

الخطة الجديدة | 2018

السياحة والسفر

Tourism and Travel

الفصل الثاني / للفرع الفندقي
للسف الثاني عشر

المستوى الرابع



إعداد المعلم
محمد الحجاوي

0787708286/0795122367



الوحدة الاولى (اساسيات التخطيط السياحي) مطلوب من (ص 7 ل 12 و ص 18 ل 22 و ص 23 ل ص 28)

الدرس الاول (اساسيات التخطيط السياحي)

س1- ما اهمية بروز وظهور التخطيط السياحي وتطوره:

ظاهرة حضارية وسلوكية

ظاهرة اقتصادية اجتماعية

س2- لقد نجم عن النشاطات السياحية نتائج واثار عظيمة وواضحة في حياة

المجتمعات والشعوب منها:

اثار اقتصادية - ثقافية - بيئية - عمرانية

س3- فسر اهمية التخطيط السياحي

يعد التخطيط السياحي اهم مرحلة في عملية التنمية السياحية المستدامة في المواقع السياحية

س4- تعريف التنمية السياحية المستدامة:

هي عملية تطوير السياحة لتلبية حاجات الاجيال الحاضرة وطموحاتها دون المساس سلبا بقدرة السياحة على تلبية حاجات الاجيال القادمة 0

س4- عرف التخطيط السياحي:

رسم صورة تقديرية مستقبلية للنشاط السياحي في المواقع السياحية في فترة زمنية محددة ويقتضي ذلك حصر الموارد الطبيعية في

الموقع السياحي من اجل تحديد اهداف الخطة السياحية وتحقيق تنمية سياحية مستدامة سريعة ومنتظمة 0

س5- فسر اهمية التخطيط السياحي:

زيادة منافع التنمية السياحية

تجنب الاثار السلبية

التوجه نحو الاستدامة قبل تنفيذها

س6- عدد اساليب التخطيط السياحي:

1- التخطيط السياحي التعاوني 2- التخطيط من الاعلى الى الاسفل 3- التخطيط من الاسفل الى الاعلى

س7- عرف التخطيط السياحي التعاوني:

يعرف التخطيط السياحي التعاوني التعاون بين الجهات والفئات المختلفة المعنية بصناعة السياحة من اجل الحصول على

المخطط السياحي الاكثر قبولا 0

س8- على ماذا يعتمد مستوى التعاون المطلوب:

على مستوى المخطط السياحي

طبيعة صناعة السياحة في المواقع السياحية سواء كانت وطنية او معتمدة على هيئات عالمية 0

* التخطيط من الاعلى الى الاسفل:

يركز هذا التوجه على اهتمام الجهة المسؤولة عن تشكيل المخطط السياحي وتطويره سواء كانت الحكومة الوطنية او الاقليم

*- التخطيط من الاسفل الى الاعلى:

يهتم هذا النوع في تطوير المواقع السياحية في المجتمعات المحلية من خلال المشاركة الشعبية للفئات المتأثرة بالتنمية

السياحية 0

*ينبغي ان لا ينظر الى التخطيط السياحي على انه ميدان مقصور على الجهات الرسمية انما يجب ان ينظر اليه على انه برنامج عمل

مشارك بين الجهات الحكومية والقطاع الخاص والافراد .

*يجب ان يكون التخطيط السياحي عملية مشتركة بين:

1. الجهات المنظمة للقطاع السياحي

2. الجهات الحكومية المشرفة على هذا القطاع

3. مقدمي الخدمات السياحية (المؤسسات ورجال الاعمال)

4. المستهلكين لهذه الخدمات (السياح)

5. المجتمع المضيف للسياحة

س9- يعتمد نجاح التخطيط السياحي على عدة عوامل أهمها:

1. ان تكون خطة تنمية السياحة جزءا لا يتجزأ من الخطة الوطنية للتنمية الاقتصادية والاجتماعية
 2. ان يتم تحقيق التوازن بين القطاعات الاقتصادية المختلفة
 3. ان يتم اعتبار تنمية السياحة كأحد الخيارات الاستراتيجية للتنمية الاقتصادية
 4. قيام الدولة بتحديد مستوى النمو المطلوب وحجم التدفق السياحي
 5. تحديد دور كل من القطاعين الخاص والعام في عملية تنمية المواقع السياحية
 6. التركيز على علاقة التنمية السياحية بالنشاط الاقتصادي العام وتحديد علاقة ذلك بالمحافظة على البيئة
- س10- حدد توجهات التخطيط السياحي:

1. التوجه البيئي
2. التوجه الاقتصادي
3. التوجه المادي
4. التوجه نحو المجتمع
5. التوجه المستدام

-يعرف التوجه البيئي :

الوصول للتوجه الأقصى لتقليل آثار التنمية السياحية على البيئة الطبيعية في المنطقة السياحية وعدم تدخل سكان المنطقة باتخاذ القرار او التخطيط او وضع السياسات السياحية0

-التوجه الاقتصادي :

يركز على اهمية التخطيط الاقتصادي لتعظيم المنافع الاقتصادية السياحية من الداخل والعمالة وتكون السياحة هنا وسيلة لتوجيه النمو والتنمية

-التوجه المادي :

ينظر هذا التوجه للسياحة كمستخدم لقاعدة الموارد البيئية ويركز على الطاقة الاستيعابية للموقع السياحي وتعين المناطق الحساسة لتقليل الآثار السلبية للسياحة على البيئة0

-التوجه نحو المجتمع:

يهتم هذا التوجه في المجتمعات المحلية بالمواقع السياحية واشراكهم في التنمية السياحية0

-التوجه المستدام:

هو مزيج من التوجهات الاربعة السابقة من خلال الوصول توازن بين التوجهات البيئية والاقتصادية والمادية والمجتمعية ويهدف الى ايجاد قاعدة مشتركة لتطبيق التنمية السياحية المستدامة ويتطلع الى توفير بيئة آمنة ومستدامة مع أقل تدهور ونقص في الموارد البيئية0

-قارن بين التوجه المادي والتوجه نحو المجتمع في التخطيط السياحي:

التوجه المادي : ينظر هذا التوجه للسياحة كمستخدم لقاعدة الموارد البيئية ويركز على الطاقة الاستيعابية للموقع السياحي وتعين المناطق الحساسة لتقليل الآثار السلبية للسياحة على البيئة0

التوجه نحو المجتمع: يهتم هذا التوجه في المجتمعات المحلية بالمواقع السياحية واشراكهم في التنمية السياحية0

-علل: التخطيط السياحي الجيد يعتمد على قاعدة استغلال المقومات الطبيعية البيئية :

تعتبر موردا اقتصاديا ببنيا يتعين تنميته وتطويره واستغلال الارث الحضاري والانساني والاخلاقي

-الاجراءات المتبعة من قبل وزارة السياحة لتعزيز هذا النمط من السياحة:

- 1- استغلال الارث الحضاري والانساني والاخلاقي
- 2-نسخ العادات والتقاليد لحماية البيئة ورعايتها من التلوث

س11- اذكر اسس التخطيط السياحي:

- المحافظة على المقومات البشرية والحضارية في المواقع السياحية
- التحكم في استعمالات الاراضي في المواقع السياحية
- تحقيق متطلبات التنمية والتخطيط السياحي
- الارتقاء العمراني للمنطقة
- تشجيع السياحة اللطيفة

-كيف يتم الحفاظ على المقومات البشرية والحضارية في المواقع السياحية كي يتم الحفاظ عليها من اجل الاجيال القادمة:

- 1- استخدامها دون استنزاف لقيمتها المادية والمعنوية
- 2-الحفاظ عليها فعندما يتم تدمير هذه الموارد لن ياتي السياح لزيارة المنطقة

-عدد الآثار السلبية الموثرة على رضا السائح

- 1- الازدحام
- 2- التلوث البصري
- 3-تلوث الهواء
- 4- الضوضاء

1. تحديد الموارد السياحية وصيانتها والاستفادة منها بشكل مناسب في الوقت الحاضر والمستقبل
2. تكاملية القطاع السياحي وربطه مع القطاعات الأخرى بهدف تحقيق أهداف السياسات العامة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية
3. توفير ارضية مناسبة لاسلوب اتخاذ القرار لتنمية السياحة في القطاعين العام والخاص
4. توفير المعلومات والبيانات والاحصائيات والخرائط والمخططات والتقارير والاستبانات ووضعها تحت ايدي طالبها
5. زيادة الفوائد الاقتصادية والاجتماعية والبيئية من خلال تطوير القطاع السياحي وتوزيع ثمار تنميته على افراد المجتمع
6. وضع الخطط التفصيلية لرفع المستوى السياحي لبعض المناطق المتميزة والمتخلفة سياحيا

الدرس الثالث (التكامل بين الاقليم التخطيطي والاقليم السياحي):

-حدد المتطلبات الاساسية لتنفيذ التنمية السياحية المنشودة:

- مفهوم الاقليم السياحي
- مبادئ تطوير المواقع السياحية واداراتها
- دور القطاع الخاص في تطوير المواقع السياحية

-مفهوم الاقليم السياحي:

علل: يعد تحديد مفهوم عام للاقليم ذي اهمية كبرى عند البدء في وضع الخطط السياحية لاي موقع سياحي لما لذلك من فائدة في تحديد المقومات السياحية البشرية الطبيعية الموجودة فيه

-عرف مفهوم الاقليم السياحي:

يعرف بانه عبارة عن منطقة حيوية او ارض تحتوي عناصر جذب طبيعية لاغراء السياح بالقدوم والمكوث لفترة زمنية معينة لمزاولة نشاطات سياحية متنوعة سواء كان الغرض من الرحلة البقاء بالمنطقة او المرور منها الى منطقة اخرى لبعض الوقت

-متى يعد الاقليم السياحي متميز:

عندما تكون المواقع السياحية جميعها متكاملة

-ماذا يقصد بالاقليم السياحي:

تكامل التسهيلات والامكانيات السياحية داخل المواقع السياحية التي تشكل بمجموعها اقليما سياحيا معيناً

-اذكر ميزات او مزايا الاقليم السياحي:

- 1-تجميع المقومات الطبيعية والحضارية جميعها داخل منطقة جغرافية معينة في حزمة واحدة
- 2-تعزيز الكفاءة التسويقية للاقليم السياحي
- 3-حماية العلاقات التعاونية بين المواقع السياحية التي يتألف منها الاقليم السياحي
- 4-تطوير صورة ذهنية متكاملة تصف الاقليم السياحي على اكمل وجهه
- 5-تعزيز مبدا الشراكة بين المنشآت والمؤسسات السياحية داخل المواقع السياحية التي يشملها الاقليم السياحي
- 6-تعزيز التعاون بين كل من القطاعين الخاص والعام

-اذكر الركائز الرئيسية التي شملتها الاستراتيجية الوطنية للسياحة:

- 1-التسويق السياحي
- 2-تطوير المنتج السياحي
- 3-تطوير سوق العمل
- 4-البيئة الداعمة

- أ. محمد الحجواي
- عدد الاقاليم السياحية ومحافظاتها:
الاقليم الجنوبي ويشمل:
- محافظة الطفيلة
- محافظة معان
- محافظة العقبة
الاقليم الغربي ويشمل:
- محافظة مادبا
- محافظة البلقاء
- محافظة الكرك
اقليم الوسط ويشمل:
- محافظة العاصمة
الاقليم الشرقي ويشمل:
- محافظة المفرق
- محافظة الزرقاء
الاقليم الشمالي ويشمل:
- محافظة اربد
- محافظة عجلون
- محافظة جرش

- مبادئ تطوير المواقع السياحية وادارتها:
علل: يحتاج تطوير اي موقع سياحي او منتج سياحي الى مثابرة واصرار في المراحل الاولى:
لكسب حصة معينة في السوق ومن ثم محاولة المحافظة على هذه الحصة
-لماذا يتم تشبيه المواقع السياحية بالشركات:
1-تحتاج لمعرفة عناصر قوتها وما الذي يمكن ان تتميز به
2-تستغل عناصر قوتها لتقديم نفسها للسوق بصورة مختلفة عن المواقع السياحية الاخرى
3-تحتاج الى ان تتبنى سياسة السوق في توجيهها الاستراتيجي للتطوير

-اذكر اهم مبادئ تطوير المواقع السياحية:
الجوده قوة الجذب التفرد تنوع المنتج

-اساس تطوير اي موقع سياحي يعتمد على:
تقديم شيء مميز وجديد وفريد من نوعه يريده السائح ولا يمكن الاستغناء عنه او العثور عليه في الدول المجاورة 0

-من ايجابيات اسس تطوير المواقع السياحية هو:
الربط بين الاسواق المصدرة للسياح في العالم وبين المنتج السياحي وتعدده وتنوعه 0

-يمكن قياس قوة جذب اي موقع سياحي من خلال:
عدد الزائرين للموقع السياحي
مدة بقاء السائح في الموقع
المسافة المقطوعة للمجيء الى الموقع

-علل: قوة الجذب من المعايير المهمة في تصنيف المواقع السياحية حسب قوة جذبها:
تعد معيارا مهما لتحديد امكانيات اجراء عمليات التطوير للموقع السياحي من عدمه

علل: التطوير لاي موقع سياحي ينبغي ان تتوافر فيه احتمالات مؤكدة على نجاحه:
لا ينبغي انفاق الاموال الكبيرة على مواقع لا تتمتع بقوة جذب تبرر هذا النوع من الانفاق 0

-اذكر الفرق بين القطاع العام والقطاع الخاص في عملية تطوير اي موقع سياحي:
القطاع السياحي الخاص : يهتم بتحليل الجدوى الاقتصادية لعملية التطوير /حساب العائد على الاستثمار
القطاع السياحي العام: يهتم بالعائد على الاستثمار الا انه يضطر الى تطوير مواقع سياحية يكون الهدف منها:
خدمة المجتمع / تحقيق رفاهية عالية للسكان بالدرجة الاولى / لتركيز على البعد الاجتماعي الذي يفوق في اهميته البعد الاقتصادي
تعزز من سمعتها ومكانتها بين الامم

-ما اكثر العوامل تأثيرا في تطور القطاع السياحي:

- 1-البعد الاجتماعي
- 2-البعد الاقتصادي خصوصا في الدول المتقدمة سياحيا

الدرس الرابع (التخطيط السياحي المستدام):

-عرف التخطيط السياحي المستدام:

يعرف بأنه رؤيا واعية تعمل كضابط للخطة السياحية التي تستهدف استخدام موارد البيئة بما يحقق لها الاستخدام المتوازن والأمن وهو التخطيط الذي يهتم بالقدرات او الطاقة البيئية0

-أذكر اهداف التخطيط السياحي المستدام:

تحقيق التوازن بين التنمية
الحفاظ على البيئة منذ مطلع القرن الحالي

-عرف الخط الحرج:

هو الخط الذي يجب التوقف عنده وعدم تعديته كيلا تحدث نتائج عكسية تعمل على تدهور البيئة0

-ما الذي يحكم التخطيط السياحي المستدام:

- 1-البعد البيئي
- 2-الاثار البيئية المتوقعة على المدى القريب والبعيد

-أذكر القيم الجمالية التي يهدف التخطيط السياحي المستدام الى تعزيزه في المواقع التراثية والاثرية:

- قيمة التنوع العمراني (Value of Architectural Diversity)
- قيمة التنوع الوظيفي (Value of Functional Diversity)
- قيمة تعدد الموارد وتنوعها (Resources Value)
- قيمة الاستدامة الثقافية (Value of Continuity of Cultural)
- القيمة الاقتصادية والتجارية (Economic & Commercial Value)
- القيم الاجتماعية والثقافية غير الملموسة (Intangible Value Social)

-ماذا يتطلب تنمية المواقع الاثرية والتراثية في المجتمعات المحلية:

- 1-تنمية المجتمعات المحلية
- 2-الاهتمام بتخطيط الجوانب المعنوية لهذه المواقع
- 3-تحقيق تنمية سياحية مستدامة في هذه المواقع

-عرف مواقع التراث العالمي:

معالم ترشحها لجنة التراث العالمي في اليونسكو ليرتبط برنامج مواقع التراث الدولية التي تديره اليونسكو هذه المعالم فدتكون طبيعية كالغابات وسلاسل الجبال وقد تكون من صنع الانسان كالبنايات والمدن

-أذكر اهداف التخطيط السياحي المستدام للمواقع الاثرية والتراثية:

1. النهوض بهذه المواقع وتنميتها باتجاهين داخليا وخارجيا
 2. النمو الداخلي للمواقع الاثرية والتراثية من خلال العمل على تطوير القاعدة الاقتصادية
 3. تحقيق نمو اقتصادي لهذه المواقع
 4. تشجيع المجتمعات المحلية على عملية الاستثمار السياحي
 5. تقوية المؤسسات المحلية ودعمها
 6. تشجيع المؤسسات الوطنية والدولية على تجديد المواقع الاثرية والتراثية واحيائها واستخدامها
- علل: يتمثل النمو الخارجي للمواقع التراثية والاثرية من خلال تقديم الحكومة الاعانات المالية والحوافز للمستثمرين:
كي يتم خلق أنشطة واسواق جديدة داخل المنطقة وزيادة الطلب عليها

-أذكر النماذج التي يمكن من خلالها تحقيق النمو الاقتصادي في المواقع الاثرية والتراثية:
النموذج الاول (اعادة هيكلة الوظائف والانشطة)

احلال أنشطة سياحية جديدة مكان القديمة المهملة

النموذج الثاني (اعادة توليد الوظائف والانشطة نفسها)

ابقاء الأنشطة السياحية القديمة وجعلها اعلى كفاءة واكثر ربحية

النموذج الثالث (تنوع الأنشطة والوظائف)

اعادة تشكيلها لتحقيق النمو الاقتصادي بايجاد أنشطة جديدة قادرة على مواءمة القاعدة الاقتصادية الموجوده بالمنظمة ودعمها

-أذكر مستويات التخطيط السياحي المستدام في المواقع التراثية والاثرية على المستوى العام:

- مستوى السياسات التنموية

-ماذا يمثل مستوى السياسات التنموية:

1-التخطيط بدراسة المقومات الحضارية والطبيعية كافة 2 -امكانيات ومحددات المواقع الاثرية والتراثية للتنمية السياحية

3-تحديد البديل الافضل للسياسات التنموية في هذه المواقع

-أذكر الامور التي يتضمنها مستوى تخطيط استعلامات الاراضي:

تحديد التوزيع الجغرافي لمواقع الخدمات السياحية والفندقية في الموقع

بيان شكل الانتشار المكاني للبنية التحتية والفوقية في الموقع

لقاء الضوء على المناطق ذات الحساسية البيئية العالية

رسم اشكال المسارات السياحية ضمن مواقع الزيارة

دراسة الاثار البيئية الناجمة عن الأنشطة السياحية في الموقع وبيان الطاقة الاستيعابية باشكالها

-أذكر مستويات التخطيط السياحي المستدام في المواقع التراثية والاثرية على المستوى الخاص:

1-المحافظة على المواقع التراثية والاثرية 2 -اساليب تحدث تغيرات جذرية في المواقع التراثية والاثرية

3 -يرتبط هذا المستوى بالمواقع التراثية والاثرية المتدهورة

-كيف يتم المحافظة على المواقع التراثية والاثرية من خلال التخطيط السياحي المستدام:

الارتقاء - الصيانة - الترميم - الحماية - اعادة التوظيف

-ما هي الاساليب التي تحدث تغيرات جذرية في المواقع التراثية والاثرية من خلال التخطيط السياحي المستدام:

-الازالة -الاحلال -اعادة الانشاء

-كيف يتم المحافظة على المواقع التراثية والاثرية المتدهورة من خلال التخطيط السياحي المستدام:

-التحسين -اعادة التاهيل -التجديد الحضري

-كيف يمكن الاستفادة من تطبيقات نظم المعلومات الجغرافية (GIS) في التخطيط السياحي المستدام

في تخزين المعطيات والبيانات وتحليلها وتحديثها

وضع عدة مشاهد لمساعدة صانعي القرار والمخططين على اعداد المخطط التوجيهي المناسب وتطويره

التحكم بالتغيرات والمستجدات بالشكل الذي يحقق استدامة التنمية المطلوبه

-ما اهمية استخدام نظم المعلومات الجغرافية في التخطيط السياحي:

• تسجيل المعلومات عن المواقع التراثية والاثرية بصورة اكثر دقة

• معالجة الصور المساحية

• معالجة اشكال الصور جميعها الماخوذة بالاقمار الصناعية والارضية

• معالجة الصور الضوئية (الفوتوغرافية)

• معالجة التصوير التلفزيوني او الفيديو

• معالجة الصور الرقمية

-فسر استخدام التقنيات المتطورة مهم جدا في التنمية المستدامة للمواقع الاثرية والتراثية

يمكن الاستفادة من هذه الانظمة في تخزين المعطيات والبيانات وتحليلها وتحديثها

-علل: وضع عدة مشاهد (سيناريوهات) لمساعدة صانعي القرار والمخططين على اعداد المخطط التوجيهي المناسب وتطويره:

للتحكم بالتغيرات والمستجدات بالشكل الذي يحقق استدامة التنمية المطلوبه وتواصلها

- عرف نظام المعلومات الجغرافي (GIS) :

أداة تقوم على تنظيم المعلومات الجغرافية والوصفية بوساطة الحاسوب وربطها بمواقعها الجغرافية باستخدام احد لنظمة الاسناد الاسقاطي او الاحداثي للتعامل مع البيانات كنظام معلومات 0

- اذكر المحاور الرئيسية التي تضمنتها رسالة السياحة التي اعدتها وزارة السياحة في الاردن :

1. البعد الانساني والحضاري للسياحة
2. الموقع الاستراتيجي للاردن الذي اسهم في تفاعل الحضارات وتواصلها على ترابه الوطني
3. التنوع الواسع في الموارد السياحية الطبيعية والبشرية الذي يثرى المنتج السياحي الاردني
4. ديمومة تنمية المنتج السياحي بمكوناته المختلفة دعما للانشطة والمهن السياحية
5. التخطيط والتوجيه والمراقبة بالتنسيق مع مؤسسات القطاعين العام والخاص كافة
6. تشجيع القطاع الخاص وجذب الاستثمارات ورؤوس الاموال للمشاريع السياحية
7. الالتزام بمعايير الجودة والنوعية السياحية وفق افضل المعايير والمواصفات الدولية
8. التدريب والتاهيل المستمر للايدي العاملة السياحية
9. تعزيز الاهمية الاقتصادية للسياحة باعتبارها قاطرة الاقتصاد الوطني
10. التطوير الاداري والمؤسسي من خلال التشريعات العصرية

- اذكر مهام وزارة السياحة والاثار الاردنية:

1. التخطيط والتوجيه والاشراف على التسويق السياحي للمملكة
2. المشاركة في الفعاليات السياحية الدولية
3. التاكيد على مكانة الاردن كمركز جذب سياحي
4. تمتع الاردن من مزية تنافسية بالتعاون مع الوزارات والمؤسسات العامه والخاصة بالاضافة الى البعثات الدبلوماسية والملكية الاردنية
5. التركيز على الاسواق السياحية ذات المردود الاقتصادي المرتفع التي تهتم بالسياحة الثقافية والدينية والعلاجية والصحراوية وسياحة الحوافز

- عرف المفاهيم والمصطلحات الاتية: (اسئلة الوحدة)

التخطيط السياحي:

هو رسم صورة تقديرية ومستقبلية للنشاط السياحي في المواقع السياحية وهي فترة زمنية محددة ويقتضي ذلك على حصر الموارد الطبيعية في المواقع السياحية من اجل تحديد اهداف الخطة السياحية وتحقيق تنمية سياحية مستدامة

موارد التراث الطبيعي:

معالم ترشحها لجنة التراث العالمي في اليونيسكو ليتم ادراجها ضمن برنامج مواقع التراث الدولية التي تديره اليونيسكو هذه المعالم قد تكون طبيعية كالغابات وسلاسل الجبال وقد تكون من صنع الانسان كالبنايات والمدن

فسر ما ياتي:

يستهدف التخطيط الاقليمي السياحي ربط مشروعات التنمية الاقتصادية بالتنمية الاجتماعية والعمرانية:

لأنها تعيد توزيع السياح في المواقع بشكل متوازن وانشاء نقاط جذب سياحي بهدف التوزيع الامثل للانشطة الاقتصادية والخدمات بين مختلف الاقاليم السياحية

يمتاز التخطيط السياحي الجيد بانه يركز على المنتج السياحي:

لانه يعتبر من اهم اساس تطوير المواقع السياحية ولانه يزيد من جذب السياح وبالتالي زيادة الدخل القومي من السياحه تعد المواقع الاثرية والتراثية العنصر الحيوي الفعال في المنتج السياحي في السياحة الثقافية والحافز الرئيس لزيارة المنطقة :

حتى يتم المحافظة عليها من اجل الاجيال القادمة باستخدامها دون استنزاف فالحفاظ عليها ياتي في المقام الاول وقبل تنمية السياحة فعندما يتم تدمير هذه الموارد لن ياتي السياح لزيارة المنطقة

يتميز الاسلوب التخطيطي التعاوني لمشروعات التنمية السياحية بانه الاسلوب الانسب بالنسبة للدول النامية:

لان التخطيط من الاعلى الى الاسفل لا يضمن ديمقراطية في التنمية بالتخطيط من الاسفل الى الاعلى هو اسلوب متقدم للتخطيط يصعب تطبيقه في الدول النامية في ظل البيروقراطية

من مبادئ تطوير المواقع السياحية تحقيق الجودة في عملية التخطيط

لان المواقع السياحية ذات الجودة العالية هي المواقع التي يأمنها السياح ويعبرون عن رضاهم الكامل عليها وتعتبر ذات اهمية كبيرة في تطوير السياحة

-كون تعميما يوضح العلاقة بين ما ياتى:-

التمويل والتخطيط للمواقع السياحية:-

يحتاج التخطيط السياحي الى نفقات كبيرة وبالتالي الاعتماد على المساعدات الخارجية او الديون التي تتلقاها الدول النامية من الدول المتقدمة او البنك الدولي

السياحة البيئية ، التخطيط السياحي:-

التخطيط السياحي الجيد يعمل على تطوير السياحة البيئية لما لها من اهمية في استدامة السياحة

العلاقة بين المواقع التراثية والسياحة:-

تعد المواقع التراثية والاثرية جزءا لا يتجزأ من المجتمعات المحلية وبالتالي يجب تنمية المجتمعات المحلية اولا والتخطيط يجب ان يشمل الجوانب المادية والمعنوية لتحقيق تنمية سياحية مستدامة في هذه المواقع0

الوحدة الثانية (التسويق السياحي) من ص 33 ل ص 37

الدرس الاول -اساسيات التسويق السياحي:

فسر: يعد التسويق السياحي عاملا اساسيا لتحقيق التنمية السياحية المستدامة:
نظرا لما يقوم به من دور مهم في زيادة الدخل السياحي

علل: يعتمد التسويق السياحي على مخاطبة العواطف وكسب المشاعر والاتجاهات:
يعتمد على بناء صورة مضيئة وخلفية ايجابية لدى القدر الاكبر من مستقبلي رسائله المختلفة واهدافه

- اذكر العوامل التي يعتمد عليها نجاح تسويق اي موقع سياحي:
- 1-تأثير المقومات السياحية الموجوده داخل الموقع السياحي على السائح
 - 2-قوة عوامل اجذب فيه
 - 3-سهولة الوصول الى الموقع السياحي من قبل السائح

فسر: بات التخطيط التسويقي يلقي اهتمام مختلف منظمات الاعمال المهتمة بالسياحة:

يساعدها على تحديد اتجاهات الحركة السياحية وحجمها

-عرف مفهوم التخطيط التسويقي:

عملية دراسة الفرص التسويقية الممكنه ومن ثم تحديد التصرفات اللازمة والمواد الضرورية لاستغلال هذه الفرص بما يمكن من تحقيق الاهداف المرغوبة0

-يقسم التخطيط التسويقي الى نوعين هما:

- 1-التخطيط التشغيلي
- 2-التخطيط الاستراتيجي

-بماذا يتعلق التخطيط التشغيلي:

- تحديد الاسواق الحاضرة للسياحة ومعرفتها
- معرفة خصائص كل سوق منها
- توجهات السائحين فيها
- معرفة العوامل الجاذبة لها
- الاتجاهات الاجتماعية والاقتصادية التي تؤثر فيهم
- تحديد خصائص كل سوق سياحي ومواصفاته
- تحليل مشاركات السياح فيه
- تحليل المبيعات ودراسة مدى تنافسية المواقع السياحية

-بماذا يتعلق التخطيط الاستراتيجي:

- بالاعمال طويلة الامد
- يهتم بتشخيص الوضع الحالي وتنبؤ المستقبل
- تحديد اتجاهات كل من السوق والعاملين فيه والمتعاملين معه
- انشاء المواقع والمنتجات السياحية وتخطيطها وتزويدها بالمرافق والخدمات التي يحتاج اليها السائح

-بين كيف تبدأ الخطة التسويقية :

- بتحديد اهداف تسويق البرامج السياحية
- رسم الاستراتيجيات والبرامج التي تمكن الموقع السياحي من بلوغ اهدافه
- الرقابة والمراجعة المستمرة للتأكد من تأدية انشطتها بما يتوافق والمعايير الموضوعه
- اقرار التعديل في الخطة او الاستمرار فيها

-تسويق الخدمات السياحية:-

-عرف الخدمة السياحية:-

منتوج غير مادي يحتوي في مضمونه على عمل وأداء لا يمكن امتلاكه ماديا ولقد اعطى هذا التعريف في مضمونه خاصية للخدمة في انها لا تمتلك ماديا الا انه يمكن الانتفاع بها حتى من غير امتلاكها ويمكن ان تحقق الرضا لدى المستهلك 0

-عرفت الخدمة السياحية ايضا على انها:-

النشاطات والعمليات جميعها التي تحقق الرضا لدى المستهلك مقابل ثمن ودون ان يتضمن تقديمها اي خطأ ولا بد من التاكيد على مسالة الجودة في تقديم الخدمة في المواقع السياحية كاستراتيجية متقدمة في العمل الاداري للمؤسسات 0

-اذكر اهم خصائص الخدمات السياحية:-

- اللاملموسة فسر: اللاملموسة: اي عدم امكانية لمسها
- تزامن انتاجها مع استهلاكها فسر: تزامن انتاجها مع استهلاكها: اي انها تنتج وتقدم للانتفاع بها في وقت واحد
- التباين فسر: التباين: اي عدم القدرة على تقديم المستوى نفسه من جودة الخدمة
- الهالك فسر الهالك: اي عدم امكانية خزنها والاحتفاظ بها لحقبة من الزمن
- عدم التملك فسر عدم التملك:اي عدم امكانية الانتفاع بها او التمتع بحق امتلاكها
- توافق الخدمة في المواقع السياحية في شكلها ومضمونها مع البيئة المحيطة بها
- التكامل والانسجام وعدم التعارض مع اي عنصر من عناصر البيئة الطبيعية

-اذكر مراحل دورة حياة الخدمة السياحية:-

- مرحلة التقديم (Introduction)
- مرحلة النمو (Growth)
- مرحلة النضوج (Maturity)
- مرحلة التدهور (Decline)

عل: غالبا ما تكون ايرادات الخدمة السياحية في مرحلة التقديم في حالة انخفاض لانها غير معروفة

-وضح سمات مرحلة النمو في الخدمة السياحية:-

- 1-ارتفاع الارباح
- 2-زيادة حدة المنافسة

-ماذا يتطلب من ادارة الموقع السياحي في مرحلة النمو:-

اتباع سياسة تسويقية تعتمد على تمييز الموقع السياحي من غير

-ماذا يتطلب من المواقع السياحية لاطالة مرحلة النضوج:-

- 1-استخدام اساليب ترويجية مختلفة
- 2-تطوير الخدمة
- 3-اجتذاب مستخدمين جدد

-بماذا تتسم مرحلة النضوج: بزيادة الايرادات مع ازدياد حدة المنافسة

-ما خصائص مرحلة النضوج: بدء انخفاض الايرادات

-ما خصائص بدء انخفاض الايرادات في مرحلة النضوج:

- 1-تفوق المتنافسين
- 2-افتقاد الموقع السياحي تميزه من خلال التدهور البيئي
- 3-منافسة مواقع اخرى

علل: خصائص مرحلة النضوج بدء انخفاض الإيرادات:

لتفوق المتنافسين او لان الموقع السياحي افتقد تميزه من خلال التدهور البيئي

-اذكر حلول انخفاض إيرادات الخدمة في مرحلة التدهور:

1-تحسين الخدمة 2-مراجعة برنامجه الانتاجي 3-اسقاطها من مزيج الخدمات

-عرف التسعير: عبارة عن المقابل المادي او التعويض عن القيمة المقابلة للخدمة السياحية

-اذكر الاعتبارات الغير ملموسة في التسعير في الخدمات السياحية

1-تكوين سمعة طيبة عن الموقع السياحي 2-جودة خدماته

-ما اهمية السعر في السياحة وفي انتاج برنامج سياحي جيد:

- يعبر عن عائد او دخل الشركات السياحية المباشر من القيام بالبرنامج السياحي

- تقديم الخدمات السياحية والاحتفاظ بالموقع السياحي صالحا

- اختيار استراتيجيات وسياسات التسعير المناسبة التي تتلاءم مع كل فوج ومستوى سياحي معين

-الاختيار ما بين سياحة الصفوة الثرية وما بين سياحة الجماهير متوسطة الدخل

- جذب السياح

-يعد السعر من الامور المعقدة جدا في المزيج التسويقي للخدمات السياحية وذلك للاعتبارات التالية اذكرها:

1-قد تتدخل الحكومات من خلال وزارة السياحة بتحديد اسعار دخول المواقع السياحية

2-لا يعرف معظم السياح ثمن الخدمة في السياحة قبل تقديمها

3-لا يختار السائح في حالات معينة الخدمة المقدمة له وهذا يكون من اختصاص المرشد السياحي وشركات السياحة والسفر

4-جودة خدمات السياحة غير محددة المعالم وتتناثر بكثير من الامور

-كيف يتم تحديد السعر

1-جودة الخدمة المقدمة 2-مدى ادراك السائح الناتج النهائي للخدمة

السياحة والحجوزات الالكترونية (الوحدة الثالثة)

من ص 59 ل 62 و من ص 69 ل 73 و من ص 74 ل 81

الدرس الاول (مفهوم نظم المعلومات السياحية)

فسر: تشكل نظم المعلومات السياحية عنصرا مهما في صناعة السياحة في القرن الحالي:
وذلك عبر تسخير شتى الادوات والوسائل المتطورة في مجالات :

1-انظمة الحجوزات الالكترونية

2-الاتصالات

3-التوزيع

4-تقنية المعلومات للارتقاء بمسيرة القطاع السياحي

اذكر الادوات والوسائل المتطورة التي تشكل عنصرا مهما في صناعة السياحة عبر نظم المعلومات السياحية

1-انظمة الحجوزات الالكترونية

2-الاتصالات

3-التوزيع

4-تقنية المعلومات للارتقاء بمسيرة القطاع السياحي

فسر:

اصبحت نظم المعلومات السياحية اليوم متكاملة تكاملا بنويا بين مختلف اطراف صناعة السياحة :
لما تتميز به من شمول وسعة لا في المحتوى فقط بل بعدد مشتركها وبيروتوكولات تبادل النصوص والمعلومات

اذكر المجالات التطبيقية لنظم المعلومات السياحية:

- نظم المعلومات السياحية الخاصة بالجوانب الجغرافية والديمغرافية

- الخاصة بالاثار والمقومات السياحية

- الخاصة بالنقل السياحي

- الخاصة بالتسهيلات السياحية

- الخاصة بمكاتب السياحة والسفر

- نظم المعلومات التسويقية السياحية

مفهوم السياحة الالكترونية (E-Tourism) :

-عرف مفهوم السياحة الالكترونية

تعد احد المصطلحات الجديدة التي ارتبطت بثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وهي نظام يتيح عبر الانترنت او الشبكات التجارية العالمية كل ما يتعلق بعرض الخدمات السياحية وتسويقها الكترونيا

بما تشبه السياحة الالكترونية:

تشبه بسوق الكترونية يتواصل فيها البائعون (موردون وشركات ومحلات) والوسطاء (المكاتب السياحية)

اذكر اهم مزايا السياحة الالكترونية:

- الانتشار الواسع للشبكات العالمية الرقمية مثل الانترنت
- سرعة وسهولة تنفيذ ومعالجة العمليات السياحية التجارية
- سهولة تغيير المستندات الرقمية وتصويرها او الغائها دون اثار جانبية
- سهولة تبادل الوثائق الالكترونية عبر البريد الالكتروني
- استخدام شبكة الانترنت كاداة تسويق لنشر المعلومات الخاصة بالمنتج السياحي

فسر/علل: لقد بدأت شريحة من السياح على المستوى الدولي باستخدام الحجز الالكتروني عبر الانترنت :

1- نظرا لسهولة الوصول الى المعلومة التي تساعد على التخطيط لقضاء اجازاتهم الصيفية بعيدا عن الطرق التقليدية المتبعة سابقا

2- استخدام القنوات الالكترونية المتنوعة يساعد السائح على التعرف الى السلع والخدمات السياحية

-ان استخدام الحجز الالكتروني عبر الانترنت ساعد السياح على الابتعاد عن الطرق القديمة المتبعة سابقا: وهي:

الحجز عن طريق مكاتب السياحة والسفر

ان استخدام القنوات الالكترونية المتنوعة يساعد السائح على التعرف الى السلع والخدمات السياحية مثل:

- 1- الفنادق
- 2- والمطاعم
- 3- ووكالات السفر
- 4- وشركات الطيران

-أذكر أقسام نشاطات السياحة الالكترونية:

ترويج السياحة الكترونيا بالتواصل بين الشركات السياحية والسائح بشكل فردي (B2C) : (Business – To – Customer)
ترويج السياحة الكترونيا من الشركات الى الشركات (B2B):
(Business – To – Business) مثل بيع الرحلات السياحية من خلال الشركات الى مورديها

-سمات السياحة الالكترونية:

- 1- تتسم السياحة الالكترونية العاملة في بيئة الانترنت بعدة سمات من اهمها:
- 2- عدم وجود علاقة مباشرة بين طرفي العملية السياحية
- 3- عدم وجود اي وثائق ورقية متبادلة في اجراء المعاملات السياحية وتنفيذها
- 4- التفاعل الجمعي او المتوازي اي امكانية التفاعل مع اكثر من مصدر في الوقت نفسه
- 5- امكانية التأثير المباشر على أنظمة الحاسبات بالشركات السياحية من خلال ما يسمى بالتبادل الالكتروني للبيانات والوثائق (Electronic data Interchange)
- 6- الدخول الى الاسواق السياحية العالمية في اي وقت
- 7- تخفيض التكلفة وزيادة الارباح
- 8- توسيع الاسواق بالوصول الى الاسواق العالمية

-فسر: عدم وجود علاقة مباشرة بين طرفي العملية السياحية:

حيث يتم التلاقي بينهما من خلال شبكة الاتصالات

-ما الذي يميز التلاقي بين طرفي العملية السياحية من خلال شبكة الاتصالات
وجود درجة عالية من التفاعلات بغض النظر عن وجود طرفي التفاعل في الوقت نفسه على الشبكة

-كيف تتم عمليات التفاعل بين طرفي العملية السياحية

تتم الكترونيا من غير استخدام الورق

-عرف الرسالة الالكترونية:

هي السند القانوني الوحيد المتاح لكلا الطرفين في حالة نشوء نزاع مما ادى الى تخوف الكثير من التعامل عن طريق الوسائل الالكترونية

-كيف يتم التفاعل الجمعي او المتوازي مع اكثر من مصدر في الوقت نفسه:

حيث يستطيع احد اطراف المعاملة ارسال رسالة الكترونية الى عدد لا نهائي من المستقبلين في الوقت نفسه دون الحاجة لاعادة ارسالها في كل مرة

-شراء الرحلات السياحية الكترونيا

كيف يتم شراء الرحلات السياحية الكترونيا:

تعرض المنتجات والخدمات السياحية عبر الانترنت ولكل منتج سياحي سعره المحدد ليعرف المشتري معلومات عن موضوع الشراء (سلعة ومنتج وخدمة) ومن ثم اختيار موضوع الشراء ودفع القيمة المطلوبه من غير التواجد الفعلي في منطقة الجذب السياحي 0

-أذكر المعايير التي يجب توفرها في مواقع السياحة الالكترونية التي يجب توافرها قبل عملية شراء الرحلة السياحية:

- يجب ان يقدم الموقع خدمة الدفع بوساطة بطاقات الائتمان من خلال خادم آمن وموقع مشفر
- يجب ان يعلن الموقع عن سياسته تجاه العملاء بما فيها من الامان والسرية والخصوصية والخدمة
- يجب ان يكون بالموقع قسم لخدمة السياح قبل بيع الرحلة السياحية وتوفر مسؤولين للرد على استفسارات السياح
- يجب ان يعلن الموقع عن صفته الرسمية وعنوانه الدائم وارقام الهاتف والفاكس والبريد الالكتروني

ان السياحة الالكترونية تختلف عن باقي تطبيقات التجارة الالكترونية من حيث:

1-الزمن

2-طبيعة المعلومات

فسر كيف تختلف السياحة الالكترونية عن باقي تطبيقات التجارة الالكترونية من حيث الزمن وطبيعة المعلومات:

الزمن : هناك وقت محدد مثلا لبيع مقعد في طائرة او غرفة في فندق وعدم تحقيق الصفقة في وقتها يؤدي الى خسارة لا تعوض كون الزمن يمر

طبيعة المعلومات:

تحتاج الى دعم بالصور الثابته او المتحركة وهذا يتطلب سرعة عالية في خطوط الاتصال

الدرس الثالث (التذاكر الالكترونية)

-مفهوم التذكرة الالكترونية:

هي نموذج الكتروني للتذكرة الورقية وهي طريقة بديلة لتوثيق عملية بيع التذاكر

-أذكر ميزات التذكرة الالكترونية:

1-يتم انشاء سجلاتها في قاعدة المعلومات الخاصة بالناقل المصدر للتذكرة

2-يتم تخزين تفاصيل بيانات الحجز جميعها الكترونيا

3-ويمكن الرجوع اليها في اي وقت

4-يتم تزويد المسافر بايصال استلام بدلا من التذكرة الورقية العادية

-فسر: بدا الاتحاد الدولي للنقل الجوي آياتا (IATA) منذ بداية القرن الحالي:

بتشجيع فكرة التذكرة الالكترونية وتعميمها

-اذكر اسباب قيام الاتحاد الدولي للنقل الجوي آياتا بتشجيع فكرة التذكرة الالكترونية وتعميمها:

- توفر اكثر من ثلاثة مليارات دولار سنويا حسب احصائيات منظمة الاتحاد الدولي للنقل الجوي (آياتا) لعام (2010)

- تسهم بعرض اسعار تنافسية بسبب توفير عمولات مكاتب السياحة والسفر

- تصل الى شريحة اكبر من السوق المستهدف

- تحسين البيع لمقاعد الطائرة خلال الزمن المحدد

- توفر التذاكر الالكترونية خيارات اكثر امام المسافر

علل: تسهم منظمة الاتحاد الدولي للنقل الجوي (آياتا) بعرض اسعار تنافسية:

بسبب توفير عمولات مكاتب السياحة والسفر

-في اي عام اصدرت منظمة الطيران الدولي (آياتا) موعدا نهائيا للتوقف عن اصدار التذاكر الورقية في انحاء العالم:

عام 2007

-ما الهدف من الاعلان الذي اصدرته منظمة الطيران الدولي (آياتا) التوقف عن اصدار التذاكر الورقية:

ايدانا منها في البدء بتطبيق النظام الجديد في اصدار التذاكر الالكترونية والمشاريع التابعة لها

-وضح الامور التي قامت بها الخطوط الدولية فيما يتعلق بتطبيق النظام الجديد في اصدار التذاكر الالكترونية الذي اصدرته منظمة

الطيران الدولية (آياتا):

- وضع خطط تسويقية واعلامية وتوعويه للتعريف بهذه الخدمة الجديدة في القطاعات جميعها

- البدء في تحديث البنية التقنية التحتية اللازمة لتنفيذ هذا المشروع

- مواكبة التطورات والخدمات جميعها على صناعة النقل الجوي

- توقيع وتعاقد مع الشركات التي تساعد في تصميم تلك التطبيقات واستخداماتها

- ايجاد قواعد بيانات لتصدر تلك التذاكر الالكترونية للمسافرين

-تطبيق النظام الجديد على المستويين العالمي والمحلي

- الى ماذا ادى تطبيق النظام الجديد فى اصدار التذاكر الالكترونية على المستويين العالمى والمحلى :
- ادى الى تبسيط الاجراءات الخاصة بشركات النقل الجوى جميعها
 - التعامل مع المسافرين
 - تقليص للاجراءات التي تتم عند الكاونتر الخاص بالمغادرين
 - تقليل نسبة الازدحام الموجوده في المطارات
 - التعامل السهل مع الامتعة

-كيف تتم حركة المسافرين على المستويين العالمى والمحلى:
ضمن اسس ومعايير متفق عليه دوليا حسب ما تصدره منظمة الطيران الدولية آياتا (IATA)

-من اهم التوصيات التي اصدرتها منظمة الطيران الدولية فى تطبيق النظام الجديد الخاص بالتذاكر الالكترونية:
تسخير وتسهيل وسائل الدفع الالكتروني جميعها (E-Payment) اما عن طريق الانترنت باستخدام بطاقتي الانتمان فيزا (Visa) او ماستر كارد (Master Card)

-مزايا استخدام التذاكر الالكترونية :

اذكر مزايا استخدام التذاكر الالكترونية او وضح اهمية التذاكر الالكترونية:

- وفرت التكاليف التي تتعلق بامور طباعة التذاكر التقليدية واجور ارسالها بالبريد العادي للمشتريين
- ان استخدام التذاكر الالكترونية يؤدي الى تخفيض عدد العمالة والجهد المرتبطين بطباعة التذاكر وارسالها بالبريد عن طريق المراسلين
- ضمان سهولة استخدام التذاكر الالكترونية وسلامتها حيث تحتوي كل تذكرة على شيفرة التعريف
- حصر للمتواجدين حيث تمكننا التذاكر الالكترونية من معرفة الحضور الفعلي من الاشخاص الذين يحملون التذاكر الالكترونية في حضور حدث ما وما هو العدد الفعلي منهم
- التسليم الفوري ان المشتريين عادة ما يرحبون بفكرة طباعة تذاكرهم التي تم شراؤها عن طريق الانترنت او الحجز الالكتروني فورا
- توفر التذاكر الالكترونية معلومات اضافية مثل عنوان الشارع والخريطة واتجاهات للوصول الى النقطة المستهدفة
- تقدم التذاكر الالكترونية طريقة فريدة من نوعها في الاعلان عن فحواها مما يضيف اليها جودة ونوعية

علل: من مزايا التذاكر الالكترونية حصر للمتواجدين :

حيث تمكننا التذاكر الالكترونية من معرفة الحضور الفعلي من الاشخاص الذين يحملون التذاكر الالكترونية في حضور حدث ما وما هو العدد الفعلي منهم

ماذا يطلق على شيفرة التعريف التي تحتويها كل تذكرة:

شيفرة الباركود (Barcode)

ما ميزات شيفرة التعريف التي تحتويها كل تذكرة:

- 1-تلغى فكرة امكانية التزوير او تكرار المخالفات
- 2-سهولة الاجراءات التي تتم بين المسافر والطرف الاخر

اصدار التذاكر الالكترونية:

بماذا تختلف البطاقات الصادرة (التذاكر الالكترونية) من شركة الى اخرى:
1-في المحتوى 2-طريقة الضمان 3-الامان المتبعين في ذلك

كيف تقوم كل جهة بدور مختلف عن الاخرى في كيفية ابراز (اصدار) التذكرة الالكترونية:

بشكل يوحي للمشتري ان هذه التذكرة لا يمكن التلاعب بها او التفكير بتزويرها لاعادة استعمالها او طباعة تذكرة اخرى لبيعها في السوق السوداء وان لم يستخدم اغلبهم اسلوب الباركود لمنع آية التزوير فاي ازالة لهذه الشيفرة او تلاعب باي رقم من الارقام يعني التلاعب في البطاقة

على اي آلية تعمل الشيفرة المستخدمة في التذاكر الالكترونية: على آلية الخوارزميات المعقدة

كيف يتم الكشف عن اي تلاعب فى رقم الشيفرة المستخدمة فى التذاكر الالكترونية:

عن طريق اجهزة صغيرة تسمى الماسحات الضوئية التي تكون مخصصة لقراءة الشيفرة التي تسمى الباركود ويطلق عليها (Barcodes Reader)

-كيف يتم اكتشاف التلاعب في بطاقة التذكرة الإلكترونية على جهاز الباركود:

تمرر مباشرة على الجهاز تعطي الإشارة الى ان البطاقة سليمة او غير سليمة يطلق الجهاز صافرة تنذر بوجود خلل ما بالبطاقة في حال لم يكن هناك عنصر بشري لذلك ان وجد العنصر البشري في التاكيد على صلاحية البطاقة تظهر له رسالة واضحة على شاشة الحاسوب تؤكد عدم الصلاحية لها

-الخطوات اللازمة للحجز السياحي:

- عدد المراحل والخطوات المتتبعه التي تمر بها عمليات الحجز السياحي
- الاتصال بشركة الطيران اما هاتفيا او عبر تصفحك للموقع المراد الحجز عن طريقه بالانترنت
- تزويد الشركة او الموقع بمعلومات عن طريق الوجهة المراد السفر اليها والتحديد ما ان كانت هذه الوجهة ذهابا وايابا او ذهابا فقط وعدد المقاعد المطلوب حجزها
- تحضير رقم البطاقة الانتمانية للبدء في عملية الدفع الخاصة بالمسافر
- بعد اتمام عملية الدفع النهائية يظهر الموقع رقما للحجز يخص المستخدم الخاص به
- التوجه الى المطار وهنا يجب ان يكون لديك البطاقة الانتمانية التي تمت عملية الحجز بوساطتها
- واخيرا تخرج الآلة البطاقة التي تخص المسافر والتي تسمى بطاقة المرور (Board Passing Card)

-ما الامور التي يجب ان يتأكد منها المستخدم الذي يقوم بعملية الدفع عن طريق البطاقة الانتمانية:

- 1-التأكد من شهادة الامان المزوده بالموقع والمصاحبة له التي تكون ظاهرة بوجود شعار للدفع الآمن
- 2-يجب ان يقرأ شروط الاستخدام وما يترتب عليه بعد عملية الدفع
- 3-يجب ان يتأكد من سياسة ارجاع النقود
- 4-سياسة تغيير الحجز من وجهة الى اخرى

-ما السياسة التي تستخدمها بعض الشركات للتاكيد على الحجز:

تستخدم آلية الرسائل القصيرة (SMS) وترسل رقم الحجز على الهاتف النقال

-ما الامور التي يجب ان يتأكد منها المستخدم عند التوجه الى المطار لتاكيد عملية الحجز التي تمت بوساطة البطاقة الانتمانية:

- 1-ان يكون لديه ما يثبت شخصية المسافر مثل جواز السفر او اي بطاقة تدل على شخصية المسافر
- 2-اظهار رقم الحجز للموظف المسؤول للتاكيد على الحجز
- 3-عند الوصول للمطار يجب التوجه الى احد المكائن التي ترشد المسافر الى المكان الذي يضع في حقائبه

الدرس الرابع (الحجوزات الالكترونية)

-ما مفهوم الحجوزات الالكترونية (Automated Reservation System) : (ARS) or (Computerized Reservation System) : (CRS)

هي عملية بيع الرحلات والخدمات السياحية وشرائها عبر شبكة الانترنت

-علل: يمكن ان تعتبر الحجوزات الالكترونية نقلة نوعية وكبيرة في صناعة السياحة:

- 1-لما حدث من تحولات جوهرية في مسار التسويق وفلسفته وتطبيقاته
- 2-اصبح السياح في عصر الانترنت يحصلون على المعلومات التي يحتاجونها كافة
- 3-العروض السياحية التي تستجيب لحاجاتهم ورغباتهم
- 4-اسعار الرحلات بالسياحية التي تناسبهم

اذكر اشكال الحجوزات السياحية:

1-الحجوزات السياحية بقنوات التوزيع المباشرة
2-الحجوزات السياحية بقنوات التوزيع غير المباشرة

اذكر اشكال الحجوزات السياحية بقنوات التوزيع المباشرة:

- 1-بوساطة الرسالة او البرقية (By Telegram or By Letter)
- 2-عن طريق الهاتف (By Phone)
- 3-عن طريق الفاكس (Fax)
- 4-عن طريق الحضور الشخصي (Face to Face)
- 5-عن طريق الانترنت دون وجود وسيط (By the Internet)

اذكر اشكال الحجوزات السياحية بقنوات التوزيع غير المباشرة:

- 1-وكالات السياحة والسفر (Travel Agencies)
- 2-منظمو الرحلات الشاملة (tour Operators)
- 3-ممثلو مبيعات الفنادق (Hotel Sales Representatives)
- 4-انظمة التوزيع الالكترونية (Electronic Distribution Systems)
- 5-المؤسسات الحكومية (Government Tourist Associations)

بما تتميز الخدمات السياحية :

- 1-تتميز بتكاليف عالية
- 2-اسعار مرنة تتأثر بظروف السوق السياحية المتعددة والمتغيرة
- 3-تتطلب اداة الكترونية تتيح قاعدة بيانات مساعدة ومرشدة لاستراتيجيات التسويق السياحي الذكي

اذكر الامور التي تتطلب المنافسة في مجال تقديم خدمات سياحية ذات جودة عالية:

- 1-تنوع استراتيجيات التسويق
- 2-تنوع الاسواق السياحية
- 3-اذواق العملاء السياحيين
- 4-كيفية الوصول اليهم

هل تعتبر السياحة الالكترونية والتسويق السياحي الالكتروني تهديدا لفرص العمل والعنصر البشري في قطاعات صناعة السياحة:

لا تعتبر تهديدا لفرص العمل والعنصر البشري في قطاعات صناعة السياحة وانما هما فرصة وقوة مباشرة لخلق فرص عمل وتوظيف جديد داخل قطاعات السياحة والقطاعات المرتبطة بها

اذكر اهم مشكلات الحجز التقليدية عن طريق الهاتف:

- الضغط المتزايد على مكاتب الحجز المركزية في شركات الطيران
- تحتاج عملية الحجز الى جهد ووقت كبير بالنسبة للوكيل السياحي

علل: قيام شركات الطيران بتركيب اجهزة آلية في مكاتب السياحة والسفر:
لتمكينها من عمل الحجز مباشرة

ما الاسباب التي ادت الى انبثاق فكرة نظم التوزيع الآلية:

- 1- قيام شركات الطيران بتركيب اجهزة آلية في مكاتب السياحة والسفر
- 2- تراكم الاجهزة في المكاتب السياحية
- 3- تسبب المزيد من التكاليف المادية والاعباء على مكاتب السياحة

ما الاساس الذي تقوم عليه فكرة نظم التوزيع الآلية:

- 1- قيام مكاتب السياحة والسفر بالاتفاق مع شركات الطيران بشراء عدد من المقاعد على الطائرة مقابل نسبة معينة يحصل عليها المكتب السياحي
- 2- يستطيع المكتب السياحي القيام بالحجوزات الالكترونية واتمامها عن طريق التواصل الالكتروني مما ادى الى تخفيض التكاليف والاعباء على الوكيل
- 3- تعلم نظام شركة التوزيع التي توفر له خدمة الحجز والمبيعات لمدير الوكالة بدون ان يحتاج ان يعين موظفا لكل شركة طيران

ماذا اصبحت توفر تطورات النظم الالكترونية للوكيل السياحي:

- 1- امكانيات الحجز والبيع في الفنادق
 - 2- شركات تاجير السيارات
 - 3- الرحلات السياحية والبحرية
- علل: اصبح الوكيل بالاضافة الى نسب البيع من شركة الطيران والفنادق يحصل على حوافز مادية من شركات التوزيع ضمن برامج المنافسة
ادى الى زيادة العوائد الربحية للوكيل السياحي

اذكر اهداف المنظمة الدولية لصناعة السياحة الالكترونية والتسويق الالكتروني (IOET) :

- نشر ثقافة ووعي استخدام تكنولوجيا الانترنت
- التطور الهائل لتحقيق اعلى قدر من المبيعات على الانترنت في مجالات التجارة الالكترونية كلها سياحة وافدة متضاعفة
- ارباح هائلة لكل العاملين في هذا القطاع المهم فالسياحة هي مصدر رئيس للدخل القومي
- فرص تطور الحجوزات السياحية الالكترونية

اذكر مزايا صناعة السياحة حاليا :-

- 1- اعادة هندسة عملية الحجوزات
- 2- التوجه المتزايد نحو الحجوزات الالكترونية
- 3- تحرك معظم الشركات السياحية باتجاه تبني مفهوم الحجوزات السياحية الالكترونية

اذكر اهم الفرص والمنافع التي تحققها الحجوزات الالكترونية لكل من الشركات السياحية والسياح :

- 1- امكانية الوصول الى الاسواق السياحية العالمية وزيادة الحصة السوقية للشركات السياحية
- 2- تقديم برامج الرحلات السياحية والخدمات وفقا لحاجات السياح
- 3- الحصول على معلومات مرتدة لتطوير المنتجات السياحية
- 4- استحداث اشكال وقنوات جديدة للتوزيع
- 5- اسهمت الحجوزات الالكترونية بايجاد نوع مبتكر من الوسطاء والذين يطلق عليهم وسطاء المعرفة الالكترونية
- 6- اسهمت الحجوزات الالكترونية بتحقيق ميزة تنافسية وموقع استراتيجي للشركات السياحية

-عرف وسطاء المعرفة الالكترونية:

هي منظمات تعمل لتسهيل عملية التبادل بين الشركات السياحية والسياح

-بماذا اسهمت الحجوزات الالكترونية:

- 1-بتحقيق ميزة تنافسية وموقع استراتيجي للشركات السياحية
- 2-خلقت فرصا غير مسبوقة في دعم الاستراتيجيات المميزة
- 3-تحسين الوضع التنافسي لهذه الشركات

-تحديات الحجوزات الالكترونية في القطاع السياحي

أذكر التحديات والصعوبات التي تواجه العديد من الشركات السياحية التي تعتمد على الحجوزات الالكترونية
التحديات التنظيمية:

- 1- صعوبة متابعة التطورات المتلاحقة في تكنولوجيا الحجوزات الالكترونية
- 2- تعاني العديد من الشركات السياحية التي تعتمد اسلوب الحجوزات الالكترونية في عملها من عوائق اللغة والثقافة
- 3- تعد السرية والخصوصية من التحديات التي تعيق تطور الحجوزات الالكترونية وتؤثر في تقبل بعض السياح لفكرة الحجز الكتروني
- 4- عدم الثقة في وسائل الدفع الالكترونية لاتمام عملية الحجز الالكتروني وشراء الرحلة السياحية

-أذكر التحديات التنظيمية :

- 1-احداث تغييرات جوهرية في البنية التحتية في الهيكل والمسار والفلسفة التنظيمية للشركات السياحية
- 2-تنظيم هياكلها ودمج الأنشطة والفعاليات الاتصالية التسويقية الخاصة بالحجوزات الالكترونية
- 3-تحديث اجراءات العمل بها بما يتماشى والتطورات التكنولوجية المتجددة

علل: تعاني العديد من الشركات السياحية التي تعتمد اسلوب الحجوزات :

الالكترونية في عملها من عوائق اللغة والثقافة
مما يعيق التفاعل بين كثير من السياح والبرامج السياحية المعروضة الكترونيا وآليات الحجز لشرانها

-أذكر مشكلات الحجز الالكتروني التي تواجه الشركات السياحية في الاردن:

- 1- غياب البنية التحتية الضرورية لهذا النوع من الحجوزات
- 2- عدم تقبل بعض المواطنين الاردنيين لفكرة الحجز الالكتروني عبر الانترنت لاساسهم بالاحطار
- 3- عدم وضوح الرؤيا المستقبلية لاهمية الحجوزات الالكترونية لدى مديري الشركات السياحية
- 4- عدم انتشار الانترنت بصورة كبيرة

علل: عدم تقبل بعض المواطنين الاردنيين لفكرة الحجز الالكتروني عبر الانترنت :

لاساسهم بالاحطار

-أذكر بعض البيانات التي تحتاجها عملية الحجز الالكتروني:

- 1-الاسم
- 2-الجنسية
- 3-العنوان
- 4-طريقة السداد

-على ماذا يتوقف نجاح صناعة السياحة في الاردن:

- 1-على استخدام ادوات السياحة الالكترونية والتسويق السياحي الالكتروني
- 2-كفاءات الموارد البشرية المدربة والجيدة في تقديم وعرض مدى توافر وتنوع المنتج السياحي لدى المقاصد السياحية

-الحلول المقترحة للسيطرة على اخطار السياحة الالكترونية

أذكر الحلول المقترحة للسيطرة على اخطار السياحة الالكترونية:

- 1- توخي الحذر باعطاء المعلومات الشخصية الا للجهات الموثوق بها ومعرفة اسباب حاجة تلك الجهات لهذه المعلومات
- 2- استخدام برنامج أمن للدخول الى شبكة الانترنت
- 3- التأكد من موقع الشركة السياحية على الشبكة العنكبوتية
- 4- استخدام بطاقات الدفع المضمونه
- 5- الحذر من تنزيل برامج عبر الانترنت غير موثوقة المصدر
- 6- الحذر من اعطاء الارقام السرية
- 7- الاحتفاظ بنسخ من العمليات وهذه تعد من الامور المهمة والتي تسهم في اكتشاف السرقات وتفادي استمرارها
- 8- عدم السماح للاطفال باستخدام الشبكة من غير اشراف
- 9- عدم استخدام المواقع غير المرخصة

-ماذا تتضمن المعلومات الشخصية التي تعطى للجهات الموثوق بها:

1-العنوان البريدي

2-ارقام الهواتف

3-البريد الالكتروني

-ما المقصود باستخدام بطاقات الدفع المضمونه:

المقصود بذلك ان يتم التعامل مع مصدري بطاقات الدفع عبر الانترنت والذي يتمتعون بسياسات خاصة تحمي الشخص المتعامل من مسؤولية الاستخدام غير المرخص لبطاقته من قبل الاخرين

تم بحمد الله

هذا المرجع يعد شاملا للمادة ويحقق العلامة الكاملة بإذن الله

كل التوفيق والنجاح أ. محمد الحجاي