



إدارة المناهج والكتب المدرسية

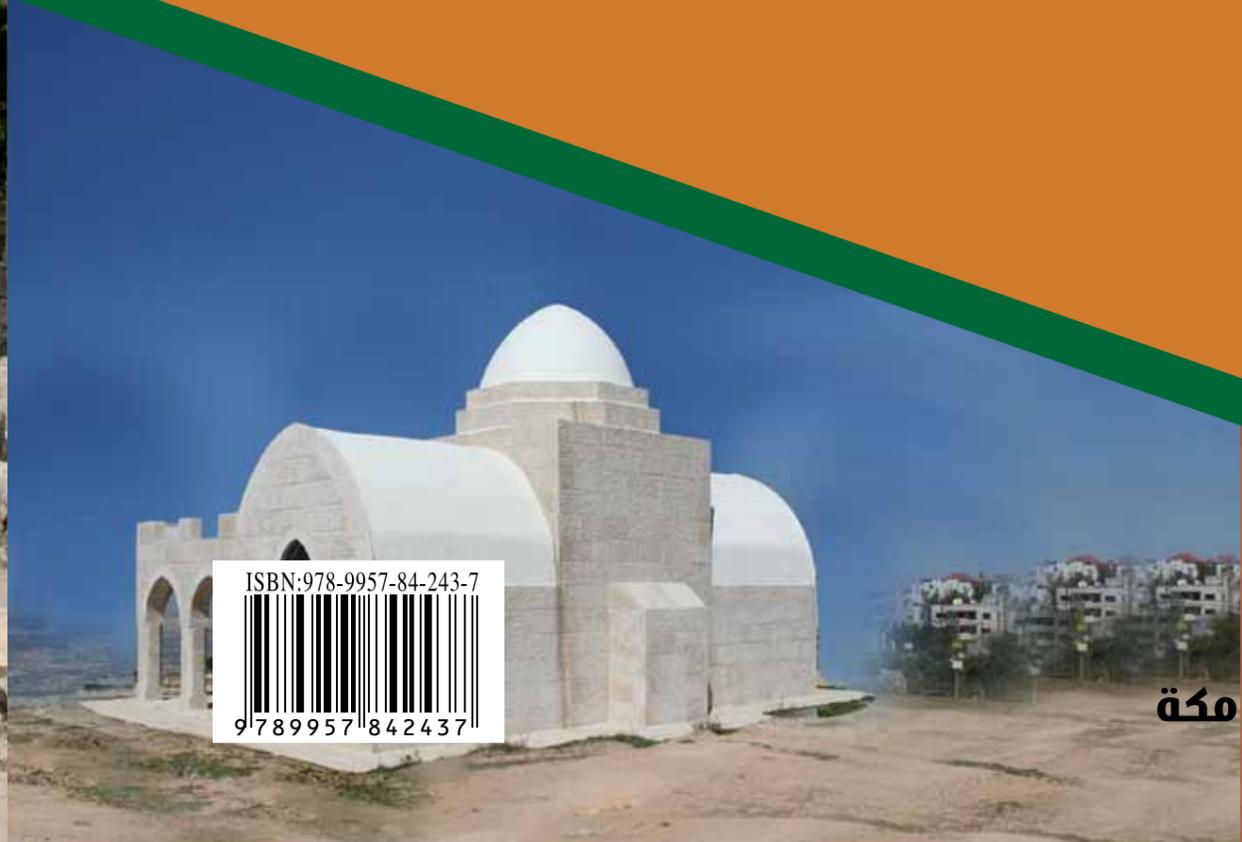
السياحة والسفر



الفصل الدراسي الثاني

الصف الحادي عشر

الفرع الفندقي والسياحي



ISBN:978-9957-84-243-7



9789957842437

مطبعة مكة



إدارة المناهج والكتب المدرسية

منهاجي
متعة التعليم الهادف



السياحة والسفر Travel & Tourism

الفصل الدراسي الثاني

الصف الحادي عشر

الفرع الفندقية والسياحي

تأليف

د. محمد وهيب علي

محمد محمود أبو هلال

سامح محمد الزواتي

الناشر

وزارة التربية والتعليم

إدارة المناهج والكتب المدرسية

يسر إدارة المناهج والكتب المدرسية استقبال ملحوظاتكم وآرائكم على هذا الكتاب على العناوين الآتية:

هاتف ٨-٥/٤٦١٧٣٠٤ فاكس: ٤٦٣٧٥٦٩ ص.ب (١٩٣٠) الرمز البريدي: ١١١١٨

أو على البريد الإلكتروني: VocSubjects.Division@moe.gov.jo

قررت وزارة التربية والتعليم وتدرّيس هذا الكتاب في مدارس المملكة الأردنية الهاشمية
جميعها، بموجب قرار مجلس التربية والتعليم رقم ٧٣/٢٠١٠ تاريخ ٢٦/٩/٢٠١٠ اعتباراً من العام
الدراسي ٢٠١٠/٢٠١١ م.

الحقوق جميعها محفوظة لوزارة التربية والتعليم

الأردن - عمان ص . ب ١٩٣٠

www.moe.gov.jo

لجنة التوجيه والإشراف على التأليف

فيصل الحاج ذيب / رئيساً	زياد نعيم الكردي / مقرراً
د. خالد مصطفى المقابلة	د. ابراهيم خليل بظاظو
د. سعد احمد الطويسي	د. احمد فرحان العمايره
محمد عبدالرحيم العورتاني	ريم سلمان العوران

التحرير العلمي: زياد نعيم الكردي
التحرير اللغوي: محمد أحمد ندى
التحرير الفني: نداء فؤاد أبو شنب
التصميم: م. عبدالحافظ الخطيب
التصوير: أديب عطوان
الإنّـتـاج: علي محمد العويدات
دقق الطباعة وراجعها: فؤاد عيسى عبد العزيز

رقم الإيداع لدى دائرة المكتبة الوطنية

(٢٠١١/٣/١١٩٤)

ISBN: 978-9957-84-243-7

٢٠١٠ هـ / ١٤٣١ م

٢٠١١ - ٢٠١٨ م

الطبعة الأولى

أعيدت طبعته

قائمة المحتويات

الصفحة

الموضوع

٥	المقدمة
٧	الوحدة الأولى : مكاتب السياحة و السفر
٩	أولاً : مسؤوليات مكاتب السياحة و السفر ومهامها
١١	ثانياً : أنواع مكاتب السياحة و السفر
١٣	ثالثاً : إدارة مكاتب السياحة و السفر
٢٩	رابعاً : رموز مكاتب السياحة و السفر ومصطلحاتها
٣١	أسئلة الوحدة
٣٣	التقويم الذاتي
٣٥	الوحدة الثانية : النقل السياحي
٣٧	أولاً : التطور التاريخي للنقل السياحي
٤٠	ثانياً : دور شركات النقل في صناعة السياحة و السفر
٥١	ثالثاً : الخدمات السياحية في وسائط النقل
٥٣	رابعاً : رموز النقل السياحي ومصطلحاته
٥٧	أسئلة الوحدة
٥٩	التقويم الذاتي
٦١	الوحدة الثالثة : الاتصال السياحي
٦٣	أولاً : أساسيات الاتصال السياحي
٦٥	ثانياً : وسائل الاتصال السياحي
٧٠	ثالثاً : متطلبات الاتصال السياحي
٧٣	رابعاً : معوقات الاتصال السياحي
٧٥	خامساً : مهارات الاتصال في مكاتب السياحة و السفر
٨٤	أسئلة الوحدة
٨٦	التقويم الذاتي
٨٧	قائمة المصطلحات
٨٩	قائمة المراجع

بسم الله الرحمن الرحيم

المقدّمة

الحمد لله ربّ العالمين، والصلاة والسلام على خاتم المرسلين سيّدنا محمد، صلّى الله عليه وسلّم وعلى آله وصحبه أجمعين، وبعد، فيسرّنا وضع كتاب السياحة والسفر، الفصل الدراسي الثاني، للصف الحادي عشر، فرع التعليم الفندقّي والسياحي بين أيدي أبنائنا الطلبة الأعزاء وزملائنا المعلمين الكرام، وقد جاء المبحث على شكل وحدات دراسيّة يقدّم المعلومات ذات العلاقة بقطاع الخدمات السياحيّة والفندقيّة، مرتكزاً على ما تمّ دراسته في المرحلة الأساسيّة في مبحثي التربيّة المهنيّة والتربيّة الوطنيّة والاجتماعيّة، ومتكاملاً مع مباحث التعليم الفندقّي والسياحي المتخصّصة لتحقيق التكامل الأفقي والعمودي للمنهاج. وقد جاء هذا الكتاب وفق الإطار العام للتّناجات العامّة والخاصّة لفرع التعليم الفندقّي والسياحي، ومنسجماً مع خطّة التطوير التربوي نحو الاقتصاد المبني على المعرفة والمستجدّات العلميّة في مجال التخصّص.

وقد روعي في هذا الكتاب التسلسل المنطقي لوحداته، بالإضافة إلى العديد من الأنشطة وقضايا البحث والمناقشة والأسئلة.

تناولت الوحدة الأولى موضوع مكاتب السياحة والسفر من حيث مسؤوليات مكاتب السياحة والسفر، وأنواعها، وطرق إدارتها، والرموز والمصطلحات المستخدمة فيها. أمّا الوحدة الثانية فتناولت موضوع النقل السياحي من حيث التطوّر التاريخي للنقل السياحي، ودور شركات النقل في صناعة السياحة والسفر، بالإضافة إلى موضوع الرموز والمصطلحات المستخدمة في النقل السياحي.

في حين ركّزت الوحدة الثالثة على موضوع الاتصال السياحي من حيث أساسيات الاتصال السياحي، ووسائل الاتصال السياحي، ومتطلّبات الاتصال السياحي، ثمّ معوّقاته وصولاً إلى مهارات الاتصال في مكاتب السياحة والسفر.

وقد ألحق الكتاب بقائمة تشتمل على عدد من المراجع التي استعان بها فريق التأليف ،
وقائمة أخرى تشتمل على المصطلحات المهمّة باللغتين العربيّة والإنجليزيّة .
ونحن إذ نقدّم هذا الجهد المتواضع آمليين أن يحقّق أهدافه، راجين من كلّ من له علاقة
بدراسة أو تدريس هذا الكتاب تزويدنا بالتغذية الراجعة؛ لتطويره وتحسينه بما يرقى إلى
المستوى المطلوب خدمة للصالح العام .

والله وليّ التوفيق

المؤلّفون

الوحدة الأولى

منهاجي
متعة التعليم الهادف

وكلاء السياحة والسفر

Travel & Tourism Agencies

- ما أهميّة وكيل السياحة
والسفر للفعاليات
السياحيّة ونشاطاتها؟
- هل ستبقى الحاجة
لمكاتب السياحة والسفر
قائمة في المستقبل؟



نظرًا لتقدّم الدول وتطوّر المجتمعات وزيادة حركة السفر من مكان إلى آخر، كان لا بدّ من التنظيم والإشراف على عملية نقل المسافرين وإقاماتهم، ممّا استوجب إنشاء مكاتب السياحة والسفر كحلقة وصل بين السائح والمنشأة السياحيّة لتنظيم الرحلات الجماعيّة والفرديّة، وتوفير الراحة والطمأنينة للسياح في أثناء السفر، والإقامة، والتنقل، والزيارة للأماكن المستهدفة.

تتعاون المكاتب السياحيّة فيما بينها للقيام بهذا الدور، كما تتعاون مع العديد من الشركات السياحيّة، كمنظّمي الرحلات السياحيّة، والفنادق، وخطوط الملاحة البحريّة، وشركات الطيران، والمؤسّسات غير السياحيّة ذات العلاقة بالنشاط السياحي، كالمؤسّسات الماليّة، وشركات التأمين وغيرها؛ لضمان تقديم أفضل الخدمات للسياح.

يتوقّع منك بعد دراسة هذه الوحدة أن :

- تتعرّف مسؤوليات مكاتب السياحة والسفر ومهامّها.
- تميّز بين أنواع مكاتب السياحة والسفر.
- توضّح طرق إدارة مكاتب السياحة والسفر.
- تتعرّف الرموز المستخدمة في عمل المكاتب السياحيّة ومصطلحاتها.

أولاً مسؤوليات مكاتب السياحة والسفر ومهامها

تبرز أهمية مكاتب السياحة والسفر من خلال إسهامها في توفير فرص عمل متنوّعة وتوفير العملات الصعبة، ممّا ينعكس على تنشيط الاقتصاد الوطني، وتحسين مستوى الدخل القومي، ودعم ميزان المدفوعات.

١- مسؤوليات مكاتب السياحة والسفر

يترتب على مكاتب السياحة والسفر الالتزام بالمسؤوليات الآتية :

أ - إبلاغ وزارة السياحة والآثار قبل خمسة عشر يوماً على الأقل من بدء تنفيذ برامج الرحلات السياحية التي تنظّمها، مع التعهّد بالالتزام بها، وأيّ مطالبات تنشأ عن مخالفة تلك البرامج .

ب- شمول الإعلان عن برامج الرحلات السياحية في وسائل الإعلام المختلفة معلومات دقيقة وصحيحة عن الرحلة .

ج- المحافظة على آداب المهنة وأخلاقيّاتها .

د - الاحتفاظ بالقيود والسجلات والسندات اللازمة لتنظيم أعمال المكتب .

هـ - عدم إصدار أيّ نشرة، أو برنامج، أو دليل، أو خريطة، أو صورة، أو أي مطبوعة تتّصل بالدعاية السياحية، أو توزيعها، أو عرضها إلا بعد إجازتها من وزارة السياحة والآثار .

٢- مهام مكاتب السياحة والسفر

يترتب على مكاتب السياحة والسفر القيام بالمهام الآتية :

أ - تأمين تذاكر السفر للسياح بأسعار منافسة بالتعاون مع شركات النقل السياحي البرية والبحرية والجوية .

ب - تنظيم رحلات سياحية داخلية، أو خارجية، أو خاصّة بشكل فردي أو جماعي .

ج - حجز الغرف الفندقية داخل البلد أو خارجه .

د - تأمين التذاكر للمهرجانات والفعاليات والأنشطة السياحية .

- هـ- التعاون مع شركات التأمين في ما يتعلق بالتأمين على السيّاح وأمتعتهم .
- و- توفير المعلومات الضرورية للسائح ؛ مثل حالة الطقس، والملابس المناسبة، والعادات والتقاليد المحليّة .
- ز- تأمين تأشيرات السفر للسيّاح .

زيارة ميدانيّة

نشاط (١-١)

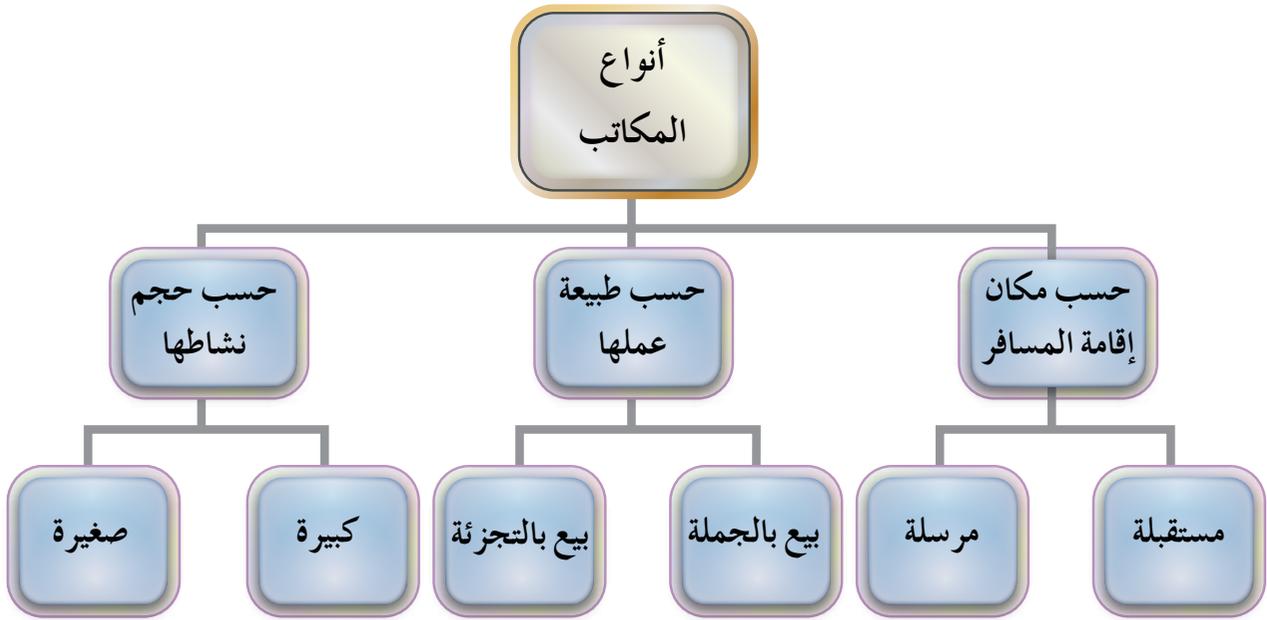
زر مع أفراد مجموعتك أحد مكاتب السياحة والسفر المتوافرة في منطقتك ، وتعرّف أهمّ المسؤوليات والمهام التي تقوم بها، ثم ناقش النتائج التي توصلت إليها مع معلّمك وزملائك في الصفّ .

قضية

للمناقشة

ناقش مع أفراد مجموعتك آداب المهنة وأخلاقياتها للعاملين في مكاتب السياحة والسفر، ثم اعرض ما توصلت إليه على زملائك في الصفّ .

تعدّ مكاتب السياحة و السفر الجهة المختصة التي تقدّم الخدمات الاستشاريّة، والمعلومات الفنيّة، والترتيبات اللازمة للسفر برًا وبحرًا وجوًّا للباحثين عن مثل هذه الخدمات. ونظرًا لأهميّة مكاتب السياحة و السفر في العمليّة السياحيّة، فقد تمّ تقسيمها إلى عدّة أنواع حسب خصائص كلّ نوع من حيث مكانها، وطبيعة الأنشطة التي تقوم بها، وحجمها، وذلك كما يوضّحها الشكل (١-١).



الشكل (١-١) : أنواع المكاتب السياحيّة.

- ١- حسب مكان إقامة المسافر الذي تخدمه، وتقسّم إلى نوعين، هما:
 - أ - مستقبلية (Inbound) : تستقبل السيّاح من خارج البلد و تخدمهم.
 - ب- مرسلة (Outbound) : ترسل السيّاح من داخل البلد إلى الخارج، وتنظّم عمليّة سفرهم وإقاماتهم هناك.

٢ - حسب طبيعة عملها ، وتقسّم إلى نوعين، هما :

أ - شركات البيع بالجملة ومكاتبها (Wholesalers): تنظّم البرامج السياحية وتعدّها وتعرضها للبيع لمكاتب سياحية وشركات أخرى، ويسمّى هذا النوع منظّم الرحلات السياحية؛ فهي ليس لها احتكاك مباشر مع العملاء في الغالب خلال عمليّة بيع البرامج السياحية والخدمات، ولكنها تتمتع بعلاقات سياحية كبيرة مع الفنادق، ومكاتب السياحة التي تبيع بالتجزئة، وشركات النقل السياحي المختلفة .

ب- مكاتب البيع بالتجزئة (Retailers): تبيع البرامج السياحية التي تشتريها من مكاتب البيع بالجملة إلى الراغبين في شراء رحلات جماعيّة سياحية، وتتمتع مكاتب البيع بالتجزئة بعلاقات مباشرة وقويّة مع السيّاح.

٣- حسب حجم نشاطها وانتشارها ، وتقسّم إلى نوعين:

أ - صغيرة: غالبًا ما يكون نشاطها محدودًا إذا تركّز على أعمال الوساطة بين السيّاح ومكاتب السياحة الكبيرة .

ب- كبيرة: يتّصف نشاطها بالانتشار، ولها أقسام وفروع أخرى في الداخل والخارج .

خدمات مكاتب السياحة

نشاط (٢-١)

زر مع أفراد مجموعتك جمعيّة وكلاء السياحة والسفر الأردنيّة، وتعرّف الخدمات التي تقدّمها، ودورها في دعم مكاتب السياحة، ثمّ اعرض على زملائك في الصف نتائج الزيارة .

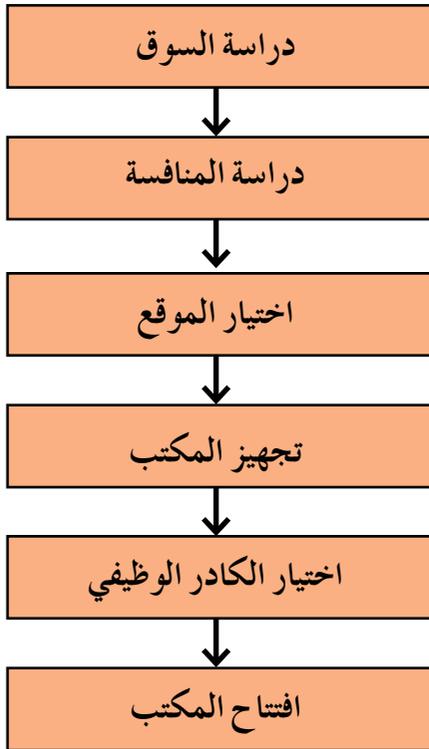
أول من أسس مكتب سياحة وسفر في العالم هو رائد السياحة الإنجليزي توماس كوك في إنجلترا عام ١٨٧١م.

أهمّ عوامل نجاح مكاتب السياحة والسفر تتمثل في حسن الإدارة، وتحديد الأقسام الرئيسة والفرعية، واختيار العاملين، والقدرة على إعداد برامج سياحية ورحلات منظّمة بشكل جيّد.

١- مراحل افتتاح مكاتب السياحة والسفر

يوضّح الشكل (١ - ٢) المراحل التي يجب مراعاتها عند افتتاح مكاتب السياحة والسفر؛ للوصول إلى أفضل النتائج التي يمكن للمكتب تحقيقها، وهي كما يأتي:

أ- دراسة السوق السياحي: يتم الحصول على البيانات والمعلومات اللازمة عن طريق الجهات الرسمية المعنية، مثل وزارة السياحة، ووزارة التخطيط، كما يتم جمع البيانات والإحصائيات المختلفة المتعلقة بالمناخ السياحي، ونسب الإشغال في الفنادق وحركة الطيران، ومقارنتها بالسنوات السابقة، كذلك تكوين فكرة واضحة حول أنواع الخطوط الجوية، والشركات السياحية القائمة، وطبيعة السياح، والأسواق الرافدة للسوق السياحي المراد إقامة المكتب فيه.



الشكل (١-٢): مراحل افتتاح مكتب السياحة والسفر.

ب- دراسة المنافسة : وذلك من خلال دراسة مكاتب السياحة والسفر المنافسة، وأهم إيجابياتها وسلبياتها، وكيفية تعاونها مع شركات النقل السياحي، وخطوط الطيران، ووكالات السياحة العالمية، والفنادق المختلفة ؛ لتكوين فكرة واضحة حول أجواء المنافسة القائمة، وقدرة المكتب على التميّز في تقديم الخدمات للسياح المستهدفين .

ج- اختيار الموقع : يتم اختيار الموقع المناسب للمكتب بحيث يكون في موقع تجاري مناسب ومعروف لسهولة الوصول إليه، مع ضرورة توافر الخدمات و المرافق العامّة التي تخدم المكتب .

كيف يمكن أن يؤثر الموقع في نشاط مكاتب السياحة والسفر ؟



د - إنشاء المكتب وتجهيزه : تحرص مكاتب السياحة والسفر على توفير تجهيزات مناسبة تساعد على تحقيق خدمة سياحية في جوّ مريح للسياح ، كما يوضّحها الشكل (١-٣)، ومن هذه التجهيزات ما يأتي :

- ١ . صالة جلوس مميّزة لاستقبال السياح ذات ألوان وديكورات جذّابة .
- ٢ . لوحات و أرفف لعرض منشورات سياحية، وإعلانات وخرائط سياحية .
- ٣ . أجهزة اتصالات مختلفة ، مثل الهاتف، والفاكس، والحاسوب ، والإنترنت .
- ٤ . أثاث مكثبي جميل ومريح ومتناسق مع ديكورات المكتب .
- ٥ . مرافق صحية مناسبة .



أجهزة اتصال



صالة استقبال



منشورات سياحية



خريطة الأردن السياحية

الشكل (١-٣): أهمّ التجهيزات في مكاتب السياحة والسفر.

هـ - اختيار العاملين: إنّ نجاح عمل مكاتب السياحة والسفر يعتمد على اختيار العاملين ممّن تتوافر فيهم مهارات و مواصفات خاصّة في تقديم الخدمة السياحية والتواصل المستمرّ مع السيّاح، ومن هذه المهارات والصفّات ما يأتي :

- ١ . اللباقة في التعامل، وحسن المظهر.
- ٢ . إجادة اللغات الأجنبيةّة والقدرة على التعبير .
- ٣ . المعرفة الجيّدة بأعمال المكتب و نشاطاته.

٤ . القدرة على تسويق خدمات المكتب، وبيعها، وإقناع الآخرين بها.

٥ . الصبر والقدرة على تحمّل ضغط العمل .

و- مزاولة المكتب لنشاطه (الافتتاح الفعلي للمكتب) :تعتمد الكثير من مكاتب السياحة والسفر

عند افتتاحها على الحملات الإعلانية والترويجية التي تتوافر فيها العناصر الآتية :

١ . الإعلان من خلال وسائل الإعلام المرئية، والمقروءة والمسموعة (الصحف ،

والمجالات، والراديو، والتلفاز .. إلخ).

٢ . استخدام الملصقات والمنشورات السياحية الترويجية .

٣ . تنظيم حفلة افتتاح بسيطة يتم فيها دعوة أصحاب الشركات السياحية، والفنادق،

وشركات النقل، والخطوط الجوية، والقائمين على القطاع السياحي .

قضية للبحث

بالرجوع إلى موقع وزارة السياحة والآثار (www.tourism.jo)، ابحث عن القوانين

والتشريعات التي تخصّ شروط افتتاح مكاتب السياحة والسفر في الأردن، واكتب تقريراً

بذلك، ثمّ اعرضه على زملائك في الصفّ.

٢- أقسام مكاتب السياحة والسفر

نظراً لأهميّة المكاتب السياحية والأعمال التي تقوم بها فإنه يتعيّن أن يكون لها

أقسامها المختلفة وموظفوها، وهيكلها التنظيمي كباقي المؤسسات الأخرى ، ويبيّن

الشكل (١-٤) هيكلًا تنظيميًا مقترحًا لمكتب سياحة وسفر. وفيما يأتي توضيح ذلك:

أ - الإدارة العليا: ويمثلها المدير العام، ومساعدوه، ومن أبرز أعمال الإدارة العليا ومهامها:

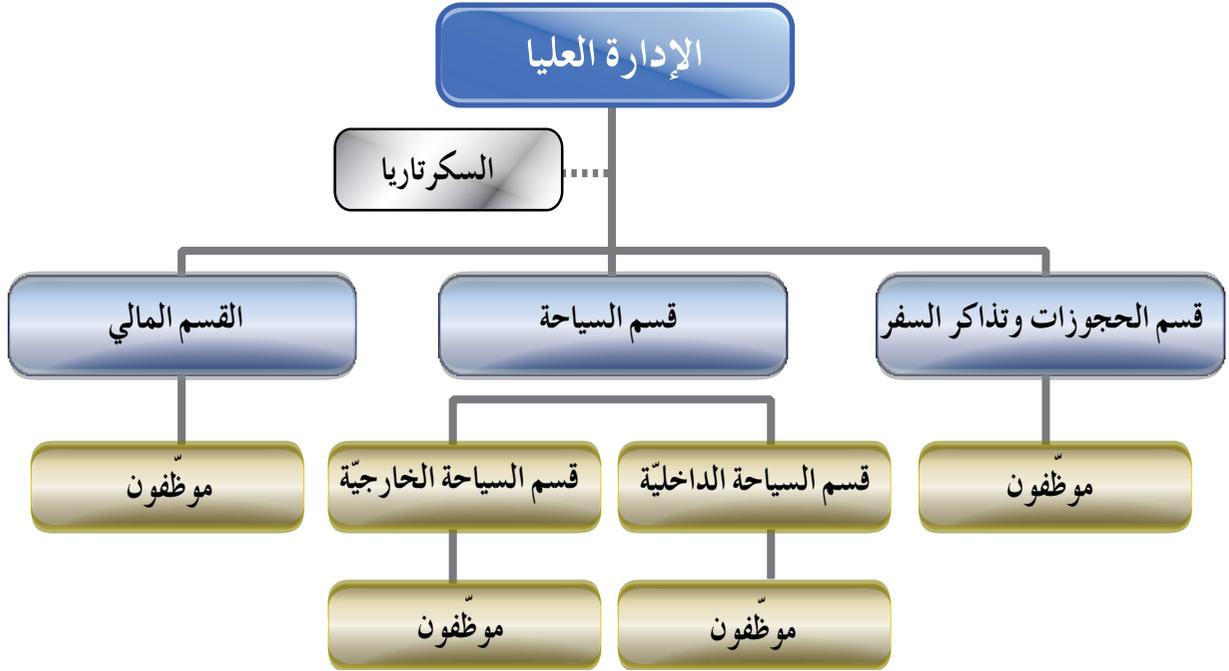
١ . رسم الخطط والسياسات العامّة واتخاذ القرارات الخاصّة بالمكتب .

٢ . إقرار الميزانية السنوية للمكتب .

٣ . تسويق خدمات المكتب للموردين والأسواق السياحية المستهدفة .

٤ . تمثيل المكتب في المعارض، والنشاطات، والمناسبات السياحية .

٥ . متابعة المستجدات والتطورات في مجال عمل المكاتب والمنشآت السياحية .



الشكل (١-٤) : هيكل تنظيمي لمكتب سياحة وسفر.

ناقش مع أفراد مجموعتك أهم الأعمال والمهام للسكرتاريا في مكاتب السياحة والسفر، ثم اعرض ما توصلت إليه على زملائك في الصف .

قضية
للمناقشة

ب - قسم الحجوزات والتذاكر : يمكن تلخيص مهام القسم بما يأتي :

- ١ . تنظيم سجلات تذاكر شركات الطيران .
- ٢ . القيام بالحجوزات مع شركات الطيران، والفنادق، وشركات النقل السياحي .
- ٣ . دراسة الأسعار المنافسة للحجوزات وتذاكر السفر .
- ٤ . إعداد تقرير يومي يشمل الحجوزات والمبيعات .
- ٥ . استقبال السياح بصورة لائقة، وتلبية رغباتهم، والاستماع لمقترحاتهم واستفساراتهم، وإتمام عملية الحجز .

ج - قسم السياحة: من مهامه ما يأتي :

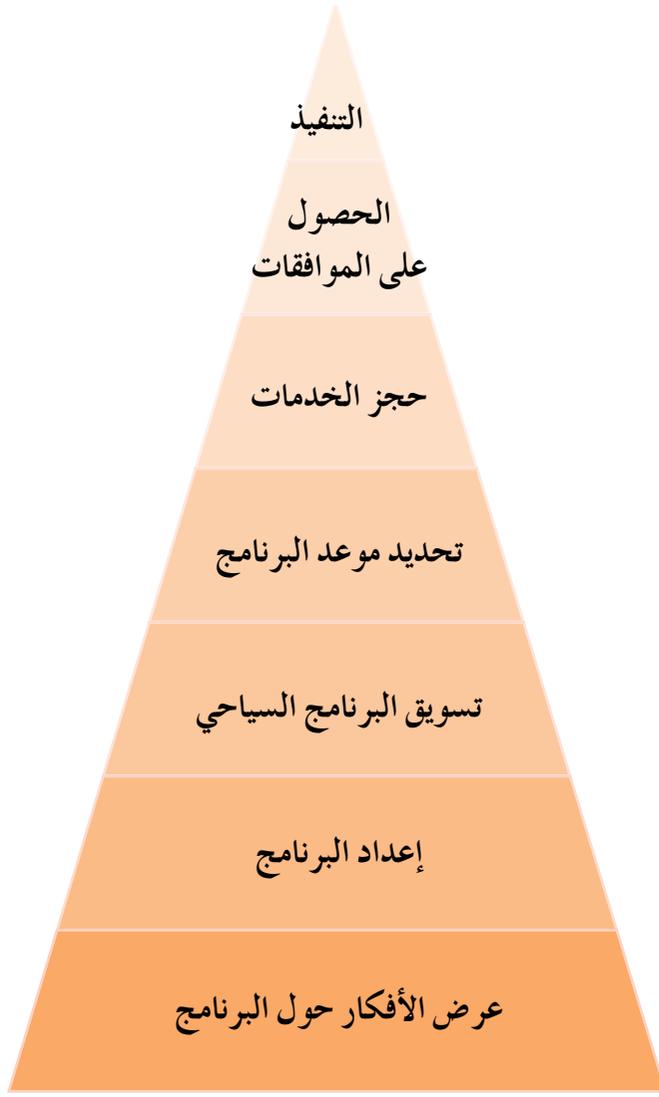
- ١ . البحث عن الأسواق السياحية واختيار المناسب منها؛ لزيادة دخل المكتب .
 - ٢ . القيام بتنظيم برامج سياحية منافسة خارجية وداخلية.
 - ٣ . التفاوض مع الفنادق، وشركات النقل، والفعاليات السياحية الأخرى؛ للحصول على أفضل الأسعار والخدمات .
 - ٤ . ترويج عروض سياحية وبرامج في مواسم مختلفة .
 - ٥ . الإشراف على موظفي الرحلات ووسائل النقل .
 - ٦ . إعداد موازنة القسم .
- د - القسم المالي : ومن أهم أعمال القسم المالي ما يأتي :
- ١ . تدقيق أعمال قسم الحجوزات والتذاكر .
 - ٢ . صرف رواتب العاملين في المكتب .
 - ٣ . إعداد الموازنة السنوية للمكتب .
 - ٤ . متابعة الشؤون المالية الخاصة بالمكتب مع الجهات الرسمية والخاصة .

كيف يتم التنسيق والتعاون بين أقسام المكتب السياحي لتحقيق الأهداف المنشودة ؟



٣ - البرامج السياحية في مكاتب السياحة والسفر

تعد إدارة البرامج السياحية من الأولويات الرئيسة في عمل مكاتب السياحة والسفر، من حيث المراحل التي يمرّ بها البرنامج السياحي ، وعناصر البرنامج السياحي، وكيفية تنظيم مكاتب السياحة والسفر للرحلات السياحية، وتصميم الرحلة السياحية وحساب تكاليفها .



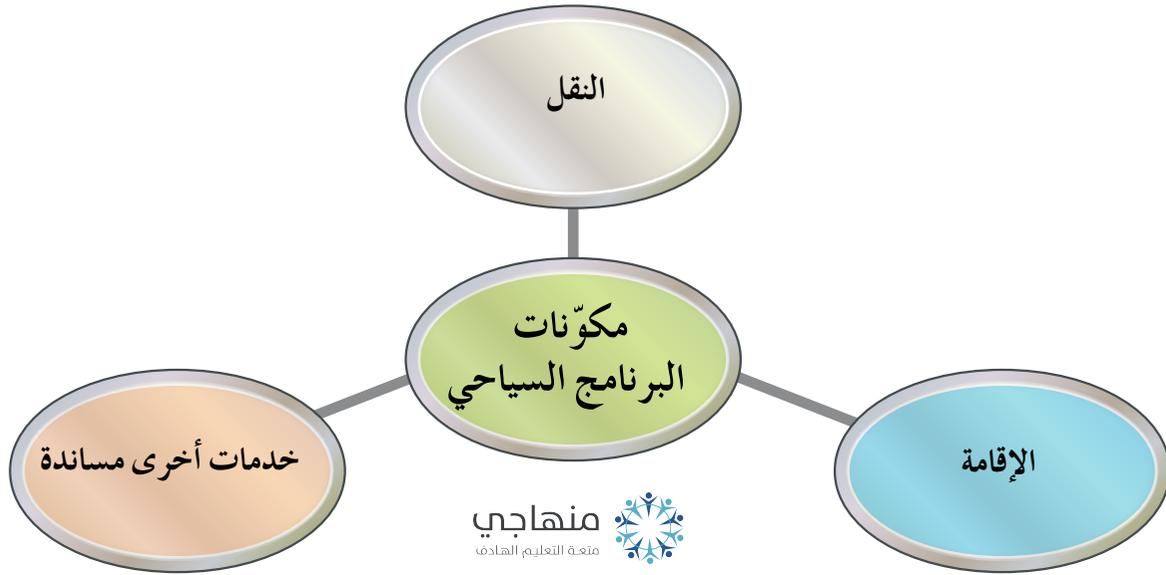
الشكل (١-٥) : مراحل البرنامج السياحي.

- ٥ . حجز الخدمات السياحية و الأنشطة المشمولة في البرنامج السياحي، سواء كانت حجوزات طيران، أو مواقع سياحية، أو فنادق، أو مطاعم..... إلخ.
- ٦ . الحصول على الموافقات الرسمية من الجهات المعنية.
- ٧ . تنفيذ البرنامج السياحي حسب ما تم التخطيط له.

ب - مكوّنات البرنامج السياحي: هناك ثلاثة عناصر رئيسة تشكّل مكوّنات البرنامج السياحي، وذلك كما يبيّنهما الشكل (١-٦) .

أ - مراحل البرنامج السياحي : يوضّح الشكل (١-٥) مراحل البرنامج السياحي الآتية:

- ١ . عرض الأفكار القابلة لتنفيذ البرنامج السياحي بما يتناسب مع ظروف المؤسّسة وعملائها.
- ٢ . إعداد البرنامج السياحي وفق نقاط أهمّها: عدد الليالي، ووسائل النقل المستخدمة، وفنادق الإقامة، والمواقع السياحية التي سيتمّ زيارتها في الرحلة السياحية.
- ٣ . تسويق البرنامج السياحي والتفكير في طرق البيع المختلفة.
- ٤ . تحديد المواعيد الزمنية للبرنامج السياحي.



الشكل (١-٦) : مكوّنات البرنامج السياحي.

١. النقل (Transportation): يوفر المكتب السياحي وسائل النقل السياحي المختلفة، وعمل التسهيلات اللازمة للسياح منذ وصولهم وخلال انتقالهم من وإلى المقصد السياحي وحين المغادرة، سواء كانت من خلال المعابر البرية، أو البحرية، أو الجوية.
٢. الإقامة (Accommodation): تشمل وسائل الإقامة المطلوبة منذ بداية البرنامج السياحي وحتى انتهائه، سواء كانت في فنادق، أو موتيلات، أو فنادق عائمة، أو مخيمات (Camp).
٣. خدمات مساندة (Support Services): ومن أهم هذه الخدمات: الدليل السياحي (Tour Leader Guide) الذي يعدّ وجه البلد والسفير المقيم في بلده، وغالبًا ما يكون الدليل السياحي أول من يلتقي به السائح وآخر من يودّعه؛ لكونه ملازمًا للسائح في حله وترحاله يعرف حاجاته وانطباعاته، وهو الذي يستطيع تغيير أية انطباعات سلبية حول بلده، ويغرس الصورة الحسنة التي ترقى بلده في أذهان السياح.

جـ - تصميم البرامج السياحية : حتى تتمكن من إعداد برنامج سياحي متوافق مع ظروف السياح وثقافتهم فيجب أن تكون لدينا المعرفة التامة عند تصميم الرحلات السياحية بالمواقع السياحية، وخصائص السياح الذين يتعامل معهم المكتب، والمدة الزمنية المتاحة لهم، ونمط السياحة المطلوبة ونوعها، و الإمكانيات المالية للسياح، ومراعاة التغيرات العالمية والاقتصادية والسياسية .
والمثال الآتي يوضح برنامجاً سياحياً لأحد مكاتب السياحة والسفر الأردنية لمجموعة من السياح في بعض المناطق السياحية لمدة (٣ ليالٍ / ٤ أيام):

مثال لبرنامج سياحي (٣ ليالٍ / ٤ أيام)	
الوصول إلى مطار الملكة علياء الدولي الساعة ١٨:٣٠، ثم التوجه إلى الفندق لتوزيع الغرف، مع ترتيب موعد العشاء في الفندق والمبيت.	اليوم الأول : الثلاثاء ٢٠١١/٠٥/١٧
الاستيقاظ الساعة ٧:٠٠ صباحاً، لتناول الإفطار والتوجه إلى مدينة جرش السياحية لمشاهدة معالمها الأثرية، وتناول طعام الغداء في مطعم جرش السياحي (على حساب الضيف)، ثم التوجه إلى مدينة عجلون لزيارة قلعتها التاريخية، بعدها زيارة مدينة أم قيس الأثرية، والعودة إلى عمان، مع ترتيب موعد العشاء برفقة سهرة شرقية.	اليوم الثاني : الأربعاء ٢٠١١/٠٥/١٨
الاستيقاظ الساعة ٨:٠٠ صباحاً، لتناول طعام الإفطار والتوجه إلى مدينة عمان القديمة لزيارة أسواقها المخلفة، المدرج الروماني، سبيل الحوريات، ثم الصعود إلى جبل القلعة الأثرية، للتمتع بمنظر بانورامي لجبل عمان ووسطها القديم، باقي اليوم حر للتسوق في وسط عمان، والعودة إلى الفندق لتناول العشاء والمبيت.	اليوم الثالث : الخميس ٢٠١١/٠٥/١٩
الإستيقاظ الساعة ٧:٠٠ صباحاً، لتناول الإفطار وإخلاء الغرف، ثم التوجه عند الساعة ٩:٠٠ لزيارة كنيسة النبي موسى في جبل نيبو، بعدها التوجه لزيارة البحر الميت للإستجمام وحضور مغيب الشمس في منتجع البحر الميت السياحي (مع امكانية استعمال مرافق الفندق) وتناول طعام الغداء (على حساب الضيف) ومغادرة الفندق عند الساعة ٢٠:٠٠ إلى مطار الملكة علياء الدولي للعودة	اليوم الرابع : الجمعة ٢٠١١/٠٥/٢٠

بالتعاون مع أفراد مجموعتك، اجمع بعض الإعلانات من الصحف المحلية والمجلات السياحية عن برنامج سياحي لإحدى شركات السياحة والسفر، ثم نظّم نقاشاً مع معلّمك وزملائك في الصفّ حول البرنامج من حيث: المقصد السياحي، وفترة الرحلة، والإقامة، والخدمات المقدّمة، ودرجة تصنيف، الفندق، وسعر الرحلة.

د - تنظيم البرامج السياحية: يعدّ تنظيم البرامج السياحية والرحلات بشكل فردي أو جماعي من أبرز مهام مكاتب السياحة والسفر، حيث ينشّط السياحة الوافدة؛ أي إحصار السياح من الخارج (Inbound - Tourism)، والسياحة الخارجيّة الصادرة؛ أي إرسال الأفراد والمجموعات للخارج (Outbound Tourism)، والسياحة الداخليّة؛ أي تنظيم رحلات داخل البلد للمقيمين فيه (Domestic Tourism).

يبلغ المكتب بعد الانتهاء من تنظيم البرنامج السياحي وزارة السياحة والآثار قبل أسبوعين من تنفيذ البرنامج السياحي، وبعد أخذ الموافقة، يوضع إعلان في وسائل الإعلام المختلفة، وفي حال تقصير المكتب في تنفيذ البرنامج السياحي، يحقّ للزبون تقديم شكوى لوزارة السياحة لاتخاذ الإجراءات اللازمة بحقّ المكتب السياحي.

ومن الأمور التي يتمّ الاتفاق عليها بين مكاتب السياحة، والشركات السياحية في البلد المضيف، والشركات السياحية الأجنبية ما يأتي:

- ١ . تصنيف الفنادق .
- ٢ . مدّة الإقامة .
- ٣ . وسائل النقل الداخليّة والخارجيّة .
- ٤ . أسعار الوجبات .
- ٥ . الدليل السياحي، ورسوم الدخول إلى الأماكن السياحية .

تذكّر

هناك أنواع من وكالات السفر تسمّى منظّمي الرحلات (Tour Operator) متخصصة بالرحلات السياحية المتكاملة (Package Tour).

٦. خدمات أخرى عادة لا تكون مشمولة في السفر؛ مثل: رسوم التأشيرات ، وضرائب المغادرة ، والمصاريف الشخصية ، والوجبات الإضافية حيث تسمى مصاريف إضافية خارج برنامج الرحلة .

الشروط الواجب توافرها في
الدليل السياحي :
- حسن المظهر .
- اللباقة في التعامل .
- إجادة لغة المجموعة بطلاقة .
- الإلمام التام بالمعالم السياحية .

وبعد اتفاق مكتب السياحة في البلد المضيف مع الشركة أو الوكيل الخارجي، يضع المكتب خطة تشمل استقبال السياح في المطار ، ونقاط العبور، وتعيين مرشد سياحي مرخص يرافق المجموعة السياحية، واستخراج قسائم البرنامج السياحي للمجموعة المتعلقة بالحجز والإقامة (Voucher)، ثم حجز وسائل المواصلات اللازمة لتنفيذ البرنامج المتفق عليه.

ومن الأمور التي يجب على المكتب السياحي مراعاتها تغيير الأسعار السياحية حسب اختلاف المواسم السياحية ، ويكون هذا التغيير على النمط الآتي :

أ . أسعار مرتفعة في موسم الذروة: يتّصف برواج العمل السياحي (High Season).

ب . أسعار متوسطة في الموسم السياحي: يتّصف بين الرواج والكساد (Mid Season).

ج . أسعار منخفضة في الموسم: يتّصف بالكساد (Low Season) .

زيارة ميدانية

نشاط (١-٤)

نظّم بالتنسيق مع معلّمك زيارة ميدانية إلى مدينة البتراء (إحدى عجائب الدنيا السبع)، موضّحاً ما يأتي :

- كيف أصبحت الوجهة السياحية الأولى في الأردن؟
- ما الإجراءات التي تمّ اتخاذها من قبل المكاتب السياحية لتحقيق ذلك؟
- ناقش نتائج الزيارة مع زملائك في الصفّ.

هـ - حساب تكلفة البرنامج السياحي : من عوامل نجاح مكتب السياحة والسفر، العمل على تحقيق أكبر قدر ممكن من الرفاهية والمتعة للسائح في أثناء قيامه بالرحلة السياحية ، وذلك بتقديم أفضل الأسعار المنافسة بما يحقق الربح المعقول والسمة الطيبة، مع مراعاة القدرات الشرائية للسائح من جهة وتحقيق رغباته من جهة أخرى ، وللتعرف إلى كيفية حساب تكلفة البرنامج السياحي، إليك المثال الآتي :

أعدّ مكتب سياحي برنامجاً لعشرين شخصاً من دولة لبنان إلى مدينة البتراء الأردنية على النحو الآتي :

١. اليوم الأول ويشمل : أجرة نقل من المطار إلى الفندق (٦٠) ديناراً ، وإقامة في الفندق مع وجبة إفطار B.B (٦٠٠) دينار .

٢. اليوم الثاني ويشمل : مصروفات نقل من عمان إلى البتراء مع المبيت والتخييم (٤٤٠) ديناراً، ورسوم دخول مواقع سياحية (٤٠٠) دينار ، وأجر دليل سياحي (٣٠) ديناراً .

٣. اليوم الثالث ويشمل : مصروفات نقل من البتراء إلى عمان (٢٠٠) دينار ، والمبيت في الفندق مع وجبتي عشاء وإفطار H.B (٧٠٠) دينار .

٤. اليوم الرابع ويشمل : نقل السياح من الفندق إلى المطار (٦٠) ديناراً .

٥. حساب تكاليف الرحلة كامله يكون كما يأتي : أجرة النقل من المطار + الإقامة في الفندق + مصروفات التخييم والمبيت + رسوم دخول مواقع سياحية + أجر الدليل السياحي + مصروفات النقل + أجور المبيت في الفندق + أجور النقل إلى المطار .

$$٦٠ + ٤٤٠ + ٤٠٠ + ٣٠ + ٢٠٠ + ٧٠٠ + ٦٠ = ٢٤٩٠ \text{ ديناراً}$$

٦. حساب تكلفة الرحلة للشخص الواحد يكون كالتالي : (تكلفة الرحلة كاملة ÷ عدد الأشخاص)

$$١٢٤,٥ \text{ دينار} = ٢٤٩٠ \div ٢٠$$

٧. يضاف هامش ربح بنسبة معينة - على سبيل المثال - إضافة ١٠٪ كهامش ربح البيع ، ويحسب كالتالي : (تكلفة الشخص الواحد × هامش الربح)

١٢٤,٥ × ١٠٪ = ١٢,٤٥ دينارًا هامش ربح

٨. سعر البيع للشخص الواحد يصبح كما يأتي : تكلفة الرحلة للشخص الواحد +

هامش الربح ١٢٤,٥ + ١٢,٤٥ = ١٣٦,٩٥ دينار

إنّ من أهمّ العوامل التي تحاول مكاتب السياحة والسفر إبرازها في حملاتها التسويقية هي توافر تنوع حضاري وثقافي في البلد المضيف ، لماذا؟



نشاط (١-٥)

تكلفة البرنامج السياحي

- احسب تكلفة البرنامج السياحي لمجموعة سياحية مكونة من ٢٢ شخصًا قادمة من مدريد في إسبانيا عن طريق مطار الملكة علياء الدولي حسب المعطيات الآتية :
- اليوم الأول ويشمل: النقل من المطار إلى الفندق (٧٥) دينار، والإقامة في الفندق مع وجبة إفطار B.B (٧٥٠) دينارًا .
 - اليوم الثاني ويشمل : مصروفات نقل من عمان إلى العقبة مع المبيت (٣٣٠) دينارًا، ورسوم المشاركة في فعاليات ركوب الأمواج (٥٥٠) دينارًا ، وأجرة دليل سياحي (٣٥) دينارًا ، و المبيت في فندق العقبة مع وجبتي عشاء وإفطار (١١٠٠) دينار .
 - اليوم الثالث ويشمل : مصروفات نقل من العقبة إلى عمان (١٥٠) دينارًا ، والمبيت في الفندق مع وجبتي عشاء وإفطار H.B (٨٥٠) دينارًا .
 - اليوم الرابع ويشمل : نقل السياح من الفندق إلى المطار (٧٥) دينارًا .

٤- الرسائل السياحية في مكاتب السياحة والسفر

تعتبر الرسائل في مكاتب السياحة والسفر من أهمّ الأساليب المستخدمة لتحقيق علاقات طيبة بين المكتب والسيّاح ، ودليلًا قانونيًا على الاتفاقات المبرمة بين المكتب والمؤسّسات الأخرى ، وأداة ترويجية مهمّة للمكتب حيث تتضمّن اسم المكتب، والأسعار الخاصة به، وأهمّ البرامج التي ينفّذها، وفي العادة تحتوي الرسائل المستخدمة في مكاتب السياحة

على الشعار (Logo) ، وعنوان المكتب، والتاريخ، واسم المرسل إليه ، وعنوانه ، والتحيّة الافتتاحيّة ، ثمّ البدء بسرد موضوع الرسالة، وتنتهي بالتوقيع أو ختم المكتب . وأهمّ الرسائل السياحيّة المستخدمة في مكاتب السياحة والسفر، هي :

أ - رسائل العرض السياحي : رسائل تستخدم من قبل المكتب لإعلام السيّاح بالبرامج السياحيّة المراد تنفيذها . ويوضّح الشكل (٧-١) أحد النماذج المستخدمة في رسائل العرض السياحي .

مكتب (.....) للسياحة
ص . ب (.....)
عمان-الأردن

السادة الشركة للاستثمار
ص.ب (.....)
الفيحيص-الأردن

عناية السيد (.....) المحترم

تحية طيبة وبعد ،

يسرّنا أن نعلمكم أننا سننظّم برامج سياحيّة إلى العديد من الدول الأوروبيّة .
نرفق لكم في هذه الرسالة كتيّباً يشمل المعلومات المتعلقة بهذه البرامج .

وتفضلوا بقبول فائق الاحترام

المدير العام

الشكل (٧-١) : نموذج رسالة العرض السياحي .

ب- رسائل الدعوة : رسالة توجّه إلى أشخاص أو جهات معيّنة لحضور اجتماع أو مناسبة معيّنة، ويتطلّب هذا النوع من الرسائل تحديد الوقت، والتاريخ، والمكان، ورقم الهاتف في حالة قبول الدعوة أو رفضها، ويوضّح الشكل (٨-١) أحد النماذج المستخدمة في رسائل الدعوة .

مكتب (.....) للسياحة
ص . ب (.....)
عمان-الأردن

حضرة السيد/ السادة (.....) المحترم:

تشرف أسرة مكتب (.....) للسياحة والسفر بدعوتكم لحضور الحفل السنوي، وذلك في تمام الساعة التاسعة من مساء يوم الأربعاء الموافق ٢٠١٣/٣/١٧ في قاعة (.....) في فندق (.....).

واقبلوا فائق الاحترام

الإدارة

الشكل (١-٨): نموذج رسائل الدعوة السياحية.

ج - رسائل الحجز: الرسائل التي تستخدم لحجز إقامة الأشخاص أو المجموعات السياحية في الفنادق، وإذا تم الحجز يجب تحديد نوع الإقامة، وأنواع الغرف المحجوزة، واسم الشخص المحجوز له في الفندق، وتحديد موعد الوصول، وإرسالها للفندق، سواء كان السائح هو الذي سيدفع الحساب أو المكتب السياحي نفسه، وفي هذه الحالة، تسمى الرسالة الموجهة للفندق (Covering Letter) ؛ أي رسالة تغطية تكاليف السائح في أثناء إقامته في الفندق، أما في حجز تذاكر السفر مع شركات الطيران فيتم الحجز شخصياً، أو هاتفياً، أو خطياً، وقد جرت العادة أن يتم الاتصال الهاتفي ثم يعزز الحجز برسالة خطية، كما هو موضح في الشكلين (١-٩) و (١-١٠) على التوالي .

قضية للبحث

ابحث مع أفراد مجموعتك من خلال مصادر المعرفة المتوفرة لديك عن أنواع أخرى من الرسائل والنماذج التي تستخدمها المكاتب السياحية في عملها، اعرض ما توصلت إليه على زملائك في الصف.

مكتب (.....) للسياحة
ص . ب (.....)
عمان-الأردن

السادة فندق.....
ص.ب (.....)
عمان-الأردن

عناية السيد (.....) المحترم
تحية طيبة وبعد ،

الرجاء التكرم بحجز غرفة مفردة للسيد..... لمدة يومين من تاريخ..... إلى تاريخ.....،
أملين إبلاغنا موافقتكم الخطية بالسرعة الممكنة وكلنا أمل أن يستمر التعاون بيننا .

وتفضلوا بقبول فائق الاحترام

التوقيع

الشكل (١-٩) : نموذج رسائل الحجز في الفنادق.

مكتب (.....) للسياحة
ص . ب (.....)
عمان-الأردن



السادة شركة.....
ص.ب (.....)
عمان-الأردن

عناية السيد (.....) المحترم
تحية طيبة وبعد ،

تعزيزاً لمحادثتنا الهاتفية في يوم..... بتاريخ..... لحجز تذكرة سفر ذهاباً وإياباً للسيد.....
إلى..... في يوم..... بالرحلة رقم..... على متن الخطوط الجوية..... نرفق شيكاً بمبلغ.....
مسحوباً على بنك..... شاكرين لكم حسن تعاونكم .

وتفضلوا بقبول فائق الاحترام

التوقيع

الشكل (١-١٠) : نموذج رسائل الحجز في شركات الطيران.

هناك العديد من الرموز والمصطلحات المستخدمة في مكاتب السياحة والسفر والتي تمكّنها من تسهيل عملها، و ممارسة نشاطاتها بكفاءة عالية .

١- الرموز المستخدمة في مكاتب السياحة والسفر

تستخدم الرموز بين شركات الطيران ومكاتب السياحة والسفر عبر الهاتف، وتكمن أهميّة هذه الرموز من أجل تجنّب الأخطاء التي قد تحدث نتيجة تشابه النطق أو التهجئة لبعض الحروف ، مثل: الخطأ الذي يحدث بين حرف (B والحرف p) ، ولفهم طبيعة هذه الرموز وأهميّتها، ينطق الموظّف في مكتب السياحة والسفر اسم المسافر (pella) مثلاً على الهاتف فيتأكد موظف شركة الطيران الذي يتلقّى الاتصال من الاسم حسب الرموز المستخدمة في الجدول (١-١) ، ثمّ يردّ شفويّاً بنطق الاسم كاملاً كما يأتي :

(Peter easy lima lima alpha)

الجدول (١-١): الرموز والأحرف المستخدمة في مكاتب السياحة والسفر.

A	Alpha	J	Juliet	S	Sugar
B	Bravo/Baby	K	Kilo	T	Tango
C	Charley	L	Lima	U	United\Uniform
D	Delta	M	Milk\Mike	V	Victor
E	Easy	N	Nancy\November	W	Water
F	Flower\Fox	O	Oscar	X	X-Ray
G	George	P	Peter	Y	Yankee
H	Honey\Hotel	Q	Queen	Z	Zulu
I	India	R	Romeo		

هل يمكن استخدام أساليب بديلة للتحقق من كتابة الأسماء و تهجئتها بطريقة صحيحة في مكاتب السياحة والسفر وشركات الطيران؟



٢- المصطلحات المستخدمة في مكاتب السياحة والسفر

تستخدم مكاتب السياحة والسفر مصطلحات مهمّة في عملها، ويوضّح الجدول (٢-١) أهمّ المصطلحات المتداولة في مكاتب السياحة والسفر :

الجدول (٢-١): المصطلحات المستخدمة في مكاتب السياحة .

المصطلح باللغة العربية	المصطلح باللغة الإنجليزية	المصطلح باللغة العربية	المصطلح باللغة الإنجليزية
وكالة السياحة	Tourism Agency	موسم الركود السياحي	Low Season
وكالة السفر	Travel Agency	الفترة المتوسطة في الموسم السياحي	Mid Season
منظّمو الرحلات السياحية	wholesalers	موسم الذروة السياحي	High Season
قسائم البرنامج السياحي	Vouchers	مصاريف إضافية	Extras
رحلة سياحية	Trip	الوجهة السياحية	Destination
بائع بالتجزئة	Retailer	النقل	Transportation
السياحة الوافدة	Inbound	مرشد - دليل سياحي	Tourist Guide
السياحة الخارجية	Outbound	شعار	Logo
السياحة الداخلية	Domestic	رسالة تغطية	Covering Letter

الرموز والأحرف

نشاط (٦-١)

بالتعاون مع أفراد مجموعتك ، تحقق من الأسماء الآتية، والرموز والمصطلحات المستخدمة في مكاتب السياحة والسفر:

SAMER-RAMZI-ALI-MERIAM-DAVID-WAEL-JONE

أسئلة الوحدة

- ١- وضح مفهوم مكتب السياحة والسفر.
- ٢- ميّز مسؤوليات مكاتب السياحة والسفر ومهامّها.
- ٣- قارن بين قسمي الحجوزات والتذاكر وقسم السياحة في المكاتب السياحية من حيث:
 - أ - أهميّة كلّ منها.
 - ب - الخدمات التي يقدّمها كل قسم .
- ٤- اذكر أهمّ التجهيزات الواجب توفرها في مكاتب السياحة والسفر.
- ٥- كيف يمكن أن تؤثر موسميّة النشاط السياحي (من خلال موسم الكساد والذروة) في عمل مكاتب السياحة والسفر؟
- ٦- وضح الفرق بين رسائل الدعوة ورسائل الحجز من حيث:
 - أ - الأشخاص الموجهة لهم.
 - ب- الغاية من كلّ رسالة .
- ٧- حدّد الجهات الرسميّة والخاصّة ذات العلاقة بعمل مكاتب السياحة والسفر.
- ٨- وضح عناصر البرنامج السياحي .



مهارات البحث والاتصال

- ١- باستخدام موقع وزارة السياحة والآثار الأردنيّة (www.tourism.jo)، ابحث عن إحصائيات تطوّر السياحة في الأردن خلال السنوات الخمس الماضية وتأثيرها في عمل المكاتب السياحيّة، ثمّ أعدّ تقريرًا بالتناج، وناقشها مع معلّمك وزملائك في الصفّ .
- ٢- بالرجوع إلى مكتبة مدرستك أو أحد مصادر المعرفة، اكتب في دفترك دور المكاتب السياحيّة في دعم الاقتصاد الوطني وتطويره .

الأنشطة الإثرائيّة

- ١- بعد تقسيم الصفّ مجموعات، بيّن كيف يمكن أن تؤثر موسميّة النشاط السياحي (من خلال موسم الذروة وموسم الكساد) في أداء العاملين، وانعكاسه على أداء مكاتب السياحة وخدماتها .
- ٢- ناقش بمشاركة معلّمك وزملائك في الصفّ دور مكاتب السياحة في تكوين وعي سياحي لدى المواطنين .

تقويم ذاتي

الرقم	يمكنني بعد دراسة الوحدة أن	نعم	لا
١	أتعرف مفهوم المكتب السياحي .		
٢	أوضح مهام مكاتب السياحة والسفر ومسؤولياتها .		
٣	أفرق بين أنواع المكاتب السياحية .		
٤	أحدد مراحل افتتاح مكاتب السياحة والسفر .		
٥	أوضح أقسام مكاتب السياحة والسفر .		
٦	أتعرف مراحل البرنامج السياحي والعناصر المكوّنة له .		
٧	أوضح كيفية تنظيم البرامج السياحية .		
٨	أتعرف كيفية صياغة الرسائل السياحية في مكاتب السياحة .		
٩	أميز بين الرموز المستخدمة في تسهيل عمل مكاتب السياحة والسفر .		
١٠	أستخدم النماذج والأشكال في عمل المكاتب السياحية .		

الوحدة الثانية

منهاجي
متعة التعليم العادى

النقل السياحي

Tourism

Transportation

- ما أهميّة النقل في تطوير القطاع السياحي ؟
- كيف تؤثر وسائل النقل في اختيار وجهة السفر لدى السائح ؟



انتقال الأفراد (السيّاح) إلى الوجهات السياحية والمناطق المختلفة يشكل جوهر العمليّة السياحية و النشاط السياحي ، الأمر الذي يتطلّب توافر وسائل نقل مريحة وسريعة بأقلّ كلفة ، فالسائح الذي يعتقد أنّ وسيلة النقل السياحي غير مريحة بالنسبة له ربما يعدل عن رأيه بقضاء إجازة في منطقة سياحيّة معيّنة .

إنّ تطوّر السيّاحة مرهون بتطوّر وسائل النقل، فقديمًا كانت بعض المناطق مجهولة لبعدها عن مراكز التجمع البشري، أمّا بعد تطوّر وسائل النقل فقد فتحت أبواب هذه المناطق وأصبحت زيارتها أمرًا ممكنًا .

يتوقع منك بعد دراسة هذه الوحدة أن :

- تتبّع التطوّر التاريخي للنقل السياحي وأهمّيته في تطوّر الرحلات السياحية .
- توضّح دور شركات النقل في صناعة السياحة والسفر .
- تتعرّف الخدمات السياحية المقدّمة في وسائل النقل المختلفة .
- توضّح رموز النقل السياحي ومصطلحاته .



النقل السياحي: نقل الأفراد والمجموعات برّاً، أو بحراً، أو جوّاً إلى الأماكن السياحية، وزيارة المواقع، والمشاركة في الفعاليات المختلفة، وهو العصب الحساس على مستوى البلد باعتباره الوسيلة الفاعلة في الوصول للمناطق المختلفة، وقد تطوّر النقل السياحي عبر التاريخ كما يأتي:

١- النقل البري

استخدم الإنسان أرجله للتنقل من مكان إلى آخر إلى أن تمّ ترويض بعض الحيوانات واستعمالها في التنقل، حيث قاد إلى اكتشاف العربات ذات العجلات التي تجرّها الحيوانات وصنعها، وصنع أدوات التزلج على الجليد في شمال أوروبا والسهول الجليدية، الأمر الذي مثل تقدماً واضحاً في مجال السفر.

ومع تطوّر العربات التي تجرّها الخيول، أصبح من الصعب الاستغناء عنها بالرغم من رداءة الطرق التي تسبّب التعب الشديد جراء الارتجاج المتواصل، بقي الأمر كذلك إلى أن اخترع الألمان في القرن السابع عشر أوّل سكة حديد للعربات الخشبية، ومن ثمّ ظهرت القطارات التي تسير على السكك الفولاذية في الولايات المتحدة الأمريكية حتى أصبحت القطارات وسيلة التنقل السائدة والقوّة المؤثرة في تطوير السياحة، حيث ظهرت الفنادق، والموتيلات، والاستراحات السياحية على الطرق وفي محطات السكك الحديدية.

ومن ثمّ ظهرت السيّارات التي تعتبر أفضل وسيلة نقل بريّة لأماكن كان يتعدّد الوصول إليها بالقطارات، مثل: الأماكن الجبلية، وسواحل البحار، واستمرّ هذا التطوّر إلى ظهور الحافلات السياحية المختلفة التي توفّر أفضل وسائل الراحة، وتقدّم الخدمات السياحية المختلفة للسياح. وهكذا أصبح انتقال المسافرين أكثر سهولة وأماناً. يوضّح الشكل (٢-١) أبرز مظاهر التطوّر في النقل البري.



الشكل (٢-١) : مظاهر التطور في النقل البري.

٢- النقل البحري

استعملت جذوع الأشجار و القوارب بداية للتنقل من ضفة إلى أخرى، إلى أن استحدثت الفينيقيون الأشرعة المصنوعة من الأقمشة للسفن الكبيرة التي تنقل البضائع عبر البحر المتوسط. إن صناعة البواخر والسفن السريعة والتي يطلق عليها اسم الفنادق العائمة (Floating Hotels) كان لها الأثر الواضح في تطور السياحة ووسائل النقل السياحي ، لوجود غرف نوم وخدمات فندقية متكاملة . ويوضح الشكل (٢-٢) أبرز مظاهر تطور النقل البحري .



الشكل (٢-٢) : مظاهر التطور في النقل البحري.



٣- النقل الجوي

بدأت البالونات المملوءة بالهواء الحارّ والمجهّزة بسلة للمسافرين بالظهور في النصف الأوّل من القرن التاسع عشر ، ومع بداية القرن العشرين، أصبح بالإمكان ولأوّل مرّة تسيير رحلة جويّة بالطائرة، ثمّ بدأت بوادر الطيران التجاري باستعمال الطائرات العسكريّة المنتهية خدمتها في التجارة و نقل الاشخاص و البضائع، و تعدّدت شركات النقل الجوي على الجانب المدني؛ فقد قدّمت شركة بوينغ رؤيتها الجديدة للطيران التجاري بعرضها سنة ١٩٦٩ طائرة البوينغ (٧٤٧) لأوّل مرّة ، وأصبحت معظم البحوث و التصاميم تتركز على تحسين القدرات الملاحيّة و أنظمة التحكم في الحركة الجويّة عوضاً عن تطوير الطائرات، و ظهرت عدّة اختراعات لتحسين القدرات التقنيّة للملاحة الآليّة .

يوفّر النقل الجوي في وقتنا الحاضر الراحة، والأمان، والطعام، والشراب، وخدمات أخرى، مثل: الفاكس ، والتلفزيون ، والفيديو،... إلخ ، ويعتمد عامل الربح على حمولة الطائرة من المسافرين و أمتعتهم ، ويفضّل كثير من المسافرين الإقامة في الفنادق التي تديرها شركات النقل الجوي؛ للحصول على مستوى أفضل من الخدمات الفندقية . و يوضّح الشكل (٣-٢) أبرز مظاهر التطوّر في النقل الجوي .



الشكل (٣-٢) : مظاهر التطوّر في النقل الجوي.

تطوّر شركات النقل السياحي

نشاط (١-٢)

زر مع أفراد مجموعتك إحدى شركات النقل السياحي ، وتعرّف أهمّ التطوّرات التي حدثت لها منذ تأسيسها ، ودوّن ملحوظاتك بهذه التطوّرات في تقرير ، ثمّ اعرضه على زملائك في الصفّ .

ثانيًا دور شركات النقل في صناعة السياحة والسفر

يضطرّ السائح لقطع مسافات طويلة تستنزف وقته لبلوغ المكان المراد زيارته، وربما يعدل عن رأيه بقضاء إجازة في منطقته سياحية معينة ، وإذا قرّر السفر إلى منطقة معينة للحصول على المتعة النفسية أو الذهنية فإنه يفضل قضاء الوقت بكامله من غير إضاعته في كثرة التنقل بين وسائل النقل المختلفة .

١- شركات النقل البري

تلعب وسائل النقل البري دورًا مهمًا في تطوّر القطاع السياحي من خلال تسهيل عملية انتقال السياح بين المواقع الأثرية، والمشاركة في النشاطات السياحية المختلفة .

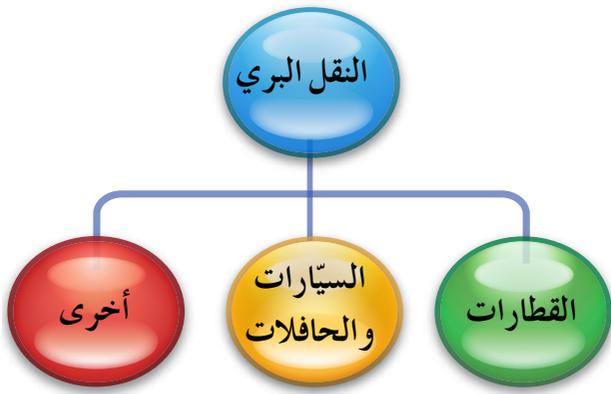
أ - أنواع النقل البري : تتعدّد وسائل النقل البري وتتنوّع، كما يوضّحها الشكل (٢-٤)، ومنها :

١ . القطارات (Trains):

تعتبر القطارات من أرخص وسائل النقل، فقد ازدهرت بعد أن أنشئت بجانبها المدن الصغيرة، والفنادق، والمطاعم

خاصة في الدول التي كانت تعطي لشركات القطارات الحقّ في تملك أراضي مجاورة لإقامة الفنادق والمطاعم .

وقد بدأ فعليًا السفر عن طريق السكك الحديدية من أجل السياحة والترفيه عن النفس في الولايات المتحدة الأمريكية عندما طوّر بول مان (Pullman) عربات السكك الحديدية والتي عرفت باسمه ؛ حيث أدخل عليها ما يوفر للمسافر الراحة والطمأنينة والرفاهية في أماكن النوم، والطعام، وغيرها من الخدمات الأساسية .



الشكل (٢ - ٤) : وسائل النقل البري.

ومن أهمّ خطوط السكك الحديدية المستغلة سياحيًا في العالم: الخطوط الحديدية السويسرية التي تعتبر أكثر السكك الحديدية في العالم رفاهية، وكذلك خط إكسبرس الشرق السريع الذي يعدّ أشهر خطوط السكك الحديدية في أوروبا وأكثر نقلاً للسياح بين الدول الأوروبية، و الخطوط الحديدية اليابانية التي تربط معظم الجزر اليابانية ببعضها، وتساعد السياح في التعرف عن قرب إلى البيئة الطبيعية في اليابان، والخطوط الحديدية الهولندية التي تعتبر من أشهر الخطوط الحديدية المستخدمة سياحيًا في أوروبا وأنجحها؛ فهي تتيح فرصة التمتع بالمناظر الطبيعية الخلابة التي تمرّ خلالها هذه الخطوط .

٢ . السيارات والحافلات (Car and Coaches) : تعدّ السيارات من أهمّ وسائل النقل، وأفضلها، وأكثرها شيوعاً فوق اليابسة للمسافات القصيرة والمتوسطة، واستطاعت السيارات أن تنمي في النفوس الرغبة في السفر والسياحة؛ إذ تعتبر عاملاً محفزاً لقضاء أوقات الفراغ والتنقل بسهولة من مكان إلى آخر، فهي وسيلة نقل مريحة واقتصادية وآمنة خاصة للعائلات، و ممّا زاد في أهميّة السيارات كوسيلة نقل سياحية سهولة وصولها إلى أماكن كثيرة يتعدّد الوصول إليها من قبل وسائل النقل الأخرى . ولم تعدّ السيارات مقتصرة على أفراد مالكيها بل توسّعت إلى انتشار مكاتب تأجير السيارات العادية .

ومن وسائل النقل التي تسير جنباً إلى جنب مع السيارات : الحافلات التي لا تقلّ أهميّة عن السيارات الخاصّة في نقل السائح إلى أيّ مكان يرغب فيه، و بأقلّ كلفة، ومن أهمّ أنواع الحافلات :

أ . كبيرة سعة (٢٦ - ٥٢) مقعداً .

ب . متوسطة سعة (١٠ - ٢٥) مقعداً .

ج . صغيرة أقلّ من ١٠ مقاعد .

تتوافر في الأردن شبكة نقل سياحية برية تتمثل بشركات الحافلات التي تنقل السياح من مكان إلى آخر داخل البلد وخارجه مع توافر خدمات داخل الحافلة، مثل : التكييف، والتلفاز، والمقاعد المريحة، و خدمات الضيافة ... إلخ.

وهناك مكاتب لتأجير السيّارات الصغيرة (Rent-A-Car companies) يستخدمها السائح في تجواله بشكل فردي ، وهناك أيضًا سيّارات الأجرة (Taxi) المنتشرة في أنحاء الأردن جميعها .
بالإضافة إلى الخدمات السياحيّة المتوافرة على الطرق البريّة ، مثل خدمات المطاعم، والفنادق، والمحلات التجاريّة .

لم تضع المؤسّسات التجاريّة إعلانات خاصّة بها على وسائل النقل ومحطات الانتظار؟



قضية للبحث

ابحث مع أفراد مجموعتك عن إجراءات الرقابة والتحكّم في تحديد مواقع حافلات وسيارات التاكسي داخل المملكة ، وأهمّيّتها في الخدمة السياحيّة ، ثمّ اعرض ما توصّلت إليه أمام زملائك في الصف .

يتمتّع النقل البري بعدّة ميزات، أهمّها :

- ١ . يُعدُّ أكثر وسائل النقل شيوعًا وأقلّها كلفة .
- ٢ . سهولة الوصول إلى المسافات القصيرة والمتوسّطة داخل المدن .
- ٣ . إمكانيّة الاستمتاع بالمناظر الطبيعيّة على الطرقات، والوقوف في الاستراحات حسب الرغبة والحاجة .
- ٤ . يوفرّ الجهد والوقت على السائح، ويساعد في زيادة الدخل القومي نتيجة توافر المتاجر، والأسواق، والمصارف المختلفة، والأسواق الحرّة على الطرقات والمعابر البريّة .



نشاط (٢-٢)

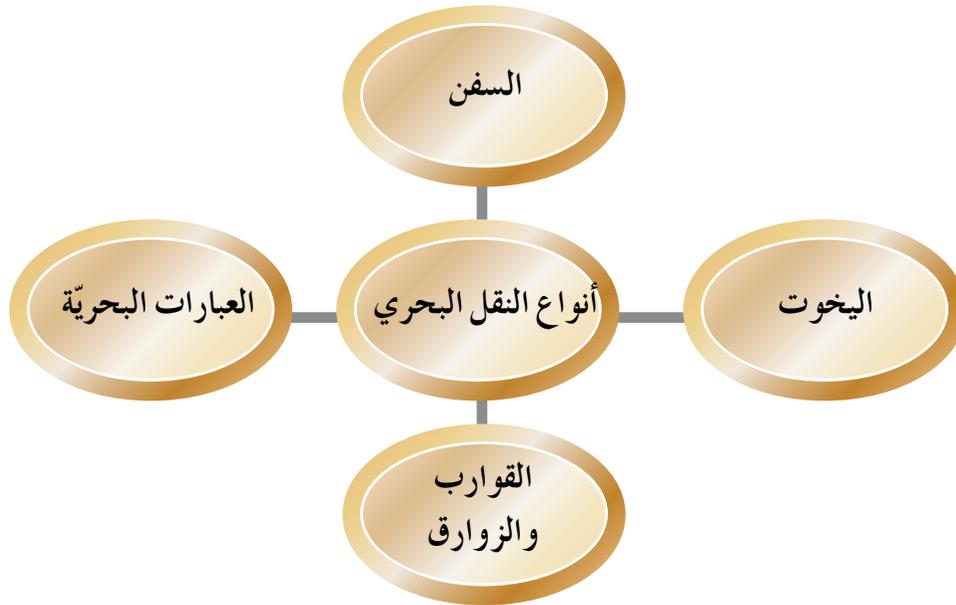
جولة ميدانية

نظّم بالتعاون مع معلّمك وزملائك جولة إلى إحدى شركات النقل البري ، وتعرّف أهمّ الخدمات السياحية المقدّمة فيها ، ودوّن أهمّ الملحوظات التي تمّ استخلاصها ، وناقشها مع زملائك في الصفّ .

٢ - شركات النقل البحري

تعد وسائل النقل البحري من أقدم وسائل النقل ؛ إذ كانت المراكب الشراعية تنقل المسافرين، ومع تطوّر وسائل النقل السياحي، أخذت السفن البخارية تحلّ محلّ المراكب الشراعية ، للرحلات البحرية السياحية العابرة للمحيط الأطلسي و المتّجهة إلى البحر المتوسط .

أ - أنواع النقل البحري : تتنوّع وسائل النقل البحري المستخدمة لأغراض السياحة ، كما يوضّحها الشكل (٢-٥) .



الشكل (٢-٥) : أنواع النقل البحري.



١. السفن الكبيرة (vessels) : ناقلات بحريّة تتسع لعدد كبير من المسافرين، وتُتّصف بتجهيزات مميّزة تزوّد المسافرين بكلّ ما يحتاجونه من خدمات، ووسائل المتعة، والترويح، والاتصال اللاسلكي لأي مكان في العالم .
٢. السفن الصغيرة (Ships) : ناقلات بحريّة لا تزيد سعتها على مئة مسافر، وفيها الوسائل والخدمات الترويحيّة المتوافرة في السفن الكبيرة .
٣. اليخوت (Yachts) : وحدات بحريّة تختلف في حجمها، وتجهيزاتها، وسعتها للمسافرين، ومداهها الملاحي ، ومنها: اليخوت الشراعيّة والآليّة .
٤. القوارب أو الزوارق (Boats) : أصغر الوحدات البحريّة حجمًا وأقلّها سعة ، فهي تختلف عن بعضها البعض بالنسبة لقوّة محرّكها ، ومنها ما يتحرك آليًا، أو باستخدام المجاذيف، أو الشراع ، وتستخدم القوارب لأغراض الرياضات البحريّة و التنزّه .
٥. العبّارات البحريّة (Ferry Boats) : تلعب العبّارات البحريّة دورًا مهمًّا في تنشيط السياحة سواء بين مواقع الدولة الواحدة، كما في كندا ، أو الدنمارك ، أو بين دول العالم المختلفة ، مثل: العبّارات البحريّة التي تربط دول البحر الكاريبي والبحر الأبيض المتوسط مع دول شرق وجنوب آسيا ، ويوضّح الشكل (٦-٢) بعض الوسائل المستخدمة في النقل البحري .



الشكل (٦-٢) : بعض الوسائل السياحيّة المستخدمة في النقل البحري.

و يظهر دور وسائل النقل البحريّة في الأردن من خلال خليج العقبة ومينائها الذي ترسو فيه السفن والبواخر، وتنقل البضائع والمسافرين على حدّ سواء. وهناك العبّارات البحريّة التي تنطلق من ميناء العقبة إلى جمهورية مصر العربيّة، وكذلك اليخوت، والقوارب، والمراكب الزجاجيّة التي تستخدم في الرحلات السياحيّة البحريّة، مثل: الرحلات المتّجهة إلى جزيرة فرعون والتي من خلالها يتمّتع السائح بالمناظر البحريّة الجميلة والشعب المرجانيّة .

ب - ميزات النقل البحري : يتمّتع النقل البحري بعدّة ميزات، أهمّها :

- ١ . إمكانية قضاء إجازة كاملة على ظهر المركب، باعتباره فندقاً أو منتجعاً سياحياً متكاملًا تتوافر فيه التسهيلات و الخدمات جميعها التي يحتاجها السائح .
- ٢ . زيارة الأماكن السياحيّة والمواقع الموجودة في محيط الرحلة البحريّة .
- ٣ . عدم التعرّض لنقل الأمتعة والتنقل بين فندق وآخر خلال الرحلة .
- ٤ . التمتع بالبيئة والمناخ البحري الهادئ .
- ٥ . البعد عن الازدحامات التي قد يصادفها السائح خلال تواجده على اليابسة .

هل تؤثر تكلفة وسيلة النقل في قرار السائح باختيار الوجهة التي يرغب بزيارتها؟ ناقش أفراد مجموعتك وزملاءك في الصف.

قضية
للمناقشة

٣ - شركات النقل الجوي

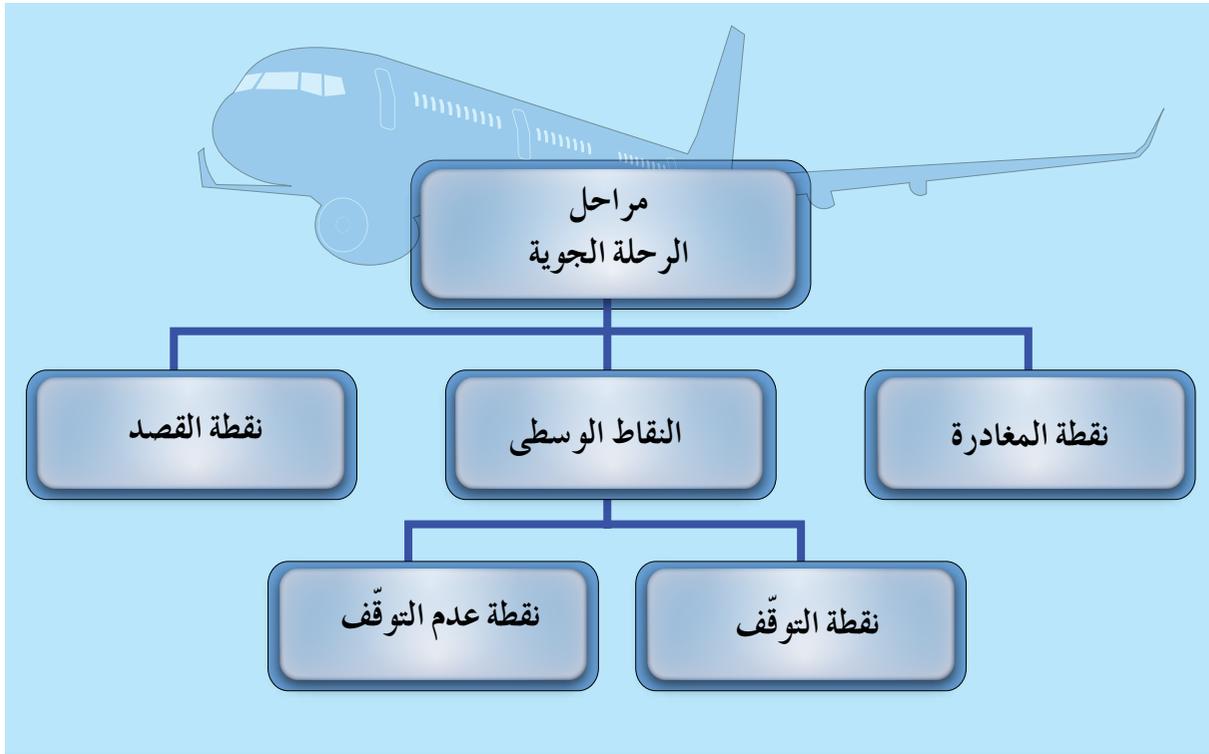
يمثل النقل الجوي عنصرًا مهمًا من عناصر التنمية السياحيّة؛ فالطائرات لها أثرها الكبير في تطوّر السياحة والسفر لما أحدثته من اختصار للوقت، وتقريب المسافات، وتأمين الراحة في أثناء الرحلات الجويّة، ويتوافر في الأردن العديد من شركات الطيران وعلى رأسها الملكيّة الأردنيّة التي تمتلك أسطولًا جويًا متكاملًا يمتاز بأفضل الخدمات السياحيّة للمسافرين، سواء في مبنى المطار أو داخل الطائرة .

وهناك بعض شركات الطيران الخاصّة التي تنظّم رحلات سياحيّة لمجموعات صغيرة ،



مثل: الرحلات التي تنقل المسافرين من الأردن إلى شرم الشيخ في جمهورية مصر العربية، ومرمريس في تركيا، وجزيرة صقلية في إيطاليا، وغيرها من المقاصد السياحية العالمية الأخرى.

أ- مراحل الرحلة الجوية: تمر الرحلة الجوية في ثلاث مراحل، هي: نقطة الانطلاق، ونقطة المرور، ونقطة الوصول إلى المرحلة النهائية، ويوضح الشكل (٢-٧) مراحل الرحلة الجوية.



الشكل (٢-٧): مراحل الرحلة الجوية.

والنقاط التي تتألف منها الرحلة الجوية، هي:

١. المغادرة (Origin): نقطة البداية في الرحلة الجوية، وهي أول نقطة توضع على تذكرة السفر.

٢. النقاط الوسطية (Intermediate): التي تقع بين نقطتي المغادرة والقصد، وتتألف

من نوعين، هما: نقطة التوقف الوسطية (Intermediate stop): النقطة التي يتوقف فيها المسافر لمدة تزيد على ٢٤ ساعة من وصوله، ويكون معدّها لها مسبقاً، ونقطة عدم التوقف الوسطية (No Stop Over Point): النقطة التي يصل إليها المسافر ويغادرها خلال ٢٤ ساعة.



٣ . القصد (Destination) : النقطة النهائية التي يقصدها المسافر في رحلته .

ب- مزايا النقل الجوي

- ١ . يعدّ أسرع وسائل النقل وأكثرها قدرة على قطع المسافات الطويلة .
- ٢ . يعدّ أكثر وسائل النقل مرونة وتطوّرًا و استخدامًا .
- ٣ . يوفّر استخدام الأساليب التكنولوجية الحديثة والمتقدمة .
- ٤ . يوفّر الراحة التامة وتعدّد درجات المقاعد على الطائرة .
- ٥ . يعتبر عاملاً مؤثّرًا في الدخل السياحي للدول .

كيف أصبح تنوّع وسائل النقل السياحي وتطوّرها في الأردن أحد عوامل الجذب السياحي ؟



ج- أنواع الرحلات الجوية

- ١ . رحلة الذهاب (One Way Trip) : الرحلة التي تختلف فيها نقطة المغادرة عن نقطة الوصول ، وتستخدم سعرًا واحدًا خاصًا برحلات الذهاب فقط .
- ٢ . رحلة الذهاب والإياب (Round Trip) (RT) : يكون السفر فيها بشكل كامل جويًا؛ أي أنّها تنطلق من نقطة إلى أخرى ، ثمّ العودة إلى نقطة الأصل مرّة أخرى ، وتتألف من سعرين متساويين في رحلة الذهاب و الإياب .
- ٣ . الرحلة الدائرية (Circle Trip) (CT) : تشابه رحلة الذهاب والإياب؛ فهي تشتمل على السفر من نقطة الأصل، والعودة إلى النقطة نفسها مرورًا بعدة نقاط أخرى ، حيث إنّ سعر رحلة الذهاب لا يساوي سعر رحلة الإياب ، ويمكن أن تشتمل هذه الرحلة على سعرين مختلفين للذهاب والإياب .
- ٤ . الرحلة المفتوحة (Open Journey) (OJ) : الرحلة التي تتضمن المغادرة من نقطة إلى أخرى ، و الانتقال برًا إلى مدينة أخرى داخل البلد نفسه، والعودة منه إلى بلد المغادرة .



٥. رحلة حول العالم (RWT) (Round The World Trip) : سمّيت بهذا الاسم لأنها تمرّ عبر مناطق آياتا (IATA) الثلاث؛ أي تعبر المحيط الأطلسي والهادي .
- د - أنواع تذاكر السفر : التذكرة : أهمّ الوثائق التي تصدر عن شركات الطيران وتعتبر من الناحية القانونية عقداً بين شركة الطيران والمسافر ، و تتضمن الموافقة على نقله من بلد إلى آخر مقابل مبلغ من المال، وتقسم التذاكر إلى نوعين، هما:
١. التذاكر اليدوية التقليدية (Traditional Tickets): تذاكر ورقية متعددة النسخ المكربنة، وتكتب يدوياً .
 ٢. التذاكر الأتوماتيكية (Automated Tickets) : تذاكر تعدّ وتطبع بوساطة الحاسوب، مثل: التذاكر الإلكترونية (Electronic Tickets) التي تصدرها شركات الطيران ومكاتب السياحة والسفر ، ويتم إصدارها عن طريق الإنترنت أو الهاتف ، وعند إصدار التذكرة ، يجب اتباع القواعد العامة الآتية :
 - أ . المعرفة التامة بالقواعد المطابقة لنظم منظمة الآياتا (IATA) وتعليماتها.
 - ب . التأكد من أن المعلومات والبيانات جميعها طبعت على أوراق التذكرة وبشكل واضح .
 - ج . كتابة البيانات الخاصة بالتذكرة جميعها بالأحرف الإنجليزية الكبيرة والمنفصلة عن بعضها .

- د . تعبئة البيانات جميعها، وإذا توافر جزء من غير بيانات يكتب عليها (VOID) .
- هـ . عدم التغيير أو التعديل في البيانات بعد كتابتها، وإذا كان التغيير بسيطاً يوضع لاصق وتكتب عليه البيانات الجديدة ، أمّا إذا كان التغيير جوهرياً حينها يفصل إلغاء التذكرة وإصدار تذكرة جديدة .
- و . المحافظة على التذكرة من التلف أو السرقة؛ لأنها تمثل قيمة مالية لمالكها ،

(IATA) (International Air Transport Association)
تأسس اتحاد النقل الجوي (آياتا) عام ١٩٤٥ ، ويهدف إلى تطوير النقل الجوي الآمن لتقديم وسائل التعاون بين شركات النقل الجوي.

و يوضّح الشكل (٢-٨) أجزاء التذكرة الرئيسة حسب التسلسل الآتي :

- ١٨ . طريقة الدفع .
- ١٩ . البداية / النهاية : يعني أول مطار تمّ الإقلاع منه إلى مطار الوصول .
- ٢٠ . التذاكر الملحقة: تعطى في حال أنّ خطّ السير أكثر من أربع رحلات وهو الحد الأعلى للتذكرة، وعندها، يتمّ إصدار تذكرة ملحقة للرحلة .
- ٢١ . إصدار مقابل: تعطى في حال إعادة الإصدار مقابل تذكرة أخرى، يكتب رقم التذكرة التي أصدر مقابلها .
- ٢٢ . المصدر الأصلي : المكتب الذي أصدر التذكرة الأولى .
- ٢٣ . التقييدات/ التحويلات : تعني في حال أن هناك قيوداً على التذكرة، مثل: عدم التحويل إلى رحلة أخرى، أو غير قابلة للاسترجاع، أو توافر قيود على نوع السعر .
- ٢٤ . معلومات المكتب المصدّر للتذكرة : يتضمّن اسم المكتب الذي أصدر التذكرة، ورقم الآياتا الخاصّ به، وعنوانه، ولكل مكتب رقم آياتا خاصّ به .
- ٢٥ . تاريخ الإصدار .
- ٢٦ . بيانات خاصّة بقسم المراجعة الإدارية والمحاسبة .
- ٢٧ . بيانات خاصّة بقسم المراجعة والمحاسبة .
- ٢٨ . رقم اعتماد بطاقات الائتمان بعد الحصول على رقم التفويض من شركة بطاقة الائتمان .
- ٢٩ . رقم الحجز الخاصّ بالشركة المصدّرة للتذكرة وهذا يختلف عن الشركة الناقلة إذا كانت شركة أخرى .

أنواع تذاكر السفر

نشاط (٢-٣)

زر مع أفراد مجموعتك أحد مكاتب شركات الطيران المتوافرة في منطقتك، وتعرّف أنواع التذاكر المتوافرة، والمكونات الرئيسة فيها، واعرّض النتائج التي توصلت إليها أمام زملائك في الصفّ .

قضية للبحث

عد مع أفراد مجموعتك إلى مكتبة المدرسة ، وابتحث في أحد الكتب المتخصصة بعلم تكنولوجيا الاتصالات أثر التقدّم التكنولوجي ووسائل الاتصال في تطوّر إصدار تذاكر السفر، ثمّ اكتب تقريراً بذلك، واعرّضه أمام زملائك في الصفّ .

ثالثاً الخدمات السياحية في وسائط النقل

تتعدّد الخدمات المقدّمة في وسائل النقل لتلبية احتياجات السيّاح خلال فترة انتقالهم إلى الأماكن السياحية، ومنها:

١ - الخدمات السياحية في وسائط النقل البري

تتوافر في وسائل النقل البري العديد من الخدمات التي تؤدّي إلى تنشيط العمليّة السياحية، ومن أبرز الخدمات السياحية التي تقدّم في وسائط النقل البري ما يأتي :

أ - توفير مكاتب الحجوزات ، والحصول على المعلومات اللازمة .

ب- توفير البنوك، ومحالّ تصريف العملات، والأسواق الحرّة .

ج- توفير خدمات البريد والاتصالات .

د - توفير المطاعم، ومتاجر بيع التحف (Souvenirs) على الطرق .

هـ - تسهيل معاملات الدخول والخروج على الحدود البريّة.

٢ - الخدمات السياحية في وسائل النقل البحري

تتوافر في وسائل النقل البحري العديد من الخدمات التي تؤدّي إلى تنشيط العمليّة السياحية، ومن أبرز هذه الخدمات ما يأتي :

أ - توفير مكاتب الحجوزات داخل الموانئ وخارجها؛ لتسهيل مهمّة السيّاح .

ب- استيعاب أمتعة المسافرين جميعها مهما كان حجمها أو وزنها .

ج- توفير وسائل الراحة والخدمات جميعها داخل الموانئ، مثل: صالات انتظار المسافرين والمحلات التجاريّة، والمطاعم، والصالات الترفيهيّة (التلفاز ، وإنترنت ... إلخ) .

د - تحتوي سفن المسافرين المتخصّصة بالرحلات السياحية على غرف فاخرة للنوم، بالإضافة

الأسواق الحرّة

توفّر مختلف البضائع التي يسمح للسائح بشرائها ضمن قوانين محدّدة من غير دفع أيّ ضرائب إضافيّة.



- إلى المطاعم، و الصالات الرياضية، والعروض السينمائية، وقاعات الاحتفالات .
- هـ - خدمات تأجير المراكب من قبل شركات سياحية مختصة تنظم رحلات لغايات المتعة والاستجمام .
- و - تنظيم رحلات الغوص والصيد للسياح، والإعلان عنها في الصحف والمجلات المختلفة .

٣- الخدمات السياحية في وسائط النقل الجوي

- يعدّ النقل الجوي أكثر وسائل النقل استخداماً في الرحلات السياحية ، وتتعدّد الخدمات السياحية المقدّمة في وسائل النقل الجوي كما يأتي :
- أ - توفر شركات الطيران مكاتب لها في وسط المدينة؛ لتأكيد الحجز قبل السفر .
- ب - تأمين سيارات لنقل المسافرين من وسط المدينة إلى المطار بعد وزن الأمتعة قبل السفر بفترة قصيرة .
- ج - توفر مطاعم تقدّم وجبات للسياح المسافرين .
- د - توفير وسائل اتصالات، ومكاتب البريد، وفروع بنكية؛ لتحويل العملات .
- هـ - توفير فنادق من الدرجة الأولى قريبة من المطار وخاصة لمسافري الترانزيت .

خدمات مسافري الترانزيت

نشاط (٢-٤)

زر مع أفراد مجموعتك أحد الفنادق القريبة من مطار الملكة علياء الدولي، وتعرّف الإجراءات المتّبعة في خدمة مسافري الترانزيت، واعرض النتائج التي توصلت إليها أمام زملائك في الصف .



تتنوّع الرموز المستخدمة في النقل السياحي وخاصّة في النقل الجوي وشركات الطيران المختلفة والتي عادة تستخدم العديد من الاختصارات والمصطلحات المتنوّعة، من أهمّها ما يأتي:

١- اختصارات المدن والعواصم ورموزها

يوضّح الجدولان (١-٢)، و (٢-٢) أهمّ رموز المدن والعواصم المتعارف عليها لدى شركات الطيران المختلفة.

الجدول (١-٢): المدن والعواصم العربيّة Arabian Cities.

الرمز	المدينة	الرمز	المدينة
DXB	Dubai	AUH	Abu Dhabi
DOH	Doha	AAN	Al-Ain
JED	Jeddah	ALG	Algiers
KRT	Khartoum	AMM	Amman
KWI	Kuwait	AQJ	Aqaba
MCT	Mascat	BGW	Baghdad
RUH	Riyadh	BAH	Bahrain
SAH	Sana'a	BEY	Beirut
SHJ	Sharjah	CAI	Cairo
BEN	Benghazi	CAS	Casablanca
TUN	Tunisia	DAM	Damascus

الجدول (٢-٢) : الدول الأوروبية والأمريكية (Europe And .U.S).

الرمز	المدينة	الرمز	المدينة
MAD	Madrid	AMS	Amsterdam
MIL	Milan	ATH	Athens
MUC	Moscow	BRU	Brussels
YOW	Ottawa	CPH	Copenhagen
PAR	Paris	FRA	Frankfurt
ROM	Rome	ISB	Istanbul
STO	Stockholm	LCA	Larnaka
VIE	Vienna	LOS	London
ZRH	Zurich	LAX	Los Angeles

٢- رموز المسافرين

تقسم شركات الطيران المسافرين من حيث الأعمار إلى عدّة فئات أهمّها، ما يأتي :

- أ - من يوم واحد إلى سنتين يعتبر المسافر رضيعاً (INFANT)، والرمز المستخدم (INE).
- ب - من سنتين إلى ١٢ سنة يعتبر المسافر طفلاً (CHILD)، والرمز المستخدم (CH).
- ج - من ١٢ سنة إلى ٢٥ سنة يعتبر المسافر شاباً (YOUTH)، والرمز المستخدم (ZZ)، أو (STUDENT)، والرمز المستخدم (SD).
- د - من ٢٦ سنة إلى ٦٥ سنة يعتبر المسافر بالغاً (ADULT).
- هـ - من ٦٥ سنة فما فوق يعتبر المسافر كبير السنّ (SENIOR CITIZEN).

٣- رموز الرحلات

تختلف الرموز المستخدمة في الرحلات الجوية تبعاً لاختلاف نوع الرحلة، ومن أهم أنواع

الرحلات الجوية ورموزها المستخدمة ما يأتي :

- أ - رحلة ذهاب فقط، ويرمز لها (O/W).
- ب - رحلة ذهاب وعودة لمدة شهر واحد، ويرمز لها (YEE1M).
- ج - رحلة ذهاب وعودة لمدة شهرين، ويرمز لها (YEE2M).



- د - رحلة ذهاب وعودة لمدة ثلاثة أشهر، ويرمز لها (YEE3M) .
هـ - رحلة ذهاب وعودة لمدة سنة، ويرمز لها (R/T) .

٤- اختصارات الأشهر والأيام

تستخدم اختصارات ورموز للأشهر والأيام في شركات الطيران ومكاتب السياحة ، كما يوضّحها الجدولان (٣-٢)، و(٤-٢) .

الجدول (٤-٢) : الأيام.

الاختصار	اليوم
SUN	Sunday
MON	Monday
TUE	Tuesday
WED	Wednesday
THU	Thursday
FRI	Friday
SAT	Saturday

الجدول (٣-٢) : الأشهر.

الاختصار	اسم الشهر
JAN	January
FEB	February
MAR	March
APR	April
MAY	May
JUN	June
JUL	July
AUG	August
SEP	September
OCT	October
NOV	November
DEC	December

٥- اختصارات المصطلحات الأجنبيّة

هناك العديد من الاختصارات الأساسيّة التي تستخدم في مكاتب السياحة والسفر وشركات الطيران، وأهمّ هذه الاختصارات يوضّحها الجدول (٢-٥).

الجدول (٢-٥): أهمّ الاختصارات المستخدمة في شركات الطيران.

المصطلح باللغة الإنجليزيّة	الاختصار	المصطلح باللغة العربيّة
Advice	ADV	نصيحة
Amount	AMT	كميّة
Arrival	ARR	وصول
Cancel	XX	إلغاء
Check	CK	التأكد من معلومات الحجز
Connection	CONX	اتصال
Contact	CTC	تواصل
Departure	DEP	مغادرة
Effective	EFF	مؤثّر
Hotel	HTL	فندق
Information	INFO	معلومات
Meet and Assist	MASS	المساعدة الفنيّة
Per Person	PER	للشخص الواحد
Please	PLS	من فضلك
Thanks	TKS	شكراً
Ticket	TKT	تذكرة
Very Important Person	VIP	شخص مهمّ جدّاً
Waiting List	WL	قائمة الانتظار
Your	YR	لك



أسئلة الوحدة

- ١- تتبّع أهمّ التطوّرات التي مرّ بها النقل السياحي .
- ٢- قارن بين وسائل النقل السياحي المختلفة من حيث :
 - أ - الوسائل المستخدمة في كلّ منها .
 - ب - الخدمات المقدّمة فيها .
 - ج - ميّزاتها المختلفة .
- ٣- عدّد النقاط التي تتكوّن منها الرحلة الجويّة .
- ٤- ما الفرق بين التذاكر اليدويّة والتذاكر الإلكترونيّة من حيث :
 - أ - طريقة كتابة كلّ منها .
 - ب - أماكن إصدارها .
 - ٥- علّل ما يأتي :
 - أ - صعوبة تقديم الخدمات السياحيّة في وسائط النقل البريّة العامّة .
 - ب- اعتبار النقل السياحي المحرّك الأوّل للمشاركة في الأنشطة والفعاليات السياحيّة المختلفة .
 - ج - إطلاق مصطلح الفنادق العائمة على السفن السياحيّة الكبيرة .
 - ٦- وضح المعنى المقصود من كلّ من الرموز والاختصارات الآتية :
(VIP)، (XX) ، (TKT) ، (DEP)، (ARR)، (NOV)، (YEE7M)، (O/W) . (ZZ
) .



مهارات البحث والاتصال

- ١ - باستخدام موقع دائرة الإحصاءات العامّة الأردنيّة (www.dos.gov.jo)، ابحث عن إحصائيّات تطوّر شركات النقل السياحي في الأردن خلال السنوات الخمس الماضية، ودورها في دعم الحركة السياحيّة، وأعدّ تقريرًا بالنتائج، وناقشها مع معلّمك وزملائك في الصفّ.
- ٢ - بالرجوع إلى مكتبة مدرستك، اكتب في دفترك إسهامات شركات النقل السياحي في تطوير قطاع السياحة، ودورها في دعم الاقتصاد الوطني.
- ٣- بالرجوع إلى محرّكات البحث في الشبكة العنكبوتيّة، ابحث عن مسؤوليّات منظمة الآياتا العالميّة ومهامّها، ودورها في العالم، ثمّ اعرض نتائج ما توصلت إليه أمام زملائك في الصفّ.

الأنشطة الإثرائيّة

- ١ - بعد تقسيم الصفّ مجموعات، بيّن كيف يمكن أن يؤثر تنوّع شركات النقل وتطوورها في زيادة الحركة السياحيّة، والمشاركة في الفعاليات والأنشطة المختلفة.
- ٢ - نظّم بالتعاون مع معلّمك زيارة ميدانيّة إلى إحدى شركات النقل الجوي، ثمّ أعدّ تقريرًا تتناول فيه دور شركات النقل الجوي في تطوّر السياحة، وناقش نتائج الزيارة مع معلّمك وزملائك في الصفّ.
- ٣- زر إحدى شركات النقل السياحي في منطقتك، وأعدّ تقريرًا يبيّن قوانين ترخيص شركات النقل السياحي، وشروطها في الأردن، واعرض ما توصلت إليه أمام معلّمك وزملائك في الصفّ.
- ٤- زر أحد مكاتب تأجير السيارات السياحيّة في منطقتك، واكتب تقريرًا توضّح فيه الإجراءات المتّبعة في عملية تأجير السيارات السياحيّة للأفراد، واعرض ما توصلت إليه أمام زملائك في الصفّ.



تقويم ذاتي

الرقم	يمكنني بعد دراسة الوحدة أن :	نعم	لا
١	أتعرف مفهوم النقل السياحي .		
٢	أتبع التطور التاريخي للنقل السياحي .		
٣	أوضح دور شركات النقل السياحي في صناعة السياحة .		
٤	أفرق بين أنواع النقل السياحي المختلفة .		
٥	أتعرف الخدمات السياحية المقدمة في وسائط النقل المختلفة .		
٦	أوضح أهم المزايا في وسائل النقل السياحي .		
٧	أتعرف أهم أجزاء تذاكر السفر وأنواعها .		
٨	أتعرف الوسائط المختلفة للنقل السياحي في الأردن والخدمات السياحية المقدمة فيها .		
٩	أميز بين الرموز المستخدمة في تسهيل عمل شركات النقل السياحي .		
١٠	أستخدم النماذج والصور والأشكال في عمل شركات النقل السياحي .		

٣

الوحدة الثالثة



الاتصال السياحي

Tourism
Communication

- لم يتزايد الاهتمام بالاتصال والتواصل في العصر الحديث؟
- ما أهمية الاتصال السياحي في تقريب وجهات النظر بين السائح والمنشأة السياحية؟



يتزايد الاهتمام حديثاً بالاتصال السياحي لما له من أهمية خاصة في تعزيز التفاعل الإيجابي بين المنشأة السياحية بشكل خاص والمقصد السياحي عمومًا من جهة ، والجهات ذات العلاقة بالتنمية السياحية ، مثل: السائح، والمجتمع المحلي من جهة أخرى ، والاتصال عملية تفاعلية تعتمد على السلوك الإنساني في تكوين العلاقات مع الآخرين وتعزيزها ، لذا تلجأ المؤسسات السياحية إلى تفعيل دور الاتصال الناجح في نشاطاتها؛ لتحقيق أهدافها، وتعزيز دورها التنافسي .

يتوقع منك بعد دراسة هذه الوحدة أن :

- تتعرف أساسيات الاتصال.
- توضح وسائل الاتصال السياحي المختلفة.
- تميز متطلبات الاتصال السياحي.
- توضح معوقات الاتصال السياحي.
- تتعرف مهارات الاتصال في مكاتب السياحة والسفر.



يلعب الاتصال الفعّال دورًا أساسيًا في نجاح النشاط السياحي بين الأطراف المشتركة في العملية السياحية جميعها ، ومن الأساسيات التي يجب تناولها في الاتصال السياحي أهمية الاتصال وأهدافه ، وعملية الاتصال و طرقه .

١- أهمية الاتصال السياحي

للاتصال السياحي أهمية خاصة للجهات ذات العلاقة بالتنمية والتسويق السياحي كافة ، سواء كانت رسمية أو أهلية ، و تبرز أهمية الاتصال السياحي في ما يأتي :

أ - تبادل المعلومات، سواء داخل المنشأة السياحية أو مع جمهورها الخارجي .

ب- التأثير والإقناع في وجهات النظر المختلفة.

ج- توضيح القرارات والتعليمات من قبل الرئيس للمرؤوسين.

د - اتخاذ القرارات المناسبة في ما يخصّ تعديل الخطوط أو حلّ المشكلات، من خلال التعرّف إلى ردود فعل السّياح (التغذية الراجعة).

هـ - تنمية التفاعل الإنساني، وتطوّر العمل المبني على التخطيط الفعال، والتنظيم الجيّد، والتوجيه والرقابة بصورة صحيحة.

٢- أهداف الاتصال السياحي

يعدّ الاتصال الفعال من أبرز عوامل نجاح المنشأة السياحية ويساعد في تحقيق أهدافها، ومن أبرز أهداف الاتصال السياحي ما يأتي:

أ - مساعدة المنشأة السياحية على تحقيق أهدافها.

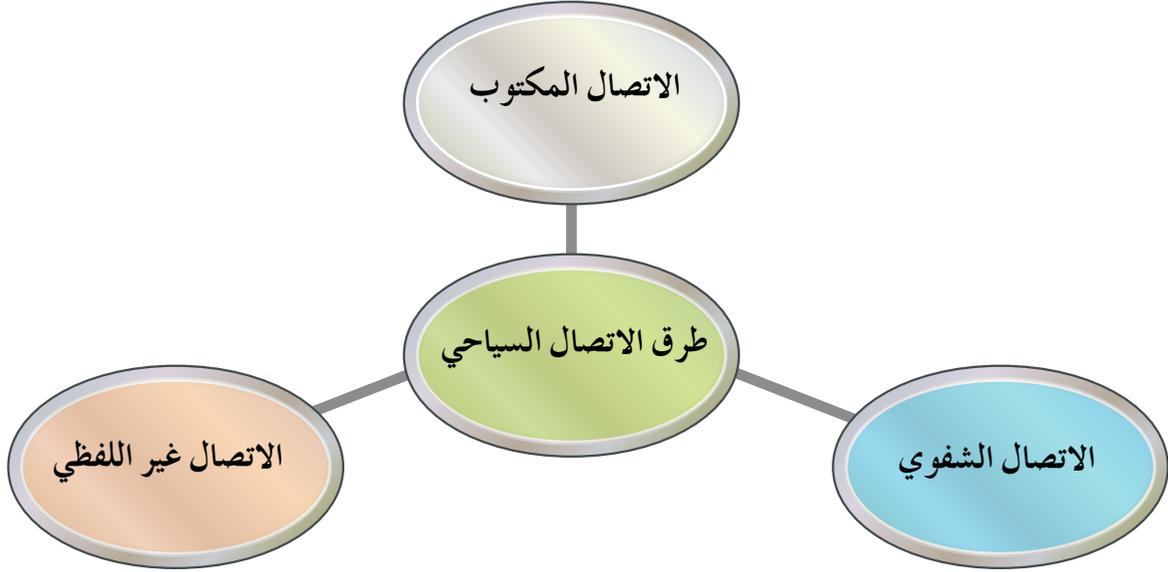
ب - زيادة فعالية اتخاذ القرارات السليمة .

ج - تزويد العاملين بالمعلومات الأساسية للقيام بواجباتهم الوظيفية .

د - المساعدة في تقريب وجهات النظر المختلفة سواء بين العاملين في المنشأة نفسها ، أو بين المنشأة السياحية وعملائها .

٣- عملية الاتصال السياحي وطرقه

يمكن تعريف الاتصال السياحي بأنه عملية تبادل الأفكار والمعلومات والآراء بين المرسل والمستقبل من خلال وسيلة معينة؛ بهدف التأثير والإقناع؛ للوصول إلى تفاهم متبادل بين المنشأة السياحية والجهات المستهدفة في نشاطاتها الحالية والمستقبلية .
وتتمثل طرق الاتصال السياحي بالاتصال المكتوب والشفوي، وغير اللفظي ، كما يوضحها الشكل (١-٣) .



الشكل (١-٣) : طرق الاتصال السياحي .

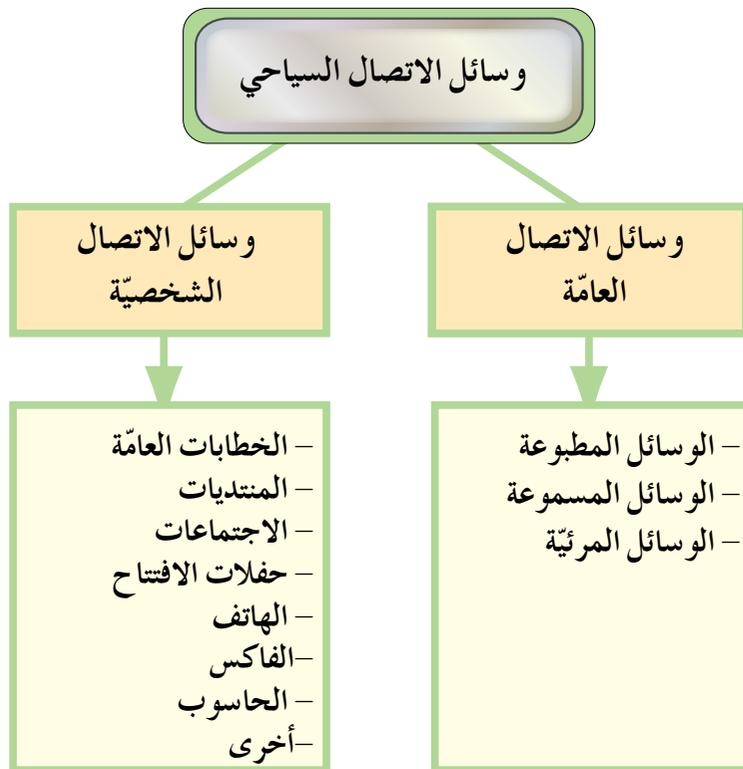
استخدام إيماءات الرأس والجسد .

نشاط (١-٣)

- حدّد أنت وزميلك حركة معينة بالجسد ، أو الرأس ، أو العيون ، أو جميعها معاً توضّح فيها كيفية الاتصال في الحالات الآتية :
- إيماءات تشجيع وأنّ ما يحدث هو رائع.
 - إيماءات أنك توافق الشخص الذي تسمعه.
 - إيماءات الاعتراض والرفض.
 - إيماءات استحالة حدوث أمر ما.

تتعدّد وسائل الاتصال التي تستخدمها المنشآت السياحية ومكاتب السياحة والسفر، بهدف إيصال الرسائل والمعلومات إلى الجمهور المستهدف، وهناك نوعان من وسائل الاتصال، هما: وسائل عامّة، وأخرى شخصيّة، كما يوضّحها الشكل (٣-٢).

١- وسائل الاتصال العامّة (الجماهيرية) (Mass Media)



توفّر وسائل الاتصال العامّة للمنشآت السياحية الاتصال بأكبر عدد ممكن من الجمهور، بهدف التأثير والإقناع من غير أن يكون هناك احتكاك مباشر بهم، ومن أبرز وسائل الاتصال العامّة المستخدمة ما يأتي:

أ- الوسائل المطبوعة: تتميز المواد المطبوعة بقدرتها على إقناع الآخرين والتأثير فيهم، بالإضافة إلى إمكانية قراءتها في الوقت الذي يفضّله الشخص أو حفظها وقراءتها في وقت لاحق.

الشكل (٣-٢): وسائل الاتصال السياحي.

ويجب أن تتوافر في المواد المطبوعة العديد من العناصر؛ لجعلها أكثر تأثيراً في الجمهور، منها: أن تكون الأفكار المكتوبة واضحة للقارئ، ويعبّر عنها بكلمات مؤثّرة، يسهل عليه فهمها وتصوّرها ذهنياً، كما يجب أن تكون الفقرات مترابطة ومصوغة بلغة سليمة.

ومن أبرز عيوب المواد المطبوعة أنها تحتاج لوقت طويل في إعدادها ومراجعتها أو تعديلها، كما أنها تستخدم حاسّة واحدة من حواس الإنسان من غير توافر للمؤثرات الحركيّة والموسيقىّة فيها، ممّا يجعل المعلومة المرسلّة أقلّ تأثيراً من بعض الوسائل الأخرى ، ومن أهمّ وسائل الاتصال المطبوعة ما يأتي :

١. الصحف (Newspapers): يجب أن تتوافر في الإعلانات التي تعلن المنشأة السياحيّة عنها في الصحف عناصر عدّة، أهمّها المعلومة التي يتمّ تناولها بالإعلان ، وأن يكون الخبر واضحاً ومثيراً للاهتمام ، ويدفع القارئ لمعرفة المزيد عنه ، ويكون ذا مصداقيّة ، ويقدم الجوانب جميعها بشكل متوازن، وقادر على الترويج للمنشأة السياحيّة .

٢. المجلّات (Magazines): يجب أن تكون المجلّات الموجهة للسياح سهلة الفهم ، وأن تتعامل مع المستويات الفكرية للقارئ ، وأن تكون سليمة اللغة والمفردات، وقادرة على إيصال الفكرة المطلوبة .

تتميّز المجلّات بإمكانية استهداف جمهور محدّد من خلال جودة الطباعة والورق المستخدم، وكلفة الإعلان فيها أقلّ من كلفة الإعلان في الصحف اليوميّة ، ومن أبرز عيوب المجلّات؛ أنّها تصدر أسبوعيّاً وليس بشكل يومي، مثل: الصحف اليوميّة .

٣. الكتيّبات والنشرات (Booklets And Brochures): تستخدم الكتيّبات والنشرات لأغراض تعليميّة وتسويقيّة في الإعلان عن الفعاليّات السياحيّة المختلفة ، ولضمان وصول هذه الوسيلة إلى الجمهور، لا بدّ أن تكون مصمّمة بأسلوب جيّد ومثير للاهتمام؛ لحمل رسالة أو معلومة معيّنة إلى الجمهور السياحي المستهدف .

٤. لوحات الإعلان (Bulletin Boards): إعلانات موجهة من قبل المنشأة إلى العاملين للإعلان عن القرارات والتعليمات الصادرة ، وفي العادة، يتمّ تعليقها في مكان مناسب في المنشأة ، ويجب أن يتوافر في اللوحات الإعلانيّة التنظيم، والمتابعة المستمرّة، وإبرازها بشكل لائق ومثير للانتباه .

٥. الرسائل (Letters): تستخدم الرسائل الإلكترونيّة أو المكتوبة لإعلام الجماهير المستهدفة ببرامج المنشأة السياحيّة ونشاطاتها ، ولزيادة فعالية الرسالة، يجب أن تكون صياغتها



جيدة، وموجهة لجمهور محدد، ومن عيوب الرسائل: افتقارها إلى الاتصال الشخصي، وعدم إمكانية توجيه الأسئلة والإجابة عنها بنحو مباشر .

قضية للبحث

ابحث مع أفراد مجموعتك في إحدى الصحف أو المجلات السياحية عن أهم القواعد المتبعة لكتابة المقالة السياحية، واعرّض نتائج ما توصلت إليه على زملائك في الصفّ .

ب - الوسائل المرئية: يعتبر التلفاز أكثر وسائل الاتصال العامة من حيث الفعالية، فهو يعرض المعلومات بالصوت والصورة باستخدام المؤثرات والألوان، وتسجل المنشآت السياحية البرامج المختلفة وتعرضها، وتوصل المعلومات المطلوبة عن طريق الوسائل المرئية، بهدف التأثير في قرارات السياح، وترغيبهم بالإقبال على شراء منتجاتها، أو استخدامها، أو المشاركة في الفعاليات والأنشطة المختلفة، ومن عيوب هذا النوع، صعوبة توجيه الأسئلة والحصول على إجابة مباشرة، فضلاً عن صعوبة التحكم بالرسالة الإعلانية، وتغييرها بين الحين والآخر.

ج - الوسائل المسموعة: يعدّ المذياع من أهم وسائل الاتصال المسموعة، حيث تراجع الدور الفعال للمذياع بظهور التلفاز، ومع ذلك لا يزال المذياع يشكل دوراً مهماً في نشر المعلومات المختلفة، خاصة تلك البرامج التي تستقطب أعداداً كبيرة من المستمعين والمهتمين بالنشاطات السياحية، ومن إيجابيات المذياع: سعة انتشاره، ومن عيوبه: استحالة استخدام التأثيرات المرئية، مثل: الألوان، والصور في تقريب الصورة المطلوبة لذهن المستمع في حالة الإعلانات الناجحة.

البرامج السياحية في التلفاز والمذياع

نشاط (٢-٣)

زر مع أفراد مجموعتك إحدى محطات الإذاعة و التلفزة الأردنية، ودوّن ملحوظاتك حول البرامج السياحية المعروضة، و اشرحها لزملائك في الصفّ .

٢- وسائل الاتصال الشخصية (Personal Communication Media)

توفّر وسائل الاتصال الشخصية أجواء المصداقية ومشاعرها نتيجة الاحتكاك المباشر مع الجمهور، وإمكانية توجيه الأسئلة والإجابة عنها بين المرسل والمستلم ، وأهمّ طرق الاتصال الشخصية ما يأتي :

أ - الخطابات العامة (Public Speeches) : ويقصد بها إيصال المعلومات من قبل المرسل إلى المستلم من خلال الحديث معه ، بهدف التأثير فيه، وإقناعه بوجهة نظر معيّنة أو إيصال معلومات مختلفة ، وهي أكثر الوسائل الشخصية استخداماً ، ومن أهمّ الخطوات الواجب اتباعها لجعل الحديث مؤثراً ما يأتي :

- ١ . التخطيط الجيد للمعلومة المراد التحدّث فيها .
- ٢ . تنظيم المعلومات بصورة متسلسلة و مترابطة الأفكار .
- ٣ . قيام المتحدث بإلقاء الكلمة بصورة واضحة ومؤثّرة .
- ٤ . اتّصاف المتحدث بالهدوء، ومحاولة جذب الانتباه إليه .
- ٥ . أن تكون الكلمة الملقاة على مستوى القدرات الذهنيّة للجمهور .
- ٦ . إنهاء الحديث في الموعد المحدّد .

ب- المنتديات (Forums) : تجمّع عدد كبير من الأشخاص أو الجهات المعنيّة، بهدف مناقشة موضوع معيّن ذي تأثير أو اهتمام لجمهور واسع ، ولكي تكون المنتديات وسيلة اتصال سياحيّة فاعلة، يجب التحضير المسبق لها، وتهيئة الوقت والمكان المناسبين، والتجهيزات التي تساعد في نجاحها .

ج- الاجتماعات (Meetings) : لقاءات تجمع بين عدد من المهتمّين ، بهدف مناقشة مسألة محدّدة ضمن برنامج واضح، ومنها، على سبيل المثال: اللقاءات الثقافيّة، والسياحيّة، والبيعيّة المختلفة، ولكي تكون الاجتماعات من وسائل الاتصال الفاعلة، يجب توافر الأمور الآتية :

- ١ . تحديد هدف الاجتماع .
- ٢ . اختيار المتحدث بعناية، وتقديم التسهيلات المطلوبة له .
- ٣ . توافر إضاءة مناسبة في قاعة الاجتماع، وتردّدات صوتيّة جيّدة .
- ٤ . الإعلان المسبق عن الاجتماع محدّد فيه مكان إنعقاده وزمانه .



٥. توفير التجهيزات والتسهيلات التي يحتاجها المشاركون (دفاتر، وأوراق عمل ، وأقلام ... إلخ) .

٦. يتضمّن الاجتماع فترات للراحة، ممّا يشجّع اللقاءات غير الرسميّة خارج نطاق الاجتماع .

د - حفلات الافتتاح العامّة (Opening Ceremonies): تستخدم هذه الوسيلة كأداة ترويجيّة عند افتتاح المهرجانات، والفنادق، ومكاتب السياحة والسفر؛ إذ يستمتع الجمهور خلال الحفل بمشاهدة فقرات ترفيهيّة مختلفة، مثل: الرقص الشعبي، والعروض الموسيقيّة، وغيرها من الفعاليات .

هـ - الهاتف (Telephone): يؤدي هذه المهمّة شخص مكلف بالرد على الهاتف ، يتمّ اختياره بدقّة وعناية فائقة لتمثيل المنشأة السياحيّة، وإعطاء الانطباع الجيّد عنها، وتحسين صورتها الذهنيّة في نظر الجماهير المستهدفة.

و - الحاسوب (Computer): يساعد جهاز الحاسوب المنشآت السياحيّة في تخزين البيانات والمعلومات، واسترجاعها، وإرسال التقارير واستقبالها بسرعة، وبالتالي يؤدي إلى سهولة إنجاز العمل، وتوفير الوقت والجهد .

ز - الفاكس (Fax): جهاز مربوط بالهاتف يتمّ من خلاله نقل المادّة المكتوبة لاسلكيّاً بعد تصويرها إلى جهاز الطرف الآخر، حيث تصله صورة عن تلك المادّة المكتوبة .

لم تعتبر المؤسّسات التربويّة والتعليميّة مادّة الاتصال السياحي ضرورة للمعنيين والعاملين في القطاع السياحي؟ قدّم بعض الأفكار المهمّة في هذا الإطار، وناقشها مع زملائك في الصفّ .

قضية
للمناقشة

للاتصال السياحي الناجح متطلبات، أهمها ما يأتي :

١- التعرف إلى العامل النفسي للسائح

يلعب العامل النفسي الدور الأساس في التعرف إلى طبيعة الضيف وخصائصه المختلفة، مما يسهّل عملية الاتصال، ويؤدّي إلى نجاحها من خلال محاكاة مشاعره وحاجاته، وأهمّ الطرق التي تساعد المنشأة السياحية في التعرف إلى العامل النفسي للسائح ما يأتي :

أ - معرفة أسماء الضيوف القادمين، وتواريخ ميلادهم، والهدف من ذلك مفاجئة الضيف بعيد ميلاده أو بمناسبة عزيزة عليه، والتدرّب على الأسماء ونطقها بطريقة سليمة تجنّب الموظف الإحراج.

ب - معرفة ثقافة الضيف الزائر من حيث رصد ردود الأفعال المختلفة المتوقعة، وكذلك الحرص والانتباه في التعامل مع الضيوف باختلاف جنسيّاتهم، ومعتقداتهم، وعاداتهم، وتقاليدهم.

ج - معرفة الفئات العمرية للضيوف لما لها من انعكاسات على كميّة التعامل بين المنشأة السياحية والضيف الزائر، فكبار السن يجب إظهار الاهتمام بهم أكثر من الضيوف صغار السن من غير إظهار الشفقة والعطف عليهم.

د - اكتساب مهارات الاتصال، والتزوّد بقدر كافٍ من معرفة الجوانب النفسيّة للأسواق السياحية، وصولاً إلى التعامل السليم مع الضيف من غير إرباكات أو معيقات قد تؤثر في العلاقة بين الضيف والمضيف.

يؤدّي نقص الخبرة أو عدم توافر الاحترافيّة لدى بعض العاملين في القطاع السياحي غالباً إلى الوقوع في الكثير من المشاكل والإحراجات للمنشأة السياحية، مما ينعكس بالتأكيد على تميّزها وتنافسيّتها.

هـ- إزالة الجمود ما بين العاملين في المنشأة والضيف من خلال بذل الجهد الأكبر في تقديم العون والمساعدة من قبل العاملين للسياح ، وحثّهم على الاندماج في البيئة المحليّة والفعاليات والأنشطة المختلفة والمشاركة فيها. ففي بعض الأحيان، يرغب الضيف بالانفتاح والمساعدة عندما يشعر بالاطمئنان ، ومثال ذلك تشجيع الضيف على ارتداء اللباس الشعبي الأردني، والمشاركة في الفعاليات الشعبيّة، كما هو موضح في الشكل (٣-٣).



الشكل (٣-٣) : تشجيع الضيوف على الانخراط في الثقافة المحليّة.

برأيك: ما الدور الذي يمكن للمرشد السياحي القيام به لتشجيع السيّاح على التفاعل مع المجتمعات المحليّة في المواقع السياحيّة، وتعزيز التفاعل بين ثقافة السائح الضيف والثقافة المحليّة للمضيف؟ حاول تقمّم دور المرشد السياحي في هذا الإطار.

قضية للمناقشة

التفاعل الثقافي من خلال المواقع الإلكترونيّة

نشاط (٣-٣)

اطلع على بعض المواقع الإلكترونيّة التي تروّج للسياحة الأردنيّة، وتعرّف بعض المصطلحات الثقافيّة التي يتمّ عرضها للضيوف، ثمّ ناقش أهميّة هذه المواقع في تشجيع التفاعل الثقافي بين السائح والمواطن الأردني مع معلمك وزملائك في الصف.

٢ - التعامل مع شكاوى السياح المختلفة

يهدف الاتصال السياحي إلى التعرّف إلى المشكلات المختلفة التي تواجه السياح، والشكاوى المقدّمة من طرفهم، ومحاولة إيجاد الحلول المناسبة لها، وبالرغم من ضرورة تجنّب المشاكل والشكاوى المحتملة قبل حدوثها، إلاّ أنّه لا بدّ من ظهور بعض المشاكل والشكاوى في مؤسّسات الضيافة. وهناك قواعد عامّة يجب على الموظّفين اتباعها في التعامل مع شكاوى الضيوف، من أهمّها:

أ - الاهتمام بالمشكلة، ومحاولة تفهّم وجهة نظر الضيف ومناقشته بأسلوب لبق .

ب - استخدام العبارات المحبّبة للضيف ، مثل: (سيّد... آنسه...).

ج - تدوين الملحوظات المختلفة عن المشكلة، والالمام بالظروف جميعها التي أدت لها، وإيصالها للمسؤولين؛ لضمان تلافي هذه الأخطاء وعدم تكرارها مستقبلاً .

د - المتابعة الجيّدة للمشكلة، والتأكّد من حلّها، وإبلاغ الضيف بذلك .

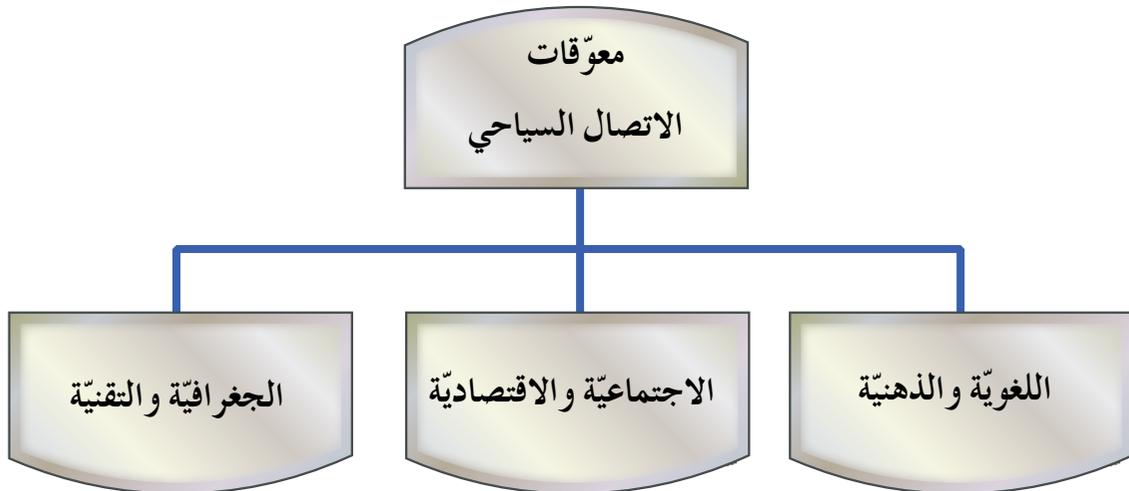
قواعد التعامل مع شكاوى الضيوف

نشاط (٣-٤)

نظّم بالتعاون مع معلّمك حوارًا تستضيف فيه موظّف الاستقبال في أحد الفنادق أو دليلاً سياحيًا، وناقش معه أهمّ مشاكل الضيوف التي تعرّض لها خلال عمله، وكيفية معالجتها، ثمّ ناقش ما توصلت إليه مع معلّمك وزملائك في الصفّ.

ممّا لا شكّ فيه أنّ عمليّة الاتصال ترتبط ارتباطًا وثيقًا بالعنصر البشري الذي تظهر منه بعض الأخطاء المقصودة، أو غير المقصودة الناتجة عن عوامل ترتبط ببيئة العمل، أو أخرى اجتماعيّة، أو اقتصاديّة، أو غيرها.

كما أنّ هناك العديد من معوّقات الاتصال التي ترتبط بعملية الاتصال من حيث إرسال الرسالة، واستقبالها، والوسائل المستخدمة لنقلها، بالإضافة إلى العوامل التي ترتبط ببيئة الاتصال نفسها وما يتعلّق بها من مؤثّرات خارجيّة أو داخلية. ومن أهمّ معوّقات الاتصال كما يوضّحها الشكل (٣-٤)، المعوّقات اللغويّة، والذهنيّة، والاجتماعيّة، والاقتصاديّة، والجغرافيّة، والتقنيّة.



الشكل (٣-٤) : معوّقات الاتصال السياحي.

١- اللغويّة والذهنيّة

ومنها: عدم انتباه مستقبل الرسالة إلى محتوياتها، وعدم توافر فهم دقيق للمقصود من الرسالة، سواء بوساطة المرسل إليه أو المصدر، واستخدام كلمات في الرسالة لها دلالات ومعان مختلفة، بالإضافة إلى صعوبة بعض الكلمات، وغموضها، وتشابه معانيها.

٢- الاجتماعية والاقتصادية

وتشمل هذه المعوقات الحالة الاقتصادية، والمستوى الاجتماعي، وفئات العمر المختلفة، فمثلاً قد لا تصل الرسالة الموجهة عن طريق التلفاز إلى الجمهور المستهدف نظراً لطبيعة عملهم، وعدم توافر خدمة التلفاز في بيئة العمل، أو عدم مشاركة البعض في الفعاليات المختلفة نتيجة للأوضاع الاقتصادية، وتختلف الاهتمامات باختلاف الأعمار؛ فقد يعزف كبار السن عن المشاركة في الفعاليات التي يعتبرونها خاصة بالشباب مراعاة للتقاليد الاجتماعية السائدة.

٣- الجغرافية والتقنية

وتشمل هذه المعوقات أحوال الطقس، وحجم المساحة الجغرافية للدولة، والمشاكل التقنية المختلفة، فمثلاً قد يكون الجمهور المراد إيصال الرسالة له كبيراً بحيث لا يمكن الاتصال به نتيجة عدم توافر وسائل الاتصال المختلفة، أو صعوبة الوصول إليه في بيئة جغرافية صعبة، وقد تلعب الأحوال الجوية دوراً رئيساً في قطع الاتصال في الظروف الجوية السيئة، ومن المعوقات التقنية التي قد تؤثر في استقبال الرسالة: عدم توافر الأجهزة والأدوات اللازمة لعملية الاتصال بشكل دائم أو مؤقت؛ بسبب انقطاع التيار الكهربائي.

سلوكيات المحادثة والحوار

نشاط (٣-٥)

أدّ مشهداً تمثيلاً مع أحد زملائك توضّح فيه أهمّ سلوكيات المحادثة، وناقش النتائج التي توصّلت إليها مع معلّمك وزملائك في الصفّ.

خامسًا مهارات الاتصال في مكاتب السياحة والسفر

يتعامل موظفو مكاتب السياحة والسفر مع مختلف شرائح المسافرين باختلاف ثقافتهم، وعاداتهم، ولغاتهم، ودياناتهم، وهذا يستدعي امتلاك الكثير من المهارات الشخصية وتطويرها في التعامل مع المسافرين، وتقديم الخدمات الملائمة لكل منهم . ولكي تزداد فرص الإتيقان والتميز في تقديم الخدمات للضيوف السياح والمسافرين لا بد من استمرار التدريب وتطوير أساليب التعامل معهم، بما يضمن تسويق المنتج السياحي بأفضل الأسعار وفق برنامج زمني محدد، وفي الوقت نفسه بلوغ أفضل حالات الرضا والاستمتاع عند الضيوف. ولا بد أن يتميز موظفو مكاتب السياحة والسفر بعدد من المهارات؛ لتسويق خدماتهم للجمهور، فبالإضافة إلى السرعة والإتيقان في الوصول إلى المعلومات المطلوبة، وإصدار تذاكر السفر، واستخدام أجهزة الحاسوب وبرمجياته، وحساب تكلفة الرحلات والخدمات الإضافية، والكفاءة في إدارة الوقت وتنظيمه لإنجاز الأعمال المكتبية، واستخدام الهاتف في عملية تسويق الخدمات السياحية، وتقديم المعلومات والمشورة للضيوف حول وجهات السفر وبرامج الرحلات المتوفرة، إذ لا بد لهم من استخدام مهاراتهم الشخصية عند الاتصال بالجمهور المستهدف في المراحل الثلاث لعملية تسويق الخدمات السياحية وبيعها.

١- الحجز والمبيعات

مراحل عملية تسويق الخدمات السياحية وبيعها في مكاتب السياحة والسفر:

- الحجز والمبيعات.
- خدمات ما بعد البيع.
- العلاقة مع الجمهور المستهدف.

تنظّم مكاتب السياحة والسفر الرحلات السياحية، والبرامج الترفيهية، وبيع تذاكر السفر، بهدف تحقيق الأرباح، وضمان استمرارية العمل ونجاحه، ومن الصعب تحقيق ذلك من غير توافر موظفين يمتلكون مهارات استقبال طلبات الحجز، وبيع المنتجات والخدمات للزبائن، ومن أهم المهارات التي يستخدمها موظفو مكاتب السياحة والسفر في هذه المرحلة ما يأتي:

على موظف الحجز والمبيعات في مكاتب السياحة والسفر استخدام مهاراته في تحديد سبب السفر ؛ ليكون أكثر قدرة على عرض البدائل التي يقدمها من خلال تقديم مجموعة من الأسئلة إلى الزبائن، والاستماع لإجاباتهم، وتحديد ما يأتي:

أهم أسباب السفر:

- ترفيهية.
- تجارية.
- تعليمية.
- علاجية.
- دينية.
- ثقافية.
- اجتماعية.
- سياسية.
- رياضية.

١. وجهة السفر المطلوبة.

٢. طبيعة الرحلة.

٣. وقت السفر المطلوب.

٤. عدد الأشخاص المسافرين.

٥. الميزانية المخصصة للرحلة.

٦. الخدمات الإضافية التي يرغبها الزبائن .

من أهم مهارات موظف الحجز والمبيعات قدرته على تحفيز الزبائن وإقناعهم بالمزايا المستفادة في حال اشتراكه في أحد البرامج السياحية التي ينظمها مكتب السياحة والسفر، من خلال عرضه لمجموعة من العروض المتوافرة بعد تحديد احتياجات الزبائن، ومن المزايا التي يمكن عرضها عليهم ما يأتي:

١. تذاكر سفر مجانية أو بأسعار مخفضة .

٢. إقامات مجانية أو بأسعار مخفضة في الفنادق .

٣. التأمين على الحياة خلال مدة الرحلة .

٤. خدمات مجانية أخرى، مثل: دفع رسم الدخول

إلى المواقع الأثرية، والسياحية، والترفيهية،

ووجبات غذائية مجانية..... إلخ.

أهم منتجات مكاتب السياحة والسفر:

- بيع تذاكر السفر الجوي.
- إجراء حجوزات الفنادق.
- إجراء حجوزات السيارات السياحية.
- إجراء حجوزات الرحلات البرية.
- تنظيم رحلات جماعية.

ج - بيع الخدمات الإضافية: على موظف الحجز والمبيعات أن يمتلك المقدرة على تحديد القدرات المالية للضيوف المسافرين، ورغباتهم في بعض الخدمات الإضافية خلال الحوار معهم، وتحديد الوقت المناسب لعرض هذه الخدمات، ومن أهم هذه الخدمات ما يأتي :

- ١ . خدمة رجال الأعمال والشخصيات المهمة .
- ٢ . الخدمات الترفيهية، مثل: (الغطس، وركوب الخيل، والتزلج على الماء أو الرمال، والتنس الأرضي .. إلخ).
- ٣ . خدمات التأمين (الصحي، و الحياة) في أثناء الرحلة .
- ٤ . خدمات المرافقة والحراسة (الأمن) .
- ٥ . رسم الدخول إلى المواقع الأثرية، والسياحية، والترفيهية .
- ٦ . تسهيل عملية صرف الشيكات السياحية، واستبدال العملات الأجنبية .

د - البيع الشخصي أو المباشر (وجهًا لوجه): غالبًا ما يزور الضيوف مكتب السياحة والسفر للاستفسار أو القيام بإجراءات الحجز، ولا بدّ من إعطاء الضيوف الانطباع الجيد عن المكتب من خلال مراعاته أهمّ مهارات التواصل مع الضيوف ، ومنها :

- ١ . المظهر العامّ : يجب المحافظة على المظهر العامّ للموظفين، لإعطاء الضيف احساسًا بالثقة، والمصداقية، والاحتراف ، ومن الأمور الواجب مراعاتها ما يأتي :
 - أ . الشعر : يجب أن يكون الشعر مرتبًا ونظيفًا ومسرحًا بطريقة لائقة.
 - ب . الملابس: ضرورة ارتداء زي رسمي مناسب للعمل، وأن يكون نظيفًا ومكويًا.
 - ج . العطور والمكياج والزينة : على الموظّفين والموظّفات استخدام العطور ذات الروائح الخفيفة وليست العطور النفاذة ، وعلى الموظّفات عدم استخدام المكياج أو مكملات الزينة الملفتة للنظر بشكل واضح.

٢ . المصافحة (التسليم) باليد : إنّ المصافحة باليد تعطي انطباعًا محببًا عند الضيف وخصوصًا إذا تمّ بشكل صحيح، وكقاعدة عامّة عند المصافحة باليد على الموظّف أن يمدّ يده أولاً مع مراعاة النظر إلى عيني الضيف (Eye Contact)، والقبض

على يد الضيف بشكل محكم من غير الضغط عليها.

٣. استخدام لغة الجسد : تعتبر لغة الجسد من أهم أجزاء التواصل غير اللفظي مع

الآخرين (Nonverbal Communication) ، ولغة الجسد تعني الإشارات التي تصدر عن الشخص من خلال تعابير الوجه، وحركات اليدين والقدمين، وطريقة الجلوس، وعلى الموظف مراعاة ما يأتي :

أ . الوجه (Face) : أظهر تعابير وجهك بشكل محبب ، وانظر إلى الضيف بشكل مباشر، وابتسم بلطف بشكل مستمر.

ب. اليدين (Hands) : سلّم بشكل جيّد ، ولا تجعل أصابع يديك متشابكة، ولا تضع يديك على صدرك بشكل متقاطع؛ فهذا يعطي شعورًا بالملل.

ج. القدمان (Legs) : يفضل ألا تضع قدمك فوق الأخرى أثناء الجلوس، أما إن فعلت ذلك فراع أن تكون قدمك العليا ليست في مواجهة الضيف.

د . وضعيّة الجلوس (Posture) : انحن قليلاً إلى الأمام؛ لتظهر الاهتمام، أو اجلس بشكل منتصب؛ لتعطي احساساً بالثقة والمصداقية.

٤. التحدّث الفعال : يعتبر الصوت من الأدوات المهمّة في التواصل بين الناس، ويجب أن يكون الصوت واضحاً ومفهوماً عند التحدّث مع الضيوف ، وعلى كلّ موظّف في مكتب السياحة والسفر أن يدرك أهميّة المحافظة على نبرة الصوت المعتدلة في عمليّة البيع للمنتجات الخدميّة والسلعيّة ، وعدم محاولة التصنّع في نطق الكلمات، وعدم التحدّث بسرعة كبيرة أو ببطء شديد ، وعدم استخدام المصطلحات العاميّة أو المصطلحات الفنيّة التي لا يفهمها الضيف ، وعلى الموظّف أن يحافظ أيضاً على تعابير وجهه بحيث تساعد على التعبير عن الكلمات التي ينطق بها من غير مبالغة فيها.



٥. مهارات الإصغاء: الإصغاء جزء مهم في بناء تواصل جيّد بين الموظف والضيف الزائر ، وهناك عدّة طرق يمكنك زيادة كفاءة مهارة الإصغاء لديك، منها :

أ . لا تقاطع الضيف إلا لضرورة ، وأظهر له أنك فعلاً تصغي لما يقوله وحافظ على النظر مباشرة إلى الضيف، وأعطِ إشارات توحى بالموافقة على ما يقوله.

ب. أعط اهتماماً كبيراً لما يقوله الضيف، ويمكنك إعادة ما قاله الضيف بعد أن يتوقّف عن الكلام بإسلوبك أنت حيث تبيّن مدى ما فهمته من حديثه ، وتجنّب إضافة أي جمل لم ترد في حديث الضيف .

ج. كن لطيفاً ، وصبوراً ، وسجّل بعض الملحوظات أثناء حديث الضيف؛ لتظهر مدى اهتمامك بما يقول.

٦. مهارات التفاوض : تتطلّب عملية التفاوض طرفين أو أكثر، بهدف الوصول إلى اتفاق معيّن يحقق مصلحة الجميع ، ويجب أن ينظر إلى عمليّة التفاوض بين موظف مكتب السياحة والسفر والضيوف على أنّها علاقة وديّة الكلّ فائز فيها ، والهدف منها حلّ مشكلة ما للضيف تتمثّل في توفير ما يحتاجه ، وفي الوقت نفسه، تضمن بيع المنتج السياحي بالأسعار التي تحقّق الربح المنشود بالنسبة لموظف المكتب. وتتطلّب عملية التفاوض مع الضيوف امتلاك الموظف للمعلومات والصلاحيات المتعلقة بالخدمات والمنتجات المتوفرة، وأن يعرضها بواقعيّة وأسلوب جذاب .

٧. التنظيم واستخدام المساعدات المرئيّة : على موظف الحجز والمبيعات في مكاتب السياحة والسفر أن يكون منظّمًا جدًّا ، بحيث يستطيع الوصول إلى المعلومات والسجلات كافة بسهولة وسرعة، كما عليه أن يستعين بالوسائل الممكنة لبيع منتجاته السياحيّة للضيوف، مثل: الصور، والمنشورات السياحيّة، والأقراص المدمجة (CD)، وأشرطة الفيديو... إلخ.

هـ - البيع بوساطة الهاتف : يُعدُّ استخدام الهاتف في عمليات الحجز والمبيعات من أقلِّ وسائل الاتصال كلفة، كما أنه يعتبر من أهمِّ أدوات تعزيز العلاقات العامة مع الضيوف ، وتعتبر عمليات الحجز والمبيعات بوساطة الهاتف أكثر صعوبة من عمليات البيع المباشر، وذلك بسبب عدم قدرة الموظف على قراءة لغة الجسد وملاحظتها عند الضيف ، كما لا يمكنه رؤية ما يحيط بالضيف من مؤثرات، مثل: ديكور المكتب وأثاثه وألوانه ، والرسوم واللوحات المتوافرة فيه والتي تساعد موظف المبيعات على فهم شخصية الضيف ، فإنَّ الصوت يلعب دوراً مهماً جداً في عملية الحجز والبيع بوساطة الهاتف . ومن أهمِّ المهارات التي تستخدم لإعطاء انطباع جيّد عند التواصل مع الضيوف بوساطة الهاتف ما يأتي :

١. آداب استخدام الهاتف : ما يجب أن يدركه موظف الحجز والمبيعات في مكتب السياحة والسفر أن بيعه للمنتج السياحي يجب أن يترافق مع إقامة علاقات ودِّ واحترام مع الضيوف المتصلين، ومنحهم الإحساس بسعادته في تقديم الخدمات لهم، ولهذا، فعلى الموظف إظهار احترامه، وتعاطفه ، ورقة شعوره عند التواصل مع الضيوف بوساطة الهاتف؛ لتعزيز فرص تسويق المنتج السياحي وبيعه لهم ، ويمكن أن يتحقّق ذلك بداية من خلال إظهار مدى احترامك لوقت الضيف عند بدء المحادثة الهاتفية، ممّا يعزّز فرص التواصل المستمرّ معه في المستقبل، ومن أهمِّ آداب استخدام الهاتف مع الضيوف ما يأتي :

أ . اللباقة والتفهّم : على الموظف أن يكون مهذباً عند التحدّث بالهاتف مع الضيف، وإظهار مدى أهمية المكتب للضيف ، وعليه أيضاً أن يكون متفهّماً لكلِّ ما يقوله، أو يطلبه، أو يعبر عنه في أثناء المحادثة.

ب. الإعداد المسبق : يمكنك الإعداد المسبق من ترتيب أفكارك ؛ فحضر المعلومات ذات الصلة كافة قبل البدء بالمحادثة الهاتفية مع الضيف ، وكن مستعداً للإجابة عن أسئلة الضيف ، وتجنّب إضاعة وقته.



ج. الوقت المناسب : تأكد من عدم حدوث أي إزعاج أو مقاطعة لك في أثناء محادثتك مع الضيف ، فقد تفشل عملية البيع نتيجة عدم فهم الضيف لما تقوله أو وصول المعلومات مشوّشة له عبر الهاتف.

د. الاتصال المباشر: اتّصل بنفسك بالضيف، ولا تجعل موظف الهاتف يجري الاتصال معه، فيجعل الضيف ينتظر على الخطّ لغاية ردك عليه؛ فهذا قد يثيره ويجعله غير مستعدّ للتجاوب معك.

هـ. اللطف والاحترام : عليك إظهار اللطف والاحترام عند تعاملك مع موظفي شركة الضيف واتصالك بهم (السكرتيرة، والمساعدين، وموظفي الاستقبال...إلخ) ، فتجاهلك لهم قد يتسبّب في عدم قدرتك على الوصول إلى متخذ القرار الذي ترغب في محادثته.

و. الاختصار : يجب إبقاء المكالمة قصيرة ومختصرة ومحدّدة قدر الإمكان، إلا إذا شعرت بأنّ الضيف يرغب في إطالة مدّة المحادثة ، واسمح للضيف بإغلاق الخطّ أولاً، حتى لا يشعر بأنك في عجلة من أمرك.

ز . التوقيت : عليك احترام التوقيت عند إجراء المكالمات الهاتفية مع الضيوف ، وكقاعدة عامّة ، عليك تجنّب إجراء المكالمات الهاتفية في ساعات الصباح الباكر أو في ساعات المساء المتأخّرة من اليوم.

٢. مهارات التواصل عبر الهاتف : إنّ نجاح المكالمة الهاتفية يعتمد بشكل كبير على الإصغاء لما يقوله الضيف ، وعلى موظف الحجز والمبيعات أن يراعي الأمور الآتية : أ . محدودية التحدّث : يجب أن يخصّص معظم وقت المحادثة الهاتفية للضيف وليس للموظف، وهذا سيساعد الموظف في فهم اهتمامات الضيف، وتحديد حاجاته بدقة.

ب . المشاركة : عليك بإظهار الاهتمام عند التحدّث مع الضيف ، واستمع جيداً، وسجّل الملحوظات المهمّة.

جـ. توجيه الأسئلة : إن توجيه الأسئلة يشكّل طريقة فعّالة في جعل الضيف يتحدّث أكثر، وتقديم معلومات إضافية يمكنك الاستفادة منها في اتصالاتك المستقبلية معه، ويشعره بمدى استعدادك لتقديم الخدمات السياحية له ومدى اهتمامك به، ولهذا، فعلى موظفي مكاتب السياحة والسفر جميعهم التدرّب بشكل مستمرّ على اختيار الأسئلة التي تسمح للضيف بالتعبير عن أفكاره، واحتياجاته، وكيفية عرضها عليه.

د . نغمة الصوت: يجب استخدام نغمة الصوت الملائمة بحيث تعكس مدى ثقتك بنفسك وسرورك واهتمامك في أثناء محادثتك مع الضيف، حاول أن تبسّم وأنت تتحدّث فسيشعر الضيف بذلك، ولا تحاول الصراخ في السّماعَة وخصوصًا إذا كانت المكالمة دولية.

هـ. طبقة الصوت : تحدّث بهدوء، وحافظ على طبقة صوتك خفيفة، مع مراعاة ارتفاع أو انخفاض الصوت قليلاً أينما كان ذلك ضروريًا ، وتجنّب محاولة التصنّع في طبقات الصوت أو التحدّث برتابة ، والفظ الكلمات بشكل واضح، وأكد على بعض الكلمات أو الأفكار المهمّة التي تريد إيصالها بشكل محدّد. و . الفهم : تجنّب التحدّث في الهاتف وفي فمك أي شيء ، مثل: علكة ، أو قلم ، أو سيجارة، ولا تتحدّث بسرعة كبيرة فقد لا يستطيع الضيف فهم ما تقول وبالتالي سيفقد اهتمامه في المحادثة .

٢ - خدمات ما بعد البيع

من المهم لدى الضيوف المسافرين؛ الشعور بالأهميّة والتميّز، وتحقيقًا لهذا تعمل إدارات مكاتب السياحة والسفر على اكتشاف درجة رضا جمهورها عن الخدمات السياحية المقدّمة لهم، وذلك بهدف المحافظة عليهم، واحترامًا لمبدأ الالتزام تجاههم ، وتعزيزًا لمبدأ الولاء لديهم، ويتم ذلك من خلال اتّصالات موظفي الحجز والمبيعات الهاتفية مع الضيوف ، والزيارات الميدانية لهم لحلّ أي مشاكل تواجههم ، ولجمع المعلومات والملحوظات ومتابعتها أولاً بأول .



إنّ الاهتمام بتقديم مثل هذه الخدمات يعزّز من ثقة الضيوف والجمهور المستهدف بالمكتب السياحي، وبالتالي ينشر الدعاية الإيجابية المجانية بين معارفهم، ممّا يعود بالفائدة على زيادة ربح المكتب السياحي واستمرار عمله بنجاح.

٣- العلاقة مع الجمهور

تهتمّ إدارات المكاتب السياحية في المحافظة على العلاقات مع الضيوف والجمهور المستهدف، ومن أهمّ هذه الأمور ما يأتي:

- أ - إجراء المكالمات الهاتفية والزيارات الميدانية باستمرار؛ لتوطيد العلاقة مع الضيوف .
- ب- توزيع الهدايا التذكارية في مناسبات معيّنة.
- ج- دعوة الضيوف للمشاركة في المناسبات المهمة للمكتب السياحي، مثل: ذكرى الافتتاح، افتتاح فروع جديدة، أو تقديم خدمة سياحية جديدة،... إلخ .
- د- دعوة الضيوف للمشاركة في رحلات مجانية أو بأسعار مخفضة في أوقات معيّنة من السنة.
- هـ- مشاركة المكاتب السياحية في المناسبات والأحداث الوطنية.
- و - دعم المكاتب السياحية للفرق الرياضية والفنية الوطنية.
- ز - تنظيم جولات سياحية ومسابقات مجانية أو بأسعار مخفضة، بهدف التعريف بالمواقع الأثرية، والتاريخية، والسياحية.

سلوكيات المحادثة والحوار

نشاط (٣-٦)

استضيف بالتعاون مع معلّمك وزملائك أحد العاملين في مكاتب السياحة والسفر، ونظّم حواراً تتعرّف فيه أهمّ المهارات التي يتمّ تطبيقها في التعامل مع الضيوف، ثمّ ناقش النتائج التي توصلت إليها مع معلّمك وزملائك في الصفّ.

أسئلة الوحدة

- ١ - عرّف ما يأتي :
التغذية الراجعة ، والاتصال المكتوب ، ولوحات الإعلان ، والخطابات العامّة.
- ٢ - فسّر ما يأتي :
 - أ - تعرّف إلى طبائع السائح حسب جنسيّته .
 - ب- استخدام القواعد اللغويّة والعبارات الصحيحة في المقالات السياحيّة.
 - ج- تميّز عملية الاتصال السياحي بأنّها ذو اتجاهين .
- ٣ - وضح الأمور الواجب مراعاتها لزيادة فعاليّة الاتصال السياحي .
- ٤ - عدّد أهمّ الوسائل المستخدمة في الاتصال السياحي .
- ٥ - اذكر أهمّ معوّقات الاتصال السياحي .
- ٦ - تحدّث عن العامل النفسي كأحد متطلّبات الاتصال السياحي .
- ٧ - عدّد أهمّ مهارات الاتصال في مكاتب السياحة والسفر .
- ٨ - لخصّ مهارات التقديم في الاتصال السياحي .
- ٩ - وضح عملية الاتصال السياحي .
- ١٠ - قارن بين وسائل الاتصال المكتوبة والمرئيّة من حيث الإيجابيّات والسلبيّات .



مهارات البحث والاتصال

- ١- باستخدام موقع منظمة السياحة العالمية (www.unwto.org)، ابحث في أهم الحقوق المتعارف عليها دولياً للسياح ، ودور الاتصال السياحي في تحقيق ذلك ، ثم اعرض ما توصلت إليه على زملائك في الصفّ .
- ٢- بالرجوع إلى مكتبة مدرستك ، اكتب في دفترك دور الاتصال في تحقيق التكامل السياحي ، ثم اعرض ما توصلت إليه على معلّمك وزملائك في الصفّ .

الأنشطة الإثرائية

- ١- بالرجوع إلى مكتبة مدرستك ، اكتب تقريراً تبين فيه دور الاتصال في تنشيط العمليّة السياحيّة، ثمّ ناقش ما توصلت إليه مع معلّمك و زملائك في الصفّ .
- ٢- بعد تقسيم الطلبة مجموعات، ناقش مع أفراد مجموعتك فكرة «الاتصال شريان العمليّة السياحيّة ومصدر تطوّرها» ، ثمّ ناقش هذه الفكرة مع زملائك في الصفّ .

تقويم ذاتي

الرقم	يمكنني بعد دراسة الوحدة أن:	نعم	لا
١	أتعرف مفهوم الاتصال السياحي .		
٢	أوضح أساسيات الاتصال السياحي .		
٣	أحدّد عناصر عملية الاتصال السياحي .		
٤	أميّز بين طرق الاتصال السياحي .		
٥	أبيّن وسائل الاتصال السياحي .		
٦	أفسّر متطلّبات الاتصال السياحي الناجح .		
٧	أتعرف معوّقات الاتصال السياحي .		
٨	أبيّن مهارات الاتصال السياحي في مكاتب السياحة والسفر .		
٩	أستخدم النماذج والصور والأشكال في الاتصال السياحي .		



قائمة المصطلحات

Tourism Communication	الاتصال السياحي
Written Communication	الاتصال الكتابي
Meeting	اجتماع
Leisure	استجمام
Public Speeches	الخطابات العامة
Bed and Breakfast (B.B)	إفطار مع منامة
Accommodation	الإيواء / الإقامة
Tourism infrastructure	البنية التحتية للسياحة
Personal sales	البيع الشخصي
Car Rental	تأجير السيارات السياحية
Wholesalers	تاجر الجملة / منظم الرحلات السياحية
Souvenirs	التحف الشرقية
Automated Tickets	التذاكر الأتوماتيكية
Electronic Tickets	التذاكر الإلكترونية
Traditional Tickets	التذاكر التقليدية
Feedback	التغذية العكسية (الراجعة)
Tourist facilities	التسهيلات السياحية
Culture	الثقافة
Camping	خدمات التخييم
Cargo	خدمات الشحن الجوي
Package Tour	رحلة سياحية جماعية منظمة
Inclusive Tours.	الرحلات الشاملة
Open journey (OJ)	الرحلة المفتوحة
Circle Trip (CT)	الرحلة الدائرية
One Way Trip	رحلة الذهاب
Round The World Trip (RWT)	رحلة حول العالم
Round Trip (RT)	رحلة ذهاب وإياب
Information Racks	رفوف المعلومات
Potential Tourist	السائح المحتمل
Historical Tourism	السياحة التاريخية
Recreational Tourism	السياحة الترفيهية
Cultural Tourism	السياحة الثقافية
International tourism	السياحة الدولية
Religious Tourism	السياحة الدينية
Ships	سفن صغيرة
Vessels	سفن كبيرة
Railway	سكة الحديد

Inbound Tourism	السياحة الوافدة
Business Tourism	السياحة التجارية
Recreational Tourism	سياحة الاستجمام
Domestic Tourism	سياحة داخلية
Outbound Tourism	سياحة خارجية / سفر المواطنين خارج البلد
Tourist Coaches	الحافلات السياحية
Complaints	شكاوى
Service – related Complaints	شكاوى تتعلق بالخدمة
Unusual Complaints	شكاوى غير عادية
Newspapers	الصحف
Tourist Image	الصورة الذهنية السياحية
Hospitality	ضيافة
Ferry Boats	العبارات البحرية
Travel Agent Commission	العمولة التي يتقاضاها وكيل السفر
Logo	شعار المؤسسة
Floating Hotels	الفنادق العائمة
Chain Hotels	فنادق السلسلة
Tour Leader	قائد رحله سياحية
Waiting List	قائمة الانتظار
Voucher	قسائم البرنامج السياحي
Covering Letter	رسالة تغطية
Booklets and Brochures	الكتيبات والنشرات
Bulletin Board	لوحة إعلان
World Travel and Tourism Council (WTTC)	مجلس السفر والسياحة العالمي
Planning Stage	مرحلة التخطيط
Performance Stage	مرحلة التنفيذ
Departure	مغادرة
Retailers	مكاتب البيع بالتجزئة
Travel and Tourism Agencies	مكاتب السياحة والسفر
Resorts	منتجعات
Tour Operator	منظم رحله سياحية
World Tourism Organization (WTO)	منظمة السياحة العالمية
Appearance	المظهر العام
Natural Tourism Resources	الموارد السياحية الطبيعية
High Season	موسم الذروة
Mid Season	موسم متوسط
Low Season	موسم الكساد / الركود
Tourism Transportation	النقل السياحي
Destination	الوجهة السياحية (نقطة القصد)
Mass Media	وسائل الاتصال العامة / الجماهيرية

قائمة المراجع

أولاً: المراجع العربيّة

- ١- جلدة، سليم، (٢٠٠٩)، مبادئ إدارة مكاتب السياحة والسفر، دار الخليج للنشر، ط ١، عمان، الأردن.
- ٢- الحوري، مثنى، (٢٠٠٢)، الإرشاد السياحي، الوراق للنشر والتوزيع، ط ١، عمان، الأردن.
- ٣- مقابلة، خالد، الحاج ذيب، فيصل، (٢٠٠٠)، صناعة السياحة في الأردن، دار وائل للطباعة والنشر، ط ١، عمان، الأردن.
- ٤- سماره، فؤاد رشيد، (٢٠٠١)، تسويق الخدمات السياحيّة، دار المستقبل للنشر والتوزيع، ط ١، عمان، الأردن.
- ٥- الظاهر، نعيم، وإلياس، سراب، (٢٠٠١)، مبادئ السياحة، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط ١، عمان، الأردن.
- ٦- الظاهر، نعيم، وتيم، عبد الجبار، (٢٠٠١)، وسائل الاتصال السياحي، دار اليازوري للنشر والتوزيع، ط ١، عمان، الأردن.
- ٧- الأنصاري، آسيا، وعود، إبراهيم، (٢٠٠٢)، إدارة المنشآت السياحيّة، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط ١، عمان، الأردن.

ثانياً: المراجع الأجنبيّة

- 1- Alan T. Stutts، (2001). Hotel Lodging Management : An Introduction ، John Wiley & Sons.
- 2- Faulkner، bill G. Moscardo & Eric Laws (2000) Tourism in the 21st Century. Continuum، Lond & N.Y. Mill . Robert Christine (2003). Tourism: The international business .UK. Prentice Hall.
- 3- Orrol .Mark (2001) ، Teach Yourself Today : e- Travel ، Sams Publishing ، USA .
- 4- Swar Brooke . John (2007). Consumer Behavior in Tourism . 2nd Ed. Oxford . Boston . Butter Worth -Heinemann
- 5- Abbex James ، Hospitality sales and marketing : 4th Edition. The American Hotel &lodging institute ، USA ، 2003 .

- 1- www.tourism.jo
- 2- www.visitjordan.com
- 3- www.moenv.gov.jo
- 4- www.en.wikipedia.org
- 5- www.mota.gov.jo
- 6- www.unwto.org
- 7- www.see-jordan.com

تاريخ دخول المواقع الإلكترونيّة خلال الفترة كانون ثانٍ - آذار ٢٠١٠.



تَمَّ بِحَمْدِ اللَّهِ تَعَالَى