



مَجَلَّةُ الْمَحَسَنَةِ الْعِلْمِيَّةِ



مَجَلَّةُ الْمَحْكَمَةِ الْعِلْمِيَّةِ

الجزء الاول - المجلد السابع والخمسون
شبكة كتب الشيعة

بغداد

١٤٣١هـ - ٢٠١٠م



shiabooks.net

رابط بديل < mktba.net

دور تقنيات المعلومات في السياحة الإلكترونية؛

وإمكانية تطبيقها في العراق

يسرى صادق جلال

أستاذة مساعدة معهد الإدارة / الرصافة

الملخص:

السياحة من الأنشطة الإنسانية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والترفيهية وقد نشط السائحون والرحالة من الأزمان القديمة ... الى اليوم ، لقد تطورت السياحة في العالم وصارت صناعة كبيرة لها تأثير كبير على الاقتصاد المحلي والدولي.

عرضت الباحثة أثر شبكة المعلومات والإدارة الإلكترونية في العصر الرقمي على السياحة ، وعرضت عناصر السياحة الإلكترونية ومستلزماتها ، مثل :

توفر البنى التحتية للاتصال وتقنيات المعلومات والمضيفات والمزودات والخوادم ومحركات البحث للمؤسسات السياحية وعناصر الموقع الإلكتروني وتقويمه وخدمات المواقع الإلكترونية ودور معلومات موقع الويب ونظم المعلومات السياحية Tourist Information Systems (TIS) والدليل السياحي الإلكتروني والرزم السياحية والخرائط الإلكترونية ، فضلا عن واقع السياحة في العراق . اعتمدت الباحثة في بحثها على الأدوات الآتية :

- أدبيات صناعة السياحة واقتصادها والمواقع الإلكترونية وعناصرها
- والسياحة الإلكترونية في الكتب والشبكة المعلومات والتعرف على

مواقع السياحة الإلكترونية العالمية والعربية ، وأدبيات واقع صناعة
السياحة في العراق .

• الإستبانة ، للعاملين في القطاع السياحي في العراق .

• مقابلة مديري الهيئة العامة للسياحة .

عرضت الباحثة مشكلة صناعة السياحة في العراق [وكغيره من
القطاعات] فقد تدهورت في العقود الثلاثة الماضية ، وأهمية تحديث ادوات
العمل لتعايش النشاط السياحي العالمي وتتفاعل معه في العصر الرقمي .

أوصت الباحثة بادخال السياحة الإلكترونية لتفعيل صناعة السياحة في
العراق ، وإنشاء موقع للسياحة الإلكترونية للعراق ، وربطه بمواقع
إلكترونية عراقية ثقافية وتراثية أخرى والإهتمام ببناء الدليل الإلكتروني
للسياحة العراقية وإنشاء الخريطة الإلكترونية السياحية للعراق والعمل على
انشاء نظام المعلومات السياحي المتكامل .

المقدمة :

السياحة من الأنشطة الإنسانية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية
والترفيهية وقد نشط السائحون والرحالة من الأزمان القديمة مثل هيريدوت
وابن بطوطة وابن فضلان ... حتى اليوم وقد تطورت السياحة في العالم
وتوسعت وصارت لها أنشطة متعددة واشكال متنوعة .. تشعبت فروعها
وتداخلت .. لم تعد السياحة مسافرا يحمل حقيبة صغيرة ويسافر إلى بلد ما
ليقضي عدة ليال في أحد الفنادق ويتجول بين معالم البلد الأثرية .. تغير
الحال وتبدل وتخطت السياحة تلك الحدود الضيقة لتدخل بقوة إلى كل مكان

لتؤثر فيه وتتأثر به ، واصبحت صناعة لها تأثير في الاقتصاد المحلي والدولي .

المبحث (١) الإطار النظري :

عرفت منظمة العالمية للسياحة التابعة للأمم المتحدة السياحة بأنها : نشاط السفر بهدف الترفيه ، وتوفير الخدمات المتعلقة بهذا النشاط . والسائح هو ذلك الشخص الذي يقوم بالانتقال لغرض السياحة لمسافة ثمانين كيلومترا في الأقل من منزله^(١) ، وعليه فالسائح هنا سائح محلي وآخر أجنبي ، وذلك حسب تعريف منظمة السياحة العالمية (التابعة لهيئة الأمم المتحدة) .

التعاريف الإجرائية :

السياحة الإلكترونية E-Tourism: هي النمط السياحي الذي يتم تنفيذ بعض معاملاته التي تتم بين مؤسسة سياحية وأخرى أو بين مؤسسة سياحية والمستهلك (السائح) وذلك من خلال استخدام تقنيات المعلومات والإتصالات .

(١) UNWTO. World Tourism Barometer. Vol.٦ No. ٦. . URL: www.world-tourism.org.

Date of Access: ١٩/١٠/٢٠٠٨.

(٢) UN. Department of Economic and Social Affairs. Statistics Division. International Recommendations for Tourism Statistics:٢٠٠٨. unstats.un.org/unsd/trade/IRTS/IRTS P. ١٢٣. URL:

unstats.un.org/unsd/statcom/sc ٢٠٠٨. Date of Access: ١٩/١٠/ ٢٠٠٨

المستهلكون Consumers المستهدفون من عملية التسويق السياحي
والخدمة السياحية وهم فيما بعد (السائح) .

الوسطاء (الموزعون) 'Distributers or Tours Organizers'
الشركة أو المؤسسة السياحية التي توفر الخدمات
والتسهيلات السياحية .

المنتجون Producers المساندون للسياحة مثل شركات الطيران
وشركات النقل والفنادق والمطاعم ... (٢)
مشكلة البحث :

شهد قطاع السياحة في العراق [كغيره من القطاعات] تدهورا واضحا
لأكثر من ثلاثة عقود بسبب الحروب المتعاقبة والحصار ناهيك عن تراجع
البنى التحتية والإنعزال عن التطور التقني العالمي ، ويحتاج هذا القطاع
لكي ينهض ان يحدث ادواته في العمل ليعايش النشاط السياحي العالمي
ويتفاعل معه في العصر الرقمي .

ولابد من التعرف على أهمية المعرفة المعلوماتية في المجتمعات
المعاصرة عامة :

- ⑥ بإدراك الحاجة إلى المعلومات .
- ⑥ وأهمية القدرة على الوصول إلى المعلومات المطلوبة بفاعلية .
- ⑥ والقدرة على تقييم المعلومات المتاحة ومصادرهما .
- ⑥ واستخدام المعلومات بفاعلية للوصول إلى الأهداف المرجوة .

(٣) موسوعة الويكوبيديا. السياحة الإلكترونية.

@ الفهم الجيد للقضايا الاقتصادية والاجتماعية والتشريعية المتعلقة باستخدام تقنية المعلومات^(٤) . ومنها إدخال تقنيات المعلومات والاتصال الى العمل السياحي بما يعرف بالسياحة الإلكترونية E-Tourism .

اقسام البحث : قسم الى المباحث الآتية :

(١) الاطار النظري ، والتعاريف الإجرائية ، ودور سياحة في اقتصاد الدول المتقدمة واقتصاد النامية ، واقتصاد العمل والسياحة ومشكلة البحث واقسام البحث ومبررات البحث والجهة المستفيدة وفرضية البحث واهداف البحث وحدود البحث ومنهج البحث وادوات جمع البيانات والدراسات السابقة ، مزايا الدراسة وأدبيات البحث .

(٢) دور المعلومات في العصر الرقمي والادارة الإلكترونية (الادارة عن بعد) E-Business والتجارة الإلكترونية E-Commerce والسياحة الإلكترونية E-Tourism وعناصرها ومستلزمات السياحة الإلكترونية :

توفر البنى التحتية للاتصال ، تقنيات المعلومات ، المضيفات والمزودات والخوادم ، المؤسسات السياحية ، الموقع الإلكتروني ، وعناصر الموقع الإلكتروني وتقويمه ودور المعلومات الموقع ونظم المعلومات السياحية (Tourist Information Systems (TIS) والدليل السياحي الإلكتروني والبرزم السياحية والخرائط الإلكترونية والمعلومات السياحية لمواقع الويب والسياحة الإلكترونية Metadata

(٤) جلال ، يسرى صادق . أدوات المؤرخ العراقي في عصر المعلومات والعولمة . في مجلة المجمع العلمي العراقي . - بغداد : المجمع ، ٢٠٠٩ .

الجزء ٢ / المجلد ٥٦ . ص ١٣١ - ١٦٤ .

وهدف المعلومات وحجم المعلومات ومضامين المعلومات واهم المعلومات وخصائص المعلومات .

(٣) خدمات مواقع السياحة الإلكترونية ومزاياها ، محركات البحث ، نظم المعلومات السياحية المتكاملة ، البنى التحتية الأساسية ، القوى البشرية المؤهلة ، الثقافة الإجتماعية والمنظمات الإقليمية والدولية العاملة على السياحة الإلكترونية .

(٤) المبحث الأخير واقع السياحة الإلكترونية في العراق والإستنتاجات والتوصيات .

مبررات وحدود البحث والجهة المستفيدة:

وانطلاقاً من المفاهيم السابقة أخذت الباحثة بنظر الإعتبار عناصر السياحة الإلكترونية وخدماتها الإعلامية والمعرفية والإدارية بعد ان أسهمت السياحة الإلكترونية في صناعة السياحة في العالم بتضاعف الموارد الإقتصادية للدول المنتجة للسياحة وامكانية الإفادة من تقنيات المعلومات والإتصال ونظم المعلومات السياحية في تحديث صناعة السياحة في العراق وتطويرها وحاجة النشاط السياحي في العراق الى تحديث أدواته والنهوض بها ، بعد التدهور الذي أصاب قطاع السياحة .

حدود البحث : تحدد البحث موضوعياً بالسياحة الإلكترونية وأثر شبكة المعلومات (الإنترنت) على النشاط السياحي العالمي وامكانية تطوير السياحة في العراق وتحديثها بالسياحة الإلكترونية .

وستكون الهيئة العامة للسياحة في العراق ، والموزعون العراقيون من وكلاء السفر والسياحة والمنتجون فضلا عن المستهلكين الجهات المستفيدة من هذا البحث .

فرضية البحث : تفترض الباحثة : ان استعمال السياحة الإلكترونية في صناعة السياحة يسهم بشكل إيجابي في تحسين صناعة السياحة وتحديثها من عدة أوجه :

١- تحسين الأداء في صناعة السياحة وتحديثه للسياحة الداخلية Domestic Tourism والخارجية .

٢- تنشيط الإعلام السياحي الى المستهلكين في أنحاء العالم كافة .

٣- تنشيط الإتصال بالعاملين في صناعة السياحة في العالم من الموزعين والمنتجين .

٤- ضبط الجودة في خدمات المعلومات السياحية ، بتقديم أفضل المعلومات وأدقها بأقل جهد ووقت للمستهلكين .

٥- تفعيل عمل الهيئة العامة للسياحة في العراق ، والموزعين العراقيين من وكلاء السفر والسياحة والمنتجين فضلا عن المستهلكين .

٦- تحسين الاتصال العمودي والأفقي بين تشكيلات الهيئة العامة للسياحة والبعيدة جغرافيا ، مما يؤدي الى تحسين العمل وسهولة ادارته .

٧- إمكانية تحميل Upload بعض ملفات المواقع السياحية والأثرية العراقية الضخمة ، مثل مواقع أور وبابل والنمرود والحضر وسامراء فضلا عن المراكد المقدسة والمزارات الشريفة ... على شبكة المعلومات (الإنترنت) لأغراض سياحية وإعلامية ومعرفية .

٨- إمكانية بث النتائج الفكري السياحي العراقي .

اهداف البحث :

- *١ عرض دور صناعة السياحة في اقتصاد الدول المتقدمة واقتصاد الدول النامية واقتصاد العمل .
 - *٢ دور المعلومات في عصرنا الرقمي وأثرها على النشاط الانساني .
 - *٣ أثر الإدارة والتجارة الإلكترونية على النشاط الإقتصادي .
 - *٤ التعريف بالسياحة الإلكترونية وأثر الشبكة على النشاط السياحي .
 - *٥ التعريف بمستلزمات السياحة الإلكترونية وأدواتها .
 - *٦ التعريف بالمعلومات السياحية لمواقع الويب .
 - *٧ التعريف بخدمات مواقع السياحة الإلكترونية .
 - *٨ التعريف بالمنظمات الإقليمية والدولية العاملة على السياحة الإلكترونية .
 - *٩ عرض واقع السياحة في العراق وإمكانية تطويرها وتحديثها بالسياحة الإلكترونية .
- منهج البحث وادوات جمع البيانات :

إستعملت الباحثة المنهج الوصفي من خلال دراسة السياحة الإلكترونية وأثر شبكة المعلومات على النشاط السياحي العالمي ، وإمكانية تطوير السياحة في العراق وتحديثها بالسياحة الإلكترونية .

ادوات البحث :

تم الإعتماد على الأدوات الآتية :

- ١- الإطلاع على أدبيات صناعة السياحة واقتصاد السياحة والمواقع الإلكترونية وعناصرها والسياحة الإلكترونية في

الكتب وشبكة المعلومات (الانترنت) ومواقع السياحة الإلكترونية العالمية والعربية ، وقد استفادت الباحثة من كتاب eter O'Connor^(٥) والبحث "U and eTourism - i" " Website Design, Website Development, Web Site ... في بوابه (iU Accommodation Portals) والبحث " e- Travel, e-Tourism-journey and more" في الرابط (www.linkegyptb.com) في دراسة تفاصيل تقنيات المعلومات والمعلومات وعناصر مواقع السياحة الإلكترونية .

٢- الإطلاع على أدبيات وواقع صناعة السياحة في العراق ، من خلال :

" وقائع المؤتمر العلمي الأول لوزارة الدولة لشؤون السياحة والآثار / الهيئة العامة للسياحة . - بغداد ٨ - ٩ / ١١ / ٢٠٠٥ " .

٣- المقابلة Interview ، المدورون للتعرف على آلية العمل السياحي في الهيئة العامة للسياحة العراقية ومشاكلها .

٤- الإستبانة Questionnaire ، للإطلاع على آراء العاملين في القطاع السياحي في العراق .

O'Connor, Peter. Electronic Information Distribution in Tourism ^(٥)

CABI Publishing. ١٩٩٩. and Hospitality. - N.Y.:

الدراسات السابقة و مزايا الدراسة :

إهتمت الباحثة بالسياحة الإلكترونية وتوظيف تقنيات المعلومات ونظمها ، وكان بحثها (أهمية انشاء موقع ويب إلكتروني للمواقع الأثرية لحضارات وادي الرافدين في السياحة الإلكترونية العراقية) المنشور عام ٢٠٠٥^(١) ، من البحوث الرائدة في هذا المجال ، كما استفادت الباحثة من الأدبيات الغربية والمنشورة على الشبكة ، والتي ذكرتها الباحثة في أدبيات البحث .

تميّزت هذه الدراسة بأنها :

- ١- أول دراسة عراقية في السياحة الإلكترونية ، تتناول استعمال تقنيات ونظم المعلومات والشبكة في صناعة السياحة في العالم .
- ٢- انها أول دراسة عربية في تصميم المواقع السياحية الإلكترونية وتقويمها ودور معلومات المواقع السياحية في الإعلام ونشر المعرفة السياحية ؛ وفي إعطاء تقارير سريعة ومنوعة .. الى المستهلكين والموزعين والمنتجين ، وتسهيل عملية الاتصال بالمعلومات السياحية بين أطراف النشاط السياحي .
- ٣- انها أول دراسة عراقية تنبّه الى أهمية ادخال نظم المعلومات الجغرافية (GIS) في العمل السياحي .

(١) جلال ، يسرى صادق . أهمية انشاء موقع ويب إلكتروني للمواقع الأثرية لحضارات وادي الرافدين في السياحة الإلكترونية العراقية . في وقائع المؤتمر العلمي الأول لوزارة السياحة والآثار/ الهيئة العامة للسياحة - بغداد ٨ - ٩ / ١١ / ٢٠٠٥ .
بغداد : ٢٠٠٥ . ص ١٨٤ - ١٩٧ .

دور سياحة في اقتصاد الدول المتقدمة واقتصاد النامية :

تطورت السياحة تطورا كبيرا في المؤسسات السياحية والفعاليات على الصعيد العالمي وحقت الدول السياحية ارقاما كبيرة بعدد السياح ، مثل فرنسا وإسبانيا والولايات المتحدة والصين ... راجع الملحق الجدول رقم (١)(١)(٧) .

كما حققت الدول السياحية إيرادات عالية على صعيد الاقتصاد العالمي ، مثل الولايات المتحدة التي حققت إيرادات تقدر ٩٦,٧ \$ بليون عام ٢٠٠٧ ، وإسبانيا التي حققت ٥٧,٨ \$ بليون للعام نفسه ... راجع الجدول رقم (٢)(١)(٣) .

إن السياحة من الموارد المستدامة Sustainable Resources (غير الناضبة) وصناعة السياحة هي المورد المؤمل للعالم النامي للحصول على إيرادات كبيرة ودعم القطاع الاقتصادي ، ولكن العالم العربي لم يشارك في هذا النشاط الاقتصادي المهم ، ومع ذلك تكشف الإحصائيات أن منطقة الشرق الأوسط بأكملها لم تحقق إلا ٦,٨% من إجمالي الطلب العالمي ، ولم تنجح دول المنطقة سوى في خلق ٨,٢% من إجمالي الوظائف في هذا القطاع الاقتصادي على الصعيد العالمي . ولم تكن هذه الدول إلا فتات هذه الصناعة الفتية فلم يؤثر سوى بـ ٩% من إجمالي الناتج القومي بها مقارنة بدولة مثل جنوب إفريقيا التي

(٧) موسوعة الويكيبيديا . سياحة

استحوذت وحدها على ١٣,٢% من إجمالي الناتج القومي على الصعيد العالمي^(٨).

اقتصاد العمل وصناعة السياحة :

والسياحة لا تحقق الإيرادات المالية وتساهم في الاقتصاد العالمي فحسب ، بل أصبحت إحدى دعائم الدخل القومي ، وقد أدى إلى اهتمام كثير من الدول بصناعة السياحة ، إذ تسهم في تحريك دورة العمل بتوظيف وخلق فرص العمل من الأنشطة والخدمات السياحية ففي عام ٢٠٠٤ نجح القطاع السياحي في خلق ٢١٤,٦٩٧ فرصة عمل بنسبة ٨,١% من إجمالي التوظيف على الصعيد العالمي^(٨) ، وتنشط صناعة السياحة قطاعات النقل والفنادق والمطاعم والأسواق والخدمات وتشغل القوى العاملة Man powers ... وتسهل كسب السيولة النقدية والتبادل النقدي عن طريق الخدمات السياحية وتدعم التنمية المستدامة Sustainable Development^(٩) التي تسهم في عملية التنمية

^(٨) World Travel & Tourism Council. The ٢٠٠٤ Travel & Tourism Economic Research, P.١٠.

URL:<http://www.wttc.org/> Date of Access: ١٩/١٠/٢٠٠٨.

- World Tourism Organization. World Tourism Organization Statistics Database and Yearbook.

URL: <http://data.un.org/> Date of Access: ١٩/١٠/٢٠٠٨.

انظر ايضا : • موسوعة الويكيبيديا. المصدر نفسه .

^(٩) التنمية المستدامة Sustainable Development: حق الجيل الحاضر في التمتع واستغلال الثروات الطبيعية دون المساس بحقوق الاجيال القادمة في هذه الثروات ، راجع تعريف (UNCTAD) منظمة الامم المتحدة للتجارة والتنمية.

لاسيما في قطاع الصناعة والمشاريع السياحية وتوسع حركة العمران الى مناطق بعيدة عن التجمعات السكانية المزدحمة مما يخفف الضغط عن المدن اذ تخلق مراكز نمو اقليمية في المناطق المختلفة والمتباعدة وتؤمن لها الموارد الاقتصادية وتنشط وتخلق أسواقا للصناعات المحلية ، وتخلق عمراناً مبتكراً بما يعرف بالعمارة المستدامة Sustainable Architecture بابتكار منشآت معمارية التي تحولت الى معالم سياحية هامة مثل الأهرامات وتاج محل وبرج ايفل وساعة بغ بن وبرج العرب ... فالسياحة نشاط مركّب تنعكس على القطاعات الاقتصادية والاجتماعية المختلفة ، والعمل في مجال السياحة الإلكترونية يخلق مناخا مواتيا لبيئة صناعة السياحة العالمية مما يجعلها أكثر فعالية وازدهارا مما يزيد الدخل القومي ... لان السياحة بحق هي دولاب التنمية .

المبحث (٢)

دور المعلومات في العصر الرقمي :

دعمت تقنيات المعلومات Information Technology نظم المعلومات الى حد كبير وزادت من فعاليتها ، فقد حسنت قدرتها في سعة الخزن وسرعة معالجة البيانات وإسترجاع المعلومات مع دقة المخرجات ، وحولت الحاسبات من المركزية الى اللامركزية ، فضلا عن تقليل كلفتها^(١٠) وشاركت تقنيات الاتصالات تقنيات الحاسبات مشاركة كاملة ،

(١٠) Haag, Stephen, Maeve Cummings and Amy Phillips.

Management information systems; for the information age, ٦th

٣٩-٦٤, &ed. Boston: McGraw- Hill, ٢٠٠٦. P. ١٤- ١٨

وصارت عنصرا مكمّلا لها ، إذ ربطت الحاسبات بالعالم الخارجي من خلال شبكات المعلومات بإستخدام أجهزة الإتصالات كالهواتف والأقمار الصناعية ومحطات البث الأرضي وغيرها ... حتى مكّنت تقنيات أجهزة الاتصالات من زيادة السرعة ، وسعة نقل البيانات باستخدام مواد جديدة^(١١) .

لقد شكّلت تقنيات المعلومات والإتصال **ICT** البنية التحتية للشبكة (الإنترنت) ، وكانت أهم عناصر ثورة التقنيات والاتصالات الاتساع المذهل لشبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) باستخدام الأقمار الصناعية التّب ألغت البعدين المكاني والزمني معا ، والشبكة هي اكبر وسيلة اتصالات ، انها البديل النظري للعالم الجغرافي ، والإنترنت في الواقع ليس شبكة اتصالات تجارية فحسب ، وهي عدة شبكات اتصالية فردية وجماعية ومجموعة حواسيب متناثرة وموزعة في جميع أرجاء العالم مرتبطة معا في كتلة لم يتبلور لها شكل معين الى الان ، إنها اتحاد كونفيدرالي مفكّك الأوصال ، لقد غطت الشبكة جميع مجالات الحياة

^(١١) علي ، نبيل . ثورة المعلومات : الجوانب التقنية (التكنولوجية) في العرب والعلومة ؛ بحوث ومناقشات الندوة الفكرية . - بيروت : مركز دراسات الوحدة العربية ، ١٩٩٩ . ص ١٠٨ .

● مكاوي ، حسن عماد ومحمود سليمان علم الدين . تكنولوجيا المعلومات والاتصال . - القاهرة : مركز تكنولوجيا التعليم ، ٢٠٠٠ . ص ٥٨ .
انظر أيضا :

- Robins ,Stephen P. and Mary Coulter. Management, ٦rd.ed. - N.Y.: Prentice- Hall, ٢٠٠٠. P.٤٩٩-٥١٩.
- Finchman, Robbin and Peter Rhodes. Principles of Organizational Behavior, ٣rd.ed.- NY.: Oxford Univ.Pr., ١٩٩٩. P.٦١.

المختلفة ، فهي دليل اعمال ودليل أنشطة وموضع للبحث العلمي ومكان للتسوق وبيئة للمعارف، انها بوابة المعرفة وفضاء اتصالي مفتوح على مصراعيه يزيل الحدود الجغرافية ويربط المناطق المتباعدة معا، لقد أصبحت الشبكة مخازن لمليارات (الصفحات) من المعلومات والوثائق السياسية والتاريخية والتجارية والثقافية والعلمية والعسكرية والجغرافية والسياحية والقانونية وغير ذلك ، عبر إنشاء مواقع ثقافية وتعليمية ، فالشبكة بيئة لملايين المواقع الخدمية والتجارية والعلمية وغير الربحية والحكومية والشخصية ، ولا عجب ان يتسابق العالم الى احتلال موقع ضمن هذه الشبكة ، من الإنسان الفرد الى اعظم مؤسسات علوم الفضاء ، ومن المؤسسات والهيئات الاهلية الى الحكومات والبرلمانات والمنظمات الدولية^(١٢) وتمكن من أخذ المعلومات أي التنزيل (Downloading) .

شبكة المعلومات (الإنترنت) ٢ : هو جيل جديد من البنية التحتية للإنترنت والتطبيقات والتقنيات السريعة أكثر بمئات المرات من سرعة الجيل الاول للإنترنت الذي كان يوفرها للمستخدمين ، وهدفها هو دعم جيل جديد من التطبيقات المستقبلية التي يمكنها استغلال هذه السرعات وتقديم تجارب أكثر غنى للمستخدمين ، بعد ان كان بطء نقل المعلومات هو المشكلة الكبرى أمام التطبيقات على الجيل الاول من النت بالإعتماد على خطوط الهواتف ، ثم ظهرت الحلول لنقل المعلومات بتقنية (DSL) ،

(١٢) فورستر، توم . مجتمع التقنية العالية - قصة ثورة تقنية المعلومات/ ترجمة مركز الكتاب الأردني . - عمان : مركز الكتاب الأردني الأردن ، ١٩٨٩ ص ٣٣٣ .

وكذلك جيل الإنترنت المقبل (NGI) ، انطلق إنترنت ٢ عام ١٩٩٧ سعيًا لمضاعفة سرعة شبكة المعلومات (الإنترنت) ١٠٠٠ — ١٠٠٠٠ مرة ولإيجاد تقنيات تشبيك أقوى كثيرًا من تلك الموجودة في الإنترنت الأول ، وتهدف كذلك إلى تطوير تطبيقات تقنيات تشبيك شاملة تستعمل في الشركات والأعمال والجامعات والمدارس كما يستعملها جمهور الناس^(١٣) .

إن انشاء الإنترنت ٢ يعد بإنشاء يوتوبيا اجتماعية وثقافية وحضارية لكل شعوب العالم ، بعد تمكين الإنترنت من استضافة تطبيقات تعاونية يمكن للعلماء والباحثين الجامعيين بها تبادل المعلومات والبيانات بينهم في جميع أنحاء العالم ، مثل نشأة البريد الإلكتروني كأول تطبيق تعاوني ، وتطبيقات التراسل الفوري ... ، ومن وسط الجامعات وبالشراكة مع المؤسسات التجارية تحول شبكة المعلومات (الإنترنت) إلى الهيئة التي نعرفها عليها اليوم ؛ فضاء خيالي مزدهم بمئات الملايين من المستخدمين^(١٤) ، وبألوف التطبيقات التي تنقل البيانات الخاصة بتطبيقات البريد الإلكتروني والويب والملفات الفيديوية والموسيقية والوسائط المتعددة باستخدام بنية تحتية من المزودات Providers والموجهات Routers والكوابل والتقنيات التي تتنافس في تقديم هذا المحتوى بأسرع ونوعية أفضل ، كما أصبح الكثير من المؤسسات التجارية يحتاج إلى

^(١٣) موسوعة الويكيبيديا . الإنترنت ٢ .

URL: <http://ar.wikipedia.org/wiki> . Date of Access: ٢٠٠٩/٤/٤

^(١٤) بلغ عدد متصفحي الإنترنت : حوالي ٣٥٠ مليوناً في عام ٢٠٠٥ . المصدر نفسه .

بيئات عمل تعاونية تتجاوز قدراتها مجرد تداول النصوص والصور البسيطة .

لقد أدرك المجتمع الأكاديمي الأمريكي والأوروبي بعد عام ١٩٩٧ أن طلبية المتطلبات البحثية الحديثة يحتاج إلى ما هو أكثر من هذه التقنيات ، ومن هنا جاء مشروع الإنترنت ٢ ، وهو اتحاد من المؤسسات غير الربحية ، يترأسه أكثر من ١٨٠ جامعة أمريكية و ٦٠ شركة تجارية منها إنتل وأي بي أم وسيسكو ، وغيرها من الشركات الرائدة في مجال تطوير تقنيات التشبيك ، ومهمة هذا الاتحاد هي تطوير تطبيقات وتقنيات تشبيك متقدمة لتسريع شبكة المعلومات (الإنترنت) المستقبل تطويرها ، ودمجها مع التطبيقات والبنية التحتية لشبكة المعلومات (الإنترنت) الأول ، وتتكون البنية التحتية لمشروع الإنترنت ٢ اليوم من ٢٨ نقطة حضور Point of Presence موزعة ضمن الولايات المتحدة ، وتتكون من مزودات وكوابل عالية السرعة ذات سعة موجية تزيد ألف مرة عن سعة الموجة في جيل الإنترنت الأول . وتدعى هذه النقاط Giga PoPs حيث أن كلا منها يقدم سعة موجة تبلغ ٢,٤ كيغابايت في الثانية، وهي سرعة كفيلة بتنزيل فيلم رقمي مدمج خلال ٣٠ ثانية فقط مقارنة بست ساعات ونصف باستخدام خط T١ مستأجر ، ويحصل الانصهار التام بين تقنيات المعلوماتية والوسائط المتعددة وبين وسائل الاتصالات لمجاعة الطلب الناتج على سعة الموجة حين تكتمل عملية الربط ما بين أجهزة الكمبيوتر بجميع أنواعها سواء كانت شخصية أو مزودات ، أو نظاما مضمّنة Embedded Systems ويعرف القائمون على المشروع تطبيقات

شبكة المعلومات (الإنترنت) ٢" بأنها التطبيقات التي تحدث تغييرا في طريقة التعليم لأنها تتطلب سعة موجة عالية ، ونسبة تأخر قليلة في بث البيانات ، فضلا عن القدرة على البث المتعدد Multicasting وهي قدرات غير متوفرة في الشبكات التجارية^(١٣).

كما دخلت البرمجيات الوسيطة Middleware وهي مجموعات من الخدمات الشبكية المتخصصة والمشاركة بين التطبيقات والمستخدمين، تخدم الإدارة عن بُعد وتسمح هذه العناصر البرمجية للتطبيقات والشبكات بالاتصال فيما بينها واستغلال طاقاتها المشتركة لمعالجة البيانات . وتعمل البرمجيات الوسيطة أيضا كعناصر للدمج ما بين التطبيقات التي تستخدم أنساق البيانات المختلفة. ونظرا لدورها هذا فإن البرمجيات الوسيطة هي عالم مستقل بحد ذاته تلعب فيه مفاهيم التحقق من الهوية Authentication، ومعه مشروع شيببوليث Shibboleth للتحقق من الهوية والتعريف الشخصي Identification، والتفويض Authorization، وخدمات الأدلة Directory Services (حيث تحفظ السمات الأساسية للمستخدمين) ، والأمن ، وتلعب دورا هاما جدا في المجال الهندسي ، فتتواجد العديد من مجموعات العمل والتي تقوم بتطوير بروتوكولات الشبكة مثل بروتوكول الإنترنت Ipv٦ ، والبث المتعدد Multicasting ، ومستوى الخدمات Quality of Service، والتوجيه Routing.

كما ان ظهور تقنية الاتصال المحيط (عن بُعد) Tele-immersion: إن استعمال تقنيات الاتصالات المحيطة

Tele-immersion التي تستغل أحدث تقنيات التشبيك المتاحة وأقواها ضمن مشروع إنترنت ٢، وتدمجها مع تقنيات الوسائط المتعددة ثلاثية الأبعاد لإنتاج بيئات تمكن المستخدمين الموجودين في مواقع جغرافية متباعدة أن يعملوا في الوقت الحقيقي ضمن بيئة مشتركة ، واستعراض المعلومات والعناصر المتوفرة ضمن هذه البيئة كما لو كانوا موجودين معا في المكان نفسه . ومن هذه التقنية ان تتمكن أجهزة الكمبيوتر من التعرف على الأشخاص الموجودين ضمن المحيط أو البيئة ، وتمييز العناصر المادية والمكانية الموجودين فيها ، وتتعب تحركات هذه العناصر جميعا وتعرضها على شاشات اتصالات محيطة . ان بيئات الاتصالات المحيطة تمكن المستخدمين من استعمال العناصر المادية المتوفرة في البيئة المحيطة (تمكن كل مشارك في الاجتماع مثلا من استعراض المنتج الجديد) ويتطلب ذلك استخدام مجموعة من التقنيات الحديثة المتخصصة بعرض الصور في الفضاءات ثلاثية الأبعاد ، التي تحتاج أيضا إلى سعة موجة تفوق بألوف الأضعاف مما هو متوفر ضمن شبكات اليوم ، كما أنها تحتاج إلى بروتوكولات وبرمجيات أمنية مختلفة تماما ، فضلا عن جيل جديد من أدوات العرض والكاميرات الرقمية يمكنه عرض الصور في البيئات ثلاثية الأبعاد (١٣) .

ان نظم المعلومات المحوسبة أثرت على كثير من الأعمال، وصارت تستعمل في المكاتب والمطارات والمصارف وغيرها من المؤسسات ، وصار الحرف E يعني الكثير في هذا العصر، فالبريد الإلكتروني والإدارة الإلكترونية والتجارة الإلكترونية والأعمال الإلكترونية والحكومة

الإلكترونية والتعليم الإلكتروني والتدريب الإلكتروني والنشر الإلكتروني والدليل الإلكتروني وكل شيء صار إلكترونيًا ..

لقد إرتبطت المعلومات (Information) بمختلف جوانب حياتنا ، ومثلت ركيزة نشاط الإنسان الإقتصادي والإجتماعي والثقافي والسياسي ، إذ تهيء المعلومات المعرفة بالواقع وابعاد مشكلاته ، وتمكّنا من إتخاذ القرارات المناسبة في حل المشاكل ، إن السنوات العشر الأخيرة شهدت كمًا هائلًا من المعلومات يعادل جميع المعلومات التي أنتجتها البشرية على مدى القرون المنصرمة ، لقد وُصف مجتمع اليوم " بمجتمع المعلومات Information Society " ، فالمعلومات كما يراها العالم البريطاني John Naisbitt هي " المورد السّرّاتي في مجتمع اليوم ، وليس رأس المال وحده ، وإن مفتاح الإنتاجية والمنافسة والانجاز الإقتصادي هو إنتاج المعرفة" (١٤) .

إن ادراك المجتمعات أهمية المعلومات في حياة الفرد والدولة والنشاط الانساني ، أوجد حماية حق الإنسان في المعلومات ، بإسباغ الحماية على تدفق المعلومات وإنسيابها والحصول عليها من جهة ، وتوفير الادوات القانونية لمنع الإعتداءات على هذا الحق ، إن الحق في المعلومات يتخذ موقعه بين طائفة الحقوق المؤسسة على التضامن الاجتماعي بين الافراد (وهو الجيل الثالث لحقوق الإنسان) أكثر مما يعتمد على العلاقة بين الفرد والدولة . "ويعتبر الحق في المعلومات وما يتعلق به من

(١٥) عرب ، يونس . قانون الكمبيوتر . - القاهرة : منشورات اتحاد المصارف العربية ،

حقوق اخرى كالحق في الحياة الخاصة والحق في الملكية الفكرية للمعلومات" (١٦) .

ان مجتمع المعلومات هو المجتمع الذي ينتج المعلومة والمعرفة ، وتداول المعرفة وتوزيعها من أهم الأنشطة على المستوى الإقتصادي والإجتماعي والثقافي ، بعد دخول تقنيات المعلومات والاتصال جميع الميادين الحياتية^(١٧)، وبالتالي فان مجتمع المعلومات محوره الإنسان وغايته التنمية ، وله تأثير إقتصادي فعّال بتحسين الإنتاجية وتطوير القدرة التنافسية والمساهمة في النمو الإقتصادي، كما ان له تأثيرا اجتماعيا بخلق فرص عمل وتحسين مستوى المعيشة، وله تأثير ثقافي بتوسيع المخزون الثقافي الرقمي وفتح آفاق الإبداع والخلق واتاحة الفرصة لنشر المنتج الثقافي وتبادله ، فضلا عن التأثير السياسي اذ يسهل للمواطن الإتصال السهل بالسلطة مما يسهم في ادارة الدولة ودعم القانون والمؤسسات^(١٧).

الإدارة الإلكترونية E-Business : احدث الإنترنت تأثيرا ايجابيا ملموسا ، بفعل ما أحدثه من تغيير كبير على النشاط الإنساني وشتى قطاعات المجتمع ، فقد تحسن الإداء الوظيفي في مختلف القطاعات الانتاج

(١٦) حسن ، سعيد عبد اللطيف . اثبات جرائم الكمبيوتر . - القاهرة : دار النهضة العربية ، ١٩٩٩ ص ٧.

(١٧) الغرياني، خديجة حمودة . الاستراتيجية والآفاق في مجال الادارة الإلكترونية ؛ نظرة شاملة لبرامج الادارة الإلكترونية .

وتوفرت آلية سريعة لتقصي وتتبع المعلومات اللازمة لتطويرها ونمائها
فقد اتاح الحاسوب والبرامجيات Soft wares سرعة الاداء وكفاءة عالية
لكل ما يعالجه ودقة الأداء وتجنب الهدر، ويمكن القول ان الإدارة
الإلكترونية حققت ما يأتي:

- ٢٠ تبسيط الإجراءات الإدارية بشكل يسمح بتقديمها إلكترونياً .
- ٢١ شفافية المعلومات وعرضها أمام المواطنين .
- ٢٢ تحسين الأداء في مرافق الخدمات الإدارية بشكل عام .
- ٢٣ الوصول بالخدمات الإدارية إلى أقصى المواقع الجغرافية .
- ٢٤ تقديم خدمات للمواطن والمؤسسة بمستويات قياسية عالية الجودة والدقة
في ظل وجود بنية أساسية متطورة من تكنولوجيات المعلومات
والإتصال^(١٧) .

ان التجارة الإلكترونية **E-Commerce** : هي الاطار الاوسع للنشاط
الاقتصادي وفيها موضوعات فرعية فعالة كالإدارة الإلكترونية ، والتسوق
الإلكتروني ، والخدمات الإلكترونية ، الصحة الإلكترونية... تدخل في ذلك
السياحة الإلكترونية **E-Tourism** ، ان التوظيف المتكامل لوسائل
الإتصال وادارة المعلومات في مختلف الجوانب الإدارية والمالية
للأعمال ، باعادة خلق لوسائل الأداء الإنتاجي والخدمي والإداري
والمالي ، وإستثمار لقدرات التصميم والإبداع وتنفيذ الاعمال الدقيقة في
حقل الإنتاج ، وإستثمار القدرات التبويبية وإمكانات المتابعة في حقل أداء
الخدمات ورصد رغبات الزبائن ، كما إنها واسطة الأداء الفعال واليسير
والمحقق لخفض الكلف وسرعة الاداء فيما يتعلق بعلاقات المنشأة مع

الشركاء والمساهمين ومزودي الخدمات من الموظفين ، بما تتطلبه من إستعمال تقنية الشبكات في الاداء والإنتاج وتقديم الخدمة ، وتجمع أطراف الأعمال كالمؤسسات والوكلاء أو الوسطاء أو الشركاء الفرعيين ، والمؤسسات والهيئات المشرفة أو الحكومية ، والهيئات الدولية والزبائن أو الرعايا ... ويدخل في ذلك الحكومة الإلكترونية كالواجبات والخدمات أو الإستثمارات، خصوصا العمل المتصل بالأداء المالي أو التجاري أو الإستثمار.

السياحة الإلكترونية (E-Tourism):

هي مجموعة الخدمات السياحية المرتبطة بالتجارة الإلكترونية وشبكة المعلومات (الإنترنت) . وتشكل السياحة الإلكترونية القسم الأكبر من حجم التجارة الإلكترونية حيث تخطى مدخول هذا القطاع ٨٩ مليار دولار في العالم سنة ٢٠٠٤ ، وفي فرنسا وصلت نسبة السياحة الإلكترونية إلى ٤٥% في العام ٢٠٠٥ من حجم التجارة الإلكترونية، وهي دائما في ارتفاع مستمر^(١٨) . إن اجتماع قطاعي التقنيات الحديثة Novellas' technologies والسياحة Tourisms معا أدى إلى ولادة قطاع جديد مشجع جدا سُمي بالسياحة الإلكترونية **E-Tourism** وأول ممثل لهذا القطاع كان الموقع "ديكريفتور" Dégriftour في العام ١٩٩١^(١٨) .

فهو النمط السياحي يتم تنفيذ بعض معاملاته التي تتم بين مؤسسة سياحية وأخرى أو بين مؤسسة سياحية والمستهلك (السائح) ، وذلك من

^(١٨) موسوعة الويكيبيديا. السياحة الإلكترونية.

خلال استخدام تقنيات المعلومات والاتصالات . أو هو نمط سياحي تتلاقى فيه عروض الخدمات السياحية من خلال شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) مع رغبات جموع السائحين الراغبين في قبول هذه الخدمات السياحية المقدمة عبر شبكة الإنترنت^(١٩) .

وتعود بداية السياحة الإلكترونية إلى العام ١٩٩٠ مع ظهور شبكة World Wide Web. WWW ودخول الإنترنت في التجارة العالمية وعلى كل قنوات التجارة إن كانت بين الشركات مباشرة (Business to Business. B٢B) أو بين الشركات والمستهلكين (Business to Consumer. B٢C) وحتى بين المستهلكين (Consumer to Consumer. C٢C) .

لقد حوّلت المتغيرات والتطورات في تقنية المعلومات والاتصالات طرقاً جديدة للتعامل في السياحة والخدمات السياحية الإلكترونية، فقد أصبحت السياحة الإلكترونية في الوقت الحاضر ضرورة حتمية للتعامل في النشاط السياحي .

وإذا كانت عناصر السياحة التقليدية تتكون من السائح والمؤسسة السياحية^(٢٠) ، فإن عناصر السياحة الإلكترونية ، تتكون من :

(١٩) علي الدين ، رشا . السياحة الإلكترونية حلم دبي القصادم . في شبكة المعلومات القانونية.

URL: <http://www.eastlaws.com>. Date of Access: ٢٠/٧/٢٠٠٨

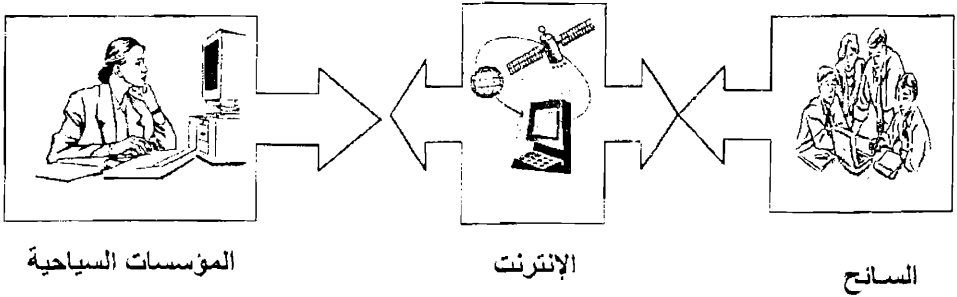
(٢٠) عبيدات ، محمد . التسويق السياحي؛ المدخل السلوكي . — عمان : دار وائل ، ٢٠٠٠ . ص ١٧ .

أ* الشركة أو المؤسسة السياحية التي توفر الخدمات والتسهيلات
السياحة (المؤسسة السياحية)

ب* المستهلك وهو المستهدف من عملية التسويق السياحي والخدمة
السياحية (السائح)

ج* الاتصال بين السائح والمؤسسة السياحية والمتمثلة في شبكة
المعلومات العالمية (الإنترنت)^(١٨). راجع الشكل رقم (١) .

عناصر السياحة الإلكترونية- الشكل رقم (١) تصميم الباحثة



مستلزمات السياحة الإلكترونية_E-Tourism :

١) توفر البنى التحتية للاتصال : تشكل تقنيات المعلومات والاتصال ICT البنية التحتية للشبكة ، التي اعتمدت عليها التجارة الإلكترونية وفروعها^(٢١) ، ومنها السياحة الإلكترونية التي بنيت على تقنيات

^(٢١) اللقمانى ، سمير يزبك . منظمة التجارة العالمية ؛ آثارها السياسية والإيجابية على أعمالنا الحالية والمستقبلية بالدول الخليجية والعربية . - الرياض : المؤلف ،

المعلومات كالحواسيب سريعة الاداء والعالية الكفاءة وتقنيات الإتصال كالقوابل الضوئية Fiber Optical Cables والأقمار الصناعية Satellites حيث تستفيد من معالجة البيانات الإلكترونية بالنصوص والصور والصوت والوسائط المتعددة المتقدمة Advanced Multimedia (الملفات الفديوية) وتبادل البيانات Electronic Data (EDI) Interchange والبريد الإلكتروني E-mail واللوحات الإعلانية الإلكترونية E-Bulletins Bill Boards وعلى الأنترنت (World Wide Web) ^(٢٢)، اذ تشكل القاعدة الإقتصادية والإجتماعية لنشر التجارة الإلكترونية وتستفيد من عقود الويب Website Contracts وعقود البريد الإلكتروني E-mail Contracts ^(٢٣)، ان تنمية البنية الأساسية لتقنيات المعلومات والإتصال تدعم الإتصال بالبلد المنتج السياحي Tourism Product Country والدول المستفيدة من التسويق السياحي Tourism Market Countries، راجع الشكل رقم (٢) .

(٢) تقنيات المعلومات :

تزداد السياحة الإلكترونية باطراد تبعا الى الإتجاه بالإقتصاد الى المعلوماتية وبزيادة إستخدام الحواسيب الشخصية والبريد الإلكتروني والهاتف المحمول والتلفزيون الرقمي التفاعلى وعدد مستخدمي الشبكة

^(٢٢) المومني ، عمر حسن . التوقيع الإلكتروني وقانون التجارة الإلكترونية ؛ دراسة قانونية وتحليلية مقارنة . - عمان : دار وائل ، ٢٠٠٣ . ص ٢٠-٢١ . انظر ايضا:

- حليبي ، أنيس . انوب لرجال الأعمال . - بيروت : دار الزايت ، ٢٠٠٠ .
- اللغماني . المصدر السابق . ص ١٠٨ .

^(٢٣) المومني . المصدر السابق .

وبتطور البرامجيات وتنوعها التي جعلت الترابط والتراسل عبر شبكة المعلومات (الإنترنت) في غاية السرعة والسهولة من دون النظر الى الجغرافية (المكان) والوقت ، فمن الممكن أن يستقبل بريدنا الإلكتروني او هاتفنا المحمول رسائل دعاية لأحد عروض شركات السياحة لقضاء إجازة الإسبوع او عطلة العيد ... في بلد ما .

(٣) المضيفات والمزودات الخدمة والخوادم:

نحتاج السياحة الإلكترونية الى مضيفات Hosts تستضيف مواقع الإنترنت Web Hosting ^(١٦) ومنها مواقع السياحة الإلكترونية وتزودها بسرعة الإتصال مهما كانت احجام هذه المواقع ، وخوادم الإلكترونية Servers التي تزود خدمة شبكة المعلومات (الإنترنت) في المنطقة المحلية ، وهناك شركات المزودة للخدمة ISPs- Internet Service Providers ، التي تتيح الوصول لمستخدميها الى جميع الشبكات وكلما زاد عدد المشتركين على الشبكة وازدادت سرعة الإتصال توسعت وازدهرت معه حجم السياحة الإلكترونية ، وهناك خوادم كبيرة منتشرة في ارجاء العالم ^(٢٤) .

(٤) المؤسسات السياحية :

ان تعمل المؤسسات الرسمية والشركات والهيئات الخاصة بالصناعة السياحية من خلال المواقع الإلكترونية المتقدمة على شبكة المعلومات ،

^(٢٤) U and eTourism - Website Design, Website Development. Web Site ...

URL: www.onlinedesignerdirectory.com/city/detail/sunshinecoast.

Date of Access ٢٠٠٧ : /١٠ / ٨

انظر ايضا : • اللقمانى. المصدر السابق . ص ١٠٥ و ١٠٩ و ١٠٦ .

• المومني. المصدر السابق .

ومع إعطاء الدعم الفني والمعلوماتي لهذه المواقع^(١٩) مع الإهتمام بشبكات ربط الفروع (VOIP)^(٢٥) وتمتعها بحقوق العلامة التجارية التي أقرتها منظمة التجارة العالمية^(١٧) .

٥) الموقع الإلكتروني:

لابد للمؤسسات الرسمية والشركات والهيئات الخاصة السياحية والأخرى الساندة لها ، ان تكون لها مواقع مناسبة على الشبكة متفقة مع المعايير العالمية والشروط الفنية والتقنية في مجال نظم المعلومات والتي تجعل هذه المواقع فعالة تعرض البيانات والمعلومات السياحية المتكاملة ، وتعمل كأكشاك للمعلومات Info Kiosks^(٢٦) .

يتكون عنوان الموقع من :

اسم الموقع — اسم النطاق او اسم الميدان (Domain Name) ،

فهو عادة يتكون اما من ثلاثة اقسام او اربعة اقسام رئيسية : -

١.)http://(على لغة البروتوكول المستخدم في نقل وتبادل النص

وتعني لغة ترميز النصوص الفائقة وهو بروتوكول نقل الملفات على

شبكة الويب ، والإشارة (//) :) تنبه برنامج المتصفح الى ان الكلمات

التالية لهذه الإشارة سوف تكون عنوان الموقع الفعلي (Uniform

^(٢٥) أمين ، معتز . أهمية السياحة الإلكترونية لشركات السياحة.

. Date of Access: ٢٧/١٠/٢٠٠٨. <http://www.cit-fei.org> URL:

^(٢٦)Pröll, Birgit & Werner Retschitzegger. Discovering Next Generation Tourism Information Systems; A Tour on TIScover . at Journal of Travel Research.-

URL: <http://www.jtr.sagepub.com>. Date of Access: ٢٠٠٩/٤/٥

URL (Resources Location) والتي تفصل أقسامه نقاط (دوت) .

٢. WWW كاختصار لعبارة World Wide Web الشبكة العنكبوتية .
٣. حقل الاسم الذي يتم تسجيله من قبل الشخص أو الشركة لدى جهات تسجيل أسماء النطاقات (المضيف) ويمثل اسم الموقع المعين وهو شبيه بالاسم التجاري المميز للمؤسسات والأشخاص (مثلا Arabia online أو NIC وهو اختصار (مركز المعلومات الوطني) أو CNN...

الجزء الأخير فهو ما يعرف باسم النطاق الأعلى ، وهو الرمز الدال على صفة الموقع أو طبيعته مثل com للموقع التجاري اختصار Commercial ، org للدلالة على المنظمات أو هيئات Organization ، و net للدلالة على أن الموقع شبكة ، gov اختصار للحكومي ، و edu للتعليمي ، ويمكن أن يلحق هذا الجزء جزء إضافي يشير إلى البلد ولكل دولة رمز خاص بها ، فالعراق يرمز له بالرمز ik ، والاتحاد الامارات ae ، ولبنان lb . ويفصل كل جزء عن الآخر في العنوان (نقطة) Dot .

ومتى ما تم حجز موقع للجهة السياحية وتحديد اسمه يخضع الموقع إلى إتفاقية منظمة التجارة العالمية والمنظمة العالمية للملكية الفكرية (WIPO) بتقنين المحتوى المعلوماتي للموقع بحسب الإتفاقية (TRIPS Agreement, ١٩٩٥) بمعايير عالمية كما يتمتع بحقوق النسخ (Copyright) والعلامات

التجارية Trade Marks^(٢٦) ، كما يتمتع بالاطر القانونية للتجارة الدولية ، ومنها :

٥٥ الاعتراف القانوني بالوثيقة الإلكترونية وحجتها في الإثبات .

٥٥ الاعتراف القانوني بالإمضاء (التوقيع) الإلكتروني Digital Signature.

٥٥ حجية المبادلات الإلكترونية .

٥٥ توثيق الوثائق الإدارية الإلكترونية .

٥٥ المصادقة والسلامة المعلوماتية Security of E- Communications

٥٥ حماية المعطيات الشخصية^(٢٧) .

٦- تقويم الموقع الإلكتروني ودور معلومات الموقع:

يمكن تطبيق معايير اليونسكو^(٢٧) في تقويم مواقع الويب وهي :

(١) الدقة Accuracy :

١. ان تكون الوثائق المعروضة أصلية وليست مزورة .

٢. هل يمكن تحقق من الاصاله Authenticity ؟

٣. هل وثقت مصادر المعلومات جيدا ؟

٤. اعتمادية المعلومات.

٥. ان تكون صحيحة لغويا في القواعد والتهجئة وخلو صفحات

الموقع من الأغلاط الطباعية ، راجع الشكل رقم (٣) .

^(٢٧) UNESCO. A training package for developing countries.

. http://www.unescobkk.org/ips_ebooksar/documents/ictlip/ictlp.htm URL:

(٢) العائدية Authority :

١. لمن يعود الموقع ؟
٢. موثوقية صاحبه ، هل هو مؤهل او خبير باختصاص الموقع ؟
٣. هل يمكن معرفة معلومات اكثر عنه كتعليمه او وظائفه السابقة والحالية ومؤلفاته ... ؟
٤. اذا كانت مؤسسة Body هل هي محترمة ؟
٥. التحقق من النطاق Domain ودلالة عنوان الموقع الفعلي URL ، وما الذي يمكن ان يعرف عنه ؟

(٣) الموضوعية Objectivity:

١. الشكل الذي قدمت به المعلومات .
 ٢. هل تظهر القليل من التحيز ؟
 ٣. هل تحاول ان تظهر وجهة نظر ؟
 ٤. هل تعكس اهداف او اغراض الموقع ؟
 ٥. هل يعود الموقع لافراد او منظمات لها حصة في المسألة
- ؟ Stake in the matter

٦. هل هناك أجندة سياسية او فلسفية وراء الموقع ؟

(٤) الإستمرارية والمدة الزمني للمعلومات Timeliness &

: Currency

١. هل المعلومات مؤرخة ؟
٢. هل تحددت زمنيا ؟
٣. هل هناك روابط Link مستمرة، ومتاحة؟

٤. هل هناك اشارات Indications ان البيانات المعروضة

تبقى مستمرة ؟

٥. متى انشأت الصفحات؟

٦. متى حدث آخر مرة ؟

(٥) المحتوى Content :

١. من هدف المستخدمين من موقع الويب ؟

٢. ماهو المجال Scope في الموقع ؟

٣. ما مدى عمق المواد المواد المعروضة ؟

٤. هل تتماشى مع خط الغرض في موقع الويب؟

٥. هل المعلومات المعروضة ذات مغزى ومفيدة؟

٦. هل مصادر المعلومات موثقة جيدا ومشار لها بصورة

صحيحة؟

(٦) التصميم Design :

١. هل يتبع مبادئ التصميم ؟

٢. هل الموقع سهل القراءة والتصفح Navigate ؟

٣. هل هناك موازنة بين اسلوب التصميم

والوظيفة ؟

٤. هل الروابط متعلقة بالموقع وملائمة ؟

٥. هل هناك مجال لنفاذ فئات أخرى من المستخدمين ؟

٦. هل يستعمل الموقع رسوم وتقنيات جديدة بصورة

مرضية ؟

(٧) الوصول (النفاذ) Accessibility:

١. هل يمكن الوصول الى الموقع بمختلف المتصفحات

. Browsers

٢. هل يتطلب برنامجا معيناً لقراءة المحتوى ؟

٣. هل المعلومات متاحة للقراءة على الموقع ؟

٤. هل يتم تحديثها وصيانتها دورياً ؟

٥. هل المعلومات متاحة مجاناً ؟ أم بأجور ؟^(٢٨) راجع الشكل

رقم (٤) .

٧- وعليه فلا بد لنظم المعلومات السياحية **Tourist Information**

Systems ان تدعم هدف موقع السياحة الإلكترونية بما يحتاج اليه

السائح من معلومات الإلكترونية^(١) ، من خلال :

☑ عرض الدليل السياحي الإلكتروني (**Online Brochure**) or

(**Electronic Brochure**)^(٢٩) الذي يعرف بالمنتج السياحي

ويسوقه بدلاً من الدليل الورقي ، وفيه معلومات كثيرة :

See also: • Administrator Checklist: Configuring a Site for Internet-Based Client Management...^(٣٠)

URL: <http://technet.microsoft.com/en-us/library/bb٦٣٢٥٣٥.aspx>

Date of Access: ٢٠٠٨/١٠/٤

• Viégas, Fernanda B (and others) Many Eyes: A Site for Visualization at Internet Scale.

URL: <http://www.research.ibm.com/visual/papers/viegasinfovvis٠٧.pdf>

Date of Access: ٢٠٠٨/١٠/٤.

• دليل الوجهات السياحية • الرحلات الإلكترونية E-JOURNEYS
 • مخطط الوجهة • خطوط الوقت • أدوات السفر • الخرائط الإلكترونية
 E-MAPS • التعرف باماكن الإقامة • التعرف بالمناسبات • التسويق
 الإلكتروني E-Shopping • دليل المزارات الدينية • سياحة رجال
 الأعمال • معلومات عامة مفيدة كجغرافية المكان والمناخ • الحصول على
 التأشيرة • تحويل العملات .

☑ وللبعض مواقع السياحة الإلكترونية الرزم السياحية^(٢٩)

: E- Package Tours

تقدم للمستفيد الإلكتروني خيارات مفيدة للمفاضلة [السفاضلة بالحركة
 Dynamic Packing؛ بالخطة السياحية Travel Planning والمفاضلة
 بالأسعار Price Comparison] تساعد على اتخاذ القرار الذي
 يناسبه، وتشمل: رزم السفر ورزم العطلات ورزم السياحة ومصدر
 الرحلات Origin والوجهات السياحية والرحلات ومدة الرحلة واماكن
 الإقامة والطعام والشراب وسائل النقل الخارجي والنقل المحلي والراحة
 والإستجمام والسفرات الثقافية والمؤتمرات والنشاطات الرياضية
 ومهرجانات التسوق والإجور^(٢٥) ... مع مراعاة فئات المستهلكين مثل
 إختلاف الأعمار والأذواق والدخول ... أي إختلاف فى الطلبات السياحية ،
 بعد دراسة حاجات المستهلكين ورغباتهم وأذواقهم ، على مبدأ
 العرض والطلب وتوجيه الجهود لتلبية طلبات الزبائن^(٢٩) ، ويمكن

^(٢٩) UN. Department of Economic ... Ibid. P. ٤٢ ; P٢٧; P. ٢٧-٣٣;

توسيع ذلك الإهتمام بجعل الموقع متعدد اللغات يخاطب أكبر مجموعة من المستهلكين لتصل الخدمات إليهم ، ويصنف السياح حسب غرض الرحلة الرئيس الى :

✎ أغراض شخصية: • تمضية العطلات والإستجمام • زيارة الأصدقاء والأقارب • التعلم والتدريب • الصحة والعلاج الطبي • الزيارات الدينية والحج • التسوق • المرور Transit.

✎ أغراض إقتصادية: • كالعمل والوظيفة^(٢٩) .

☑ التعريف بالأنشطة والخدمات (Information about Services & Activities التي تقدمها المؤسسات السياحية ، يراجع الجدول الآتي الذي يعرف الأنشطة والخدمات ، راجع الجدول رقم (٣) لوصف الأنشطة والخدمات بحسب توصيف تقرير الأمم المتحدة^(٢٩) .

☑ الاتصال بالموزعين منظمي الرحلات وكالات السفر... Communicate with Tours Organizers والمرشدين السياحيين والمنتجين المساندين للسياحة مثل شركات الطيران ، شركات النقل ، الفنادق ، المطاعم... ، المشاركين في صناعة السياحة و تحقيق الربط الإلكتروني Hyper Linking بين مواقعهم ، ويحقق الربط إتاحة المعلومات السياحية والمشاركة على المستوى الدولي^(٢٥) .

☑ الإهتمام بالتفاعلية ، ترى الباحثة ان تفاعل الموقع المباشر والسريع مع المستهلك ، مثل البيع والتسوق الإلكتروني وتوفير الأدلة الإرشادية واستمارات الطلب الإلكترونية Online Manuals, Applications and Operational Forms ، وخدمات المستهلك ودعمه والخصم

ونظم الحجز والدفع الإلكتروني ، فضلا عن تحقيق التعديلات السريعة على المنتج بحسب الطلب ، وتأمين الإتصال الداخلي والخارجي . كل ذلك يقلل الجهد المبذول ، والوقت ويخفض الكلفة ، فضلا عن حل كثير من الصعوبات^(٣٠) .

☑ الإهتمام بالتصميم الفني للمواقع يجعلها قادرة على التنافس في مجال المنتج السياحي ، والمشاركة بعرض البيانات الفعالة ونقل المعلومات التي تحقق السرعة في عقد الصفقات ، وتوضيح أدلة الموقع Layout والروابط Links والإهتمام بالخدمات المعتمدة على الملفات الصورية والملفات الصوتية و ملفات الوسائط المتعددة المتقدمة Heavy Multimedia^(٣١) بما يعرف بتقنية Rich Media التي تقدم تفاعلا جيدا وتخلق عصرا جديدا من الوسائط المتعددة وتحسن الإعلانات والأدلة وبطاقات العمل والملصقات والإعلانات المتتالية Overlay Ads...بتأثير بصري وتخلق إستجابة عاطفية لدى المستهلكين^(٣٤) لأن الصور والوسائط المتعددة تحمل الكثير من المعلومات، والوسائط أساس تقنية الرحلات حيث تقدم بيئة بصرية

European Commission. Electronic Business in the Tourism Industry in ٢٠٠٤; Main Issues and Challenges

URL: [http://www.ebusiness-watch.org/resources/tourism/SR٠٧-II_Tourism\(pdf\)](http://www.ebusiness-watch.org/resources/tourism/SR٠٧-II_Tourism(pdf))

Date of Access: ٢٠٠٨. /١٠/٢٧

e- Tourism.- URL: <http://www.buzzle.com>. Date of Access : ^(٣١)

٢٠٠٨/١٠/٨.

متقدمة وهي أساس السياحة الافتراضية Virtual Tourism^(٣٢) هذا وقد تطورت البرامجيات وتطبيقات الويب كما تعددت لغات البرمجة مثل : Perl; PHP; ASP; Visual Basic; VB Script; Java Script and ColdFusion^(٣١) (٣٠) (٣٣) .

☑ ويمكن الإستعانة بتقنية الهواتف النقالة Cellular Phones للتسويق السياحي من خلال الرسائل النصية والصوتية والصور فضلا عن رسائل الوسائط المتعددة (MMS (Multimedia Messaging Services في الجيل الثالث من الإنترنت^(٣٤) (٣٥) .

المعلومات في مواقع الويب السياحية:

(١) معلومات السياحة الإلكترونية **Metadata** ، المعلومات السياحية التي تقوم محركات بحث الرحلات Travel Search Engines بتحليلها من مواقع الويب وفرزها إلكترونيا بما يناسب تطبيقات هذه المحركات ، كالمحتوى وتركيب المستويات الهيكلية والنوعية سواء ملفات نصية او فيديو او صور و ظروف البيانات وعناصرها وخصائصها ... لأغراض المضاهاة Optimization ، وتقسّم بالتالي الى بيانات الميتا الى البيانات الوصفية Descriptive والإدارية

e- Travel, e-Tourism-journey and more.^(٣٢)

URL: <http://www.linkegyptb.com> Date of Access: ٨/١٠/٢٠٠٧.

Martin, Hepp (and others). Toward the semantic web in e-^(٣٣) tourism; can annotation do the trick?. - Innsbruck (Austria): <http://mhhepp@computer.org> University of Innsbruck. URL: Date of Access: ٢٠٠٧, ٨/١٠/٨

Administrative والتركيبية Structural والتقنية Technical واستعمال Use بيانات الميتا^(٣٤).

ان بيانات الميتا بنيت لتجيب على ثلاثة أسئلة رئيسة :

أ* ماذا بإمكان السائح ان يزور ويرى .

ب* أين تقع الأماكن المثيرة التي يرغب في ان يزورها ويراهها .

ج* متى بإمكان السائح ان يزور مكانا معيناً^(٣٥) ، راجع الشكل رقم (٥) .

(٢) هدف المعلومات ان معلومات الموقع هي اهم محتوى الموقع ومجاله ،

يوجه محتوى الموقع الى المستهدفين من السياحة (المستهلكين) ، فهناك

المعلومات المجهزة (Information Supply) (Information Provided

Requested Information المطلوبة^(٣٣))

(Information Demand) ويأخذ في نظر الاعتبار

حاجات المستهلكين ورغباتهم واذواقهم بعد دراستها ، ومن مبدأ العرض

والطلب وتوجيه الموزعين الى تلبية طلبات المستهلكين مع

مراعاة فئاتهم مثل اختلاف الأعمار والأذواق والدخول...اي

اختلاف في الطلبات السياحية بما يعرف بإدارة العلاقات بالمستهلكين

CRM (Consumers Relationship Management) بنظم

Wikipedia encyclopedia. Metadata

(٣٤)

URL: <http://en.wikipedia.org/wiki/Metadata>

Date of Access: ٢٠٠٨/١٠/٤

www.well.com/~doctorow/metacrap.htm See also: • [http://](http://www.well.com/~doctorow/metacrap.htm)

Cardoso, Jorge and Amit Sheth, Semantic Web Services, Processes^(٣٥)

and Applications.- Springer, ٢٠٠٦. Chapter ١٠ "Developing an
OWL Ontology for e-Tourism".

برامجية قادرة على تركيب البيانات على سلوك المستهلكين وحاجاتهم وتزودهم بالمعرفة وتقدم لهم خدمات قيمة وفعالة للمستهلك ، تمكن مزود الخدمة من بناء علاقات حية وتقدم الحلول على مدار الوقت ، اي انها تقدم الحلول والخدمات للمستهلكين والزائرين قبل البدء بالرحلة وفي أثناء الرحلة وبعد الرحلة ، كما تقدم الحلول الى متصفح الويب والبريد الإلكتروني ومراكز الاتصالات ومكاتب معلومات السفر وفي أي وقت وفي كل مكان^(٢٩) ^(٣٣) وتحقق الإتصال الداخلي والخارجي لصناعة السياحة .

(٣) حجم المعلومات ، ويتفاوت حجم المعلومات في هذه المواقع الى خمس فئات بحسب^(٣٣) الجدول الآتي رقم (٤)

Points Amount of Information in this Category

جدول رقم (٤) بكمية المعلومات في هذه المواقع حسب الأنواع	
٠	No information
١	Some rare information, but not useful
٢	Hardly useful information
٣	Sufficient information for decision-making
٤	Good information
٥	Comprehensive information

تسهم الفئة الثالثة والرابعة والخامسة في اتخاذ القرارات ، لما تقدمه من معلومات كافية وجيدة وشاملة .

(٤) مضامين المعلومات ان من أهم المعلومات الموجهة الى المستهدفين هي معلومات الدليل السياحي الإلكتروني^(٢٥) ، وفيها معلومات كثيرة تسهم في

اتمام صفقات سريعة بمعلومات فعّالة تنتقل بسرعة ، ان تحليل محتوى المعلومات اوضح في دراسة نمساوية لتحليل رأي المستفيدين ان الإقامة والسكن تشكل نسبة ٩٨% من حيث الأهمية عند المستطلعين ، تليها الأسعار بنسبة ٦٠% ، لانها تسهم في اتخاذ القرار من خلال المفاوضة والخصم ... تليها الصور Images بنسبة ٥٨% والصور تحمل معلومات كثيرة للمستهدفين ، كصور الأبنية وغرف الفنادق والمساح ..^(٣٣) ، فضلا عن الإتجاه وطريقة الوصول... وتتفاوت مضامين المعلومات المطلوبة بحسب ثقافة المستهدفين وتقاليدهم^(٣٣) ، وتعمل مجموعة نظم على تحسين الموقع وتقويته وتفعيله وتحديثه مثل نظم إدارة المحتوى ونظم إدارة الأخبار ونظام إدارة الصور والوسائط المتعددة ونظم الحسابات ونظم الدعم الفني للموقع وجودة صفحات ثابتة ومقدمات فلاش ثلاثية الأبعاد وتقنيات إنشاء مثل برنامج الـ Web ٢.٠ و PHP و Publisher وغيرها^(٣٥) .

(٥) من اهم المعلومات الدليل السياحي ومعلومات الرزم السياحية :

- * معلومات المنتج السياحي Tourist Product * انواع الرحلات
- * مصدر الوجهات السياحية ودليلها * مخطط الوجهة * أدوات
- * السفر * مدة الرحلة * الخرائط الإلكترونية E-Maps * التعريف
- * بـأماكن الإقامة * الطعام والشراب * النقل الخارجي والمحلي *
- * التسهيلات المقدمة كالخصم .. * التعريف بالمناسبات * التسوق
- * الإلكتروني E-Shopping * دليل المزارات الدينية * السياحة

رجال الأعمال * معلومات عامة مفيدة كجغرافية المكان والمناخ
* الحصول على التأشيرة * تحويل العملات^(٢٩).

(٦) **خصائص المعلومات** ، وتشترط النوعية في المعلومات كالدقة والحدثة والشفافية والمصدقية (من مصادر معروفة وموثوقة) والصلة وخطوط الزمنية والمعايير الصلبة والتماسك وسلامة المعلومات وتوثيقها وسهولة وسرعة الوصول للمعلومات (النفاذ)^(٣٠). وتعتمد صناعة السياحة على المعلومات المعروضة التي تتباين بشكل كبير فلا يمكن قياس جودتها إلا بالتجربة ، ولهذا يطلق عليها وصف السلع والخدمات المتصصة بالملموسية والثقة بطبيعتها Confidence Goods and Services وتعتمد على ثقة السائح في جودة الخدمات السياحية التي تقدمها الشركات ويأتي دور شبكة المعلومات (الإنترنت) الذي يقدم تصويرا حيا للخدمة السياحية مما يكسب المعلومات مصداقية ويؤدي إلى زيادة الثقة في المؤسسات^(٣١)، وتعرض المنديات والحديث بين المستهلكين عبر الشبكة لهذه التجارب . وترى الباحثة ان تعنى الهيئات الرسمية المسؤولة عن السياحة في بلدانها بمواقع الويب السياحية مع ضبط معلوماتها والعناية بمصادرها والحرص على تحديثها أولا بأول ودعمها بالرقابة والإحصائيات .

(٧) المبحث (٣)

خدمات مواقع السياحة الإلكترونية ومزاياها :

١. ترى الباحثة ان الموقع يقوم بالتسويق السياحي من خلال الدعاية وعرض الأنشطة والخدمات التي تقدمها المؤسسات السياحية ، حيث

يعرض الموزعون (المؤسسات السياحية) المنتجات والبرامج السياحية وقبولها من جمهور السائحين يتم إلكترونياً أي تسويقها إلكترونياً، " إذ تطور حجم المبيعات السياحية الإلكترونية في أوروبا على سبيل المثال من ٠,٢ بليون دولار عام ١٩٩٨ إلى ٤٩,٤ بليون دولار عام ٢٠٠٧ " ^(٣٦) يراجع الجدول رقم (٥) يوضح دور السياحة الإلكترونية في صناعة السياحة في أوروبا .

٢. ويؤمن الموقع الحضور (التواجد) على الشبكة Online Presence مما يؤمن المعلومات السياحية ٢٤ ساعة × ٢٤ وعلى مدى الأسبوع ويعمل مركز المعلومات ، ان تعدد مصادر المعلومات السياحية من منظمي السفرات والمنتجين المساندين مثل الفنادق او شركات الطيران ...، وتحقق الانتشار حول العالم ولاسيما اذا عرضت بلغات عالمية عدة .

٣. ويؤمن الموقع المرونة في أماكن البحث عن المعلومات السياحية : يمكن التصفح في العمل ، في المنزل...

٤. وجذب المستهلكين (المستفيدين) الجدد Attracting New Customers .

٥. والتواصل Connectivity بين المستهلكين والموزعين والمنتجين .

٦. ويحقق الموقع التفاعلية Interactivity ، أي ان علاقة المستهلكين مباشرة بالموزعين والمنتجين ويمكن مناقشة كل هذه العروض

(٣٦) دبي تشهد ولادة المجلس العربي للسياحة الإلكترونية.

• URL: <http://www.middle-east-online.com/uae>

Date of Access: ٢٠٠٨/١٠/٢٧

والمعلومات عبر المنتديات والحديث بين المستهلكين ، التي تعتمد على سهولة النفاذ للموقع والمشاركة بالمعلومات ، وبإمكان المستفيد قراءة المعلومات والمفاضلة والمقارنة السريعة بين العروض السياحية Search & SEO Search Engines Optimization وتعديل بعض الرزم السياحية بحسب رغبة المستهلكين ، وإمكانية التأقلم مع هذه الطلبات وإبتكار الوسائل الملائمة لآغراء المستهلكين .

٧. ويمكن المستهلكين من مشاركة في تعديل الرزم السياحية من خلال المضاهاة Optimization بين العروض السياحية مما يؤدي الى تطوير المنتج السياحي وتحسينه، بما يسهم في دعم القدرة التنافسية بين الموزعين والمنتجين لتحسين صناعة السياحة.

٨. كما ان التنافس في تحسين صناعة السياحة الإلكترونية يسهم بشكل كبير في جلب الإستثمارات المحلية والخارجية للمساهمة في هذه الصناعة .

٩. وخفض الكلفة ، بتسهيل التسويق السياحي لأن تنظيم الرحلات يتم باتفاق مباشر بين المستهلك الإلكتروني والمنتج ، وإلغاء دور المو زع (الوسيط) فعلا عن سهولة الوصول للمعلومات .

١٠. وسرعة الحجز بحسب أنظمة الحجز الإلكتروني E-Booking على شبكة المعلومات الدولية (OBE) ، كحجز الرحلات والفنادق والمطاعم وتذاكر الطيران للرحلات الجوية وتذاكر القطارات أو السفن ...

١١. تسهيل الدفع الإلكتروني E-Payment ، كل ذلك يجري بحسب نظم مالية ومصرفية إلكترونية ، مثل التحويل الإلكتروني والبطاقة الإلكترونية E-Ticket .

١٢. تنشيط التسوق الإلكتروني E-Marketing ، فالعروض السياحية والتسويق السياحي الإلكتروني تفاعليان .

٨-٠ * محركات البحث:

تعمل محركات بحث الرحلات Travel Search & TSEO Travel Search Engines Optimization على شبكة المعلومات على مساعدة المتصفحين على البحث الموجّه واستعمال مهارات أدوات البحث في زيادة مبيعات المواقع على الشبكة ، كعرض وجهات السفر وأمور اقتصادية ك شراء منتجات السفر مثل الرحلات وشراء تذاكر الطيران وتأجير السيارات وحجز غرف الفنادق وتذاكر الرحلات البحرية ... لكل المواقع السياحية على شبكة الويب World Wide web مما سيؤدي إلى تنشيط السياحة عبر الشبكة ، مثل نظم التوزيع العالمي للحجز الإلكتروني للغرف في سلسلة من الفنادق Global Distribution System(GDS) وOnline Reservations Systems (٢٤) وهناك Hotel Electronic Distribution Network Association(HEDNA) (٢٢) . ان اول محرك بحث للسفر هو Sidestep (٢٢) ومن أشهر محركات البحث السياحية :

☆ Microsoft Expedia حققت أعلى نسبة للزوار ١١,٦

مليون متصفح.

☆ **Travelocity** في المرتبة الثانية ١٠,٢ مليون متصفح.

☆ **Orbitz** في المرتبة الثالثة ٦,٥ مليون متصفح^(٣١).

هناك محركات بحث أخرى مثل :

; THG ; Gulliver ; Travel Web ; Tourism mart
Aardvark; Kosmix ; Jezgo ; ; TIS; ;Yahoo! Travel;
ALO Travel^{(٣١) (٣٢)}.

٩-٠ * بوابات السياحة الإلكترونية **Web Portals**^(٣٧):

والبوابات الإلكترونية لمواقع ويب ؛ يشكل كل موقع منها نقطة بداية للاتصال بمواقع ويب الأخرى ، و تقدم خدمات تفاعلية فضلا عما هو موجود عليها من معلومات على مدار الساعة، تتيح خدماتها المتكاملة الوصول بسهولة وسرعة الى اهم المواضيع التي تهتم المتصفحين ، ولها تصميم فني البوابة يختلف عن الموقع ، وتحصل على تمويلها من روابط الاعلانات التي تظهر عليها، اما انواع البوابات الإلكترونية فهي البوابات العامة **Government Web Portals**، والمناطقية **Regional Web Portals** والمضيضة **Host Web Portals** والرياضية وبوابات البوابات ، ومن أول البوابات واشيرها **Yahoo** وهناك **MSN**، وأهم مكوناتها : البريد الإلكتروني والأخبار العالمية والأحوال الجوية وأسعار الأسهم والرياضة والرحلات والخرائط والتسوق الإلكتروني والصفحات الشخصية...

. Web Portal.from Wikipedia encyclopedia

(٣٧)

URL: <http://en.wikipedia.org/wiki/WebPortal> .

Date of Access: ٢٠٠٩. /٤/١٥

وهناك البوابات المتخصصة Domain-Specific Portals التي تقدم النفاذ الى خدمات او شركات متخصصة او صناعة ما ومنها البوابات التي تعطي معلومات سياحية متخصصة ، وغالبا ما تحمل عنوان الرحلات Travel، ومنها hot Travel ١٠٠^(٣٨) وتضم الفنادق وحجز التذاكر والخرائط والطقس^(٣٩)... ومن أشهرها البوابة^(٤٠) TIScover Portal التي تقدم معلومات عن السياحة النمساوية^(٣٣) وهي أكثر مواقع السياحة تصفحا ، حيث صنفت كأفضل ١٠ مواقع عالميا^(٢٦) وتستند على قواعد بيانات سياحية أسست عام ١٩٩٦ ويعتمد هيكلها على تيارات المعلومات التي تتحرك بين

١٠٠hot Travel. The Web's Most Popular Travel Sites [Online]. ^(٣٨)

URL:<http://www.100hot.com/travel/>

See also: • Wikipedia encyclopedia. Portal.

URL: <http://en.wikipedia.org/wiki/Portal> . Date of Access:

٢٠٠٩/٤/١٥

• البوابات الإلكترونية.

URL: <http://www.itep.ac/arabic/educationalcenter/Articles/Portal/>

Date of Access: ٢٠٠٩/٤/١٥

Main Portals: Guide to the Internet Portals; by Subject &by ^(٣٩)

Countries, General Web Search

. <http://www.google.com>URL:

TIScover Homepage: <http://www.tiscover.com>

^(٤٠)

See also: • Pröll, Birgit & Werner Retschitzegger. TIScover-A

Tourism Information System Based on Extranet and Intranet

Technology. Op.Cit.

URL: <http://www.jtr.sagepub.com>. Date of Access: ٢٠٠٩/٤/٥

الطبقات الثلاثة : طبقة نفاذ الجمهور Public Access Layer والطبقة الداخلية وطبقة مصادر البيانات الخارجية^(٢٦) ، راجع الشكل رقم (٦) .

١٠- * نظم المعلومات السياحية المتكاملة :

Tourist Information Systems (TIS) :

تستند نظم معلومات السياحة المتكاملة TIS الى قواعد البيانات السياحية المتكاملة لكل ما يتصل من البيانات السياحية في البلد لتدعم صناعة السياحة ، من الاماكن السياحية المتنوعة كالمواقع الطبيعية والأثرية والمزارات الدينية والأماكن العلاجية والأسواق التجارية والأماكن الثقافية كالمتاحف الأثرية والمعارض الفنية والأماكن الرياضية والمطارات ومحطات القطار وقطارات الأنفاق ... وكالات السفر ومنظمي الرحلات والمرشدين السياحيين والمنتجيين المساندين للسياحة مثل شركات الطيران ، شركات النقل ، شركات تأجير السيارات ، الفنادق ، المطاعم ... فضلا عن المعلومات الإجتماعية والمعلومات العامة المفيدة كالمناظير الحدودية والجغرافية والمناخ وسعر صرف العملات ... ، وكل بيانات المشاركين في صناعة السياحة في البلد بمعلومات وافية عن كل ما ذكرت ، ويمكنها تزويد المستهلكين او الموزعين أو المنتجين السياحيين بالمعلومات السريعة والدقيقة وبالإحصائيات لأغراض متنوعة وقت الحاجة^(٢٧) ، ولا بد من أن تقوم هيئات السياحة الرسمية بهذا العمل مستوى الوزارات المسؤولة .

- ١١- * البنى التحتية الأساسية:

لا تتجح السياحة من دون البنى التحتية الأساسية الأخرى ، ولا تتجح صناعة السياحة ونشاطاتها من دون وجود فنادق ومنشآت فندقية كالشقق والدور السياحية ، وشبكة طرق مواصلات متينة، ومرافق نقل جيدة كالمطارات الرئيسية والفرعية ومحطات القطار والنقل بالسيارات ، مع توفر وسائل نقل جيدة وحديثة سيلة وسريعة كالطائرات والسكك الحديدية والسيارات ... فالنقل والمواصلات من العناصر الأساسية للسياحة ، وأعمال لتطوير المناطق السياحية وتجميلها والخدمات العامة المتطورة الأخرى مثل خدمات الإتصالات والمياه والكهرباء والصرف الصحي وكذلك القطاعات الأخرى المنتجة مثل القطاع الصناعى والزراعى ، فلا يمكن الوصول الى المواقع السياحية إذا تعذر الوصول إليها أو اذا افتقرت إلى الخدمات الأساسية^(٤١) .

- ١٢- * القوى البشرية المؤهلة:

لابد من مجموعات عاملة مدربة ومؤهلة لإدارة صناعة السياحة ، كالعاملين في التسويق السياحي مثل شركات السياحة ، والعاملين في شركات النقل والمرافقين للأفواج السياحية ، والمرشدين

^(٤١) التونى، ناجى . دور وآفاق القطاع السياحي فى اقتصادات الأقطار

العربية . - الكويت : المعهد العربى للتخطيط ، ٢٠٠١ . ص ١ .

• انظر ايضا : السيسى ، ماهر عبد الخالق . صناعة السياحة؛ الأساسيات

وإنمادئ . - القاهرة : مطابع الولاء الحديثة ، ٢٠٠٣ . ص ٦٧ .

السياحيين ، والعاملين في الصناعة الفندقية والخدمات الأخرى ذات العلاقة^(٤٢) .

- ١٣ - * الثقافة الإجتماعية:

لابد من شيوع ثقافة اجتماعية تقدر قيمة السياحة ، ووعي يحترم السائح ويؤمن سلامته وخصوصيته ، سواء في المواقع السياحية أم في البيئة المحيطة بها كالمطاعم والفنادق والأسواق ولا تتأثر معاملة السائح بالعوامل السياسية ولا بالتطرف الإجتماعي ، مما يتصل بذلك القوانين ذات العلاقة كتسهيل حركة التنقل وحصول السواح على تأشيرة السفر أو المرور (الترانزيت) ، والقوانين الصارمة تضمن سلامة السائح ومكافحة كل الأفعال التي ترهب السائح وتروعه ، إذ لابد من استتباب الأمن بشكل تام ويترتب على ضعف الأمن وإختلاله عزوف جموع السائحين عن المنطقة مما قد يهدد عملية التطور في هذا القطاع التتوى^(٤٣) .

ويمكن تفعيل القوانين الخاصة بالعمل وما يترتب عليها مثل منح العاملين فترات أجازات طويلة نسبيا مما يدعم العملية السياحية سواء في الداخل أو الخارج ، فضلا عن السعي لرفع الدخل القومي والعمل على رفع المستوى المعيشي وتحقيق مستويات التوظيف الكامل مما يخلق فرص جيدة للسياحة سواء على صعيد السياحة الداخلية أو السياحة الخارجية^(٤٤) .

(٤٢) السيد علي ، محمد أمين محي الدين . إدارة الفنادق ورفع كفاءتها

الإنتاجية . - عمان : دار وائل ، ١٩٩٨ .

(٤٣) عبيدات . المصدر السابق . ص ٢٢ - ٢٥

-١٤- * المنظمات الإقليمية والدولية العاملة على السياحة الإلكترونية :

من المنظمات الدولية العاملة على السياحة الإلكترونية الإتحاد الدولي للسياحة الإلكترونية IUET (إيوتى) ويعمل الإتحاد ليكون المرجع الأول لصناعة السياحة عبر شبكة المعلومات (الإنترنت) كما يقوم الإتحاد باستعمال أحدث تقنيات التسويق الإلكتروني ، وإيجاد حلول علمية لمشاكل صناعة السياحة الإلكترونية العالمية من خلال إنشاء دليل عالمي موحد لمواقع السياحة الإلكترونية يضمن معلومات رسمية لكل ما يتعلق بصناعة السياحة يتم من خلاله خلق مكان للمنافسة العادلة بين الأعضاء لضمان زيادة حجم المبيعات السياحية عبر الشبكة وتوفير الأموال المنفقة على العروض السياحية والبرامج التسويقية^(٣٧) (٤٤).

وقد أعلن عن إنشاء المجلس العربي للسياحة الإلكترونية ليعمل على السياحة الإلكترونية في المنطقة العربية ، وعقد المؤتمر الدولي العربي للسياحة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني في المدة من ١٥ - ١٩ كانون الأول ٢٠٠٨ ، في منتجع شرم الشيخ تحت رعاية جامعة الدول العربية ووزارة السياحة المصرية ، وقد قام الإتحاد الدولي للسياحة الإلكترونية بتنظيم المؤتمر بالتعاون مع المنظمة

(٤٤) مؤتمر للسياحة الالكترونية العربية . في صحيفة البيان . - العدد ١٠٣٢٥ / ٢٤

سبتمبر ٢٠٠٨

العربية للسياحة والمنظمة الدولية لتقنية الشبكة والسياسة الإلكترونية^(٣٧) ^(٤٤) ، وسيؤدي هذا إلى التعاون في مجال التخطيط السياحي الذي سيؤدي دوراً أساسياً في تنمية السياحة العربية على كافة المستويات ، إن التعاون في وضع خطة لتنمية السياحة الإلكترونية عبر الإنترنت سوف يجلب فرصاً عديدة للعمل والاستثمار لجعل الأسواق السياحية بشكل أفضل على المدى البعيد^(٤٤) .

وإن كثيراً من الدول قد أدخلت السياحة الإلكترونية ، وكثير من الدول المتقدمة والدول النامية وبعض الدول العربية لها مواقع خاصة ومواقع عامة (رسمية) ^(٤٥) ^(٤٦) .

See: • Global e-Tourism Monitor. URL: <http://www.gemreport.com> ^(٤٥)

^(٤٦) بعض المواقع السياحية الإلكترونية العربية :حكومة دبي . دائرة السياحة والتسويق

التجاري URL: <http://www.dubaitourism.co.ae>

المملكة الأردنية . URL: <http://www.tourism.jo/inside/>

دولة عمان . وزارة السياحة . URL: <http://www.omantourism.gov.om>

تونس . وزارة السياحة / URL: <http://www.tourismtunisia.tn>

جمهورية مصر العربية . الهيئة العامة للإستعلامات المصرية —

سياحة URL: <http://www.sis.gov.eg/Ar/Tourism/>

لبنان . وزارة السياحة اللبنانية.

URL: <http://www.destinationlebanon.com>.

وهناك نظم الحجز الإلكتروني E-Ticketing للطيران والفنادق والسيارات مثل عمليات حجوزات مقاعد الطائرات وغرف الفنادق والسيارات وكتابة الأسماء المستهلكين ويقوم الوكيل بإنشاء ملفات خاصة تسمى Client Files وأرقام الهواتف وتثبيت الحجوزات ، مثل : نظام غاليليو (Galileo Sytem) ويغطي النظام أوروبا والشرق الأقصى ، وقد قامت منظمة الطيران المدني في العام ١٩٩٢ بتكوين مجموعة عربية انضمت له ، ومن مهامها التعاقد مع النظام ، ويقوم شركات الطيران الأعضاء بتشغيله ووكالات السياحة والسفر في بلداتها ، وهي الخطوط السعودية ، الكويتية ، الإماراتية ، اللبنانية ، السورية ، اليمنية ، المصرية والأردنية ، مقابل نسب على الحجوزات يحصل عليها موزع النظام تنقسم : ٥٥ شركة طيران و ٤٥ ألف فندق و ٥٥ ألف وكيل سياحي و ١٢ ألف موقع تأجير سيارات (٤٦) .

المبحث (٤) واقع السياحة في العراق وإمكانية استعمال السياحة الإلكترونية:

في ظل قلة الوعي من بعض الدول النامية بأهمية صناعة السياحة وللتمية السياحية ومع غياب التخطيط ، غالباً ما تعاني من مشاكل اجتماعية واقتصادية وبنيوية مختلفة ، وفي العراق هنالك الكثير ليقال عن الواقع السياحية العراقية وإمكاناتها ، وتدهور صناعة السياحة في العراق للمقود

(٤٧) خط الطيران .

Date of Access: ٢٠٠٩/٥/٣١ . <http://www.flyingway.com> URL:

• See also : URL: <https://www.gtsm.galileo.com>

• Wikipedia Encyclopedia . Galileo CRS.-

URL: http://en.wikipedia.org/wiki/Galileo_CRS .

Date of Access: ٢٠٠٩/٥/٧

الأربعة الماضية مثل كل القطاعات الأخرى بسبب الحروب المتتالية والحصار والوضع الذي تلا احتلال العراق^(٤٨) ، تدهورت مع البنى التحتية المواقع السياحية والمنشآت الفندقية ناهيك عن عدم تحديث الإدارة السياحية بنظم إدارية آلية حديثة^(٤٩) .

وقد أجرت الباحثة مقابلة مع السيد رئيس الهيئة العامة للسياحة^(٥٠) ، وكانت اهم نتائج المقابلة ما يأتي :

- ١* ان واجب الهيئة الإشراف على السياحة في العراق .
- ٢* ان للعراق امكانيات سياحية هائلة ومنوعة ، وأوضح ما فيها الزيارات المليونية من كل محافظات الوطن الى المزارات الدينية^(٥١) ، لكن الأمن أهم عنصر لازدهار السياحة ، وفي فقدان الأمن "فان السياحة اول من تنهار وآخر من تستفيد".

(٤٨) تدهور السياحة في العراق ، راجع : وقائع المؤتمر العلمي الأول لوزارة السياحة والآثار

(٤٩) عبد الرزاق ، معتز سلمان . تنظيم معلومات التسويق السياحي والعوامل المؤثرة في صناعة الضيافة . في المصدر نفسه . ص ١٥٠ - ١٦٠ .

(٥٠) تشكر الباحثة السيد رئيس الهيئة العامة للسياحة الأستاذ حمود محسن اليقوبي على تعاونيه وقد جرت المقابلة بتاريخ ٢٥ / ٨ / ٢٠٠٩ .

(٥١) بلغ عدد الزائرين في اربعينية الامام الحسين لعام ٢٠٠٩ : ١٢ مليون زائر لكربلاء ويوم المبعث النبوي ٦ ملايين الى النجف ويوم النصف من شعبان ٧ ملايين الى كربلاء ، وهو نشاط سياحي هائل جدا.

٣* يقوم المكتب الوطني للسياحة بتفويض السياح الى المواقع السياحية في العراق ، فضلا عن الى المكاتب السياحية الأهلية ، وان تفويض السياح الإيرانيين يتم باتفاق المكاتب السياحية الأهلية مع الجانب الإيراني " هيئة الحج والزيارة الإيرانية " مباشرة .

٤* وان الإستثمار السياحي للمواقع والمرافق السياحية مرتبط بقانون الإستثمار العام ، والذي لم يحسمه مجلس النواب بعد .

٥* لم تشرع الهيئة قانونا لحماية السائح ، وتهتم الشرطة السياحية بأمن السواح والمواقع السياحية .

٦* لم تقم الهيئة ببرامج تثقيفية للمواطنين تعرفهم على أهمية السياحة ومراعاة السياح .

٧* قامت الهيئة بتفويض سياح أجانب ، وقد وصل للعراق الكثير من السياح ومن جنسيات مختلفة^(٥٢) .

٨* للهيئة موقع إلكتروني على النت :
URL: <http://www.tourismiq.com>

(٥٢) تنوعت جنسيات السياح من مختلف انحاء العالم، وهم : الإيرانيون والبحرانيون والباكستانيون والهنود والأذريون والأتراك ولبنانيون وهناك البريطانيون والتايوانيون والكنديون والأمريكان... الا ان اعدادهم دون مستوى الطموح.

* بلغت اعداد الزوار الوافدين (مجاميع السياحة الدينية) من الشهر كانون الثاني - لغاية نهاية نيسان عام ٢٠٠٩ [٥٣٦٣٧٩] ، عن قسم الاحصاء في الهيئة لعامة للسياحة .

لم يكتمل إنشاؤه بعد ، إلا إنه غير تفاعلي ، راجع الملحق الشكل رقم (٧).

٩* لم تنشئ الهيئة نظام معلومات سياحي عراقي يدعم صناعة السياحة إلكترونياً.

١٠* تستعمل الهيئة الحجز المباشر مع المواطنين ، وتستعمل شبكة المعلومات (الإنترنت) للتعامل مع المستهلكين الأجانب .

قامت الباحثة بتوزيع الاستبيان على عينة (٣٠ مكتباً) من مكاتب السياحة والسفر في بغداد^(٥٣) راجع الملحق للاطلاع على الاستبيان ، للوقوف على عمل هذه المكاتب ومشاكلها وكانت أهم نتائج الاستبيان ما يأتي :

(١)* ضعف الحركة السياحية في العراق إذ أن الكثير من المكاتب المستبينة تقوم ببيع تذاكر السفر (Ticketing) ، بعد أن قلّت تفويج السياح للداخل وبنسبة ٥٣ % .

(٢)* قلة السياح الاجانب الوافدين للعراق .

(٣)* ان القليل منهم لهم موقع إلكتروني على النيت وبنسبة ١٠ % ، ويستفيدون من الموقع للدعاية وللإعلانات التجارية وللاتصال بالمكاتب الخارجية .

(٥٣) تود الباحثة ان تشكر المكاتب المستبينة على تعاونها ، وبخاصة انشهد والنضمام والكاردينيا للمعلومات التي افادوا بها الباحثة، تم توزيع الاستبيان وجمعه في المدة من

- (٤)* ان الكثير منهم لهم بريد إلكتروني وبنسبة ٩٣ % .
- (٥)* ان الكثير منهم يستعمل الشبكة في العمل السياحي وبنسبة ٧٧% ،
وهم يستفيدون من النت معرفة الاسعار واسعار الساعة والتوقيات
(Timing) وحجز تذاكر الطيران (Connection) والفنادق
والتعريف بالمسافر وتسلم الدعوات من الخارج والحجز للحالات
الطارئة كالمرضى والجرحى...
- (٦)* قلما يستعملون الشبكة للوصول الى المستهلكين .
- (٧)* ان القليل منهم يستعمل الدفع الإلكتروني وبنسبة ١٧% ، والكثير
منهم يدفع بالمباشر .
- (٨)* وقد أوضح المستبinnen سهولة ادارة السياحة من
خلال الإنترنت وبنسبة ١٠ % ، ومنهم من رأى امكانية
تطبيقها وبنسبة ٥٣% ، ومنهم من رأى صعوبة تطبيقها
وبنسبة ١٣ % لضعف استعمالها من الزبائن وعدم المصادقية
اطراف التعامل .
- (٩)* كانت أهم المشاكل التي ذكرها المستبinnen:
١. صعوبة الحصول على سمة الدخول للعراقيين من دول العالم
وبنسبة ٣٠% مما يعطل السياحة.
 ٢. إيقاف منظمة ITTA التذاكر الإلكترونية (Electronic
Ticketing) للعراق .
 ٣. تذاكر الطيران للعراقيين الأعلى في اسعار طيران في العالم .

٤. ضعف الطيران المدني العالمي المباشر من العراق؛ وهو باق
[بارادة ما] تحت رحمة الشركات الضعيفة ، وتأخر المسافرين
لضعف الالتزام بتوقيّات الإقلاع والهبوط .

٥. احتكار شركات أهلية لسمة الدخول وقطع التذاكر واحتكار تفويج
السياح الإيرانيين .

٦. فساد اداري وعرقلة سمة الدخول العراقية بسبب تأخير المسافرين
على شركات أهلية او أجنبية .

٧. تخلف العمل السياحي و عدم وجود فنادق مرموقة وقلة الكهرباء .

٨. ضعف الاستثمار السياحي .

٩. تأخير الحوالات المصرفية .

وتهتم الدولة العراقية اليوم بتنشيط عجلة السياحة واعادة دورانها في

العراق مرة ثانية.

المبحث (٥) الإستنتاجات والتوصيات:

تستنتج الباحثة بمايأتي :

١* ضعف استعمال السياحة الإلكترونية في العمل السياحي العراقي .

٢* ضعف تمثيل شركات السفر والسياحة العراقية في البلدان
المصدرة للسياح .

٣* عدم وجود مثلها في المنافذ الحدودية .

٤* ضعف الإستقرار والأمان وخوف السياح على سلامتهم .

٥* ضعف الخدمات السياحية بسبب تدهور البنى التحتية من ماء
وكهرباء وخدمات صحية وطرق مواصلات داخلية وخارجية

ووسائل النقل الحديثة والاتصالات بسبب الحروب والحصار
والعمليات الارهابية .

*٦ حاجة السياحة الى بيئة آمنة بعيدة عن الإرهاب .

*٧ ضعف الإعلام السياحي العراقي .

*٨ الإفتقار الى دليل سياحي حديث للمواقع السياحية في العراق .

*٩ الإفتقار الى خريطة سياحية حديثة كاملة وشاملة لمواقع الجذب
السياحي في العراق .

*١٠ لم تُدخل صناعة السياحة العراقية نظم المعلومات السياحية كأحدى
ادوات الإدارة الحديثة والسريعة بعد التطورات التي حصلت في بيئة
الاعمال السياحية في العالم .

توصي الباحثة بما يأتي:

١. إعادة الإهتمام بالقطاع السياحي في العراق باعتباره أحد الموارد
الرئيسة للدخل القومي العراقي ، وأحدى موارد التنمية للأفراد
وللمجتمع العراقي ، وتنشيط الإستثمار المحلي والخارجي في قطاع
السياحة .

٢. ادخال السياحة الإلكترونية في صناعة السياحة في العراق
للإستفادة المثلى من الموارد والامكانيات في تقديم صناعة سياحية
متكاملة ، لما تقدمه من الخدمات الإعلامية والمعرفية والإدارية ، مع
الإهتمام بأدواتها كالموقع الإلكتروني والدليل الإلكتروني والرزم
الإلكترونية والحجز الإلكتروني والدفع الإلكتروني ... وتشجيع

المؤسسات العاملة في هذه الصناعة على العمل بآلية وأدوات السياحة إلكترونية ، مع الرقابة عليها وإلزامها بضبط الجودة للمنتج السياحي والخدمات من خلال التشريعات والقوانين لتحقيق رضا السائح ، لان عدم الالتزام بتوفير تفاصيل العروض الإلكترونية يؤدي الى فقدان المصداقية لمواقع الشركات المعنية بالسياحة سواء في المبالغة في عرض الخدمات الإلكترونية وافتقادها واقعيًا في البلد المضيف .

٣. إنشاء موقع للسياحة الإلكترونية للعراق ، وربطه بمواقع إلكترونية أخرى ثقافية وتراثية مثل المواقع الدينية والمواقع الأثرية العراقية الرئيسية والمعروفة مثل آثار بابل وأور والنمرود وآثار سامراء وآثار الحضر... والمتحف العراقي والمتحف البغدادي والمتحف الوطني للفن الحديث والأماكن الطبيعية والترفيهية في العراق، وبأكثر من لغة كلغات الشرق الأوسط مثل الإيرانية والتركية واللغات الأوروبية ضمانا لوصولها الى عدد أكبر من المستهلكين .

على أن تتولى الهيئة العامة للسياحة ذلك، كجزء من مشروع حكومة العراق الإلكترونية لقضاء السياحة .

٤. الإهتمام ببناء الدليل الإلكتروني للسياحة العراقية وتضمينه معلومات يحتاج إليها السائح المحلي والأجنبي، مثل أهم المواقع السياحية ، ودليل المزارات الدينية مع صور لها أو وسائل متعددة وأهم الفنادق وأماكن الإقامة المتاحة و التعريف بالمناسبات الثقافية والشعبية وأماكن التسوق ومعلومات عامة مفيدة كجغرافية المكان

والمناخ وكيفية الحصول على التأشيرة وأسعار العملات وتحويلها .
ويمكن تصميم العروض التفاعلية معتمدة على تقنيات الملفات
الصورية والملفات الصوتية وملفات الوسائط المتعددة المتقدمة
وانتاج الاقراص المدمجة الدعائية وتوزيعها على المستهلكين
والموزعين كما يمكن إرسال رسائل البريد الإلكتروني للمشاركين في
نطاقات جغرافية متنوعة للوصول إلى الفئات المستهدفة وكل من يهتم
بالسياحة في العراق بالداخل والخارج .

٥. إنشاء الخريطة الإلكترونية السياحية الكاملة و الشاملة لمواقع
الجدب السياحي في العراق E-Tourism Map بشكل تفاعلي
ومشوق، المعتمدة على تقنيات الملفات الصورية والملفات
الصوتية وملفات الوسائط المتعددة المتقدمة ، مما يشجع الفئات
المستهدفة وكل من يهتم بالسياحة في العراق بالداخل والخارج .

٦. العمل على إنشاء نظام المعلومات السياحية المتكاملة المستندة الى
قواعد البيانات السياحية المتكاملة ، لكل ما يتصل بالبيانات السياحية
في العراق تدعم صناعة السياحة ، ببيانات الاماكن السياحية المتنوعة
كالمواقع الطبيعية والأثرية والمزارات الدينية والأماكن العلاجية
والأسواق التجارية والأماكن الثقافية كالمتاحف الأثرية والمعارض
الفنية والاماكن الرياضية والمطارات ومحطات القطار ... وكالات
السفر ومنظمي الرحلات والمرشدين السياحيين والمنتجيين المساندين
للسياحة مثل شركات الطيران ، شركات النقل ، شركات تأجير
السيارات ، الفنادق ، المطاعم ... فضلا عن معلومات عامة أخرى

كالمنافذ الحدودية والجغرافية والمناخ وصرف العملات، وجعل بعض هذه البيانات متاحة للمشاركين في صناعة السياحة في العراق بمعلومات وإثنية ، ويمكن تزويد المستهلكين او الموزعين أو المنتجين السياحيين بالمعلومات السريعة وبالإحصائيات الدقيقة لأغراض متنوعة في وقت واحد .

٧. إعادة تنشيط السياحة الداخلية ، من خلال بث ثقافة إجتماعية تقدّر المواقع السياحية العراقية كالمواقع الطبيعية والأثرية والمزارات الدينية والأماكن العلاجية والأسواق التجارية والأماكن الثقافية كالمتاحف الأثرية والمعارض الفنية والأماكن الرياضية ... وتسهيل الوصول إليها ، وتأمين راحة الزائرين .

٨. تأهيل المواقع السياحية العراقية والبيئة المحيطة بها كالفنادق والمطاعم والأسواق الشعبية وما إليها...

٩. تدريب العاملين في الصناعة السياحية العراقية ، كالعاملين في التسويق السياحي مثل شركات السياحة ، والعاملين في شركات نقل السياح والمرافقين للأفواج السياحية ، والمرشدين السياحيين : والعاملين في الصناعة الفندقية والخدمات الأخرى ذات العلاقة .

١٠. تنشيط الثقافة الاجتماعية التي تقدر قيمة السياحة، من خلال نشر المعرفة والوعي السياحي في المجتمع بدءاً من المناهج الدراسية لطالبة المدارس الى الجامعات وكل افراد المجتمع بان تحترم السائح وتتعاون معه وتؤمن سلامته وخصوصيته.

١١. الاهتمام بالقوانين ذات العلاقة بالسياحة كتسهيل حصول السائح على التأشيرة Visa أو المرور Transit ، وتسهيل حركة تنقله ، وسن القوانين الصارمة التي تضمن سلامة السائح ومكافحة كل أفعال العنف والأرهاب التي تروّعه ، والتي تؤدي الى عزوف جموع السائحين عن زيارة البلد .

١٢. الاهتمام بالبنى التحتية الأساسية الأخرى ، التي لا تتجح صناعة السياحة ونشاطاتها بدونها ، مثل الفنادق والمنشآت الفندقية كالشقق والدور السياحية ، وشبكة طرق المواصلات ، ومرافق النقل الجيدة كالطارات الرئيسية والفرعية ومحطات القطار والنقل بالسيارات ، مع توفير وسائل نقل جيدة وحديثة كالطائرات والسكك الحديدية والسيارات ... ، والخدمات العامة المتطورة الأخرى مثل خدمات الاتصالات والمياه والكهرباء والصرف الصحي وكذلك القطاعات الأخرى المنتجة مثل القطاع الصناعي والزراعي .

١٣. زيادة الوعي الثقافي لكل اجيال المجتمع العراقي بالاهتمام بالبيئة الطبيعية والعمرانية والآثارية لانها أساس التنمية المستدامة .

المصادر

*١ أمين ، معتز . أهمية السياحة الإلكترونية لشركات السياحة.

URL:<http://www.cit-fei.org>

*٢ البوابات الإلكترونية.

URL: <http://www.itep.ae/arabic/educationalcenter/Articles/Portal>

*٣ التوني ، ناجي . دور وآفاق القطاع السياحي في اقتصادات الأقطار العربية . — الكويت : المعهد العربي للتخطيط ، ٢٠٠١ .

*٤ جلال ، يسرى صادق . أهمية انشاء موقع ويب إلكتروني للمواقع الأثرية لحضارات وادي الرافدين في السياحة الإلكترونية العراقية . في وقائع المؤتمر العلمي الأول لوزارة السياحة والآثار/ الهيئة العامة للسياحة — بغداد ٨ — ٩ / ١١ / ٢٠٠٥ . بغداد : ٢٠٠٥ .

*٥ جلال ، يسرى صادق . أدوات المؤرخ العراقي في عصر المعلومات والعولمة . في مجلة المجمع العلمي العراقي . — بغداد : المجمع ، ٢٠٠٩ . الجزء ٢ / المجلد ٥٦ .

*٦ حسن ، سعيد عبد اللطيف . اثبات جرائم الكمبيوتر . — القاهرة : دار النهضة العربية ، ١٩٩٩ .

*٧ حطبي ، أنيس . الوب لرجال الأعمال . — بيروت : دار الراتب ، ٢٠٠٠ .

*٨ خط الطيران . Date of Access: ٢٠٠٩/٨/٣١ .

URL: <http://www.flyingway.com>.

*٩ دبي تشهد ولادة 'المجلس العربي للسياحة الالكترونية' . — في

• URL: <http://www.middle-east-online.com/uae/>

*١٠ السيد علي ، محمد أمين محي الدين . إدارة الفنادق ورفع كفاءتها الإنتاجية . — عمان : دار وائل ، ١٩٩٨ .

*١١ السيسي ، ماهر عبد الخالق . صناعة السياحة ؛ الأساسيات والمبادئ . — القاهرة : مطابع الولاء الحديثة ، ٢٠٠٣ .

*١٢ عبيدات ، محمد . التسويق السياحي ؛ المدخل السلوكي . — عمان : دار وائل ، ٢٠٠٠ .

*١٣ عرب ، يونس . قانون الكمبيوتر . — القاهرة : منشورات اتحاد المصارف العربية ، ٢٠٠١ .

*١٤ علي الدين ، رشا . السياحة الإلكترونية حلم دبي القادم . في شبكة المعلومات القانونية
URL: <http://www.eastlaws.com>.

*١٥ علي ، نبيل . ثورة المعلومات : الجوانب التقنية (التكنولوجية) في العرب والعولمة ؛ بحوث ومناقشات الندوة الفكرية . — بيروت : مركز دراسات الوحدة العربية ، ١٩٩٩ .

*١٦ الغرياني ، خديجة حمودة . الاستراتيجية والآفاق في مجال الإدارة الإلكترونية ؛ نظرة شاملة لبرامج الإدارة الإلكترونية .

URL: www.attr.org.tn/medias/secretaireetat

*١٧ فوريستر ، توم . مجتمع التقنية العالية — قصة ثورة تقنية المعلومات/ ترجمة مركز الكتاب الأردني . — عمان : مركز الكتاب الأردني الأردن ، ١٩٨٩ .

*١٨ اللقمانى ، سمير يزبك . منظمة التجارة العالمية ؛ آثارها السياسية والإيجابية على أعمالنا الحالية والمستقبلية بالدول الخليجية والعربية . — الرياض : المؤلف ، ٢٠٠٣ .

*١٩ مؤتمر للسياحة الإلكترونية العربية . في صحيفة البيان . — العدد ١٠٣٢٥ / ٢٤ سبتمبر ٢٠٠٨ .

*٢٠ مكاوي ، حسن عماد ومحمود سليمان علم الدين . تكنولوجيا المعلومات والاتصال . — القاهرة : مركز تكنولوجيا التعليم ، ٢٠٠٠.

*٢١ موسوعة الويكوبيديا . السياحة الإلكترونية .

*٢٢ موسوعة الويكوبيديا . السياحة .

موسوعة الويكوبيديا. الانترنت — ت ٢ *٢٣

URL: <http://ar.wikipedia.org/wiki>.

*٢٤ المومني ، عمر حسن . التوقيع الإلكتروني وقانون

التجارة الإلكترونية ؛ دراسة قانونية وتحليلية مقارنة . — عمان : دار

وائل ، ٢٠٠٣.

References:

- 1* 100hot Travel. The Web's Most Popular Travel Sites [Online].
URL: <http://www.100hot.com/travel/>.
- 2* Administrator Checklist: Configuring a Site for Internet-Based Client Management...
URL: <http://technet.microsoft.com/en-us/library/bb111111.aspx>
- 3* Cardoso, Jorge and Amit Sheth, Semantic Web Services, Processes and Applications.- Springer, 2006. Chapter 10.
- 4* e-Tourism.- URL: <http://www.buzzle.com>.
- 5* e-Travel, e-Tourism-journey and more.
URL: <http://www.linkeyptb.com>
- 6* European Commission. Electronic Business in the Tourism Industry in 2004; Main Issues and Challenges
URL: [http://www.ebusiness-watch.org/resources/tourism/SR-V-II_Tourism\(pdf\)](http://www.ebusiness-watch.org/resources/tourism/SR-V-II_Tourism(pdf))
- 7* inchman, Robbin and Peter Rhodes. Principles of Organizational Behavior, 2nd ed. - NY.: Oxford Univ. Pr., 1999.
- 8* Global e-Tourism Monitor. URL: <http://www.gem-report.com>.
- 9* Haag, Stephen, Maeve Cummings and Amy Phillips. Management information systems: for the information age, 6th ed.- Boston: McGraw- Hill, 2006.
- 10* i3U and eTourism - Website Design, Website Development, Web Site ...
URL: <http://www.onlinedesignerdirectory.com/city-detail/sunshinecoast>
- 11* Main Portals. Guide to the Internet Portals; by Subject & by Countries, General Web Search URL: <http://www.google.com>.
- 12* Martin, Hepp (and others). Toward the semantic web in e-tourism; can annotation do the trick?- Innsbruck (Austria): University of Innsbruck.
URL: <http://mhepp@computer.org>
- 13* O'Connor, Peter. Electronic Information Distribution in Tourism and Hospitality.- London: CABI Publishing, 1999.

- 14* Pröll, Birgit & Werner Retschitzegger. Discovering Next Generation Tourism Information Systems; A Tour on TIScover . at Journal of Travel Research. -
URL: <http://www.jtr.sagepub.com>
- 15* Robins ,Stephen P. and Mary Coulter. Management, 1rd.ed. - N.Y.: Prentice-Hall, 1999.
- 16* TIScover Homepage URL: <http://www.tiscover.com>.
- 17* UN. Department of Economic and Social Affairs. Statistics Division. International Recommendations for Tourism Statistics:1999. -
URL: unstats.un.org/unsd/trade/IRTS/.

URL: unstats.un.org/unsd/statcom/sc1999.
- 18* UNESCO. A training package for developing countries.
URL: <http://www.unescobkk.org/tps/ebooksar/documents/ictlip/ictlip.htm>
- 19* UNWTO. World Tourism Barometer. Vol.1 No. 1.
URL: www.world-tourism.org.
- 20* Viégas, Fernanda B (and others) Many Eyes: A Site for Visualization at Internet Scale.
URL: [http://www.research.ibm.com/visual/papers/viegasinfovis04\(pdf\)](http://www.research.ibm.com/visual/papers/viegasinfovis04(pdf))
- 21* Wikipedia encyclopedia. Galileo CRS.
URL: http://en.wikipedia.org/wiki/Galileo_CRS
- 22* Wikipedia encyclopedia. Metadata.
URL: <http://en.wikipedia.org/wiki/Metadata>.
- 23* Wikipedia encyclopedia. Web Portal.
URL: http://en.wikipedia.org/wiki/Web_Portal
- 24* World Tourism Organization. World Tourism Organization Statistics Database and Yearbook. URL:<http://www.wito.org/>
- 25* World Travel & Tourism Council. The 1999 Travel & Tourism Economic Research. URL:<http://www.wttc.org/>

المواقع المذكورة في البحث

<http://ar.wikipedia.org/wiki>
<http://data.un.org/>
[http://en.wikipedia.org/wiki/Galileo CRS](http://en.wikipedia.org/wiki/Galileo_CRS)
<http://en.wikipedia.org/wiki/Portal>
<http://en.wikipedia.org/wiki/Metadata>
<http://mhepp@computer.org>
<http://technet.microsoft.com/en-us/library/bb133235.aspx>
<http://www.100hot.com/travel/>
<http://www.albayan.ae>
<http://www.buzzle.com>
<http://www.cit-fei.org>
<http://www.destinationlebanon.com>
<http://www.dubaitourism.co.ae> <http://www.eastlaws.com>
[http://www.ebusiness-watch.org/resources/tourism/SR-11-Tourism \(pdf\)](http://www.ebusiness-watch.org/resources/tourism/SR-11-Tourism.pdf)
<http://www.flyingway.com>
<http://www.gem-report.com>
<http://www.google.com>
<http://www.itep.ae/arabic/educationalcenter/Articles/Portal>
<http://www.jtr.sagepub.com>
<http://www.jtr.sagepub.com>
<http://www.linkegyptb.com>
<http://www.middle-east-online.com/uae>
<http://www.omantourism.gov.om>
<http://www.research.ibm.com/visual/papers/vieqasinfovis-1.pdf>
<http://www.sisgov.eg/Ar/Tourism/>
<http://www.tiscover.com>
<http://www.tourism.jo/inside/>
<http://www.tourismtunisia.tn>
<http://www.well.com/~doctorow/metacrap.htm>
<http://www.wttc.org/>
<http://www.unescobkk.org/ips/ebooksar/documents/ictlip/ictlip.htm>
unstats.un.org/unsd/statcom/sc2004
unstats.un.org/unsd/trade/IRTS/IRTS
www.attr.org.tn/medias/secretaireetat
www.onlinedesignerdirectory.com/city/detail/sunshinecoast
www.world-tourism.org

الملاحق

International tourist arrivals (¹)(٢٠٠٦)	International tourist arrivals (¹)(٢٠٠٧)	UNWTO Regional Market	الدولة	الترتيب
٧٩.١ million	٨١.٩ million	أوروبا	 فرنسا	١
٥٨.٥ million	٥٩.٢ million	أوروبا	 إسبانيا	٢
٥١.١ million	٥٦.٠ million	الولايات المتحدة الأمريكية الشمالية	 الولايات المتحدة الأمريكية الشمالية	٣
٤٩.٦ million	٥٤.٧ million	آسيا	 الصين	٤
٤١.١ million	٤٣.٧ million	أوروبا	 إيطاليا	٥
٣٠.١ million	٣٠.٧ million	أوروبا	 المملكة المتحدة أوروبا	٦
٢٣.٦ million	٢٤.٤ million	أوروبا	 ألمانيا	٧
١٨.٩ million	٢٣.١ million	أوروبا	 أوكرانيا	٨
١٨.٩ million	٢٢.٢ million	أوروبا	 تركيا	٩
٢١.٤ million	٢١.٤ million	أمريكا الشمالية	 كندا	١٠

الجدول (٣) رقم (١)

International Tourism Receipts (¹)(٢٠٠٦)	International Tourism Receipts (¹)(٢٠٠٧)	UNWTO Regional Market	الدولة
\$٨٥.٧ billion	\$٩٦.٧ billion		 الولايات أمريكا المتحدة الشمالية
\$٥١.١ billion	\$٥٧.٨ billion		 إسبانيا أوروبا
\$٤٦.٣ billion	\$٥٤.٢ billion		 فرنسا أوروبا
\$٣٨.١ billion	\$٤٢.٧ billion		 إيطاليا أوروبا
\$٣٣.٩ billion	\$٤١.٩ billion		 الصين اسيا
\$٣٣.٧ billion	\$٣٧.٦ billion		 المملكة المتحدة أوروبا
\$٣٢.٨ billion	\$٣٦.٠ billion		 ألمانيا أوروبا
\$١٧.٨ billion	\$٢٢.٢ billion		 أستراليا أوقيانيسيا
\$١٦.٦ billion	\$١٨.٩ billion		 هولندا أوروبا
\$١٦.٩ billion	\$١٨.٥ billion		 تركيا أوروبا

الجدول (٣) رقم (٢)

مستلزمات السياحة الإلكترونية

البنى التحتية
الأساسية

توفر البنى التحتية
للاتصال

تأمين
المعلومات
والمستخدمين

القوى
البشرية

المؤسسات
السياحية

مخرجان
البحث

الموقع الإلكتروني

الثقافة
الاجتماعية

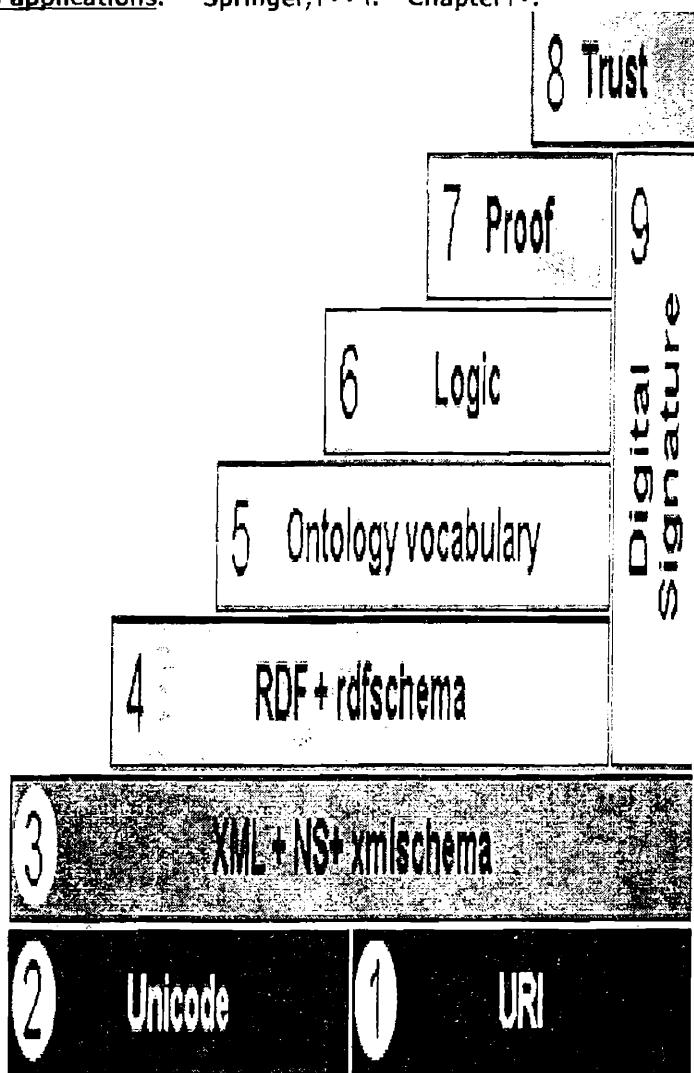
نظم المعلومات
السياحية المتكاملة

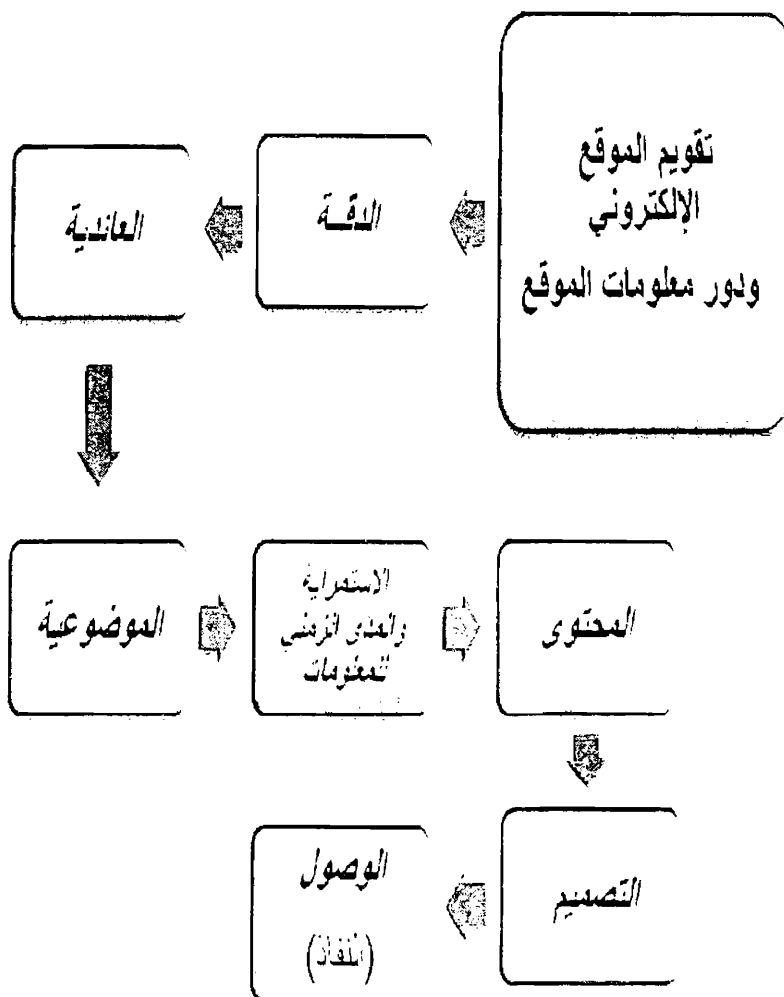
الأدلة
السياحية
الإلكترونية

@ تتكون معمارية موقع الويب من سلسلة من المواصفات

الشكل رقم (٣)

Cardoso, Jorge & Amit Sheth. Semantic web services: processes and applications.- Springer, ٢٠٠٦. Chapter ١٠.





الشكل رقم (٤) تصميم
الباحثة

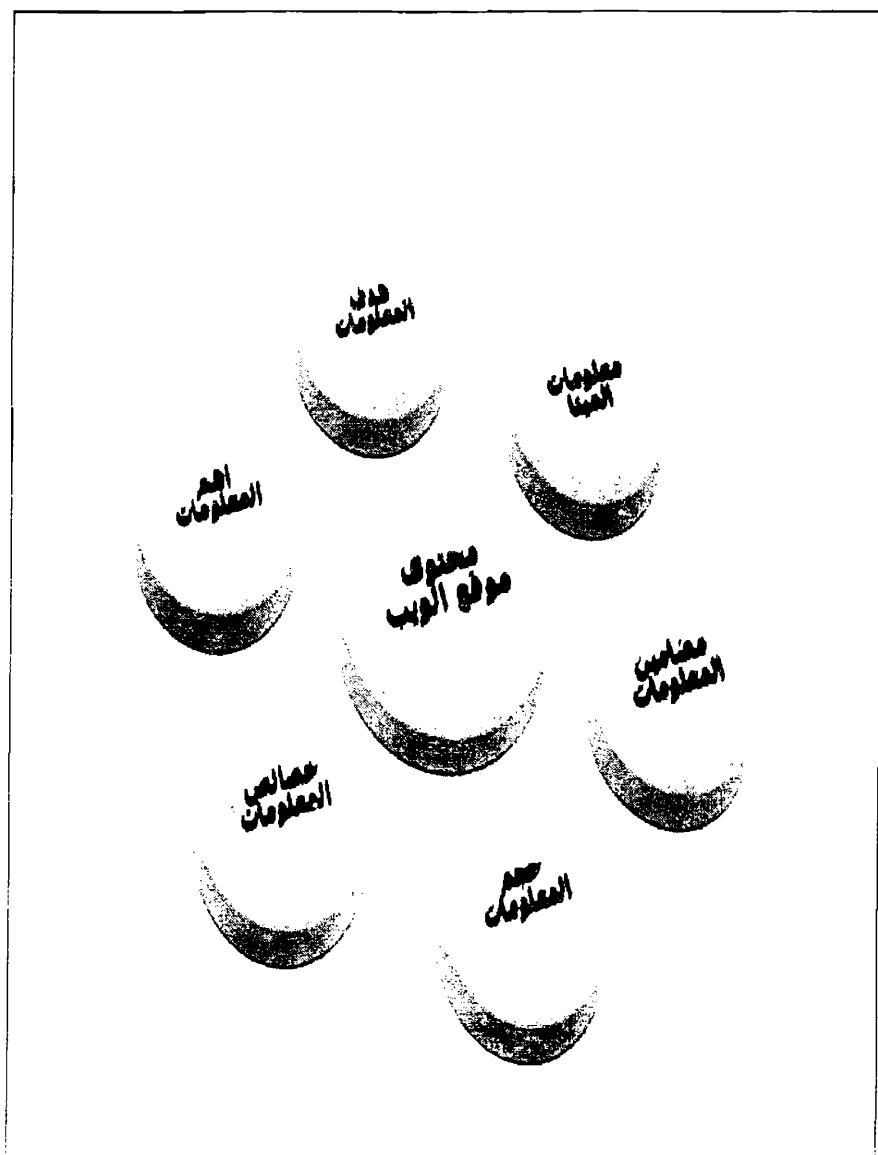
List of categories of tourism characteristic consumption products and tourism

Characteristic activities (tourism industries) ^(١)

Figure ٥.١/ P. ٤٨

المنتجات والأنشطة الجدول رقم (٣)

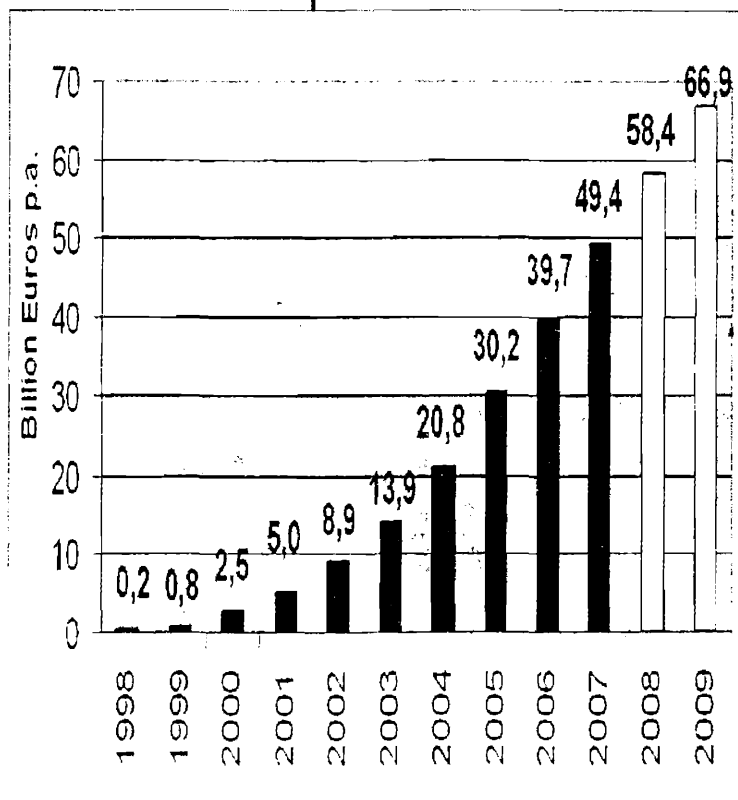
Activities	Products
١. Accommodation for visitors	١. Accommodation services for visitors
٢. Food and beverage serving activities	٢. Food and beverage serving services
٣. Railway passenger transport	٣. Railway passenger transport services
٤. Road passenger transport	٤. Road passenger transport services
٥. Water passenger transport	٥. Water passenger transport services
٦. Air passenger transport	٦. Air passenger transport services
٧. Transport equipment rental	٧. Transport equipment rental services
٨. Travel agencies and other reservation services	٨. Travel agencies and other reservation activities
٩. Cultural activities	٩. Cultural services
١٠. Sports and recreational activities	١٠. Sports and recreational services
١١. Retail trade of country-specific tourism characteristic	١١. Country-specific tourism characteristic goods
١٢. Country-specific tourism characteristic activities	١٢. Country-specific tourism characteristic services



الشكل رقم (٥)

تصميم الباحثة

Trends in overall online travel market size - Europe 1998-2007..2009

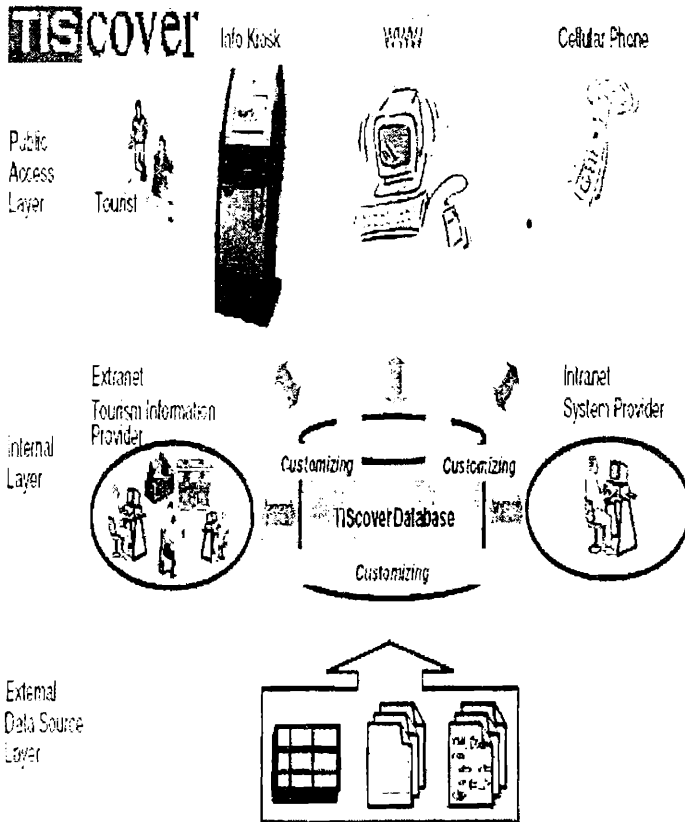


Source: Carl H. Marcussen, Centre for Regional and Tourism Research www.crt.dk/trends, 28 Jan. 2008

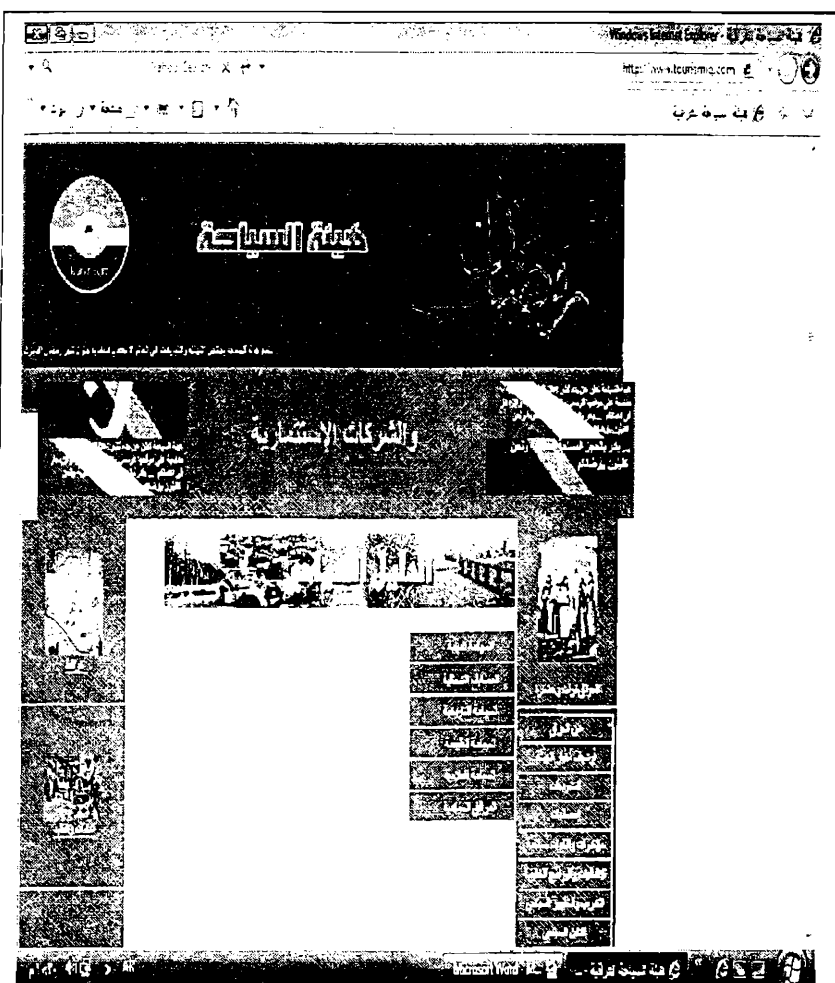
Trends in European Internet Distribution - of Travel and Tourism Services ^(1A)

الاتجاهات في توزيع المنتج السياحي بالإنترنت الجدول رقم (٥)

FIGURE 1
BASIC ARCHITECTURE OF TISCOVER



الشكل رقم (٦)
أساس معمارية
TISCover



الشكل رقم (٧)
موقع الهيئة العامة للسياحة

استبيان السياحة الإلكترونية في العراق الموجه الى مكاتب السياحة والسفر ونتائجه

١. أبابيل للسفر والسياحة	٢. أدبية العتبي للسفر والسياحة	٣. الأمراء للسفر والسياحة
٤. بيزروز للسفر والسياحة	٥. تالة للسفر والسياحة	٦. جرش للسفر والسياحة
٧. الزمان للسفر والسياحة	٨. سفريات جنة المعلى	٩. الشمس للسفر والسياحة
١٠. الشهيد للسفر والسياحة	١١. الطاووس للسفر والسياحة	١٢. الخيد للسفر والسياحة
١٣. قصص المرجان للسفر والسياحة	١٤. قسرين للسفر والسياحة	١٥. الكاردينيا للسفر والسياحة
١٦. الكواكب للسفر والسياحة	١٧. سابين التهرين للسفر والسياحة	١٨. المتوكل للسفر والسياحة
١٩. المنار للسفر والسياحة	٢٠. العنزة للسفر والسياحة	٢١. الموال للسفر والسياحة
٢٢. الفسورس للسفر والسياحة	٢٣. انثور للسفر والسياحة	٢٤. النيل للسفر والسياحة
نوع المكتب		
نوع الخدمة		
فئة المستفيدين		
جغئيات السياح الأجانب		
كيف يتم الوصول الى الموقع الإلكتروني؟		
اعلانات في الشوارع		
هل عندكم موقع إلكتروني؟		
لدليل السياح الإلكتروني		

هل عدلكم بريد إلكتروني ؟	[٢٨] (٩٣)
وتم الحجز للرحلات السياحية	مبشر [٣٠] (١٠٠) فاكس [١] (٣) من خلال تلت [٥] (١٧) البريد الإلكتروني [٩] (٣٠) من خلال وسيط محلي [٢] (١٠)
كيف يتم دفع مبالغ	مبشر [٢٩] (٩٧) الدفع الإلكتروني [٥] (١٧) تحويل خارجي [٥] (١٧)
هل يتم الحجز للفنادق أيضا	[٢٨] (٩٣)
هل تصالغكم مشاكل أمنية في تفويج السياح	[٤] (١٣)
هل تستعمل الانترنت في عملك ؟	[٢٣] (٧٧)
ماذا يقدم الانترنت في عملك ؟	التعريف بالمعاصر وحجز التذاكر (Connection) وفنادق نقل الفساد الإداري [٢] واسعر الساعة واستلام الدعوات من الخارج [٢٦] (٨٧) (٧)
دعابة [٢] (٧)	إعلانات تجارية [١] (٣) الاتصال بالمكاتب الخارجية [١] (٣)
ما هو رأيك بجل إدارة السياحة من خلال الانترنت؟	مهنة [١٠] (٣٣) ممكنة [١١] (٥٣) صعبة التنفيذ [٤] (١٣) (ضعف استعمالها من الزبائن وعدم المصداقية)

Arab and Mechanics

Prof. Dr. Ahmed Matloub

President of the Iraqi Academy of Sciences

Abstract:

Arab and Muslims were interested a lot with science. Many industries were flourished that were enough for their needs. A science appeared which was named (Elim Alhiyal), i.e. Mechanics: it is an applied science that produced many industries like pulling tools, clocks, locks, wheels, also tools of monitoring, cupping, surgery and the like of industries and scientific basis which had the biggest impact in the European Renaissance when many Arabic publications were translated to Latin and other foreign languages.

Total Quality Assurance in Higher Education

Prof. Dr. Dakhil Hassan Jerew

Member of the Iraqi Academy of Science

Abstract:

The development of higher education in modern times, and its wide spread throughout the world, has required the establishment of bodies to ensure the quality control of university performance, so as to meet the national needs according to international standards.

The quality control assurance is usually carried out by national and international institutions in accordance with well established rules and regulations.

This paper examines the concept of quality assurance in higher education, and indicates the ways and means of its implementation.

Historical Awareness of Arab

Prof. Dr. Jawad M. Al-Mossawi

President of Wasit University

Abstract:

History awareness exists in every human being by instinct even before the invention of writing. He used to tell his children a story about his experiences, events of his past life and stories that he heard from his father. In addition to the fact that he used to draw on walls to immortalize his life.

Material proofs point to the fact that Arab were aware of the importance of history even before Islam, examples of such awareness would be the many transcriptions found in different areas of the Arab land and ancient Yemen. Such transcriptions recorded their political, social, religious and military life. Stories of the days draw a clear picture of local history; also dig in the history of certain families in which there is the mentioning of mythology founded (Anthropology).

The interest in Pre-Islamic History clarifies the radical change caused by Islam through linking history with nation and its belief.

The Grammatical Term in Al – Khaleel book

"AL – Ain" – Part One

Dr. Zahra' Sadideen Sheet

College of Basic Education – University of Mosul

Abstract

This study aims to investigate the reality of grammatical term according to Al– Khaleel Bin Ahmed Al– Faraheedi through his linguistics' dictionary "Al– Ain". The book contained grammatical terms scattered here and there in the book. These terms were studied and arranged in chapters showing the implication of each term depending on the texts in which the terms are used.

The work is divided into a preface and four chapters. In this part, we have explained the concept of "term" in general and its signification in the grammatical studies in particular, also revealing the nature of term and its use by Al– Khaleel through a number of facts which we have investigated. Chapter one deals with terms specialized with the names of parsing and syntax. Chapter Two is devoted to the terms

of word parts. It included the terms of noun, verb and preposition. We have presented the terms of noun including nominative, accusative and genitive case. We have investigated the terms of verb and preposition within the second part of the research, in addition to two other chapters: one of them deals with styles, and the second one studies general terms.

The work is annexed with an appendix of grammatical terms used in the book of AL-Ain which are mentioned in the first part of the work and alphabetically arranged.

Dialectical Critical Method

Dr. Fakhri Salih Miya

College of Arts - Allathiqiya

Abstract:

The new language of criticism was subjected to many changes in style (through history accumulation) which were inseparable, from the substantive point of view, from literature changes itself on one hand and the changes of critical procedures, which were dominant through the ages, on the other hand.

The paper's objective is raising the issue of the procedure in the light of contemporary critical readings and the barriers that hinder the reconciliation between the text and procedure, that is to say how we can reconcile between the Arabic literary text with its Arabic characteristic and the foreign procedures that were the product of a different cultural environment.

The Role of Information Technology in E-Tourism and the Ability of its Application in Iraq

Assist. Prof. Yusra Sadiq Jalal

Lecturer of Database and Computer Applications

Institute of Administration / Al-Russafa

Abstract:

Tourism is one of the economical, social, cultural and entertaining human activities and tourists and travelers have been active since the old times. Tourism has progressed in the world and has become a big industry that has a noticeable effect on a local and international economy.

The paper has presented the effect of information technology and E-Business on tourism at the digital era and its elements and requirements as:

Infrastructures of communication, information technology, hosts, providers, servers and search engines for tourism organizations, websites, web elements and services, the role of tourism information on webs, tourism information systems, electronic brochures, E-Packages, electronic tourism maps as well as tourism reality in Iraq.

The researcher adopted the following tools to achieve this paper:

- The tourism industrial and economical literatures; the electronic websites and their elements, E-

Tourism in books and internet. Also browsing Arabic and global E-Tourism sites.

- The reality literatures of tourism industry in Iraq.
- Meeting the General Director of Iraqi tourism Board.
- Surveying the workers points of view of tourism sector in Iraq.

The researcher has reviewed the problems of tourism industry in Iraq, as any other sectors in the last three decades, and the importance of upgrading its tools to reach the modern global tourism activities and interact with them at the digital era.

Finally the researcher recommended the E-tourism to support tourism industry in Iraq by establishing websites for E-tourism in Iraq and linking it with other Iraqi cultural and heritage websites, establishing the Iraqi tourism electronic brochure, the Iraqi E-tourism map and creating an integrated tourism system.

رقم الإيداع في دار الكتب والوثائق ببغداد ١٩٧٦ لسنة ٢٠١٠

Journal Of the ACADEMY OF SCIENCES

Quarterly Journal – Established on 1369H- 1950

EDITORIAL BOARD:

Prof. Dr. Ahmed Matloub	Chairman
Prof. Dr. Ibrahim Khalaf. Al-Obaidi	Managing Editor
Prof. Dr. Dakhil H. Jerew	
Prof. Dr. Adil G. Naoum	
Prof. Dr. Najih M. Khalil El-Rawi	
Prof. Dr. Hilal A. Al-Bayati	

Add. : ACADEMY OF SCIENCES

P.O. Box : 4023 AAdamea, Baghdad, Iraq

Tel.: 4224202 Fax: (964-1) 4222066

E-mail: iraqacademy@yahoo.com

journalacademy@yahoo.com

-Annual Subscription: In Iraq (4000) I.D.

Outside Iraq (50 Dollars), air mail not included.



**Journal
Of the
ACADEMY OF SCIENCES**

No.1

Vol. 57

1431H - 2010