

أهمية استخدام نظام تحديد المواقع العالمي الـ GPS في الجذب

السياحي فنادق كربلاء المقدسة أنموذجاً

The Importance of GPS use in tourism attractions

(Hotels of Holy Kerbala as a sample)

م.م. نجم عبد العالي عباس الدعيمي⁽¹⁾ Asst. L. Najim A. A. AL-Daamy

المخلص

استخدام نظام الـ GPS Global Positioning System نظام تحديد المواقع العالمي يعد ركيزة أساسية من أساسيات ادارة المؤسسات السياحية والفندقية على مستوى العالم لما يؤديه من دور في توفير الخدمات السياحية والفندقية، وبالتالي يساهم كثيراً في الجذب السياحي الى أماكن القصد السياحي ولمختلف أنواع السياحة، وفي محافظة كربلاء يعد استخدام هذا النظام من الأهمية بمكان انها مدينة جاذبة ومستقطبة للملايين من الزوار وعلى مدار السنة لأنها تشتمل على كل المقومات السياحية ومن الطراز الاول خصوصاً السياحة الدينية Religious Tourism، كما تشكل نسبة الفنادق السياحية فيها أكثر من (٢٥٪) من عدد الفنادق العاملة في العراق، حسب الإحصائيات ومن هنا انبرى هذا البحث لتسليط الضوء على ضرورة استخدام تقنيات المعلومات والاتصال في تعزيز الجذب السياحي في مدينة كربلاء خاصة نظام تحديد المواقع العالمي الـ GPS وذلك من خلال عدد من المباحث تناول الاول منهجية البحث والدراسات السابقة والمبحث الثاني ركز على مفهوم السياحة ومقومات الجذب السياحي، أما المبحث الثالث فتناول مفهوم تقنيات المعلومات والاتصال وتسليط الضوء على نظام الـ GPS، وتناول المبحث الرابع الجانب العملي للبحث الذي تضمن تحليل نتائج الاستبانة الموزعة على عدد من العاملين

أهمية استخدام نظام تحديد المواقع العالمي الـGPS في الجذب السياحي فنادق كربلاء المقدسة أنموذجاً
في المؤسسات السياحية والفندقية وعدد من المختصين في مجال السياحة والفندقة وذلك باستخدام
البرنامج الاحصائي الـSPSS، وتوصل البحث الى عدد من الاستنتاجات منها يساهم في استخدام هذا
النظام بمساعدة القطاع الفندقي الكربلائي لمنافسة القطاع الفندقي محلياً وعربياً وعالمياً وإلى عدد من
التوصيات.

Abstract

GPS The Global Positioning System is a fundamental pillar of the basics of management of the tourism and hotels establishments in the world, it play the large role in providing the tourism and hotels services, thus contribute much in the tourist attractions to the tourist intent and the various types of tourism, in Karbala the using of this system is important as an attractive city and polarized to the millions of visitors throughout the year because they include all the tourism potential is first class, especially the religious Tourism, as the proportion of tourist hotels which make up more than 25% of the number of hotels operating in Iraq, according to Statistics Hence this research to highlight the need to use information and communication technologies in promoting tourist attractions in the city of Karbala. especially the global positioning of GPS system through a number of detectives first dealt with research methodology and previous studies and the second section focused on the concept of tourism and the foundations of tourist attractions, the third section addressed the concept of information and communication technologies and to shed light on the GPS system, the fourth is including the practical side of the search, which included the analysis of the results of the distributed questionnaire on the number of workers in the tourism and hotel establishments and a number of specialists in the field of tourism and hospitality, using the statistical software of SPSS, to reach a number of conclusions and recommendations.

المقدمة

للقطاع السياحي أهمية كبيرة في الاقتصاد وتولي الدول أهمية متزايدة لهذا القطاع، ومن اهم الميزات
لصناعة السياحة ان السائح يأتي الى الدول او الاماكن المصدرة للسياحة ويذل الاموال من اجل
الحصول على الخدمات السياحية والفندقية المقدمة.
ويعد القطاع الفندقي من القطاعات السياحية الواسعة الانتشار والتي تستقطب السائحين لإيوائهم
وتقديم الخدمات اللازمة لهم خلال فترة سفرهم.

ومع التطور الكبير في تقنيات الاتصال وتكنولوجيا المعلومات اصبح العالم قرية صغيرة، حيث اتاحت سهولة وسرعة الاتصال بين المنتج والمستهلك السياحي في مختلف انحاء العالم. ومحافظه كربلاء مدينة سياحية تتمتع بكل المقومات السياحية الاثرية والدينية والعلاجية، واصبحت محط انظار المستثمرين المحليين والعرب والاجانب وخاصة في القطاع الفندقي، ونؤكد في هذه الدراسة ضرورة استخدام التكنولوجيا الحديثة للمعلومات والاتصالات في الترويج والجذب السياحي في المحافظة حتى تواكب المستوى العالمي في مجال السياحة، وخاصة نظام تحديد المواقع العالمي الـ GPS وركز في هذه الدراسة على القطاع الفندقي.

المبحث الاول: منهجية البحث والدراسات السابقة

أولاً:- منهجية البحث

هدف البحث:-

يهدف البحث الى التعرف على نظام تحديد المواقع العالمي الـ GPS واهميته في تنشيط القطاع السياحي وخاصة قطاع الفنادق من خلال تسهيل عملية الحجز والتعرف على الخدمات من قبل السائحين او النزلاء. وتنبية المؤسسات السياحية على ضرورة استخدام النظام.

اهمية البحث:-

تنطوي أهمية البحث من خلال التركيز على التطور التكنولوجي وخاصة في الاتصالات واثره في تطوير القطاع الفندقي والقطاع السياحي وما يوفره من وقت وجهد وكلفة وتسهيل العملية على السائح واستقطاب الزبائن من قبل الفنادق او الشركات السياحية.

مشكلة البحث:-

رغم التطور الحاصل من خلال عمولة النشاطات الاقتصادية الا ان القطاع الفندقي في محافظة كربلاء لا يستخدم تقنيات الاتصالات الحديثة وخاصة نظام تحديد المواقع العالمي الـ GPS خاصة ان محافظة كربلاء محافظة ذات مقومات سياحية هائلة وخاصة السياحة الدينية في مواسم متعددة من السنه.

فرضية البحث:-

يستند البحث على فرضيه رئيسة مفادها " إن لاستخدام نظام تحديد المواقع العالمي الـ GPS اهمية في تنشيط القطاع السياحي في محافظة كربلاء من خلال تنشيط القطاع الفندقي والقطاع السياحي " وتتفرع منها الفرضيات الفرعية التالية:-

- استخدام نظام تحديد المواقع العالمي الـ GPS في الفنادق يساهم في استقطاب الزبائن بشكل نظامي ومستمر.
- استخدام نظام تحديد المواقع العالمي الـ GPS في الفنادق يساهم في تسهيل وصول الزبائن.

أهمية استخدام نظام تحديد المواقع العالمي الـGPS في الجذب السياحي فنادق كربلاء المقدسة أنموذجاً

- استخدام نظام تحديد المواقع العالمي الـGPS في الفنادق يساهم في استمرار التواصل مع الزبائن الحاليين والمستقبليين.
- استخدام نظام تحديد المواقع العالمي الـGPS في الفنادق يساهم في تخفيض الكلف لكل من ادارة الفندق والزبون.

مجتمع وعينة البحث:-

مجتمع الدراسة القطاع الفندقي في محافظة كربلاء، وتم اختيار عدد من الفنادق في المحافظة كعينة للدراسة.

اسلوب البحث:-

نستخدم اسلوب الجانب النظري في التركيز على المفردات النظرية المتوفرة في عدد من الادبيات العربية والاجنبية والبحوث المنشورة في الدوريات العربية والمحلية وعلى المواقع الالكترونية. اما الجانب العملي فيكون من خلال الزيارات الميدانية للفنادق عينة البحث والتعرف على طريقة جذب السياح والنزلاء واستخدامها لنظام تحديد المواقع العالمي واهميته في عملهم من خلال استبانة تقدم لهم وتحلل اجوبتهم بعد ذلك من خلال استخدام البرنامج الاحصائي الـSPSS.

ثانياً:- الدراسات السابقة:

هناك عدد من الدراسات التي تناولت موضوع التطور التكنولوجي والاتصالات في القطاع السياحي منها:-

١. دراسة أمينة، حماني، " أثر الاتصالات التسويقية الالكترونية في استقطاب السياح- دراسة تقييمية لمؤسسة الديوان الوطني الجزائري للسياحة" رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، ٢٠١١-٢٠١٥. تناولت هذه الدراسة اثر الاتصالات التسويقية الالكترونية على سلوك الاستهلاكي للسائح والدور الذي تلعبه في الجذب السياحي من مختلف أنحاء العالم ومدى واقعية هذا على مؤسسة الديوان الوطني الجزائري للسياحة باعتبارها بمثابة الواجهة الرئيسية المسوقة للمنتج السياحي الجزائري في الخارج.

وتوصلت الدراسة الى عدد من الاستنتاجات كانت خلاصتها " ضرورة حشد القوة المادية والبشرية في المؤسسة لإنجاح تبني مفهوم الاتصالات التسويقية الالكترونية، وتهيئة و تكوين الكوادر التسويقية والترويجية التي تقف على حاجات ورغبات الجمهور المستهدف من السياح، وتتفاعل معه لتحقيق الاتصال الفعال المثمر في هذا المجال. وكذلك ضرورة توفير بنية تحتية صلبة من شبكة الاتصالات وكل ملحقاتها والنشاطات المرتبطة بها، وذلك بالاهتمام بها، وصيانتها وتقويتها بمعالجة كل النقائص المتواجدة بها حالياً، وتعميمها وربطها مع شبكة الاتصالات العالمية. و ضرورة الاهتمام بالإنترنت، وتطويرها وتوسيعها وجعلها في متناول كل الموظفين على مستوى المديرية العامة و كل الوكالات السياحية التابعة لها، بالإضافة إلى القيام بعمليات تدريبية على استعمال الانترنت."

٢. دراسة ابراهيم، يحيى و فوزي، شعوبي محمود " دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية قطاع السياحة والفندقة" بحث منشور في مجلة الباحث العدد ٧ / ٢٠٠٩ - ٢٠١٠، تناولت هذه الدراسة أهمية تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتأثيرها في دفع نمو السياحة داخل الدولة فعن طريق هذه التقنيات يمكن التواصل مع السياح وتزويدهم بالمعلومات والعروض السياحية وتمكينهم بدءاً من الحجز عن بعد وصولاً الى التسديد على الخط وركزت هذه الدراسة على عينه من الدول العربية فتبينت بان اقتصاد الدول العربية تمتاز بضعف الاستثمار في البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال وغالبا ما يستخدمونها كمراكز للدعاية الاعلامية وكذلك تفتقر عروضهم السياحية الى المصدقية. وتوصلت الدراسة الى عدد من الاستنتاجات كان اهمها " بأن قطاع السياحة والفندقة، هو الأكثر ريادة في الانترنت بسبب توافقه التام مع الوسائل التكنولوجية التفاعلية، وقدرته على استيعاب طيف شامل من التطبيقات الخاصة بخدمات السياحة الالكترونية، تتوزع من الخدمات الكلاسيكية العادية إلى حجوزات الطيران وغيرها من الخدمات السياحية." تختلف هذه الدراسة عن الدراسات اعلاه حيث اهتمت على اهمية استخدام نظام تحديد المواقع العالمي الـ GPS في القطاع الفندقي في كربلاء المقدسة لزيادة الجذب السياحي.

المبحث الثاني: مدخل مفاهيمي في السياحة والعوامل المؤثرة في الجذب السياحي

من أجل تسليط الضوء على العوامل التي يركز عليها الجذب السياحي لابد لنا من معرفة ماهية السياحة ودورها في تنشيط الاقتصاد الوطني إذ أن السياحة تمثل المرتكز الرئيس للتنمية المستدامة ومن أجل ذلك سنتناول هذا المبحث وكما يلي:

أولاً: ماهية السياحة:

هناك العديد من التعاريف التي أستخدمها الخبراء والمهتمين في المجال السياحي والمنظمات والهيئات السياحية العالمية أهمها:-

التعريف الذي تبنته منظمة السياحة العالمية (W.T.O) وهو مجموعة الأنشطة التي يمارسها الأشخاص المسافرون أو المقيمون في الأماكن غير المعتادة لهم طلباً للمتعة والترفيه والتي لا تزيد مدة إقامتهم بها عن عام (٢).

السياحة ظاهرة من الظواهر الإنسانية التي نشأت منذ خلق الله الأرض وما عليها. فهي قديمة قدم الحياة، عريقة عراقية التاريخ. لكن التعريف الذي وضعته الأكاديمية الدولية للسياحة هو الأكثر شمولية وينص على أنها مجموعة من التنقلات البشرية والأنشطة المترتبة عليها والناجمة عن ابتعاد الانسان عن

أهمية استخدام نظام تحديد المواقع العالمي *GPS* في الجذب السياحي فنادق كربلاء المقدسة أنموذجاً موطنه تحقيقاً لرغبة الانطلاق والتغيير^(٣) وكذلك فأنها تعني انتقال الشخص من بلده الى بلد اخر طلباً لأمر معين^(٤) وفي العصر الحديث تطورت إلى صناعة وكبة من الصناعات الهامة التي تعتمد عليها الكثير من الدول في تنمية مواردها لتحقيق التقدم الاقتصادي والاجتماعي. إذ يشكل سياح الاعمال ١٥٪ من عدد السياح في العالم^(٥) والمتوقع ارتفاع عدد السائحين الى مليار سائح عام ٢٠١٠م والى ١,٦ مليار عام ٢٠٢٠م^(٦) وقد مرت السياحة في تطورها التاريخي بثلاث حقب زمنية على النحو التالي:-

أولاً: الحقبة الأولى:-

وتتميز هذا الحقبة بما يأتي:-

١. بعدها الزمني يبدأ منذ ظهور الإنسان على وجه الأرض حتى عام ١٨٤٠م.
٢. وسيلة الانتقال التي كانت متاحة للإنسان في هذه الحقبة هي الوسيلة البدائية من انتقال على قدميه أو باستعمال دواب الحمل (الحمار - الحصان - الجمل) للسير في الطرق البرية أما القوارب والسفن الشراعية فكان يستخدمها في المساحات المائية.
- أهداف انتقال البشر في هذه الحقبة هي:-
 ١. انتقال رجال الأعمال والتجار إلى الأسواق الجديدة سواء في داخل دولهم أو إلى الدول المجاورة بغرض التجارة والعمل من أجل بيع منتجاتهم البدائية.
 ٢. انتقال أعداد كبيرة نسبياً إلى المعالم الدينية للأديان المختلفة وذلك للحج وزيارة الأماكن المقدسة في مكة والمدينة للمسلمين والقدس وروما للحجاج المسيحيين.
 ٣. انتقال أبناء الملوك والأمراء للدراسة والتعليم في المراكز العلمية العالمية في لندن / باريس / روما.
 ٤. سفر الأغنياء والمليونيرات إلى أماكن الاستشفاء في مياه العيون المعدنية كالعيون المعدنية بألمانيا الغربية.
 ٥. سفر الأغنياء أيضاً للتمتع بالطبيعة الساحرة والجو المناسب للإنسان طلباً للشمس الساطعة والمناطق الدافئة في الشتاء والماء والهواء والصفيف وشواطئ البحر والبحيرات بحثاً عن الثلاث " Sun- Sea - Sand".

الانتقال إرضاءً لفضول البشر وخاصة الأغنياء القادرين منهم على تحمل مصاريف السفر والإقامة في الدول البعيدة لمشاهدة كل جديد وغريب في الدنيا سواء كانت من هبات الطبيعة (شلالات وغابات وبراكين) أو من صنع الإنسان (الأهرام والآثار القديمة). واكتسبت أماكن الزيارة شهرة واسعة في تلك الفترة واحتلت (عجائب الدنيا السبع) في ذلك الوقت مكانه عالية كأماكن لزيارة السائحين الأوائل

٣- عطوي، فوزي: السياحة والتشريعات السياحية والفندقية في لبنان والبلاد العربية، ط١، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، ٢٠٠٤م، ص٦.

٤- محمد فريد عبد الله: السياحة عند العرب تراث وحضارة، ج١، ط١، دار ومكتبة الهلال، بيروت، ٢٠٠٠م، ص٣١.

٥- عين السائح، سلسلة سياحية، ثقافية، اقتصادية، اجتماعية، العدد ٣٠، تموز-اب ٢٠١٠م، ص٤٩.

٦- لحميدي، وليد محمد كساب: التنمية السياحية على ساحل العقبة السعودي، مجلة دراسات الخليج والجزيرة العربية، جامعة الكويت، العدد ١٠٠، السنة ٢٧، ٢٠٠١م، ص٢٣.

(Early sight seeing). فقد جذبت هذه الأماكن السائحين الارستقراطيين وكذلك الفلاسفة ومحبي العمارة. وكانت عجائب السبع تضم (٧):-

- ١- هرم خوفو. ٥- تمثال زيوس.
- ٢- حدائق بابل المعلقة. ٦- معبد أرتميس.
- ٣- منارة الإسكندرية. ٧- مقبرة موزوليس.
- ٤- تمثال رودس الكبير.

ولم يتبقَّ من هذه العجائب السبع حتى تاريخنا الحالي سوى هرم خوفو الكبير الذي مازال يحتفظ بمكانته كأهم المزارات السياحية في العالم. وكانت مقاصد مصر واليونان في ذلك الوقت من أكثر المقاصد التي يقوم السائحون بزيارتها لزيارة هياكلها ومعابدها. سمات الحقبة الأولى هي:- وسائل النقل بدائية (براً وبحراً فقط) - أعداد قليلة من البشر. واقتصر السفر على الأغنياء والقادرين مع انتقال الأفراد على مسؤوليتهم.

ثانياً: الحقبة الثانية " سنة ١٨٤٠ - ١٩١٤ م "

تتميز هذا الحقبة بما يلي:-

١. زاد فيها انتقال البشر نتيجة لاختراع القطار والسيارة وتطور سعة وسرعة هذه المكبات وتطور وسائل النقل البحري إلى السفن الكبيرة العملاقة، وبدء تنظيم عمليات انتقال البشر.
٢. بدأ قيام بعض الأفراد باستثمار واستغلال ظواهر انتقال البشر التي زادت بتنظيم رحلات جماعية لهم. وكان أول من برز في هذا المضمار (توماس كوك -الانجليزي). وقد نظم رحلات جماعية بالقطار داخل إنجلترا والدول الأوربية ونظم رحلات بحرية إلى أمريكا.
- نظم توماس كوك أولى الرحلات الطويلة الأولى (Grand tour) حيث وصل إلى بلاد المشرق والتي سميت (Eastern Land of Bible). وبهذه الرحلات بدأت المفاهيم الجديدة للسياحة الحديثة حيث قام منظم الرحلة بمسؤولية تدبير وسائل الإقامة والنقل داخل الدول التي تتم زيارتها.
- سمات الحقبة الثانية هي:-

تطور وسائل النقل البري والبحري بظهور السيارة والقطار والسفن الكبيرة، وزيادة أعداد المسافرين نسبياً، ودخول الطبقات الوسطى ضمن المسافرين، ودخول الوسطاء لتنظيم الرحلات، وبدأ ظهور شركات السياحة، وبعد تكامل وسائل النقل (بري - بحري - جوي) وبانتهاء الحرب العالمية الأولى والثانية بدأ سفر الأفواج البشرية بأعداد كبيرة. وهنا بدأت السياحة بمفهومها الحديث... وأصبحت تسمى باسم (صناعة السياحة) ووجد الاسم الجديد (Tourism) وهو تعبير جديد وليد القرن العشرين

أهمية استخدام نظام تحديد المواقع العالمي *GPS* في الجذب السياحي فنادق كربلاء المقدسة أمودجاً وبدأت الدول والمنظمات العالمية وعلى رأسهم الأمم المتحدة بالاهتمام بالسياحة لأنها أصبحت صناعة لها أهميتها لعائدها السريع والعالى.

ثالثاً: - الحقبة الثالثة "سنة ١٩١٤ - حتى الآن":

كان تحديد هذه الحقبة بسبب اختراع الطائرة، والتي بدأ استعمالها في الأغراض الحربية في الحرب العالمية الأولى التي بدأت سنة ١٩١٤ وانتهت ١٩١٨ م.

١. بدخول الطائرة في مجال النقل المدني وخاصة بعد تطور سرعتها ووسائل الأمان بها أصبح لها الدور الأول في السياحة، وإن كل وسائل النقل البحري قد حاولت الإبقاء على دورها في السياحة.. وظهرت سياحة البحر (Cruises) وتمثل في متعة السفر الطويل بالبحر مع زيارة الموانئ المختلفة.
 ٢. ظهر في الدول المتقدمة علماء ومتخصصون في النشاط السياحي وأخضعوا هذا النشاط للعلم والدراسة وخصصوا له الكليات والمعاهد التي وصلت إلى نحو (١٠٠٠) جامعة وكلية على مستوى العالم. ففي أمريكا - مثلاً - نحو (١٩٥) جامعة للدراسات السياحية والفندقية، وفي بريطانيا نحو (٤٥)، وفي أستراليا نحو (١٥) بالإضافة إلى مراكز التدريب التي لا حصر لها. وبدأ وضع إطار علمي للسياحة، بعد أن أصبحت صناعة وعلم. فظواهر الانتقال البدائية أصبحت هي التي تمثل أنواع السياحة الحديثة (دينية - علاجية - ثقافية - ترفيهية).^(٨)
- سمات الحقبة الثالثة هي:

١. تطور هائل لوسائل النقل بكل أنواعها إلى خدمة النشاط السياحي.
٢. انتقال أعداد هائلة من البشر من دولهم إلى دول أخرى.
٣. لم تعد السياحة قاصرة على الأغنياء فقط بل أصبحت الطبقة الوسطى من البشر تمثل أغلب السائحين.
٤. أصبحت السياحة علم حديث وصناعة عملاقة لها أصولها وعلومها المتقدمة جداً. وقد استخدمت السياحة من قبل الأمم المتحدة من خلال منظمة السياحة العالمية كآلة فعالة للقضاء على الفقر والحد منه (والذي هو أكبر مشاكل المجتمع البشري)، وذلك عن طريق برنامج ST-EB وهدفه هو تخفيف نسبة الفقر في العالم إلى النصف بحلول عام ٢٠١٧ م.^(٩)

ثانياً: عوامل الجذب السياحي

وقد صنفت عناصر الجذب السياحي إلى عدة عوامل وهي:

١. عوامل الجذب الطبيعية:

وهي مجموعة العناصر الناتجة بفعل الطبيعة وتمثل في:-

٨- الأنصاري، رؤوف محمد علي: السياحة في العراق ودورها في التنمية والأعمار، ط١، ٢٠٠٨، العراق، بغداد، ص١٧.

٩- دانيال، بنيامين يوخنا: المرشد إلى مصادر البحث السياحي، بيشه وا رزيل، ٢٠١٠ م، ص ١١.

١- المظاهر الطبوغرافية أو التضاريسية والجيولوجيا فضلاً عن عوامل الطقس والمناخ الغطاء النباتي وأنواع من الحيوانات الفطرية والبرية النادرة والمظاهر البيئية وتشكل هذه العوامل مغريات للجذب السياحي في حالة إذ ما أحسن استغلالها وإعدادها سياحياً. وتباين إشكال ومظاهر سطح الأرض المؤثرة في صناعة السياحة إذ تضم المرتفعات والجبال والنطاقات العالية المنسوب، والخوانق والأودية والأنهار والبحيرات والسواحل والجزر. كما ويرتبط بأشكال سطح الأرض ظواهر أخرى متنوعة مثل الأشكال النباتية وأنماط الحياة الحيوانية الفطرية، وعوامل الطقس والمناخ^(١٠).

ب- عامل المناخ:- يعد عامل المناخ عنصراً هاماً من عناصر الجذب السياحي بما يوفره من فرصة للسائح بالاستمتاع بأشعة الشمس أو الاستفادة من نسيم البحر أو الجبل. ويتباين تأثير المناخ في مجال السياحة تبعاً لاختلاف النطاقات المناخية، وكذلك تبعاً لدرجة تفضيل السياح لنوعية المناخ، فمثلاً يفضل سكان العروض الحارة قضاء أجازتهم في النطاقات المعتدلة الحرارة والتي تساعدهم في ممارسة أنشطة الترويح والاستجمام، حيث يشعر فيها الإنسان بالراحة والاستمتاع ويتضح ذلك في المصايف الجبلية في كل من لبنان وسوريا وبورما وتايلاند والمغرب وشرق إفريقيا وجهات متفرقة في الولايات المتحدة الأمريكية، وكذلك المنتجعات الساحلية في الريفيرا الفرنسية والإيطالية وسواحل فلوريدا وكاليفورنيا في الولايات المتحدة الأمريكية، بالإضافة إلى مصر وتونس وجزر البحر الكاريبي. وعلى الجانب الآخر تجذب النطاقات المناخية الدافئة سكان الأقاليم الباردة نتيجة لتوافر أشعة الشمس، واعتدال درجة الحرارة حيث يتجه أعداد كبيرة كذلك من سكان العروض الباردة نحو سفوح الجبال العالية خلال فصل الشتاء حيث يسود المناخ المنتعش الصحي، إلى جانب توافر أشعة الشمس، فضلاً عن الرغبة في ممارسة بعض الرياضات الشتوية مثل التزلج على الجليد كما في السفوح الجبلية في شمالي إيطاليا والنمسا وسويسرا وجنوبي ألمانيا وغربي الولايات المتحدة الأمريكية وكندا.

٢. العوامل البشرية:

وتتمثل في عدة عناصر أهمها:

أ- وقت الفراغ

كان في الماضي وقت الفراغ يتمتع به الطبقات الغنية في العالم دون غيرها في المجتمع حتى القرن الثامن عشر. إلا أن بعد قيام الثورة الصناعية (١٧٦٩) في أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية، وما نتج عنها تزايد أعداد القوى العاملة وأصبحت لها القدرة على الإنتاج في فترة زمنية أقصر، مما شجع على تحديد ساعات العمل مع رفع مستوى الأجور، أدى ذلك إلى تحسين ظروف المعيشة. وظهرت النقابات العمالية التي تنادي بمكاسب خاصة للعمال منها من حق كل عامل في الحصول على إجازة سنوية مدفوعة الأجر والتي تراوحت عالمياً بين أسبوعين إلى ثلاثة أسابيع سنوياً، يضاف إليها إجازة نهاية الأسبوع والعطلات

١٠- منال شوقي عبد المعطي احمد: دراسة في مدخل علم السياحة، ط١، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، ٢٠١٠ م،

الإسكندرية، مصر، ص١٠٠.

أهمية استخدام نظام تحديد المواقع العالمي *GPS* في الجذب السياحي فنادق كربلاء المقدسة أمثودجاً

الرسمية سواء الدينية أو القومية ويلعب توقيت الإجازات السنوية والعطلات الرسمية لها تأثير في تحديد فترات الذروة على الطلب السياحي بل تحديد حجم واتجاهات المحور السياحي وفي معظم الأحوال يتوكل الجزء الأكبر من وقت السياحة خلال شهور الصيف وإجازات نصف السنة الدراسية لارتباطها بالمؤسسات التعليمية، ولذا نجد أن محاور السياحة خلال فصل الصيف في اتجاه المصايف والمنتجعات الجبلية في المناطق الحارة والمعتدلة على حد سواء، أما في الشتاء حيث فصل البرودة تلجأ إلى المناطق المعتدلة وشبه المدارية الدفيئة^(١١).

ب- مستوى الدخل

ليس من شك أنه كلما ارتفع مستوى دخل الأسرة وما يدخرون مرتباتهم يساعد على الإقبال على السفر من أجل السياحة والترفيه عن النفس والعكس صحيح في حالة انخفاض الدخل وقلة الادخار مع توفر الإجازات والعطلات لا يستطيع الانتقال والاستمتاع بوقت فراغهم، معنى ذلك أن أصحاب الدخل الكبيرة سواء بحجم الثروات الشخصية أو المرتبات العالية هم أفدر الناس على استغلال أوقات إجازاتهم في الاستمتاع والترفيه سواء داخل إقليمهم أو خارجه. ويرتبط مستوى الدخل امتلاك وسيلة خاصة لسهولة الحركة والانتقال بها مثل السيارة، لأن امتلاك السيارة كسر حاجز المسافات البعيدة ووفر المرونة وعدم التقيد بمواعيد محددة، وانخفاض تكاليف السفر وخاصة بالنسبة للأسر الكبيرة العدد. وكثيراً ما تستخدم السيارة الخاصة في السياحة الدولية، وذلك بتحريك السياح بين الدول المجاورة مثل ما هو متبع في دول مجلس التعاون الخليجي. إذ يمكن لأي أسرة أن تنتقل بسهولة ويسر من الإمارات العربية أو البحرين إلى المملكة السعودية لأداء فريضة الحج أو أداء العمرة أو التسوق وخاصة في دبي كما تستخدم بين الدول التي تربطها شبكات جيدة من الطرق المرصوفة أو الخطوط البحرية التي تعمل عليها العبارات السريعة المنتظمة بنقل السيارات مع ركابها كما هو الحال بين إنجلترا وفرنسا وبين مصر والمملكة العربية السعودية والأردن أو الطريق الساحلي في مصر الذي يربطها بليبيا ودول المغرب العربي.

ج- وسيلة النقل

تعد وسيلة النقل عنصراً هاماً من عناصر قيام السياحة وازدهارها فبواسطة الطريق المرصوف الجيد يتم توفير وسيلة الحركة عليه وهو من أهم متطلبات أنشطة السياحة والترفيه، وعليه يتم ربطه بأسواق الطلب السياحي. ومن الثابت علمياً وميدانياً أن ازدهار السياحة وتقدمها في دول كثيرة يرتبط طردياً بتقدم شبكة الطرق ووسائل النقل المختلفة. فنجد كثرة المصطافين للمنتجعات والقرى السياحية في الساحل الشمالي وسواحل البحر الأحمر وجنوب سيناء لم يتم بمعدلاتها الكبيرة إلا بعد اتساع دائرة شبكات النقل سواء البرية أو الجوية ورفع مستوى كفاءتها. وتتعدد وسائل النقل المستخدمة في السياحة، ويتباين المفضل

١١ - الشرقاوي، فتحي محمد: مبادئ علم السياحة، دار المعرفة الجامعية، كنج مريوط -، ٢٠٠٩م، الإسكندرية، مصر،

من قبل السائح تبعاً لقدراته المادية على الإنفاق وطول الرحلة السياحية وعدد أفراد الفوج السياحي، وسوف

نذكر أنماط النقل التي تستغل في السياحة والترويج وهي كالآتي:-

١. وسائل النقل البري وتشمل (السيارات وخطوط السكك الحديدية).
٢. وسائل النقل البحري وتشمل (السفن الكبيرة و اليخوت والقوارب أو الزوارق).
٣. وسائل النقل الجوّي.

د- العامل الديني والتاريخي

العقيدة الدينية من العوامل البشرية الهامة المؤثرة في السياحة الدولية حيث أن الرغبة في زيارة الأماكن الدينية المقدسة تمثل دافعاً كبيراً لاتجاه أعداد غفيرة من السياح إلى أماكن محددة من العالم وخلال فترات معينة كما هو الحال بالنسبة لاتجاه المسلمين إلى مكة المكرمة لأداء فريضة الحج خلال شهر ذي الحجة من كل عام وزيارة قبر ومسجد الرسول -ﷺ- في المدينة المنورة. ويقدر عدد الحجاج لما لا يقل عن ثلاثة ملايين سنوياً، علاوة على الأعداد الكبيرة التي لا تنقطع طول العام لأداء العمرة وخاصة خلال شهري شعبان ورمضان.

ومن الأماكن ذات الأهمية الدينية عند المسيحيين زيارة دولة الفاتيكان حيث تعد أفواج كبيرة من السياح تقدر بمليون زائر سنوياً. علاوة على زيارة القدس الشريف بفلسطين المحتلة للتوجه إلى الأماكن ذات الأهمية الدينية سواء للمسلمين أو المسيحيين وهي المسجد الأقصى وبيت لحم والناصرة. وكان لوجود بعض المزارات الدينية المرتبطة بظواهر معينة دور مباشر في نشاط حركة السياحة الدينية الداخلية لزيارة مثل هذه الأماكن في العديد من دول العالم مثل ما هو موجود في العراق (النجف، كربلاء) ومصر (سيدنا الحسين، السيدة نفيسة، السيدة زينب بالقاهرة، ومرسي أبو العباس، بالإسكندرية، وغيره من أولياء الله الصالحين). ولا يمكن تجاهل المزارات التاريخية والآثار القديمة بمختلف أنواعها كعامل بشري حدد نمط سياحي خاص وهو السياحة التاريخية أو الثقافية التي لعبت دوراً مباشراً في تحديد محاور اتجاه تيارات السياحة في العالم، فالآثار الفرعونية والإسلامية في مصر، والآثار الإيطالية وخاصة الرومانية منها برج بيزا الذي أسهم في جذب أعداد غفيرة من السياح لإيطاليا، وقصر فرساي ومتحف اللوفر في باريس بفرنسا، وسور الصين العظيم، وقصر الحمراء بإسبانيا إلى جانب المزارات التاريخية في كثير من دول العالم.

ه- التنشيط والإعلان والدعاية عن السياحة

ينبغي على مؤسسة السياحة الوطنية أن تعمل ما في وسعها لتحقيق النمو الأمثل للسياحة أن تعني بنفسها ببذل أكثر الجهود فاعلية في مجال التنشيط والدعاية، وكذلك بالحملات الإعلانية اللازمة لتجمل الصورة السياحية المشرفة للبلاد. وإذا كان الإعلان المنظم والعلاقات العامة المستمرة تعد وسائل تقليدية لتحقيق هذا الهدف، فيمكن أن يصحب ذلك محاولة البحث في الأسواق الرئيسية المحتملة للسياحة مع

إجراء الأبحاث الجادة عن مدى رواج المنتجات السياحية الخاصة بالدولة. ولا يجب ألا تتعارض الحملات الإعلانية والأنشطة الترويجية التي تنظم على المستوى القومي عامة مع أعمال الدعاية التي تتسم على المستوى الأقل بمعرفة المؤسسات الخاصة وهي وكالات السياحة والفنادق والمنتجعات السياحية وشركات النقل. بل أن يكون هناك حاجة دائمة للقيام بجهود مشتركة ترعاها الدولة وتلك المؤسسات الخاصة معاً ولاسيما في مجال اجتذاب السائحين في المواسم الخاصة مثل الأعياد القومية والدينية والإجازات الصيفية أو إقامة المؤتمرات الدولية التي تنظم لأغراض معينة. وعلى الدول المضيفة أن تقوم بعمل التسهيلات السياحية للزائر، في تبسيط الإجراءات الرسمية المتعلقة بدخول وخروج السائح والجمارك والنقد الأجنبي. وعلى الدولة التي ترغب في فتح أبوابها للسياحة ألا تظهر بمظهر الدولة البوليسية. بأن تبادر بتعديل كافة الإجراءات الرسمية المتعلقة بالرقابة بهدف الارتقاء بها إلى المستوى الذي يتقبله السائحون. وقد أكد المؤتمر الدولي للرحلات والسياحة الذي نظمته الأمم المتحدة في روما عام ١٩٦٣ في وضوح أن التوسع في حركة السياحة يتطلب بالضرورة إلغاء كافة الحواجز التي تواجه السياحة على المستوى الدولي. على أن تبسيط الإجراءات الرسمية التي تقابل السائح عند الحدود يعد مطلباً رئيسياً لتشجيع حركة السياحة داخل وفيما بين المناطق، بمعنى تحرك وانتقال الأفراد عبر حدود الدول التي تشكل معاً منطقة جغرافية واحدة أو إقليمياً فرعية في إحدى القارات ومنها على سبيل المثال حركة السياحة فيما بين الدول العربية وأيضاً بين دول غرب أفريقيا الناطقة باللغة الفرنسية^(١٢).

ويشمل القطاع الفندقي الجزء الأهم من قطاع السياحة، إذ إن صناعة الفنادق حالها كحال إي صناعة أخرى مرت بمراحل متعددة من مراحل التنظيم والإدارة وكان أهمها استخدام وإدخال نظريات وتقنيات إدارة الاعمال واستخدام التكنولوجيا الحديثة، لاسيما في قسم الحجز والحسابات واستخدام اساليب جديدة على مستوى عالٍ من الكفاءة في طريق التشغيل^(١٣).

ثالثاً: عوامل الجذب السياحي في محافظة كربلاء المقدسة

مدينة كربلاء المقدسة هي وكر محافظة كربلاء وتقع إلى الجنوب الغربي من مدينة بغداد بنحو ١٠٥ كلم، وتبعد عن نهر الفرات غرباً بحوالي ٣٠ كلم، وتقع على حافة البادية وسط المنطقة الرسوبية من العراق، وعلى خط المواصلات الذي يربط العراق بالجزيرة العربية، وتحيطها بساتين النخيل وأشجار الفواكه من ثلاث جهات، ويسقيها نهر الحسينية المتفرع من نهر الفرات، وتقع على شمالها الغربي مدينة الرمادي، وفي شرقها مدينة الحلة وآثار بابل، وفي غربها الصحراء الغربية التي تضم بحيرة الرزاة ومدينة عين التمر (شثانا) وحصن الأخيضر التاريخي الشهير وكهوف الطار، وفي جنوبها مدينتا النجف الأشرف والكوفة.

١٢- الشرقاوي، مصدر سابق، ص ٤٦.

١٣- عيوي، زيد منير: معجم المصطلحات السياحية والفندقية، ط ١، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمان، الاردن،

٢٠٠٧م، ص ١٦٢.

وتعد مدينة كربلاء المقدسة إحدى أهم الحواضر الإسلامية وأشهرها في العراق والعالم الإسلامي، فقد ولدت المدينة الحالية مع استشهاد الإمام الحسين بن علي بن أبي طالب -عليه السلام- عام ٦١ هـ (٦٨٠م). وقد لعبت في أحقاب زمنية مختلفة دوراً متميزاً في التاريخ الإسلامي، فكانت وكرناً للتمدن والازدهار الثقافي والديني والعماري.

وقد حظيت باهتمام عددٍ كبير من الحكام والولاة المسلمين وعلى اختلاف أجناسهم وذلك لمكانتها السامية حيث يحتضن ثراها رفات ابن بنت رسول الله -صلى الله عليه وآله وسلم- الإمام الحسين وأخيه العباس -عليهما السلام-. وتتميز مدينة كربلاء بموقع جغرافي وبيئي ممتاز أكسبها أهمية كبيرة منذ أقدم العصور، إذ كشفت التنقيبات الأثرية عن إن الإنسان القديم سكن في منطقة كهوف الطار القريبة من كربلاء خلال العصر الحجري الحديث، وهي تنتمي إلى حضارة الأقوام السامية في العراق لاسيما البابليين منهم، وذلك لقرىها من بابل. وكانت كربلاء جسراً للهجرات السامية والعربية بين بلاد الشام والجزيرة العربية وبين سواد العراق. وورد ذكرها في التاريخ القديم ففي العهد البابلي كانت عبارة عن مجموعة قرى بابلية قديمة أشهرها وأكبرها نينوى الواقعة إلى الشمال من المدينة الحالية - وهي غير نينوى عاصمة الآشوريين قرب مدينة الموصل - وكانت عامرة في العصور القديمة، سكنها الساميون.

واستمرت كربلاء في ازدهارها في عهد الكلدانيين^(١٤)، وذكر المستشرق الفرنسي لويس ماسينيون في كتابه خطط الكوفة: (أن كربلاء كانت قديماً معبداً للكلدانيين في مدينة تدعى نينوى). وظلت المدينة محتفظة بمكانتها في عهود التنوخيين واللخمييين والمناذرة يوم كانت الحيرة عاصمة مملكتهم.

يتضح مما تقدم أن تاريخ كربلاء موغل في القدم، وأنها كانت من أمهات مدن طسوج النهرين الواقعة على ضفاف نهر بالاكوباس (الفرات القديم) وعلى أرضها معبد للعبادة والصلاة كما يستدل على قدمها من الأسماء التي عرفت بها قديماً كعمورا، وماريا، وصفورا. أما الأقوام التي سكنتها فكانت تعتمد على الزراعة لخصوبة تربتها وغازرة مائها وكثرة العيون التي كانت منتشرة في أرجائها. وعندما استولى الساسانيون على العراق في عهد شاهبور ذي الأكتاف (تاسع ملوك الساسانيين) - الذي اعتلى العرش سنة ٣١٠ م - قسموا العراق إلى عشر استانات (ولايات) سمي كل منها طسج (قضاء). وقسمت هذه الوحدات الإدارية بدورها إلى وحدات أصغر سمي كل منها رستاق (ناحية). وكانت المنطقة الواقعة بين مدينة عين التمر - التي تقع على مسافة ٦٧ كلم من كربلاء وإلى الجنوب الغربي منها - ونهر الفرات هي الولاية العاشرة، وقسمت إلى ست وحدات إدارية، سميت إحداها طسج النهرين، وسبب تسمية هذه الوحدة ب"النهرين" كونها واقعة بين خندق شاهبور ونهر العلقمي.

وقال الدكتور مصطفى جواد المؤرخ واللغوي العراقي المعروف: " أن اسم كربلاء ليس عربياً وأن محاولات ردها إلى الأصول العربية غير صحيحة وتصطدم بعقبات تاريخية ولغوية، إذ أن موقعها خارج عن الجزيرة العربية وأن في العراق كثيراً من البلدان ليست أسماؤها عربية كبغداد وبابل وبعقوبة ". ويرى فريق

أهمية استخدام نظام تحديد المواقع العالمي *GPS* في الجذب السياحي فنادق كربلاء المقدسة أنموذجاً
من المؤرخين واللغويين ومنهم الأب أنستاس ماري الكرملني أن لفظ كربلاء ذكر في كتب الباحثين
منحوت من كلمتين آشوريتين هما "كرب" بمعنى معبد أو حرم، والكلمة الثانية "إل" بمعنى إله في اللغة
الأرمنية ومجموع الكلمتين بمعنى "معبد الإله" أو "حرم الإله".

ويقول الشيخ آغا بزرك الطهراني "إن كلمة كربلاء متكونة من كلمتين هما (كار) أي الفعل و (بالا)
بمعنى السامي والعلوي باللغة الفارسية، وبذلك يكون معنى لفظة كربلاء (الفعل العلوي) أو (العمل
السمائي) المفروض من الأعلى"، وهذا يقارب المعنى الذي ذهب إليه الأب أنستاس ماري الكرملني كما
ذكرنا ذلك سابقاً.

إن اسم كربلاء كان معروفاً قبل الفتح الإسلامي للعراق، وقبل أن يسكنها العرب المسلمون، وذكرها
بعض المسلمين الذين رافقوا خالد بن الوليد عند فتح الجانب الغربي من العراق. وورد في (معجم البلدان)
لياقوت الحموي: "أن كربلاء سميت بالطف لأنها مشرفة على العراق وذلك من أشرف على الشيء أي
أطل، والطف: طف الفرات أي الشاطئ".

وجاء أيضاً في المصدر نفسه أن الطف أرض من ضاحية الكوفة في طريق البرية فيها كان مقتل
(الإمام) الحسين بن علي بن أبي طالب -عليه السلام-، وهي أرض بادية قريبة من الريف فيها عدة عيون ماء
جارية، منها الصيد، والقططانية، والرهيمة، وعين الجمل وذواتها، وهي عيون كانت للموكلين بالمسالح
(الحصون والقصور) التي كانت وراء خندق سابور الذي حفره بينه وبين العرب وغيرهم.

وتشير بعض المصادر التاريخية إلى أن كربلاء الحالية كانت قبل الإسلام منطقة تحيط بها قرى قديمة
عند قدوم الإمام الحسين -عليه السلام- إليها عام ٦١ هجري (٦٨٠م) منها نينوى وعمورا وماريا وصفورا
وشفية، وكانت على مقربة من هذه القرى منطقة تدعى "النواويس" وهي مجموعة مقابر للمسيحيين الذين
سكنوا هذه الأراضي قبل الفتح الإسلامي للعراق. وتقع هذه المقابر اليوم في شمال غربي كربلاء في أراضي
الكمالية بالقرب من المنطقة التي يقع فيها مرقد الحر بن يزيد الرياحي^(١٥).

وقد أطلق على مدينة كربلاء الحالية بعد استشهاد الإمام الحسين -عليه السلام- أسماء عدة منها: مشهد
الحسين، ومدينة الحسين، والبقعة المباركة، وموضع الابتلاء، ومحل الوفاء، والحائر، والخير... إلى غير ذلك
من الأسماء. إلا أن أشهر هذه الأسماء هو الحائر لما أحيط بهذا الاسم من الحرمة والتقديس، والجدير
بالذكر أن الحائر اختص في ما بعد بالمرقد في الغالب.

وإلى جانب تلك القرى الموعلة في القدم، كانت توجد قرى عامرة بالسكان والحياة، وكانت أكبر هذه
القرى المحيطة بكربلاء هي بلدة عين التمر التي تضم ناحية شثانا ومنها يجلب القسب (التمر اليابس)
والتمر. ومن القرى المحيطة بكربلاء أيضاً قرية الغاضرية وقد أنشئت بعد انتقال قبيلة بني أسد إلى العراق
في صدر الإسلام، وعلى هذا فإنها ليست قديمة في التاريخ، وهي لا تزال معروفة باسم "الغاضريات"

وهي الأراضي المنبسطة التي هي اليوم إحدى نواحي مدينة كربلاء وتعرف بمنطقة الحسينية الواقعة على طريق كربلاء - بغداد القديم وهي عامرة ببساتين النخيل والفواكه.

وعلى أية حال لم تكتسب كربلاء هذه المكانة التي لها الآن لولا استشهاد الإمام الحسين - عليه السلام - وصحبه في اليوم العاشر من محرم الحرام سنة ٦١ هجري (٦٨٠م) في هذه البقعة.

وتدين المدينة بنشأتها إلى واقعة الطف، وكان نواتها قبر الإمام الحسين - عليه السلام - إذ قام رهط من بني أسد سكان القرى المجاورة للمنطقة بنصب معالم عليه كي يستدل بها ولا يضيع أثره وذلك بعد يومين من انتهاء المعركة.

وتذكر بعض المصادر التاريخية أن المختار بن أبي عبيدة الثقفي أيام إمرته على الكوفة أقام بناء فوق القبر تعلوه قبة من الطابوق (الآجر)، وهذه القبة تعد الأولى في الإسلام وذلك سنة ٦٦ للهجرة (٦٨٦م). وشيد مسجداً بجانب القبر، ويعتبر هذا البناء أول بناء في كربلاء الحالية كما شيد قرية صغيرة تحيط بالقبر.

وبدأت المنطقة تتطور رويداً رويداً وذلك لكثرة الزائرين إليها واختيار بعض المسلمين، خصوصاً العلماء والرواة والمحدثين للإقامة فيها. حتى أصبحت بمرور الزمن حاضرة إسلامية لها شأنها بين المدن الإسلامية وغدت محط أنظار شعوب العالم الإسلامي.

وساهمت مدينة كربلاء في تطوير الحركة العلمية والأدبية والفكرية وكان لها دور ريادي فعال في النهضة الوطنية واستقلال العراق سنة ١٩٢١م. واشتهرت بعماثرها الإسلامية، فانتشرت في أرجائها المباني التراثية كالمراقد والجوامع والحسينيات والمدارس الدينية والأسواق القديمة والخانات والبيوت الجميلة وغيرها.

وعوامل الجذب السياحي الديني في محافظة كربلاء المقدسة هي كما يلي:-

١. جامع ومرقد الإمام الحسين - عليه السلام - " الروضة الحسينية " بجانب جامع ومرقد أخيه العباس - عليه السلام - " الروضة العباسية " أحد أبرز المعالم الإسلامية في العراق والعالم الإسلامي وهي محط أنظار الملايين من المسلمين في العالم يأتون على مدار السنة للزيارة والتبرك بهذه المراقد الطاهرة.
٢. مرقد الحر بن يزيد الرياحي.
٣. مرقد عون بن عبد الله.
٤. مرقد أحمد بن فهد الحلبي.
٥. مرقد السيد أحمد أبو هاشم.
٦. مقام الأمام المهدي - عليه السلام -.
٧. مقام التل الزينبي.
٨. مبنى المخيم الحسيني.
٩. قطارة الأمام علي بن أبي طالب - عليه السلام - وغيرها الكثير من المقامات الأخرى.

أما عوامل الجذب السياحي التاريخي والأثري في مدينة كربلاء المقدسة تتمثل بمدينة عين التمر التي تحتوي على عدة معالم أثرية وتاريخية أهمها (قصر مقاتل، حصن الأخضر، خان العطيبي، خان النخيلة،

أهمية استخدام نظام تحديد المواقع العالمي الـGPS في الجذب السياحي فنادق كربلاء المقدسة أنموذجاً
خان العطشان، بحيرة الرزاة التي تبعد عن مدينة كربلاء بحوالي ١٤ كلم وتعتبر منطقة بحيرة الرزاة المفتوحة
من المناطق السياحية الجميلة في هذه المدينة لسعتها وامتداد ضفافها على مدى عدة كيلو مترات،
وكذلك لموقعها المتميز فهي ترتبط بمدينة كربلاء من جهة ومن جهة أخرى بمدينة شتات (عين التمر)
وكذلك حصن الأخيضر^(١٦).

ولا بد من استغلال وقت السياح او الزوار لتنظيم سفرات لهم الى المواقع الأثرية والحضارية^(١٧)، إذ
يشكل وقت الفراغ مجالاً زمنياً اختيارياً يشغله المرء وفقاً لما يراه مناسباً لظروفه وامكاناته^(١٨).

المبحث الثالث: مفهوم نظام الـGPS واستخداماته وأهميته في الجذب السياحي:-

أولاً: تطور تقنيات المعلومات والاتصال

شهدت تكنولوجيا المعلومات والاتصال خلال السنوات الاخيرة تطورا كبيرا إذ دخلت في جميع
قطاعات الاعمال للدول والمؤسسات والافراد الى الحد الذي كونت فيه مجتمعا قائما بذاته يختلف عن
المجتمع الانساني الطبيعي الذي نعيشه، هذا المجتمع مبني من ملايين الحاسبات المنتشرة في جميع انحاء العالم
ومن ملايين الوصلات الشبكية التي يتم فيها استقبال (عشرات المليارات من الرسائل المعلوماتية)^(١٩).
وان تكنولوجيا المعلومات هي سمة العصر و تعمل على رفع الانتاجية بالاعتماد على قدرات الاختراع
والابداع والتجديد من خلال استخدام كل الوسائل التكنولوجية المتاحة للتمكن من ادارة المعلومات على
كل المستويات وتساعد تكنولوجيا المعلومات في خفض التكاليف وبالتالي التأثير على مستوى النمو
الاقتصادي.

خصائص تكنولوجيا المعلومات والاتصال:- تميزت تكنولوجيا المعلومات والاتصال عن غيرها من
التكنولوجيات الاخرى بمجموعه من الخواص اهمها:-

١. تقليص الوقت
٢. تقليص المكان
٣. اقتسام المهام الفكرية مع الالة من خلال التفاعل بين الباحث والنظام.
٤. السرعة في استرجاع المعلومات
٥. الذكاء الاصطناعي.
٦. تكوين شبكات الاتصال

١٦- الانصاري، مصدر سابق، ص٣٧٢.

١٧- الشاكري، عبد الصاحب: آفاق السياحة، دار النشر والاستشارات التكنولوجية، لندن، ٢٠٠٧ م، ص١٨-١٩.

١٨- محمد عبد الفتاح أحمد، طابع عبد اللطيف طه: الجغرافيا السياحية، ط١، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الاسكندرية،
مصر، ٢٠٠٧م، ص١٣٦.

١٩- امينة، حماني، " اثر الاتصالات التسويقية الالكترونية في استقطاب السياح"، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية
وعلمو التسيير، جامعة الجزائر ٣، ٢٠١١ - ٢٠١٢، ص١١.

٧. التفاعلية اي ان المستعمل لهذه التكنولوجيا يمكن ان يكون مستقبل ومرسل في الوقت نفسه.
٨. اللاتزامنية يعني امكانية استقبال الرسالة في اي وقت يناسب المستخدم.
٩. اللاوكرزية وهي خاصية تسمح باستقلالية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات حيث استمرارية العمل في كل الاحوال.
١٠. قابلية التوصيل وتعني امكانية الربط بين اجهزه الاتصال بغض النظر عن بلد الصنع.
١١. قابلية التحرك والحكوية اي يمكن للمستخدم ان يستفيد من خدماتها اثناء تنقلاته عن طريق وسائل الاتصال الكثيرة.
١٢. قابلية التحويل اي امكانية نقل المعلومات من وسيط الى اخر كتحويل الرسالة المسموعة الى رسالة مطبوعة.
١٣. الجماهيرية اي امكانية توجيه الرسالة الاتصالية الى فرد واحد او لمجموعة معينة.
١٤. الشبوع والانتشار وهي قابلية هذه الشبكة للتوسع اكثر فأكثر لمساحات غير محدودة.
١٥. العالمية والكونية وهو المحيط الذي تنشط فيه هذه التكنولوجيا حيث تأخذ المعلومات مسارات مختلفة ومعقدة.

ثانيا: الشبكة العنكبوتية

منذ ابتكار الانترنت وهي في تطور مستمر اما بتحسين ما موجود او اضافة مالم يكن موجودا، حيث بدأ خلال الحرب الباردة عام ١٩٦٩ في وزارة الدفاع الامريكية عندما نجحت التجارب لربط الحواسيب التابعة لها ببعضها ولأول مرة عام ١٩٧٢ تم استقبال الرسائل الالكترونية عبر البريد الالكتروني. وفي عام ١٩٨٩ قام المختصون بتطوير مجموعة من القواعد التي تتحكم بملفات مكتوبة النصوص، اصوات، فيديو، مخزنه في الحواسيب التي تولد الانترنت التي تسمى بالشبكة العنكبوتية الواسعة. وفي العام ١٩٩٤ بدأ الاستخدام التجاري للإنترنت حيث تحول من مجرد اسلوب لتشغيل الحواسيب عن بعد الى طريق سريع لتبادل المعلومات على نطاق عالمي.

كما ان المعلوماتية لها دور كبير في التسويق السياحي، إذ يعتمد (في اية منظمة على كم محدد من المعلومات التي توفرها البحوث التسويقية التي يتم اجراؤها حتى يمكن وضع الاستراتيجيات التسويقية السليمة)^(٢٠).

الانترنت: شبكة عالمية من الشبكات الحاسوبية المختلفة والمتصلة ببعضها البعض بحيث تتمكن كل منها من بث البرامج نفسها في وقت واحد. وتشمل اهم قنوات شبكة الانترنت المستخدمة في تفعيل الاتصالات التسويقية للمؤسسات ما يأتي:-

١. الموقع الالكتروني ومحركات البحث.

٢. البريد الإلكتروني E- Mail
٣. التخاطب Chat.
٤. خدمة منتديات النقاش Forum
٥. المدونات.
٦. النشرات البريدية.
٧. تقنية الـ (Rss)
٨. الشبكات الاجتماعية والمهنية.

ثالثاً: برمجيات الهاتف المحمول:

برزت في الآونة الاخيرة سنة ٢٠٠٣ وسيلة اتصال وتواصل رقمية مبتكرة تتمثل بالهواتف المحمولة واصبحت تكلفة المكالمات وتبادل المعطيات في متناول جميع فئات المجتمع ويتزايد عدد مستخدمي هذه الهواتف في العالم بشكل يومي، والهاتف النقال او المحمول او الخلوي او الجوال هو احد اشكال ادوات الاتصال اللا سلكي عن طريق شبكة GSM النظام الموحد للاتصالات المتنقلة Global System for Mobile التكونة من ابراج البث الموزعة ضمن مساحة معينة والـ GMS هو الجيل الثاني من نظم الاتصالات الرقمية الخلوية الذي بدأ التخطيط له سنة ١٩٨٢، ويعود تاريخه الى عام ١٩٤٧ عندما بدأت شركة لوست تكنولوجيز التجارب في معملها بنيوجرسي لكنها لم تكن صاحبة اول خلوي محمول حيث كان صاحب هذا الانجاز الامريكي مارتن كوبر الباحث في شركة موتورولا للاتصالات في شيكاغو عام ١٩٧٣.

ومن اهم قنوات شبكة المحمول المستخدمة في الاتصالات التسويقية للمؤسسة بالاتي:-

١. رسائل SMS القصيرة Short Message Service
٢. رسائل Multi – Media Message MMS
٣. البلوتوث والأشعة الحمراء
٤. انترنت محمول
٥. الـ GPRS وهي تقنية جديدة تمكن الاتصال بالانترنت في كل وقت ومن نقل واستقبال البيانات General Packet Radio Service
٦. الاتصال قريب المدى NFC
٧. تقنية الـ GPS نظام تحديد المواقع العالمي Global Positioning System وهو نظام يستخدم عالميا لتحديد ورصد الاجسام وللكبات المتحركة بدقة شديدة وذلك بواسطة شبكة من الاقمار الصناعية يتراوح عددها ١٨-٢٤ قمرا صناعيا تغطي فضاء الكرة الارضية، وهي تستخدم اشارات القمر الاصطناعي لتحديد الموقع الجغرافي وتكون موصولة بالانترنت ويستخدمها الكثير من الافراد في البحث عن المواقع والمحلات التجارية.

في عام ١٩٧٣ بدأ العمل في وزارة الدفاع الأمريكية لتصميم نظام تحديد المواقع الـ GPS وذلك لاستبدال نظام الملاحة بالأقمار الصناعية المعروف باسم Sat- Nav او Transit System وتفادي عيوبه المثلة في تغطية غير كافية للأقمار الصناعية - عملياته الملاحية غير الدقيقة، استحدث النظام الجديد ليوفر تغطية كاملة وبدقة عالية للاحتياجات العسكرية من خلال تزويد الجيش بوسيلة دقيقة لتحديد المواقع، وفيما بعد بدأ استخدامها في الخدمات المدنية إذ إن العديد من التطبيقات الارضية والبحرية والجوية ومن اهم استخداماته:-

١. في المجالات العسكرية
 ٢. يعد نظاما اساسيا في مجال الملاحة الجوية والبحرية والبرية.
 ٣. يستخدم في جميع الاعمال المساحية.
 ٤. رصد تحركات القشرة الارضية ورصد ازاحة المنشآت الحيوية والجسور.
 ٥. رصد وتتبع تحركات الاشخاص ووسائل النقل.
- تحديد موقع الهاتف الخليوي والتي تكون على نوعين الاعتماد على اشارة الاقمار الصناعية الواصلة اي يستقبل الـ GPS المتكامل داخل جهاز الهاتف الخليوي وهذه الطريقة تعمل خارج الابنية فقط. والطريقة الثانية طريقة الـ GPS المدعمة (Assisted GPS AGPS) وفي هذه الطريقة يتم تحديد موقع الهاتف الخليوي داخل وخارج الابنية بالاعتماد على كل من الاقمار الصناعية وشبكة ابراج الهاتف الخليوي التي تغطي تلك المنطقة.

وتتميز تقنية الـ GPS بما يأتي:-

١. متاحة طول ٢٤ ساعة يوميا ليلا ونهارا وعلى مدار العالم كله.
 ٢. يغطي جميع انحاء الارض.
 ٣. لا تتأثر بأية ظروف مناخية مثل درجات الحرارة والمطر والرطوبة والعواصف.
 ٤. الدقة العالية في تحديد الموقع.
 ٥. لا تحتاج لخبرة تقنية متخصصة لتشغيل اجهزة الاستقبال خاصة المحمولة يدويا لدرجة ان بعض مستقبلات الـ GPS اصبحت تدمج في الساعات اليدوية واجهزة الاتصال الخليوي.
- ان نظرية عمل نظم الملاحة بالأقمار الصناعية تعتمد على مبدأ قياس الزمن الذي تستغرقه الموجة الراديوية منذ صدورها من وحدة البث (القمر الصناعي) وحتى وصولها الى وحدة الاستقبال (المستقبل) ولكي يتم تحديد موقعك بشكل صحيح فأنتك تحتاج على الاقل ثلاثة اقمار صناعية.
- ويرى الباحث ان استخدام تقنيات المعلومات والاتصال الحديثة يساهم مساهمة فعالة في التشجيع على الاستثمار في القطاع السياحي وخاصة استخدام نظام تحديد المواقع العالمي الـ GPS لما يوفره من وقت وجهد كلفه خاصة الاستثمار في مجال الايواء من خلال انشاء المجمعات السياحية والفنادق التي يساعدها هذا النظام في استقطاب الزبائن بسهولة من خلال التقنيات الحديثة وكذلك يساعدهم في الاحتفاظ بالزبائن وكسب زبائن اخرين من خلالهم، وذلك من خلال التواصل معهم قبل مجيئهم

أهمية استخدام نظام تحديد المواقع العالمي الـGPS في الجذب السياحي فنادق كربلاء المقدسة أمودجاً والاستعداد لاستقبالهم والتعرف على رغباتهم وتوفيرها لهم، وكذلك التواصل معهم بعد العودة الى وطنهم والتعرف على المشاكل التي عانوا منها خلال اقامتهم لمحاولة حل هذه المشاكل والامور المعقدة.

المبحث الرابع: الجانب العملي:

نبذة عن القطاع الفندقي في محافظة كربلاء واستخدام نظام الـGPS

يعد القطاع الفندقي في محافظة كربلاء من اهم القطاعات التي تلعب دورا كبيرا في الاقتصاد المحلي والوطني، لما للمدينة كربلاء المقدسة من اهمية كبيرة في الجذب السياحي من داخل العراق ومن مختلف انحاء العالم لامتلاكها مقومات السياحة الدينية والأثرية والعلاجية والطبيعية، كما تشكل نسبة الفنادق وحسب ما تشير الية الإحصاءات اكثر من ٢٥٪ من عدد الفنادق العاملة على مستوى العراق بصورة عامة، وصناعة الفنادق او ما يسمى بصناعة الضيافة "Hospitality Industry" هي من الصناعات ذات الاهمية الكبيرة في الاقتصاد المحلي لمحافظة كربلاء المقدسة وهذا ما انبرى عليه البحث الذي اعتمد في الجانب التطبيقي على عينة من المدراء والعاملين في المؤسسات الفندقية والسياحية والمختصين من حملة الشهادات العليا في القطاع السياحي والفندقي في محافظة كربلاء المقدسة.

وبعد توزيع (١٠٠) استمارة استبانة على افراد عينة البحث تم استرجاع (٧٥) استمارة فقط، ثم تم اهمال (٢٥) استمارة لعدم استيفائها الشروط المطلوبة، وتضمنت الاستمارة (٢٥) سؤالاً عن اهمية استخدام نظام الـGPS في القطاع الفندقي كما موضحة في الاستمارة المرفقة في الملحق، وتم تحليل البيانات باستخدام البرنامج الاحصائي الـSPSS ل(٥٠) استمارة وكانت نتائج التحليل كالاتي:-

أولاً:- المعلومات العامة

وتضمن الصفات الشخصية لأفراد عينة البحث التي تمثل العمر، النوع الاجتماعي، التحصيل الدراسي، الاختصاص، القطاع الذي يعملون فيه، وعدد سنوات الخدمة وكما مبين في الجداول الاتية:-

١. توزيع عينة البحث حسب العمر كما في الجدول (١) حيث كانت نسبة افراد العينة من فئة (٣١-٤٠) سنة هي الاكبر وكانت ٣٠٪، ثم الفئة (٤١-٥٠) سنة وكانت ٢٤٪، ثم فئة (٢١-٣٠) وكانت ٢٢٪، وهذا يبين ان اغلب افراد العينة هم من الشباب. ونلاحظ من الجدول ان اقل نسبة كانت للفئة (٥١-٦٠).

الجدول رقم (١) توزيع الفئات العمرية لعينة البحث

النسبة %	العدد	الفئة العمرية
١٤٪	٧	٢٠ سنة فأقل
٢٢٪	١١	٢١ - ٣٠ سنة
٣٠٪	١٥	٣١ - ٤٠ سنة
٢٤٪	١٢	٤١ - ٥٠ سنة
١٠٪	٥	٥١ - ٦٠ سنة

٠٪	٠	٦١- فأكثر
١٠٠٪	٥٠	المجموع

٢. توزيع افراد العينة حسب النوع الاجتماعي (الجنس) وكما في الجدول (٢)

الجدول رقم (٢) توزيع عينة البحث حسب النوع الاجتماعي

النسبة %	العدد	النوع الاجتماعي
٦٠٪	٣٠	الذكور
٤٠٪	٢٠	الاناث
١٠٠٪	٥٠	المجموع

يوضح الجدول ان اغلب افراد العينة هم من الذكور بنسبة ٦٠٪، اما نسبة الاناث فبلغت ٤٠٪.

٣. توزيع عينة البحث حسب التحصيل الدراسي كما في الجدول (٣) إذ يبين ان أغلب افراد العينة من

حملة شهادة البكالوريوس ونسبتهم ٣٠٪، ومن ثم كل من حملة الماجستير وحملة الدبلوم التقني بنسبة ٢٠٪، ثم الشهادات الاخرى نسبتها ١٨٪، ثم الدكتوراه بنسبة ١٠٪، وكانت اقل نسبة لحملة

الدبلوم العالي ٢٪.

الجدول رقم (٣) توزيع عينة البحث حسب التحصيل الدراسي

النسبة %	العدد	التحصيل الدراسي
١٠٪	٥	دكتوراه
٢٠٪	١٠	ماجستير
٢٪	١	دبلوم عالي
٣٠٪	١٥	بكالوريوس
٢٠٪	١٠	دبلوم تقني
١٨٪	٩	اخرى (متوسطة، اعدادية) وغيرها
١٠٠٪	٥٠	المجموع

٤. توزيع افراد عينة البحث حسب الاختصاص كما في الجدول (٤) حيث ان أغلب افراد العينة من

ذوي الاختصاص في العلوم السياحية ونسبتهم ٥٦٪، بينما كانت نسبة الاختصاصات الاخرى (الحاسبة، الادارة، الاقتصاد، الكيمياء، الهندسة، الطب، التحليلات، الآداب) نسبة ٤٤٪.

الجدول رقم (٤) توزيع افراد العينة حسب الاختصاص

النسبة %	العدد	الاختصاص
٥٦٪	٢٨	العلوم السياحية
٤٤٪	٢٢	اخرى (حاسبة، ادارة... الخ)
١٠٠٪	٥٠	المجموع

أهمية استخدام نظام تحديد المواقع العالمي الـGPS في الجذب السياحي فنادق كربلاء المقدسة أمودجاً

٥. توزيع افراد عينة البحث حسب القطاع الذي يعملون فيه وكما مبين في الجدول (٥) نجد ان اغلب افراد العينة يعملون في القطاع العام ونسبتهم ٥٢٪، اما العاملين في القطاع الخاص فكانوا بنسبة ٢٦٪، ثم العاملين في القطاع المختلط ونسبتهم ٢٢٪
الجدول رقم (٥) توزيع افراد العينة حسب القطاع العاملين فيه

النسبة %	العدد	القطاع
٢٦٪	١٣	الخاص
٥٢٪	٢٦	العام
١٠٠٪	٥٠	المجموع

ثانياً:- متغيرات البحث

في هذا المبحث، يتم عرض البيانات التي أظهرتها الاستبانة وتحليلها من خلال تحليل آراء وإجابات أفراد عينة الدراسة في القطاع الفندقي في محافظة كربلاء المقدسة وعدد من المختصين في السياحة والفندقة من حملة الشهادات العليا، فضلاً عن عرض واقع متغيرات الدراسة (المتغير غير المعتمد) أهمية نظام الـGPS نظام تحديد المواقع العالمي، و (المتغير المعتمد) الجذب السياحي، وتم استعمال مقياس من نوع (Likert-Type Scale) الخماسي إذ تتوزع الدرجة من أعلى وزن (٥) أتفق بقوة، ٤ أتفق، ٣ محايد، ٢ لا أتفق، ١ لا أتفق بقوة)، وتم اعتماد الوسط الفرضي (٣)* معياراً لقياس الدرجة المتحصل عليها وتقييمها والمتعلقة بإجابات أفراد العينة، وذلك ضمن التقدير اللفظي لأوزان الاستبانة، إذ نعتقد إن كل درجة ستحصل على العدد نفسه من التكرارات النظرية، وعليه تم تبويب البيانات على شكل جداول تكرارية لمتغيرات الدراسة، ألحق بها الأوساط الحسابية الموزونة، والانحرافات المعيارية ونسب الاتفاق الناتجة من التحليل الإحصائي للبيانات الواردة في الاستبانة والي كانت بواقع (٥٠) استمارة التي تضمنت (٢٥) سؤالاً لربط العلاقة بين متغيري البحث نظام الـGPS والجذب السياحي محافظة كربلاء المقدسة، كما في الجدول (٦)، حيث نجد ان السؤال ذو الرقم (٢٥) والاخير والمتضمن " يساهم استخدام نظام الـGPS في تحسين الصورة الذهنية وكسب رضا السياح الوافدين الى محافظة كربلاء المقدسة" قد حصل على اعلى وسط حسابي (٤,٨٦) وهو اكبر من الوسط الفرضي (٣)* وهذا يدل على ان معظم افراد العينة يؤيدون بان النظام يساهم في تحسين الصورة الذهنية للسائح ومن ثم يساهم في الجذب السياحي للمحافظة، وكانت الاهمية النسبية (٩٧,٢٠٪) وهي نسبة عالية وكان الانحراف المعياري للسؤال (٠,٤٠)، مما يدل ان التشتت في اجابات افراد العينة مقبول فهو اقل من (١) مما يدل على اتفاق افراد العينة على الاجابة. الجدول من اعداد الباحث حسب نتائج الاستبانة وتطبيق البرنامج الاحصائي

* تم احتساب الوسط الفرضي بالمعادلة:

$$\bar{x} = \frac{\sum xifi}{\sum fi} = \frac{f \cdot \sum xi}{5f} = \frac{\sum xi}{5} = \frac{1+2+3+4+5}{5} = \frac{15}{5} = 3$$

حيث f ثابت (عدد متساوي من التكرارات)

جدول رقم (٦) تحليل متغيرات البحث حسب اجابات افراد العينة^(٢١)

رقم السؤال	٥	٤	٣	٢	١	عدد الاجابات	متوسط مرجح	اهمية نسبية او شدة الاجابة	الانحراف معياري
1	41	8	1	0	0	50	4.8	96.00%	0.451754
2	25	22	2	1	0	50	4.42	88.40%	0.672795
3	40	8	2	0	0	50	4.76	95.20%	0.5174506
4	42	6	2	0	0	50	4.8	96.00%	0.4948717
5	35	11	4	0	0	50	4.62	92.40%	0.635353
6	32	16	2	0	0	50	4.6	92.00%	0.5714286
7	28	21	1	0	0	50	4.54	90.80%	0.5424811
8	27	21	2	0	0	50	4.5	90.00%	0.5802885
9	29	19	2	0	0	50	4.54	90.80%	0.57888
10	28	20	2	0	0	50	4.52	90.40%	0.5799367
11	30	19	1	0	0	50	4.58	91.60%	0.5379477
12	31	18	1	0	0	50	4.6	92.00%	0.5345225
13	30	18	1	1	0	50	4.54	90.80%	0.6455499
14	31	15	3	1	0	50	4.52	90.40%	0.7068181
15	27	13	7	3	0	50	4.28	85.60%	0.9267014
16	24	17	9	0	0	50	4.3	86.00%	0.7626484
17	33	17	0	0	0	50	4.66	93.20%	0.4785181
18	30	18	2	0	0	50	4.56	91.20%	0.5771146
19	24	20	5	1	0	50	4.34	86.80%	0.7453256
20	29	21	0	0	0	50	4.58	91.60%	0.4985694
21	31	16	3	0	0	50	4.56	91.20%	0.6114553
22	29	19	2	0	0	50	4.54	90.80%	0.57888
23	37	13	0	0	0	50	4.74	94.80%	0.4430875
24	40	9	1	0	0	50	4.78	95.60%	0.4646702

٢١- الجدول من اعداد الباحث حسب نتائج

0.4045658	97.20%	4.86	50	0	0	1	5	44	25
-----------	--------	------	----	---	---	---	---	----	----

وحصل السؤلين (١١ و ٤) على نفس الوسط الحسابي البالغ (٤,٨) والاهمية النسبية للسؤلين (٩٦٪). وكان الانحراف المعياري للسؤل (١) المتضمن " امتلاك محافظة كربلاء لمقومات متعددة للجذب السياحي " فقد بلغ (٠,٤٥) مما يدل على قلة التشنت في الاجابات ويبين ان افراد العينة يؤيدون بشدة امتلاك كربلاء مقومات الجذب السياحي، المعلومات في تطوير المؤسسات السياحية والفندقية" فبلغ (٠,٤٩) وهو اقل من ١ مما يدل على قلة التشنت في الاجابات، وهذا يعني ان افراد العينة يؤيدون بشدة مساهمة تكنولوجيا المعلومات في تطوير المؤسسات السياحية. والانحراف المعياري للسؤل (٤) المتضمن " تساهم تكنولوجيا واذا تتبعنا الجدول (٦) نجد ان جميع الاسئلة كان وسطها الحسابي اكبر من ٤ وهو اكبر من الوسط الفرضي (٣) وان الاهمية النسبية لأغلب الاسئلة هي اكثر من ٩٠٪ والانحراف المعياري اقل من ١. ونجد اقل متوسط حسابي كان للسؤل (١٥) المتضمن "من السهل استخدام النظام في الوقت الحاضر لتوفر المستلزمات" والبالغ (٤,٢٨)، وكانت اهميته النسبية اقل اهمية بلغت (٨٥٪)، مما يدل على ان افراد العينة يؤيدون سهولة استخدام النظام لكن لا تتوفر المستلزمات في الوقت الحاضر ونجد الانحراف المعياري اكبر انحراف وبلغ (٠,٩٣) وهو يقترب من (١) مما يدل على ازدياد التشنت في اجابات افراد العينة.

ثالثاً:- الاستنتاجات والتوصيات

الاستنتاجات:

مما تقدم توصل الباحث الى الاستنتاجات

١. ان محافظة كربلاء تمتلك مقومات متعددة للجذب السياحي وخاصة في السياحة الدينية وان استخدام نظام تحديد المواقع العالمي *GPS* يساهم في جذب السائحين.
٢. ان استخدام تقنيات المعلومات ووسائل الاتصال الحديثة يساهم في تطوير القطاع السياحي والفندقي من خلال الترويج والاعلان والتسويق الالكتروني للخدمات السياحية والفندقية اضافة الى تخفيض الجهد والكلف على كل من الزبون وادارة الفندق او المؤسسة السياحية.
٣. استخدام نظام *GPS* يساهم في استمرار التواصل بين الزبائن الحاليين والمستقبليين وادارة الفندق وذلك من خلال الاستفادة من تبادل الافكار وتحسين الخدمات السياحية.
٤. استخدام نظام الـ *GPS* في القطاع الفندقي يساهم في مساعدة القطاع الفندقي الكربلائي لمنافسة القطاع الفندقي محليا وعربيا وعالميا.
٥. لم توفر الامكانيات المادية والبشرية لتطبيق نظام *GPS* في المحافظة، رغم ان استخدام النظام لا يحتاج الى دراسات متخصصة لتوفره عبر الهاتف المحمول.

التوصيات:

١. بناء على الاستنتاجات اعلاه يوصي الباحث بالاتي:-
١. على الجهات الرسمية المتخصصة في مجال السياحة والفندقة في محافظة كربلاء المقدسة منها دائرة السياحة، مجلس المحافظة، وايضا وزارة السياحة والاثار، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي من خلال الكليات والمعاهد المتخصصة بالسياحة، وزارة التربية من خلال المدارس والمدارس المهنية، الاهتمام بمقومات الجذب السياحي في محافظة كربلاء خاصة السياحة الدينية، وتسهيل الضوء على هذه المقومات وتنميتها.
٢. التأكيد على ادارات المؤسسات السياحية والفندقية استخدام تقنيات المعلومات ووسائل الاتصال الحديثة واعتبارها شرط من شروط التأسيس والاستمرار بالعمل.
٣. تشجيع ادارات المؤسسات السياحية والفندقية على استخدام نظام الـGPS، ومكافأة الادارات المستخدمة لهذه التقنية العالمية.
٤. توفير المستلزمات المادية والبشرية اللازمة لتطبيق النظام من خلال دورات متخصصة في هذا المجال.
٥. الاعلان والتثقيف لاستخدام التقنيات الحديثة خاصة استخدام نظام الـGPS في القطاع الفندقي.
٦. اقرار النظام كمنهاج دراسي ضمن المدارس والمعاهد والكليات المتخصصة في المجال السياحي والفندقي.

المصادر

١. الأنصاري، رؤوف محمد علي: السياحة في العراق ودورها في التنمية والأعمار، ط ١، ٢٠٠٨، العراق، بغداد.
٢. السيسي، ماهر عبد الخالق: مبادئ السياحة، ط ١، ٢٠٠١ م، مصر.
٣. منال شوقي عبد المعطي احمد: دراسة في مدخل علم السياحة، ط ١، دار الوفاء لندنيا للطباعة والنشر، ٢٠١٠ م، الإسكندرية، مصر.
٤. الشرفاوي، فتحى محمد: مبادئ علم السياحة، دار المعرفة الجامعية، كنج مريوط، الإسكندرية، مصر، ٢٠٠٩ م.
٥. عطوي، فوزي: السياحة والتشريعات السياحية والفندقية في لبنان والبلاد العربية، ط ١، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، ٢٠٠٤ م.
٦. عين السائح، سلسلة سياحية، ثقافية، اقتصادية، اجتماعية، العدد ٣٠ تموز-اب ٢٠١٠ م.
٧. محمد فريد عبد الله: السياحة عند العرب تراث وحضارة، ج ١، ط ١، دار ومكتبة الهلال، بيروت، ٢٠٠٠ م.
٨. الحميدي، وليد محمد كساب: التنمية السياحية على ساحل العقبة السعودي، مجلة دراسات الخليج والجزيرة العربية، جامعة الكويت، العدد ١٠٠، السنة ٢٧، ٢٠٠١ م.

٩. الشاكري، عبد الصاحب: آفاق السياحة، دار النشر والاستشارات التكنولوجية، لندن، ٢٠٠٧ م.
١٠. دانيال، بنيامين يوخنا: المرشد الى مصادر البحث السياحي، ص ١١، بيشه و اربيل، ٢٠١٠م.
١١. الطالب، غيداء عبد العزيز، ويحيى، هبة منير، استخدام قيمة الـGPS في تحديد موقع مستخدم الهاتف المحمول ضمن جامعة الموصل، بحث منشور في مجلة الرافدين لعلوم الحاسوب والرياضيات، مجلد (9)، العدد (1)، ٢٠١٢م.
١٢. امينة، حماني، " اثر الاتصالات التسويقية الالكترونية في استقطاب السياح "، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، 2011 - 2012.
١٣. معراج، هوارى، وجرادات محمد سليمان، " السياحة واثرها في التنمية الاقتصادية العالمية حالة الاقتصاد الجزائري "، مجلة الباحث، عدد 1، 2004م.
١٤. ابراهيم، بختي، وفوزي، شعوي محمود، " دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تنمية قطاع السياحة والفندقة "، مجلة الباحث، العدد 7، 2009 - 2010.
١٥. سعدي، يحيى، والعمراوي، سليم، " مساهمة قطاع السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية، حالة الجزائر "، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد 36، 2013.
١٦. محمد عبد الفتاح أحمد، طابع عبد اللطيف طه: الجغرافيا السياحية، ط ١، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الاسكندرية، مصر، ٢٠٠٧م.
١٧. عبوي، زيد منير: معجم المصطلحات السياحية والفندقية، ط ١، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، ٢٠٠٧م.

الملحق

بسم الله الرحمن الرحيم

م/ استمارة استبانة

اختي الكريمة/ اخي الكريم

تحية طيبة:-

نرفق لحضراتكم استمارة الاستبانة لغرض انجاز البحث الموسوم

((أهمية استخدام نظام الـGPS في الجذب السياحي - فنادق كربلاء أمودجاً))

والتي نسعى من خلالها استطلاع آرائكم حول الفقرات التي وردت فيها راجين تعاونكم معنا في الاجابة على الفقرات بكل موضوعية وشفافية انطلاقاً من خبيرتكم العميقة في هذا المجال، من اجل التمكّن من معرفة مدى الأهمية لاستخدام هذا النظام العالمي في الجذب السياحي الذي يساهم في تنشيط الاستثمار من خلال انشاء المؤسسات السياحية والفندقية خاصة في القطاع الفندقي من قبل المستثمرين المحليين (الحكومي والخاص) والعرب والاجانب.

وذلك من خلال تأشيرتكم على مدى اعتقادكم في الفقرات الواردة بالاستبانة والى اي مدى من الالهية.

مع وافر الشكر والامتنان.

الباحث

م. م. نجم عبد العالي عباس الدعيمي

جامعة الفرات الاوسط التقنية

المعهد التقني كربلاء

قسم تقنيات السياحة

٢٠١٦-٢٠١٧م

نظام تحديد المواقع العالمي GPS وهو نظام يستخدم علميا لتحديد ورصد الاجسام ولواكبات المتحركة بدقة شديده بواسطة شبكة من الاقمار الصناعية يتراوح عددها من ١٨ الى ٢٤ قمرا صناعيا تغطي فضاء الكرة الارضية وهي تستخدم اشارات القمر الاصطناعي لتحديد الموقع الجغرافي وتكون موصولة بالانترنت ويستخدمها الكثير من الافراد في البحث عن المواقع والمحلات التجارية.

أولاً:- المعلومات العامة

الخاصية	توزيع الخاصية	الخاصية
العمر	٢٠ سنة فأقل ٣١-٤٠ سنة ٢١-٣٠ سنة	٥١-٦٠ سنة ٤١-٥٠ سنة ٦١ سنة فأكثر
النوع الاجتماعي	ذكر	أنثى
التحصيل الدراسي	دكتوراه بكالوريوس رجاءً.....	ماجستير دبلوم تقني أخرى تذكر
الاختصاص	علوم سياحية	أخرى تذكر رجاءً.....
تعمل في القطاع	الخاص	المختلط
عدد سنوات الخدمة		العام

ثانياً: متغيرات البحث

ت	العبارة	اتفق بقوة ٥	اتفق ٤	محايد ٣	لا أتفق ٢	لا اتفق بقوة ١
١	تمتلك محافظة كربلاء مقومات متعددة للجذب السياحي خصوصاً مقومات السياحة الدينية والاثريّة والتاريخية والعلاجية.					
٢	المؤسسات السياحية والفندقية في محافظة كربلاء في تطور مستمر.					
٣	يساعد امتلاك تقنيات المعلومات ووسائل الاتصال الحديثة كثيراً في التسويق السياحي والفندقي.					
٤	تساهم تكنولوجيا المعلومات في تطوير المؤسسات السياحية والفندقية.					
٥	يشجع استخدام نظام الـGPS على الاستثمار في القطاع السياحي والفندقي.					
٦	استخدام نظام الـGPS في فنادق كربلاء يساعد الزبون في التعرف على العروض قبل سفره.					
٧	يوفر استخدام نظام الـGPS الوقت على الزبون ويساعد في الاستغلال الامثل لوقت الرحلة.					
٨	يساعد استخدام نظام الـGPS على تقليل الجهد على الزبائن.					
٩	يساهم استخدام نظام الـGPS في تخفيض الكلف على الزبون.					
١٠	يساهم استخدام نظام الـGPS في تخفيض الكلف على ادارة المؤسسات الفندقية.					
١١	يساعد استخدام نظام الـGPS على استقطاب الزبائن خاصة الزوار في المناسبات الدينية.					

				١٢	هناك امكانية لاستخدام نظام الـ GPS في محافظة كربلاء.
				١٣	استخدام نظام الـ GPS في القطاع الفندقي يوجه السلوك الاستهلاكي للزبون نحو الفنادق التي تستخدمه.
				١٤	استخدام التكنولوجيا الحديثة للمعلومات والاتصالات في الترويج والجذب السياحي في محافظة كربلاء يواكب المستوى العالمي في صناعة السياحة.
				١٥	من السهل استخدام النظام في الوقت الحاضر لتوفر المستلزمات المادية.
				١٦	استخدام نظام تحديد المواقع العالمي الـ GPS في الفنادق يساهم في استمرار التواصل مع الزبائن الحاليين والمستقبلين وتحسين الخدمات السياحية المقدمة لهم.
				١٧	استخدام نظام الـ GPS يسهل على الزبون الحجز واختيار الغرف وتحديد العروض للخدمات السياحية المتوفرة.
				١٨	ضرورة تنبيه اصحاب الفنادق لاستخدام نظام الـ GPS في التسويق الفندقي.
				١٩	لا يحتاج تطبيق النظام الى دراسات متخصصة لتوفره عبر الهواتف الجوال.
				٢٠	يساعد استخدام نظام الـ GPS على منافسة الفنادق على مستوى المحافظة.
				٢١	يساعد استخدام نظام الـ GPS على منافسة الفنادق محليا على مستوى العراق.
				٢٢	يساعد استخدام نظام الـ GPS على منافسة الفنادق عربيا على مستوى الوطن العربي.
				٢٣	يساعد استخدام نظام الـ GPS على منافسة الفنادق عالميا.

أهمية استخدام نظام تحديد المواقع العالمي الـGPS في الجذب السياحي فنادق كربلاء المقدسة أمودجاً

					يفضل تدريس تقنيات المعلومات والاتصال ضمن المناهج الدراسية والتدريبية في الاختصاصات السياحية.	٢٤
					يساهم استخدام نظام الـ (GPS) في تحسين الصورة الذهنية وكسب رضا السياح الوافدين الى محافظة كربلاء المقدسة.	٢٥