

دور التجارة الالكترونية لدى شركات النقل الجوي للركاب في مدينة اربيل للمدة 2018 – 2019

د. تافگه عمر قادر

قسم الإدارة، الكلية الإدارية و الإقتصاد، صلاح الدين، اربيل، العراق

tavga_tavga2@yahoo.com

المخلص

يهدف البحث إلى دراسة دور التجارة الالكترونية لدى شركات النقل الجوي. فهي دراسة استطلاعية في عينة من شركات الطيران في مدينة اربيل. ويتمثل المحاور الرئيسية (استخدام الوسائل الالكترونية (ماستر كارد، فيزة كارد، كريدت كارد) ودور شهادة او جوائز الجودة والايزو على خدمات النقل الجوي.

يهدف البحث الى التعرف على الدروس المستفادة من تجارب شركات النقل الجوي في كيفية استخدامها لمفاهيم التجارة الالكترونية في تطوير اساليب تقديم الخدمات التكميلية مثل الحجز والبيع والفندق وخدمات تأجير السيارات.

يتبع هذا البحث المنهج الوصفي التحليلي للوقوف على الوضع الحالي للتجارة الالكترونية، ويغطي البحث المدة (2018-2019) ويتخذ من شركات مطار اربيل الدولي نطاقه المكاني لاغراض تطبيقية. وكان عدد شركات الطيران (51) شركات ولقد تم استخدام الاستبيان كأداة بحث حيث تم تصميم استمارة استقصاء موجهة الى عينة من مقدمي الخدمة.

وتم قمنا بوضع نموذج افتراضي معتمد على مجموعة من الفرضيات منها:

- 1) هناك علاقة معنوية ذات دلالة احصائية بين استخدام الوسائل بالالكترونية (ماستر كارد، فيزة كارد وكريدت كارد) والمستلزمات الخدمية.
- 2) هناك علاقة معنوية ذات دلالة احصائية بين تأثير شهادة او جوائز الجودة والايزو والمستلزمات الخدمية.
- 3) هناك اثر كل من (استخدام الوسائل الالكترونية وشهادة او جوائز الجودة والايزو) في خدمات النقل الجوي.
- 4) هناك تأثيراً معنوياً لكل من (ماستر كارد، فيزة كارد، ماستر كارد) في خدمات النقل الجوي.

معلومات البحث

تاريخ البحث:

الاستلام: ٢٠١٩/١/٣٠

القبول: ٢٠١٩/١٢/٢٤

النشر: شتاء ٢٠٢٣

الكلمات المفتاحية:

iso impact, E-commrece used, Aviation Company

Doi:

10.25212/lfu.qzj.8.5.23

توجد علاقة ارتباط طردية بين تطبيق حلول التجارة الالكترونية وبين
زيادة كفاءة اداء الخدمات من حيث السرعة - الجودة - السعر.

المقدمة:

1. شهدت بيئة الاعمال تطورات عدة من اهمها سيادة مفهوم العولمة الذي سهل الاتصال والتنسيق بين الحكومات ومنظمات الاعمال والمواطنين، وتضع العولمة اساسا لنظم ادارية جديدة تدور مجملها حول التبادل التجاري والمعرفي وتشجيع المنظمات الدولية.
2. كما ظهرت انعكاسات اخرى اهمها استخدام المعلوماتية في كل وظائف الادارة وفي المجال الاقتصادي والتجاري محليا وعالميا، وزيادة الاندماجات بين الشركات الكبرى ونمو دور الشركات متعددة الجنسيات باعتبارها شريك ومساند للحكومات مع التوسع في انتاج السلع والخدمات.
3. وقد انعكست هذه التطورات على العديد من الخدمات ومن بينها خدمات النقل الجوي للركاب التي تمثل ركنا اساسيا في النظم الحديثة باعتبارها نشاط مدعم لكافة الانشطة الاقتصادية والتجارية والاجتماعية لكافة الدول المنفذة لرغبات ورعاية المواطنين، وقد سعت شركات الطيران الى الحصول على اكبر حصة في هذا المجال وجذب اكبر عدد من المسافرين وفي سبيلها الى ذلك فهي تعمل على تطوير الطائرات وفتح مجالات جوية جديدة والتنافس على تقديم افضل الخدمات بأسعار منافسة.
4. كما تعمل على تقديم اكبر قدر من الخدمات السياحية والترفيهية المرتبطة بالسفر مثل خدمات حجز الفنادق والسيارات والرحلات الداخلية وذلك خلال مواسم الاعياد والعطلات الصيفية ونظرا لاهمية خدمات النقل الجوي للركاب فقد سعت كل دولة الى تطوير اساليب تقديمها وتحسين مخرجاتها.
5. المبحث الأول/ الإطار العام للبحث ومنهجه/ يستعرض هذا البحث الإطار العام للبحث ومنهجه، والادوات الاحصائية المعتمدة لتحليل البيانات واختبارات الفرضيات ومجتمع البحث وعينته وعلى النحو الآتي:

الإطار العام للبحث ويتضمن الفقرات الآتية:

1- أهمية البحث

تأتي الأهمية العملية للدراسة من أهمية خدمات النقل الجوي للركاب في المجتمع فكافة المواطنين في حاجة دائمة للحصول على تلك الخدمات بالإضافة الى رغبة المواطنين في الحصول على خدمات أكثر

كما ونوعا وخاصة في ظل التقدم السريع في اساليب تقديمها في شركات النقل الجوي للركاب بالدول المتقدمة بشكل عام واقليم كوردستان بشكل خاص.

2- فرضية البحث

- 1) هناك علاقة معنوية ذات دلالة احصائية بين استخدام الوسائل بالالكترونية (ماستر كارد، فيزة كارد وكرديت كارد) والمستلزمات الخدمية.
- 2) هناك علاقة معنوية ذات دلالة احصائية بين تأثير شهادة او جوائز الجودة والايزو والمستلزمات الخدمية.
- 3) هناك اثر كل من (استخدام الوسائل الالكترونية وشهادة او جوائز الجودة والايزو) في خدمات النقل الجوي.
- 4) هناك تأثيراً معنوياً لكل من (ماستر كارد، فيزة كارد، ماستر كارد) في خدمات النقل الجوي.
- 5) توجد علاقة ارتباط طردية بين تطبيق حلول التجارة الالكترونية وبين زيادة كفاءة اداء الخدمات من حيث السرعة –الجودة–السعر.

3- هدف البحث

التعرف على الدروس المستفادة من تجارب شركات النقل الجوي في كيفية استخدامها لمفاهيم التجارة الالكترونية في تطوير اساليب تقديم الخدمات التكميلية مثل الحجز والبيع والفندق وخدمات تأجير السيارات.

4- نطاق البحث

يغطي البحث المدة (2018-2019) ويتخذ من شركات مطار اربيل الدولي نطاقه المكاني لاغراض تطبيقية.

5- منهجية البحث

يتبع هذا البحث المنهجين الوصفي التحليلي للوقوف على الوضع الحالي للتجارة الالكترونية واستخدام المنهج الكمي.

6- مصادر البحث

يتم جمع المعلومات والبيانات اللازمة للبحث من مصادر مكتبية ووكالات متخصصة بالنقل الجوي ومن شبكة المعلومات العالمية (الانترنت) وكذلك من شركات مطار اربيل الدولي فيما يتعلق بالجزء الميداني.

7- هيكل البحث

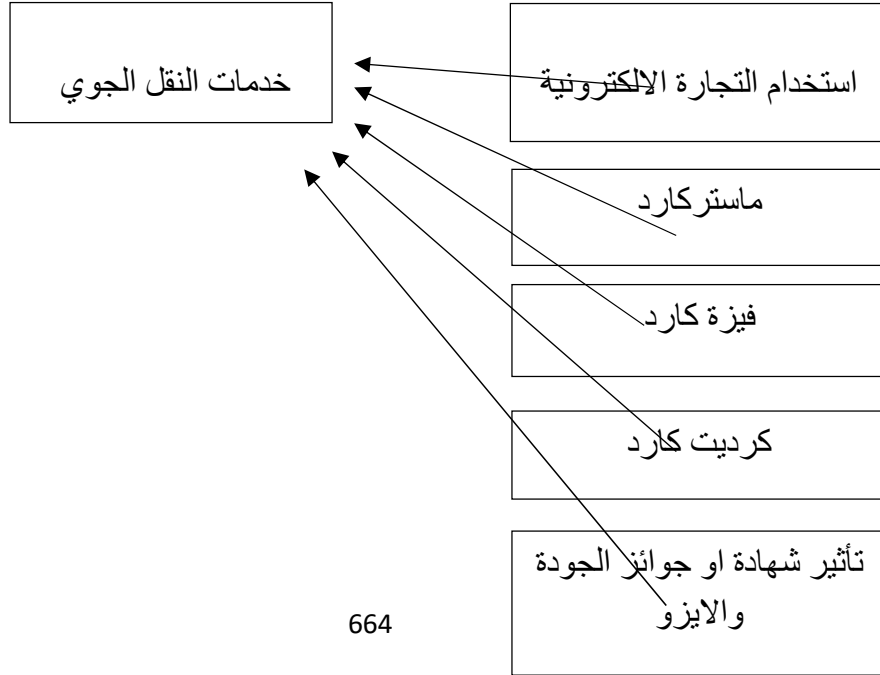
يتم تناول البحث من خلال تقسيمه الى فصلين.
يخصص المبحث الثاني لاقتصاديات النقل الجوي والتجارة الالكترونية.
ويتناول المبحث الثالث تحديدا بيان العلاقة بين خدمات النقل الجوي و استخدام وسائل التجارة الالكترونية.

8- نموذج البحث

تم بناء نموذج افتراضي يوضع امكانية توفير خدمات التجارة الالكترونية من خلال ابعاد استخدام التجارة الالكترونية، وبيان مدى تأثيرها في خدمات شركات الطيران في مدينة اربيل، العلاقة الاحصائية والمنطقية بين متغيري البحث، يعبر عن اتساق المتغيرات مع خدمات شركات الطيران في مدينة اربيل.

9- مشكلة البحث

تتركز حول مدى انعكاس تطبيق نظام متطور لتقنية المعلومات في ادارة وتقديم خدمات النقل الجوي للركاب بالاضافة الى التهيئة المجتمعية على خدمات النقل الجوي للركاب او بمعنى اخر مدى امكانية تطبيق حلول التجارة الالكترونية على خدمات النقل الجوي للركاب.



10-الدراسات السابقة

تشكل معظم الدراسات والبحوث التي تم انجازها في مجال النقل الجوي والتجارة الالكترونية اهمية بالغة لما توفره للباحث من قدرات تعريفية للحقائق والمعايير والمؤشرات المستخدمة والنتائج التي يتم التوصل اليها للتاثير على الاصاله التي تتضمنها هذه الدراسات, عليه يتطلب الامر تناول بعض من تلك الدراسات التي لها علاقة بموضوع النقل الجوي والتجارة الالكترونية.

(القاضي, 2007) قدم الباحث دراسة بعنوان (التجارة الالكترونية كمدخل لدعم الميزة التنافسية في شركات النقل الجوي للركاب ودراسة تطبيقية على الخطوط الجوية العربية السعودية) تهدف الدراسة الى التعرف على مفهوم التجارة الالكترونية والتعرف على حلول التجارة الالكترونية بالوطن العربي والمملكة العربية السعودية, والتعرف على التجارة الالكترونية في مجال خدمات النقل الجوي للركاب والميزة التنافسية للخطوط الجوية العربية السعودية وعلى تاثيرات العولمة في ظل نشاط منظمة التجارة العالمية على تجارة الخدمات عامة وخدمات الطيران خاصة.

اضافة الى التعرف على اثر تطبيق حلول التجارة الالكترونية على تحسين والارتفاع بخدمات السفر من حيث السرعة والجودة والسعر.

اقترح الباحث في هذه الدراسة (تبنى اسلوب التجارة الالكترونية والتوسع فيه على وجه الخصوص في ظل دخول شركات النقل الجوي للركاب في اسواق الداخلية في زيادة حدة المنافسة في سوق النقل الجوي للركاب).

(خلاف, 2003) قدم الباحث دراسة بعنوان (التجارة الالكترونية في ظل الاقتصاديات الرقمية دراسة تسويقية تحليلية من واقع منظمات الاعمال السعودية بالقطاع الخاص) تهدف الدراسة الى معرفة واقع المنظمات الاعمال ومدى تطبيقها واستفادتها من نشاط التجارة الالكترونية وكذلك معرفة الفرص والمخاطر والتحديات والمتطلبات التي تواجهها الشركات المحلية. وتوصل الباحث الى ان الغايب العظمى من المنظمات التي تناولتها الدراسة لديها موقع على شبكة الانترنت إلا ان التعامل بالتجارة الالكترونية بمستواها المتطور لم تمارسه الا القليل من المنظمات.

(دانيال, 2010) قدم الباحث الدراسة بعنوان (تطبيقات التجارة الالكترونية في قطاع الطيران) تهدف الدراسة الى التعرف على الحاجة الى تطوير وتعزيز انظمة CRS واعتماد على قاعدة واسعة من البيانات والمعلومات وبايجاد اليت وسبل مستحدثة ومتطورة في اداء اعمالها. وتهدف الى واقع شركات الطيران ومدى استفادتها من نشاط التجارة الالكترونية.

التعليق على الدراسات السابقة:-

بمشاهدة ومراجعة الدراسات السابقة حول موضوع دور التجارة الالكترونية في شركات النقل الجوي ترى الباحثة ان اغلب الدراسات لم تركز على مفهوم شامل للتجارة الالكترونية وانما ركزت على الجانب التطبيقي أي تطبيق التجارة الالكترونية. لأن هنالك ثلاث مصطلحات مختلفة منها (المعرفة الالكترونية-التجارة الالكترونية-الحكومة الالكترونية) ويقصد بالمعرفة الالكترونية التطبيقات التي تستخدمها الشركات الالكترونية والذيقوم على أساس التفاعل. ونقطة اختلاف في هذه الدراسة ترى بان هذه الدراسة تناولت دور التجارة الالكترونية لدى شركات النقل الجوي من ناحية تقديم الخدمات من قبل الشركات الطيران للركاب في مدينة اربيل وشركات مطار اربيل الدولي نموذجاً.

وبحثنا هذا يختلف عن الدراسات السابقة كونه يضيف مدى اسهام استخدام التجارة الالكترونية في مجال الخدمات شركات الطيران في مدينة اربيل والتركيز بشكل خاص على خدمات التي تقدم من قبل شركات الطيران في مدينة اربيل هذا البحث ركز على نقطة مهمة وهي:

(1) مدى السهام استخدام التجارة الالكترونية في خدمات النقل الجوي.

(2) وتأثير شهادة او جوائز الجودة والايزو في خدمات شركات الطيران.

واعتمد البحث على الاساليب الاحصائية الآتية:-

معامل الارتباط بين متغيرات الدراسة اي معامل الارتباط البسيط (Coefficient of Correlation) ومعامل التضخم للتباين (VIF) .

وكل ذلك لغرض قياس قوة و طبيعة العلاقة بين متغيري والانحدار الخطي المتعدد (Multiple Regression) للتعرف على معنوية تأثير كل من المتغيرات المستقلة وابعادها في المتغير المعتمد.

المبحث الاول / اقتصاديات النقل الجوي والتجارة الالكترونية

اولاً:- مفهوم التجارة الالكترونية

هي مفهوم جديد يشرح عملية البيع والشراء أو تبادل والخدمات والمعلومات من خلال شبكات كومبيوترية ومن ضمنها الانترنت. اما عالم الانترنت فقد عرف التجارة الالكترونية بأنها التجارة التي تفتح المجال من اجل بيع وشراء المنتجات والخدمات والمعلومات عبر الانترنت, ولكن على الرغم من تعدد التعاريف التي تناولت مفهوم التجارة الالكترونية وتعدد اراء الباحثين الا ان الباحثون يتفقون مع تعريف منظمة التجارة العالمية (W.T.O) التي عرفت التجارة الالكترونية بانها النشاط التجاري التي يشمل عملية انتاج وترويج وتسويق وبيع وتوزيع المنتجات من سلع وخدمات من خلال شبكةالاتصالات الكترونية (العبيدي واخرون, 2011, ص4).

في حين ان التجارة الالكترونية تتضمن عمليات بيع وشراء المنتجات والخدمات بين المنتجين والمستهلكين. (القاضي, 2007, ص1).

وللتجارة الالكترونية العديد من التعاريف التي لا تختلف كثيراً من ناحية الجوهر ومن هذه التعاريف. التجارة الالكترونية عموماً هي عبارة عن ممارسة النشاط التجاري من خلال موقع منشأة أو أكثر على شبكة الويب ويتضمن ذلك التصفح لاختيار المنتج والتعرف على خصائصه واصدار امر الشراء وتجمع البضاعة في عربة المشتريات الالكترونية والاستئزال من المخزون وترتيبات الشحن والاطار والمحاسبة والسداد بوسائل دفع النقود الكترونية لتسوية المعاملة.

هي احد الأساليب والنظم الحديثة لإتمام المعاملات والصفقات التجارية الالكترونية حيث تعرض من خلال الشركات والمؤسسات المختلفة منتجاتها من السلع والخدمات باستخدام وسائل وأدوات العرض التي تنتجها تقنيات الحاسب الالى لتوضيح خصائص المنتجات وإتاحة الفرصة للمشتريين في استعراض مزايا استخدامها ثم يتم الاتصال بالبائع والمشتري عبر الشبكة الإنترنت باستخدام البريد الالكتروني لإتمام الصفقة دون ما حاجة إلى انتقال وإجراء ما يترتب عليها من عمليات وتسويات المالية. (<https://i/m.bayt.com>)

نقصد بالتجارة الالكترونية ممارسة النشاط التجاري عبر أنظمة الكومبيوتر والشبكات مثل الإنترنت وشبكة نظام المعلومات الإخبارية، فهي مفهوم جديد يشرح عملية بيع أو الشراء أو تبادل المنتجات من خلال أنظمة الكومبيوتر وشبكات الإنترنت. (<https://www.enteisites.com>)

هناك تعريف اخر وهو القدرة على شراء أي شيء من أي مكان في أي وقت وهي تعني استخدام الوسائل والتقنيات الالكترونية في اجراء المعاملات التجارية. (ابو رحمة, 2009, ص18).

والتجارة الالكترونية هي عمليات نسويق وبيع وشراء وتبادل المنتجات والخدمات من خلال الشبكات الحاسوبية والانترنت. (منتديات طلاب القدس المفتوحة من الموقع الانترنت www.stqou.com).

والتجارة الالكترونية هي ممارسة العمال التجارية من بيع وشراء للسلع والخدمات من خلال شبكة الانترنت، وارسال أو امر الشراء والمراسلات الكترونياً عن طريق التبادل الالكتروني للبيانات. (الدوي، 2010، ص26-29).

ومن تعريفات التجارة الالكترونية المتداولة في ادبيات هذه الظاهرة انها ممارسة تجارة السلع والخدمات بمساعدة ادوات الاتصال وغيرها من الوسائل ذات العلاقة بالاتصالات. ومن وجهة نظر اصحاب الاعمال التجارية هي عملية تطبيق التقنية من اجل جعل المعاملات التجارية تسير بصورة تلقائية وسريعة، في حين انها من جانب الخدمات تعرف بانها اداة من اجل تلبية رغبات الشركات والمستهلكين والمدراء في خفض كلفة الخدمة والرفع من كفاءتها والعمل على تسريع ايصال الخدمة. واخيراً يصفها خبراء الانترنت بانها التجارة التي تفتح المجال من اجل بيع وشراء المنتجات والخدمات والمعلومات عبر الانترنت. (جاسم، 2012، ص1-2).

ماهي التجارة الالكترونية إلا واحدة من اهم التعابير الجديدة التي دخلت قاموسنا الاقتصادي بقوة. وقد اصبح هذا المفهوم متداولاً في الاستخدام اليومي، وذلك للتعبير عن العديد من الانشطة الانسانية المرتبطة بثورة تكنولوجيا صناعة المعلومات والاتصالات.

هذا المصطلح لم تتبلور صورته بالشكل القطعي فما زال محط جدل بين الباحثين الاقتصاديين إلا اننا يمكننا ان نتناوله من خلال التسمية التي تطلق عليه التجارة الالكترونية والتي تتضمن كلمتين، الكلمة الاولى وهي غنية عن التعريف كلمة التجارة عبارة عن ذلك المصطلح الذي تطلق للتعبير عن أي نشاط اقتصادي يقوم به الانسان في أي مكان من العالم بغرض تحقيق الربح من خلاله، ويتم من خلاله تداول السلع والخدمات بين الافراد والمؤسسات والحكومات. وتحكم هذا النوع من التعامل القوانين والانظمة المشرعة منذ مئات السنين بالإضافة الى مايسمى العرف التجاري السائد في المجتمعات وبين الافراد الذين يمارسون هذا النوع من النشاط.

أما الكلمة الثانية الالكترونية وهي صفة لكلمة التجارة أي هي نوع من التوصيف الطريقة ممارسة النشاط الاقتصادي ويقصد به هنا أداء النشاط التجاري باستخدام الوسائط والاساليب الالكترونية، وحيث تعبیر الانترنت والشبكات العالمية والمحلية اهم هذه الوسائط. (النعيمي، بدون سنة، ص4).

وتعد التجارة الالكترونية احد ثمار الثورة المعلوماتية التي يشهدها العالم اليوم كما تمثل واحداً من موضوعي مايعرف بالاقتصاد الرقمي (Digital economy) حيث يقوم الاقتصاد الرقمي على حقيقتين التجارة الالكترونية (electronic commerce) وتقنية المعلومات (IT) (information Technology) والتي باتت تؤثر بلاشك على مختلف الأنشطة الاقتصادية نظراً لما تمثله من استثمار في الطاقات الذهنية والقدرات الفكرية للعنصر البشري وقد تعددت وجهات نظر الباحثين الذين تناولوا مفهوم التجارة الالكترونية فمنهم من يرى انها عمليات بيع وشراء ما بين المستهلكين والمنتجين أو بين الشركات باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. (حسين, بدون سنة, ص3).

ويمكن تعريف التجارة الالكترونية من منظور الحركات التجارية (business process) التجارة الالكترونية تتضمن نشاطات بدورها تدعم التجارة الكترونياً باستخدام وسائل شبكات الاتصال نفسها لمختلف التصنيفات للتجارة الالكترونية مثل شركة الى حكومة (G2B) شركة الى شركة (B2B). (الطيبي, 2008, ص32).

والتعليق على المفاهيم وتعريفات التجارة الالكترونية بمراجعة المصادر حول موضوع دور التجارة الالكترونية في شركات النقل الجوي وترى الباحثة ان غالبيتها لم تتعلق بالمفهوم الواسع للتجارة الالكترونية والذي يقوم على اساس أي على اساس التجارة الالكترونية التفاعل بين الشخصين اي الشخص الاول يسمى بطالب الخدمة (المستفيد من الخدمة) والشخص الثاني يسمى بمقدمي الخدمة (الشركات).

ثانياً:- مفهوم النقل الجوي

يعرف النقل الجوي الدولي طبقاً للمنظمة الدولية للطيران وطبقاً لقواعد القانون الجوي الدولي بانه تحريك الركاب والبضائع والبريد من نقطة واقعة في دولة الى نقطة اخرى مقابل أجر أو تعويض مادي وذلك اساس منتظم أو غير منتظم. (محمد, 2014, ص14).

ثالثاً: صور التجارة الالكترونية

تشمل العلاقات التجارية بين جهات الأعمال والمستهلك، وبين مؤسسات الأعمال فيما بينها وهما الصورتان الأكثر شيوعاً وأهمية في نطاق التجارة الالكترونية في وقتنا الحاضر، وبين قطاعات حكومية وبين المستهلك، وبين قطاعات حكومية وبين مؤسسات الأعمال، طبعاً إطار علاقات ذات محتوى تجاري ومالي.

من الاعمال الى الاعمال: B-B

علاقة بين اطارين من اطارات العمل التي تعتمد الشبكة وسيلة ادارة لنشاطها ووسيلة انجاز لعلاقاتها المرتبطة بالعمل، وهدفها انجاز الاعمال وتحقيق متطلبات النشاط الذي تقوم به المنشأة، وأغلب

معاملات التجارة الالكترونية تنصب وفي مجملها على أنظمة المعلومات ما بين المنظمات وتعاملات الأسواق الالكترونية ما بين الشركات (زوينى، 2007: 52,51)

و يتم هذا النوع من التعاملات ما بين وحدات الاعمال بعضها اذ تقوم احدى الشركات باستخدام تكنولوجيا المعلومات وشبكات الاتصال للحصول على طلبات الشراء من المجهزين من الشركات الاخرى والقيام بعملية الدفع ويعد هذا النوع من التعاملات من اقدم انواع التعاملات و اكثرها شيوعا. (العبيدي وآخرون، 2011: 6) و هي العمليات التجارية التي تتم بين وحدات الأعمال باستخدام شبكة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات لتقديم طلبات الشراء إلى الموردين و الدفع و تسلم الفواتير، ويعد هذا الشكل من أكثر أنواع التجارة الالكترونية شيوعاً في الوقت الحالي داخل الدول او فيما بين الدول باستخدام التبادل الالكتروني للوثائق. ويشمل هذا الشكل من أشكال التجارة الألكترونية كافة الأنشطة والعمليات التجارية التي تتم بين الوحدات والمنشآت وبعضها البعض سواء في مجال الإنتاج او توريد المواد الخام او الالات و المعدات والتوزيع و النقل. (محمود، 2018: 17)

من الاعمال الى المستهلك: B-C-

فهى علاقة بين موقع يمارس التجارة الالكترونية و بين زبون (مشتري او طالب للخدمة) وهدفها تلبية طلبات ورغبات الزبون و محتواها محصور بما يقدمه الموقع من منتجات معروضة لجهة تقديمها للزبائن. (الزوينى، 2007، ص52).

و يتم هذا النوع من التعاملات عن طريق استخدام شبكة الانترنت حيث ان هناك العديد من المواقع التجارية على هذه الشبكة والتي تعرض جميع انواع المنتجات والخدمات للشركات والتي عن طريقها يستطيع الزبون من القيام بعملية الشراء والدفع سواء باستخدام بطاقة الائتمان او الدفع النقدي عند التسليم او اي طريقة اخرى. (العبيدي ، 2011، 5) وهذا الشكل خاص بالبيع والشراء فيما بين الشركات والمستهلكين، حيث يتم عرض السلع والخدمات على المستهلكين عن طريق الانترنت وشبكات الاتصالات، بهدف بيعها لهم وتقديم خدمات ما بعد البيع والإجابة على اسئلة واستفسارات الزبائن من خلال الموقع الالكتروني للشركة، ففي بيع التجزئة في التجارة الإلكترونية يقوم المستهلكون على المستوى المحلي أو الدولي بمعاينة وطلب السلعة أو الخدمة من خلال المتجر الإلكتروني للشركة على شبكة الانترنت، ويدفعون قيمة السلعة أو الخدمة بواسطة احدى وسائل الدفع الإلكترونية، وتقوم الشركة بإرسال وتسليم السلعة أو الخدمة مباشرة بطريقة الكترونية أو عن طريق البريد العادي وذلك اذا كان التسليم غير ممكناً بطريقة الكترونية. (محمود، 2018: 17)

المستهلك الى المستهلك: C-C-

في هذا النمط فاننت المستهلك يبيع لمستهلك آخر بصورة مباشرة. ومن الامثلة على ذلك تشمل عندما يقوم مستهلك ما بوضع اعلانات في موقعه على الانترنت من اجل بيع الاغراض الشخصية أو الخبرات. وأيضا هناك مجال المزادات على الانترنت. (زويني، 2007: 53)

والامثلة على ذلك عندما يقوم شخص معين بوضع اعلانات في موقعة على الانترنت من اجل بيع الاغراض الشخصية أو تقديم الخبرات وكذلك المزادات التي توضع على الانترنت. (العبيدي، 2011: 6)

يتم فيها عرض وبيع المنتجات من سلع وخدمات من قبل شخص لآخر، ففي هذا الشكل من التعامل التجاري الالكتروني بين الاشخاص المستهلكين أنفسهم، حيث تكون عملية العرض والبيع والشراء بين المستهلك و مستهلك اخر، ومثال ذلك وضع الإعلانات على المواقع الشخصية في شبكة الانترنت بيع الأغراض الشخصية أو خبرات لأشخاص اخرين، ويشمل ذلك المزادات الالكترونية التي تتم فيها المعاملات التجارية ما بين الأفراد، والتي يتم من خلالها تبادل كميات ضخمة من السلع والخدمات فيما بينهم مباشرة أي دون تدخل من الوسطاء. (محمود، 2018: 18)

المستهلك الى الاعمال: C-B-

هذا النمط تضم الأفراد الذين يبيعون منتجات أو خدمات للشركات (الزويني، 2007، 53)، ويتضمن هذا النوع من التعاملات الافراد الذين يبيعون المنتجات والخدمات للشركات. (العبيدي وأخرون، 2011: 6)

يتضمن هذا الشكل من أشكال التجارة الالكترونية بعض الأفراد للذين يبيعون سلعهم وخدماته لوحدة العمال، أو أولئك اللذين يلجئون للشركات للمساعدة في بيع سلع و خدمات. (محمود، 2018: 18).

التجارة الالكترونية ما بين المؤسسات: O-T-

هذا النمط يشمل جميع النشاطات الداخلية للمؤسسة والتي غالبا ما تتم على الشبكة الداخلية للشركة والتي تشمل تبادل المنتجات او الخدمات او المعلومات. وهذه النشاطات تمتد من بيع منتجات الشركة الى الموظفين الى النشاطات التي تهدف الحد من كلفة ادارة المؤسسة و تدريب العاملين باستخدام الشبكات. (الزويني، 2007: 53)

التعاملات بين الاجهزة الحكومية ووحدة الاعمال:-G-B

و يتضمن هذا النوع من التعاملات قيام الاجهزة الحكومية بعرض الرسوم والاجراءات واللوائح ونماذج المعاملات على الانترنت ومن خلالها تستطيع الشركات من الاطلاع عليها بصورة الكترونية.(العبيدي وآخرون، 2011: 6)

التعاملات بين الاجهزة الحكومية مع بعضها:-G-G

ويتضمن هذا النوع من التعاملات تبادل البيانات والمعلومات ما بين الاجهزة الحكومية بعضها البعض والتنسيق فيما بينها وتشمل ايضا الجانب التجاري من خلال قيام بعض الاجهزة الحكومية بعرض موجوداتها للبيع الى اجهزة حكومية اخرى عن طريق التجارة الالكترونية.

التعاملات بين وحدة الاعمال والاجهزة:-B-G

ويتضمن هذا النوع من التعاملات قيام الشركات باستعراض تفاصيل اعمالها والموارد المستخدمة ومخرجاته والموازنة النقدية لها الكترونيا لتسهيل الاطلاع عليها من قبل الاجهزة الحكومية مثل هيئة الضرائب او قيام الشركات ببيع او تقديم الخدمات الي الجهزة الحكومية.(العبيدي وآخرون، 2011: 6)

وهي تغطي جميع المعاملات التي تتم ما بين وحدات الأعمال وكافة الوزارات والادارات الحكومية من خلال عملية دفع الضرائب والرسوم الجمركية والتجارية، وكذلك ما تقوم به الوزارات والادارات الحكومية من مشتريات من وحدات الاعمال بطريقة الكترونية.(محمود، 2018: 18)

التعاملات بين الزبائن والاجهزة الحكومية:-C-G

بدأ هذا النوع من التعاملات يتوسع ويتطور في الفترة الاخيرة ويتضمن هذا النوع أنشطة عديدة مثل دفع الضرائب من قبل الافراد و رسوم المعاملات الكترونيا. (العبيدي وآخرون، 2011: 6).

رابعا / فوائد التجارة الالكترونية

1_ فوائد التجارة الالكترونية على مستوي الشركات والمؤسسات:

تقديم خدمات التجارة الإلكترونية يتطلب الوقت والطاقة والتجديد والمبادرة، وإذا كانت الأدوات والبرامج لتنفيذ موقع وتشغيله تتطور فإن هذا لا يصعب مهمة أصحاب مواقع التجارة الإلكترونية بل يزيد من إمكانات هذه المواقع بما توفره التقنيات الجديدة، ويعد خفض التكاليف ميزة هامة من مزايا التجارة الإلكترونية حيث تتيح للشركات زيادة أرباحها مع خفض تكاليف التبادل من خلال التشغيل الإلكتروني للبيانات. تقدم التجارة الإلكترونية مزايا تستفيد منها الشركات مثل :

ا-التسويق الأكثر فعالية والأرباح الأكثر فاعتماد الشركات على الإنترنت في التسويق يتيح عرض منتجاتها وخدماتها في العالم إنقطاع مما يوفر فرصة أكبر لجني الأرباح إضافة إلى وصولها إلى المزيد من الزبائن.

ب-تخفيض التكاليف الإدارية وتكاليف الشحن والإعلان ومعلومات التصميم والتصنيع وتخفيض مصاريف الشركات.

ج-القدرة على إنشاء شركات عالمية التخصص.تسمح التجارة الإلكترونية بتقليل المخزون والمصاريف الثابتة عن طريق إتاحة إدارة سلسلة مخازن من النوع سحب pull – type وتبدأ العملية في هذا النظام بأوامر العميل وتستخدم التسنيع في الوقت المناسب.تتبع عملية النوع سحب إضافية المواصفات الخاصة على المنتجات مما يعطي لمصنعي المنتجات ميزات تنافسية.تقلل التجارة الإلكترونية الوقت بين إتفاق رأس المال وإستلام المنتجات والخدمات.(حسين، 2009، بدون الصفحة).

1.ان التجارة الالكترونية توسع نطاق سوق الى نطاق دولي و عالمي .فمع القليل من التكاليف فان بوسع اي شركة ايجاد مستهلكين اكثر و موردين افضل وشركاء اكثر ملائمة وبصورة سريعة وسهلة.

2.انها تخفض من تكاليف انشاء ومعالجة وتوزيع وحفظ واسترجاع المعلومات الورقية.

3.انها تساعد على انشاء تجارات متخصصة جداً.

4.انها تساعد على خفض كلفة الايدي العاملة في الشركات فحلول التجارة الالكترونية بدلاً من التجارة التقليدية عملت على الغاء مجموعة من الوظائف التي تحتاجها الشركات بشكل كبير وكذلك التي تحتاج الى اعداد كبيرة من الموظفين والعاملين.

5.انها تساعد الشركات على اعادة هندسة عملياتها التجارية ومن خلال هذا التغيير فان انتاجية الباعة والموظفين والاداريين سوف يقفز الى اكثر من 100%.

6.انها تقدم خدمة كبري للشركات والمؤسسات في مجال تقييم واقعها وكفاءة موظفيها وسلامة وفعالية بنيتها التحتية القنية وبرامج التأهيل الاداري لديها.

7.انها تخفض الفترة الزمنية ما بين دفع الاموال والحصول على المنتجات والخدمات.

8.انها تسمح بخفض المخزون عن طريق استعمال عملية السحب في نظام ادارة سلسلة التوريد. ففي هذا النظام فان عملية السحب تبدأ بالحصول على طلب تجاري من قبل المستهلك وتقوم الشركة بتزويد المستهلك بطلبية من خلال التصنيع الوتقي المناسب just-in –time.

9.انها تساعد الشركات على زيادة مبيعاتها وبشكل كبير وواضح.

10. انها تخفض تكاليف الاتصالات السلكية واللاسلكية فالانترنت ارخص بكثير من شبكة القيمة المضافة value add net work.(العبيدي واخرون،19،2011).

2. فوائد التجارة الالكترونية على مستوى المستهلكين :

تسمع التجارة الإلكترونية للعملاء بالتسوق وإجراء التعاملات الأخرى على مدى 24 ساعة يومياً على مدار العام من أي مكان. تقدم التجارة الإلكترونية للعملاء باستمرار منتجات وخدمات أقل ثمناً وذلك بأن تسمح لهم بالتسوق من أماكن عديدة وإجراء مقارنات سريعة. تسمع التجارة الإلكترونية بالتسليم السريع في بعض الحالات وخاصة بالنسبة للمنتجات الرقمية. تشجيع المنافسة يعني خفض الأسعار، تقليل التكاليف من شأنه أن يقلل أسعار المنتج، والمنافسة تعني تحسين مستوى المنتج وتوفير خدمات قبل وبعد البيع وتحسين جودة المنتج نتيجة التنافس. توفر معلومات المنتجات والأسواق، وسرعة تلبية إحتياجات المستهلك، وفرص عمل جديدة وخدمات ومنتجات جديدة. (حسين،2009: بدون صفحة).

1. تساعد التجارة الالكترونية في فهم احتياجات العملاء وبالتالي فانها تتيح خيارات التسوق امامهم بشكل واسع وهذا بدوره يحقق نسبة رضا عالية لدى الزبائن مقارنة بما تتيحه التجارة التقليدية. علماً ان تزايد عدد العملاء يقابله مساحة اكبر في الاسواق للموردين.

2. تساعد التجارة الالكترونية في خلق حافز كبير لزيادة القدرة التنافسية. وتحفز المهتمين بالابحاث لايجاد وسائل واساليب متطورة لاستخدام القوائم والشيكات الالكترونية اضافة الى تحسين الدرجة التنافسية للموردين في مجال جودة المنتج للعملاء.

3. اختصار الدورة التجارية اذ يتم الشحن بشكل مباشر من المصنع الى المستهلك النهائي مما يوفر التكاليف ويختصر الزمن بالنسبة للموردين اضافة الى تلبية سريعة لاحتياجات المستهلكين ولاسيما السلع المسلمة الكترونياً كالمجلات والصحف هذا بالاضافة الى ما يترافق معها من تخفيض بالاسعار.

4. انها تسمح بالاشتراك في المزادات الافتراضية.

5. انها تسمح للزبائن بتبادل الخبرات والاراء والحصول على الاستشارات من قبل الوسطاء عبر شبكة الانترنت.

3. فوائد التجارة الالكترونية على مستوى المجتمع :

التجارة الإلكترونية أداة لزيادة القدرة التنافسية وزيادة الصادرات بسهولة الوصول إلى مراكز الإستهلاك، وإمكانات تسويق السلع والخدمات عالمياً، وسرعة عقد وإنهاء الصفقات وتحليل الأسواق والإستجابة لتغيرات إحتياجات ومتطلبات المستهلكين. تخلق التجارة الإلكترونية فرص العمل الحر والعمل في

المشروعات الصغيرة والمتوسطة التي تتصل بالأسواق العالمية بأقل تكلفة إستثمارية، وتمثل تجارة الخدمات مجالاً أساسياً في التجارة الإلكترونية. تحقيق وتعظيم وتواصل الإستفادة من فرص التكنولوجيا المتقدمة يخلق مناخ لدخول شركات وأعمال جديدة في مجال التكنولوجيا المتطورة وأعمال البنية الأساسية لنظم المعلومات والاتصالات. تعمل التجارة الإلكترونية على زيادة عدد الأفراد الذين يعملون من داخل منازلهم ويقلل من الإحتياج للخروج من المنزل من أجل التسوق مما يؤدي إلى تقليل عدد السيارات على الطرق وبالتالي الحد من التلوث. تسمح التجارة الإلكترونية ببيع بعض البضائع بأسعار أقل مما يسمح للأفراد بشراء كمية أكبر ورفع مستوى معيشتهم. تمكن التجارة الإلكترونية لشعوب العالم الثالث والمناطق الريفية بالتمتع بالمنتجات والخدمات التي لم تكن متاحة لهم من قبل مثل فرصة تعلم مهنة والحصول على شهادة جامعية تسهل التجارة الإلكترونية وصول الخدما العامة الافراد مثل الرعاية الصحية والتعايمية وتوزيع الخدمات الإجتماعية الحكومية بتكلفة منخفضة وجودة أعلى. (حسين، 2009، بدون الصفحة)

1. التجارة الالكترونية تيسر توزيع الخدمات العامة مثل الصحة والتعليم والخدمات الاجتماعية الأخرى بسحر منخفض وكفاءة عالية.
2. انها تسمح للناس الذين يعيشون في دول العالم الثالث ان يمتلكوا منتجات وبضائع غير متوفرة في بلدانهم الاصلية ويستطيعون ايضاً من الحصول على شهادات جامعية عبر الانترنت.
3. انها تسمح للفرد بان يعمل في منزله ويقلل من الوقت المتاح للتسوق مما يعني ازدهام مروري اقل في الشوارع وهذا يساعد على خفض نسبة التلوث البيئي.
4. انها تتيح لبعض السلع ان تباع باسعار زهيدة وبذلك يستطيع الافراد اصحاب الدخل المنخفض من شراء مثل هذه البضائع مما يعني انها تساهم في رفع مستوى المعيشة للمجتمع ككل. (العبيدي وآخرون، 2011: 19).

المبحث الثالث/ الإطار التطبيقي للبحث ووصف متغيراته وتحليلها واختبار فرضياته

يهدف هذا البحث الى وصف مجتمع البحث وعينته وكذلك التعرف على طبيعة متغيرات البحث والعلاقات والتأثير بينها، وذلك من خلال استخدام مجموعة من الاساليب الاحصائية. وعلى النحو الآتي:-

المحور الأول:- وصف مجتمع البحث وعينته:

يتمثل مجتمع البحث الحالي شركات الطيران في مدينة اربيل وعددها (51) شركات الطيران، وتم اختبارها كعينة للبحث وتم توزيع (70) استمارة واسترجع (51) استمارة صالحة للتحليل من هذه الشركات واستبعد (19) استمارة لم تكن صالحة للتحليل، ونسبة الاسترجاع هي (72.85) وهذه النسبة ممتازة وقابلة للتحليل للدراسات الاقتصادية.

المحور الثاني: العلاقة والتأثير بين متغيرات البحث

يستعرض البحث الحالي هنا اختبار الفرضيات البحث بغية التعرف على طبيعة واتجاه العلاقات والتأثيرات بين متغيري البحث من خلال الفقرات الآتية:-

- تحليل العلاقات بين متغيرات البحث

تعتمد هذه الفقرة على محتويات الجدول (1) لبيان تحليل العلاقات بين متغيرات البحث ادناه:-

الجدول (1)

معامل الارتباط بين متغيرات الدراسة

القيمة الاحتمالية (P-value)	توفر اماكن الراحة والمستلزمات الخدمية اللازمة التي توفرها الشركة في محطة الطائرة	المتغير المعتمد المتغير المستقل
0.025	0.316*	استخدام الوسائط الالكترونية (ماستر كارد، فيزا كارد، كريديت كارد) يؤدي بالثقة الزبون والشركة أو الوكلاء
0.000	0.611**	تأثير شهادة أو جوائز الجودة والايزو على جودة خدمات المقدمة للشركة

*معنوي عند مستوى المعنوية $n=51$ $P\text{-value} \leq (0.05)$

المصدر: الجدول من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج الحاسبة الإلكترونية

يهدف إعطاء مؤشرات تفصيلية بين كل متغير من (استخدام الوسائل الإلكترونية و جوائز الجودة) وعلاقته بمستلزمات الخدمة، فقد تم تحليل علاقات الارتباط بين كل بُعد وبأماكن الراحة والمستلزمات الخدمية على أفراد، ويوضح ذلك معطيات الجدول (1) معاملات الارتباط بين استخدام الوسائل الإلكترونية، وتأثير شهادة أو جوائز الجودة مع أماكن الراحة والمستلزمات الخدمية اللازمة التي توفرها الشركة في محطة الطائرة، فقد تم إيجاد قيمة معامل الارتباط بين استخدام الوسائل الإلكترونية و شهادة أو الجوائز بكونها متغيران المستقلان و أماكن الراحة والمستلزمات الخدمية اللازمة التي توفرها الشركة في محطة الطائرة بكونها متغير المعتمد، فنجد أن قيمة وتشير إلى وجود علاقات ارتباط طردية و معنوية عالية ذات دلالة إحصائية بين جميع المتغيرات إذ بلغ معامل الارتباط على التوالي كالاتي (0.316^* ، 0.611^{**}) وهي كلها ارتباطات طردية ومعنوية عالية لأن القيمة الاحتمالية لجميع الأبعاد تساوي $p\text{-value}=0.000$ وهي أقل من مستوى المعنوية المسموح به ($\alpha=0.05$) كما هو مبين في الجدول.

- تحليل التأثير بين متغيرات البحث:
نموذج الانحدار المتعدد.

A- تأثير كل من استخدام التجارة الإلكترونية وشهادة الجودة الايزو في خدمات شركات النقل الجوي.

(2) الجدول

تحليل أثر استخدام الوسائل الإلكترونية في خدمات النقل الجوية

خدمات النقل الجوية				المتغير
R2	F	B	الثابت-C	المعتمد
36 %	14.769 P (0.000)**	0.187 t(2.308) P(.0025)*	2.170 t(4.980) p(.0000) **	استخدام الوسائل الإلكترونية (ماستر كارد، فيزة كارد، كريديت كارد) يؤدي إلى الثقة الزبون والشركة أو الوكلاء
				المتغير المستقل

		VIF(1.757)		
		0.625		يؤثر شهادة أو جوائز الجودة والايزو على جودة خدمات المقدمة للشركة
		t(4.679)		
		P(0.000)**		
		VIF(1.757)		

**معنوي عند مستوى المعنوية 51 D.W=1.406N= (0.05) P-value ≤

المصدر: الجدول من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج الحاسبة الإلكترونية

تشير معطيات الجدول (2) إلى أن هناك تأثيراً معنوياً لاستخدام الوسائل الإلكترونية وشهادة الجودة والايزو في خدمات النقل الجوية، ويدعمه قيمة (F) المحسوبة (14.769) وهي قيمة معنوية عند مستوى معنوي (0.000)، وقد فسر معامل التحديد (2R) ما نسبته (36%) من التباين الحاصل في خدمات النقل الجوية، أما النسبة المتبقية والبالغة (64%) فتعود إلى متغيرات أخرى، كما أن قيمة (B) قد بلغت (0.625، 0.187) وهي تشير إلى أن التغير الحاصل في استخدام الوسائل الإلكترونية وشهادة الجودة والايزو بوحدة الواحدة يؤدي إلى تغير في خدمات النقل الجوية بمقدار (0.625، 0.187)، ويستدل من قيمة (t) المحسوبة (4.679، 2.308) بأنها قيمة معنوية عند مستوى معنوي (0.05)، وتشير قيمة الثابت (c) إلى وجود خدمات النقل الجوية بمقدار (2.170) حتى لو كانت قيمة استخدام الوسائل الإلكترونية وشهادة الجودة والايزو صفراً.

B- تأثير كل من (ماستر كارد، فيزة كارد وكريديت كارد) في خدمات شركات الطيران:-

الجدول (3)

تحليل أثر استخدام الوسائط الإلكترونية (مستر كارد-فيزه كارد-كريدت كارد)
في خدمات النقل الجوية

خدمات النقل الجوية			المتغير المعتمد
R2	F	B	المتغير المستقل
92.9 %	217.903 (**0.000P)	2.100 t(6.026) 000)** 0P(VIF(14.764)	ماستر كارد
		0.122 t(0.292) P(0.772) VIF(16.318)	فيزه كارد
		0.139 t(0.335) P(0.724) VIF(14.217)	كريدت كارد

**معنوي عند مستوى المعنوية $P\text{-value} \leq (0.05)$ D.W=1.762N= 51

المصدر: الجدول من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج الحاسبة الإلكترونية

تشير نتائج الجدول (3) إلى أن هناك تأثيراً معنوياً للوسائل الإلكترونية (مستر كارد، فيزه كارد، كريدت كارد) في خدمات النقل الجوية، ويدعمها قيمة (F) المحسوبة (217.903) وهي قيمة معنوية عند مستوى معنوي (0.05)، وقد فسر معامل التحديد (R2) ما نسبته (92.9%) من التباين الحاصل في خدمات النقل الجوية، أما النسبة المتبقية والبالغة (7.1%) فتعود إلى متغيرات أخرى، كما أن قيمة (B) للماستر كارد قد بلغت (2.100) وهي تشير إلى أن التغير الحاصل في ماستر كارد بوحدة واحدة يؤدي إلى تغير في خدمات النقل الجوية بمقدار (2.100)، ومن خلال متابعة قيمة (t) المحسوبة (6.026) تظهر بأنها قيمة معنوية عند مستوى معنوي (0.05)، وعامل التضخم للتباين (14.764) وهو حاصل التباين في النموذج وهو يحدد مدى شدة الخطية المتعددة في تحليل انحدار، وأن قيمة (B) للفيزه كارد قد بلغت (0.122) وهي تشير إلى أن التغير الحاصل في فيزه كارد بوحدة واحدة يؤدي إلى تغير في خدمات النقل الجوية بمقدار (0.122)، ومن خلال متابعة قيمة (t) المحسوبة (0.292) تظهر بأنها قيمة معنوية عند مستوى معنوي (0.772)، وعامل التضخم للتباين (16.318) وهو حاصل التباين في النموذج وهو يحدد مدى شدة الخطية المتعددة في تحليل انحدار، وأن قيمة (B) لكريدت كارد قد بلغت (0.139) وهي تشير

إلى أن التغير الحاصل في كريدت كارد بوحدة واحدة يؤدي إلى تغير في خدمات النقل الجوية بمقدار (0.139)، ومن خلال متابعة قيمة (t) المحسوبة (0.335) تظهر بأنها قيمة معنوية عند مستوى معنوي (0.05)، وعامل التضخم للتباين (14.217) وهو حاصل التباين في النموذج وهو يحدد مدى شدة الخطية المتعددة في تحليل انحدار.

نموذج الانحدار البسيط

A- تأثير ماستر كارد في خدمات النقل الجوي:-
تحليل اثر استخدام ماستر كارد في خدمات النقل الجوي

خدمات النقل الجوية			المتغير المعتمد
R2	F	B	المتغير المستقل
92.9%	217.903 P (0.000)**	2.100 t(6.026) P(0.000)** VIF(14.764)	ماستر كارد

** معنوي عند مستوى المعنوية (0.05) $P\text{-value} \leq 1.762$ D.W= N=51

المصدر: الجدول من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج الحاسبة الإلكترونية

تشير نتائج الجدول (4) الى ان هناك تأثيراً معنوياً للوسيلة الالكترونية ماستر كارد في خدمات النقل الجوي ، ويدعمها قيمة المحسوبة (217.903) وهي قيمة معنوية عند مستوى معنوي (0.05) ، وقد فسر معامل التحديد () ما نسبته (92.9%) من التباين الحاصل في خدمات النقل الجوي ، اما النسبة المتبقية والبالغة (7.1%) فتعود الى متغيرات اخرى ، كما ان قيمة () للماستر كارد قد بلغت (2.100) وهي تشير الى ان التغير الحاصل في ماستر كارد بوحدة واحدة يؤدي الى تغير في خدمات النقل الجوي بمقدار (2.100) ، ومن خلال متابعة قيمة المحسوبة (6.026) تظهر بأنها قيمة معنوية عند مستوى معنوي (0.05) ، وعامل التضخم للتباين (14.764) وهو حاصل التباين في النموذج وهو يحدد مدى شدة الخطية المتعددة في تحليل انحدار .

B- تأثير فيزة كارد في خدمات النقل الجوي:-
تحليل اثر استخدام فيزة كارد في خدمات النقل الجوي

خدمات النقل الجوية			المتغير المعتمد
R2	F	B	المتغير المستقل
92.9%	217.903 P (0.000)**	0.122 t(0.292) P(0.772) VIF(16.318)	فيزة كارد

** معنوي عند مستوى المعنوية (0.05) $N=51$ D.W= 1.762 P-value \leq

المصدر: الجدول من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج الحاسبة الإلكترونية

تشير نتائج الجدول (5) الى ان هناك تأثيراً معنوياً للوسيلة الالكترونية فيزة كارد في خدمات النقل الجوي ، ويدعمها قيمة المحسوبة (217.903) وهي قيمة معنوية عند مستوى معنوي (0.05) ،وقد فسر معامل التحديد () ما نسبته (92.9%) من التباين الحاصل في خدمات النقل الجوي ،اما النسبة المتبقية والبالغة (7.1%) فتعود الى متغيرات اخرى ،كما ان قيمة () للماستر كارد قد بلغت (0.122) وهي تشير الى ان التغير الحاصل في ماستر كارد بوحدة واحدة يؤدي الى تغير في خدمات النقل الجوي بمقدار (0.100) ، ومن خلال متابعة قيمة () المحسوبة (0.292) تظهر بأنها قيمة معنوية عند مستوى معنوي (0.05) ، وعامل التضخم للتباين (16.318) وهو حاصل التباين في النموذج وهو يحدد مدى شدة الخطية المتعددة في تحليل انحدار .

C- تأثير كريديت كارد في خدمات النقل الجوي:-
تحليل اثر استخدام كريديت كارد في خدمات النقل الجوي

خدمات النقل الجوية			المتغير المعتمد
R2	F	B	المتغير المستقل
92.9%	217.903 P (0.000)**	0.139 t(0.335) P(0.724) VIF(14.217)	كريديتكارد

** معنوي عند مستوى المعنوية (0.05) $N=51$ $D.W= 1.762$ $P\text{-value} \leq (0.05)$

المصدر: الجدول من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج الحاسبة الإلكترونية

تشير نتائج الجدول (6) الى ان هناك تأثيرا معنويا للوسيلة الالكترونية كريديت كارد في خدمات النقل الجوي ، ويدعمها قيمة المحسوبة (0.335) وهي قيمة معنوية عند مستوى معنوي (0.05) ، وقد فسر معامل التحديد () ما نسبته (92.9%) من التباين الحاصل في خدمات النقل الجوي ، اما النسبة المتبقية والبالغة (7.1%) فتعود الى متغيرات اخرى ، كما ان قيمة () للماستر كارد قد بلغت (0.139) وهي تشير الى ان التغير الحاصل في ماستر كارد بوحدة واحدة يؤدي الى تغير في خدمات النقل الجوي بمقدار (0.139) ، ومن خلال متابعة قيمة () المحسوبة (0.335) تظهر بأنها قيمة معنوية عند مستوى معنوي (0.05) ، وعامل التضخم للتباين (14.217) وهو حاصل التباين في النموذج وهو يحدد مدى شدة الخطية المتعددة في تحليل انحدار .

المبحث الثالث/ الاستنتاجات والمقترحات

- (1) وجود تأثير قوي ومعنوي ذات دلالة احصائية للوسائل الإلكترونية (ماستر كارد، فيزة كارد وكريديت كارد) وشهادة الجودة والايزو في خدمات النقل الجوي.
- (2) وجود علاقات ارتباط طردية ومعنوية عالية ذات دلالة احصائية بين استخدام الوسائل الإلكترونية وشهادة او الجوائز الايزو واماكن الراحة والمستلزمات الخدمية اللازمة التي توفرها الشركة في محطة الطائرة.
- (3) هناك تأثير معنوي للوسائل الإلكترونية (ماستر كارد، فيزة كارد وكريديت كارد) في خدمات النقل الجوي.

- 4) تبين من خلال التحليل بأن عامل التضخم للتباين كبيرة وهو حاصل التباين في النموذج اي يحدد لنا مدى شدة الخطية المتعددة في تحليل الانحدار.
- 5) يوضح لنا بأن معيار شهادة او جوائز الجودة والايزو هي اكثر ابعاد التجارة الالكترونية ارتباطا بالشركات النقل الجوي.
- 6) وجود تأثير قوي ومعنوي ذات دلالة احصائية للمعايير التجارة الالكترونية في شركات النقل الجوي.

المقترحات

- 1) دعم النشاط النقل والتجارة الالكترونية وبالاخص النقل الجوي بحيث يتكيف مع متطلبات النشاط النقل والتجارة الالكترونية.
- 2) ضرورة فتح دورات تدريبية بحيث تهتم باستخدام التجارة الالكترونية لدى شركات النقل الجوي.
- 3) العمل مع الجهات الرسمية في قطاع الاتصالات والجهات المزودة لخدمة الانترنت وذلك لتوفير الخطوط.
- 4) ان الخدمات المقدمة من قبل شركات النقل الجوي ليست بالمستوى المطلوب لذا يجب تطوير خدمات النقل المقدمة وكل ذلك يحقق من خلال استخدام الوسائل الالكترونية.
- 5) لا بد من استفادة من تجارب الدول الاخرى ودراسة القطاع النقل واستفادة منها في تطوير قطاع النقل وكل ذلك من اجل وضع سياسة جيدة لصناعة النقل في اقليم كوردستان العراق.
- 6) تقديم المساعدات للشركات النقل الجوي وتسهيل اجراءات اللازمة بحيث يهدف الى تشجيع وتوجه شركات النقل الاخرى نحو اقليم كوردستان العراق.

قائمة المصادر

- 1- العبيدي، علي قاسم وآخرون، اثر استخدام التجارة الالكترونية في تحفيص التكاليف التسويقية دراسة تطبيقية في شركة زين للاتصالات، مجلة جامعة بابل، العلوم الانسانية، المجلد 19، العدد (1)، 2011.
- 2- القاضي، محمد بن احمد، التجارة الالكترونية كمدخل لدعم الميزة التنافسية في شركات النقل الجوي للركاب دراسة تطبيقية على خطوط الجوية العربية السعودية، رسالة ماجستير، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الملك عبدالعزيز، 2007.
- 3- ابورحمة، اباد زكي محمد، اساليب تنفيذ عمليات التجارة الالكترونية ونظم التسوية المحاسبية عنها على البنوك العاملة في قطاع غزة، رسالة ماجستير، جامعة غزة، كلية التجارة، 2009 .
- 4- الدوي، موسوعة computer encyclopedia ، 2010 .
- 5- محمد، عمر علي، اقتصاديات النقل الجوي في العراق، رسالة ماجستير المنشورة، جامعة الدول العربية، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، 2014.
- 6- جاسم، انمار علي، دور التجارة الالكترونية في الاقتصاديات العربية الواقع والطموح، بحث التخرج، 2012.
- 7- النعيمي، التجارة الالكترونية بين الواقع والحقيقة، بدون سنة.
- 8- حسين، كريم سالم، التجارة الالكترونية العربية الافاق والتحديات، بدون سنة.
- 9- الطيطي، خضر مصباح، التجارة الالكترونية من منظور تقني وتجاري واداري، دار الحامد للنشر، الاردن، 2008.
- 10- منتديات طلاب القدس، المفتوحة من الموقع الانترنت (www.stqou.com).
- 11- خلاف، التجارة الالكترونية في ظل الاقتصاديات الرقمية دراسة تسويقية تحليلية من واقع منظمات الاعمال السعودية بالقطاع الخاص، 2003.
- 12- الزويني، خديجة جمعة، دور التجارة الألكترونية في تخفيض التكاليف دراسة تطبيقية في شركة مساهمة للتجارة السيارات والمكائن، مجلة الإدارة والاقتصاد، عدد السابع والستون، 2007.
- 13- محمود، اباد محمد، دور التجارة الألكترونية في تحقيق الميزة التنافسية في البنوك التجارية الوطنية في قطاع غزة، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية بغزة، 2018.
- 14- حسن، محمد علي، التجارة الألكترونية وأثرها على المتطلبات التسويقية، رسالة الماجستير، جامعة جوبا- الخرطوم، 2009.
- 15- <https://www.enteisites.com>
- 16- <https://i/m.bayt.com>

رۆلى بازىرگانى ئەلکترۆنى له کۆمپانىای گواستنه وه بۆ گهشتیار له شارى ههولیر 2018-2019

پوخته

ئامانجى توپژینه وه كه لىكۆلینه وهى رۆلى بازىرگانى ئەلکترۆنى له لایهن كۆمپانىاكانى گواستنه وهى ئاسمانى بۆ (مسافر) گهشتیار له شارى ههولیر بۆ ماوهى 2018 - 2019 . ئەمهش لىكۆلینه وهى عینه یهك له كۆمپانىای گواستنه وهى ئاسمانى وه ئەم تهوه رانه له خو دهگریت (به كارهینانى ئامرازى ئەلکترۆنى (ماستهر كار، فیزه كار و كریت كار) ، وه رۆلى پروانامه ی یاخود (جائزه ی) كوالیتى وه لایزو. وهك وهك گۆراوى سه ربه خو وه كارىگه رى له سه ر خزمه تگوزارى گواستنه وهى ئاسمانى ئەو خزمه تگوزارى رانه ی كه پيشكهش ده كریت به گهشتیار له لایهن كۆمپانىای ئاسمانى.

ئامانجى توپژینه وه كه وه ههروه رها به دهستهینانى ئامانجه كان به پى دوو میتودۆلۆجى (وه سف كردن و شىكارى) له یه كه میان وه سف كردن و دیارى كردنى كۆمپانىای ئاسمانى وه ژماره ی كۆمپانىاكان (51) كۆمپانىایه هه لستان به دابه شكردنى فۆرمه كه به پشتب به ستن وهك ئامرازىك بۆ كۆكردنه وهى داتا و زانىارى پاشان هه لسان به دانانى نموونه یهك ئەویش به پشت به ستن به كۆمه لىك گریمانه ئەمانه ن:

1- بوونى په یوه ندى نیوان به كارهینانى ئامرازه كانى ئەلکترۆنى (ماستهركار، فیزه كار و كریت كار) وه مستلزماتى خزمه تگوزارى.

2- بوونى په یوه ندى نیوان كارىگه رى پروانامه ی یاخود جائزه ی كوالیتى وه لایزو وه ههروه رها مستلزماتى خزمه تگوزارى.

3- بوونى كارىگه رى بۆ هه ر یهك له ئامرازه كانى ئەلکترۆنى وه پروانامه ی یاخود جائزه ی كوالیتى وه لایزو) بۆ خزمه تگوزارى گواستنه وهى ئاسمانى.

٤- بوونى كاريگهري ههريهك له (ماسته ر كارد، قيزه كارد و كرڤت كارد) بو خزمه تگوزارى گواستنه وهى ناسمانى.

٥- بوونى په يوه ندى موجب له نيوان چاره سهري بازرگاني ئه ليكترونى وه له نيوان زياد بوونى تواناسازى جي به جيكردى خزمه تگوزارى له لايهن (خپرايى، كواليتى، نرخ).

The role of E-commerce for Aviation Company for passengers in Erbil for the period 2018 – 2019

Dr. tavga qader oumer

Administration department, administration and economic collage, Sallahidden University, Erbil, Iraq

Tavga,oumer@su.edu.krd

Keywords: *iso impact, E-commrece used, Aviation Company*

Abstract

The research aims to study the role of E-commerce for aviation company for passengers in Erbil for the period 2018 – 2019, while is an exploratory In a sample of airlines the independent variable is represented in four axes: (The electronic used for master card, visa card, credit card) the role of ISO that affect the services provided to passengers by airlines. The research relies on the first two descriptive approaches that seek to describe the various economic phenomena and study the factors that led to their emergency. The number of airlines was (51) companies, the questionnaire was distributed to them as a tool to collect data and information, and then we developed a hypothetical model base on a set of assumptions, including: -

1- There is a statically significant moral relationship between (electronic used of master card, visa card, credit card) and requirement of service.



2- There is a significant statistical relationship between the affect of quality and ISO with requirement services.

3- Each of the four axes has an impact on the services provided by airlines.

4- Each of the (electronic used and ISO has an impact on the services provided by airlines.

There is a positive significant statistical relationship between E-commerce solves and increases efficiency services like (speed, quality, precise).