

السياحة والسفر

Tourism and Travel

المستوى الرابع / للفرع الفندقي



إعداد المعلم
محمد الحجاوي

0787708286/0795122367



الوحدة الاولى (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 القادمة⁰

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 ومنظمة⁰

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 قبولا⁰

س8- على ماذا يعتمد مستوى التعاون المطلوب :

على مستوى المخطط السياحي

طبيعة صناعة السياحة في المواقع السياحية سواء كانت وطنية او معتمدة على هيئات عالمية⁰

* 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 السياحية⁰

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

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 اقل 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- نسج 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

س12- اذكر فوائد التخطيط السياحي او

ما هي اهم الخطط التنموية الخاصة بتطوير القطاع السياحي خلال العشر سنوات الاخيرة

1. تحديد الموارد السياحية وصيانتها والاستفادة منها بشكل مناسب في الوقت الحاضر والمستقبل
2. تكاملية القطاع السياحي وربطه مع القطاعات الاخرى بهدف تحقيق اهداف 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 طالبيها
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

المستويات المكانية للتخطيط السياحي

- عدد المستويات المكانية للتخطيط السياحي:

- 1- التخطيط السياحي على المستوى المحلي (local level)
 - 2- التخطيط السياحي على المستوى الاقليمي (Regional level)
 - 3- التخطيط السياحي على المستوى الوطني (National level)
 - 4- التخطيط السياحي على المستوى الدولي (International level)
- مميزات التخطيط السياحي على المستوى المحلي:

1- متخصصا 2- تفصيليا

- عدد الجوانب التي يتضمنها التخطيط السياحي على المستوى المحلي :

- 1- الخدمات السياحية 2- شبكات الطرق 3- نظام النقل

- مميزات التخطيط السياحي على المستوى الاقليمي:

يكون متخصصا وتفصيليا بدرجة اقل من المستوى المحلي واكبر من المستوى الوطني0

- عدد الجوانب التي يتضمنها التخطيط السياحي على المستوى الاقليمي :

1- السياسات السياحية

2- برامج التدريب والتعليم

- مميزات التخطيط السياحي على المستوى الوطني:

يغطي الجوانب جميعها التي يغطيها المستوى الاقليمي ولكن بشكل اقل تخصصا وتفصيلا وعلى مستوى الدولة باقاليمها ومناطقها

جميعها0

- مميزات التخطيط السياحي على المستوى الدولي:

تطوير بعض عناصر الجذب الطبيعي السياحي وتنميتها التي تتوزع جغرافيا في عدة دول متجاورة مثل جبال الالب في القارة الاوروبية0

- اذكر هدف التخطيط السياحي بمستوياته المكانية جميعها:

- 1- ربط مشروعات التنمية الاقتصادية بالتنمية الاجتماعية والعمرانية
- 2- اعادة توزيع السياح داخل المواقع السياحية بشكل متوازن وفق الموارد المتاحة
- 3- انشاء نقاط جذب سياحي من خلال تخصيص بعض النشاطات الملائمة للمنطقة المرغوب تطويرها0

- وضح الامور التي تساهم في جعل دور التنظيم في التخطيط السياحي ناجحا وفعالا:

- 1- دراسة رغبات السياح واحتياجاتهم 2- دراسة اوضاع السياح الاجتماعية والنفسية بعناية
- 3- دراسة اوضاع المجتمع المحلي مما يشكل اهمية كبيرة في نجاح تخطيط اي موقع سياحي

- علل: اهمية دراسة اوضاع المجتمع المحلي في جعل التنظيم في التخطيط السياحي ناجحا وفعالا:

يشكل اهمية كبيرة في نجاح تخطيط اي موقع سياحي

- وضح خطوات الابعاد التنظيمية للتخطيط في دراسة الاقليم السياحي:

- 1- تقسيم الارض تبعا لحساسيتها للاثشطة السياحية عددا من الدراجات
- 2- تحديد الابعاد اللازمة لحل المشاكل القائمة من خلال ضبط طرق استخدام الارض في المواقع السياحية
- 3- مواجهة الحركة السياحية الضخمة في هذه المواقع0

-علل: ضغط الحركة السياحية على الموارد الطبيعية في الموقع:
بهدف الحفاظ على الموارد المهمة المعرضة للنفاد وحق الاجيال القادمة فيها0

-بماذا تتحدد ابعاد التنمية السياحية اللازمة:
برسم سياسات التنمية المستدامة واستراتيجياتها التي تمكننا من دراسة استغلال الموارد الطبيعية0

-وضح دور التنظيم في التخطيط السياحي:

- 1- منع التعارض
- 2- منع التضارب
- 3- منع الانقطاع
- 4- منع التوقف
- 5- توضيح الاختصاصات
- 6- تحقيق الانسجام
- 7- وحدة الاسناد
- 8- التواصل والاستمرارية
- 9- استدامة النشاط السياحي

-اذكر اهم الابعاد التنظيمية التي تؤخذ بعين الاعتبار في التخطيط السياحي:

- 1- البعد النوعي: يحدد نوع التغيير المطلوب وحجمه في مختلف القطاعات العمرانية والاجتماعية والاقتصادية
- 2- البعد الزمني: يتم بتحديد الجدول الزمني لاحداث التغيير كان يكون سريعا او بطيئا قصيرا او متوسطا او طويل المدى
- 3- البعد المكاني: يتم بتحديد مواقع التغيير المطلوب

-اذكر العوامل المؤثرة في التخطيط السياحي:

- 1- البيئة
 - 2- النشاطات الاقتصادية القائمة بالموقع السياحي
 - 3- التمويل
 - 4- المستفيدون من أنشطة السياحة
- علل: تشكل البيئة ركنا اساسيا عند اعداد الخطط المتعلقة بتطوير المواقع السياحية لانها تحدد بملامحها الطبيعية انماط السياحة الاجدر بعملية التخطيط لها وتنميتها0

-اذكر الجهات التي يتم الاعتماد عليها لتطوير السياحة :

- 1- المساعدات الخارجية
 - 2- الديون التي تتلقاها الدول النامية من البنك الدولي والدول المتقدمة
- اذكر المستفيدين من أنشطة السياحة:
- 1- السياح الاجانب
 - 2- السكان المحليين
- اذكر الامور التي تتطلبها عملية تطوير الموقع السياحي:
- 1- التعرف الى اشكال سطح الارض واهم العمليات الطبيعية المؤثرة فيها مثل **التعرية المائية ، والهوائية والتجوية**
 - 2- الاخطار البيئية التي تؤثر في المنشآت السياحية
 - 3- ادارة الموقع السياحي
 - 4- معرفة الموارد السياحية ومواقعها
 - 5- الاخطار الممكن ان تتعرض اليها مستقبلا

-لتجنب الامور التي تؤثر على عملية تطوير الموقع السياحي يجب العمل على:

- 1- تحديد المواضع المناسبة وغير المناسبة للأنشطة السياحية داخل المواقع السياحية
- 2- تخطيط الموقع السياحي بشكل يحافظ على الموارد الارضية والسياحية ويمنع تدميرها
- 3- معرفة الموارد السياحية اللازمة للتطوير المستقبلي وتقييمها
- 4- التنبؤ المستقبلي باستجابة المواضع المقام عليها المنشآت السياحية الى اية اخطار طبيعية تؤثر فيها
- 5- تقييم الآثار والاطار الطبيعية داخل المواقع السياحية

-ما هي الخطط التي يجب توافرها كمدخلات أساسية في تخطيط الموقع السياحي:

- 1- معرفة المقومات السياحية المتوافرة في الموقع السياحي
- 2- التعرف الى الاسواق المصدرة للسياح
- 3- معرفة اتجاهاتهم وجنسيات السياح الذين يقدون الى الموقع السياحي

-كيف تتم عملية التخطيط بناء على معيار معين من المعايير السابقة:

- 1- يتم الدمج بين أكثر من معيار
- 2- تحديد نوع الاستغلال الأمثل الذي يمكن ادخاله في الموقع السياحي محل التخطيط
- 3- بناء فنادق وما طبعها ومن اي مستوى اتعدد مستوياتها ام يكتفى بمستوى واحد
- 4- الطاقة الفندقية المطلوبة هل يقام فيها مخيمات او حدائق او نواد رياضية
- 5- وجود ملاعب جولف
- 6- ميناء للبواخر الصغيرة واليخوت اذا كانت مطلة على البحر
- 7- يستعان بالطائرات الصغيرة للوصول اليها تيسيرا على السياح اذا كانت بعيدة

اهمية التخطيط السياحي:

-اذكر المراحل التخطيطية للمواقع السياحية:

1-مرحلة التخطيط العام (Macro Phase)

*اذكر الامور التي يتم من خلالها مرحلة التخطيط العام:

-المواقع السياحية

-تحديد الناتج القومي المتأتي من السياحة

-القيمة المضافة للسياحة والموارد الطبيعية

-الامكانيات السياحية

2-مرحلة التخطيط الانتقالي (Transitional)

يتم في هذه المرحلة تقسيم المنطقة السياحية اقاليم سياحية

3-مرحلة التخطيط التفصيلي (Micro Phase)

يتم في هذه المرحلة اجراء دراسة تفصيلية على مستوى الموقع السياحي الواحد داخل الاقليم السياحي

-عرف مرحلة التخطيط التفصيلي:

عبارة عن اجراء دراسة تفصيلية على مستوى الموقع السياحي الواحد داخل الاقليم السياحي

-قارن بين مرحلة التخطيط العام ومرحلة التخطيط الانتقالي في التخطيط السياحي:

مرحلة التخطيط العام : تتضمن هذه المرحلة من التخطيط النظر الى:

-المواقع السياحية

-تحديد الناتج القومي المتأتي من السياحة

-القيمة المضافة للسياحة والموارد الطبيعية

-الامكانيات السياحية

مرحلة التخطيط الانتقالي: يتم في هذه المرحلة العمل على تقسيم المنطقة السياحية اقاليم سياحية

التكامل بين الاقليم التخطيطي والاقليم السياحي:

-حدد المتطلبات الاساسية لتنفيذ التنمية السياحية المنشودة:

مفهوم الاقليم السياحي

مبادئ تطوير المواقع السياحية وادارتها

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 أخرى 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 وجه
- 5-تعزيز مبدأ 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

-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

-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

-من ايجابيات اسس تطوير المواقع السياحية هو:

الربط بين الاسواق المصدرة للسياح في العالم وبين المنتج السياحي وتعدده وتنوعه

-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

-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

التركيز 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

التخطيط السياحي المستدام:

-عرف التخطيط السياحي المستدام:

يعرف بانه رؤيا واعية تعمل كضابط للخطط السياحية التي تستهدف استخدام موارد البيئة بما يحقق لها الاستخدام المتوازن والأمن

وهو التخطيط الذي يهتم بالقدرات او الطاقة البيئية

-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 البيئة

-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 ليتم ادراجها ضمن برنامج مواقع التراث الدولية التي تديره اليونسكو هذه المعالم قد تكون طبيعية كالغابات وسلاسل الجبال وقد تكون من صنع الانسان كالبنائيات 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 والأنشطة)
- احلال أنشطة سياحية جديدة مكان القديمة المهملة
- النموذج الثاني (اعادة توليد الوظائف والأنشطة 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 موازنة القاعدة الاقتصادية الموجوده بالمنظمة ودعمها

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

- مستوى السياسات التنموية
 - مستوى تخطيط استعلامات الاراضي
- بماذا يتمثل 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
- القاء الضوء على المناطق ذات الحساسية البيئية العالية
- رسم اشكال المسارات السياحية ضمن مواقع الزيارة
- دراسة الآثار 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 والاثريّة من خلال التخطيط السياحي المستدام: (مطالعة ذاتية) ؟؟؟؟
الارتقاء - الصيانه - الترميم - الحماية - اعادة التوظيف

-ما هي الاساليب التي تحدث تغيرات جذرية في المواقع التراثية والاثريّة من خلال التخطيط السياحي المستدام:
-الازالة -الاحلال -اعادة الانشاء

-كيف يتم المحافظة على المواقع التراثية والاثريّة 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 بالمتغيرات والمستجدات بالشكل الذي يحقق استدامة التنمية المطلوبة

-ما اهمية استخدام نظم المعلومات الجغرافية في التخطيط السياحي:

- تسجيل المعلومات عن المواقع التراثية والاثريّة بصورة أكثر دقة
- معالجة الصور المساحية
- معالجة اشكال الصور جميعها المأخوذة 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 الاثريّة 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 بالمتغيرات والمستجدات بالشكل الذي يحقق استدامة التنمية المطلوبة وتواصلها

-عرف نظام المعلومات الجغرافي (GIS) :

اداة 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 للمشاركة السياحية
7. الالتزام بمعايير الجودة والنوعية السياحية وفق افضل المعايير والمواصفات الدولية
8. التدريب والتاهيل المستمر للأيدي 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 العامة 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 الآتية:

التخطيط السياحي :

هو رسم صورة تقديرية ومستقبلية للنشاط السياحي في المواقع السياحية وهي فترة زمنية محدده 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 اليونسكو ليتم ادراجها ضمن برنامج مواقع التراث الدولية التي تديره اليونسكو هذه المعالم قد تكون طبيعية كالغابات وسلاسل الجبال وقد تكون من صنع الانسان كالبنائيات والمدن

-فسر ما يأتي:

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 للنشطة الاقتصادية والخدمات بين مختلف الاقاليم السياحية

يمتاز التخطيط السياحي الجيد بأنه يركز على المنتج السياحي:

لأنه يعتبر من اهم اساس تطوير المواقع السياحية ولأنه يزيد من جذب السياح وبالتالي زيادة الدخل القومي من سياحه
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 يأتي في المقام الاول وقبل تنمية السياحة فعندما يتم تدمير هذه الموارد لن يأتي السياح لزيارة المنطقة

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

لان التخطيط من الاعلى الى الاسفل لا يضمن ديمقراطية في التنمية بالتخطيط من الاسف 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 يأملها السياح ويعبرون عن رضاهم الكامل عليها وتعتبر ذات اهمية كبيرة في تطوير السياحة

-كون تعميما يوضح العلاقة بين ما يأتي:

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 المواقع 0

الوحدة الثانية (التسويق السياحي)

-إساسيات التسويق السياحي:

فسر: يعد التسويق السياحي عاملا أساسيا 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 الأكبر من مستقبلي رسائله المختلفة واهدافه

-اذكر العوامل التي يعتمد عليها نجاح تسويق اي موقع سياحي:

1-تأثير المقومات السياحية الموجودة داخل الموقع السياحي على السائح

2-قوة عوامل جذب فيه

3-سهولة الوصول الى الموقع السياحي من قبل السائح

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

يساعدها على تحديد اتجاهات الحركة السياحية وحجمها

-عرف مفهوم التخطيط التسويقي:

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

-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 الموضوعية
- 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 مسألة 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
- الهلاك فسر الهلاك: 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)

علل: 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 الايرادات:

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

-اذكر حلول انخفاض ايرادات 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 أهمية 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

انظمة التوزيع في السياحة وطبيعتها

-عرف التوزيع

العملية التي يتم بموجبها نقل السلع والخدمات من مكان انتاجها الى مكان استهلاكها واستعمالها

-عرف قنوات التوزيع (تعريف اول)

هي مجموعة الوسائل والاساليب التي يستخدمها منسقو السياحة لترويج الخدمات والمواقع والانشطة السياحية وتوفير المعلومات لطالبيها والباحثين عنها

-عرف قنوات التوزيع (تعريف ثاني)

مجموعة الافراد والمنظمات الذين يشاركون ويسهمون في عملية تحويل ملكية السلع والخدمات وذلك في حركة تدفقها من المنتجين الى المستهلك النهائي او الى منظمات الاعمال

-عدد انظمة التوزيع في السياحة

- قنوات التوزيع
- الاعلان السياحي
- الادوات التسويقية في تسويق السياحة
- عناصر التسويق الداخلي في المواقع السياحية

-اذكر النقاط التي تؤخذ بعين الاعتبار في قنوات التوزيع

- تحليل الحاجات الخاصة بالسائح
- تحديد القيود والاهداف الخاصة بالقناة
- اذكر القيود والا هداف الخاصة بالقناة:

- سمات الموقع السياحي
- السياسات المطبقة بالمنشآت الفندقية
- المقومات الطبيعية
- التنوع الحيوي في الموقع

-اذكر ابرز انواع قنوات التوزيع :

التوزيع المباشر : يتم مباشرة بين الموقع السياحي والسائح اي بغياب شركات السياحة والسفر بين الموقع السياحي والسائح
التوزيع غير المباشر: يعني وجود واحد او اكثر من الوسطاء بين الموقع السياحي والسائح

-بين كيف يمكن انجاح الاعلان السياحي:

1-دراسة رغبات وحاجات وأذواق السياح المهتمين بالسياحة

2-العوامل الاجتماعية والجغرافية والاقتصادية

3-وضع حملة اعلانية تجذب الكثير من السياح

-ما هي المشكلة التي تواجه الاعلان في السياحة:

ان المنتج السياحي غير ملموس

-ان عملية اصال الرسالة الاعلانية عن الموقع السياحي للسياح تواجه عوائق كثيرة ، اذكر الحل :

الاعلان عن المزايا التي يقدمها المنتج السياحي من وقت الى اخر

-اذكر خصائص الرسالة الاعلانية الخاصة بالمنتج السياحي:

توافق الرسالة الاعلانية المقدمة للسانح ومقومات الجذب السياحي المتوافرة في الموقع والخدمات والتسهيلات المساندة

توافق الرسالة الاعلانية والمواصفات البيئية السليمة والممارسات البيئية الصحيحة

احتواء الرسالة الاعلانية على عناصر الالهام والاشارة الى اماكن تحتوي الجمال الطبيعي وعناصر الراحة والهدوء والصفاء

اعتماد الرسالة الاعلانية على الوصول لفكرة ابداعية لزيارة الاماكن الطبيعية

-تستخدم شركات السياحة ووكالات السفر العديد من الادوات التسويقية في تسويق السياحة اهمها:

الاداة الاولى: الكلمات التي يتم تشكيل الرسالة التسويقية بها وهي:

-انتقاء الالفاظ والكلمات المناسبة التي تتوافق والحفاظ على الموقع السياحي

-خصائص السانح المخاطب بهذه الرسالة

-متطلباته وقدراته

الاداة الثانية: الرموز التي تحتويها الرسالة سواء من حيث العلامات او من حيث معنى كل منها

الاداة الثالثة: الاشارات والدلائل الخاصة بكل اشارة منطقية تحتويها الرسالة التسويقية ومدى سلامة اختيارها سواء في مرجعيتها او

مدى صدقها

الاداة الرابعة: الصور

-ما تأثير الصور في الاداة الرابعة من الادوات التسويقية في تسويق السياحة:

1-تمارس تأثيرا قويا في عالم تسويق الخدمات السياحية

2-تقوم بما تعجز عنه الكلمات خاصة في الادلة السياحية سواء كانت الصورة ثابتة او متحركة

3-من خلال الالوان الجميلة والتي تعبر عن الطبيعة

الاداة الخامسة: الموسيقى

-ما تأثير الرسالة التسويقية :

1-كلما كان مصممها محترفا استطاع ان يصل الى هدفه واستطاع ان يحقق التأثير المطلوب

2-النجاح في اجراء التعاقدات السياحية النشطة

3-ضمان استمرار المنتج السياحي

- اذكر عناصر التسويق الداخلي في المواقع السياحية:

1- علاقة الضيافة وحسن الاستقبال مع السياح

2- رقابة الجودة

-ماذا يشمل علاقة الضيافة وحسن الاستقبال مع السياح:

1-تحسين علاقات الضيافة وتنميتها بين المنشآت الفندقية والسياحية في المواقع السياحية والسياح

2-تهيئة الكوادر العاملة والادارية العاملة في المواقع السياحية وتاهيلهم وتدريبهم على احترام السياح

3-المزيد من اللباقة وحسن التعامل بشكل يعمل على تعزيز هذه العلاقة

-ماذا تتضمن رقابة الجودة:

التركيز على تحسين الجودة الفنية للخدمة السياحية المقدمة من خلال وجود مجموعة من المعايير والاسس لتقييم حاجات السياح

الجودة الوظيفية التي تتعلق بالمعايير والاسس المرافقة للطريقة التي يحصل السياح من خلالها على ما يحتاجه من الخدمة

-اذكر المهارات المطلوبة للتسويق الداخلي في التسويق السياحي ؟

- المهارات المتكاملة
- المهارات التحليلية
- مهارات التفاوض
- مهارات التقديم
- مهارات التخطيط
- المهارات المنعكسة

عرف المهارات المتكاملة:

تعني قدرة العاملين على فهم مكونات الترويج وتحليلها والكيفية التي يتم بها ادخال تلك المكونات

عرف المهارات التحليلية:

تطبيق العاملين والادوات والطرق المختلفة عند دراسة الاسواق المستهدفة والاستفادة من المعلومات المتاحة واعادتها بطريقة قابلة للاستخدام

عرف مهارات التفاوض:

اعادة تعزيز المعرفة المكتسبة من قبل الموقع السياحي والاستفادة من الافكار الجديدة المكتشفة في الاسواق المستهدفة واقتراح الطرق المناسبة لتنفيذها

عرف مهارات التقديم:

تشكل النماذج اللفظية او المكتوبة التي يستخدمها العاملون في الفنادق اثناء مخاطبة السياح

عرف مهارات التخطيط:

القدرة على تقسيم العمل والمهام بين العاملين والتخطيط الكفاء لتلك الكوادر في سبيل تحقيق اهدافها في تلبية حاجات السياح ورغباتهم

عرف المهارات المنعكسة:

القدرة على فهم الافكار او الجوانب الناجمة عن تطبيق الاستراتيجية ومحاولة التفكير بالطرق والاساليب التي تحسن من الاداء المستقبلي في الموقع السياحي

منافذ توزيع الخدمات السياحية في الاردن

-اذكر الجهات المسؤولة عن التسويق السياحي في الاردن:

- هيئة تنشيط السياحة
- وزارة السياحة والاثار
- مكاتب السياحة والسفر
- جمعية الفنادق الاردنية
- مكاتب الخطوط الجوية (الملكية الاردنية) بالاضافة الى (الفنادق الدولية و السفارات الاردنية بالخارج)

-كيف تسوق هيئة تنشيط السياحة المنتج السياحي الاردني:

من خلال الشراكة بين كل من القطاع العام والقطاع الخاص في الاردن

-وضح ابرز مهمات هيئة تنشيط السياحة في تسويق المواقع السياحية او

- تنشيط الحركة السياحية والترويج لها ونشر الوعي السياحي في خارج الاردن وداخله
- توفير التمويل اللازم لتنفيذ حملات التسويق والترويج
- اقتراح المشاريع والاعمال الخاصة بتسويق المواقع السياحية وتطويرها في المملكة
- اعدادالنشرات والافلام والكتيبات والملصقات السياحية وانتاج مختلف وسائل التسويق السياحي

-هناك العديد من الوسائل التي تستخدمها وزارة السياحة في تسويق المواقع السياحية اذكرها:

- المشاركة في المعارض السياحية الدولية
- اعداد النشرات والملصقات والكتيبات السياحية والترويج لها
- التنسيق مع مكاتب الملكية الاردنية في ما يتعلق باقامة المهرجانات والمؤتمرات والمعارض الدولية
- تسويق المهرجانات السنوية التي تقام في الاردن ودعمها
- تصوير المعالم السياحية في المملكة على اشربة فيديو وعرضها في المؤتمرات والمعارض الدولية

-كيف يتم التنسيق بين وزارة السياحة والملكية الاردنية في تسويق المواقع السياحية:

باقامة المهرجانات والمؤتمرات والمعارض الدولية

-اذكر اهم الاساليب التي تستخدمها مكاتب السياحة والسفر في تسويق الاردن وترويجة سياحيا:

- من خلال البرامج السياحية المتكاملة
- استقطاب السياح بالوسائل الدعائية المختلفة مثل الاعلانات بالصحف والمجلات العالمية وعن طريق الانترنت
- تنظيم رحلات سياحية بشكل فردي او جماعي داخل المملكة او خارجها

-اذكر اهم الاساليب التي تنتهجها جمعية الفنادق الاردنية في العملية التسويقية:

- عقد المؤتمرات والاجتماعات والندوات والمعارض السياحية داخل الاردن وخارجها
- اصدار المجلات والنشرات الدورية حول المواقع السياحية
- التعاون والتنسيق مع الوزارة والدوائر والمؤسسات والجمعيات السياحية الاخرى

-اذكر اهم الاساليب التي تستخدمها مكاتب الخطوط الجوية (الملكية الاردنية) في تسويق المواقع السياحية في الاردن:

- 1-من خلال مكتبها الرئيس في عمان
- 2-من خلال محطاتها المنتشرة في عدة دول من العالم

-اذكر بعض من المؤسسات الاخرى التي تساهم في تسويق المواقع السياحية في الاردن:

1-الفنادق الدولية

2-السفارات الاردنية في الخارج

-عرف التسويق السياحي:

عبارة عن مجموعة الخدمات التي سيقدمها الموقع السياحي للسائح خلال فترة معينة وبتكلفة معينة او يعرف بانه مجموعة المنافع التي يحصل عليها السائح وتعمل على اشباع احتياجاته ورغباته خلال فترة معينة بشكل معين وبتكلفة معينة

-عرف البرنامج السياحي:

عبارة عن مجموعة من الخدمات السياحية الفندقية ذات الطبيعة الخاصة والمتكاملة التي ترتبط بعضها ببعض بعلاقة ترابط امامية وخلفية ابتداء من التعاقد مع وكالة السياحة والسفر على البرنامج السياحي وانتهاء بعودة السائح الى بلده او المكان المتفق عليه من قبل 0

-على ماذا يعتمد البرنامج السياحي الناجح:

- 1-الوصول الى فكرة متميزة توفر له قدرا مناسباً من عوامل التأثير الايجابي لدى السائح
 - 2-يحتاج الى فكرة جديدة
 - 3-الاستفادة من المقومات السياحية المتوافرة في المواقع
 - 4-مشاركة العاملين وتعاونهم كلهم في هذا المجال
 - 5-على ان تتكامل الانشطة السياحية وتؤدي بالشكل المناسب حتى يتحقق الاشباع السياحي المطلوب للسائح
- اذكر اهم خصائص البرامج السياحية:

- الوعي
- التكلفة
- الانبهار
- المتعة
- الاثارة
- الراحة

-اذكر اهم مزايا البرامج السياحية: (يتبع للخصائص بالاعلى)

- تناسبية مرنة تتناسب وطبيعة السائح وقدراته
- شائقة تشبع فضول السائح وترضي رغباته
- برامج السياحة توافقية مرنة وهي تختلف باختلاف البيئة الطبيعية في الموقع السياحي
- تتوافق وتتواءم والبيئة الطبيعية وتحاول الوصول الى التوازن مع الطاقة الاستيعابية للموقع السياحي

-ما هي اهم جوانب تطوير التسويق السياحي:

- تطوير الخدمات السياحية والارتقاء بمواصفاتها واساليب تقديمها وما يتصل بها من صور الانشطة السياحية المختلفة
- تطوير قنوات توزيع الخدمات السياحية سواء عبر انظمة التوزيع الالكترونية او عبر وكلاء سياحيين او عبر منظمين لبرامج سياحية
- تطوير عمليات الترويج وسياسات الاعلان للخدمات السياحية شاملا عمليات البيع الشخصي والاعلان
- تطوير السياسات والاستراتيجيات التسعيرية للبرامج السياحية
- تطوير قاعدة بيانات تسويق للمواقع السياحية

علل: كلما كانت عمليات توزيع الخدمات السياحية ناجحة:

كانت اقدر على تحقيق الفعالية النشطة لبيع البرامج السياحية وزيادة التعاقدات التي تتم عليها

-اذكر اهم خطوات نجاح عمل المنشآت الفندقية والسياحية في التسويق السياحي:

- 1-فهم الاستراتيجية التسويقية
- 2-الهدف السوقي للمنشآت الفندقية والسياحية
- 3-اختيار الموقع السياحي الملائم داخل الاقليم السياحي على اساس دراسة وتحليل الخصائص الطبيعية والتنوع الحيوي
- 4-حالة المنافسة واخذها بعين الاعتبار
- 5-اختيار المكان الملائم الذي ينسجم مع طبيعة السياحة والمنافسين
- 6-سهولة الوصول الى المكان
- 7-توفير التسهيلات والخدمات السياحية

-عرف الاقليم السياحي:

هو عبارة عن اختيار الموقع السياحي الملائم على اساس دراسة وتحليل الخصائص الطبيعية والتنوع الحيوي

-اذكر اهم المستويات التنظيمية التي تؤثر في عملية تسويق المواقع السياحية :

المستوى الاول: يشمل الشركات السياحية الكبرى المهيمنة على وسائل النقل والفنادق العالمية ومقرات هذه

الشركات في بلدان الطلب السياحي

المستوى الثاني: الشركات السياحية الموجودة في الاردن والتي تمثل فروعاً للشركات الكبرى في المستوى الاول

المستوى الثالث: المشاريع السياحية الصغيرة في الاردن وتعتمد هذه المشاريع على الشركات السياحية في المستوى المتوسط ولها تاثيرات قليلة في صناعة السياحة الدولية في الاردن

-فسر : ان تسويق المواقع السياحية في الاردن سيشكل من قبل الشركات المهيمنة عالميا:

- 1-فهي من يسيطر على الاسواق
 - 2-وخدمات النقل الجوي
 - 3-وسلاسل الفنادق العالمية
 - 4-اضافة الى ان غالبية السياح الدوليين القادمين الى الاردن يتم تنظيمهم ونقلهم من قبل شركات الطيران الموجودة في بلادهم والمملوكة للشركات السياحية المهيمنة عالميا
 - 5-اضافة الى اماكن الإقامة في الفنادق التابعة لتلك الشركات
- اذكر اهم التغيرات التي يخضع لها التسويق السياحي في الوقت الحاضر:
- التطورات الكبيرة في وسائل النقل والاتصالات والتوسع في استخدام شبكة الانترنت
- تقليل دور المسافة كعامل مهيمن في التأثير على السياحة الدولية

-كيف اصبح يقاس المكان القريب هو المكان الافضل

اصبح يقاس في الوصول للموقع السياحي وليس بالمسافة التي تفصل بين بلد السائح والمكان السياحي المراد الوصول اليه

علل: تحتل الشركات العالمية في الوقت الحاضر اهمية كبيرة في توجيه الحركة السياحية العالمية وفي السيطرة على الاسواق السياحية؟

من خلال امتلاكها لوسائل النقل وسلاسل الفنادق العالمية اضافة الى امتلاك هذه الشركات ميزات تنافسية عالية لا تستطيع الدول ذوات الامكانيات المحدودة من منافسة هذه الشركات في الاسعار او مستوى الخدمات السياحية المقدمة

-متى تم انشاء شركة طيران الملكية الاردنية

عام 1961

السياحة والحجوزات الالكترونية (الوحدة الثالثة)

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

-اذكر اقسام نشاطات السياحة الالكترونية:

ترويج السياحة الكترونيا بالتواصل بين الشركات السياحية والسياح 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 انظمة 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 المطلوبة 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 الموقع 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 الثابتة او المتحركة وهذا يتطلب سرعة عالية في خطوط الاتصال

الانظمة الالكترونية المطبقة في السياحة

-الانظمة الالكترونية المطبقة في صناعة النقل

-ناقش العبارة الاتية او فسر:

تطورت استخدامات تكنولوجيا نظم المعلومات السياحية في قطاعات النقل بصورة كبيرة خلال الآونة الاخيرة بالاعتماد على الانظمة الالكترونية خاصة في شركات النقل الجوي بسبب الطلب المتزايد على خدمات الطيران الناجم عن ظهور مواقع سياحية جديدة على الخريطة العالمية تسارع المتغيرات في مواعيد الوصول والاقلاع الى هذه الجهات طبيعة الاسعار التنافسية

-ما اهم الانظمة التكنولوجية الخاصة بعمليات الحجز والرقابة الالكترونية :

- نظام الحجز الالكتروني باستخدام الحاسوب

(Computer Reservation System) الذي يسمى (CRS)

- انظمة الحجز العالمية (Global Reservation System) التي تسمى (GRS)

-أذكر ابرز مزايا استخدام (CRS) في شركات النقل الجوي:

- 1- بيع تذاكر السياحة والسفر واصدارها
- 2- تخفيض تكاليف التشغيل وبشكل خاص تكاليف التوزيع التي كانت تؤثر سلبيا في نتائج التشغيل حيث تمثل الجزء الاكبر من نفقات هذه الشركات
- 3- الوصول الى المسافرين والموزعين والمجهزين ببسر وباقل تكلفة ممكنة وتقديم خدمات بمستوى لائق ببيان جداول الرحلات الجوية

-الانظمة التكنولوجية العالمية المستخدمة في صناعة السياحة

أذكر بعض من الانظمة التكنولوجية المستخدمة في صناعة السياحة:

- 1-نظام جاليليو (Galileo) 2-نظام اماديوس (Amadeus) 3-نظام سابير (Saber) 4-نظام ورد سبان (World span)

-متى وضع نظام اماديوس

وضع للحجوزات سنة 1987

-كيف تم وضعه

عن طريق تحالف بين الخطوط الجوية الفرنسية والخطوط الجوية الليبيرية والخطوط الجوية الاسكندنافية

-فسر /وضح لماذا تم وضع نظام اماديوس

1-من اجل توفير حلول تكنولوجيا المعلومات لصناعة السفر والسياحة في

مجالات ادارة الخدمات السياحية

2-توزيع حلول تكنولوجيا المعلومات

3-بيع حلول تكنولوجيا المعلومات

-يعد نظام (Amadeus) هو الاكبر بين نظم (GRS) يوفر هذا النظام امكانية الوصول والحجز عالميا الى:

1-شركات الطيران

2-السلاسل الفندقية

3-مكاتب تاجير السيارات السياحية

-اذكر ميزات نظام (Amadeus)

- اتاحة معلومات شمولية عن مواعيد الرحلات الجوية والمقاعد الشاغرة

- توفير معلومات عن الخدمات المتوافرة في المؤسسات الفندقية

- توفير قاعدة بيانات تحتوي البيانات الخاصة بالسائح كافة

- بيان اسس عمليات الدفع الالكتروني ونوع الدفع ووسيلته وتحويل العملات

- امكانية مساعدة السياح عبر وجود خط مباشر (on-line help)

- نظام جاليليو (Galileo) :

ابن تاسست شركة غاليليو (نظام التوزيع الشامل) :

في بريطانيا (ويلز) بقيادة شركة الطيران البريطانية

ما اهمية نظام جاليليو:

يعد احد الانظمة العالمية المستخدمة في صناعة السياحة

بماذا يتميز نظام جاليليو:

يتميز بعملية الربط بشبكة الكترونية قادرة على توزيع البيانات والمعلومات السياحية الى مكاتب السياحة والسفر جميعها وشركات

الطيران العالمية المشتركة في هذا النظام

وضح سمات نظام جاليليو:

- توفير معلومات شمولية عن الخدمات والتسهيلات السياحية الخاصة بمواقع الجذب السياحي

- امكانية التعرف الى اسعار الرحلات السياحية

- امكانية اصدار تذاكر السفر (Ticketing) الكترونيا

- توفير صورة واضحة بكيفية اجراء عمليات الحجز في المنشآت الفندقية

-انظمة التوزيع الشامل (GDS) (Global Distribution System) :

عرف انظمة التوزيع الشامل:

هي عبارة عن انظمة حجز وتسعير وخدمات صممت لتتناسب واحتياجات مكاتب السفر لتقوم بالحجز والتسعير وخدمات الطيران من

موقعها مع شركات الطيران المختلفة ومع شركات الفنادق والسيارات المشتركة بهذه الانظمة

علل: انظمة التوزيع الشامل هي انظمة حجز وتسعير وخدمات صممت لتتناسب واحتياجات مكاتب السفر

لتقوم بالحجز والتسعير وخدمات الطيران من موقعها مع شركات الطيران المختلفة ومع شركات الفنادق والسيارات المشتركة بهذه

الانظمة

-كيف تتم عملية تنظيم الحجوزات الالكترونية بين الفنادق ووكالات السياحة والسفر

بتوقيع اتفاقية بين الطرفين لتحديد طبيعة التعامل التجاري وبشكل خاص نسبة العمولة التي تتقاضاها وكالة السفر عند قيامها

بالحجوزات لصالح الفندق

-من أبرز الانظمة الالكترونية المطبقة في صناعة الفنادق :

1- نظام فيديليو (Fidelio System)

2-نظام اوبرا

عرف نظام فيديليو:

يعرف بأنه احد الانظمة المستخدمة في ادارة العمل الفندقي وتنظيمه بصورة منظمة الكترونيا
-يعرف نظام اوبرا: بأنه يعد من احدث الانظمة المستخدمة في ادارة العمليات الالكترونية داخل المنشآت الفندقية

-كيف يساعد نظام فيديليو ادارة الفنادق على اتخاذ القرارات الصائبة:

يسهم في ضمان الادخال السريع والدقيق للحجوزات

-ما ميزات نظام فيديليو في ادارة العمل الفندقي :

- يوفر النظام القدرة على التعرف الى الوضع العام للفندق بصورة شمولية بما يشمل من الحجز والاسعار المتاحة لانواع الغرف وللنظرات الزمنية المحددة جميعها
- يتضمن النظام في هيكليته استراتيجيات التفاوض واساليب البيع
- يقترح النظام اسعارا بديلة او تواريخ بديلة
- يوفر نظام فيديليو لمدير المكتب الامامي مكانية التعرف الى الوضع العام لاقسام الفندق
- يحتفظ النظام بروية واضحة عن غرف الفندق المشغولة وغير المشغولة وعلى اساس يومي
- يساعد هذا النظام الادارات على اتخاذ القرارات الصائبة بشأن مبيعات الغرف ومبيعات الطعام والشراب

-النظام الحاسوبي المتكامل في صناعة الضيافة:

وضح اهمية استخدامات الحاسوب داخل المنشآت الفندقية:

- تخزين البيانات بطريقة صحيحة وسهلة وملانة
- استعمال البيانات بطريقة تساعد الادارة على استقرار المعلومات وتحليلها لغرض الوصول الى اتخاذ قرار نهائي فعال
- يهتم النظام الحاسوبي المتكامل في صناعة الضيافة بادارة الحجوزات الفندقية في المكاتب الامامية للفنادق
- يهتم النظام الحاسوبي بعمليات الرقابة في الفندق والتحكم بالاجهزة والمكانن والمعدات المختلفة
- يستطيع هذا النظام السيطرة على عمليات الطعام والشراب والمعلومات

-التحكم عن بعد في عدة مجالات مثل:

-نقطة البيع (Point of sale)

- اجراء عمليات التحويل الالكتروني (Electronic Transfer) التي تؤمن
- ترحيل المبالغ التي بذمة الضيف جميعها الى حسابه (Guest Folio) فورا

-بماذا ساهم توفر نظام حاسوبي متكامل داخل المنشآت الفندقية :

- ساهم بتحسين عمليات التشغيل الفندقي
- القدرة على اتخاذ القرارات الملانة من توفر قاعدة بيانات شمولية
- تحسين الخدمات التي يقدمها الفندق الى الضيف
- معرفة بعض المعلومات التاريخية لضيوف الفندق
- تسهيل عمليات الرقابة

-اذكر اهم الانظمة الالكترونية المطبقة في ادارة الطعام والشراب والتموين:

- نظام معرفة نقاط البيع الالكتروني (Electronic Point-of-sale System)
- نظام الاعداد للمؤتمرات والحفلات (Conference & Banqueting System)
- النظم المحوسبة للتموين المتخصص (Specialized Catering Computer Systems)

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 (IATA) منذ بداية القرن الحالي:

بتشجيع فكرة التذكرة الالكترونية وتعميمها

-أذكر 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 قواعدا بيانات لتصدر تلك التذاكر الالكترونية للمسافرين
- تطبيق النظام الجديد على المستويين العالمي والمحلي

-الى ماذا ادى تطبيق النظام الجديد في اصدار التذاكر الالكترونية على المستويين العالمي والمحلي :

- ادى الى تبسيط الاجراءات الخاصة بشركات النقل الجوي 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 العالمي والمحلي:

ضمن اسس ومعايير متفق عليه دوليا حسب ما تصدره منظمة الطيران الدولية آياتا (IATA)

-من اهم التوصيات التي اصدرتها منظمة الطيران الدولية في تطبيق النظام الجديد الخاص بالتذاكر الالكترونية:

تسخير وتسهيل وسائل الدفع الالكتروني جميعها (E-Payment) اما عن طريق الانترنت باستخدام بطاقتي الائتمان فيزا (Visa) او ماستر كارد (Master Card)

أذكر مزايا استخدام التذاكر الالكترونية او وضع 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-تلغي فكرة امكانية التزوير او تكرار المخالفات
- 2-سهولة الاجراءات التي تتم بين المسافرين 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 يوحى 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 آلية 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 في رقم الشيفرة المستخدمة في 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 الالكترونية 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 المتتابعه 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 الانتمائية 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 الانتمائية 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 الائتمانية:

- 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 للتأكد 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 لتأكيد عملية الحجز التي تمت بوساطة البطاقة الائتمانية:

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

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 نعتبر 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 الالية:

- 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 الالية:

- 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

أذكر مزايا صناعة السياحة حاليا :-

- 1-إعادة هندسة عملية الحجوزات
 - 2-التوجه المتزايد نحو الحجوزات الالكترونية
 - 3-تحرك معظم الشركات السياحية باتجاه تبني مفهوم الحجوزات السياحية الالكترونية
- إذكر 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 الكترونيا
- 4- عدم الثقة في وسائل الدفع الالكترونية لاتمام عملية الحجز الالكتروني وشراء الرحلة السياحية

-أذكر التحديات التنظيمية :

- 1-أحداث 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 لشرائها

-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 آمن 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 وتفاذي 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 الحجاوي