

اهمية تكنولوجيا المعلومات في تنمية القطاع السياحي
دراسة نظرية و مقترحات مستقبلية على المستوى العربي و المحلي

الاستاذ المساعد الهام خضير شبر
الجامعة المستنصرية- كلية الادارة والاقتصاد- قسم السياحة

المخلص

لقد تنبهت الدول المتقدمة الى أهمية المعلومات المتاحة لادارة مؤسساتها خصوصا" في التخطيط والتنظيم والرقابة واتخاذ القرار فقامت بتطوير نظم معلوماتها واستخدام التكنولوجيا الحديثة للمعلومات والتي أثرت على فلسفة ونظام الادارة وعملياتها ولمواكبة التغير السريع في كل شيء ، حيث التكنولوجيا تتطور والاسواق تتنامى والحدود تتضاءل والمنافسون الذين يأتون من كل البيئات والثقافات وبأساليب مختلفة يتكاثرون، ومع تنامي إقتصاد المعرفة المرتكز على تكنولوجيا المعلومات المترافقة مع التطور الهائل لشبكة المعلومات الدولية وعلم الاتصالات كل ذلك يلزم ادارة قطاع الاعمال إعادة التفكير في الكيفية التي تدار بها اعمالها وتسويق منتجاتها المختلفة. والنظام السياحي كونه نظام ديناميكي مفتوح يتأثر بالتطور التكنولوجي السريع في مجال توفر ونقل وتبادل المعلومات ليواكب متطلبات النمو السياحي العالمي ولمواجهة تحديات المنافسة الشديدة في السوق السياحي العالمي مما يفرض تحديات على قطاع الاعمال السياحي للاهتمام بتكنولوجيا ونظم المعلومات كونه من العناصر الرئيسية في التخطيط السياحي وتحقيق التنمية السياحية المنشودة ، اذا أرادت الاستمرار والنجاح في بيئة تنافسية حادة

Summary

The advanced countries have taken in their consideration the importance of the information which they have to manage their institution in planning ,organizing and monitoring also in taking decision so they have developed their information system and using modern information technology so that influenced on the philosophy and management system to be with the fast changes in every thing around , in which technology has been developed and the markets have been grown and the boundaries decreased and the competitors who are coming from different areas and culture with different ways have been increased at the same time the knowledge of the economic Which based on technological information with the huge development For the global information net and the world of the communication , all these things forced the business administration to realized about the way of managing their business and marketing their products . The tourist system which considered as an open dynamic system make it influence by the fast developed technological environment in the field of exchange information in order to be with the needs of the global tourist development and to face the challenges of hard competition in the global tourist marketing and Arabic tourist business sector so that they will have more interested in technological information system because it is one of the main element for tourist planning to achieve the tourist growth if they want to continue and success in hard competition environment.

المقدمة

يسود عالم السياحة بينه تنافسيه حادة تفرض تحديات على ادارات الاعمال السياحيه لمواكبه التطورات التكنولوجيه المتلاحقه والسريعه اذا مارادبت الاستمرار والنجاح .

ولان القطاع السياحي قطاع حيوي يؤثر ويتاثر بالبيئه المحيطه به يصبح العمل السياحي لاحدود ساكنه له كونه يتميز بالديناميكيه والتنوع لمواكبه متطلبات النمو السياحي العالمي ،ولذلك يصبح الاهتمام في تكنولوجيا ونظم المعلومات حافزا قويا للدول الناميه لتقليص الفجوة بينها وبين الدول المتقدمه في هذا المجال من خلال الكفاءه في اختيار تكنولوجيا المعلومات الملائمه للعمل السياحي فيها وعلى مستوى كا فه القطاعات السياحيه (الايواء والسفر والسياحه والاطعمه والمشروبات والنقل والترفيه والتسويق السياحي الالكتروني وغيرها) ،مع توفر مقومات حسن الاستخدام بما يحقق اهداف التنميه السياحيه الاقتصاديه والاجتماعيه والثقافيه والبيئيه.

من هنا تبرز اهميه بحثنا المتواضع والذي يتناول المشكله في اطار نظري في كيفيه الاستفاده من منافع تكنولوجيا المعلومات في نشاطات القطاع السياحي المختلفه لكي تصبح مخرجاتها من المعلومات ذو قيمه اقتصاديه تلبي احتياجات التنميه السياحيه وتساهم في دفع التغيرات السياحيه نحو معدلات نمو اسرع في البلدان ذات الامكانيات السياحيه على مستوى الدول العربيه عموما والعراق خصوصا.

يتضمن البحث اربع مباحث:-

المبحث الاول : تكنولوجيا المعلومات والتنميه السياحيه (المفهوم ، والابعاد) .

المبحث الثاني: بيئه العمل السياحي وأهم تطبيقاتها من تكنولوجيا المعلومات.

المبحث الثالث: علاقة تكنولوجيا المعلومات بأهداف القطاع السياحي.

المبحث الرابع: جدوى استخدام تكنولوجيا المعلومات في قطاع الاعمال السياحي العربي والمحلي ومقترحات مستقبلية.

ثم الاستنتاجات والتوصيات والمصادر

منهجية البحث

أولاً : مشكلة البحث :

بعد أن اصبحت تكنولوجيا المعلومات اليوم قوة رئيسية لتسريع معدلات النمو الاقتصادي في العالم واداة هامة في تنميه القطاع السياحي ليصبح حسن استخدامها ميزة تنافسيه لصناعة السياحه.مشكلة البحث تتحدد بالسؤال التالي:

الى أي مدى يدرك القائمون على ادارة القطاع السياحي للمنافع التي يمكن ان تتحقق من الاستخدام الامثل لتكنولوجيا المعلومات ولضمان حسن التطبيق باتجاه تحقيق التنميه السياحيه الشامله؟

ثانياً : أهداف البحث :

- ١- تحليل مفهومي تكنولوجيا المعلومات والتنمية السياحيه وأبعادهما.
- ٢- بيان أهمية العلاقة بين توفر تكنولوجيا المعلومات المتطورة وبيئة العمل السياحي المتجددة من خلال عمل النظام السياحي الكلي وانظمته الفرعية.
- ٣- توجيه اهتمام ادارات وقيادات القطاع السياحي (وزارة، هيئة، إدارة فنادق، مدراء شركات وكالات سفر... الخ) الى فوائد الاستخدام الامثل لتكنولوجيا المعلومات مقارنة بتكاليفها لاهميتها في التخطيط العلمي السليم والتنظيم الجيد والرقابة الفعالة والتنسيق بين كافة المستويات الادارية.
- ٤- تقديم مقترحات معلوماتية مستقبلية على المستوى العربي وعلى المستوى المحلي.

ثالثاً : فرضيه البحث :

- ان اهتمام الادارة السياحيه بالمنافع المتحققة من تكنولوجيا المعلومات الملائمة يعمل على تنميه القطاع السياحي في ظل التخطيط والتنسيق والتكامل المشترك بين كل الوحدات الاقتصادية العاملة فيه
- رابعاً : أسلوب البحث :-
- نعتمد الاسلوب الوصفي الكيفي في تفسير العلاقة بين اهمية تكنولوجيا المعلومات وتنمية القطاع السياحي كونه الاسلوب الاكثر مناسباً لدراستنا النظرية.

المبحث الاول - تكنولوجيا المعلومات والتنمية السياحية (المفهوم ، والابعاد)**اولاً : مفهوم وأبعاد تكنولوجيا المعلومات****١ - مفهوم تكنولوجيا المعلومات**

تشير تكنولوجيا المعلومات الى نطاق واسع من القدرات والمكونات أو العناصر المتنوعة المستخدمة في معالجة وخرن وتوزيع البيانات والمعلومات بالاضافة الى دورها في خلق المعرفة(١). وبهذا المعنى تتعامل تكنولوجيا المعلومات مع عناصر البيانات ، والمعلومات ، والمعرفة والذكاء وكما يلي:-

* **البيانات :** هي المادة الخام ، المعطيات البكر والارقام والاحداث التي تستخدم كعناصر مدخلات يتم تحويلها بأستخدام ادوات تكنولوجيا المعلومات الى معلومات مؤثرة ايجابياً "بأتجاه الحدث.

* **المعلومات :** هي نتاج معالجة البيانات وبالتالي تعتبر مورد حيوي وفريد وطاقة خلاقية (Creative Energy). بل ان النظرة الحديثة للمعلومات تتجاوز المنطق الكلاسيكي الذي يتعامل مع المعلومات باعتبارها سلعة أو خدمة فقط لأنها أصبحت اليوم كينونة حية (Living Entity) أكثر نظامية (More Systematic) من أي وقت معين وأكثر حيوية وتأثيراً" في عمل وحياة المنشأة.

* **المعرفة :** وهي مزيج من الادراك والفهم العميق المستند الى معلومات وحقائق كثيفة ومتنوعة في سياق منظم يساعد في استخدام التراكم النوعي للمعلومات بصورة أفضل وترتبط المعرفة بالخبرة والذكاء الذي يعني توليفة

المعرفة والبصيرة والخبرات المتراكمة والقدرات الذهنية في تسبب المشكلات والبحث عن الحلول والمفاضلة بينهما وفي حقيقة الامر تتعامل وادوات ونظم تكنولوجيا المعلومات مع أربعة مستويات من المعطيات ترتقي فيها التكنولوجيا ويزداد تأثيرها تبدأ لنوع ومستوى المعطيات التي تتعامل معها ويتعبير آخر:-

تمثل البيانات : أدنى مستوى من المعطيات التي تتعامل معها تكنولوجيا المعلومات .

تمثل المعلومات: مستوى أعلى وبعدها ترتقي التكنولوجيا نفسها للتعامل مع معطيات وحقائق أكثر تعقيداً" أو أعمق مضمونا" وهي المعرفة ومنها تلتقي تكنولوجيا المعلومات مع الذكاء محاولة تجسيدة أو تمثيله أو خزنه، وهذا اللقاء يمثل بالطبع أكثر حلقات تطور تكنولوجيا المعلومات.

وهذا يعني ان مصطلح تكنولوجيا المعلومات لايعني بالضرورة استخدام تقنيات معالجة البيانات ونتاج المعلومات حصرا" ، وانما يعني ادوات وتقنيات الحاسوب التي تتعامل مع معطيات البيانات ، المعلومات، المعرفة ، والذكاء وما ينتج عنه من نظم المعلومات تعمل على هذا الاساس وحتى عندما يتم تعريف تكنولوجيا المعلومات : (Information Technology) بأنها الادوات التي تستند على الحاسوب التي تستخدم من قبل الافراد للعمل مع المعلومات ودعم المعلومات ومتطلبات معالجة المعلومات في المنظمة ، فأن المعنى هو استخدام عتاد وبرامجيات الحاسوب وشبكاته لانتاج معطيات الخبرة والمعرفة والذكاء(٢).

لكن من الملاحظ وجود أكثر من منظور لتكنولوجيا المعلومات ،

كالمنظور الجزئي الذي يشير الى البعد التكنولوجي لنظام المعلومات ويعتبر تكنولوجيا المعلومات مجرد نظام فرعي ضمن نظام المعلومات (بما ذلك نظم المعلومات الادارية).

أما المنظور الكلي: الذي يرى في تكنولوجيا المعلومات مظلة واسعة تشكل كلا" من نظم المعلومات وتقنيات معالجة البيانات والاتصالات والافراد والمنظمات وغيرها ، وبمعنى آخر يهتم المنظور الكلي بدراسة كل اشكال التكنولوجيا المستخدمة في تكوين وتبادل واستخدام المعلومات بأشكالها المختلفة (معلومات عن أنشطة ، المجال ، أصوات ، نصوص ، صور ، وسائل متعددة) الى غير ذلك من الاشكال والانماط ، وبالتالي تمثل تكنولوجيا المعلومات نطاقا" واسعا" من القدرات والمكونات للعناصر المتنوعة المستخدمة في تخزين ومعالجة وتوزيع المعلومات ، بالاضافة الى دورها في عملية خلق المعرفة(٣). وتميل الباحثة الى تبني المنظور الكلي لتكنولوجيا المعلومات كونها ليست غاية في حد ذاتها وانما هي وسائل (TOOLS) تستخدمها نظم المعلومات (ويضمنها نظم المعلومات الادارية) ضمن اطار توليفية متكاملة ومتراپطة لدعم الادارة والاعمال.

ويرى اخرون متخصصون في تقنية المعلومات انه اختصاص واسع يهتم بالتقنية ونواحيها المتعلقة بمعالجة وادارة المعلومات خاصة في المنظمات الكبيرة وبشكل خاص ، كونها تتعامل مع الحواسيب الالكترونية وبرامجيات الحاسوب للتحويل وتخزين وحماية ومعالجة المعلومات وايضا" نقل واستعادة المعلومات ولهذا السبب يدعى غالبا" اخصائيو الحواسيب والحوسبة (بأخصائية تقنية المعلومات) وهو القسم الذي يهتم بتقنيات التشغيل والبرامجيات في شركة معينة يدعى قسم المعلومات ومن الاسماء التي تطلق على هذا القسم ايضا" قسم خدمات المعلومات (I.S) او مزود الخدمة للمنظمة (M.S.P). (٤)

٢ - ابعاد تكنولوجيا المعلومات:

تتضمن تكنولوجيا المعلومات ثلاثة ابعاد رئيسية (٥).

الاول:- منظومات حاسوبية Computer Systems

الثاني:- شبكات حاسوبية Communication vet works

الثالث:- المعرفة بالتكنولوجيا (Know – How)

تمثل هذه التكنولوجيا توليفة من المكونات الثلاثية الابعاد كما في الشكل التالي.:



شكل رقم (١) (مكونات وابعاد تكنولوجيا المعلومات)

يتوضح لنا أن الاستخدام الكفوء لتوليفة تكنولوجيا المعلومات يؤدي الى انتاج معلومات ذات قيمة مضافة وفي الوقت الحقيقي وبطريقة تحقق للمنظمة الميزة التنافسية والذكاء التنافسي لهذا فأن الاشكالية التي تواجه المنشآت الاقتصادية ليس في نقص او عدم وجود ادوات ونظم تكنولوجيا المعلومات وانما في ضعف استثمار وموارد وقدرات هذه التكنولوجيا التي تتطلب ادارة ديناميكية فاعلة تفهم طبيعة ونوع التعاضد المتكامل لمكونات ومنظومات تكنولوجيا المعلومات وطريقة استخدامها في أنشطة وعمليات المنشأة. وعندما يتم توظيف استخدام تكنولوجيا المعلومات في المنشأة ضمن إطار منظومة متكاملة للمعلومات تصبح هذه التكنولوجيا نظاماً للعمل يتكامل مع نظم العمل (Work Systems) في المنشأة، وبالتالي فأن لتكنولوجيا المعلومات تأثيراً "جوهرياً" مباشراً على تدفق العمل وحجم القوى العاملة ، وانماط واتجاهات الاستثمار في الوقت الذي تعتبر تكنولوجيا المعلومات استثماراً "رأسالياً" في حد ذاته.

ولذلك ما تحتاجه ادارات المنظمات الحديثة هو العمل على بناء استراتيجيات اعمال جديدة ، ونماذج جديدة تتعامل مع تحديات وتصميم واستخدام تكنولوجيا المعلومات التي تقوم بخلق علاقات جديدة واساليب تعمل مبتكرة في داخل المنظمة ومع الاطراف والجهات المستفيدة في بيئة الاعمال (٦) .

ثانياً : مفهوم التنمية السياحية وابعادها :

- ١- مفهوم التنمية السياحية : للتنمية السياحية مفاهيم متعددة تعكس وجهة نظر والزاوية التي يعتقدونها المفكرون والباحثون في المجال السياحي سنذكر بعض الآراء في مفهوم التنمية السياحية.
- ٢- هي تنمية مكونات المنتج السياحي وبوجه خاص في اطاره الحضري والطبيعي أي بمعنى آخر تنمية الموارد السياحية الطبيعية والحضارية ضمن مجموع الموارد السياحية المتاحة(٧).
- ٣- هي عملية التكامل الطبيعي والوظيفي يبين عدد من العناصر الطبيعية الموجودة في المنطقة والمرافق العامة التي يتحكم وجودها كأساس لأقامة الاستثمارات السياحية وكذلك مجموعة الأنشطة التنظيمية(٨).
- ٤- هي عملية تهدف الى الاسهام في زيادة الدخل القومي وزيادة الدخل الفردي الحقيقي ودرجات متفاوتة من خلال دفع المتغيرات السياحية في المجتمع للنمو بأسرع من معدل النمو الطبيعي(٩).
- أذن من المهم تكون التنمية السياحية جزء لا يتجزء من التنمية الوطنية الشاملة ولذلك يجب ان تتضمن نفس مقوماتها من أجل تحقيق اهدافها المرسومة ولذلك يمكن القول بأن التنمية السياحية هي (قيام الدول ذات الامكانيات السياحية بدفع المتغيرات السياحية لديها باتجاه النمو بمعدلات أعلى من اجل تحقيق اهداف التنمية الوطنية الشاملة.
- ٢- أبعاد التنمية السياحية: وللتنمية السياحية في الدول النامية لها ابعاد رئيسية وهي(10) .
- ١- احداث تغيير بنائي في هيكل القطاع السياحي وما يتبع ذلك من تغيير في شكل ونوع المنتج السياحي لمسايرة الركب العالمي في الطلب السياحي.
- ب- تحقيق معدلات نمو سريعة وعالية كل سنة تفوق معدلات النمو التي يمكن ان تتحقق في ظل الظروف العادية، بحيث تتمكن البلاد من خلال فترة محددة من تحسين المركز النسبي للقطاع السياحي او تعديل نصيبها من حركة السياحة العالمية.
- ج- استراتيجيه واقعية تتبثق من الاوضاع الاقتصادية السائدة وكذلك من الاهداف المطلوب تحقيقها. وهناك عدة عوامل تحدد وضع هكذا استراتيجية مثل (توفير الخبرة الفنية خاصة لطبقة المديرين والمنظمين والفنيين ولواضعي الخطط وتنفيذها وادارة المشروعات السياحية، وكذلك دراسة طبيعة الاسواق الحالية والمتملة ، ومشروعات التمويل ومدى مساهمة القطاع العام والقطاع الخاص والقطاع الحكومي ، وتوفير المناخ الاقتصادي والاجتماعي والمستوى الثقافي كون التقاليد والثقافة عنصر هام تتأثر به برامج التنمية).
- مما تقدم يوضح لنا أهمية توفر عناصر وابعاد التنمية السياحية ومدى ادراك القائمون على ادارة القطاع السياحي لأهمية هذه الابعاد والايمان بأن الاهتمام بدراستها والتخطيط لها بما يتناسب مع ظروف بلدانهم وامكانياتهم السياحية يتطلب بذل جهود جبارة في مجال توفير قاعدة البيانات والمعلومات والاستفادة من تكنولوجيا معلومات حديثة وملائمة لظروف وطبيعة العمل السياحي في كل بلد مما يجعل المعلومات ذو قيمة اقتصادية يستفاد منها المخططون والادارة العليا في اتخاذ القرار المناسب ورسم السياسة السياحية الواقعية والسليمة وهذا ما نحاول ان نؤكد في دراستنا المتواضعة هذه.

المبحث الثاني بيئة العمل السياحي وأهم تطبيقات تكنولوجيا المعلومات

لاشك ان التطورات التكنولوجية المتلاحقة تؤثر بشكل مباشر على بيئة العمل السياحي والفندقي، ما لم تتساير الوحدات العاملة في القطاع تلك التطورات فإن قدرتها التنافسية سوف تتأثر كثيرا" ولذلك سنوضح خصائص بيئة العمل السياحي أولا" ثم نتناول أهم التطبيقات.

أولا" خصائص بيئة العمل السياحي

العمل السياحي والفندقي يؤثر ويتأثر بالبيئة الداخلية والخارجية المحيطة للمنظمة السياحية أو الفندقية ، ونلاحظ العوامل التي تعكس البيئة الداخلية للمنظمة السياحية تستطيع الادارة التحكم بها والتأثير عليها (كجهاز رسمي للسياحة ، او فندق او وكالة سفرالخ) من ناحية مستوى الخدمات المقدمة أو اسعارها او التغيير في بعض استراتيجيتها المتبعة لتحقيق اهدافها وغيرها، ولكن فيما يخص البيئة الخارجية المحيطة بالمنظمة السياحية هناك متغيرات تؤثر على سير اعمالها وتنفيذ خططها لا تستطيع الادارة التحكم بها فالبعض منها (اقتصادية أو سياسية ، او اجتماعية وحتى تكنولوجية) أي يجب ان تتكيف مع هذه العوامل وتأخذها بالحسبان عند التخطيط لانشطتها وفعاليتها المختلفة وتنفيذها والا ستكون غير مواكبة للتطوير الحاصل في مجالات الحياة المختلفة والتي تعتبر المنظمة أو المؤسسة السياحية جزء منها باعتبارها نظام فرعي داخل نظام أكبر هو المجتمع والبيئة المحيطة به وستكون مخرجاتها بعيدة عن واقع المجتمع المحيط بها وستجد صعوبة في تنفيذ خططها وبالتالي في تحقيق اهدافها.

حيث يسود عالم السياحة بيئة تنافسية حادة تفرض تحديات على منظمات الاعمال السياحية اذا ارادت الاستمرار والنجاح وعادة تتصف البيئة السياحية بأربعة خصائص اساسية يشار اليها بـ Four DS وهي(١١):-

- ١- المصاعب Difficults
- ٢- الخطر Dangerous
- ٣- سرعة الحركة Dynamic
- ٤- التنوع Diverse

هذه الخصائص تؤكد عدم وجود نمط واحد او حدود ساكنة للعمل السياحي بسبب:-

- أ- أن الطلب السياحي يتميز بالتجديد والتنوع والمرونة العالية وخاصة" على مستوى التأثيرات الخارجية (أضطرابات سياسية او استقرار سياسي) تغيرات في سعر الصرف ، أو حتى تغيرات مناخية غير متوقعة أو قرارات الدول المتعلقة بالرقابة على النقد وحتى التطور التقني.... وغيرها).
- ب- ان المنتجات السياحية تتكامل مع بعضها فلو أنخفض مستوى السلعة او الخدمة (في الفنادق ، المطاعم ، شركات النقل ، الاجراءات الكمركيةالخ) أنخفض التدفق السياحي وتأثرت العناصر التي تسهم في تقديم المنتج السياحي) فصناعة السياحة صناعة متكاملة وتعمل هنا كنظام يتكون من مجموعة اجزاء وفاعلية النظام الكلي تظهر بكفاءة وفاعلية النظام الكلي تظهر بكفاءة وفاعلية الاجزاء المكونة للكل. أذن البيئة التي تعمل بها المنظمة السياحية تتصف بالتجديد والتنوع والمخاطر والتحديات غير المحدودة والتغيرات التي

تضفي صفة الدنياميكية على الأنشطة والفعاليات التي تمارسها هذه المنظمات وفقدانها لأية صفة من هذه الصفات يجعل الوحدات العاملة ضمن هذه المنظمات فاشلة في تحقيق اهدافها وبعيدة عن الواقع وتصبح منتجاتها التي هي بمثابة مخرجاتها النهائية لاتبني احتياجات المجتمع من السلعة او الخدمة السياحية بالرغم من العنصر الرئيس لصناعة السياحة والفنادق هو " السائح " والذي هو مستهلك بحث للمنتج السياحي ، من هنا تظهر أهمية اعتماد الادارة السياحية والفندقية نظام معلومات حديثة ومتكامل لتلبني احتياجات ورغبات السواح المتجددة والمتعددة والمتنوعة ولتواجه التحديات من المنظمات المنافسة والعاملة في المجال السياحي على المستوى المحلي او القومي او العالمي.

ثانياً : تطبيقات تكنولوجيا المعلومات في العمل السياحي والفندقي

التطور السريع في معالجة البيانات والتطور التكنولوجي في مجال نقل المعلومات ساعدت على سرعة نقل البيانات عبر العالم بتكاليف منخفضة وتعتبر التطورات في وسائل الاتصالات المتعددة (Multimedia) واحدة من أهم التطورات في التسعينات وهكذا فأن لأية مؤسسة فرصة في وجود شبكة كمبيوتر تحقق العديد من العمليات والانجازات مثل اجراء الحسابات والمعالجات المختلفة للمعلومات (Information Processing) عند اتصالها بأجهزة الكمبيوتر الاخرى من خلال اتصالات المعلومات يمكن ان تصل بنظم الحجز وتوفير خدمات البريد الالكتروني (E-mail) وشبكة الانترنت (Internet) وكذلك من خلال الاتصالات بأجهزة الاعلام الاخرى فأنه يمكن خدمات الفيديو وبرامج (السوفت وير) وعند أعلى مستوى من التطور والتحديث والوصول للحقائق مثل الفيديو تحت الطلب (Vidio on demand) . وفيديوالمؤتمرات (Vidio-conferencing) و (Vidio-shopping) من خلالها تجعل مهمة اختيار السلعة او الخدمة او امكانية حجز تذاكر الطيران من أي مكان وفي أي مكان في العالم.

وهنا نؤكد على أن تطبيق تكنولوجيا أكثر تقدماً يؤثر على عمل المؤسسة السياحية والفندقية من خلال نقطتين رئيسيتين:-

النقطة الاولى : امكانية تخفيض تكاليف المنتج السياحي في السلع و الخدمات السياحية والفندقية في هذه المؤسسات.

النقطة الثانية: امكانية فتح اسواق جديدة وتوفير ميزات تنافسية تجعل هذه المؤسسات منفردة في تقديمها سواء بأسلوب تقديم الخدمة او باتباع سياسة تسعير مميزة او حتى تقديم منتجات جديدة.

ولتحقيق هاتين النقطتين يمكن للمؤسسة السياحية والفندقية من مسايرة التطورات المتسارعة ومتابعة أي تحديث يطرأ في مجال اجهزة الحاسوب في معالجة البيانات او توفير طاقات اكثر في نقل وتبادل المعلومات في العالم من خلال شبكة المعلومات (Internet) فمثلاً فيما يخص:-

أولاً : تقنية الفنادق :- تتميز الفنادق بتبويب الاعمال التي تقوم بها الاشراف على الخدمات التي يحتاجها النزلاء والرقابة على انتاج الاطعمة وبيع المشروبات وغيرها من السلع الاستهلاكية ، وادارة العاملين في مختلف الاقسام التي يشملها كل فندق كبير ، وتنظيم عمليات الحجز والتسجيل فيما يتعلق بالنزلاء ووضع الاسس التي تتبني عليها

حساباتهم ، وتحديد القواعد في تنظيم اعمال الصندوق من حيث المقبوضات والمدفوعات ، اضافة الى الاعمال الخاصة بالمحافظة على نظافة الغرف المختلفة والرقابة على جميع المرافق التي تتطلبها هذه الغرف كي تبقى في حالة جيدة من حيث الانارة والتدفئة والتهوية والصيانة، وغير ذلك من الاعمال المحاسبية والاحصائية التي يتطلبها التعامل مع مختلف فئات التجار وموردي المواد والوكالات وكذلك دفع الاجور والمرتببات... الخ فأستخدام الكمبيوتر في ادخال وتسجيل وتخزين وتحليل وتحديث واسترجاع البيانات الخاصة بتنفيذ كل هذه الاعمال المختلفة لانها تعكس صورة جيدة للنزلاء والعملاء حيث لايتعرضون للاجراءات الروتينية المزعجة ، اضافة الى استخدام النظام الآلي في عدة اعمال فندقية مثل نظام ادارة المبنى وتوفير خدمات التسجيل الاوتوماتيكي بدل قسم الاستقبال، والاكثر اهمية فيما يخص صناعة المؤتمرات في الفنادق الكبرى التي اصبحت تعتمد بشكل كبير جدا" على تكنولوجيا المعلومات المتعددة (١٢). من خلال الاتصال بالكمبيوتر لتنظيم المناقشات بأستخدام شبكات الفيديو وعقد المؤتمرات عن بعد فنجد الاجهزة المتميزة وتظهر امكانية الاتصال بين أكثر من خمسمائة شخص على خط اتصال واحد، دون ان يتأثر جودة الصوت كما يستطيع الشخص الذي يقوم بتشغيل الجهاز بتقسيم عدد كبير من الاشخاص الى مجموعات صغيرة في حالة عقد مناقشات حرة أو عزل بعض المشاركين في مجموعة مستقلة لتحديد دورهم في الاستماع فقط، هذا بالطبع اضافة الى استخدام تكنولوجيا الاجهزة السمعية والبصرية المتطورة واجهزة العرض الرقمية التي تعمل بأشعة الليزر بحيث تتحول قاعة الاجتماعات بالكامل الى شاشة عرض كما في مركز كندي بواشنطن (١٣). وبدأت مجموعة فنادق الهيلتون على سبيل المثال نظام المؤتمرات بالفيديو في قاعات المؤتمرات الرئيسية ، وفي دراسة ميدانية ظهر بأن (٣٦%) من مبيعات الغرف خصصت لاجراءات المؤتمرات . و التكنولوجيا المتقدمة في عقد المؤتمرات عن بعد أدت الى الغاء نفقات الطيران والفنادق وتجاوز بعد المسافة والمكان وتصبح أكثر مرونة في المستقبل(١٤)..

ثانياً : فيما يخص وكالات السياحة والمكاتب السياحية: بالتأكيد تأثرت كثيرا" بالتغيرات التكنولوجية وخاصة في نظم الحجز الآلي وقطع التذاكر وتنظيم وتنفيذ الرحلات السياحية الى أقصى العالم والتي أعطت العديد من الميزات التنافسية وكذلك شركات الطيران العالمية. أعتمدت نظم الحجز الآلي وحققت الكثير من الازياح كما في شركات الطيران الامريكية ، واكثر من ذلك استخدام الموصلات الالكترونية (Modems) من خلال ربط اجهزة الكمبيوتر الشخصية بالشركات القومية العالمية الامر الذي يهدد وكالات السفر والذي جعل معظم وكالات السفر العالمية تستخدم على الاقل واحد من مراكز الحجز المركزية لغرض حجز تذاكر السفر أو تأجير السيارات او الإقامة وتوفر هذه التقنيات اعادة الحجز في الفنادق او التعامل مع مشكلة تأخير رحلات الطيران. أو صعوبة الاتصال بالمكاتب السياحية الاخرى في العالم في اطار تبادل المعلومات عن اعمال المكاتب السياحية والترويج لانشطتها ونشر اصداراتها وبرامجها السياحية الشاملة كما ويمكن ادارة المناقشات والحوارات الالكترونية ونقل الرسائل الصوتية وتبادل الرسائل النصية لحظيا عن طريق البريد الالكتروني.

ثالثاً : فيما يخص تجارة الاعمال الالكترونية (السياحة الالكترونية) تعتبر شبكة الانترنت هي اكبر تقدم تكنولوجي منذ اختراع آلة الطباعة قبل ٥٠٠ عام كونها خلقت نوعاً من الانفجار الهائل في اهتمام الناس واصحاب الاعمال ليس له نظير في مسار العلم والتكنولوجيا هذا الانفجار في استخدام شبكة الانترنت ادى الى ظهور نماذج جديدة من الاعمال لم تكن معروفة في السابق مثل نماذج أعمال الشركات (E- Trade, Sehweb, Yahoo, Google , Amazon . com). وغيرها من الشركات الصناعية الكبرى مثل (G. M. Ford, GE) (١٥) . قد بدأت بوضع خطط لانشاء اسواق افتراضية لها على شبكة المعلومات العالمية، وكذلك كبرى الشركات السياحية أعادت التفكير في الكيفية التي تدار بها الاعمال والتسويق لمنتجاتها السياحية عبر الانترنت من خلال قدرة تنافسية وبشكل فاعل مع الشركات الموجودة على الشبكة أم غير موجودة ؟ في إطار التجارة الالكترونية حيث تصبح الاعمال عالمية وان كانت في اطار السياحة تختلف طبيعية وخصوصية المنتج السياحي وعلاقته بالمستهلك (السائح) عن علاقة أي منتج آخر مع مستهلكه كون السياحة قطاع محوره الاساس (الانسان) استهلاكاً وانتاجاً وسلوكاً أي هو المحور المركزي في العلاقة بين مصدر الانتاج ومصدر الاستهلاك، الا أن السياحة الالكترونية تعمل على زيادة قدرة الدول والشركات والمؤسسات السياحية على تنظيم عمل السفر والسياحة عبر الانترنت من خلال برامج التسويق السياحي على النت ، لذلك أنشأت وبرزت مواقع واتحادات في هذا المجال كما في موقع الاتحاد الدولي للسياحة الالكترونية (الايوتي). ولاول مرة في الشرق الاوسط والعالم بشراكة اوروبية وعربية (السعودية، فرنسية، اسبانية، ايطالية، ومصرية) وبرعاية العديد من منظمات السياحة العالمية وكان الموقع باللغة الانكليزية وهو [www. euoti. net](http://www.euoti.net) وتعتبر اول مرجعية لكل دول العالم والعاملين بالسياحة والتسويق السياحي عبر الانترنت وقد اختيرت مصر لتكون مقراً رئيسياً للاتحاد ومن المؤمل ان يتضمن ١٢ لغة مختلفة أخرى وهو يعتبر تحالف دولي يقدم احداث وافضل الاستشارات في هذا المجال واتاحة فرص تبادل الخبرات بين الاعضاء من خلال اصدار مجلة ربع سنوية بعدة لغات وتنظيم رحلات تسويقية وتعليمية لأعضاء الاتحاد والعمل على إيجاد حلول عالمية لمشاكل صناعة السياحة الالكترونية من خلال ما هو متعلق بصناعة السياحة يتم من خلال خلق مكان للمنافسة العادلة بين الاعضاء لضمان زيادة حجم المبيعات السياحية عبر الانترنت وتوفير الاموال المنفقة على العروض السياحية والبرامج التسويقية(١٦).

وهناك دراسات عالمية في هذا الخصوص واهمها دراسة اتحاد صناعة السفر الامريكى(TIA) يؤكد أن المواطن الامريكى يستخدم الانترنت للحصول على خدمة سفر وسياحة تتوزع على مختلف فروع لانشطة السياحية وكما يلي(١٧):-

٨٤% شراء تذاكر الطيران.

٧٨% حصول على حجز فنادق.

٥٩% تأجير سيارات.

٣٣% شراء تذاكر الترفيه.

١٨% لزيارة المتاحف .

١٧% لشراء رحلة مرزومة (شاملة).

٨% شراء تذاكر جولات بحرية .

مما يزيد المبيعات في قطاع الاعمال للسفر والسياحية عن طريق الانترنت من (١٨) بليون دولار عام ٢٠٠٠ الى ٦٣ بليون دولار عام ٢٠٠٦. وأن الانترنت اصبح المصدر رقم واحد للحصول على معلومات لقضاء الاجازة او التخطيط لرحلة وكما في النسب التالية:-

٢٦% عن طريق الانترنت.

٢٢% عن طريق وكالات السفر والسياحة.

١١% عن طريق الدليل السياحي.

١٠% عن طريق الصحف والمجلات....

أذن السياحة الالكترونية هي أحدث بوابة لتكنولوجيا التسويق عبر الانترنت تجعل من العالم قرية كونية صغيرة فالمعلومات تتدفق من خلالها متجاوزة الحدود الجغرافية وقيود المكان.

المبحث الثالث علاقة تكنولوجيا المعلومات بأهداف القطاع السياحي

يؤكد الكثير من علماء الاقتصاد على أن الوضع السيء لاقتصاديات معظم الدول النامية قد يزداد سوءاً اذا ما أستمر اهمال قطاع المعلومات فيها حيث تساعدنا المعلومات على الاستفادة في المعرفة المتاحة. وعلى تحسين الانشطة التي تقوم بها وعلى اتخاذ القرارات بطريقة أفضل في كل القطاعات وعلى كل المستويات(١٨).

وفي قطاع السياحي نقطة البدء للقائم بالتخطيط السياحي وعلى مستوى الدولة هي تحديد (الاهداف العامة) طويلة الامد أو قصيرة الامد للقطاع السياحي ككل ولأن الهدف العام للقطاع السياحي هو بالاساس هدف مشتق من اهداف الخطة العامة للدولة خلال فترة زمنية معينة اي يجب الربط بين اهداف القطاع السياحي مع اهداف الدولة على مستوى الاقتصاد القومي ، وبعدها يأتي حصر الموارد والمغريات السياحية الحالية والمتوقعة ، ثم تحديد مساهمة كل نشاط سياحي فرعي في تحقيق معدل النمو المستهدف (فنادق ، وكالات سفر ، شركات نقلالخ) ثم تخصيص الموارد المالية والبشرية المتاحة للاستخدامات البديلة لكل فروع القطاع السياحي وتحديد الاساليب والطرق الانشطة اللازمة مع وضع برامج زمنية لتحقيق معدل النمو المستهدف في ضوء المتغيرات الموقفية الخاصة بالبيئة الداخلية والخارجية للقطاع السياحي وما يستلزم هذا من قرارات وخطط فرعية وسياسات..... الخ بالإضافة الى قياس ناتج الانجاز بصفة مستمرة ولا يتم كل ذلك الامر الا من خلال نظام متطور ومتكامل للمعلومات التي تحمل العديد من المشكلات التي تواجه المنظمة السياحية في اداء وظائفها الادارية في التخطيط والتوجيه والرقابة وتنفيذ استراتيجياتها الخاصة بالمنتج والسوق وغيرها(١٩).

أذن مما تقدم يؤكد لنا حاجة القطاع السياحي الى تكنولوجيا المعلومات ونظم المعلومات المتكاملة من أعلى المستويات الادارية والتنظيمية الى أصغر وحدة اقتصادية سياحية تساهم في تقديم السلعة أو الخدمة السياحية للمستهلكين (السياح) وكما سنوضحه بالفقرتين التاليتين :

الاولى: نوضح أهم المتغيرات ولظروف التي تجعل حاجة القطاع السياحي وكفاءة مستوياته الادارية والتنظيمية والتنفيذية ضرورة وملحة الى تكنولوجيا ونظم المعلومات لتحقيق اهدافه من التنمية السياحية والتي هي جزء لا يتجزء من التنمية الوطنية الشاملة.

والثانية: من خلال التركيز على أن النظام السياحي (الكلي) وعلاقته بالانظمة المرتبطة به والمكونة له وكيف تلعب تكنولوجيا ونظم المعلومات دوراً في تحقيق اهداف النظام الكلي والانظمة الفرعية.

أولاً: تظهر حاجة القطاع السياحي وبكافة مستوياته الى تكنولوجيا المعلومات ونظم المعلومات لتحقيق اهدافه من خلال بعض المتغيرات والظروف التالية (٢٠):-

١- تعدد المتغيرات البيئية المؤثرة على المنظمة السياحية سواء كانت عوامل ومتغيرات داخلية او خارجية سبق الحديث عنها ، مما يتحتم على المنظمة السياحية ضرورة الاستجابة لمتطلبات توفير المعلومات عن فعاليات وانشطة هذه المنظمات واستخدام التقنية الحديثة لاغراض التخطيط والمتابعة والرقابة والتنسيق وتوفير الاحصاءات المتكاملة على فروع القطاع السياحي على المستوى القومي.

٢- تنامي الطلب السياحي محلياً ودولياً يلزم المنظمات والمنشآت السياحية بتقديم المنتجات السياحية الجديدة والخدمات المتنوعة والمتميزة وتنويع مصادر السواح المتعددة كما "ونوعاً" على أفضل مستوى واكثر جودة مما يجعل المنظمة السياحية تضع اهدافاً وسياسات وانشطة مناسبة لمواجهة هذا النمو المتزايد في الطلب السياحي حيث يصبح نظم المعلومات وتوفير قاعدة البيانات الدقيقة حاجة ملحة وضرورية.

٣- زيادة قوة المنافسة في السوق السياحية والفندقية المحلية والدولية والرغبة في الحصول على افضل حصة في السوق السياحية والحفاظ على هذه النسبة من خلال اعتماد اسلوب وتقنية نظم معلومات جيدة وملائمة.

٤- توسيع حجم المشروعات السياحية والوحدات العاملة ضمن القطاع السياحي مما يجعل عملية التخطيط والتنظيم والتوظيف والرقابة والتنسيق ومتابعة تنفيذ الخطط للمشروعات دون وجود شبكة معلومات ونظم اتصالات فعالة عملية معقدة جداً وهذه النقطة تسحبنا الى نقطة مهمة تالية.

٥- توسع حجم المشروعات السياحية وتكاملها مثل (مجموعة السلاسل الفندقية العالمية الضخمة وشركات الخطوط الجوية) وانشاء المجمعات والمدن السياحية المتكاملة الضخمة وانشاء وكالات السفر والمكاتب السياحية في داخل البلاد وخارجها ومراكز الاعلام والارشاد السياحي وغيرها تؤدي الى تعدد الهياكل التنظيمية في هذه المؤسسات والمشروعات والاجهزة المختلفة واتساع نطاق الاشراف على كافة الفروع والمستويات الادارية فيها تظهر الحاجة الملحة لشبكة المعلومات وتقنية وسائل الاتصالات التي تجعل العلاقة ممكنة ومباشرة بين مواقع التنفيذ والادارة.

٦- نتيجة توسع أعمال أنشطة المنظمات السياحية سيكون هناك نمو متزايد في اعداد القوى العاملة وبمستويات مهارية مختلفة سواء على مستوى الجهاز الرسمي للسياحة في البلاد (وزارة، هيئة، مجلس) أو المنشآت السياحية والفندقية المختلفة (فندق ، وكالات سفر ، شركات نقل ، مطاعم ، ... الخ) وهذا يتطلب قاعدة بيان وتقنية معلومات متكاملة كما "ونوعاً" لادارة وتنظيم وتخطيط القوى العاملة في هذه المنظمات المختلفة.

٧- التطور السريع في تقنية المعلومات الذي يجعل ادارة المشروعات السياحية لا يمكن ان تغفل التطور التكنولوجي في مجال المعلومات واعتماده في اتخاذ القرارات المتاحة لحل المشكلات والتحديات التي تواجهها في ظل المنافسة الشديدة في السوق السياحية المحلية والعالمية لتقلل من فرص الخطأ وتهديدات المخاطر في البيئة الخارجية.

ثانياً : النظام السياحي والانظمة الفرعية المرتبطة به (20)

لأن النظام الكلي السياحي (كأي نظام) يتكون من أجزاء عبارة عن انظمة فرعية مرتبطة مع بعضها بعلاقات داخلية وتبادلية فيما بينها ، فنتج كميات من المعلومات على مدى التنظيم الكلي ويستقبل كل نظام فرعي، ويعالج ويختار ويرسل مجموعة من المعلومات الى النظم الفرعية يتم باسلوب مرتب ومنظم من أجل الوصول الى اداء فعال للنظام الكلي ويحقق اهدافه المرسومة كما في الشكل (٢) والانظمة الفرعية للنظام السياحي الشامل الذي يمثل الوظائف والانشطة التي تمارسها المنشأة السياحية كأى منشأة أخرى وعلاقة النظام الكلي التبادلية بالبيئة المحيطة به والتي ترتبط بالمتغيرات البيئية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والتكنولوجية وحتى السياسية والتي تؤثر على اداء واهداف النظام السياحي الكلي وكما يلي:

أ-النظام الفرعي للتسويق والمبيعات :- يتضمن مدخلات هذا النظام جميع المعلومات التي تتعلق بأعمال الادارة التسويقية في المنظمة السياحية والمرتبطة بجميع الانشطة الخاصة بزيادة المبيعات السياحية والفندقية وتحليل الايرادات والمبيعات وتحليل السوق السياحي والفندقي للتعرف على الزبائن الحاليين والمرتبين والمنشآت المنافسة والتخطيط للتسويق طويل وقصير الامد من أجل تحقيق اهداف الادارة التسويقية في فتح اسواق جديدة ومنافذ توزيع جديدة وتقديم منتج متميز يزيد من قدرة المنظمة التنافسية وغيرها من البيانات الدقيقة والصحيحة لكي تتمكن من ادارة المنظمة من أن تضع اهدافها قريبة للواقع السياحي المحلي والدولي.

ب- النظام الفرعي للانتاج :-والذي يهتم بالتخطيط للمنتج السياحي والفندقي من خلال تزويد النظام الكلي والانظمة الفرعية الاخرى بمعلومات عن المواصفات المنتج الذي تقدمه المنظمة السياحية ومستوى الخدمة وهيكل الاسعار وبيانات تفصيلية عن الانشطة والخدمات والتسهيلات المقدمة (غرف للمبيت ، وجبات طعام ، حفلات ، مؤتمرات ، رحلات ، لقاءات وندوات... الخ) ويساعد نظام المعلومات الفرعي على تقديم كافة البيانات اللازمة لنظام الانتاج الفرعي لاعداد وتنفيذ كافة البيانات اللازمة لنظام الانتاج الفرعي لاعداد وتنفيذ خطته المستقبلية.

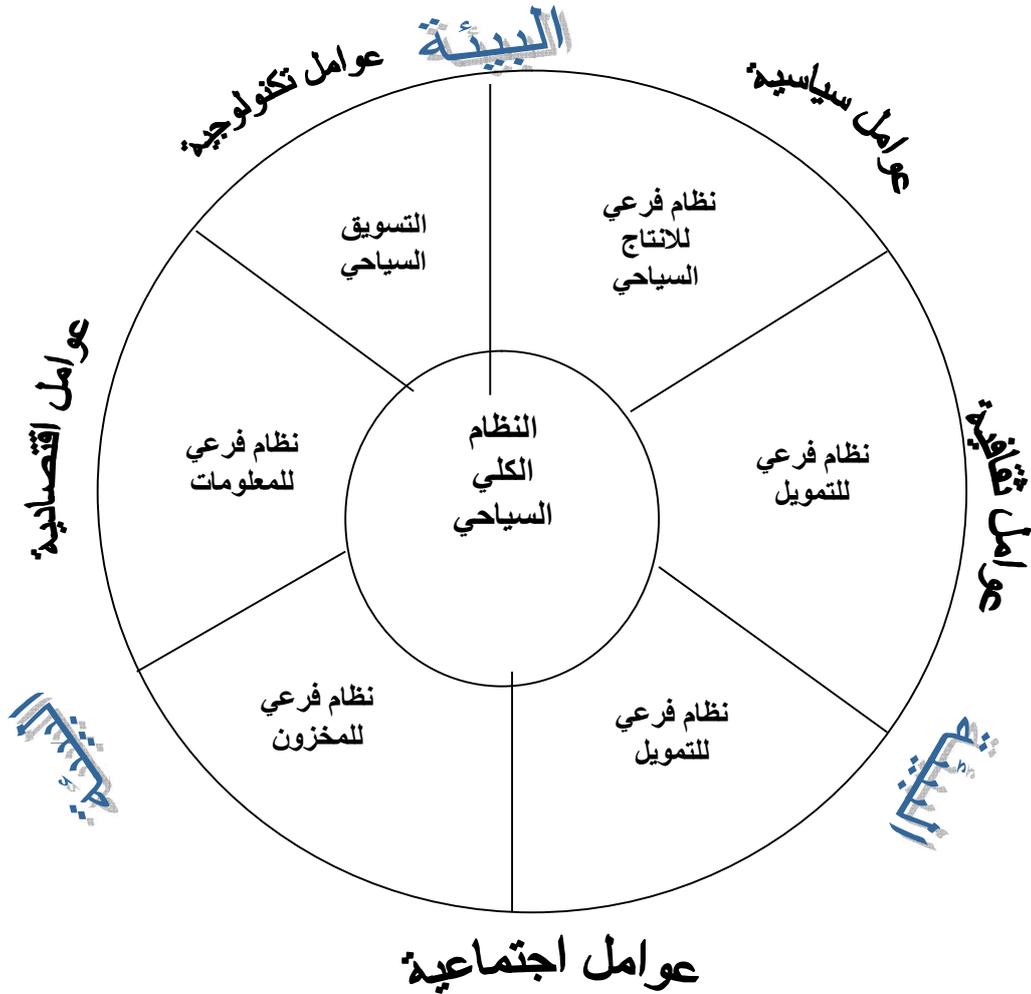
ج- النظام الفرعي للافراد (ادارة الموارد البشرية):- يتمثل بتوفر جميع البيانات عن تدريب الافراد (العاملين ، وموظفيهم ، والترقيات ، وحفظ ملفات العاملين ، توصيف الوظائف ومعدلات دورات العمل وتحليل وتقييم نتائج التدريب ومدى الاستفادة منه...الخ

د- النظام الفرعي للتمويل :- ويشمل البيانات اللازمة لتوفير الاحتياجات المالية لسير عمل المنظمة بالشكل الامثل للفترة القادمة بأقل تكلفة ممكنة وبأقل هدر ، وأكبر عائد ممكن من خلال توفير البيانات عن امكانية المنظمة المالية المتاحة ، والمتوقع توفيرها مستقبلاً".

هـ- النظام الفرعي للمخزون : مدخلات هذا النظام عبارة عن بيانات اعداد وانواع الاصناف المخزونة، وخاصة" المنشآت الفندقية الكبرى ومعدلات دوران المواد المخزونة وتدفق انسيابها بين الوحدات الانتاجية والخدمية داخل المنظمة الفندقية واوامر الصرف.....الخ.

و- النظام الفرعي للمعلومات :- مدخلات هذا النظام اضافة الى الالات والمعدات الحديثة مثل انظمة الكمبيوتر المختلفة والميكروفلوم هو توفر العاملين المدربين على استخدام التقنية الحديثة بهدف توفير المعلومات اللازمة

لجميع النظم الفرعية الاخرى السابقة وكذلك للادارة العليا للمنظمة السياحية للاستفادة منها في اتخاذ القرار المناسب لتحقيق اهدافها المرسومة وبالتالي اهداف النظام الكلي السياحي.



الشكل رقم (٢) النظام السياحي والانظمة الفرعية المرتبطة به والبيئة

المبحث الرابع

جدوى استخدام تكنولوجيا المعلومات في قطاع الاعمال السياحي العربي والمحلي ومقترحات مستقبلية تعتبر القدرة التكنولوجية المتوفرة لمجتمع ما، المصدر الحقيقي للثروة فيه ، الركيزة الرئيسية التي تأخذ بيد هذا المجتمع نحو التقدم والرقي، فهناك دول تحتل مركز الصدارة لمخزونها من الثروات الطبيعية والارصدة المالية ، وهناك دول أخرى تأتي في الصدارة من حيث تعداد البشر ، ومع ذلك تجيء هذه الدول في مؤخرة ركب الحضارة ، في حين اجتازت دول أخرى حاجز التخلف بأعتمادها على قدرتها الذاتية وطاقتها العلمية والتكنولوجية، ولأن العلم

والتكنولوجيا والانتاج مكونات ثلاث تؤثر وتتأثر مباشرة" وكلية بسياسات وخطط التنمية، فالعلم هو اساس التكنولوجيا ، والتكنولوجيا هي الركيزة الاساسية للانتاج ، والانتاج هو عصب التنمية(٢٢).

مما تقدم يحتم علينا دراسة ما هي مزايا وفوائد استخدام تكنولوجيا المعلومات في تنمية القطاع السياحي وهل هناك محددات تؤثر على هذه العلاقة من خلال فقرتين:-

الاولى:- أهم فوائد استخدامات تكنولوجيا المعلومات في العمل السياحي.

الثانية:- اعتبارات اساسية لاهتمام قطاع السياحي العربي بتكنولوجيا المعلومات.

أولاً: أهم فوائد استخدام تكنولوجيا المعلومات في القطاع السياحي:-

١- زيادة كفاءة وتحكم الادارة المسؤولة عن تخطيط وتنظيم ورقابة وتنسيق اعمال القطاع السياحي على مستوى الدولة من جهة وانشطة وفاعليات المؤسسات السياحية والفندقية العاملة في البلاد من جهة أخرى بحيث تشعر الادارة (بكافة المستويات) بقدرتها على التخطيط العلمي السليم وان تحقيق السيطرة والرقابة الفعالة على العمليات والانشطة السياحية المختلفة وبالتالي الى تحقيق اهدافها المرسومة.

٢- تحسين المنتج السياحي والارتقاء بمستوى الخدمات المقدمة وزيادة القدرة التنافسية للادارة السياحية من خلال تحديث البيانات والاستجابة الفورية للتغيرات السريعة في متطلبات السوق السياحية المحلية والعالمية.

٣- زيادة كفاءة استخدام موارد الانتاج السياحي المتاحة (الافراد العاملين، الآلات والمعدات ، المنشآت المختلفة ، رأس المال المستثمرالخ) بحيث يؤدي الى خفض التكاليف الكلية وبالتالي زيادة في إيرادات المنشآت السياحية والفندقية ويقلل من الخسائر أو الخطأ سواء في مجال تقديم المعلومات لمراكز اتخاذ القرار في المنظمة السياحية او في مجال تقديم الخدمات والمنتج السياحي (مثل برمجة المبيعات والمشتریات، برمجة انتاج الاطعمة في الفندق ، برمجة نظام دفع الاجور والحوافز ، برمجة حسابات العملاء ، عمليات واجراءات تسجيل النزلاء لتقليل وقت انتظارهم وحتى برمجة الرحلات على الخطوط الجوية(٢٣).....الخ

٤- رفع الروح المعنوية للعاملين في قطاع الاعمال السياحية من خلال تحقيق اهدافهم وتوافقها مع اهداف الادارة عن طريق توفر نظم معلومات ونظم اتصالات جيدة يؤدي الى استغلال افضل لمهارات العاملين ورفع كفاءتهم الانتاجية وبالتالي خلق جو عمل صحي والعمل كفريق واحد داخل المنظمة.

ثانياً- أعتبارات أساسية لاهتمام قطاع الاعمال السياحي العربي بتكنولوجيا المعلومات:-

مما تقدم يتبين لنا مدى أهمية ادراك القائمون على ادارة القطاع السياحي لفقدان الكثير من المنافع والفوائد التي بالامكان الاستفادة منها عن طريق متابعة التطورات السريعة لتكنولوجيا المعلومات وحسن الاختيار للانظمة المعلوماتية الملائمة لظروف صناعة السياحة في البلدان العربية تؤثر على سير قطاع الاعمال السياحي بالاتجاه الصحيح نحو تحقيق اهداف القطاع السياحي المرسومة. ولذلك باتت أغلب الاجهزة السياحية العربية بشكل عام واجهزة السياحة العراقية (بشكل خاص) امام تحدي كبير لمدى استفادتها من التقنية الحديثة لقطاع المعلومات في مجال معالجة وتبادل المعلومات وذلك للاعتبارات الآتية على مستوى العربي عموماً:-

١- أن أغلب نظم المعلومات في اجهزة السياحة العربية غير قادرة على تلبية احتياجات متخذي القرارات واعداد الخطط ورسم السياسات المختلفة لكل أنشطة القطاع السياحي وعلى كافة المستويات، إضافة الى عدم التنسيق وتبادل المعلومات بين اجهزة السياحة الرسمية العربية (وزارة ، هيئة ، مجلس ،.....الخ) وبين الوحدات العاملة لديها في القطاع السياحي والفندقي (فنادق، وكالات سفر، شركات النقل السياحي ، مكاتب سياحية داخلية وخارجية.....الخ) ولذلك تأتي القرارات والخطط غير فعالة وبعيدة عن الواقع.

ويظهر هذا الخلل واضحا" في برامج التسويق السياحي وخطط الترويج السياحي في بعض الدول العربية عموما" والعراق خصوصا"، والنتيجة انخفاض حصتها من السوق السياحي العالمي كما تؤكد احصائيات منظمة السياحة العالمية (W.T.O)(٢٤) تدني حصة دول الشرق الاوسط ومنها الدول العربية الى ٣,٣% من حصة السوق السياحي العالمي لعام ٢٠٠١ وحصة العراق من حصة سوق الشرق الاوسط ما يقارب ١,٥% وحصة السوق العراقي من العالم ٠,٠٥% وهي نسب متدنية جدا" لانتناسب مع ماتملكه الدول العربية ومن ضمنها العراق من مقومات سياحية وامكانيات متاحة فريدة من نوعها احيانا" ويظهر هذا الخلل على سبيل المثال في صورة ضياع العديد من الفرص التسويقية للسياحة الوطنية المتاحة والنتائج عن قصور عملية تقديم المعلومات الكافية والشاملة للسائح الاجنبي والعربي والمحلي من خلال المنافذ التسويقية للمنتج السياحي إضافة الى استخدام وسائل تقليدية للترويج للدول الاجنبية ونفوت الفرص للاهتمام بكيفية الاستفادة من فوائد تكنولوجيا نظم المعلومات التي يمكن تحقيقها لتطوير وتنمية القطاع السياحي ومن خلال دراسة التحليل الكلي لتوقعات التكاليف مقابل الفوائد المتحققة في تلبية احتياجات القائمون على ادارة قطاع الاعمال السياحي في الدول العربية.

٢- أفعال أهمية توفير ادارة نظم معلومات على مستوى اجهزة السياحة الرسمية العربية قادرة على تحليل مخرجات نظم المعلومات الفرعية وحسن استخدامها في التخطيط والرقابة واتخاذ القرارات بالسرعة والدقة المطلوبة واتقان استخدام الاجهزة الحديثة كالحاسب الالكتروني وربطه بنظم المعلومات خاصة" وان اعتماد التقنية الحديثة او الاساليب الكمية المتقدمة والقائمة على اساس العلوم الاحصائية والرياضية وبحوث العمليات والاقتصاد القياسي ليس هي غاية بحد ذاتها وانما هي وسيلة لتحقيق اهداف الادارة وتقديم البدائل لحل المشكلات التي تواجهها خلال مسيرة عملها السياحي وهذه تعتبر من محددات استخدام تكنولوجيا المعلومات في ادارة المنظمات عامة" وادارة المنظمة السياحية خاصة" ، إضافة الى تكاليفها الباهضة في توفير الالات واجهزة الكمبيوتر الحديثة وربطها بنظم المعلومات الادارية وتوفير العنصر البشري المدرب والمؤهل على استخدامها بالشكل الذي يجعل عملية الاستفادة من المعلومات ذو قيمة اقتصادية من ناحية مدى ملائمتها ونوعيتها وتحديثها واستخدامها بالوقت المناسب.

٣- غياب العديد من المعايير الموحدة لقياس الاداء بفروع النشاط السياحي على مستوى اجهزة السياحة العربية (ومن ضمنها العراق) وان كانت بعض الدول العربية تبذل جهودا" واضحه للوصول الى مستوى افضل لقياس فعالية وكفاءة النظام السياحي - كما في(مصر وتونس)وعلى كافة المستويات الحكومية وغير الحكومية ذات العلاقة بالقطاع السياحي في مجال توفير المعلومات عن المتغيرات السياحية المهمة مثل ((التطور الكمي والنوعي للسياح وحسب دوافعهم، معدل فترة بقائهم، معدل انفاقهم اليومي ،الليالي السياحية ، القيمة المضافة للدخل السياحي ،

تطور اعداد العاملين كما" ونوعا" وحسب تصنيفهم المهاري ومدى اتصالهم بالقطاع السياحي كعمالة مباشرة او غير مباشرة"، تتبع التطور الكمي والنوعي لمخرجات التعليم والتدريب السياحي ، الاسواق السياحية المستهدفة (الثانوية والرئيسية) وحصتها من السوق السياحي العالمي وصافي النقد الاجنبي من حركة السفر والسياحة ، اضافة الى جهود رسمية وغير رسمية تبذل في سبيل نشر الدراسات والابحاث العلمية للباحثين والمهتمين بقضايا السياحة لبلدانهم.

ثالثا:- اعتبارات اساسية على المستوى المحلي :- اضافة الى النقاط الثلاث المذكورة في الفقرة السابقة ، هناك نقاط واعتبارات خاصة بظروف القطاع السياحي العراقي في مجال قطاع المعلومات والتي تعكس اهمية ادراك القيادات الادارية للقطاع السياحي لتكنولوجيا ونظم المعلومات الملائم لظروف العمل السياحي في العراق وبالشكل الذي يسهم في تحقيق اهداف التنمية السياحية اسرع من الطبيعي وكالاتي:

١- تعدد الجهات التي توفر البيانات والمعلومات والاحصاءات الخاصة بالنشاط السياحي في العراق وبدون اعتماد تصنيف موحد للمعلومات السياحية كافة سواء على مستوى هيئة السياحة (دائرة التخطيط والمتابعة ، مركز المعلومات السياحي) أو على مستوى وزارة التخطيط والتعاون الانمائي ، الجهاز المركزي للاحصاء والذي يقدم مسح أحصائي عن النشاط الفندقي ومجمعات الايواء السياحي فقط.

٢- مركز المعلومات السياحي في هيئة السياحة العراقية دون مستوى الطموح كونه غير مؤهل فنيا" وتقنيا" لتوفيره قاعدة" البيانات المنشودة والتي تعكس مؤشرات تطور حركة السياحة العراقية من كل جوانبه بسبب ضعف مدخلاته كمركز المعلومات سواء من ناحية التقنية المستخدمة او من ناحية الكادر العامل الغير متخصص في تقنية الحاسوب والبرمجة ومعالجة البيانات بكفاءة وفاعلية بحيث عدد العاملين(٢٥). من هم اختصاص في علوم الحاسبات ٥ فقط من مجموع العاملين في المركز ٣٥ علما" بأن ٢٨ على الملاك الدائم، و٧ عقود مؤقتة وهناك اختلاف واضح في بيانات المركز والصادرة من دائرة التخطيط والمتابعة في نفس الهيئة ، واصبحت مخرجات المركز ليست ذو قيمة ولاتلبي احتياجات اصحاب القرار ولا الباحثين المتخصصين في قضايا السياحة العراقية وهذا يظهر واضحا" في النشرة المعلوماتية الاحصائية نصف السنوية التي يصدرها المركز الموسومة بـ (الموثق السياحي).

٣- انعدام التنسيق بين هيئة السياحة ووزارة التخطيط والتعاون الانمائي ، الجهاز المركزي للاحصاء ، حيث يعمل كل على انفراد وليس له علاقة الواحد بالآخر ، وبالتالي مخرجاتهم من المعلومات مختلفة تماما" علما" بأن المجموعة الاحصائية السنوية التي تصدرها وزارة التخطيط ونشره مسح الفنادق ومجمعات الايواء السياحي تخصص بالنشاط الفندقي فقط وليس النشاط السياحي الكلي في العراق وتنقصها الكثير من البيانات الضرورية كالمؤشرات الاقتصادية التي توضح مساهمة القطاع السياحي في الاقتصاد العراقي مثل احتساب الدخل السياحي في الاقتصاد العراقي والقيمة المضافة ومعدل الانفاق السياحي ومعدل بقاء السياح ومؤشرات عن الاستثمار السياحي وحتى على مستوى السياحة الخارجية والسياحة الداخلية أيضا" التي ترصده حركة السياح المواطنين بين المحافظات(٢٦).أضافة الى ان الجهاز المركزي للاحصاء يدمج قطاع السياحة مع

(قطاع تجارة الجملة والمفرد والفنادق والمطاعم) مما يخفي مساهمة القطاع السياحي العراقي بشكل مستقل في تحقيق النمو الاقتصادي في العراق.

٤- ضعف التنسيق بين دوائر السياحة في المحافظات وهيئة السياحة او وزارة السياحة العراقية في بغداد في مجال انسياب وتدفق البيانات الخاصة بالنشاط السياحي والفندقي بسبب عدم توفر آلية عمل واضحة بين الطرفين فيما يخص توفر نظم المعلومات السياحية وكذلك عدم توفر الكادر المتخصص والمدرّب بتقنيته ونظم المعلومات في دوائر السياحة في المحافظات مما يظهر واضحا عدم توفر قاعدة البيانات التي تعكس كفاءة وفعالية النشاط السياحي في كل محافظة وذات الكلام ينطبق على ممثلي القطاع الخاص السياحي كالمنظمات المهنية مثل رابطة الفنادق والمطاعم ورابطة شركات السفر والسياحة في بغداد وانعدام ممثليها في المحافظات.

اذن بناء على تحليلنا لما تقدم لمتغيرات وظروف العمل السياحي وحاجته لتكنولوجيه معلومات ملائمه تلبي متطلبات التنميه السياحيه في ظل ادراك الاداره السياحيه لمنافع ومزايا استخدامها مما يجعلنا نقبل فرضيه البحث كونها تتلائم مع التحليل المنطقي للعلاقه ولذلك اظهرت الاعتبارات الخاصه لقطاع الاعمال السياحي العربي والمحلي ضعف علاقته في ظل غياب التخطيط والتنسيق والتكامل في اداره المعلومات وضياح الفرص التسويقيه والاستثماريه..

رابعاً: مقترحات مستقبلية على المستوى العربي والمحلي

أ- مقترح شبكة معلومات قومية عربية موحدة لتنمية الاستثمار السياحي العربي لان القطاع السياحي جزء لا يتجزء من القطاعات الاقتصادية في كل مجتمع فهو يتكامل ويؤثر ويتأثر بها ، وبالتالي هناك علاقات تبادلية بين القطاع السياحي وغيره من القطاعات تزيد أو تقل حسب درجة نموه ودرجة الاعتماد المتبادل بينه وبين القطاعات الأخرى، وكلما كانت المعلومات والاحصاءات المتوفرة عن القطاع السياحي والقطاعات الأخرى معبرة عن حقيقة النمو الذي حدث في الماضي والحاضر تكون تقديرات المسؤولين عن التخطيط للمستقبل من الواقع وممكنة التنفيذ .

ومن المعروف للباحثين في مجال السياحة ان الاحصاءات في معظم البلدان النامية عموماً والبلدان العربية خصوصاً قليلة ومحدودة ان لم تكن معدومة في مجالات مختلفة، وان توفرت تكون محدودة القيمة وبالتالي نقص المعلومات والاحصاءات السياحية تعد مشكلة فعلية على مستوى اجهزة السياحة العربية اضافة الى ضعف تبادل المعلومات السياحية بين البلدان العربية وعدم اعتماد مؤشرات قياس موحدة للمتغيرات السياحية كما بينا سابقاً وهذا يتطلب جهوداً جبارة على المستوى العربي لتوفير نظم معلومات متكاملة مستفيدين من التطور التقني الهائل في مجال قطاع المعلومات. ولذلك اقترح تصميم شبكة معلومات قومية عربية خاصة لتنمية الاستثمار السياحي العربي والاسباب الموجبة للمقترح:

لأهمية قرارات الاستثمارات السياحية في تنشيط السياحة وزيادة حجم التدفق السياحي الى المنطقة العربية ولتحقيق التكامل السياحي العربي والاستفادة من مزاياه خاصة في مجال الاستثمار السياحي لم يعد قاصراً على الاستثمار الوطني فقط سواء كمنظمة سياحية رسمية حكومية او هيئات غير حكومية ولكن اصبحت المساهمة

العربية لابد منها لتحقيق اهداف مشتركة في مجال التنمية السياحية والاستخدام الامثل للموارد السياحية العربية المتنوعة (البشرية ، المادية، المالية).علما" بأن فريق من الاقتصاديين اكدوا انه من بين ثمانية اجراءات اساسية لتحقيق جوا" ايجابيا" للاستثمار في الهياكل الارتكازية في القطاع السياحي هو خلق قاعدة بيانات ومراكز نظم معلومات خاصة" بالاستثمار السياحي(٢٧).

ولذلك تظهر اهمية الشبكة في ظل نقص المعلومات وغياب الصورة السياحية بين البلدان العربية من جهة وبين البلدان الاجنبية من جهة أخرى إضافة الى أسواق المنافسة المفتوحة على السوق السياحية العربية كل ذلك يجعل مقترحنا طموح نأمل تحقيقه في المستقبل القريب بأذن الله .

* أهداف الشبكة المقترحة

١- انسياب وتدفق البيانات والمعلومات السياحية الشاملة بين الدول العربية من خلال تطوير وسائل الاتصال مما يمكن للمستثمر العربي الحصول على كل ما تحتاجه من بيانات دون الانتقال الى الدول الاخرى اي اختزال للوقت والجهد والتكلفة .

٢- تعظيم الاستفادة من نظم المعلومات المتاحة في بعض الدول العربية " كمصر وتونس " والتي لها باع طويل في العمل السياحي من خلال تدعيم العلاقات المتبادلة على المستوى العربي في مجال نقل وتبادل المعلومات.

٣- تطوير وتدعيم الامكانيات المتاحة من أنظمة وتقنية حديثة وبرمجيات ونظم اتصالات حديثة تتناسب مع احتياجات المستثمرين العرب في المجال السياحي.

٤- تطوير خدمات المعلومات محليا" وعربيا" من خلال تقديم المعلومات الفنية والاستشارية وتوفير الدراسات والبحوث المختلفة والمتعلقة بتنمية وتشجيع الاستثمار السياحي.

٥- توحيد النظم والمعايير والمقاييس الخاصة بعمليات تسجيل وتخزين ومعالجة واسترجاع ونشر وتبادل الوثائق المتعلقة بأنشطة الشبكة وتقديمها بصورة موحدة مما يعظم من استفادة المستثمرين في إتخاذ قراراتهم الاستثمارية.

٦- توفير البناء التنظيمي المناسب والقادر على تجميع المعلومات من مصادرها الاصلية ومعالجتها وتهيئتها للاستخدام من قبل المستثمرين من خلال انسيابها وانتقالها بين الدول العربية من خلال الشبكة للاستفادة منها.

* قاعدة البيانات وانواع البيانات المقترحة التي تتضمنها الشبكة القومية العربية:-

أبتداء" يمكن تعريف قاعدة البيانات " بأنها مجموعة متكاملة من الملفات تحتوي بيانات مرتبطة منطقيا" ، ومسجلة بأسلوب يخفض من تكرارها ويسهل من معالجتها " .

وقاعدة البيانات التي سنذكرها تضم مجموعة من الملفات على شكل بيانات متعلقة بتنمية الاستثمار السياحي العربي وكالاتي:-

١- فرص الاستثمار السياحي المتاحة بكل دولة عربية على مستوى فروع النشاط السياحي (منشآت اقامة فنادق وقرى ومدن سياحية " منشآت الطعام والشراب ، شركات سفر وسياحة ، مؤسسات النقل السياحي بأنواعه البري والبحري والجوي، ومؤسسات تسويقية ترويجية لتعريف المنتج السياحي في كل دولة عربية..... الخ .

٢- القوانين والتشريعات الخاصة بالاستثمار السياحي لكل دولة عربية.

٣- انواع الضرائب المفروضة على المشاريع السياحية (الوطنية، العربية، الاجنبية) ويتضمن الاعفاءات الضريبية والقوانين الجمركية للاستيراد والتصدير الخاصة بالقطاع السياحي.

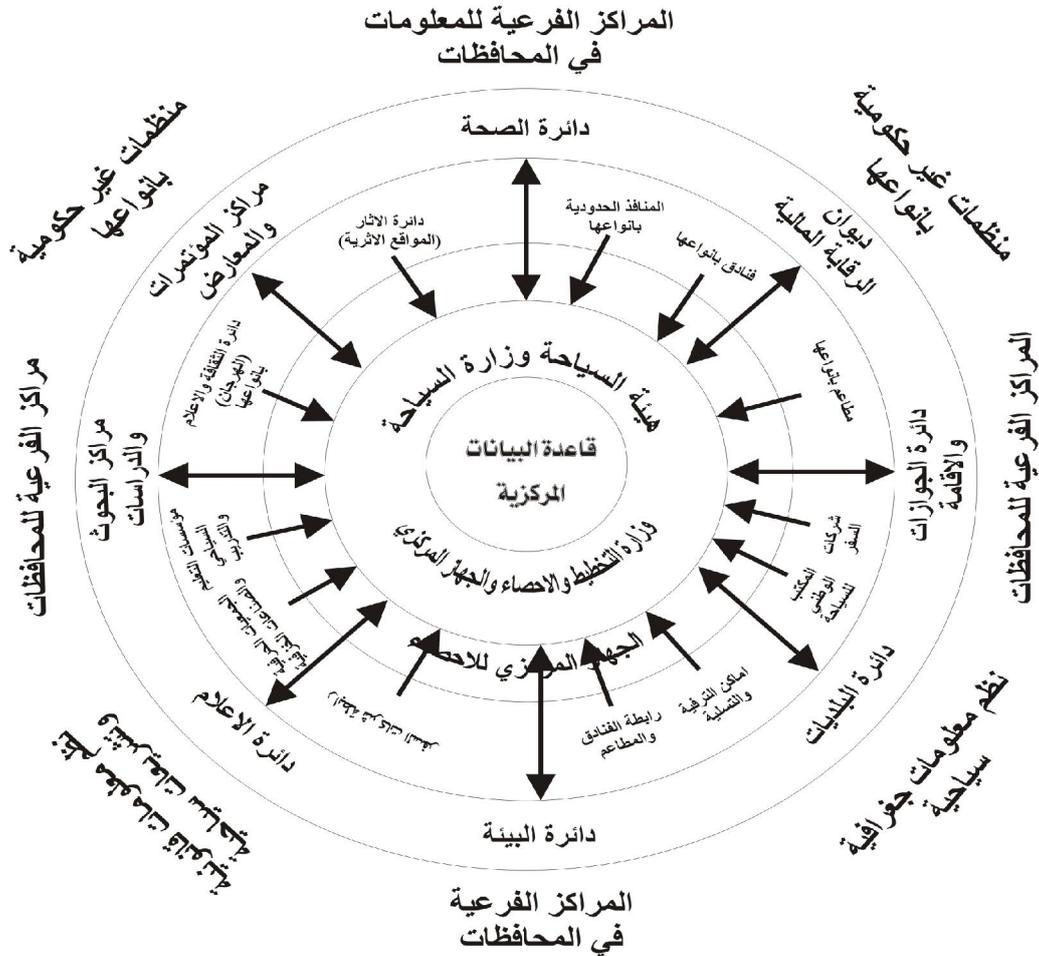
- ٤- الجهة المعنية بالاستثمار السياحي لكل دولة عربية (قطاع عام ، قطاع خاص ، مختلط وحكومة وافراد وشركات) تتضمن نشاطات ومجالات استثماراتهم ونوع المشروعات السياحية.
- ٥- قانون العمل والتأمينات الخاصة بالاستثمار السياحي ومايتضمنه من تعليمات ولوائح معمول بها في مجال الاستثمار السياحي لكل دولة.
- ٦- هيئات ومكاتب البحوث والتطوير والمكاتب الاستشارية المختصة بدراسات الجدوى الاقتصادية للمشاريع السياحية لكل دولة.
- ٧- الجهات المعنية بالرقابة المالية والمحاسبية المتخصصة في الاستثمار السياحي.
- ٨- الجهة المعنية بمنح الاجازات والترخيص لمشروعات الاستثمار السياحي العربي.
- ٩- أهم الفرص الاستثمارية المراد تميمتها لندرتها ، وحتى الفرص المتوفرة التي يمكن تحقيق التعاون والتكامل السياحي العربي في اطارها مستقبلا"
- ١٠ قاعدة بيانات اساسية توضح مساهمة الدول في معدل النمو السياحي العربي على سبيل المثال.:
- أ- الفنادق ، والغرف الاسرة وتوزيعها جغرافيا" ومحليا" وحسب تصنيفاتها.
- ب- القوى العاملة المتخصصة سياحيا" وغير المتخصصة العاملة في القطاع السياحي وتوزيعها جغرافيا" ومحليا" وحسب المستوى المهاري ومصادر الحصول عليها (جامعات ، معاهد، مراكز تدريبية سياحية وفندقية).
- ج- توفر البنية الاساسية في المنطقة او الاقليم السياحي المراد تنمية الاستثمار فيه (شبكات الاتصالات والمواصلات والمياه والكهرباء والصرف الصحي والتسهيلات الاخرى).
- د- امكانية التمويل المحلي للمشروعات السياحية(بنوك متخصصة وبنوك تجارية، مجموعات شركات استثمارية حكومية او خاصة وغيرهما).
- وعلى كل الادارات السياحية العربية المساهمة في الشبكة المقترحة ان تقوم بتحديث قواعد بياناتها بصورة مستمرة وتحليلها من خلال تطوير نظم معلوماتها في الاجهزة السياحية الرسمية لكل دولة وعلى مستوى الوحدات العاملة في القطاع السياحي ، مما يقتضي توفر بنوك للمعلومات على كافة المستويات ترتبط مع بعضها في الداخل مكونة جهاز قومي للمعلومات السياحية يغذي ويرتبط بالشبكة العربية المقترحة وامكانية ارتباطها بشبكة الانترنت الدولية للاستفادة من خدماتها في هذا المجال على غرار بعض الدول الصناعية التي تعتمد اجهزة قومية متقدمة للمعلومات مثلا" دول غرب اوربا لديها (٢٠ الف) بنك معلومات ترتبط من خلال شبكات قومية للمعلومات في هذه الدول.

ب- اما على المستوى المحلي

أقترح انشاء مركز للمعلومات سياحي عراقي بالتعاون بين هيئة السياحة او وزارة السياحة العراقية ووزارة التخطيط والتعاون الانمائي / الجهاز المركزي للاحصاء مقره في وزارة السياحة / بغداد ، يهدف الى خلق قاعدة بيانات مركزية (Central Data Base) تعتمد على تدفق البيانات من كل الجهات ذات العلاقة المباشرة وغير المباشرة بالقطاع السياحي والفندقي في العراق يشمل القطاع العام والقطاع الخاص والمختلط ، ويرتبط بمراكز معلوماتية فرعية في كل محافظات العراق (الشمالية والوسطى والجنوبية). وهذا العمل يتطلب تعاون وتنسيق مستمر من أجل خلق قاعدة البيانات المركزية يجعل من المركز انجازا" حضاريا" يستقطب اهتمام كل المهتمين بالسياحة العراقية محليا" ودوليا" وان يكون للمركز موقع على شبكة الانترنت بأسم (www. iTIC.net)

Iraqi Tourist Information Center

والشكل رقم (٣) يوضح علاقة وارتباط مركز المعلومات السياحي العراقي بباقي الاطراف ذات العلاقة المباشرة وغير المباشرة بالقطاع السياحي العراقي من جهة وارتباطه بالمراكز الفرعية في محافظات العراق كافة من جهة أخرى لكي يضمن تدفق البيانات والمعلومات الى المركز الرئيسي ويوضح خطوط الارتباط مع المركز الرئيسي كالآتي:-



الشكل رقم (٣) مخطط لمركز المعلومات السياحي في العراق وارتباطاته الفرعية

← ارتباطاته مع المراكز ذات العلاقة المباشرة بالسياحة

↔ ارتباطاته مع المراكز ذات العلاقة غير المباشرة بالسياحة

اولاً: الخط الاول ويمثل تدفق البيانات من المؤسسات ذات العلاقة المباشرة بالقطاع السياحي

- ١- الفنادق ومجمعات الايواء السياحي بأنواعها.
- ٢- المطاعم بأنواعها.
- ٣- شركات ووكالات السفر والسياحة.
- ٤- المنافذ الحدودية بأنواعها البرية والبحرية والجوية وحركة المطارات.
- ٥- المكتب الوطني للسياحة (أنواع البرامج السياحية).
- ٦- شركات النقل بأنواعها.
- ٧- أماكن الترفيه والتسلية من (سينما ، مقاهي ، العاب ، كازينوهات) وحسب عائديتها
- ٨- مؤسسات التعليم السياحي والتدريب السياحي (جامعات ،معاهد ،مدارس فندقية).
- ٩- رابطة الفنادق والمطاعم.
- ١٠- رابطة شركات السفر والسياحة.
- ١١- جمعيات الحرف اليدوية والصناعات الفولكلورية.
- ١٢- دائرة الآثار (المواقع الاثرية بأنواعها).
- ١٣- دائرة الثقافة والاعلام (المهرجانات بأنواعها).

ثانياً: الخط الثاني : ويتمثل بالمؤسسات ذات العلاقة غير المباشرة بالقطاع السياحي

- ١- دائرة الجوازات والاقامة
 - ٢- دائرة البيئة
 - ٣- دائرة الصحة
 - ٤- دائرة البلديات
 - ٥- وزارة الاعلام
 - ٦- ديوان الرقابة المالية
 - ٧- مراكز المؤتمرات والمعارض
 - ٨- مراكز البحوث والدراسات المتخصصة
- ثالثاً: الخط الثالث: ويتمثل بأرتباطه بالمراكز الفرعية للمعلومات السياحية في محافظات العراق الشمالية والوسطى والجنوبية كافة وخلال لجان السياحة الفرعية في كل محافظة وكذلك تزويد المركز الرئيسي بمعلومات جغرافية سياحية ومعلومات قانونية وتشريعات سياحية خاصة" بالاستثمار السياحي او اجراءات المغادرة والدخول (التأشيرة) وغيرها واي نشاطات لمنظمات محلية غير حكومية تقدم المعلومة السياحيه (الدعاية والاعلان والصحف والاذاعة المحلية).

- ولكي يحقق مقترح مركز المعلومات السياحي العراقي (ITIC) كفاءة ونجاح عند التطبيق بما يتلائم مع احتياجات القطاع تخطيطاً وتنظيماً وتسويقاً" يجب الاخذ بنظر الاعتبار مايلي:-
- ١- اختيار امثل لانواع الانظمة الآلية والاجهزة ذات التقنية الحديثة التي تلائم طبيعة وامكانيات القطاع السياحي العراقي وتلبي احتياجاته ودراسة تكاليفه هذه التقنيات الحديثة مقابل الفوائد المتحققة منها.
 - ٢- توفير العنصر البشري والمهارات المدربة والمؤهلة لتشغيل هذه التقنيات الحديثة ولضمان حسن استخدامها عند معالجة البيانات واسترجاعها كمعلومات ذات قيمة أقتصادية تساعد الادارة العليا على اتخاذ القرار من خلال تعيين موظفين ذو اختصاص وخبرة في الحاسبات ونظم المعلومات ومشاركتهم في برامج تدريبية مكثفة داخل وخارج العراق ويمكن الاستفادة من تجارب الدول المتقدمة في هذا المجال وكذلك الاستفادة من الاتفاقيات مع منظمات واتحادات دولية تابعه لمنظمة الامم المتحدة.
 - ٣- التعاون والتنسيق بين مركز المعلومات السياحي العراقي في بغداد وبين المراكز الفرعية في المحافظات وكل الجهات ذات العلاقة المذكورة في المقترح وخاصة" الجهاز المركزي للاحصاء واعتماد استمارة مسح شاملة تحتوي على كافة البيانات التي تعكس كافة المتغيرات السياحية بشكل دقيق ومنظم وعلمي موحد.

الاستنتاجات والتوصيات

أولاً : الاستنتاجات

- ١- تنوع الاعمال السياحية والفندقية وتوسيع حجم المشروعات السياحية وتنامي الطلب السياحي المحلي والدولي وزيادة المنافسة الدولية تجعل استخدام التقنية الحديثة لتكنولوجيا المعلومات ضرورة لا بد منها لإدارة وتنمية القطاع السياحي للقيام بالأنشطة والفعاليات المختلفة ابتداءً من نظام الحجز الآلي والى برمجة وإدارة المؤتمرات والتسويق الإلكتروني... الخ.
- ٢- تطبيق تكنولوجيا أكثر تقدماً في منشآت قطاع الأعمال السياحية يخفض من تكاليف الخدمات والسلع التي تقدمها هذه المنشآت (فنادق ، وكالات سفر وشركات نقل سياحي ، خطوط طيران..... الخ).
- أضافة الى توفير منتجات وخدمات جديدة وفتح اسواق جديدة تحقق لها مزايا تنافسية لمواجهة متطلبات السوق السياحي المحلي والعالمي.
- ٣- اهمال قطاع نظم المعلومات على مستوى العمل السياحي العربي (سواء كجهاز رسمي او منشآت الاعمال السياحية والفندقية). بالرغم من أهمية نظم المعلومات كمرشد للنظام السياحي الكلي لأنه يزود جميع القطاعات وفروع النشاط السياحي بالمعلومات اللازمة وعلى كافة المستويات في مجال التخطيط والتنظيم والرقابة والتنسيق بالشكل الامثل.
- ٤- تفتقر أغلب اجهزة السياحة العربية عموماً والعراق خصوصاً الى ادارة نظم معلومات كفوءة قادرة على تحليل البيانات المتاحة والمحتمل توفرها لتنفيذ خططها السياحية المستقبلية (المعتمدة على توفر انظمة متطورة وضمان حسن استخدامها من قبل كادر متخصص ومدرب) اضافة الى ضعف التنسيق والتعاون على المستوى العربي في مجال نقل وتبادل المعلومات فيما بينها مما يقلل فرص التكامل السياحي العربي خاصة في قطاع المعلومات وهذا يفوت الفرصة على المنطقة العربية على تحقيق مزايا اقتصادياً وثقافية واجتماعية وبيئية اكبر في السوق السياحية العالمية.
- ٥- فيما يخص العراق يعتبر مركز المعلومات السياحي التابع الى هيئة السياحة العراقية دون مستوى الطموح ولايلبي احتياجات خطة التنمية السياحية في العراق ولضعف التنسيق بينه وبين اقسام الهيئة المسؤولة عن توفير البيانات هذا من جهة وبين لجان السياحة في المحافظات مما أثر على بعثرة الجهود في مجال المعلومات السياحية اضافة الى ضعف التعاون والتنسيق مع الجهاز المركزي للاحصاء التابع الى وزارة التخطيط ايضاً والكل يعمل بشكل منفرد عن الاخر ولايعتمد تصنيفاً موحداً للمعلومات في ظل غياب المهارات والكادر المتخصص في نظم المعلومات وبرمجتها مما يقلل من قدرات المركز في تحقيق اهدافه الذي انشأ من أجلها.

التوصيات :

- ١- تعبئة الجهود العربية من أجل تحقيق التكامل السياحي العربي في مجال نقل وتبادل المعلومات والاستفادة القصوى من تقنيات نظم المعلومات على اساس علمي وتحقيق نمو سياحي أمثل ومناسب لامكانيات الدولة العربية السياحية نطمح من تحقيق مقترحنا لشبكة المعلومات عربية موحدة في تنمية الاستثمار السياحي ويمكن تطبيقه في مجالات التخطيط للقوى العاملة والتسويق السياحي وربطها بشبكة الانترنت الدولية لتعريف العالم بالمزايا السياحية العربية وبرامجها المستقبلية في تحقيق التنمية السياحية.
- ٢- حسن اختيار انواع التقنية الحديثة الملائمة لظروف العمل السياحي في البلدان العربية وتوفير كوادر فنية مدربة قادرة على اتقان استخدامها للتقنية الحديثة وادارة وصيانة الموارد التكنولوجية في المؤسسات الحكومية في الدول العربية عموماً والعراق خصوصاً والاستفادة من تجارب الدول المتقدمة في هذا المجال وبرامج التدريب المقدمة من قبل المنظمات والاتحادات السياحية الدولية.
- ٣- العمل على انشاء جهاز قومي للمعلومات الشاملة لكل الوحدات الانتاجية والخدمية والقطاعية على مستوى الاقتصاد الوطني في الدول العربية يرتبط بكافة بنوك المعلومات المتخصصة داخل كل دولة لرفع كفاءة قطاع المعلومات للوحدات الاقتصادية عامة والوحدات العاملة في القطاع السياحي خاصة ليكون في خدمة العمليات الادارية في التخطيط والرقابة والمتابعة واتخاذ القرار في مختلف المجالات والمستويات الادارية. ويمكن انشاء مركز معلومات سياحي عربي على غرار مقترحنا لمركز المعلومات السياحي العراقي يكون تابع الى جهاز القومي للمعلومات المقترح.
- ٤- نقل تطبيقات تكنولوجيا المعلومات من المستوى التشغيلي الى المستوى الاستراتيجي لرفع قدرات القيادات السياحية العليا في التخطيط الاستراتيجي الذي يعزز من القدرة التنافسية لمؤسسات القطاع السياحي كافة واثّر ذلك على تفعيل المسؤولية ومكافحة الفساد وادارة المعرفة وتقريب المسافة مع الدول المتقدمة في مجال قطاع نظم المعلومات السياحية وهذه النقطة تحتسبنا الى توصية أهم .
- ٥- نوصي في وضع شرطاً عند تسمية او تعيين أي مدير أو مسؤول قسم في المؤسسات السياحية والفندقية بأن يكون على دراية واتقان تام بتكنولوجيا المعلومات من أجل تعميم ثقافة المعلومات واستثمار تكنولوجيا المعلومات في هذا القطاع الانتاجي المهم.

هوامش البحث

- ١- القدو ، د. رسلي جميل ، ياسين ، د. سعد غالب ، نموذج مقترح لدراسة تأثير تكنولوجيا المعلومات على الاستخدام الامثل للموارد في المنشأة، المجلة الاردنية للعلوم التطبيقية والعلوم الانسانية ، المجلد السادس ، العدد الاول ، عمان ، ٢٠٠٣، ص ٣١.
- ٢- ياسين ، د. سعد غالب ، أساسيات نظم المعلومات الادارية وتكنولوجيا المعلومات ، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان ، ٢٠٠٥ ، ص ٢٠ و ٢١ .
- 3- Sinn Same, A, Information Technology in Business Principles, Practices. And opportunities (NJ; Prentice Hall. Upper Saclde Pover). 2000., p10.
- 4-www . wikipedia . org
- ٥- القدو ، ياسين ، مصدر سابق ، ص ٣٨٧.
- ٦- ياسين ، د. سعد غالب ، مصدر سابق ، ص ٢٠ و ٢١.
- ٧- فاروق ، د. منى ، اسس تخطيط المراكز السياحية ، الكتاب السنوي للسياحة والفنادق ، منشأة المعارف بالاسكندرية، ١٩٨٨ ، ص ٢٥٣، عن موسوعة المجالس القومية المتخصصة، رئاسة جمهورية مصر العربية ، المجلد الخامس ، ١٩٧٤ – ١٩٨٩ ، ص ٢٣٧.
- ٨- سليم ، د. عبدالرحمن ، المفاهيم الاقتصادية والفنية للتنمية السياحية، مجلة البحوث السياحية، العدد ٦ ، جمهورية مصر العربية، ١٩٨٩، ص ٣٢.
- ٩- الروبي ، د. نبيل ، التخطيط السياحي ، مؤسسة الثقافة الجامعية، الاسكندرية، ١٩٨٧، ص ٩.
- ١٠- سليم ، د. عبد الرحمن ، مصدر سابق ، ص
- ١١- البنا، محمد ، اقتصاديات السياحة ووقت الفراغ ، مطابع الولاة الحديثة، القاهرة ، ١٩٩٨/١٩٩٩ ، ص ٦١.
- 12- Davidson, Rob, Tourism, Pitman Publishing, Second Edition London, 1993,P 73-74.
- 13- العزب ، د. تغريد خيري ، سياحة المؤتمرات ومستقبلها في مصر ن الكتاب السنوي للسياحة والفنادق ، نشر المعارف بالاسكندرية ، ١٩٩٨ ، ص ٢٤١
- 14- البنا ، محمد ، مصدر سابق ، ص ١١٠.
- 15- طه ، د. طارق ، ادارة الفنادق مدخل معاصر ، منشأة المعارف بالاسكندرية، ٢٠٠٠ ، ص ٥٠٥.
- ياسين ، د. سعد غالب ، مصدر سابق، ص ٣٨.
- 17- www . euoti . net
- 18- W.T.O E- Business for Tourism Destinations and Businesses, 2001, P 7-8.
- 19- ابو الخير، د. مكايي حمدي ، ادارة المكاتب بين ثورة الاتصالات ونظم المعلومات ، مكتبة عين الشمس ، القاهرة ، ١٩٩٨ ، ص ١٧.
- 20- ماهر ، د. احمد و ابو القحف ، د. عبد السلام ، تنظيم وادارة المنشآت السياحية والفندقية ، المكتب العربي الحديث ، الاسكندرية، ١٩٨٩ ، ص ٢٠٩.
- 21- ماهر ، د. احمد و ابو الفتح، د. عبد السلام ، مصدر سابق ص ٣٠٠.
- 22- انظر ذلك:-
- ياسين ، د. سعد غالب ، مصدر سابق ، ص ٧٨- ٨٨.

- طارق – د. طه ، مصدر سابق ، ص ٧١ و ص ٤٩١ .
- W.T.O : opcit, p136 , p194
- 23- ابو الخير ، د. مكاوي حمدي ، مصدر سابق ، ص ١٣ .
- 24- هيكل ، د. عبد العزيز فهمي ، الكمبيوتر وادارة الفنادق، دار الراتب الجامعية ، بيروت ، ١٩٨٦ ، ص ٩٣ ،
- 25- W.F.O. compendium of Tourism Statistic, 2002.
- 26- مركز المعلومات السياحي ، هيئة السياحة ، ٢٠١١ ،
- 27- الدباغ، اسماعيل محمد علي وعبد الرحمن ، اكرم ، الاحصاء السياحي في العراق – الاهمية والواقع والطموح – بحث مقدم الى مؤتمر كلية الادارة والاقتصاد ، الجامع المستنصرية ، بغداد ، ايار ، ٢٠١٠ ،
- 28- Tribe , John, The Economic of Recreation, Leisure and Tourism, third edition, great Britain, 2004.

المصادر

المصادر العربية

أولاً:- الكتب

- ١- البنا ، محمد ، اقتصاديات السياحة ووقت الفراغ ، مطابع الولاة الحديثة، القاهرة ، ١٩٩٨ ، ١٩٩٩ .
- ٢- الروبي ، د. نبيل ، التخطيط السياحي ، مؤسسة الثقافة الجامعية، الاسكندرية، ١٩٨٧ .
- ٣- ابو الخير، د. مكاوي حمدي ، ادارة المكاتب بين ثورة الاتصالات ونظم المعلومات ، مكتبة عين الشمس ، القاهرة ، ١٩٩٨ .
- ٤- طارق ، د. طه ، ادارة الفنادق مدخل معاصر ، منشأة المعارف بالاسكندرية، ٢٠٠٠ .
- ٥- هيكل ، د. عبد العزيز فهمي ، الكمبيوتر وادارة الفنادق ، دار الراتب الجامعية، بيروت ، ١٩٨٦ .
- ٦- ياسين ، د.سعد غالب ، اساسيات نظم المعلومات الادارية وتكنولوجيا المعلومات ، دار المناهج للنشر والتوزيع ، عمان ، ٢٠٠٥ .
- ٧- ماهر ، د.احمد وابو القحف ، د. عبد السلام ، تنظيم وادارة المنشآت السياحية والفندقية ، المكتب العربي الحديث ، الاسكندرية. ١٩٨٨ .

ثانياً : البحوث والدراسات

- ٨- الدباغ ، اسماعيل محمد علي وعبد الرحمن ، اكرم ، الاحصاء السياحي في العراق الاهمية والواقع والطموح – بحث مقدم الى مؤتمر كلية الادارة والاقتصاد ، الجامعة المستنصرية ، بغداد ، ٢٠١٠ .
- ٩- القدو ، د. رسلي جميل وياسين ، د. سعد غالب ، نموذج مقترح لدراسة تأثير تكنولوجيا المعلومات على الاستخدام الامثل للموارد في المنشأة ، المجلة الاردنية للعلوم التطبيقية والعلوم الانسانية المجلد السادس ، العدد الاول ، عمان ، ٢٠٠٣ .
- ١٠- العزب ، د. تغريد خيرى ، سياحة المؤتمرات ومستقبلها في مصر، الكتاب السنوي للسياحة والفنادق ، دار نشر المعارف ، الاسكندرية، ١٩٩٨ .
- ١١- فاروق ، د.منى ، أسس تخطيط المراكز السياحية ، الكتاب السنوي للسياحة والفنادق ، منشأة المعارف بالاسكندرية، ١٩٩٨ .

١٢-سليم ، عبد الرحمن ، المفاهيم الاقتصادية والفنية للتنمية السياحية، مجلة البحوث السياحية، العدد ٦، جمهورية مصر العربية، ١٩٨٩.

ثالثاً : السجلات الرسمية :-

١٣-هيئة السياحة ، مركز المعلومات السياحي ، ٢٠١١.

المصادر الاجنبية:-

اولاً : الكتب

14-Davidson, Rob, Tourism, Pitman Publishing, second Edition, London, 1993.

15- Tribe . John; "The Economics of Recreation, Leisure and Tourism", third edition, Great Britain, 2004.

16- James Sinn: Information Technology in Business Principles. Practices and opportunities, (NI : Prentice Hall Upper Saddle River).

17- W.T.O, E Business for Tourism practical Guidelines for Tourism Destinations and Businesses, 2001.

ثانياً : التقارير والدوريات

18- W.T.O ,compendium of Tourism statistics, 2002.

ثالثاً : مواقع الانترنت

19- www. wikipedia. Org

20- www . euoti . net