وصافي الأرباح لشركتي الخطوط الجوية العراقية والملكية الأردنية للفترة (2016-2022)

الاعوام	العراقية/ الإيرادات بالمليون \$	العراقية/ المصروفات بالمليون \$	العراقية/ صافي الأرباح بالمليون \$	الأردنية/ الإيرادات بالمليون \$	الأردنية/ المصروفات بالمليون \$	الأردنية/ صافي الأرباح بالمليون \$
2016	392,256	276,184	116,072	843,823	744,242	99,581
2017	494,123	352,721	141,402	879,028	766,971	112,057
2018	435,334	365,382	69,952	921,438	793,947	127,491
2019	475,644	348,944	126,700	931,744	771,774	159,970
2020	126,226	90,955	35,271	299,891	390,002	-90,111
2021	200,408	146,958	53,450	4503,61	521,590	-17,976
2022	327,097	225,796	101,300	864,475	870,156	-5,558

المصدر: الجدول من عمل الباحث بالاعتماد على التقارير السنوي للخطوط العراقية والملكية الأردنية (2016-2022).



الشكل (11) الإيرادات والمصروفات وصافي الأرباح للعراقية والأردنية من اعداد الباحث بالاعتماد على الجدول (13). ويوضح الجدول (6) اعداد المكاتب الداخلية والخارجية لشركة الخطوط الجوية العراقية والملكية الأردنية حيث ان عدد المكاتب الداخلية للخطوط الجوية العراقية (10) مكاتب في كل انحاء العراق وعدد المكاتب الخارجية مع وكلائها عددها (44) مكتب خارجي، ولدى الخطوط (27) وجهة سفر الى انحاء العالم. اما الملكية الأردنية فعدد مكاتبها الداخلية (6) مكاتب في انحاء الاردن ومكاتبها الخارجية (43) مكتب خارجي ولديها (48) وجهة سفر الى انحاء العالم.

جدول (6) المكاتب الداخلية والخارجية لشركتي الخطوط الجوية العراقية والملكية الاردنية

المكاتب الداخلية (الملكية الاردنية)	
مكتب مبيعات العبدلي	مكتب مبيعات المبنى الرئيس
مكتب مبيعات المطار	مكتب مبيعات الدوار السابع
مكتب مبيعات اربد	مكتب مبيعات العقبة

المكاتب الداخلية (العراقية)			
مكتب الاعظمية	مكتب الرشيد	مكتب المريديان	مكتب السعدون الرئيس
مكتب الموصل	مكتب كركوك	مكتب الصالحية	مكتب الكاظمية
مكتب البصرة		مكتب كربلاء	

المكاتب الخارجية (الملكية الاردنية)			
جدة	الرياض	دبي	ابو ظبي
الكويت	الدوحة	الدمام	المدينة المنورة
اريل	النجف	البصرة	بغداد
تل ابيب	القاهرة	بيروت	السليمانية
امستردام	روما	باريس	لندن
مريد	نيقوسيا	لارنكا	اثينا
فيينا	زيورخ	جنيف	برشلونة
موسكو	ميونخ	فرانكفورت	برلين
كندا	ديترويت	نيويورك	شيكاغو
تونس	كوالالمبور	هونج كونج	بانكوك
اسطنبول		الجزائر	

المكاتب الخارجية (العراقية)			
بيروت	دمشق	عمان	القاهرة
اسطنبول	انقرة	مشهد	طهران

مكتب وكلاء الخطوط الجوية العراقية			
فرانكفورت	دوسلدورف	المانيا- برلين	باكستان- اسلام اباد
السويد- ستوكهولم	روسيا البيضاء	أذربيجان- باكو	لندن
الكويت	كوانزو	بكين	ماليزيا- كوالالمبور
طهران	المنامة	الدنمارك- كوبنهاغن	موسكو
بومبي	دلهي	اصفهان	مشهد
انطاليا	اسطنبول	انقرة	احمد اباد
دمشق	اوكرانيا- كييف	النمسا- فيينا	جدة
الشارقة	ابو ظبي	الامارات- دبي	بنغلاديش- دكا
قبرص- لارنكا	عمان	هولندا- امستردام	بيروت

المصدر: الجدول من عمل الباحث بالاعتماد على التقارير السنوي للخطوط العراقية والملكية الأردنية للفترة (2016-2022)

جدول (6) المزايا التنافسية بين شركة الخطوط الجوية العراقية وشركة الخطوط الملكية الأردنية

ت	الموضوع	شركة الخطوط الجوية العراقية	شركة الخطوط الملكية الأردنية
1	الإدارة	عدم الاستقرار في إدارة الشركة بسبب التغييرات المستمرة للإدارة العليا والتناقض في الدعم الحكومي.	الاستقرار في إدارة الشركة وقراراتها ووضوح الدعم المالي الحكومي للشركة وخاصة من خلال الأعوام الثلاثة الماضية بسبب أزمة جائحة كورونا مما أدى الى تراكم الديون.
2	تأسيس الشركة	تأسست الشركة عام 1945	تأسست الشركة عام 1963
3	عدد الموظفين	هنالك ترهل وظيفي واضح داخل اقسام الشركة حيث بلغت اعداد الموظفين الى أكثر من (4000) موظف حيث لا تتطلب الشركة لهذا العدد الكبير من الموظفين.	بلغ عدد الموظفين حوالي (3913) موظف للشركة والشركات التابعة لها شركة الملكية الأردنية للسياحة والسفر (رويال تورز) وشركة تكريم لخدمات المطار.
4	عدد مكاتب الشركة	بلغ عدد مكاتب العراقية المنتشرة في انحاء العراق (9) مكاتب داخلية، اما بالنسبة للمكاتب الخارجية فقد بلغت (9) بالإضافة الى 44 وكيل.	بلغ عدد مكاتب الملكية الداخلية والمنتشرة في انحاء المملكة (6). اما بالنسبة للمكاتب الخارجية فقد بلغت (43) مكتب.
5	عدد الوجهات	بلغت عدد الوجهات لطائرات العراقية (27) وجهة	بلغت عدد الوجهات لطائرات الملكية (48) وجهة.
6	عدد الطائرات	تمتلك العراقية (44) طائرة مختلفة الأنواع (بوينغ، إيرباص، سي آر جي الكندية) حيث ان خطة الشركة توحيد نوعية الطائرات في المرحلة القادمة والعمل على ابرام عقد مع شركة البوينغ لشراء طائرات جديدة والبالغ عددها (20) طائرة للنهوض بواقع الشركة والمنافسة مع الشركات العالمية. ولا تمتلك الشركة طائرة للشحن الجوي.	تمتلك الملكية الأردنية (27) طائرة مختلفة الأنواع (إيرباص، امبراير البرازيلية)، وقد تم الاتفاق على شراء (20) طائرة إيرباص نيو و (10) طائرات امبراير البرازيلية لغاية عام 2028، حيث تمتلك الملكية طائرة للشحن الجوي.
7	عدد المسافرين	بلغ عدد المسافرين للفترة (2016 - 2022) (15,583,379) مليون مسافر.	بلغ عدد المسافرين للفترة (2016 - 2022) (17,962,000) مليون مسافر.
8	عدد الرحلات	بلغ عدد الرحلات المتحققة للفترة (2016 - 2022) (169,897) ألف رحلة جوية.	بلغ عدد الرحلات المتحققة للفترة (2016 - 2022) (204,178) ألف رحلة جوية.
9	الشحن الجوي	بلغ عدد البريد والبضائع المنقولة عبر طائرات العراقية للفترة (2017 - 2019) (57,345) ألف طن.	بلغ عدد البريد والبضائع المنقولة عبر طائرات الملكية للفترة (2017 - 2019) (134,092) ألف طن.
10	عدد الدورات التدريبية	بلغت عدد الدورات التدريبية المقامة للفترة (2016 - 2022) داخلياً وخارجياً (2303) دورة تدريبية وعدد المشاركين (22,854) مشارك.	بلغت عدد الدورات التدريبية المقامة للفترة (2016 - 2022) داخلياً وخارجياً (4416) مشارك وعدد المشاركين (41,882) مشارك.
11	الإيرادات	حافظت العراقية على أرباحها للمدة السابقة خاصة في زمن جائحة كورونا.	تعرضت الملكية الأردنية لخسائر لآخر (3) أعوام متتالية بسبب الديون المتراكم من جراء أزمة جائحة كورونا التي تعرضت لها، وقد قدمت الحكومة قروض بنكية بمبلغ (100) مليون دينار أردني للسنتين الماضيتين للحد من تصفية الشركة وجدولتها لغرض التسديد.
12	التسويق والترويج	يُعد التسويق السياحي أداة مهمة لتنمية القطاع السياحية للبلد لما يتمتع العراق من تنوع المقومات سواء كانت اقتصادية، اجتماعية، طبيعية، دينية، أثرية، تاريخية، تراثية، حيث ان دور الشركة ضعيف لإبراز إمكانات البلد	لدى المملكة الأردنية مقومات طبيعية، واجتماعية، ودينية، وأثرية، وتاريخية، وتراثية حيث ان الشركة تقوم بتسويق خدماتها بشكل جيد من خلال تقديم الخدمات للمسافرين والترويج لها وهو واضح من خلال ازدياد عدد المسافرين في عام

2022.	ويفتقر لتقديم الهدايا والبوسترات والملصقات ووسائل الايضاح لتقديمها للمسافرين والترويج للطائر الأخضر، حيث برزت خلال العامين الماضيين تحسن في تقديم الخدمات على متن طائرات الشركة والالتزام بمواعيد السفر.		
لدى الملكية الأردنية موقع للحجز الالكتروني (Online) مع تطبيق للحجز عبر وسائل التواصل الاجتماعي للهاتف المحمول.	تم تفعيل موقع الحجز الالكتروني (Online) للشركة في نهاية شهر كانون الأول 2023، حيث لم يتم تفعيل تطبيق للحجز الالكتروني على مواقع التواصل الاجتماعي في أجهزة الهاتف المحمول.	المواقع الالكترونية	13

يوضح الجدول 6 الخاص بالمزايا التنافسية لكل من شركة الخطوط الجوية العراقية وشركة الخطوط الملكية الأردنية من خلال تميز الملكية الأردنية بالكثير من المزايا التنافسية للوصول لمصاف الشركات العالمية وتحقيق المملكة للاستقرار السياسي، والأمني، والاقتصادي، والاجتماعي، وتقديمها للخدمات المتنوعة للمسافرين المحليين والأجانب حيث حصلت المملكة الأردنية في تقرير المنتدى الاقتصادي العالمي من خلال مؤشرات على المركز (70) عالمياً والمركز (8) عربياً في تقرير تنافسية السفر والسياحة للبلدان العربية. اما بالنسبة للعراق والمتمثل بشركة الخطوط الجوية العراقية حيث بدء البلد يتعافى شيئاً فشيئاً من خلال الاستقرار السياسي والأمني بعد المعاناة التي تعرض لها البلد من حروب وحصار وطائفية وعصابات داعش الإرهابية التي اثرت ودمرت البلد وبدأت الشركة بالسعي للنهوض بواقع الشركة وتزويدها بأحدث الطائرات وتقديم الخدمات المتنوعة حيث لا زال العراق لم يشارك في المنتدى الاقتصادي العالمي والدخول للمنافسة مع دول وبلدان العالم على الرغم من وجود لجنة الامر الديواني (53) لسنة 2021 لوضع الية لإدراج العراق في المنتدى الاقتصادي العالمي لما يمتلكه العراق من مقومات طبيعية، وبشرية، واقتصادية، وسياحية، ودينية، وتاريخية، واثرية، وتراثية، حيث ان العراق يُعد من البلدان المتنوعة اقتصادياً.

المبحث الرابع

الاستنتاجات والتوصيات

❖ الاستنتاجات

- 1- يعد النقل الجوي واحد من العناصر المهمة في تطور النشاط السياحي لأي بلد في العالم وذلك للدور الذي يلعبه في تقريب المسافات بين مناطق العالم مما يساعد على سهولة الوصول الى الأسواق السياحية .
- 2- تميز شركة الملكية الاردنية بالكثير من المزايا التنافسية للوصول لمصاف الشركات العالمية.
- 3- بقيت شركة الخطوط الجوية العراقية محافظة على أرباحها للمدة السابقة خاصة في زمن جائحة كورونا .
- 4- قلة شحن البضائع والبريد الصادر على متن شركة الخطوط الجوية العراقية مما يؤدي الى تقليل إيرادات الشركة بالمقارنة مع شركة الملكية الاردنية.
- 5- من خلال البيانات والتحليل وبالرغم من تدهور الاوضاع السياسية والاقتصادية وتوقف بعض المطارات ان هنالك مؤشرات ايجابية لمطارات العراق في تنشيط القطاع السياحي.

- 6- توضح المؤشرات الى ضعف صافي إيرادات شركة الخطوط الجوية العراقية بسبب لفرق سعر الصرف مع الدولار.
- 7- ان التنافسية السياحية تعمل على توليد الاثار الايجابية والتي تسهم في التنمية الاقتصادية والاجتماعية للوصول الى التنمية المستدامة وتقليل البطالة ودعم ميزان المدفوعات .
- 8- تفتقر مكاتب الخطوط الجوية العراقية الى تقديم الهدايا او وجود دعايات وبوسترات او منشورات او دليل العراقي السياحي من أجل تقديمه للمسافرين .
- 9- عدم استقرار إدارة شركة الخطوط الجوية العراقية حيث يتم تغيير مدراء الشركة خلال فترات متقاربة فيما بينها .

❖ التوصيات

- 1- تطبيق معايير السلامة والجودة والامن التي تطالب من قبل المنظمات الدولية .
- 2- العمل على اغلاق ملف وكالة سلامة الطيران الاوربية والحصول على رخصة رسمية لعودة طائرات الخطوط الجوية العراقية من التحليق في الاجواء الاوربية .
- 3- من الضروري اهتمام الحكومة بالشركة وتوفير الدعم لقطاع النقل الجوي وزيادة التخصيصات المالية لشراء الطائرات الحديثة .
- 4- الاهتمام بالموارد البشرية العاملة في الشركة والمؤهلة على استخدام الأنظمة الحديثة وتقنيات المعلومات وفق المعايير العالمية .
- 5- ضرورة توفير موقع الالكتروني خاص بالشركة يسهل للمسافرين من اتمام عملية الحجز Online دون الحاجة للرجوع الى المكاتب الرئيسية او وكالات السفر والسياحة .
- 6- العمل على الاطلاع والاستفادة من تجارب الدول الرائدة في مجال النقل الجوي .
- 7- ابراز الصورة الذهنية الحسنة للمكاتب الداخلية والخارجية من خلال الاهتمام بجمالية هذه المكاتب .
- 8- تقديم العروض التنافسية والعمل على ابتكار عروض تنافسية جديدة وتقديمها للمسافرين وفتح منافذ تسويقية جديدة في مناطق جديدة .
- 9- ضرورة العمل على الاهتمام بعمليات الشحن الجوي وتقديم العروض التنافسية للمستثمرين ورجال الاعمال والعمل على توأمة العمل مع الشركات الرصينة للاستفادة من هذا المجال الحيوي .
- 10- المشاركة المستمرة في المعارض الدولية الخاصة بسوق السفر والسياحة لعرض امكانيات الشركة .

المصادر:

- 1- المسعودي ، مثنى فائق ، (2020) إدارة الجودة الشاملة ودورها في تطوير القطاع السياحي ، الطبعة الاولى ، دار الأيام للنشر والتوزيع ، عمان – الاردن.
- 2- الدحماني ، سعيدة (2018) ، اهمية اليقظة التنافسية في تنمية الميزة التنافسية للمؤسسة – دراسة حالة – رسالة ماجستير مقدمة لكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، جامعة العقيد اكلي محمد اولحاج ، الجزائر.
- 3- حمود ، ظافر محمد ، (2015) القدرة التنافسية للمنتجات القطنية السورية في إطار تحرير التجارة الدولية ، اطروحة دكتوراه غير منشورة مقدمة الى كلية الاقتصاد ، جامعة دمشق ، سوريا .

- 4- يونس، زين، وآخرون (2020) تحليل تنافسية القطاع السياحي في الدول المغاربية، المجلد 2 العدد 3 .
- 5- حريز، هشام وعبد الرحمن، بوشمال (2014) التسويق كمدخل استراتيجي لتحسين القدرة التنافسية للمؤسسة، الطبعة الاولى ، مكتبة الوفاء القانونية، الاسكندرية، مصر .
- 6- ابو قحف، عبد السلام، التنافسية وتغيير قواعد اللعبة، رؤية مستقبلية، الدار الجامعية للطبع والنشر، مصر.
- 7- اوريبي، هيبه الله (2012) تنافسية القطاع السياحي وانعكاسه على التنمية المستدامة في الدول العربية، رسالة ماجستير غير منشورة مقدمة الى كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس سطيف ، الجزائر.
- 8- الزبيدي، غني، وعباس، حسين (2014) المقدرات الجوهريّة للموارد البشرية الاتجاه المعاصر لتنافسية الاعمال، الطبعة الاولى، دار غيداء للنشر والتوزيع ، عمان ، الاردن .
- 9- سفيان، خلوقي وكمال، شريط (2017) القدرة التنافسية لقطاع السياحة والأسفار في الجزائر، مجلة اقتصاديات الاعمال والتجارة ، المجلد 4 ، العدد 2 .
- 10- الامين، حلموس (2017)، دور إدارة المعرفة التسويقية باعتماد استراتيجية العلاقة مع الزبون في تحقيق ميزة تنافسية دراسة عينة ، اطروحة دكتوراه مقدمة الى كلية العلوم الاقتصادية، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر.
- 11- يحيوي، رزيقة (2013) الأبداع كمدخل لاكتساب ميزة تنافسية مستدامة في منظمات الأعمال – دراسة حالة، رسالة ماجستير غير منشورة مقدمة الى كلية العلوم الاقتصادية والتجارية، جامعة المسيلة، الجزائر.
- 12- احمد، زغدار، (2011) المنافسة – التنافسية والبدائل الاستراتيجية، الطبعة الاولى، دار جرير للنشر والتوزيع ، عمان، الاردن .
- 13- الراجحي، محسن، وآخرون (2016) (الميزة التنافسية للنشاط السياحي، الطبعة الاولى ، دار الايام للنشر والتوزيع ، بابل – العراق .
- 14- بن مرزوق ، نبيل، وسراي، صالح (2018) تنافسية الصناعة السياحية في الجزائر وتحديات تطويرها ، مجلة التنمية والاقتصاد التطبيقي ، جامعة المسلية ، العدد 3 .
- 15- عبد الله، رمنج طاهر، وآخرون (2019) دور النقل الجوي في تنمية النشاط السياحي في محافظة السليمانية للمدة (2005-2018) دراسة تحليلية، المجلة العلمية لجامعة جيهان – السليمانية ، المجلد 3، العدد 1 ، حزيران 2019.
- 16- محمد، انفال كمال، حماد ، مهند عبد (2023) أثر جائحة كوفيد -19 على شركة الخطوط الجوية العراقية ، مجلة كلية المعارف الجامعة، المجلد 34 – العدد 2 ، 2023 .
- 17- عباصرة، علا برهم، وآخرون (2020) الابداع والابتكار في مكاتب السفر الاردنية واثر ذلك على تدفق السياح الى المملكة الاردنية .

- 18- Hong , Wei- Chiang ,(2008) Competitiveness in the Tourism Sector , Physica – Verlag.
- 19- William F.Theobald (2005) Global Tourism , Third Edition ,USA.
- 20- Kotler Philip (2003) Marketing Insights from A to Z , John Wiley & Sons Inc, USA.
- 21- Lahart , Bradley (2011) identifying company officer core competencies in the denton department an applied research project submittes to the national fire academy as part of the executive fire officer program.
- 22- Evans Nigel , (2015) Strategic Management for Tourism , Hospitality and Events , Second Edition ,Taylor & Francis Group, USA.
- 23- Modica P,Uysal.M (2016) Sustainable Island Tourism , preston , Uk.

التقارير والنشرات الاحصائية

- 24- التقرير السنوي للملكية الأردنية لعام 2021:26.
- 25- التقرير السنوي للملكية الاردنية لعام 2022:19.
- 26- التقرير السنوي للملكية الاردنية للفترة (2017 - 2022).
- 27- التقرير السنوي للملكية الاردنية لعام 2020 - 2022:73.
- 28- التقرير السنوي للملكية الاردنية للأعوام 2017، 2018، 2019.
- 29- التقرير السنوي للملكية الاردنية للفترة (2016 - 2022)
- 30- التقرير السنوي لشركة الخطوط الجوية الملكية الاردنية للأعوام (2017 - 2022).
- 31- التقرير السنوي للملكية الاردنية لعام 2021:115
- 32- تقرير صندوق النقد العربي لعام 2020.
- 33- التقارير السنوي للخطوط العراقية والملكية الأردنية للفترة (2017 - 2019).
- 34- التقارير السنوي للخطوط العراقية والملكية الأردنية للفترة (2016 - 2022).

Iraqi Airways is highlighted in a comparative study with Royal Jordanian Airlines from 2016 to 2022.

Ahmed Taha Hamid

Mustansiriya University
College of Tourism Sciences

Ahmed Akram Ali

Ministry of Transportation
Iraqi Airways Company

Ahmedtourism4@gmail.com

Abstract:

Air transport is one of the most important means of activating tourism activity and at the level of human societies. Therefore, the research aims, through this study, to demonstrate the potential of the Iraqi Airways Company to enhance its competitiveness in the labor market. The analytical approach has been relied upon to present concepts and indicate the strengths and weaknesses of the company, in addition to To interviews, field visits and observation in order to obtain real data and information that serve the study. The study aimed to analyze the data for Iraqi Airways and compare it to the Royal Jordanian Company. The importance of the study came to clarify the administrative and organizational policy of the company and its role in developing the level of performance, and the most important findings were The study indicates the weak role of the Iraqi Airways Company in enhancing its competitive capabilities compared to the Royal Jordanian Airlines Company. Globally, the company does not have the competitive ability.

The study recommended that the managers of the Iraqi Airways Company be experienced and specialized in the administrative and tourism field and work to participate in special international exhibitions. By traveling and submitting competitive offers.

Keywords: competitive advantage, offices, Iraqi Airways, Royal Jordanian