

أنظمة الحجز الإلكتروني وانعكاساتها على الدخول في سوق السياحة الدولية - بحث تطبيقي في شركات السفر والسياحة في بغداد

م.د. محمد فاضل عباس*

المستخلص:

يسعى البحث الى التحقق من امكانية دخول العراق في سوق السياحة الدولية من خلال توسيع نطاق التوزيع العالمي لخدماته باستخدام انظمة الحجز الالكتروني العالمية، فضلاً عن تحديد المعوقات التي حالت دون ذلك في دخول العراق لسوق السياحة الدولية بمستوى يليق بمغرياته السياحية، فمن خلال هذا الهدف وضعت عدة فروض وللتوصل الى صحتها من عدمها اجريت عدة اختبارات احصائية لمتغيري البحث المستقل (انظمة الحجز الالكتروني) والمعتمد (سوق السياحة الدولية) وتم التوصل من خلالهما لعدة استنتاجات اهمها توحيد العمل بنظام حجز عالمي مثل غاليلو او امادوس والافادة من الخدمات التي يقدمها هذين النظامين في تسويق المنتج السياحي بالعراق.

(كلمات مفتاحية: أنظمة الحجز الإلكتروني، نظام التوزيع العالمي، سوق السياحة الدولية، السياحة الدولية)

Electronic reservation systems and their implications for entering the international tourism market - An applied research in travel and tourism companies in Baghdad

Abstract:

The research seeks to verify the possibility of Iraq's entry into the international tourism market by expanding the global distribution of its services using global electronic booking systems, as well as to identify the obstacles that prevented it in Iraq to enter the international tourism market at a level befitting its tourism attractions. A number of statistical tests were conducted for the independent research variables (e-booking systems) and accredited (international tourism market). Provided by these two systems in marketing the tourism product in Iraq.

Keywords: electronic reservation systems, GDS, international tourism market, international tourism.

المقدمة

نتاج الثورة الفكرية وما رافقها من تغيير في الكثير من المكونات المادية والمعنوية للحضارة البشرية كان لقطاع السفر النصيب الأوفر الذي انعكست آثاره جعل حركة النقل ممكن إجرائها بواسطة الهاتف الذكي، فالتطور الذي رافق شركات الطيران وانظمة الحجز الالكتروني ساهم بصورة مباشرة بتكوين نظام توزيع عالمي لخدماتها المقدمة والتي انعكست آثارها في السوق السياحية بشكل يصعب على شركات السفر والسياحة المقدمة لتلك الخدمات من الحفاظ على موقعها ما لم تراجع أدائها وتقارنه بصورة مستمرة مع مرجعيتها لتكسب الحفاظ على مكانتها في السوق السياحية باعتبارها تعمل في بلد يمتاز بموقعه الجغرافي الذي يربط العالمين الشرقي والغربي فضلاً عن مكانته الاقتصادية بين دول العالم ويمتاز بمغريات جذب سياحي تناسب مختلف الأنماط وتحقق مختلف الرغبات والتوقعات للسياح المحليين والدوليين، اذ يعد تحقيق تلك الرغبات والتوقعات بمثابة مكسب بعيد المدى لتلك الشركات العاملة بمجال السفر والسياحة والقطاعات ذات العلاقة بظاهرة السفر وما ينعكس آثاره على الموارد الاقتصادية للدولة وتعزيز الموروث الحضاري والثقافي للشعوب فظاهرة السفر أضحت ثقافة لدى العديد من الدول والشعوب المتقدمة بشتى مجالات وقطاعات الحياة المعاصرة فهذه الظاهرة بوابة ممكن ان تسخر لها عدة امكانيات مادية وبشرية وتسهيلات تكنولوجية ممكن ان تزيد من مكانة الدولة في اقتناص فرصها من عوائد السياحة الدولية .

* الجامعة التقنية الوسطى / معهد الإدارة التقني / الزعفرانية .

مقبول للنشر بتاريخ 2019/3/28

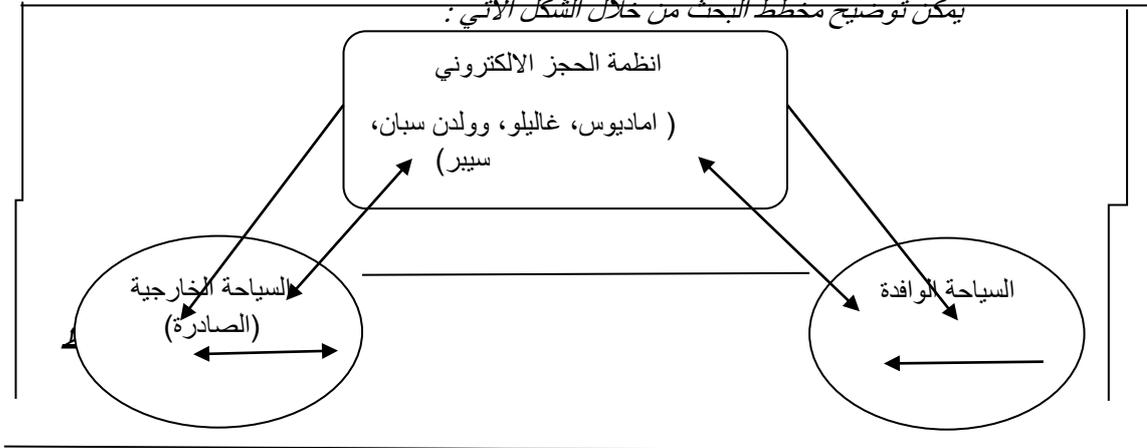
من هنا جاء البحث ليشخص تلك الخدمات المقدمة من قبل شركات السفر والسياحة وما هي مساهمتها في سوق السياحة الدولية وللتوصل لذلك جرى تقسيم البحث الى اربعة مباحث هي الجانب المنهجي والدراسات السابقة والجانب النظري والجانب التطبيقي والجانب الاستنتاجي **المبحث الأول**

منهجية البحث والدراسات السابقة

أولاً- منهجية البحث

- 1- **مشكلة البحث** : يتركز رواج سوق السفر بطبيعة الأنظمة الالكترونية المعمول بها والتسهيلات التي تقدمها للمسافرين من اجل الحفاظ على مكانتها وسمعتها بين شركات الطيران ووكالات السفر وما ينعكس ذلك على الحصة السوقية في السياحة الدولية، من خلال ذلك تمحورت مشكلة البحث من خلال التوصل للإجابة عن التساؤلات الآتية :
 - ماهي أنظمة الحجز الالكتروني المعمول بها في بغداد؟
 - أي الأنظمة يعد الأكثر شيوعاً بالعمل في شركات السفر والسياحة؟
 - ماهي الخدمات التي تقدمها شركات السفر والسياحة؟
 - كيفية تعاملاتها في سوق السياحة الدولية؟
- 2- **هدف البحث** : يسعى البحث من خلال ادواته المعرفية للتوصل للاهداف الآتية :
 - تحديد أنظمة الحجز الالكتروني المعمول بها في بغداد وما هو الأكثرها تداولاً في السوق.
 - معرفة الخدمات المقدمة في شركات السفر والسياحة ومدى مساهمتها في سوق السياحة الدولية.
 - تحديد المعوقات التي حالت دون توسع نطاق عمل العراق في سوق السياحة الدولية.
- 3- **اهمية البحث** : جاءت اهمية البحث لتبين الاتي:
 - بيان دور الأنظمة الالكترونية في حجم السفر والطلب عليه محلياً وعالمياً.
 - اظهار اهمية السياحة الدولية كنشاط ذو فاعلية في عدة قطاعات والتي تحتاج الى سرعة ودقة بتقديم خدماتها وفق اسس ذكية تنسجم مع متطلبات الحضارة المعاصرة.
 - اضافة معرفية ممكن ان توضح محددات دخول العراق في سوق السياحة الدولية.
- 4- **المخطط الاجرائي للبحث**:

يمكن توضيح مخطط البحث من خلال الشكل الآتي :



المصدر: اعداد الباحث

شكل (1) المخطط الاجرائي للبحث

- 5- **فرضية البحث** : تتضمن الاجابة الفرضية لتساؤلات البحث الآتي:
 - الفرضية الرئيسية الاولى: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين مستوى خدمات انظمة الحجز وسوق السياحة الدولية . وتتفرع منها فرضيتي البحث الآتية:
 - (1-1) توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين مستوى خدمات انظمة الحجز وسوق السياحة الخارجية.
 - (1-2) توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين مستوى خدمات انظمة الحجز وسوق السياحة الوافدة.
 - الفرضية الرئيسية الثانية: توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية لمستوى خدمات انظمة الحجز على سوق السياحة الدولية. وتتفرع منها فرضيتي البحث الآتية:
 - (2-1) توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية لمستوى خدمات انظمة الحجز على سوق السياحة الخارجية.

- (2-2) توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية لمستوى خدمات انظمة الحجز على سوق السياحة الوافدة.
- 6- **منهج البحث** : بناءً على تعدد متغيرات الظاهرة وتداخلاتها سيعتمد البحث المنهج الوصفي الذي يعتمد تطبيقه على جمع البيانات عن مختلف متغيرات الظاهرة وتحليلها للوصول للاجابة عن تساؤلاتها، فضلاً عن تشخيص مسببات الظاهرة المبحوثة.
- 7- **مجتمع وعينة البحث**: سيكون مجتمع البحث هو المدراء المفوضين لشركات السفر والسياحة العاملة في بغداد بجانيها الكرخ والرصافة والبالغ عددها اكثر من (500) شركة بحسب ما مسجل لدى رابطة مكاتب السفر والسياحة في العراق اما عينة البحث سيتم اختيار عينة عشوائية من هؤلاء المدراء وتم تخصيص (100) استمارة للتوزيع تمكن الباحث من توزيع (80) استمارة في جانبي الكرخ والرصافة لعدم تقبل عدد من الشركات استلام الاستمارة وبعد جمعها حصل الباحث على (54) استمارة صالحة للقياس اي ان نسبة الاستجابة بلغت (67,5%) وهي نسبة مقبولة لكون عدد الاستمارات التي تم الحصول عليها تغطي اكثر من (10%)* من ما موجود من مكاتب سفر وسياحة في بغداد.
- 8- **اساليب جمع البيانات**: استند البحث بجمع بياناته على عدة مصادر تم اعتمادها كفرشة نظرية وتطبيقية يمكن من خلالها تغطية جانبي البحث النظري والتطبيقي للتوصل الى نتائج وتحقيق اهدافه وحسب الاتي :

أ- **الجانب النظري** : تم تغطية محاور الجانب النظري من خلال الطروحات النظرية والفكرية التي تحويها الكتب والبحوث العلمية فضلاً عن الرسائل والاطاريح وشبكة المعلومات الدولية الانترنت.

ب- **الجانب التطبيقي**: ساهمت استمارة الاستبانة بفقراتها المتعددة والمقابلة مع ذوي العلاقة بالبحث كأداتين رئيسية بشكل فاعل بتزويد البحث ببيانات غطت تساؤلات مشكلة البحث واختبار فرضياته مما ساهم بشكل موجب بالتوصل الى تحليل منطقي تم التمكن من خلاله التوصل الى جملة من الاستنتاجات والتوصيات.

- نسبة ال (10%) مقبولة باتفاق اغلب الباحثين اذ يؤكد (محبوب،1988: 36) ان ادنى نسبة لتمثيل المجتمع (5%) ولايجوز اقل.

ثانيا- بعض الدراسات السابقة:

وفقا لاطلاع الباحث على عدة دراسات وبحوث تخص متغيرات البحث او قريبة منها والتي تم الاستفادة منها بتغطية الجانب النظري للبحث وتهيئة استبانته فضلاً عن الاثرء المعرفي، ندرج في الجدول ادناه بعض تلك الدراسات.

عنوان البحث	تسويق الخدمة السياحية إلكترونياً وازدهار جودة الخدمة في الشركات السياحية
اسم الباحث	عبد الحسين
مكان البحث والسنة	بغداد – العراق (2016)
منهج البحث	المنهج الوصفي التحليلي
مجتمع وعينة البحث	العاملين في شركات السفر والسياحة في عمان – الأردن
اهم اهداف البحث	التعرف على مدى مساهمة الوسائل الحديثة الإلكترونية للاتصال في تقديم خدمة للسياح
اهم النتائج	وجود علاقة بين تسويق الخدمة إلكترونياً والجودة في الشركات السياحية
أوجه التشابه مع البحث الحالي	الجانب التطبيقي في شركات السفر والسياحة
أوجه الاختلاف عن البحث الحالي	الاهتمام بوسائل الاتصال الإلكتروني بصورة شاملة ودورها في جودة الخدمة
استفاد البحث الحالي	أثراء مع في
عنوان البحث	افاق السياحة الإلكترونية على ضوء تجربة تونس و الأردن
اسم الباحث	بوركو
مكان البحث والسنة	الجزائر 2014
منهج البحث	المنهج التاريخي والمنهج الوصفي والمنهج التحليلي
مجتمع وعينة البحث	دراسة تجارب بعض الدول العربية عموماً وتونس والأردن خصوصاً
اهم اهداف البحث	إظهار الجهود المبذولة في كل من الأردن وتونس من اجل استخدام التطبيقات الإلكترونية في السياحة
اهم النتائج	ان تطبيقات السياحة الإلكترونية لها تأثير إيجابي على المنافسة في قطاع السياحة
أوجه التشابه مع البحث الحالي	الاهتمام بأحد أهم هذه التطبيقات المتمثلة بالجزيرة الإلكترونية
أوجه الاختلاف عن البحث الحالي	الاهتمام بعدة تطبيقات تخص الفنادق والشركات السياحية
استفاد البحث الحالي	أثراء بالجانب النظري
عنوان البحث	نظام التذكرة الإلكترونية في الثقافة والسياحة - تجربة كرواتيا
اسم الباحث	Maistorovic
مكان البحث والسنة	كرواتيا 2016
منهج البحث	المنهج التجريبي
مجتمع وعينة البحث	مدراء المبيعات في شركات السفر
اهم اهداف البحث	التعرف على اساليب تطبيق نظام التذكرة الإلكترونية في قطاعي الثقافة والسياحة
اهم النتائج	تحسين نظام المبيعات باستخدام التذكرة الإلكترونية في السياحة والرياضة وبمضي مؤسسات النقل
أوجه التشابه مع البحث الحالي	استعراض الأنظمة التي تصدر التذاكر الإلكترونية
أوجه الاختلاف عن البحث الحالي	الاهتمام بقطاع الثقافة
استفاد البحث الحالي	أثراء لفقرات الاستبانة

المصدر : اعداد الباحث

المبحث الثاني
الجانب النظري

اولا- نظام الحجز الالكتروني:

شاعت اهمية الحجز الالكتروني في ظل منجزات الثورة الالكترونية ومارافقها من نتاجات في مختلف المجالات من بينها مجال السفر والسياحة وهذا المجال هو الاخر واكبره قفزات عديدة في مختلف مجالاته من بينها مارافق طرق الية الحجز في وسائل النقل والترفيه السياحي فإلية الحجز التي كانت تتم يدوياً وبمساعدة الهاتف والتلكس لاتمام عملية الحجز في أي وسيلة من وسائل النقل واجهت تطوراً ملموساً بدخول الكمبيوتر في اتمام عملية الحجز ومن ثم مع ظهور خدمة الانترنت وانتشارها على مستوى العالم كان لانظمة الحجز الاثر البالغ للدخول في نظام التوزيع العالمي والتسويق الدولي الالكتروني لمختلف تذاكر السفر والخدمات السياحية الاخرى، فمن خلال ماتقدم يمكن ان نعرف الحجز الالكتروني هو نظام محوسب يستخدم لتخزين والاستعلام والقيام بعمليات الحجز للسفر (سليم، 2015:205) فمن خلال هذا النظام تطرح شركات النقل والفنادق وغيرها خدماتها في السوق في ظل نظام توزيع عالمي ممكن ان يصل أقصى نقطة في العالم، فهو نظام ممكن ان يخدم البائع في الوصول الى مختلف فئات الزبائن ويمكن ان يخدم الزبون في التعرف على مختلف العروض لاختيار عرض الشراء المناسب واخيراً ممكن ان يحقق اقتصاديات بالتكاليف لكل الاطراف المستفيدة من المنتج وبالتالي الربحية للاطراف كافة (shugan&xie,2003:219)، وايضا يمتاز النظام بإمكانية تحديد رسم الضريبة بكل سلاسة وبشكل واضح للشركات التي تعتمد فضلا عن المسافرين او السائح اذ يمكنه من خلال حجز التذكرة معرفة تفاصيل تسعيرها بما تحتويه من رسم الضريبة او الغرامات التي تقع على عاتقه في حال الاخلال بموعد استهلاك الخدمة او تأجيلها او الغائها (Costa&Balassiano,2007:216) فهو نظام يدعم وبصورة مباشرة إمكانية تطبيق مظاهر الحكومة الالكترونية والابتعاد عن الاساليب التقليدية او الورقية في التعامل وبالتالي الحد من افة الفساد المالي و الاداري.

ثانياً- انواع انظمة الحجز الالكتروني:

تعددت انظمة الحجز الالكتروني التي تبنتها الشركات ولكن تبقى الانظمة المعمول بها عالمياً محدودة وتكتسب عالميتها بما تقدمه من خدمات في ظل نظام التوزيع العالمي والمنافسة العالمية والتي يمكن العروج على تلك الانظمة من خلال الجدول الاتي:

جدول(1) ملكية انظمة الحجز الالكتروني ونسب استخدامها عالمياً

مميزاته	سنة الاستخدام	الشركة المالكة	نسب الاستخدام لأقاليم العالم		
النظام			أمريكا الشمالية	أوروبا	الشرق الاخرى
غاليليو	1971	ترافلورث	30%	25%	31%
سينر	1976	الخطوط الجوية الأمريكية	36%	11%	28%
اماديوس	1987	Amadeus IT Group	14%	51%	35%
وورلدسبان	1990	دلتا للطيران	19%	13%	6%

المصدر : اعداد الباحث بالاعتماد على (Peter,O'Connert (2009) " Electronic information (distribution in tourism and hospitality ", CABI publishing , USA. P:286

فمن خلال تلك الانظمة المعمول بها اصبح بمتناول يد الزبون الاطلاع على ماموجود من خدمات ممكن ان يستفيد منها في تغطية رحلته السياحية اعتباراً من نقطة انطلاقه في موطنه لغاية وصوله الى مكان القصد السياحي والعودة لموطنه الاصل , فقد سعت تلك الانظمة وما تزال من خلال اصدار تذاكرها الالكترونية الى تحقيق اعلى مستوى كفاءة ممكن ان تقدمها شركات النقل والاطراف الاخرى ذات العلاقة بالمسافر او السائح (Iubeck& etal,2012:18) اذ جعلت تلك الانظمة من مؤسسات الاعمال ذات العلاقة بخدمات المسافرين والسائح ان تتنافس فيما بينها في تقديم افضل مايمكن للزبون. فتلك الانظمة تقدم للمسافر او السائح رزمة تذاكر الكترونية تسمى (ETPS) مختصر (Electronic Ticket package system) يتمكن من خلاله السائح وبوساطة هاتفه الذكي حجز الاطعمة ، الايواء، التسوق ، السفر وكل مايتعلق باحتياجاته دون وسيط (chiuetal, 2017:21) فتلك الانظمة تؤمن للسائح المعلومات والمعايير القياسية للخدمات او مستويات تصنيفها فهذه الانظمة تروج لمنتجاتها بصورة ذاتية ومبرجة.

ثالثاً – السياحة الدولية :

ساهمت ولا تزال تساهم السياحة الدولية بمورد اقتصادي يجعل للدولة مكانة اقتصادية وقوة مادية بما تكسبه من عملة صعبة وكل هذا يعتمد على حكمة سياسة الدولة وامكانية العلاقات مع دول العالم ، فالسياحة الدولية تتلخص بمحورين اساسيين هما دخول وخروج السياح من وإلى البلد والبلدان لآخرى وهذا لا يتحقق لا اذا توافرت سياسات ايجابية التفاعل مع مختلف بلدان العالم، فالتعاون والصراع لكسب اكبر حصة سوقية يتوقف على مدى ما يمتلكه البلد من مغريات وتسهيلات جاذبة للسياح وقوة في ازال الصعاب امام حركة تدفق الافواج السياحية سواء كانت تلك القوة سياسية او اقتصادية او دينية او معلوماتية او تكنولوجية او تسويقية او امنية ، فمن خلال البحث سيتم تحليل المتمثل بانظمة (GDS دور القوة المتمثلة بتكنولوجيا المعلومات والتي ابرز مقوماتها نظام التوزيع العالمي الحجز الالكتروني وما قدمته من تسهيلات في عرض وتسويق المنتج السياحي والتنافس في سوق السياحة الدولية . بمختلفة اجزائه دون تجزئته او التركيز على فئة من السياح دون سواها سواء كانت تلك السياحة وافدة ام صادرة .

فالسياحة الدولية كما عرفته (منظمة المؤتمر الاسلامي : 2006) تتضمن النشاط الذي يقوم به الفرد المغادر لموطنه الدائم الى مكان اخر ليقيم فيه لمدة دون السنة لغرض الترفيه و العلاج. كما عرفها (السيسي ، 2001 : 296 – 297) هي نشاط يتعلق في حركة السياح واقامتهم عبر حدود الدول والقارات المختلفة وتخضع تلك الحركة لعدة ظروف اقتصادية وسياسية واجتماعية والتي تسود دول العالم بمختلف مسمياتها. فمثلا تعتمد حركة انتقال المنتجات عبر حدود الدول والقارات على دخول الدول في تكتلات واتفاقيات دولية لتحقيق مصالح مشتركة فحركة السياح هنا ايضاً تدخل بمثل تلك التكتلات الاقتصادية والاتفاقيات ان لم تكن اوسع نطاقاً لانها تعتمد على حركة البشر بين دول العالم. وعلية يمكن تعريف السياحة الدولية على انها عبارة عن نشاط دولي يرتبط بحركة السياح عبر حدود الدول والقارات بحثاً عن اشباع حاجاتهم ورغباتهم في الاستجمام بخلاف المغريات السياحية.

رابعاً : العوامل المحددة للسياحة الدولية :

السياحة الدولية ظاهرة اساسية في اقتصاديات عدة بلدان ومورد اساسي لها ، فيقدر اهمية السياحة الدولية في اقتصاديات الدول فانها تواجه عدة محددات تؤثر على حركتها منها ايجابي وكذلك سلبي وكما يأتي :

أ – العوامل الايجابية ابرزها : كما اتفق عليها (Gee & Sola ,2007 : 33-37) و(السيسي، 91:2002)

1- التقدم التكنولوجي : هو ماشهدته قطاعات عديدة لها علاقة بظاهرة السفر والسياحة منها وسائط النقل وانظمة الحجز الالكترونية واساليب الارشاد والتوجيه السياحي وغيرها .

2-تباين التركيبة السكانية : من حيث المستوى المعاشي لاقتصاديات عدة دول وما له علاقة بزيادة اعداد السكان كماً ونوعاً وهذا بدوره ينعكس على حالة الطلب السياحي الدولي فضلا عن امتلاك ثقافة السفر والاطلاع على ثقافات الدول والشعوب.

3- التغيير السياسي : ان الرؤية السياسية لها تأثيراً قوياً على حركة السياحة من خلال اقامة حكومات ديمقراطية وعلاقات دولية مبنية على اساس المصالح المشتركة

4- اعتماد الطرائق العلمية والمعاصرة في الترويج للمنتج السياحي.

ب- العوامل السلبية : بالرغم من وجود عوامل ايجابية ، لكن ظاهرة السفر والسياحة وبالاخص على المستوى الدولي تمتاز بحساسية لاي تغيير لا ينسجم مع متطلباتها فهي سرعان ماتتأثر لاي طارئ (سياسي ، اقتصادي ، تكنولوجي ، اجتماعي ، امني ، صحي ، الخ) وتأثيرها هذا لايعيدها الى نقطة التعادل و وضعها الطبيعي الى ماكانت عليه الا بعد فترة زمنية (Richard,2013:284)، لذا تواجه السياحة الدولية عدة عوامل تؤثر سلباً على تقدمها وحركتها بين الدول من اهم هذه العوامل:(الراوي واخرون، 2011 : 101)

- 1- الحروب والازمات الاقتصادية والسياسية
- 2-انتشار الامراض الوبائية
- 3-الكوارث الطبيعية

المبحث الثالث

الجانب التطبيقي

يتمحور الجانب التطبيقي في البحث على استعراض النتائج التي تم الحصول عليها وتحليلها بما يخدم هدف البحث وفروضه والذي استخدم في استخراج تلك النتائج العديد من المقاييس الاحصائية من خلال البرنامج الاحصائي الجاهز (spss) ، والتي يمكن عرضها من خلال المحاور الاتية :

اولا- انظمة الحجز الالكتروني المعتمدة من قبل شركات السفر والسياحة :

يظهر من خلال الجدول (2) نسب تشير الى انظمة الحجز الالكتروني المعتمدة في شركات السفر والسياحة والذي تم من خلاله التركيز على الانظمة المعمول بها عالمياً فقد تبين من خلال عينة البحث ان شركات السفر والسياحة كافة العاملة في بغداد تعتمد في عمل تذاكر السفر على نظام غاليليو سواء لوحدة او بوجود نظام اخر عالمي او وطني ، يظهر لنا الجدول ان نسبة (56%) من اجمالي عينة شركات السفر والسياحة تعتمد نظام غاليليو في حجز المقاعد على الخطوط الجوية وان نسبة (35%) من تلك الشركات تعتمد نظام غاليليو بجانب سبير ، اما باقي العينة تبين من خلال الجدول ان هنالك نسب ضعيفة تعتمد نظام اماديس او نظام سبير واماديس بجانب نظام غاليليو .

فضلاً عن وجود انظمة حجز وطنية او تابعة لخطوط جوية معينة معمول بها من قبل العديد من شركات السفر والسياحة منها نظام الخطوط الجوية العراقية ونظام شركة اطلس وغيرها.

جدول (2) أنظمة الحجز العالمي المعتمدة في شركات السفر والسياحة

نظام الحجز العدد	غاليليو	غاليليو + سبير	غاليليو + اماديس	غاليليو + سبير + اماديس
	30	19	3	2
النسبة (%)	56%	35%	6%	4%

المصدر: اعداد الباحث بالاعتماد على بيانات الاستبانة

ثانيا- مستوى الخدمات المقدمة بموجب انظمة الحجز الالكتروني:

من خلال الجدول (3) يتضح ان هنالك تباين بالمتوسطات التي تعكس مستوى الخدمات التي تقدمها شركات السفر والسياحة بحسب انظمة الحجز التي تعتمد عليها فقد نجد ان بعضها تجاوز الوسط الفرضي البالغ (2.5) والبعض دونه فنجد ان اعلى وسط حسابي بلغ (3.98) في الفقرة (1- حجز تذاكر على مختلف شركات الطيران) ونسبة تشتت ضعيفة بلغت (0.14) وهذا ما يعكس اتفاق الشركات جميعها على تقديم هذه الخدمة وهي صميم عمل شركات السفر والسياحة ، اما ادنى وسط حسابي شهدته الفقرة (7- حجز تذاكر في مختلف الرحلات البحرية) والفقرة (8- حجز تذاكر في القاطرات) اذ بلغتا (1.35) لكل منهما ونسبة تشتت (0.68) لكلاهما وهو ما يشير على اتفاق العينة على شبه انعدام هذه الخدمة او انعدام تسويقها وطلبها في السوق العراقي اما باقي الفقرات فاجابها تجاوز الوسط الفرضي او قريبة منه وهذا يعود الى محدودية امكانية شركات السفر على تسويق خدماتها بشكل يخدم سوق السياحة المحلية والدولية .

جدول (3) مستوى الخدمات المقدمة بموجب انظمة الحجز الالكتروني

الفقرات	المقبول		تارفا		احيانا		دائما	
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت
1	98	1	2	2	2	2	2	2
2	61	33	19	4	19	10	61	33
3	61	33	9	9	9	5	61	33
4	6	3	28	17	28	15	6	3
5	6	3	22	12	22	12	6	3
6	33	18	14	9	26	14	33	18
7	6	3	11	7	11	6	6	3
8	6	3	11	7	11	6	6	3
9	19	10	11	6	11	6	19	10
10	76	41	6	3	6	3	76	41
11	70	38	7	4	7	4	70	38
12	70	38	11	6	11	6	70	38
13	37	20	13	7	13	7	37	20
14	13	7	6	3	6	3	13	7

(N=54)

المصدر: اعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات الاستبانة

ثالثا- مستوى السياحة الوافدة الى البلد

يظهر الجدول (4) مستوى امكانية شركة السفر والسياحة بالدخول في سوق السياحة الوافدة من خارج البلد فقد تجاوزت اجابات المبحوثين جميعها الوسط الفرضي اذ كان اعلاها الفقرة (5- يتميز المواطن العراقي بشخصية تتقبل السائح من مختلف دول العالم) اذ بلغ وسطها الحسابي (3.46) وانحراف معياري (0.64) وهو ما يشير الى الاتفاق العالي لافراد العينة على تحقيق الفقرة وما نلمسه من خلال الواقع في مدن السياحة الدينية والسياحة الثقافية والترفيهية من تحلي بكرم الضيافة واحتواء الاخر والتفهم لمختلف الثقافات وازهار صورة حسنة لمواطني البلد ، اما ادنى اجابه عكستها الفقرة (1- تستقبل الشركة سياح وافدين من مختلف دول العالم) اذ بلغ وسطها الحسابي (2.80) وبنسبة تشتت بلغ (0.74) اذ ان اكثر الاجابات تركزت ضمن اجابة (احيانا) وهذا ما يعكس ضعف الاقبال للسياح عالمياً على زيارة العراق وهذا جاء من عدة مؤثرات ومسببات سيتم مناقشتها من خلال الجدول (8).

جدول (4) مستوى الاقبال على السياحة الوافدة الى البلد

الفقرات	المقياس								الانحراف المعياري	
	دائماً		أحياناً		نكراً		أبداً			
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%		
1	6	11.1	35	64.8	9	16.7	4	7.4	2.80	0.74
2	34	63	9	16.7	11	20.4			3.43	0.82
3	21	38.9	10	18.5	19	35.2	4	7.4	2.89	1.02
4	18	33.3	23	42.6	13	24.1			3.09	0.76
5	29	53.7	21	38.9	4	7.4			3.46	0.64

المصدر: اعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات الاستبانة (N=54)

رابعاً- مستوى السياحة الخارجية من البلد:

من خلال الجدول (5) يتضح حجم حركة السياح العراقيين الوافدين الى الخارج للتمتع بمختلف الانماط والانشطة السياحية فقد اتضح ان الفقرات كافة تجاوزت الوسط الفرضي وبشكل جيد جدا حيث اغلب الاجابات تركزت ضمن اجابة (دائماً)، إما اعلى إجابة جاءت في الفقرة (2- تصدر الشركة تذاكر السفر الى مختلف دول العالم) اذ بلغ وسطها (3.74) وانحراف معياري (0.59) وهو ما يشير الى الاتفاق العالي على تحقيق الفقرة وما ينسجم مع الواقع الملموس من اقبال على السفر على مختلف دول العالم ولعدة اسباب ، اما ادنى اجابة حصدها الفقرة (5- شخصية المواطن العراقي محبوبة في مختلف دول العالم) اذ بلغ وسطها الحسابي (3.26) وانحراف معياري (0.81) وهي قليلة قياساً بوسط باقي الفقرات ولكنها جيدة ومقبولة لتجاوزها للوسط الفرضي بشكل جيد وتركز اغلب اجاباتها ضمن اجابة (دائماً) و (أحياناً) وهذا يمكن تفسيره الى ان الشخصية المحبوبة ترجع لمستوى عمق الروابط الثقافية والاجتماعية والسياسية والاقتصادية بين العراق والبلدان التي يزورها مواطنيه.

جدول (5) مستوى الاقبال على السياحة الخارجية من البلد

الفقرات	المقياس								الانحراف المعياري	
	دائماً		أحياناً		نكراً		أبداً			
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%		
1	38	70.4	13	24.1	3	5.6			3.65	0.59
2	44	81.5	6	11.1	4	7.4			3.74	0.59
3	37	68.5	17	31.5					3.69	0.47
4	39	72.2	15	27.8					3.72	0.45
5	22	40.7	28	51.9					3.26	0.81

المصدر: اعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات الاستبانة (N=54)

خامساً- علاقة الارتباط والتأثير لانظمة الحجز الالكتروني وسوق السياحة الخارجية:

من خلال الجدول (6) يبين علاقة الارتباط والتأثير لانظمة الحجز الالكتروني وسوق السياحة الخارجية من خلال حركة السياح الخارجيين من العراق الى مختلف دول العالم , فمن خلال ارتباط بيرسون تبين ان قيمة معامل الارتباط بين خدمات انظمة الحجز الالكتروني المعمول بها في مكاتب السفر والسياحة وسوق السياحة الخارجية بلغت (97%) وهي قيمة ايجابية وعالية جداً وهو ما يشير الى قوة علاقة الارتباط بينهما باعتبار نظام الحجز الالكتروني هو البوابة الاولى كمنفذ توزيع عالمي للمنتجات السياحية .

وهذا يدل على صحة الفرضية الفرعية (1-1) والتي تنص (توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين مستوى خدمات انظمة الحجز وسوق السياحة الخارجية).

اما علاقة التأثير لانظمة الحجز الالكتروني على سوق السياحة الخارجية فقد اظهرت تأثيراً معنوياً من خلال قيمة (F) المحسوبة البالغة (824.364) وهي اعلى من قيمتها الجدولية البالغة (3.18) ، اما قيمة (R^2) بلغت (94%) وهو ما يؤشر مستوى كفاءة النموذج وقوة تأثير انظمة الحجز الالكتروني المعمول بها على سوق السياحة الخارجية، اما قيمة معامل (B) بلغت (0.98) وهي قيمة موجبة تدل على التأثير الطردي اي كلما زاد مستوى العمل بانظمة الحجز الالكتروني وحدة واحدة زاد مستوى سوق السياحة الخارجية بما يعادل (98%)، اما معادلة خط الانحدار فظهرت بالشكل الاتي :

$$Y=1.17+098(x)$$

وهذا يؤكد لنا صحة الفرضية الفرعية:

(1-2) (توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية لمستوى خدمات انظمة الحجز على سوق السياحة الخارجية).

جدول (6) علاقة الارتباط والتاثير بين مستوى خدمات الحجز الالكتروني وسوق السياحة الخارجية

المتغير المستقل (x)	المتغير المعتمد (y)	قيمة ارتباط بيرسون	قيمة الحد الثابت	قيمة معامل بيتا	قيمة معامل التحديد	قيمة (f) المحسوبة	الدلالة
انظمة الحجز الالكتروني	سوق السياحة الدولية	%97	1.17	0.98	%94	824.364	يوجد تأثير

قيمة (F) الجدولية عند مستوى معنوية (0.05) ودرجة حرية (1, 52) = 3.18 (N=54)

المصدر: اعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات الاستبانة

ساساً- علاقة الارتباط والتاثير لانظمة الحجز الالكتروني وسوق السياحة الوافدة:

من خلال الجدول (7) يبين علاقة الارتباط والتاثير لانظمة الحجز الالكتروني وسوق السياحة الوافدة من خلال حركة السياح الداخلين الى العراق من مختلف دول العالم , فمن خلال ارتباط بيرسون تبين ان قيمة معامل الارتباط بين انظمة الحجز الالكتروني المعمول بها في مكاتب السفر والسياحة وسوق السياحة الوافدة بلغت (%71) وهي قيمة ايجابية وجيدة وهو ما يشير الى قوة علاقة الارتباط بينهما باعتبار نظام الحجز الالكتروني هو البوابة الاولى كمنفذ توزيع عالمي للمنتجات السياحية .

وهذا يدل على ثبات الفرضية الفرعية (1-2) :

(توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين مستوى خدمات انظمة الحجز وسوق السياحة الوافدة).

اما علاقة التاثير لانظمة الحجز الالكتروني على سوق السياحة الخارجية الوافدة فقد اظهرت تاثيراً معنوياً من خلال قيمة (F) المحسوبة البالغة (224.364) وهي اعلى من قيمتها الجدولية البالغة (3.18) ، اما قيمة (R^2) بلغت (%68) وهو ما يؤشر مستوى كفاءة النموذج وقوة تأثير انظمة الحجز الالكتروني المعمول بها على سوق السياحة الوافدة ، اما قيمة معامل (β) بلغت (0.62) وهي قيمة موجبة تدل على التاثير الطردي اي كلما زاد مستوى العمل بانظمة الحجز الالكتروني وحدة واحدة زاد مستوى سوق السياحة الوافدة بمايعادل (%62)، اما معادلة خط الانحدار فظهرت بالشكل الاتي :

$$y = 1.08 + 0.62(x)$$

وهذا يدلنا على قبول الفرضية الفرعية (2-2)

(توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية لمستوى خدمات انظمة الحجز على سوق السياحة الوافدة).

جدول (7) علاقة الارتباط والتاثير بين مستوى خدمات الحجز الالكتروني وسوق السياحة الوافدة

المتغير المستقل (x)	المتغير المعتمد (y)	قيمة ارتباط بيرسون	قيمة الحد الثابت	قيمة معامل بيتا	قيمة معامل التحديد	قيمة (f) المحسوبة	الدلالة
انظمة الحجز الالكتروني	سوق السياحة الوافدة	%71	1.08	0.62	%68	224.364	يوجد تأثير

قيمة (F) الجدولية عند مستوى معنوية (0.05) ودرجة حرية (1, 52) = 3.18 (N=54)

المصدر: اعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات الاستبانة

بناءً على ماتقدم من صحة ثبات فرضيات البحث الفرعية يمكن الاخذ بقبول فرضيتي البحث الرئيسية الاتي نصهما :

الفرضية الرئيسية الاولى: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين مستوى خدمات انظمة الحجز وسوق السياحة الدولية

الفرضية الرئيسية الثانية: توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية لمستوى خدمات انظمة الحجز على سوق السياحة الدولية.

سابعاً- معوقات نجاح دخول العراق في سوق السياحة الدولية :

تمحورت معوقات دخول العراق الى سوق السياحة الدولية لعدة محددات ممكن ان ندرجها ضمن تسلسل من حيث أهميتها النسبية في الجدول (8) والتي وضعت حسب اراء العينة المبحوثة وكما يأتي:

- 1- الاستقرار السياسي : اتجهت نصف العينة اي بنسبة (50%) على وضع الاستقرار السياسي ضمن التسلسل الثاني من حيث اهميته في اشراك العراق بشكل فاعل في الدخول لسوق السياحة الدولية .
- 2- الاجراءات الامنية : اظهر العنصر تشنتا في الاجابات الا ان اعلى تلك الاجابات اي بنسبة (30%) من افراد العينة وضعت المحدد ضمن التسلسل الثامن .
- 3- الارهاب : نال هذا المتغير تباين واضح في اجابات العينة الا ان اكثر من ثلث العينة اي بنسبة (31%) اتفقت على وضع العنصر ضمن التسلسل الاول من حيث تأثيره على الدخول لسوق السياحة الدولية .
- 4- ضعف الاستثمار لاسيما الاجنبي : اهتم (44%) من افراد العينة على وضع المتغير ضمن التسلسل الثالث من حيث مساهمته في الدخول لسوق السياحة الدولية
- 5- ضعف الترويج والاعلام السياحي: لقي المتغير اهتماما نسبته (46%) ضمن التسلسل السادس كمحدد لدخول لسوق السياحة الدولية
- 6- رداة البنية التحتية (الاتصالات , الكهرباء , الماء , شبكة النقل ,,,, الخ) : اتفقت العينة بنسبة (43%) على التسلسل الرابع من حيث تأثير المتغير في دخول العراق لسوق السياحة الدولية.
- 7- رداة الخدمات السياحية (الفنادق , المطاعم , المتنزهات دور الاستراحة ,,,, الخ): اتجهت اكثر من نصف العينة اي بنسبة (52%) على وضع المتغير ضمن التسلسل الخامس.
- 8- عدم الاستقرار الاقتصادي: بلغ اتفاق العينة نسبة (46%) ضمن التسلسل السابع من حيث تأثيره على سوق السياحة الدولية
- 9- ثقافة المجتمع : حظى المتغير ضمن التسلسل العاشر من حيث الهمية في سوق السياحة الدولية باتفاق (43%) من افراد العينة.
- 10- تركيز الدولة على السياحة الدينية دون سواها : اظهر المتغير تشنتا في اجابات العينة الا ان (35%) من الافراد وضعت تأشيرتهم حول المتغير ضمن التسلسل التاسع.

وبناءً على ذلك يمكن وضع تلك المعوقات ضمن التسلسل ادناه الذي يعكس مدى تأثيرها واهميتها في دخول العراق الى سوق السياحة الدولية من حيث استقبال مجاميع سياحية وافدة لمختلف مقومات الجذب السياحي .

الترتيب	1		2		3		4		5		6		7		8		9		10	
	ع	%	ع	%	ع	%	ع	%	ع	%	ع	%	ع	%	ع	%	ع	%	ع	%
1	1	0	1	19	2	7	1	1	1	20	1	1	1	1	1	4	2	2	4	3
2	4	7	3	6	1	2	9	17	1	1	0	1	1	1	1	6	30	1	6	2
3	7	31	4	26	1	3	3	6	2	4	2	2	2	2	2	4	30	2	3	3
4	4	4	1	22	2	4	4	7	3	6	3	6	17	9	2	4	46	1	4	4
5	5	5	2	4	1	2	9	17	3	6	5	2	2	3	3	6	46	1	5	5
6	6	11	3	6	1	3	3	43	2	3	5	9	2	1	2	4	6	2	6	6
7	7	13	4	7	1	4	4	7	4	52	3	3	6	4	7	6	6	3	7	7
8	8	7	4	7	3	6	4	7	4	13	2	2	4	2	3	6	46	3	6	8
9	9	17	9	17	1	7	7	13	7	13	1	3	24	1	3	4	46	2	43	9
10	10	0	4	26	1	4	2	4	6	30	1	2	4	1	2	2	46	1	43	0

1- الارهاب

2- الاستقرار السياسي

3- ضعف الاستثمار لاسيما الاجنبي

4- رداة البنية التحتية (الاتصالات , الكهرباء , الماء , شبكة النقل ,,,, الخ)

5- رداة الخدمات السياحية (الفنادق , المطاعم , المتنزهات دور الاستراحة ,,,, الخ)

6- ضعف الترويج والاعلام السياحي

7- عدم الاستقرار الاقتصادي

8- الاجراءات الامنية

9- تركيز الدولة على السياحة الدينية دون سواها
10- ثقافة المجتمع

جدول (8) الاهمية النسبية لاراء عينة البحث حول تسلسل تلك المعوقات

ملاحظة : اعتمدت تسلسلات المتغيرات حسب ماموجود باستمارة الاستبانة في الملحق (1) (n=54)

المبحث الرابع

الاستنتاجات و التوصيات

اولا- الاستنتاجات :

- 1- حقق التسويق الالكتروني قفزات نوعية بارزة في مجال تطوير وتقديم المنتج السياحي
- 2- حظى نظامي اماديبوس وغاليليو منافسة عالمية واسعة في مجال تطبيقهما وحصول كل منهما على حصة سوقية في مجال بيع الخدمات وتذاكر السفر
- 3- حركة السياحة الدولية وتدفق السياح ذهابا وايابا الى دول العالم اصبحت قوة اقتصادية تتنافس دول العالم في اكتسابها نظرا لما تدره من عائد يغذي ميزانيات تلك الدول
- 4- بدأت الدول ترسم سياساتها وستراتيجياتها لاقتناص اي فرصة تسويقية ممكن من خلالها ان تعزز مكانتها في سوق السياحة الدولية
- 5- يظهر من خلال البحث ان معدل استخدام غاليليو عالميا (31%) واماديبوس (35%) ، اما ماتوصل اليه البحث ميدانيا في سوق السفر العراقي ان غالبية شركات السفر والسياحة لعينة البحث تعتمد نظام غاليليو في تعاملاتها في سوق تذاكر السفر والسياحة الدولية
- 6- تعاني شركات السفر والسياحة من محدودية الاستفادة من الخدمات التي تقدمها انظمة الحجز الالكتروني وهذا يعود الى قلة وعي المسافرين بما تقدمه الانظمة الالكترونية من جهة ومحدودية التعامل مع العديد من شركات الطيران من جهة اخرى .
- 7- محدودية دور العراق في مستوى الاقبال على السياحة الوافدة على مختلف مغرياته السياحية وهذا يعود لعدة معوقات وتحديات
- 8- يتسع دور الاقبال على السياحة الى خارج العراق من قبل المواطنين العراقيين وهذا يعود لعدة اسباب وتعد عامل اساسي لخسارة العراق من العملة الصعبة
- 9- عكست انظمة الحجز الالكتروني ارتباطا قويا لنوع خدماتها مع مستوى السياحة الوافدة للبلد فضلا عن السياحة الخارجية وهذا ما يبرهن على العلاقة القوية بين نوع تلك الخدمات والسياحة الدولية
- 10- اظهرت انظمة الحجز الالكتروني من خلال خدماتها المقدمة تاثيرها على حجم السياحة الوافدة للبلد فضلا عن السياحة الخارجية وهذا بدوره ادى الى علاقة تاثير معنوي لنوع تلك الخدمات على السياحة الدولية
- 11- تبين من خلال البحث هنالك مجموعة معوقات كانت تشكل حائلا لدخول العراق في سوق السياحة الدولية كان الارهاب والاستقرار السياسي وضعف الاستثمار الاجنبي في مقدمتها وظهرت ثقافة المجتمع العراقي في ذيل قائمة تلك المعوقات

ثانياً- التوصيات :

- 1- التوجه نحو نظم التوزيع العالمية في تسويق المنتج السياحي والابتعاد عن الاساليب التقليدية في تسويق المنتج السياحي .
- 2- اعتماد نظام حجز عالمي مثل اماديبوس او غاليليو في تسويق المنتج السياحي يساهم بشكل فعال في الوصول الى افضل حصة سوقية في السوق السياحية .
- 3- السعي نحو مرحلة تحول حتمية ولا بد منها من خلال التركيز على عائد اقتصادي يعتمد على سوق السفر والسياحة في تمويل ميزانية الدولة باعتبار السياحة قوة اقتصادية لا يمكن الاستهانة بها .
- 4- الاهتمام بوضع خطط وستراتيجيات تسعى نحو اخذ مكانة عالمية في سوق السياحة الدولية من خلال زيادة قابلية المنتج السياحي على الدخول لذلك السوق بكل ابداع وتجدد .
- 5- التوعية والترويج من قبل منظمة الاياتا على توسيع نطاق التعامل مع نظام الحجز اماديبوس فضلا عن نظام غاليليو باعتبار النظامين متكاملين في تقديم افضل خدمة للمسافر واسهامهما في التعاملات الدولية .

- 6- تحتاج رابطة مكاتب السفر والسياحة و هيئة السياحة الى جهد حقيقي في بلورة ونشر ثقافة سفر لدى المواطن العراقي والتعريف بما تقدمه أنظمة الحجز من خدمات اخرى غير حجز واصدار التذاكر.
- 7- الحد من ظاهرة تدفق السياح من المواطنين العراقيين للخارج من خلال الاهتمام بالموروث الاثاري والتاريخي فضلا عن الديني والترفيهي الذي يمتاز به البلد علاوة على بناء وعي لدى المواطن العراقي عن الاثر الاقتصادي لتلك الظاهرة.
- 8- اظهار صورة حقيقة عن المقومات السياحية للبلد والترويج لها ويقع ذلك على عاتق هيئة السياحة في توثيق اواصر التعاون الدولي مع الدول التي تعد مصدرة للسياح .
- 9- ينبغي على العاملين بمكاتب السفر والسياحة التمتع بالنفس الطويل في تعاملاتهم مع الزبائن من خلال تعريفهم بكل امانة عن خدمات اخرى ممكن تقديمها وليس فقط حجز مقعد على الطائرة.
- 10- ينبغي على هيئة السياحة ، ووزارة الخارجية العراقية المتمثلة في قنصلياتها بالخارج بث و اشاعة صورة ذهنية حسنة عن البيئة السياسية والامنية والاقتصادية للعراق في الخارج ومحاسبة اي جهة تزيف الحقيقة سواء كانوا افراد او مؤسسات.

المصادر

المصادر العربية:

- 1- الراوي، عادل سعيد والقعيد، مرزوق عايد والنمر، بركات كامل والقعيد، بدر عايد وذيب، فيصل الحاج، (2011) "مبادئ السياحة"، (ط1)، اثناء للنشر والتوزيع، عمان – الاردن.
- 2- السيسي، ماهر عبدالخالق، (2002)، " شركات السياحة ووكالات السفر "، مطبعة الولاء الحديثة ، جمهورية مصر العربية.
- 3- سليم ، عبدالرحمن ،(2015)، " شركات السياحة ووكالات السفر"، مؤسسة الثقافة الجامعية ، جمهورية مصر العربية – الاسكندرية.
- 4- محجوب ، وجية،(1988)،"طرائق البحث العلمي ومناهجه"، ط2 ، جامعة الموصل ، مديرية دار الكتب للطباعة والنشر .
- 5- السيسي، ماهر عبدالخالق(2001)"مبادئ السياحة"، (ط1) ، مجموعة النيل العربية.
- 6- منظمة المؤتمر الاسلامي (2006)،"السياحة الدولية في البلدان الاعضاء بمنظمة المؤتمر الاسلامي : الافاق والتحديات " مجلة التعاون الاقتصادي بين الدول الاسلامية .
- 7- عبدالحسين، صفاء جواد(2016)"تسويق الخدمة السياحية الكترونياً واثره في جودة الخدمة في الشركات السياحية" مجلة كلية التربية ، العدد السابع.
- 8- بوبكر، سلالي(2014)" افاق السياحة الالكترونية على ضوء تجربة تونس والاردن "رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية مقدمة لجامعة الحاج لخضر – الجزائر.

المصادر الاجنبية :

- 1- Peter,O'Connert (2009) " Electronic information distribution in tourism and hospitality " ,CABI publishing , USA.
- 2-shugan,steven M.&xie,jinhong(2003)"electronic tickets smart cards and online prepayment: when and how to advance sell", marketing science ,vol.20 ,no.3, summer 2003.
- 3-Richard, sharply (2013) " travel and tourism " (10thed) ,London.
- 4-Lubeck,Rafael mendes&wittmann, Milton luiz&battistella, Luciana flores(2012)" electronic ticketing system as aprocess of innovation " journal of technology management & innovation , vol.7 , iss.1 , nov:2012.
- 5-chiu,yi-chia&luo,kuo-shu&chao,chi-wei&lu,shu-ping&chen,chi-hua (2017) " the design and implementation of and electronic ticket " industrial technology research institute.

6-Costa,felipefreire de&Balassiano, Ronaldo “electronic ticketing system : implementation process” human resource institute for transportes , Brazil.

7-Gee,Ingram&Sola, Heller(2007)”introduction to international tourism “ new York.

8-Majstorovic,Vedran(2016)”E-ticketing Systems In Culture And Tourism: Experiences From Croatia” , Recent Advances in Economics, management and marketing , University of Zagreb.

ملحق (1)

العدد: الجامعة التقنية الوسطى
التاريخ: معهد الادارة التقني / بغداد
قسم تقنيات السياحة
م/ استمارة استبانة

تحية طيبة

بين ايديكم استمارة استبانة تتعلق بالبحث الموسوم (انظمة الحجز الالكتروني وانعكاساتها في الدخول لسوق السياحة الدولية : دراسة ميدانية لعد من شركات السفر والسياحة في بغداد) يرجى ملئ فقرات الاستبانة بكل دقة دون ذكر الاسم ، علما ان الاجابة سوف تستخدم لاغراض البحث العلمي فقط .

شاكرين تعالونكم معنا

د. محمد فاضل عباس

الباحث

اولا- ضع اشارة (√) ازاء نظام الحجز الذي تعمل به الشركة

غاليليو ----- سيبير ----- وولدن سبان ----- اماديوس ----- اخرى
تذكر -----

ثانيا – الخدمات التي تقدمها الشركة : ضع اشارة (√) ازاء الاجابة الملائمة لكل فقرة مماياتي:

ت	الفقرة	مقياس الاجابة	دائما	احيانا	نادرا	ابدا
1	حجز تذاكر على مختلف شركات الطيران					
2	حجز غرف في مختلف وسائل الايواء					
3	برامج سياحية متكاملة					
4	حجز في المطاعم					
5	حجز سيارات الاجرة					
6	التأمين على المسافرين او السائحين					
7	حجز تذاكر في مختلف الرحلات البحرية					
8	حجز تذاكر في القطارات					
9	حجز في المهرجانات الدولية					
10	الغاء وتحديل الحجز على النحو الذي يظلمه المسافر او السائح					
11	اضافة معلومات التكلفة في ملف السائح او المسافر (التسعير)					
12	الحجز في شركات الطيران منخفضة التكلفة (شركات الطيران الاقتصادي)					
13	تحديد وجبة الطعام التي يظلمها المسافر على متن الطائرة					
14	اصدار التذاكر السياحية او ما يشابهها					

ثالثاً- سوق السياحة الدولية:-

1- السياحة الوافدة : ضع اشارة (√) ازاء الاجابة الملائمة لكل فقرة مماياتي :

الفقرة	المقياس	دائماً	أحياناً	نادراً	أبداً
1	تستقبل الشركة سياح وافدين من مختلف دول العالم				
2	تتعامل الشركة مع مختلف السياح بالعالم عند اصدار تذاكر سفر				
3	تتمكن الشركة من اجراء حجوزات في الفنادق العراقية لمختلف مواطني دول العالم				
4	يتحلى الترويج الوطني للمواقع السياحية في العراق بمستوى الطموح العالمي				
5	يتميز المواطن العراقي بشخصية تتقبل السائح من مختلف دول العالم				

1- السياحة الخارجية : ضع اشارة (√) ازاء الاجابة الملائمة لكل فقرة مماياتي :

الفقرة	المقياس	دائماً	أحياناً	نادراً	أبداً
1	تجري الشركة رحلات للعراقيين الى مختلف دول العالم				
2	تصدر الشركة تذاكر السفر الى مختلف دول العالم				
3	تستطيع الشركة عمل حجوزات فندقية من بغداد للمواطنين المسافرين الى مختلف دول العالم				
4	يعد الترويج للمواقع السياحية في العالم عنصر جذب للمواطن العراقي للسفر				
5	شخصية المواطن العراقي محبوبة في مختلف دول العالم				

رابعاً- اعطي تسلسل من 1 الى 10 للمعوقات التي جعلت دور العراق محدوداً في الدخول لسوق السياحة الدولية ؟

المعوقات	التسلسل المناسب في رأيكم
عدم الاستقرار السياسي	
الاجراءات الامنية	
الارهاب	
ضعف الاستثمار لاسيما الاجنبي	
ضعف الترويج والاعلام السياحي	
ردانة البنية التحتية (الاتصالات , الكهرباء , الماء , شبكة النقل..... الخ)	
ردانة الخدمات السياحية (الفنادق , المطاعم , التنزهات دور الاستراحة ,.....الخ)	
عدم الاستقرار الاقتصادي	
ثقافة المجتمع	
تركيز الدولة على السياحة الدينية دون سواها	

خامساً- مقترحاتكم التي تسهم في وضع مكانة مرموقة للعراق في سوق السياحة الدولية ؟

