

## توصيات عمل للنهوض بواقع السياحة الصحية في اقليم كردستان باستخدام تقنيات المعلومات

### Recommendations for the Advancement of Health Tourism in the Kurdistan Region Using Information Technology

عثمان عصام عبد الواحد

ماجستير نظم معلومات تسويقية

المدرس الدكتور حسان عثمان محمد توفيق،

دكتوراه إدارة أعمال، الكلية التقنية الهندسية الموصل

معلومات البحث	الملخص
<p>تاريخ البحث: الاستلام: ٢٠١٧/٦/١٨ القبول: ٢٠١٧/٨/٥ النشر: خريف ٢٠١٧</p> <p>DOI: <b>10.25212/lfu.qzj.2.5.21</b></p> <p>الكلمات المفتاحية: <b>The medical tourism, Medical tourism development, Marketing Information System,</b></p>	<p>تمثل السياحة الصحية احد فروع الاقتصاد والتي تدر واردا ملموسا لكثير من الدول المجاورة للعراق بشكل عام وللإقليم بشكل خاص، بعد ان تم الاهتمام بها وتنميتها، ويسعى الباحثان في هذا البحث توفير ارضية معرفية بهذه السياحة والتوصيات للنهوض بها في اقليم كردستان ، الذي تتوفر فيه كثير من المقومات لقيام مثل هذه السياحة، إذ يتوفر فيه المقومات المادية والبشرية والمعرفية، وقد تم بحث الموضوع من خلال التعرف على ماهية السياحة الصحية ومقومات تقدمها في البلدان المجاورة وتقديم نموذج لتعريف الزبائن بهذه السياحة من خلال استخدام تقنيات المعلومات التسويقية ، وقد توصل الباحثان الى مجموعة من الاستنتاجات منها ان تطوير قطاع السياحة الصحية في اقليم كردستان يكون من خلال اعتماد نظام معلومات تسويقي يعمل على ترشيد القرارات المتعلقة بهذا القطاع من خلال بناء قاعدة بيانات تسويقية بشكل برمجي تفاعلية ما بين المؤسسات الصحية والمستفيدين منها . وتم التوصية بتطبيق معايير الجودة في المجال الصحي لغرض الارتقاء بالخدمات الصحية الى المستويات العالمية وتطوير السياحة الصحية في الاقليم . وتوفير جهاز رقابي على جودة الخدمات الصحية وربط جودة الخدمات مع نشاطات الرقابة على الاسعار للعمليات المختلفة.</p>

## 1. المقدمة:

يتمتع اقليم كردستان بالكثير من المزايا التي تؤهله ليكون مقصدا سياحيا، وكذا الحال بالنسبة للخدمات الصحية إذ تتوفر الكثير من المستشفيات والعيادات الصحية فضلا عن الخبرات الطبية، التي يمكن ان تساهم في تشجيع السياحة الصحية والعلاجية في الاقليم من مختلف انحاء العراق والدول المجاورة له.

في هذا البحث سيتم تسليط الضوء على واقع السياحة الصحية في المنطقة فضلا عن واقع السياحة الصحية في الاقليم والفرص والتحديات وكذلك المزايا والعيوب التي تكتنف مسيرة السياحة الصحية فيه، وامكانية تنشيطها باستخدام تقنيات المعلومات المحمولة، التي توفر اطلاع المستفيدين من الخدمات الصحية والوجهات التي يمكن ان تكون مقصدا لهم عند زياراتهم للتطبيب والتمتع بالمقاصد السياحية التي توفرها المنطقة الشمالية.

سيقسم البحث الى مجموعة من الفقرات، يتضمن التعريف بالسياحة الصحية ومقوماتها والتعريف بالمقاصد التي تتمتع بهذه المزايا في المنطقة كيران وتركيا والاردن فضلا عن التعريف بالسياحة الصحية في الاقليم.

كما يتضمن التعريف بواقع السياحة الصحية في الاقليم ومقوماتها واسلوب النهوض بها والترويج لها باستخدام تقنيات المعلومات. ويتضمن ايضا تحليلا لأهم المقومات التي يتمتع بها الاقليم من التي تشجع على قيام السياحة الصحية وأخيرا الاستنتاجات والتوصيات

## اهمية البحث:

تكمن أهمية البحث خلال استخدام تقنيات المعلومات المحمولة في الترويج للسياحة في بيئة شمال العراق الطبيعية، وما تتميز به من بنية عمرانية يمكن استغلالها بشكل امثل باتجاه السياحة بشكل عام والسياحة الصحية بشكل خاص، لتنمية وتنويع الموارد الاقتصادية في إقليم كردستان، الامر الذي يؤدي الى توفير فرص عمل جديدة في هذا القطاع، والى تقديم منطقة إقليم كردستان كواحدة من المقاصد السياحية المنشودة في المنطقة.

## مشكلة البحث:

يتمتع إقليم كردستان بأهمية سياحية على مستوى العراق، الا انها لم يتم الترويج لها بشكل جيد وواضح، إذ ان المحتوى المعلوماتي التسويقي على شبكات الانترنت والتقنيات المحمولة لم تكن كافية لاعطاء صورة واضحة عما يمتلكه اقليم كردستان من مقومات، وخصوصا في قطاع السيحة الصحية، كما ان المؤسسات الصحية لا تزال تعتمد على النمط الكلاسيكي في الترويج لنفسها وانحصرت ضمن نطاق إقليمي دون التعريف بها دولياً اسوة بباقي دول المنطقة كتركيا، ايران، الأردن.. الخ

## 1 - مفهوم السياحة الصحية :

تمثل صناعة السياحة في العالم، في الوقت الحاضر، احد المرتكزات الاساسية في الاقتصاد في كثير من الدول وتهتم الحكومات في الترويج لهذه الصناعة وتوفير البنى التحتية للارتقاء بها، وقد نما في الوقت الحاضر مفهوم جديد هو السياحة

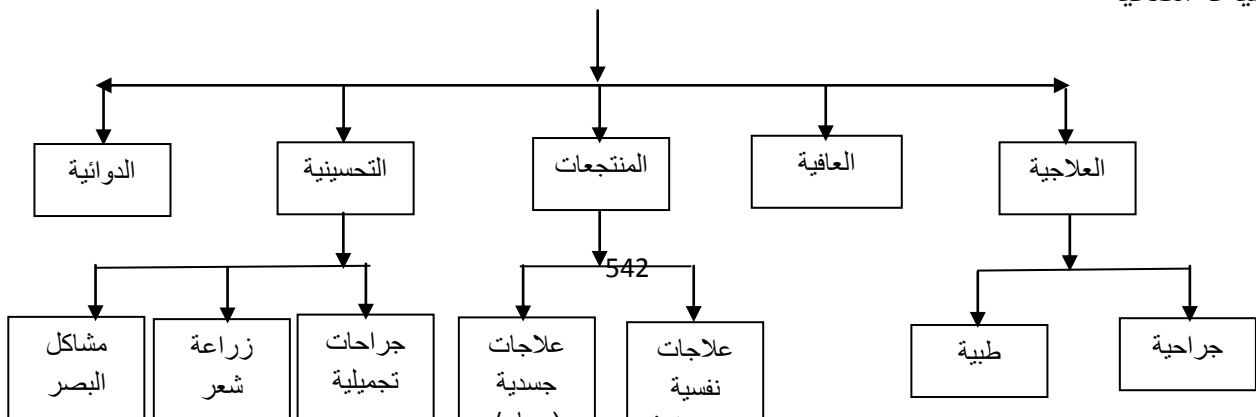
الصحة والعلاجية، إذ اصبح الافراد مع توفر المدخرات، يهتمون بالصحة العامة ويبحثون عن الوجهات الصحية التي توفر مطلبين، استرداد الصحة العامة والتمتع بالمناطق السياحية التي توفرها تلك الوجهات. وهي تمثل صناعة تدر عوائد كبيرة على مستوى العالم ففي الهند تقدر العوائد بمائة مليار دولار وهي تنمو باستمرار ، فضلا عن ذلك فان من المتوقع خلال عام 2017 سيكون هناك مغادرة من الولايات المتحدة لاغراض تلقي العلاج في الاسواق الاجنبية بمقدار 228 مليار دولار وهذا الرقم من خلال التقديرات سيحقق نموا بنسبة 35% سنويا ، لهذه الاسباب تمثل صناعة السياحة الصحية مجالا جذابا للمساهمة فيه . (Renee-Maria;2014, P2)

يبحث السائحون عن الفرص التي توفر لهم الكلفة المتدنية فضلا عن الجودة في المعالجة والاستشفاء في المقاصد السياحية المختلفة، وعلى مدى العقدين الماضيين، شهدت السياحة العلاجية نموا هائلا، حيث يسافر أعدادا متزايدة من المرضى إلى بلدان أخرى سعيا للحصول على رعاية صحية أفضل، ورعاية عالية الجودة، ومعالجات بأسعار معقولة ، وقد ظهرت مصطلحات مثل "العافية الطبية" تبدأ في دخول معاجم العالم . ومع ذلك، أدى الاستخدام غير المتسق للمصطلحات من قبل وسائل الإعلام والصناعة السياحية والحكومات، فضلا عن تسميات مثل "السياحة الصحية"، إلى الخلط بين المستهلكين وأصحاب المصلحة الآخرين - على أن السياحة الطبية والسياحة العافية هي نفس الشيء - علما أن السياحة الطبية والسياحة العافية هي أنشطة مختلفة جوهريا تلبي احتياجات مختلفة من السياح أو المرضى، على الرغم من ان هناك بعض مجالات التداخل، فإن الإفراط في التشديد على مخاطر التقارب بينهما يخلط بين العملاء المحتملين ويضعف من جاذبية وتأثير كلا القطاعين . وتعتمد السياحة الطبية الناجحة على حالة القطاع الطبي في البلد، إلى جانب القوانين الحكومية المناسبة واللوائح، وضمانات المرضى، ومعايير التدريب، وأطر التأمين، والقيود المفروضة على السفر والتأشيرات، وغيرها من القضايا التي تساهم في جودة ونجاح هذا القطاع.(Global Wellness institute;2015, P54-55)

تعرف السياحة الصحية نقلا عن ( Young Kim, et. Al.,2009:P2-3 ) بكونها " المقاصد او المنشآت السياحية التي تجذب السائحون من خلال الاعلان المخطط مع الخدمات الصحية المرتبطة من خلال الدراسات الميدانية المعمقة في هذا المجال " وقد عرفت بكونها احد انواع السياحة ذات الاهتمامات الخاصة التي تعني بالحوافز للحصول على الخدمات الصحية، او تمثل سفر الناس خاصة الى اقطار اخرى بهدف الحصول على العلاج وتعتبر الفعاليات الصحية المهنية التي تنطوي على التجارة في الخدمات الطبية ويمثل الربط بين قطاعين على الاقل (Reza & Mehdi;2016,P 16)

وعرفت السياحة الصحية بكونها السفر المنتظم الى خارج البيئة التي يعيش فيها المريض لغرض استعادة صحته وصيانتها او تعزيزها وتحسينها ، وقد تم تفريقها عن السياحة الدوائية المفهوم الخاص بسفر المريض الى خارج البيئة التي يعيش فيها او من منطقة الى اخرى في نفس البلد بهدف اساس هو الحصول على عناية افضل بسبب توفر وجودة وقدرة الوصول وتدني كلفة الادوية والعلاجات .(Colin B. Konschak, 2013:P4-5). تعددت المصطلحات التي تستخدم لوصف السياحة الصحية ويوضح الشكل التالي بعض عناصر السياحة الصحية:

السياحة الصحية



يفهم من السياحة الصحية بكونها السفر الى خارج البلاد للعلاج، ومفهوم السياحة الصحية ليس حديثا وذلك لأن الكثير من الكنديين والاوربيين كانوا معتادي السفر خارج بلادهم للحصول على الرعاية الصحية، واثبتت الدراسات أن الكثير من المسافرين الى بلدان اخرى يتوقون الحصول على العلاج باسعار متدنية ومعالجات متخصصة ( Med and ) (JAMPRO;2017,P5).

مما تقدم من التعاريف يمكن تحديد بعض العناصر الواجب توفرها في السائح لأغراض صحية:

- 1 - أن يكون السائح مريضا او يعاني من بعض المشاكل الصحية
- 2 - عدم توفر العلاج او مستلزمات المعالجة في المنطقة التي يسكن فيها او ارتفاع تكاليفها
- 3 - يسافر الى المقصد السياحي بغرض المعالجة او اجراء الفحوصات
- 4 - يتمتع بما يوفره المقصد السياحي بعد انتهاء فترة العلاج.

## 2 - مقومات تطوير السياحة الصحية بشكل عام

يتمتع الوطن العربي بمناخ متنوع حيث نجد الهواء الجاف في المناطق المرتفعة ذات الطقس المعتدل الملائم لعلاج حالات الربو والامراض الصدرية وهناك الواحات الصحراوية حيث الهواء النقي الجاف. وقد برزت في السنوات الأخيرة مراكز طبية مرموقة في عدد من الدول العربية استقطبت اعدادا كبيرة من المرضى الوافدين من دول أقل حظا في مستوى الخدمات الطبية. وفي الآونة الأخيرة شهد عدد من الدول العربية وضع استراتيجيات وخطط بعيدة المدى لإرساء صناعة سياحة علاجية تتكامل فيها عناصر هذه السياحة من مستشفيات ومنتجات وكوادر بشرية مؤهلة وبالتنسيق مع الجهات الأخرى ذات العلاقة . توصف السياحة بأنها صناعة المستقبل، وهي واحدة من أهم ثلاث صناعات تشكل القوة الدافعة لاقتصاديات الخدمات في القرن الحادي والعشرين، وهذه الصناعات الثلاث هي : صناعة الاتصالات، وصناعة تكنولوجيا المعلومات ، و صناعة السياحة، وتنفرد صناعة السياحة كونها الأكثر والأسرع نمواً وتطوراً بين هذه الصناعات مما يوفر لها ميزات نسبية وتنافسية متزايدة وتمثل هذه الحقائق تحديات لكثير من الدول لقوى السوق السياحية، وال عمل على بذل المزيد من الجهود لتحقيق نهضة سياحية واسعة تتناسب مع المقومات السياحية (ابراهيم خليل:2012، ص 2).

وقد دأبت العديد من الدول الى تطوير المرافق والمنتجات السياحية فضلا عن المنتجعات الصحية، في سبيل الاستفادة من الموارد التي توفرها تلك المنشآت من م وارد اقتصادية واستخدام قوة بشرية متخصصة في هذا المجال، مما يساهم بشكل كبير في زيادة الموارد المالية للبلد فضلا عن حبس الكثير من مبالغ العلاج للمرضى الذين يسافرون للاستشفاء خارج البلد، ومن هذه الدول الهند وماليزيا إذ انتجت الكلفة المتدنية وتوفر المستشفيات ذات المستوى العالمي (world-class) وتوفر الخبرات الطبية عززت موقف الهند كوجهة مفضلة (Indian brand equity foundation,2017;P 5). وقد حضي اقليم كردستان باجواء ومناطق سياحية خلابة صيفا وشتاء يزورها العدد الكبير من العراقيين للتمتع بها.



الشكل (2) بيئة السياحة الصحية

المصدر من اعداد الباحث بالاعتماد على :

Young Kim, Changsan Boo, Mincheol Kim; A framework for health tourism: A case study of Jeju province in the republic of Korea (South Korea) , 2009, University of

من خلال النموذج في الشكل (2) تقسم بيئة السياحة الصحية الى اربع قطاعات مع ثلاثة ابعاد السياحة الصحية والبنى التحتية واستخدام تقنيات المعلومات للترويج لها.

القطاع الاول: يعتمد بشكل اساس على الموارد الطبيعية (الحالة الجوية / وجود المياه الطبيعية الحارة/ وجود البلاجات الرملية / الغابات والمناظر الطبيعية/ العلاجات التي تعتمد على المنتجات الطبيعية (كالزيوت والمساجات))

القطاع الثاني: الاعتماد على البيئات المصطنعة (المؤسسات الصحية المجهزة بأخر المستجدات العلمية من الاجهزة والتقنيات، فضلا عن توفر الخبرات العلمية في التقنيات التجميلية)

القطاع الثالث: الاعتماد على الطب البديل والاعشاب والاعتماد على التغذية الصحية الطبيعية

القطاع الرابع: وتكون فيه تكاليف العلاج عالية والتقنيات المستخدمة ذات مواصفات وتقنيات متطورة

ويحيط بالنموذج ثلاثة ابعاد :

البعد الاول: البنى التحتية ، ونرى في اعلى النموذج أن تطوير البنى التحتية وتزويدها بالخبرات في مجالات التقنيات الحديثة ، يساهم بشكل كبير في تقدم السياحة الصحية ، وهذا ي عني زيادة الاستثمارات في هذا المجال والسعي لاستقطاب الخبرات الطبية اللازمة في هذا المجال.

البعد الثاني: تقنيات المعلومات التي تتناغم مع البنى التحتية فكلما البعدين يساهمان في تطوير السياحة الصحية والترويج لها، ان توفر المعلومات عن قطاع السياحة الصحية في اقل يم كردستان للمريض في شبكات التواصل الاجتماعي وعبر الانترنت ، يساهم بشكل كبير في السفر الى الاقليم والتمتع بالمقاصد السياحية فضلا عن التمتع بما تقدمه المؤسسات الصحية من خدمات. وكلما كانت المعلومات منتشرة وموفرة وكان هناك سهولة بالوصول الى المعلومة كان المريض اقرب والعكس صحيح.

البعد الثالث: السياحة الصحية، إذ نلاحظ ان تطور السياحة الصحية، في القطاعات الأربعة، تعتمد على توفر عوامل عديدة مرتبطة بشكل اساس بكل قطاع من هذه القطاعات وتوفر التقنيات اللازمة لإقامتها.

### 3-مرتكزات الترويج للسياحة الصحية في المنطقة المحيطة بالعراق ونقاط الجذب

ظهرت السياحة الصحية من خلال التطور السريع لما يسمى ( صناعة ) إذ يسافر الناس فيما بين اقطار الدنيا ولمسافات طويلة لغرض الحصول على العلاج والعناية الصحية بالاسنان والجراحات المختلفة وفي نفس الوقت يعتبرون تلك السفريات لاغراض الترفيه والسياسة، ( Masoud Lajevardi, 2016, P 3 ) ووتجمع السياحة الصحية بين السياحة والعلاج وتشجع المرضى للحصول على الخدمات الطبية اثناء السفر والاسترخاء والترفيه ، وتمثل المناطق المحيطة بالعراق (ايران، تركيا، والاردن) مناطق جذب سياحي بشكل كبير فضلا عن كونها مناطق جذب للسياحة الصحية، وذلك لتوفر الكثير من البنى التحتية اللازمة لها، إذ ان الاردن من البلاد التي يختلط فيها الاستشفاء من العديد من الامراض المزمنة والغير مزمنة، و يعد الاردن من الدول المتقدمة في مجال السياحة العلاجية ، فضلا عن الاستشفاء الطبيعي بالمياه المعدنية و شلالات المياه الساخنة و الطين البركاني ، تتميز المملكة بوفرة المستشفيات المتقدمة ، والاطباء المرموقين المعروفين على مستوى عالمي ذلك لما تمتلكها من شبكة طبية متقدمة تابعة للقطاعات الصحية الحكومية والخاصة والعسكرية . وتحتضن عدداً من كبار الاطباء والجراحين المرموقين على المستوى الدولي وفي العاصمة عمان تكثر المستشفيات الخاصة المرموقة كذلك المتخصصة في معالجة التخصصات الطبية المختلفة كأمراض السرطان، وامراض القلب ، والعيون ، والعقم والاطفال، وطب الاسرة (حسن صالح، غسان سالم: ب ت: ص2).

إزداد نمو قطاعي السياحة والصحة التركييين وحركة الوافدين من الخارج للعلاج في المستشفيات والمراكز الطبية المنتشرة في البلاد، لتتحول السياحة الاستشفائية إلى واحدة من المصادر المهمة للعملة الصعبة في الخزينة التركية . ويتوقع خبراء في مجالات الصحة والسياحة أن يتواصل نمو السياحة الاستشفائية في السنوات وربما العقود القادمة ، وفي دراسة لمنظمة السياحة العالمية بينما كان عدد السائحين في تركيا عام 2010 كان 980 مليون إلا ان هذا الرقم تجاوز المليار في عام 2011، وهذا الرقم بازياد بنسبة 3.5% سنويا، نظرا لعوامل محلية تتعلق باستمرار التحسن في أداء القطاعين المذكورين، فضلا عن الامتيازات الجغرافية والاقتصادية التي تتمتع بها تركيا.(Sidika Kaya et al.;2013,P16)

وتعتمد تركيا بشكل اساس في اقتصادها على السياحة بشكل عام والسياحة الصحية بشكل خاص، إذ دأبت في السنوات الاخيرة الى تطوير قطاع السياحة الصحية وافردت له دائرة خاصة في وزارة الصحة للعن اية بشؤون العاملين في القطاع الصحي في مجال السياحة الصحية وتقوم بتشجيع الاستثمارات فيه كما توفر الدعم اللوجستي اللازم لاستقدام المرضى، حيث منحت السفارة التركية امكانية للمستشفيات بمنح الكفالات للمرضى القادمين من العراق للعلاج في تلك



المستشفيات، فضلا عن توفو البنى التحتية اللازمة للسياحة الصحية من منتجعات وفنادق وسواحل رملية يمكن التمتع بها بعد اجراء الفحوصات او في فترات النقاهة للمرضى، وتحمل عمليات زراعة الشعر وجراحات العين رأس هرم الخدمات الطبية التي ينشدها زوار تركيا، والحالتان لا تتطلبان فترات طويلة من ا لرقود بالمستشفيات أو العناية الطبية، مما يمنح المريض فرصة تنفيذ برنامج السياحي إلى جانب العلاج، فضلا عن توفو منتجعات ومناطق المياه الحارة الطبيعية في جهات عديدة من تركيا. (خليل مبروك: aljazeera.net)

إن مفهوم السياحة العلاجية في إيران مفهوم نام تم وضعه لحاجات طبية ولتوفير الهدوء في المنطقة ويستخدم علاج أكثر الأمراض شيوعاً، وجراحة القلب و زرع أعضاء البدن وأمراض النساء و الولادة والأطفال و مراعاة الأسنان لكل الناس في العالم وخاصة في الشرق الأوسط وتعتبر إيران مقصداً مناسباً للسياحة العلاجية في المنطقة، لأن لها إمكانيات وبنى تحتية لامثيل لها. (دليل السياحة الطبية في ايران)

#### 4- مقومات السياحة الصحية في اقليم كردستان

يتمتع اقليم كردستان بمميزات بيئية وطبيعة خلابة فضلا عن وجود الكثير من المعالم السياحية التي تزيد من استقطاب السائحين من جميع انحاء العراق والمناطق المجاورة ولتوفو الامان ايضا، وقد نشط في تطوير البنى التحتية التي تؤهله لاستقطاب المرضى من جميع انحاء العراق والمناطق المجاورة، إذ نشط في الفترة الاخيرة على زيادة الاستثمارات في المؤسسات الصحية والعلاجية واستقدام المتخصصين في مجالات الطب الحديث كالجراحات التجميلية وزراعة الشعر وطب العيون والمفاصل وغيرها من الاختصاصات.

يتمتع اقليم كردستان بكثير من المزايا التي تساعد في نمو السياحة الصحية وازدهارها وتتضمن هذه المقومات:

- 1 - توفو مطارين دوليين احدهما في محافظة اربيل والثاني في محافظة السليمانية والثالث قيد الانشء في محافظة دهوك، مما يساعد في سهولة وصول الزائرين الى الاقليم.
- 2 - توفو عدد كبير من المستشفيات الحكومية والخاصة العامة والمتخصصة في محافظات الاقليم تقدم خدماتها المختلفة للمرضى مجانا ولقاء اجور .
- 3 - توفو العديد من الاختصاصات المختلفة من الخبرات الطبية والصحية في الاقليم مع وجود اعداد كبيرة من اطباء الزائرين بين حين وآخر لاجراء العمليات المتخصصة.
- 4 - تحديث التقنيات المستخدمة في المستشفيات من المختبرات وأجهزة الفحص وتجهيز المستشفيات بغرف العمليات المتخصصة.
- 5 - توفو مستويات مختلفة من الفنادق التي يمكن التعاقد معها لغرض ايواء المرضى والمرافقين خلال فترات انتظار العمليات وكذا فترة النقاهة، فضلا عن توفو المقاصد السياحية والتراثية التي يمكن ان يتمتع فيها الزائر ومرافقيه.
- 6 - لا يوجد حاجز اللغة التي يمكن ان يواجهها المريض كما هو الحال عند السفر الى تركيا او ايران لغرض العلاج.
- 7 - توفو الامن وسهولة الاقامة بدون الحاجة الى تأشيرات دخول وتحديدات الاقامة كما في دول الجوار الاردن و تركيا وايران.

- 8 - امكانية وسهولة استقدام الخبرات المتخصصة التي يفتقر اليها الاقليم والتعاقد معها لاجراء العمليات .
- 9 - توفر العديد من المصارف المحلية والاجنبية ووسائل تبادل العملات مما يسهل دفع اجور العمليات وعدم التعرض للابتزاز
- 10 -توفر وسائل التواصل الاجتماعي والانترنت التي يمكن ان تكون احدي وسائل الترويج للسياحة الصحية في العراق والدول المجاورة .

#### 5-استخدام تقنيات المعلومات المحمولة في الترويج للسياحة الصحية في اقليم كردستان

يعد نظام المعلومات التسويقية احد نظم المعلومات الفرعية في المنظمة في اطار نظام المعلومات الإدارية، عليه فإن تحديد مفهومه ينحصر في هذا الاطار أيضا انسجاماً مع المفهوم الشامل لنظام المعلومات، إذ عرفه (king) على انه احد نظم المعلومات الفرعية داخل المنظمة والذي يهدف الى تجميع البيانات من مصادرها الداخلية والخارجية ومعالجتها وتخزين المعلومات واسترجاعها وارسالها الى صانعي القرارات للاستفادة منها في التخطيط للأنشطة التسويقية والرقابة عليها . ويعرفه (Kotler) بأنه الهيكل المعقد والمتكامل من الأطر البشرية والأجهزة والإجراءات والذي يصمم لتجميع البيانات من المصادر الداخلية والمصادر الخارجية للمنشأة لتوليد معلومات تساعد الإدارة التسويقية في صنع القرارات السليمة . (محمد الطائي، تيسير العجارمه: ص19)

#### 6-مفهوم قاعدة البيانات التسويقية وعلاقة البيئة التسويقية بنظام المعلومات التسويقية

يهتم القائمين على تسويق نشاط السياحة الصحية بسرعة وجودة تدفق المعلومات الواردة للمؤسسة بنوعيتها الداخلية والخارجية عليه فلنظام المعلومات دوراً فاعلاً في إبقاء المؤسسة على اتصال مستمر بالبيئة المحيطة . وانشاء قاعدة بيانات تسويقية من شأنه ان يعمل على المساعدة في اتخاذ القرارات التسويقية المناسبة.

تعد قواعد البيانات التسويقية بمثابة الوقود بالنسبة للتسويق ولكن التطورات التي حصلت في تكنولوجيا الاتصال والمعلومات من جهة والتسويق من جهة وبيئة الاعمال من جهة أخرى جعلت أهمية قواعد البيانات التسويقية تزداد وخصوصاً بعد ظهور ما يسمى التسويق المشخص بحيث نحتاج الى كمية هائلة من البيانات والمعلومات وباستمرار حول العميل الالكتروني حتى نتمكن من خدمته على احسن حال . (عبده حسن : <http://www.ar-science.com>). وقد عرفت الجمعية الامريكية للتسويق قاعدة البيانات التسويقية على انها المقاربة التي بواسطتها يتم تجهيز تقنيات قواعد البيانات لابتكار وتكوين ومراقبة قوائم البيانات الخاصة بالزبائن.(رشيدة الفقون:121) ، وتمكن قاعدة البيانات التسويقية المساعدة في ترشيد قرارات المنظمة التسويقية على مختلف مستوياتها من خلال دورين أساسيين هما:

**الاول: قاعدة البيانات التجارية كأداة إمدادية ؛**

**والثاني : قاعدة البيانات الإحصائية التي تكون أداة للمساعدة في اتخاذ القرار.**

1- قاعدة البيانات التجارية : تتعلق بنظام الإعلام الآلي المفتوح على الجميع ، الذي تم إنشائه من طرف المستعملين غير التقنيين، توضع القاعدة بصفة أوتوماتيكية و بصفة منتظمة و تختص بتسيير البيانات.



2-قاعدة البيانات الإحصائية : لا تعتبر قاعدة البيانات الإحصائية كنظام ، و لكن تعتمد على فريق من الأشخاص ذو كفاءات في التسويق و في الإعلام الآلي و الإحصاء الذين يعالجون البيانات من أجل الإجابة على التساؤلات التسويقية. و أخيراً، نؤكد على أن نجاح نظام المعلومات التسويقية يرتكز إلى حد كبير على

وضع قاعدة البيانات التسويقية و هيكلتها بصفة جيدة ، وكذلك خلق التعاضد بين فريق العمل (أفراد التسويق و الاعلام الآلي والاحصائيين). (رشيدة الفقون:125)

من خلال ما تقدم يمكن توضيح أهمية وفوائد نظام المعلومات التسويقية من خلال الشكل التالي:



## 7-الاستنتاجات والتوصيات

مما سبق يمكن الاستنتاج :

- 1 - ان تطوير قطاع السياحة الصحية في منطقة شمال العراق يكون من خلال اعتماد نظام معلومات تسويقي يعمل على ترشيد القرارات المتعلقة بهذا القطاع من خلال بناء قاعدة بيانات تسويقية بشكل برمجي تفاعلية ما بين المؤسسات الصحية والمستفيدين منها.
- 2 - يتوفر في اقليم كردستان الكثير من المقاصد السياحية والترفيهية موزعة على محافظات الاقليم يمكن استخدامها كوجهات سياحية للمرضى والمرافقين في فترات النقاهة بعد العلاج.
- 3 - تجاوز مشكلة المترجمين في الرعاية الصحية في اقليم كردستان إذ لا يحتاج المريض الى ذلك كما هو الحال في المستشفيات التركية والابرائية لمعرفة الكثير من الاطباء اللغة العربية التي تعد عائقا امام المريض لوصف حالته وآلامه للاطباء.
- 4 - عدم توفر خارطة عامة منشورة على الانترنت ووسائل التواصل الاجتماعي توضح وجهات السياحة الطبيعية والصحية في اقليم كردستان مقسمة حسب المحافظات
- 5 - على الرغم من وجود بعض المواقع على وسائل التواصل الاجتماعي لمساعدة المرضى في الاستدلال الى المستشفيات إلا انها تفتقر الى الاسلوب الحوارى الذي يوضح للمريض الوجهات الصحية من خلال قواعد بيانات كما يمكن توفير تطبيق على المحمول يساهم في ذلك

## 8-التوصيات

وقد خلص الباحثين الى التوصيات التالية

- 1 - تطبيق معايير الجودة في المجال الصحي لغرض الارتقاء بالخدمات الصحية الى المستويات العالمية وتطوير السياحة الصحية في الاقليم. وتوفير جهاز رقابي على جودة الخدمات الصحية وربط جودة الخدمات مع نشاطات الرقابة على الاسعار للعمليات المختلفة
- 2 - ضرورة وجود سياسة تسعير للخدمات الصحية ومسيطر عليها من قبل حكومة الاقليم مما يساهم في الحد من الجشع وازافة اعباء كبيرة على الزائرين
- 3 - توفير قاعدة بيانات تفاعلية مع الزبائن لتأمين الحجز في فنادق معتمدة ذات مواصفات خدمات فندقية جيدة للمرافقين والمرضى بعد خرجهم من المستشفيات لاغراض النقاهة بعد اجراء العمليات
- 4 - وضع سياسات لتشجيع المستثمرين للاستثمار في مجال المنتجعات الصحية
- 5 - توفير ادارة متخصصة في وزارة الصحة تعنى بالسياحة الصحية وبالتعاون مع وزارة السياحة واجراء البحوث والدراسات التي تعزز السياحة الصحية في الاقليم
- 6 - ضرورة توفر قواعد بيانات مختلفة في مجال السياحة الصحية من خلال ربط الاحصائيات التي تقدمها المؤسسات الصحية عن المرضى الوافدين من خارج الاقليم واجراء الدراسات عليها للنهوض بواقع السياحة الصحية.

7 - استخدام تقنيات المحمول في التعريف بالوجهات الصحية المعتمدة في اقلي م كردستان لتوجيه الراغبين في العلاج والتعريف من خلالها بالوجهات السياحية التي يمكن التمتع فيها بعد اجراء العمليات وفي فترات النقاهة.

#### المصادر:

- 1- Renee-Maria Stephano, Wellness tourism : what it is and why it's poised to become a trillion dollar global industry,2014, Medical Tourism Association
- 2- Global Wellness Institute , The global wellness tourism economy report 2013-2014, June 2015, [www.globalwellnessinstitute.com](http://www.globalwellnessinstitute.com)
- 3- Med retreat and JAMPRO, Jamaica's medical tourism sector, 2017, [www.jamaicatradeandinvest.org](http://www.jamaicatradeandinvest.org)
- 4- Indian brand equity foundation, 2017; [www.IBEF.org](http://www.IBEF.org)
- 5- Sidika Kaya, Hasan Huseyn Yildirm, Seda Karsavuran, Ozlem Ozer,Evaluation report on medical tourism in Turkey ; 2013,Ministry of Health
- 6- Reza Rezaee & Mehdi mohammadzadeh, Effective factors in expansion of medical tourism in Iran; 2016 .
- 7- Masoud Lajevardi, A comprehensive on medical tourism context and create a conceptual framework; 2016, Journal of tourism & hospitality ,Vol. 5 issue 5 1000236.
- 8- Young Kim, Changsan Boo, Mincheol Kim; A framework for health tourism: A case study of Jeju province in the republic of Korea (South Korea) , 2009, University of Massachusetts.
- 9- Colin B. Korschak, Learning from development of medical tourism in Europe: challenges and opportunities, Lithuania's case study, 2013,4<sup>th</sup> conference on the health tourism in Islamic Country.
- 10 د. ابراهيم خليل : استعادة الفرص الضائعة في القطاع السياحي الأردني / تقرير حول اهم القضايا الاقتصادية والاجتماعية في الاردن المجلس الاقتصادي الاجتماعي : 2012.
- 11 د. حسن صالح سليمان القضاة، د. غسان سالم الطالب: السياحة الطبية العلاجية واثرها على الاقتصاد الاردني / دراسة ميدانية من وجهة نظر العاملين في بعض المستشفيات الخاصة الاردنية، ب ت، الاردن
- 12 - دليل السياحة الطبية في ايران: [http://siahatiran.com/?page\\_id=421](http://siahatiran.com/?page_id=421)
- 13 -خليل مبروك:  
<http://www.aljazeera.net/news/reportsandinterviews/2016/11/25/%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%8A%D8%A7%D8%AD%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D9%84%D8%A7%D8%AC%D9%8A%D8%A9-%D8%A8%D8%AA%D8%B1%D9%83%D9%8A%D8%A7-%D8%A7%D8%B3%D8%AA%D8%AB%D9%85%D8%A7%D8%B1-%D9%85%D8%B2%D8%AF%D9%88%D8%AC>
- 14 <http://www.ar-science.com/2015/05/Knowledge-of-the-rules-of-marketing-and-marketing-data.html>
- 15 رشيدة بن الشيخ الفقون : دور نظام المعلومات التسويقية في اتخاذ القرار التسويقي / مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير اختصاص: تسيير المؤسسات: 2005.
- 16 أ.د محمد عبد حسين الطائي، د . تسيير محمد العجارمة : كتاب نظم المعلومات التسويقية مدخل الى تكنولوجيا المعلومات: 2008



## Abstract

The medial tourism is one of the branches of the economy, which generates a tangible presence for many of the neighboring countries in general and the region of Kurdistan in particular, after being paid attention to and development. The researchers seeks to provide a knowledge about this tourism and strategies to promote it in the Kurdistan region. The purpose of this study is to identify the nature of medical tourism and its components in neighboring countries and provide a model to inform customers in this tourism through the use of marketing information technologies. The researchers concluded that the development of the medical tourism sector in the Kurdistan region is through the adoption of a marketing information system that rationalizes the decisions related to this sector, through the construction of a marketing database in an interactive form among the health institutions and their beneficiaries. So that they conclude that , Quality in the health field for the purpose of upgrading health services to world-class and developing medical tourism in the Region, providing a regulatory body on the quality of medical services and linking the quality of services with price control activities for various operations.