

الأسبوع الأول: - أنواع المنتجات - الخدمات - أنواعها وخصائصها

الفئة المستهدفة: - طلبة المرحلة الثانية / قسم السياحة

الأفكار المركزية:

- 1 . التعرف على المنتجات المختلفة
- 2 . التفريق بين هذه المنتجات
- 3 . ما هي الخدمات وهل هي سلعة ام غير ذلك

الأهداف: -

- 1 . أن تصف بإيجاز ما هي المنتجات
- 2 . ما هي أنواعها ضمن التكوين الاقتصادي
- 3 . ما الفرق بين السلع والخدمات
- 4 . ما هي أنواع الخدمات

الاختبارات الذاتية:-

نتائج أجوبة الاختبارات:-

( المحاضرة )

## الأسبوع الأول

### أنواع المنتجات - الخدمات

تعد السياحة وخدماتها من حيث التكوين الاقتصادي ضمن قطاعاته الثلاث ( الزراعة - الصناعة - الخدمات ) فقد تدخل السياحة ضمن القطاع الثالث وهو قطاع الخدمات .  
قد يعتقد البعض إن التسويق هو مجرد عملية بيع المنتجات سواء كانت سلع أم خدمات ثم نقل ملكيتها من المنتج إلى المشتري فمن هنا يتضح بان المنتجات إما أن تكون سلع أو خدمات أو ( سلع + خدمات ) . فالمنظمات الزراعية ( شركات أو مشروعات ) تنتج المحاصيل والخضر والدواجن واللحوم والفواكه كسلع ملموسة ضرورية كغذاء فهي بذلك تخضع للتسويق الزراعي والتجاري وكذلك الصناعي . في حين تنتج المنظمات الصناعية ( كشركات أو مشروعات ) سلع ملموسة على شكل سيارات وأجهزة استهلاكية منزلية وأطعمة مصنعة محفوظة والآلات والأدوات والمعدات اللازمة للإنتاج الزراعي وتخضع هذه السلع إلى التسويق الصناعي والتجاري أيضا .

أما المجموعات التي لا تعمل في كلا النشاطين ( الزراعي والصناعي ) أخذت على عاتقها القيام بتأدية الخدمات في عملها اليومي وتعيش عليه وتسمى ب ( الشركات الخدمية ) والتي تكون السياحة من ضمنها ومن هذه الخدمات :

- الخدمات المصرفية
- خدمات التامين
- خدمات الإيواء
- خدمات الأطعمة والمشروبات
- خدمات الصيرفة
- خدمات بيع التحف والهدايا
- خدمات النقل

- المسارح

- دور السينما

فقد ظهر مؤخرا فرع من فروع التسويق يطلق عليه ( تسويق الخدمات ) وعليه يمكن القول بان إنتاج قطاعي الزراعة والصناعة يكون على شكل سلع ملموسة في حين يكون إنتاج قطاع الخدمات كسلع غير ملموسة . إن هذه القطاعات الثلاثة تعمل في نفس الوقت كل في قطاعه وبالتعاون مع القطاعات الأخرى فقد أصبحت الصناعة تصنع للزراعة آلاتها ومعداتها بالإضافة إلى تصنيع الأغذية والمحاصيل التي تنتجها الزراعة كأغذية مصنعة محفوظة وبأشكال مختلفة عن طريق النشاط الصناعي . في حين يعمل قطاع الخدمات لسد حاجة هذين القطاعين من الخدمات .

ولضمان ديمومة واستمرارية وتطوير إنتاج القطاعات الثلاثة يجب أن يسبق عملية الإنتاج دراسة حاجة السوق ورغبات وحاجات المستهلك والسائح والوقت المناسب لهذا الإنتاج فمثلا تنتج الملابس الصوفية في فصل الصيف لغرض إنتاجها وتهيئتها و تخزينها ليتم بيعها في فصل الشتاء . كما يمكن للمنتجات الزراعية التي تنتج في المناطق الريفية والتي يكون بيعها فيه ضعيف ويزيد إنتاجها عن حاجة السوق المحلي هناك يمكن أن تنقل من أماكن إنتاجها إلى أسواق المدن الكبيرة ويتم بيعها هناك وكذلك يمكن تخزين بعض هذا الإنتاج من موسم إنتاجه وبيعه في المواسم الأخرى . هذا يعني أن السلع الصناعية وبعض من السلع الزراعية تنتج في وقت معين ويمكن تخزينها ونقلها الى أماكن الطلب ويتم بيعها في الوقت المناسب . في حين أن الخدمات لا تقبل التخزين والنقل ولا تقبل الحيازة لأنها تنشأ في اللحظة التي يكون عليها الطلب وبالتالي فان ظروف عرض السلع والمنتجات الأخرى

يمكن تعريف الخدمات على أنها الأنشطة التي تكون غير مادية أو غير ملموسة والتي يمكن تقديمها بشكل منفصل أو مستقل حسب حاجات ورغبات المستهلك وليست بالضرورة مرتبطة مع بيع منتج أو خدمة أخرى . وعند تقديمها للمستهلك لا يتطلب نقل ملكيتها إلى المستهلك وقد تكون هذه الملكية والحيازة وقتية ( لوقت قصير ) كتأجير غرفة في الفندق أو كتأجير سيارة . ونظرا لكون الخدمات بالأساس غير ملموسة وغير مادية لذلك يكون من المستحيل تذوقها أو تحسسها أو رؤيتها قبل شراؤها من قبل المستهلك وهذه الخاصية في الخدمة تلقي أعباء كبيرة على البرامج التسويقية إذ يجب أن تركز القوى البيعية لها على إعلان الفوائد الناجمة عن هذه الخدمة وليست على الخدمة نفسها لعدم وجود سلعة لعرضها بنفسها كما يحدث في عرض سلع القطاعين الزراعي والصناعي . والسياحة عبارة عن فكرة وليست سلعة يمكن معرفتها قبل استعمالها لتحديد كونها صالحة أم غير صالحة ولا يمكن معرفة ذلك إلا بعد استعمالها وهذا يتطلب جهود كبيرة من قبل الإعلام لإبراز هذه الخدمات لتحوز على رغبة السائح . فالسياحة ليست في مجموعها سلعة بل هي مركبة من عمليات كثيرة بعضها سلع والبعض الآخر فمثلا يعتبر عمل شركات السياحة كخدمات تقدم للسياح في حين تعد صناعة الفنادق خليطا من الخدمات التي هي كالمبيت والإطعام والسلع التي هي كالتحف والصناعات الفلكلورية والتذكارات . ويمكن القول بان السياحة صناعة مركبة غير تقليدية يكون فيها المنتج السياحي هو ( سلع + خدمات) فهو مزيج من عناصر متعددة تتكامل مع بعضها البعض وتؤثر وتتأثر بالقطاعات الأخرى فالسائح ينفق أمواله لتسديد تكاليف الخدمات التي يحتاجها إلى جانب مشترياته من السلع والهدايا والتذاكر والمشتريات الأخرى .

تقسم الخدمات بصوره عامة إلى : -

1 – الخدمات العامة : - والتي تشمل خدمات التعليم وخدمات الصحة وخدمات الطرق وخدمات المتنزهات وخدمات البلدية .... الخ والتي تقدم من قبل الدولة لجميع المواطنين بدون مقابل .

2 – الخدمات التجارية : - هي الخدمات التي تقدمها وتعرضها منشآت الأعمال مثل ( خدمات الكهرباء والماء والهاتف والبنوك .... الخ ) مقابل أثمان وأجور وحسب رغبة المستهلك .

3 – الخدمات المتخصصة : - حيث تعتبر السياحة من الخدمات المتخصصة تقوم بها وكالات وشركات السفر والسياحة بإنتاج الرحلات والبرامج والخدمات طبقا لحاجة السوق ورغبات السائح ( حجز وسائل الإيواء – شركات الطيران – التامين – تقديم المعلومات – المتاجر – الكمارك – محلات الغسيل والكوي – المرشدين السياحيين – خدمات صحية – اتصالات الأمن – الحماية ) .

الأسبوع الثاني : - المنتج السياحي / تعريفه – مكوناته  
عرض المنتج / الرحلات المنظمة الشاملة

الفئة المستهدفة : - طلبة المرحلة الثانية / قسم السياحة

الأفكار المركزية : -

1. ما هو المنتج السياحي
2. ما هي مكوناته ومواصفاته
3. ما هي الخدمات السياحية
4. ما هي الرحلات المنظمة الشاملة

الأهداف : -

1. أن تعطي فكرة عن المنتج السياحي ومما يتكون
2. أن تصف هذا المنتج مما يتكون وكيف يتم عرضه
4. ما هي الرحلات المنظمة وما هي برامجها

الاختبارات الذاتية :-

نتائج أجوبة الاختبارات :-

( المحاضرة )

## الأسبوع الثاني

### المنتج السياحي ومكوناته

---

يتكون السوق السياحي من ( الطلب السياحي والعرض السياحي ) ويتمثل العرض السياحي ب ( عوامل الجذب السياحي التي يطلق عليها بالموارد السياحية والخدمات السياحية ) والتي يطلق عليها بمجموعها بالمنتج السياحي ، فالعرض السياحي في أي دولة سياحية يمثل جزءا هاما من تراث وحضارة وتاريخ هذه الدولة وهو يتكون من عناصر مختلفة ومتنوعة ومستقلة عن بعضها البعض وتعتبر الخدمات والتسهيلات السياحية عنصرا رئيسيا من هذه العناصر لذلك تسعى هذه الدول إلى رفع مستوى تلك الخدمات انطلاقا من دورها الكبير كعامل حاسم ومؤثر في زيادة حجم الحركة السياحية لأنه بالرغم من توفر المقومات السياحية العديدة فلا تستطيع السياحة من التطور والازدهار إلا بالتطوير المستمر للخدمات السياحية المقدمة للسائحين .

فهذا يتطلب منا معرفة ما هو مفهوم المنتج السياحي وكذلك فهم ما المقصود بالخدمات السياحية وما هي أنواعها .

### المنتج السياحي :

---

هو خليط من الظروف الطبيعية ( الجغرافية والمناخية والبيئية والحضارية والدينية والاجتماعية ) وغير ذلك من المقومات بالإضافة إلى الخدمات والتسهيلات السياحية مثل المرافق العامة الأساسية والخدمات السياحية . ويمكن القول بان المنتج السياحي عبارة عن مجموعة من العناصر التي تتواجد لدى الدولة فتكون بمثابة مصادر جذب سياحية هامة تعتمد عليها في إثارة الطلب السياحي الخارجي بالإضافة إلى

الخدمات السياحية المقدمة للسائحين والتي يؤدي فهمها وإدراك خصائصها إلى تنشيط العملية التسويقية للمنتج السياحي بشكل عام .

\* أما الموارد السياحية فتتمثل بالموارد السياحية التي يمكن ان يطلع عليها السائح في البلد المضيف والتي هي :-

أولاً:- عوامل الجذب السياحي

ثانياً :- وسائل النقل .

ثالثاً: - تسهيلات الضيافة.

رابعاً: - تسهيلات الإمداد ( الخدمات التكميلية المساندة ) .

خامساً: - خدمات البنية الأساسية.

هذه المجموعات الخمسة الرئيسية تتكامل مع بعضها البعض فعوامل الجذب السياحي تستقدم السائح إلى البلد المضيف في حين تسهل وسائل النقل والمواصلات وصوله إلى هذه الغاية أما تسهيلات الضيافة والإقامة والإمداد فتيسر له البقاء طيلة فترة الرحلة في حين يقدم خدمات البنية الأساسية القاعدة الخدمية للمجموعات الأربع السابقة . وفيما يأتي شرح مفصل لكل منها .

تتمثل الموارد السياحية التي يمكن أن يطلع عليها السائح بما يأتي :

**\*أولاً : عوامل الجذب السياحي:**

-----

تلعب عوامل الجذب السياحي دوراً رئيسياً في توجيه السائح إلى مناطق معينة أو قضاء الإجازات في مناطق بعينها وتصنف إلى



- 1 . عوامل الجذب الطبيعية مثل التضاريس والمناخ والنبات الطبيعي... الخ
- 2 . عوامل الجذب الاصطناعية ( البشرية ) وهي ما يقيمها الإنسان سواء كانت ذات بعد تاريخي أو حديثة.

### 1 - عوامل الجذب الطبيعية :

----- و تشمل ما يأتي :

#### ا . الموقع:

-----  
للموقع الجغرافي اثر على السياحة من ناحيتين ، الأولى موقع منطقة الجذب السياحي من مناطق تصدير السائحين وراغبي الترفيه فكما كان الموقع قريبا من مصادر ورود السياح ، بحيث يمكن الوصول إليه بسرعة وبتكاليف قليلة كلما كان الإقبال عليه كبيرا مثل دول جنوب أوروبا وبلاد المغرب العربي حيث تجتذبان أعداد كبيرة من السائحين وذلك لقرب الموقع من منطقة تصدير السياح الاولى في العالم وهي شمال وغرب أوروبا . والثانية اثر الموقع وهي موقع منطقة الاستقبال والإرسال من دوائر العرض فان لذلك أثره على البيئة الطبيعية ودفع السياحة إلى الحركة .

#### ب . التضاريس:

-----  
كلما تنوعت أشكال سطح الأرض وبالتالي المناظر الطبيعية كلما كان ذلك أفضل لازدهار السياحة. والمناطق التي تمتاز بجمال طبيعتها لا تزال من أهم العوامل التي تجذب السياح وخاصة من الدول المتطورة حيث يعيش السكان عامة في وسط صناعي وحضري مرهق وهم بحاجة للتسلية في وسط طبيعي لاستعادة نشاطهم ومن أشكال التضاريس التي تكتسب أهمية سياحية كبيرة نذكر الجبال وشواطئ البحار والبحيرات

وضفاف الأنهار وازدهار السياحة في هذه المناطق الريفية يؤدي إلى تنميتها ورفع مستوى المعيشة عند سكانها .

### \*الجبال: -

-----

قبل منتصف القرن التاسع عشر لم تحظ المناظر الطبيعية إلا بالقليل من الإعجاب وكانت الجبال بصفة خاصة مكروهة ومتجنبة وكان المسافرون مثلا يتحاشون جبال الألب ويتجاوزونها بأسرع ما يمكن وألان تمثل الأماكن الجبلية مناطق جذب سياحي لاكثر من سبب من ذلك أنها تتمتع بمناخ صحي وذلك بتوافر أشعة الشمس ونقاء الهواء يضاف إلى ارتباطها ببعض الرياضات مثل تسلق الجبال والتزلج والسير لمسافات طويلة .

### \* البحار : -

-----

تلعب السواحل دورا هاما في اجتذاب السياحة الداخلية والخارجية على السواء ، والساحل له جماله الطبيعي ولكن تزداد الأهمية إذا ما توفرت به الشواطئ الرملية ، كما ان لمناخ الأقاليم السياحية اثر كبير في جاذبيتها فعلى سبيل المثال ، نشأت أهم المنتجعات الساحلية في بريطانيا على السواحل الجنوبية والشرقية لان هذه السواحل أكثر دفئا واكل إمتارا في فصل الصيف ، وترتبط بالسواحل العديد من الأنشطة الاستجمامية مثل السباحة والغطس والتجديف واليخوت والتزلج على الماء والتنزه والسير والصيد ... الخ كما يكتفي الكثير من الأفراد بالجلوس على الشاطئ للتمتع بجمال البحر.

## \* العيون المعدنية :-

-----

للعيون المعدنية دورها في الجذب السياحي ويمتد هنا الدور لأزمنة بعيدة ففي زمن الرومان كانت المصحات ترتبط بالعيون والحمامات واسعة الانتشار آنذاك وقد كان معتقدا لدى أطباء القرن التاسع عشر إن فعالية العيون المعدنية تكمن في الشفاء من الأمراض مثل النقرس والالتهاب والام المعدة والعقم .

## ج - المناخ :-

-----

ربما كان المناخ أكثر العوامل الطبيعية تأثيرا على الموارد السياحية فالمناخ الجيد يعد احد عوامل الجذب في أي منطقة سياحية ومن دراسة تيارات السياحة العالمية نجد انها تتجه من أقاليم المناخات الباردة والسحب الدائمة إلى الأقاليم الدافئة والشمس الدائمة وعادة يختار السائح الإقليم السياحي الذي تتوفر فيه عناصر مناخية مناسبة ومختلفة عن تلك التي يعيشها في موطنه فالمناخ الملائم للحركة السياحية يعتبر ثروة سياحية حقيقية ، ولقد ازدادت الأهمية السياحية للمناخ يعد معرفة تأثير كل من عناصره على الجسم البشري ، خصوصا حرارة الهواء النقي الجاف والحرارة المعتدلة وأشعة الشمس و تنتشر فيها المنتجعات السياحية الصحية التي تؤثر ايجابيا في الدورة الدموية وضغط الدم والجهاز العصبي والجهاز التنفسي وتحت تأثير المناخ تظهر الموسمية السياحية التي تخضع للتنوع في نشاطاتها حسب تأثيرات العناصر المناخية .

#### د – الثروة المائية :

وتتألف من المياه المالحة البحرية والعذبة في الأنهار والبحيرات والينابيع، ولمياه الشواطئ البحرية أهمية كبرى في جذب الأفواج السياحية. واهم المنتجات البحرية وأقدمها في العالم هي تلك المدن السياحية الموجودة على شواطئ الريفيرا الفرنسية ثم الإيطالية .

#### ه – الثروة النباتية والحيوانية : -

تمثل هذه الموارد الحيوية عوامل جذب مهمة للسياح لا سيما سكان المدن حيث الحياة المليئة بالضجيج والرتابة والإجهاد . وتزدهر هنا أنواع متعددة من السياحة مثل سياحة التسلية والترويح عن النفس وسياحة الصيد كذلك تشكل بعض أنواع النباتات والحيوانات البرية اهتماما لمحبي المعرفة والطبيعة من ناحية أخرى. يمثل الغطاء النباتي الوسط الحيوي والطبيعي لمعظم الحيوانات والطيور البرية.وان التوسع في قطع الغابات وصيد الحيوانات البرية احدث خلا في النظام البيئي وعناصره وهدد بعض أنواع النباتات والحيوانات والطيور بالانقراض وبالتالي ازدادت الحاجة إلى تنظيم استخدام هذه الموارد الحيوية السياحية والمحافظة عليها ولهذا ظهرت المحميات الطبيعية والحدائق الوطنية في كثير من دول العالم .

#### 2 - عوامل الجذب البشرية ( الاصطناعية ) : -

وتمثل الجناح الثاني لنشاط الحركة السياحية وهي متنوعة جدا حسب المكان والزمان وذلك لان المجتمعات البشرية في تطور مستمر وتباين من حيث الجنس واللغة والتاريخ

والدين والعمران وفي هذا التباين جاذبية سياحية كبيرة بخاصة للتعرف على هذه الحقائق المميزة للشعوب ومما تتميز به عوامل الجذب البشرية .

\* تتركز هذه الموارد عادة في المدن الكبرى حيث تتوفر الظروف المناسبة لإقامتها مثل كثافة السكان والنشاط الاقتصادي والاجتماعي والسياسي .

\* النشاط السياحي الأساسي هنا ليس الاستجمام كما هو الحال في عوامل الجذب الطبيعية، بل تسود السياحة التاريخية الثقافية.

\*السائح الذي يهتم بالموارد السياحية البشرية يمتاز عادة بثقافة عالية نسبيا تسمح له بفهم ومقارنة هذه الموارد مع غيرها وتقويمها.

\* ظاهرة الموسمية التي ترتبط ارتباطا كبير بالموارد السياحية الطبيعية لا تظهر في الموارد السياحية البشرية وبالتالي إمكانية استخدام هذه الموارد على مدار السنة.

ونظرا لتعدد الموارد السياحية البشرية وكثرتها يمكن دراستها وتقويمها من خلال تقسيمها إلى عدة مجموعات متجانسة هي :-

#### ا – الموارد ذات الجاذبية التاريخية الحضارية :

وتضم الآثار على مختلف أنواعها من قلاع وأبراج وقصور ومراكز عبادة وكذلك المتاحف والنصب التذكارية والإحياء والأبنية القديمة والمعارض بالمهرجانات الثقافية والشعبية.

ب – الموارد المرتبطة بانجاز المهمات والأعمال :

وتضم العديد من النشاطات كالمؤتمرات السياحية والاقتصادية والسياسية والعسكرية. إضافة إلى الزيارات والمهمات الرسمية وزيارة المجمعات الزراعية والصناعية والتجارية والاشتراك في المعارض المختلفة.

ج – الموارد المرتبطة بالترفيه والرياضة والدين :

وتشمل المصايف البحرية والمصايف الجبلية ومدن التسلية الحديثة ( ديزني سيتي ) من أشهر أماكن الجذب السياحي في الولايات المتحدة واليابان .

الموارد السياحية البشرية وبخاصة الآثار التاريخية الحضارية لها أهمية بالغة ليس فقط على الصعيد المحلي بل وعلى الصعيد العالمي أيضا فكثير من هذه الآثار يعتبر من التراث العالمي وهو ملك للبشرية جمعاء مثل أهرامات مصر وهيكل بعلبك واثار صور وتشير الدراسات السياحية القديمة ان الأماكن الأثرية ما زالت من أهم العوامل جذبا للسياح ، بل وأهمها على الإطلاق في العديد من دول العالم مثل مصر واليونان وكندا .

\* ثانيا : تسهيلات النقل والمواصلات : -

يرتبط التطور في السياحة ارتباطا وثيقا بالتقدم في تكنولوجيا المواصلات وتصبح المواقع أكثر جذبا للسائحين إذا توافرت إمكانية الوصول إليها . وفي فترة ما بعد الحرب العالمية الثانية أدت الزيادة المطردة في امتلاك السيارة إلى زيادة مماثلة في السياحة الداخلية في المجتمعات الأوربية ، كما أدى التطور في النقل الجوي إلى خلق طفرة في السياحة الدولية .

وقد تمثلت إمكانية الوصول الأولى إلى أماكن الجذب في بادئ الأمر في إقامة الطرق وفي مد خطوط السكك الحديدية مما دفع الأفراد إلى التحرك بعيدا عن مواطنهم الدائمة وكان للتقدم في السكك الحديدية بوجه خاص اثر فعال على مراكز الجذب السياحي والرحلات الأولى للسكك الحديدية كانت بعيدة كل البعد عن الراحة ومحفوفة بالمخاطر. وقد استمر عصر السكك الحديدية لما يقرب من مائة عام على الرغم من ظهور السفر بطريق السيارات في مستهل القرن العشرين .

ومن وجهة نظر السياحة، فإن النقل البحري يحقق أمرين هامين أولهما العبور، وثانيهما القيام برحلات سياحية عن طريق السفن والقوارب. فبواسطتها يمكن للسائح أن يجمع بين مزايا السفر بالبحر مع قضاء الإجازات في الأماكن التي ينشدها .

وبعد التقدم في صناعة السيارات مع مطلع القرن العشرين حدثت ثورة في حركة السياحة والاستجمام فبواسطتها أصبحت الأماكن أكثر ارتيادا لكل الأفراد. ويرتبط بالتطور في صناعة السيارة شبكة الطرق الجيدة التي تنتشر بين أرجاء الدولة الواحدة. فمع بداية استخدام الطيران المدني في أعقاب الحرب العالمية الثانية أصبح من الممكن الانتقال إلى مسافات طويلة في سرعة وسهولة كما أمكن بواسطتها قضاء الإجازات القصيرة في الأماكن البعيدة ذات الجذب المنفرد ، فأيسلندا ومالطة وتونس ومصر وجزر كناريا لا تبعد عن أوروبا سوى بضع ساعات بالطيران ، وفيها ينتقل السائح على رحلات الطيران بأسعار تقل كثيرا عن أسعار النقل العادي ، إذ أن تكاليف قضاء الإجازة كلها غالبا ما تكون اقل من تكاليف السفر بالنظام العادي ، هذا فضلا عن قيام الشركة المنظمة بتولي الجوانب الأخرى مثل الإقامة والطعام والانتقال لمكان قضاء الإجازة .

\* ثالثاً: تسهيلات الضيافة :

هي احد عناصر الموارد السياحية الهامة فمهما ازدادت درجة جاذبية المنطقة السياحية فان الإقبال عليها يكون محدودا إذا لم تتوفر بها التسهيلات الأساسية التي يحتاج إليها السائح، وتضم هذه التسهيلات قطاع الضيافة. كما أن الضيافة تمثل احد عوامل الجذب ، وعليها يقع عبء اختيار الموقع السياحي ، ومدة البقاء ونمط السفر ، والأنشطة التي تمارس وتشكل الضيافة ميدانا هاما للعمالة والدخل ، كما يتأثر حجم الزوار في أي منطقة بتخطيط وصيانة وتوزيع تسهيلات الضيافة .

وعلى الرغم من أن الفنادق الأولى يؤرخ لها منذ القرن التاسع عشر ، إلا ان تطورها بكل المقاييس لم يحدث إلا في القرن العشرين ، حينما خلقت السكك الحديدية والبواخر سوقا رائجة للسفر ثم زادت ازدهارا منذ النصف الثاني من القرن العشرين مع التطور في صناعة السيارات والطائرات ، ومع التقدم والتطور تنوعت إشكال تسهيلات الضيافة من فنادق إلى بيت الضيافة ومعسكرات الإجازات ومواضع الكرفانات وبيوت الشباب وعرفت تسهيلات الضيافة السياحية بأنها عبارة عن الفنادق والمنشآت الأخرى التي تقدم فيها خدمات النوم بهدف التجارة أو الأعمال .

وتشمل المنشآت التي يتضمنها التعريف ما يلي :

- 1 – الفنادق وفيها تقدم الضيافة والطعام والراحة لفترات غير منتظمة من الوقت .
- 2 – الموتيلات ويتم تصميمها لخدمة مستخدمي السيارات وهي تواجه طلب ضيافة الترانزيت .
- 3 – الخانات وهي وحدات صغيرة مزودة بالمطعم ومكان الشرب وتسهيلات النوم.
- 4 – البنسيونات وتقتصر خدماتها على النوم فقط لفترات طويلة .



- 5 – منشآت النوم والإفطار ، وتستخدم للإجازات فضلا عن سفر الأعمال ولا تقدم خدمات الوجبات الرئيسية .
- 6 – معسكرات الإجازات وهي عبارة عن مباني دائمة أو كرفانات ثابتة وغالبا ما تقدم التسلية والاستجمام مع الضيافة
- 7 – مراكز المؤتمرات والإجازات وتشمل تسهيلات ضيافة فاخرة .
- 8 – البيوت الخاصة، وهي للنوم والخدمة الخاصة.
- 9 – الضيافة المؤقتة ، وتشمل الشقق والشاليهات وما تماثلها وهي أيضا تسهيلات للخدمة الخاصة والإمداد الذاتي .
- 10 – مواضع التخيم والكرفانات ذات التسهيلات .

\* رابعا: تسهيلات الإمداد (( الخدمات التكميلية )) أو السائدة :

تعد تسهيلات الإمداد احد عناصر الموارد السياحية الهامة التي تعتمد عليها في مساعدة السائحين على البقاء والاستمرار في المنطقة السياحية التي يذهبون إليها أطول مدة ممكنة. فالمنطقة السياحية مهما كانت جذابة وتخلو من تسهيلات الإمداد التي يحتاج إليها السائحين نجد أن السائحين يبتعدون عنها والحركة السياحية إليها تكون ضعيفة والعكس صحيح .

وتتمثل تسهيلات الإمداد في المحلات التجارية التي توجه نشاطها إلى السائح على وجه الخصوص مثل محلات الأدوات الرياضية والتذكارات السياحية. وتعرض هذه المحلات الخدمات العامة مثل الصيدليات ومحلات الطعام وبيع الملابس والبنوك والمراكز الطبية وكثير من هذه المحلات تخدم الزبائن من السكان الدائمين وتتوقف أهمية هذه الخدمات في أي منتج على تكرار استخدامها. كما أن جلب السياح وإيوائهم وإطعامهم فقط لا تكفي فالسائح يريد استهلاك خدمات سياحية والقيام بنشاطات ترفيهية الأمر الذي

يستدعي تهيئة الموارد السياحية بإنشاء تجهيزات ثقافية لخلق التنشيط الذي يعتبر عنصر مهم في تكوين المنتج السياحي وتتمثل هذه الأنشطة في : -

1 – التجهيزات الرياضية والمتمثلة أساسا في الملاعب والقاعات الرياضية بتجهيزاتها المختلفة .

2 – التجهيزات الثقافية وتتمثل أساسا في المسارح ودور السينما والمتاحف .

**وتنقسم هذه الخدمات إلى قسمين هما :**

1 – خدمات الاستخدام اليومية مثل محلات منتجات الألبان والمقاهي والبقالة والأغذية وتنقسم هذه الخدمات بكثرة عددها :

2 – خدمات الرفاهية: وتمثلها محلات الصياغة والفراء ويرتبط وجودها بتوافر أعداد معقولة من السائحين ذوي الدخل المرتفعة.

**\* خامسا: خدمات البنية الأساسية:**

وهذا العنصر من عناصر الموارد السياحية على درجة كبيرة من الأهمية فهي تخدم كافة العناصر السابقة وتشمل خدمات البنية الأساسية كل أشكال البناء فوق وتحت الأرض التي يحتاجها السكان.

**وتنقسم خدمات البنية الأساسية إلى ما يلي :**

1 – البنية الأساسية العامة :

وتتضمن شبكات مياه الشرب والكهرباء والغاز وشبكات الطرق و الصرف الصحي والاتصالات بجميع أنواعها.

## 2 – الحاجيات الأساسية:

وتشمل المستشفيات والصيدليات والبنوك ومراكز التسويق والمشتريات ، والأجهزة الحكومية من شرطة ومحاكم وغيرها وكذلك مكاتب بيع الكتب والصحف والمجلات وورش إصلاح السيارات ومحطات البنزين وغيرها .

وفي مقابل خدمات البنية الأساسية هناك خدمات البنية الفوقية وتتمثل في محطات سفر الركاب والفنادق والمطاعم والترفيه وتسهيلات التسويق وما يماثلها. وخدمات البنية الأساسية تكون سابقة لخدمات البنية الفوقية وتكون بالقدر الذي تكفي به حاجة السكان فضلا عن السياح .

وتجدر الإشارة هنا إلى أن خدمات البنية الأساسية على الرغم من أهميتها فإنها تشكل نسبة عالية من تكاليف قيام أي منطقة سياحية وإذا استثنينا بعض الخدمات التي تدفع عليها الرسوم مثل الطرق ، فان خدمات البنية الأساسية لا تدر عائدا مباشرا في ذاتها فالعائد من خدمات الصرف الصحي يكون قليلا جدا . ولكن الإخفاق في تقديم مثل هذه الخدمات يؤدي إلى خلق المزيد من الآثار العكسية للتنمية السياحية كما تشير إلى ذلك معظم التجارب في العالم .

## الخدمات السياحية :

يشمل هذا المفهوم جميع أنواع الخدمات التي تقدم للسياح مثل خدمات الفنادق والمطاعم والمحلات السياحية العامة وشركات السياحة والنقل السياحي والترفيه والمشتريات السياحية وتساهم سياسة الخدمة السياحية في تحقيق الأهداف العامة للسياسة التسويقية

السياحية من خلال تقديم منتج سياحي على مستوى راقى من الجودة وبالسفر المناسب الذي يحقق رضاء السائح وإشباع رغباته وحاجاته . ويمكن تعريفها أيضا بأنها:

الرحلات السياحية الشاملة والتي تشمل على التذكرة الخاصة بالسفر والترتيبات الأرضية من فنادق ومنتجعات سياحية وشقق وفلل وملاهي ومنتزهات وحضور مهرجانات ومعارض ومؤتمرات وحجز رحلات بحرية ورياضة ترفيهية وغيرها من الخدمات التي تقدم للسائح في البلد السياحي .

### أنواع الخدمات السياحية الأساسية :

#### 1 . خدمة الإقامة:

تقدمها جميع وسائل الإقامة السياحية المعروفة مثل الفنادق والموتيلات والقرى السياحية والمخيمات والشقق وبيوت الشباب .

#### 2 . خدمة الإعاشة ( الأظعمة والمشروبات ) :-

تقدمها وسائل الإقامة المختلفة بالإضافة إلى المطاعم والكافيتريات والمحلات العامة والشعبية .

#### 3 . خدمة النقل السياحي: -

تتولى شركة النقل السياحي العامة والخاصة ووسائل النقل العامة والشركات السياحية وبعض الفنادق ومكاتب تأجير السيارات تقديم هذه الخدمة تيسيرا للسائح في التنقل من مكان إلى آخر داخل البلد المضيف.

#### 4 . خدمة شركات ووكالات السفر : -

---

تقوم هذه الشركات والوكالات بتقديم خدماتها للسائحين مثل الحجز بالفنادق ووسائل النقل الداخلية والحجز والرحلات الجوية الدولية والمحلية إلى غير ذلك من الخدمات.

#### 5 . خدمة المعلومات السياحية: -

---

تقدم هذه الخدمة بعض الفنادق الكبرى ومكاتب الاستعلامات السياحية الرسمية والخاصة للدول السياحية سواء داخل الدولة او خارجها عن طريق مكاتبها الموجودة في الدول الأخرى .

#### 6 . خدمة المشتريات السياحية : -

---

هذه الخدمة تقدمها محلات بيع الهدايا والتذكارات السياحية وبعض المحلات العامة الأخرى التي تباع مثل هذه السلع السياحية.

#### 7 . خدمة الاتصالات:-

---

تقدم هذه الخدمة مكاتب حكومية تابعة للدولة بالإضافة إلى المكاتب الخاصة بالفنادق وفي العصر الحالي أصبحت خدمة الاتصالات متوفرة في معظم دول العالم السياحية ولكن يختلف مستوى تقديم تلك الخدمة حسب إمكانيات الدولة السياحية وقدرتها الاقتصادية لان الاتصالات تتطلب بنية تحتية قوية ومكلفة .

#### 8 . خدمة الترفيه السياحي : -

---

تقدمها المحلات العامة السياحية ومختلف وسائل الترفيه السياحي العاملة في الدولة السياحية وتكون متنوعة لتلبية رغبات واحتياجات السائحين المتعددة.

أما منهج تطوير هذه الخدمات السياحية يكون بما يأتي :

ا . إدخال تحسينات وتعديلات جوهرية على الخدمات الموجودة وذلك بتطوير بعض هذه الخدمات بما يتلاءم مع احتياجات ورغبات السياح بما هو مستخدم في الدول المتقدمة سياحيا .

ب . استحداث خدمات سياحية جديدة لم تكن موجودة من قبل بالمنتج السياحي بما يحقق منفعة جديدة للسائح مما يعمل على زيادة حجم الطلب السياحي.

### عوامل نجاح الخدمة :

يتوقف نجاح الخدمة السياحية وتفوقها على بعض العوامل أهمها :

#### 1 – مدى تميز الخدمة :

يقصد بتميز الخدمة السياحية في أي دولة هو مقدار ما تتصف به الخدمات من مزايا غير موجودة في خدمات الدول السياحية المنافسة بمعنى أن يكون للخدمة أسلوب معين أو شكل خاص أو مستوى جودة مرتفع لا يتوفر في الخدمات المناظرة بالدول المنافسة لذلك فان تميز الخدمة يعتبر من عوامل الجذب السياحي التي تعتمد عليها بعض الدول السياحية .

#### 2 – طبيعة الخدمة السياحية :

كلما اتصفت الخدمة السياحية بالسهولة واليسر في تقديمها بعيدا عن التعقيد والصعوبة كلما كانت أكثر فائدة وجذبا للسائحين لان السائح يبحث دائما عن الراحة والهدوء والاستقرار وهذا لا يتحقق في ظل الخدمات السياحية التي تتصف بكثرة الإجراءات والتعقيدات التي نراها ونسمع عنها كثير في مختلف مراحل العمل السياحي مثل

الإجراءات الطويلة التي تتبعها بعض الشركات في إجراء التعاقدات على برامج سياحية هذا بالإضافة إلى صعوبة الحصول على خدمات الاستعلام السياحي وخدمة التنقلات الداخلية بين المناطق المختلفة .

### 3 – أسلوب تقديم الخدمة السياحية :

يهتم السائحون عادة بالأسلوب الذي يتم به تقديم الخدمات السياحية بجانب اهتمامهم بمستوى جودتها ومقدار ما تحققه لهم خدمات ومناقص توفر لهم إشباع حاجاتهم المختلفة فالخدمة السياحية سواء كانت في مجال الاتصالات أو النقل أو الإقامة ... إلى غير ذلك يجب أن تقدم للسائح بصورة تليق بمكانة الدولة السياحية وتتفق مع القواعد والبروتوكولات التي تنظم العمل السياحي بمختلف مجالاته .

### 4 – وضوح الخدمة السياحية :

يعتبر وضوح الخدمة من العوامل الهامة المؤثرة في نجاح الخدمة السياحية لذلك فان الخدمات التي تقدمها الدولة للسائحين يجب أن تكون واضحة ومعروفة لديهم من حيث أماكن تواجدها وأنواعها وأسعارها وما إلى ذلك من بيانات هامة للسائحين مثل خدمة الاتصالات التلفونية والبرقية ... الخ وكذلك باقي الخدمات السياحية الأخرى .

### 5 – ارتفاع مستوى الخدمة :

يرتبط الطلب السياحي دائماً بمستوى الخدمات السياحية التي تقدمها الدول المختلفة للسائحين القادمين إليها بحيث يمكن الاعتماد على هذه الخدمات السياحية المتميزة كعنصر رئيسي من عناصر الجذب السياحي أما إذا كانت هذه الخدمات ليست على المستوى المطلوب والملائم لشرائح السائحين المختلفة اثر ذلك على حجم الطلب السياحي المستهدف من الأسواق الأخرى .

## 6 – مناسبة أسعار الخدمة :

تعتبراً لخدمة السياحية الجيدة بالسعر المناسب هي جوهر العمل السياحي الناجح لان السائح دائماً بعيد النظر ذو حساسية شديدة للخدمات السياحية التي تتصف بالرقي والتطور مع التسعيرة المناسب لها تلعب دور هام في زيادة حركة المد السياحي فتسعير الخدمات السياحية عمل له طبيعته الخاصة التي تحتاج إلى خبرات سياحية عالمية وفهم جيد لشرائح السوق السياحي في الخارج ودراية كبيرة بالعوامل المؤثرة في الطلب السياحي .

## تنظيم البرامج السياحية

- 1) بعد أن تمت دراسة السوق السياحي وكذلك ( الطلب والعرض السياحي ) يمكن أن نقوم بتنظيم برنامج سياحي وفقاً لعدة نقاط تتعلق بعمل التسويق السياحي :
- 1) يتم تحديد نوعية السوق السياحي هل هو سوق رئيسي او ثانوي ، نشط ، كامن ، محتمل .
- 2) القيام بدراسة السوق السياحي وفقاً للجوانب السابقة شرحها .
- 3) تحديد سياسة السوق المستخدمة طبقاً لما تم التوصل إليه من خلال النقطتين السابقتين .
- 4) التعرف على الأنماط السياحية التي تهتم السوق السياحي والأنشطة المرتبطة بتلك الأنماط ويمكن تقسيم السوق السياحي في تلك الحالة لعدة شرائح ويتم اقتراح وضع عدة برامج سياحية تتوافق مع الأنماط السياحية لأنها لا تنحصر في نمط واحد بل تتعدد إلى عدة أنماط .
- 5) يتم إعداد وتنظيم وتنفيذ البرامج السياحية من قبل معدي ومنفذي البرامج السياحية .



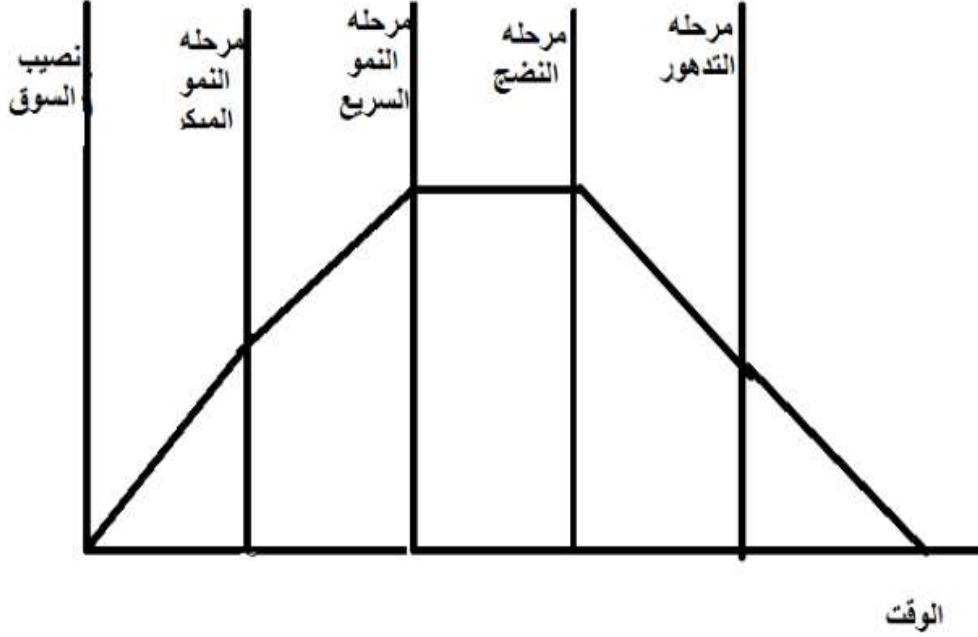
- ويجب الإشارة هنا على أن دور التسويق السياحي هو ان يقدم كافة المعلومات والبيانات المتعلقة بالأسواق المستهدفة لمعدي البرامج لكي ينظموا برامج سياحية متوافقة مع تلك الأسواق وما تتميز به من خصائص .
- ويبرز دور التسويق السياحي مرة أخرى من خلال تسويق البرامج السياحية التي تم إعدادها من قبل منظمي ومعدي البرامج السياحية .

### دورة حياة المنتج السياحي :

-----

لكل منتج سياحي دورة حياة معينة يمر بها وتتغير عبر الزمان ، فبالنسبة للسياحة تلاحظ كيف نشأت ونمت وتوسعت وأصبحت تقدم خدمات متنوعة وكثيرة ، وعموما فان دورة حياة المنتج السياحي تمر عبر أربعة مراحل كما هي موضحة في الشكل رقم ( 1 ) .

## دورة حياة المنتج السياحي



المصدر : محسن احمد الخضري شكل رقم (1)

### 1 – مرحلة النمو المبكر :

في هذه المرحلة تكون الخدمة في تطور مستمر وتصبح متيسرة للمستفيدين منها وتحتاج هذه المرحلة إلى ترويج كبير ومتنوع وإعطاء تفاصيل أكثر عن المكان أو المنطقة السياحية ، ويبدأ السياح بالتدفق على هذه المنطقة وتبدأ الخدمات بالتنوع والازدهار وتكون المنافسة ضعيفة في هذه المرحلة ، وتبدأ الأرباح في الارتفاع بصورة بطيئة وتزداد حصة السوق من السياح .

### 2 – مرحلة النمو السريع :

في هذه المرحلة تكون المنطقة السياحية معروفة ومشهورة لدى السياح وتبدأ الأرباح بالصعود السريع وكذلك حصة السوق من السياح والبيع تزداد بصورة سريعة وتبدأ

الخدمات بالتوسع والتنوع أكثر وتزداد المنافسة وتبدأ الأسعار بالاستقرار وكذلك الخدمات وتزداد حملة الإعلانات والترويج .

### 3 – مرحلة النضج :

في منتصف هذه المرحلة تبدأ الأرباح بالانخفاض ، والبيع كذلك ينخفض وحصّة السوق هي الأخرى تنخفض ، في الوقت الحالي معظم المناطق السياحية المعروفة وصلت مرحلة النضج وفي منتصف هذه المرحلة تبدأ الأرباح بالانخفاض والبيع كذلك يبدأ بالانخفاض وأيضا حصّة السوق تبدأ بالانخفاض وفي هذه المرحلة تبدأ الشركات السياحية بتنفيذ خططها وتنويع خدماتها للمحافظة على الأرباح وحصّة السوق ، ومن اجل ذلك يجب إدخال عدة تعديلات على المنتج والخدمات ، وفي هذه المرحلة تزداد المنافسة وتصبح مؤثرة وفعالة وشديدة ، وتزداد الإعلانات والترويج لغرض المحافظة على السوق والتغلب على المنافسة وتخفيض الأسعار .

### 4 – مرحلة التدهور :

في هذه المرحلة تبدأ الأرباح بالهبوط السريع وتقل حصّة السوق وتقل المبيعات وإذا استمرت هذه المرحلة طويلا تؤدي إلى نهاية المنطقة السياحية أي سوف لا يزورها أي سائح ، إلا إذا تم صرف مبالغ كبيرة على الإعلان والترويج وتحسين الخدمات وإعطاء فكرة جديدة عن المنطقة لغرض تغيير أذواق السياح .

### العرض السياحي :

عبارة مجموع من السلع والخدمات المتعلقة بالمنتج السياحي التي تعرض من قبل المنتجين سواء كانوا من القطاعين العام والخاص أو القطاع المختلط عند مستوى معين من الأسعار ويرتبط عادة برغبة المنتج في تقديم خدماته عند ظروف معينة تتعلق

بالسوق . ومن وجهة نظر الاقتصاديين العرض هو كمية السلع والخدمات التي بالإمكان تقديمها في السوق في وقت معين وسعر محدود .

وخلاصة فان العرض السياحي هو مجموع المعالم الطبيعية وعناصر الجذب المختلفة في منطقة معينة بالإضافة إلى الخدمات والتسهيلات المتنوعة ( النقل ، إجراءات السفر .... الخ ) والتي من شأنها خلق رغبة لدى السياح وإقناعهم بزيارة هذه المنطقة .

وبصورة عامة يشمل العرض السياحي نوعين أساسيين هما :

- 1 – العرض السياحي الأساسي : يتمثل بالمنتجات السياحية الثابتة التي ليس للإنسان شأن في تكوينها وخلقها ويضم هذا العرض من جهة عناصر الجذب السياحي الطبيعي كالمناخ والبحيرات والغابات والجبال والثلوج والمناظر الطبيعية بالإضافة إلى المنجزات الحضارية كالمعالم الثقافية والدينية والمواقع الأثرية والتاريخية ... الخ .
  - 2 – العرض السياحي الثانوي : يشمل الخدمات الناتجة عن العمل الإنساني ويمكن إنتاجها حسب النوع وبالكميات المطلوبة فمثلا هناك التسهيلات السياحية كالفنادق والمخيمات والمطاعم والمطارات ومحطات سكك الحديد والموانئ .
- الرحلات المنتظمة الشاملة :**

الرحلات المنتظمة الشاملة وهي رحلات مبرمجة تقدم يوميا أو في مواعيد محددة لأي شخص وتكون عادة معلنه في الفنادق ومحطات القطار والمناطق السياحية .

الرحلات السياحية الشاملة التي تشتمل على التذكرة الخاصة بالسفر والترتيبات الأرضية من فنادق ، منتجعات سياحية ، شقق ، فلل ، ملاهي ، منتزهات ، حضور مهرجانات ، تنقلات ، حجز سيارات ، رحلات بحرية ، رياضات ترفيهية ، علاج وغيرها من الخدمات ... الخ والتي تقدم في بلد سياحي .

أنواعها :

( ا ) خدمات سياحية ترفيهية وثقافية .

( ب ) خدمات سياحية علاجية .

( ج ) خدمات سياحية بحرية .

( ا ) الخدمات السياحية والترفيهية والثقافية :

وهي خدمات تقدم للسائح في صورة زيارة معالم سياحية تتميز بالجمال والروعة وهي في مضمونها ترفيه مثل شواطئ ساحرة خلابة المنظر يسعد بها السائح، أو يمكن أن تكون آثارا تاريخية ، مسارح عالمية أو ملاهي ومنتزهات أو منتجعات سياحية .

( ب ) الخدمات السياحية العلاجية :

وهي خدمات تقدم للسائح الذي يطلب علاج في مناطق طبيعية من حيث المياه المعدنية المفيدة للجسم ، والطمى الطبيعي الصحي ، والتعرض لنوع معين من الغابات الطبيعية المفيدة لصحة الإنسان يقيه من الأمراض بإذن الله ويطلق عليها المشافي الطبيعية .

( ج ) الخدمات السياحية البحرية :

وهي خدمات تقدم للسائح في استخدام أنواع من المركبات البحرية مثل رحلات الصيد الشائقة والمفيدة وزيارة الجزر ذات المناظر الخلابة ، وممارسة الرياضات البحرية ، وركوب الزوارق بأنواعها ، وحضور المهرجانات البحرية والسباقات وغيرها ... الخ .

الترتيبات الأرضية مثل : المنحدرات

تتكون الرحلات المنتظمة الشاملة من :

أولا : البرنامج :

-----

هناك أربعة أنواع من البرامج السياحية :

( ا ) برنامج شامل متكامل **Full Package**

( ب ) برنامج فنادق وتذاكر فقط **Package Only**

( ج ) برنامج فنادق فقط **Hotel only**

( د ) برنامج خاص مثل برنامج شهر العسل

( ا ) البرنامج المتكامل الشامل : **Full Package**

وهو برنامج يشمل الأسعار للفندق والإقامة ، الضرائب الخاصة بالفندق ، تذاكر السفر من وإلى ، والانتقال من المطار للفندق والعكس ، الإفطار / الغداء / العشاء ، مصاريف الخدمة ، أيام البرنامج وكيفية عمل الزيارات ( الجولات السياحية ) أي محدد به سير اليوم من زيارات وخدمات أرضية أو رحلات بحرية ... الخ ويمكن الاطلاع على هذه النوعية من البرامج من خلال البرامج الموجودة بالوكالات .

( ب ) برنامج فنادق وتذاكر فقط **Package Only**

وهو برنامج يشمل الأسعار للفنادق والإقامة بدرجاتها ، الضرائب ، تذاكر السفر من وإلى ، الانتقال من المطار إلى الفندق والعكس ، الإفطار فقط أو بدون وجبات ، مصاريف الخدمة . ولا يشتمل على أكثر من ذلك . فالسياحة والمزارات السياحية تكون على الشخص نفسه يدفع تكاليفها مباشرة وليس مع البرنامج .

### ( ج ) برنامج فنادق فقط : Hotel only

وهو برنامج بدون أي خدمات إضافية يشمل أسعار الفنادق فقط والإقامة للمدة المطلوبة شاملة الضرائب الداخلية ، مصاريف الخدمة داخل الفندق فقط دون الحصول على أي خدمات إضافية . ويقوم المسافر بترتيب أي خدمات بنفسه في بلد السفر وهذا النوع الشائع دائما في سوق السياحة .

حيث يقوم الراكب بحجز سفرة إلى بلد ما .. ثم يقوم بشراء التذكرة وتأكيد الحجز ويطلب من الوكيل عمل حجز له في الفندق المختار ويدفع له تكاليف الحجز ويصدر الوكيل له قسيمة التسكين ( Voucher ) ويعلم الفندق بميعاد وصول المسافر المدة التي يريد الإقامة خلالها وتاريخ المغادرة من الفندق .

### ( د ) البرنامج الخاص مثل برنامج شهر العسل :

وهو برنامج متكامل يشتمل على الفنادق ، الخدمة ، الرحلات البحرية ، الوجبات كاملة ، الخدمات الأرضية ، الزيارات والتنقلات أي انه برنامج تفصيلي خاص من وحي خيال الزوجين . وهناك اهتمام من شركات الطيران لعمل برامج خاصة مثل برنامج شهر العسل نظرا للطلب المتزايد عليه ولطول فترة الإقامة ويمكن الاطلاع على هذه البرامج من خلال الوكالات المتواجدة في السوق وخصوصا برامج شهر العسل .

### ثانيا : خدمات النقل ( بحري / بري / جوي )

ويقصد بها الخدمات التي تقدم للمسافر او طالبي البرامج السياحية . ومن خلالها يتعرف على أماكن سياحية أو جزر أو غيرها ... الخ أو حتى برنامج متكامل مثال .. هناك بعض القطاعات في بلاد سياحية يقدمون هذه الخدمة وهي السفر بالباخرة ولمدة محددة تجوب بعض المدن السياحية مثال في مصر هناك رحلات بحرية تبدأ من الإسكندرية

وتمر ببعض المدن الساحلية المطلة على البحر المتوسط التي لها شهرة واسعة في الجمال والآثار التاريخية القديمة وأيضا جوها المعتدل والجاذب للسائح مثل لبنان ، سوريا ، مالطا ، روديس ، اليونان ، تركيا ، إيطاليا ثم تعود إلى الإسكندرية . والسائح من خلال الرحلة يزور المدن المذكورة لمدة يوم واحد فقط ثم يعود إلى الباخرة لتذهب به إلى مكان آخر وهكذا ... وهي رحلة شاملة الوجبات والمزارات والترفيه وغالبا ما تكون في الصيف وتلقى نجاحا . وأيضا هناك رحلات ليلية تجوب مدن النيل للسائح الذي يزور الأماكن التاريخية ويستمتع بالجو وبالمناظر الجميلة وغيرها ... الخ أو أن تكون الرحلة بري أو بالقطار أو بالسيارة الليموزين أو بالحافلات السياحية ويتم استخدام السيارات حسب طلب المسافر وأيضا يحصل فيها الوكيل على عمولات كبيرة تتراوح بين 10% إلى 25% أو تكون الرحلة جوية أي بالنقل الجوي أو الطائرة . وهو العنصر الأساسي لدخل الوكيل السياحي وذلك من بيع التذاكر لصالح شركات الطيران . والعمولة المحددة للوكيل كما جاء في أنظمة وقوانين اياتا هي 7 % بالنسبة للوكيل العام النائب عن شركة الطيران في إصدار التذاكر . وطريق الحجز لهذه القطاعات يتحدد بناء على الاتفاقات بين الوكيل المصدر للبرنامج السياحي وأصحاب الخدمات السياحية . أو بين الناقل الجوي أو شركات الطيران وأصحاب أو الهيئات السياحية المشرفة على الخدمات السياحية بأنواعها مثال ( الفنادق ، الشقق المفروشة ، خدمات النقل ، خدمات الترفيه أو الإرشاد السياحي ) .

ثالثا : خدمات الترفيه

-----

ويقصد بها الخدمات التي يستمتع بها السائح او المسافرين او طالبي البرامج السياحية وهي

متنوعة مثل

1 – الملاهي

2 – القرى السياحية المتكاملة



3 – المسارح والسينما

4 – المطاعم

5 – المعارض الفنية

وهي خدمة يطلبها السائح أو طالبى الخدمة السياحية وهي لاضفاء السرور والبهجة على السائح مثل مدينة ديزني لان في فرنسا وأمريكا والمنتشرة في البلاد السياحية أو قرى سياحية متكاملة المرفق وهي أيضا منتشرة في كثير من البلاد السياحية والتي سوف يتعرف عليها الدارس من خلال زيارته للوكالات السياحية . وتكون العمولة الممنوحة للوكيل السياحي تتراوح بين 10 % إلى 30 % وتكون بالاتفاق بين الوكيل وأصحاب الهيئات السياحية المذكورة أو بين الناقل الجوي وبين الهيئات السياحية المالكة لها .

الأسبوع الثالث : - آثار الرحلات الشاملة – مصنعي وبائعي الرحلات الشاملة  
دور منظمي الرحلات – دور وكلاء السفر .

الفئة المستهدفة : - طلبة المرحلة الثانية / قسم السياحة

الأفكار المركزية : -

- 1 . كيف تعمل الرحلات الشاملة على تطوير الحركة السياحية
- 2 . ما هي شركات السياحة وما هي وكلاء السياحة
- 3 . ما الفرق بينهما من حيث المهام

الأهداف : -

- 1 . من الذي يقوم بتصنيع المنتج السياحي
- 2 . من الذي يقوم ببيع المنتج السياحي
- 3 . ما هي مهام الشركات السياحية وكذلك مهام وكيل السفر

الاختبارات الذاتية :-

نتائج أجوبة الاختبارات :-

( المحاضرة )

الأسبوع الثالث

## مصنعي وبائعي الرحلات الشاملة ودور منظمي الرحلات – دور وكلاء السفر

### المقدمة :

مع ازدياد الرغبة لدى الأفراد في السفر والانتقال من أماكنهم لغرض الترفيه أو أي غرض من أغراض السياحة أدى ذلك إلى الحاجة الكبيرة لوجود شركات سياحية ووكالات السفر والسياحة يمكن أن تقوم بدور المنظم للرحلات السياحية والمنسق لتلك الرغبات والأهداف لدى الأفراد . فقد كانت فكرة السفر فكرة مكلفة ماديا وكذلك مكلفة بدنيا قبل اختراع وسائل المواصلات الحديثة ولكن مع التقدم التكنولوجي وزيادة أعداد الأفراد الذين يرغبون في السفر فقد ظهرت بعض المكاتب التي تحاول تنظيم البرامج والرحلات للأفراد والهدف من سفرهم وقامت بالتوسع في أنشطتها وظهرت الشركات السياحية ووكالات السفر والسياحة ومع التطور الحاصل في أعمال الشركات السياحية ووكالات السفر أصبحت هناك شركات متخصصة في أنماط سياحة معينة ومع التنافس الكبير بين مختلف الشركات ووكالات السفر والسياحة ارتفعت مستويات الخدمة المقدمة والمزايا داخل البرامج السياحية وكذلك انخفضت أسعارها وهو ما أدى إلى اعتماد الأفراد حاليا على شركات ووكالات السفر والسياحة بشكل كلي في شراء وتنفيذ البرامج السياحية .

### فمن التنظيمات التجارية للمنتج السياحي ما يأتي :

1 – الشركات السياحية : - والتي هي عبارة عن شركات تقوم بتنظيم الرحلات السياحية وكذلك تسويقها . كما تقوم بخدمات خاصة بهذه الرحلات . والفرق بين وكيل السفر والشركة السياحية هو أن وكيل السفر يبيع ما تنتجه الشركات السياحية مقابل

عمولة يتقاضاها . أما الشركات السياحية فهي التي تقوم باستثمار الأموال في التوسع والقيام بتنظيم الرحلات وطبع المنشورات والقيام بالإعلان والترويج للسفر والرحلات . وكثير من الشركات السياحية تقوم بعمل وكيل السفر حيث تتولى تجميع عناصر المنتج السياحي وتنظيمها بشكل رحلة شاملة متكاملة أو مجموعة من الخدمات السياحية في بأوقات ومناطق محددة مسبقا .

فالشركات السياحية هي صانع المنتج السياحي الجاهز قبل ظهور أو تشكل الطلب وعلى هذه الشركات التي قد تكون على شكل مؤسسة سياحية أو مؤسسة فندقية أو مؤسسة ترفيهية والتي يجب عليها أن تكون على دراية واسعة بالسوق السياحي وتطوراته ومعرفة أين المخاطر وما هي حدة المنافسة بين المنتجات السياحية . وهذه الشركات والمؤسسات السياحية هي التي تحضر المنتج السياحي وتصنعه وتوفر كل ما يتعلق بتنفيذه من ( النقل – الإيواء – الإطعام – الترفيه – مشتريات ) . وكثير من الشركات السياحية تمتلك وسائل النقل السياحية وتستأجر الطائرات لغرض نقل السياح خلال تنظيمها الرحلات السياحية .

**ومن أهم الأعمال التي تقوم بها الشركات السياحية هي :**

- تنظيم النقل السياحي .
  - إعداد وتنظيم البرامج السياحية ( الرحلات السياحية الشاملة والمنظمة ) .
  - الإعلان والترويج والتوزيع .
  - تقديم الاستشارات والنصح حول السفر وخدماته .
  - القيام بالبحوث والدراسات السياحية .
  - تنظيم حجوزات جماعية سواء كانت للنقل أو للإيواء .
- 2 – **وكالات السفر السياحة :** - وهي مؤسسات وسيطة تجارية تتوسط بين الزبون ومقدم الخدمات السياحية والترفيهية ( الشركات السياحية ) وتتحصل جراء هذه

الوساطة على عمولة من بيع هذه المنتجات . بإمكان هذه الوكالات أن تكون في نفس الوقت كمتعامل سياحي والفرق بينهما وبين المتعامل السياحي ، كونها تنظم الرحلات بناء على طلب الزبون بينما الشركات السياحية يبرمج الرحلات مسبقا . وكيل السفر يعتبر سمسار فهو لا يمتلك البضاعة التي يسوقها وارتباطه بالموردين يكون بشكل قانوني على شكل تعاقد ، فهو يمثل الفنادق والمطاعم وشركات سياحية مختلفة ، شركات الطيران ، منظمي الرحلات السياحية ، ولا يتقاضى مبالغ أو عمولة من الزبائن وإنما يأخذ أتعابه وعمولته من الشركات السياحية والفنادق وشركات الطيران المتعاقد معها ومن أهم الأعمال التي يقوم بها وكيل السفر ما يلي :

- بيع تذاكر السفر ، حجز الغرف في الفنادق ، حجز المقاعد في المطاعم ، والمهرجانات .
- بيع رحلات سياحية جماعية ومنظمة ، ترتيب وتنظيم رحلات فردية .
- تقديم معلومات ونصائح وإرشادات إلى الزبائن فيما يخص الرحلات المنظمة والأسعار .
- مساعدة الزبائن في الحصول على التأشيرات لزيارة البلدان المرغوبة .
- تزويد الزبائن بمنشورات وكتيبات وبطاقات جغرافية والهدايا السياحية .
- المساعدة على تأجير السيارات والتأمين للمسافرين وأمتعتهم .

والمعروف أن وكالات السفر والسياحة هي مؤسسة اقتصادية ذات ثلاث مهام هي :

التوسط بين السائح و منتجي المنتج السياحي وموردي الخدمات ( المنشآت السياحية والشركات السياحية ) كالفنادق والمطاعم وشركات النقل

- تنظيم الرحلات والخدمات أما طبقا لرغبات السياح أو طبقا لبرامج محددته مسبقا
- تقديم الخدمات الملحقة بالرحلات التي يطلبها السائح من حجز وسائل الإيواء ووسائل النقل وخدمه تبديل العملة وتقديم المعلومات و استصدار التأشيرات.

يقدم وكيل السفر خدمة مجانية إلى الجمهور فيجب أن يكون على درجة عالية من الكفاءة في مجال عمله وإذا توفر لدى وكيل السفر المختصين او المستشارين الفنيين في مسائل السفر والسياحة فان العميل يستطيع أن يعتمد على وكيل السفر في المعلومات التي يقدمها له الوكيل ليخطط له الرحلة التي يرغب بها العميل والتي تتضمن كل شئ ابتداء من وسائل النقل إلى منشآت الإقامة إلى الرحلات الترفيهية إلى الحجوزات الأخرى إلى الملابس التي يأخذها معه وأيضا الأموال التي تكلفه وكذلك يعطيه معلومات عن درجات الحرارة والعادات والتقاليد... الخ للبلد الذي ينوي العميل زيارته . وفي الدول المتقدمة يكون اعتماد الناس 90% في تنظيم رحلاتهم السياحية او رحلات الأعمال على وكيل السفر .

**أما الخدمات التي تقدمها مكاتب وشركات السفر والسياحة فهي :**

- 1 . بيع تذاكر السفر بأنواعها المختلفة او صرفها أو تبديلها والتوسط لدى المؤسسات وشركات النقل لتأمين التذاكر للسياح والمسافرين بأسعار مختلفة .
- 2 . تنظيم رحلات سياحية بشكل فردي أو جماعي داخل البلد أو خارجه .
- 3 . إجراء الحجز في الفنادق داخل البلد أو خارجه .
- 4 . التوسط لدى مكاتب تأجير السيارات السياحية وشركات النقل السياحي المتخصص لتأمين هذه الخدمة للسياح والمسافرين مقابل قسيمة تبادل .

- 5 . بيع التذاكر لمختلف المهرجانات والنشاطات السياحية .
- 6 . تامين السياح والمسافرين وأمتعتهم لدى شركات التامين العامة .
- 7 . تنظيم رحلات سياحية خاصة بموجب اتفاق محدد مع المشتركين .

### هناك عدة فروق بين وكيل السفر والشركات السياحية :

- 1 . وكيل السفر يبيع ما ينتجه الآخريين مقابل عمولة معينة ومحددة متفق عليها بينه وبين منتجي الخدمات فهو بمثابة وسيط فقط أما الشركات السياحة يقومون باستثمار أموالهم في التوسع والقيام بتنظيم الرحلات والبرامج وكذلك التسويق والترويج وطبع الكتيبات والإعلان عن الرحلات .
- 2 . وكيل السفر لا يتحمل أي خسارة في حالة فشل البرنامج أو الرحلة السياحية إنما يخسر جزء من ثقة عملائه أما شركات ووكالات السياحة في حالة فشل البرنامج والرحلة فنها تخسر كثير من الأموال التي تم إنفاقها على إعداد البرنامج
- 3 . وكيل السفر إمكاناته المالية محدودة ولا يستطيع القيام بأكثر من دور الوسيط أما شركات ووكالات السياحة فهي تكون ذات رؤوس أموال كبيرة يسمح لها بان تقدم عدة أعمال كان تكون موردة للخدمات ومستخدمة لها في نفس الوقت كان تمتلك فنادق ونقل سياحي وغيره من عناصر المنتج السياحي وفي كثير من الأحيان تقوم شركات ووكالات السياحة بدور وكيل السفر .

الأسبوع الرابع : - موقع الإرشاد السياحي في النشاط السياحي

الفئة المستهدفة : - طلبة المرحلة الثانية / قسم السياحة

الأفكار المركزية : -

- 1 . ما هو الإرشاد السياحي
- 2 . اين موقع ودور الإرشاد في صناعة السياحة
- 3 . لماذا الحاجة إلى المرشد السياحي

الأهداف : -

- 1 . ان يعطي فكرة عن التطور التاريخي لصناعة السياحة
- 2 . ان تصف أهمية الإرشاد وخصائصه
- 3 . ان تصف العلاقة بين الإرشاد السياحي والسياحة

الاختبارات الذاتية :-

نتائج أجوبة الاختبارات :-

( المحاضرة )



## الأسبوع الرابع

### موقع الإرشاد السياحي في النشاط السياحي

يعتبر الإرشاد السياحي من الأنشطة المكملة للنشاط السياحي وبدون مرشد سياحي يفقد النشاط السياحي أهميته لكون الإرشاد السياحي عملية توجيه لفئات معينة من المجتمع القصد منها تقديم التسهيلات والشروح والتعليق والخدمات الضرورية للسياح .

تتطلب مهنة الإرشاد كفاءة علمية ومهنية وخبرة كافية بالإضافة إلى الإلمام بالجوانب التاريخية والجغرافية والطبيعية والحضارية وإجادة اللغات الأجنبية المتعارف عليها عالميا . ونظرا للدور المهم الذي يقوم به الدليل السياحي في تقديم المعلومات والخدمات السياحية للسياح فقد حرصت الجهات السياحية المختصة على تطوير وتدريب الدلاء السياحيين لإكسابهم فن ومهارات التعامل مع السياح بسلوك حضاري وثقافي وبوعي سياحي ليتمكنوا من إعطاء الصورة البراقة الجيدة عن بلدهم . لذلك فقد تتولى الأجهزة السياحية الرسمية في كل دولة إصدار القرارات واللوائح والتشريعات التي تنظم مهنة الإرشاد وتحدد الشروط والمواصفات الواجب توافرها في المرشد السياحي وكذلك تحديد وتوضيح واجبات والتزامات وحقوق هؤلاء المرشدين .

يعتبر المرشدين اهم حلقة من حلقات الرحلة السياحية فهم احد الأسباب الرئيسية في نجاح الجولة السياحية أو فشلها فمهما توفرت عوامل نجاح الجولة السياحية من خلال توفير كل الخدمات الجيدة والفنادق والمطاعم الفاخرة كل هذا يمكن أن يعتبر لا شئ إذا لم يتوفر مرشدون أكفاء لكونهم احد العناصر الرئيسية في صناعة السياحة وهم يمثلون أداة ربط مباشرة بين السائح والمقومات الثقافية ، والتاريخية والحضارية للبلد وكذلك مع العناصر السياحية الأخرى مثل النقل

والإيواء والإطعام والترفيه . فالمرشد السياحي يلعب أهم دور في الحياة اليومية للسائح فهو يقضي اغلب الوقت مع السائح بالإضافة إلى توفيره كافة الخدمات المطلوبة من قبل السائح .

الأسبوع الخامس : - تعريف وأهمية الإرشاد السياحي

الفئة المستهدفة : - طلبة المرحلة الثانية / قسم السياحة

الأفكار المركزية : -

1. تعريف الإرشاد السياحي
2. دوره في صناعة السياحة
3. مدى أهميته للعملية السياحية

الأهداف : -

1. ما هو موقع الإرشاد وأهميته في صناعة السياحة
2. ماهي وسائل تحقيق الإرشاد الجيد
3. تبيان بدون الإرشاد لم ينتج صناعة السياحة والرحلات
4. ما هي عناصر الإرشاد الجيد

الاختبارات الذاتية :-

نتائج أجوبة الاختبارات :-

( المحاضرة )

## الأسبوع الخامس

### تعريف وأهمية الإرشاد السياحي

---

#### الإرشاد :

---

هي عملية إرشاد الفرد إلى الطرق المختلفة التي يستطيع عن طريقها اكتشاف واستخدام إمكانياته وقدراته وتعليمه لما يمكن أن يحققه لنفسه ولمجتمعه والعيش بأحسن حال وبسلام وأمان ورضاء ، أما معنى الإرشاد لغويا بأنه الهداية والدلالة ويقال أرشده إلى الشئ أي دله عليه . أما الإرشاد عند الفقهاء بمعنى الدلالة على الخير والإرشاد على المصالح وكذلك بمعناه الأصولي هو تعليم . والإرشاد هو النصح لعمل المعروف والنهي عن المنكر .

ومما سبق يكون الإرشاد في جوهره عملية تعلم وتعليم . وللإرشاد أنواع متعددة فمنها ( الزراعي والصحي والتربوي والاجتماعي والصناعي وأخرها الإرشاد السياحي ) .

إن كلمة الإرشاد قد ظهرت تدريجيا لتحل محل مصطلح تعليم وذلك لتجنب غمر السائح بكم كبير من المعلومات التي يمكن أن تكون صحيحة ولكنها قد تصيبه بالملل ولكن الإرشاد يبدو انه مصطلح أفضل للتعبير عن الوظيفة التي تتعامل مع موضوعات غير معروفة لكثير من الناس .

يعتبروا لكثيرون أن مجال الإرشاد قد بدا بداية رسمية عام 1957 وذلك بإصدار ( فريمان Tilden ) كتاب لتفسير التراث والذي اعتبر عمل فلسفي عن موضوع الإرشاد حيث عرف الإرشاد بأنه نشاط تعليمي يهدف إلى اكتشاف المعاني والصلات بين الأشياء عن طريق الخبرة المباشرة ووسائل الإعلام الموضحة . والإرشاد هو فن يخلط بين العديد من الفنون سواء كانت المواد المقدمة علمية أو تاريخية أو معمارية

وعلى أي حال فهو كل ما يمكن تعليمه عند درجة معينة . وان الهدف الرئيسي للإرشاد ليس هو التعليم ولكنه يكمن في كلمة الإثارة . وينبغي أن يهدف الإرشاد إلى تقديم الكل وليس الجزء . كما ويجب على الإرشاد الموجه للأطفال ( إلى سن 12 سنة ) أن يكون على نحو اقل مما تقدم للناضجين ولكن ينبغي أن يتبع طريقة أخرى جوهرية تساعد هؤلاء الأطفال على الفهم وإدراك الموضوع .

ومن هنا تكمن أهميه الإرشاد و ضرورة إتباع أحدث تقنيات الشرح لتحقيق حماية الموارد السياحية . وقد تطورت صناعه الإرشاد السياحي الى علم وتخصص بعد أن كان يقتصر على معرفه بسيطة ببعض الأمور . أما اليوم فنرى ان بعض الجامعات والمعاهد تدرس هذه المهنة وتمنح شهادة لمن يجتاز متطلباتها .

## الإرشاد السياحي :

هو مصطلح يعني قيادة وتنظيم وإدارة الرحلات السياحية وتنفيذ البرامج السياحية للسائح أو للمجموعة السياحية ومرافقتهم ورعايتهم منذ وصولهم لحين مغادرتهم وترتيب وتنظيم وتسهيل تنقلهم وإقامتهم ومساعدتهم على ممارسة أنشطتهم السياحية المحددة في البرامج السياحية .

وتوفير المعلومات التوضيحية اللازمة للسائحين . ومن الإرشاد السياحي اشتق اسم المرشد السياحي الذي يتولى تنفيذ عمل الإرشاد السياحي والإرشاد السياحي ظاهرة تاريخية قديمة ارتبط وجودها بالسفر والتنقل وقد حرص الناس في رحلاتهم وتنقلاتهم منذ آلاف السنين على أصحاب دليل السفر القادر على إيصالهم إلى مبتغاهم بأمان وسلام . ويمكن تعريف الإرشاد السياحي بأنه العلم الذي يبحث في توجيه وتنوير الناس التي تشارك او تشجعهم على المشاركة في برامج الرحلات السياحية وتقديم المساعدة لهم وتلبية متطلباتهم ورغباتهم مع المحافظة على سلامة مقومات وموارد البلد السياحية .

وليكون الدور فعالا لتحديد واجبات وحقوق السائح منذ دخوله الى البلد المضيف لحين المغادرة .

**تتم عملية الإرشاد السياحي عبر قنوات عديدة وأهمها ما يأتي :**

- 1 . **الاتصال الشخصي المباشر :** - يكون المسؤول عن تقديم عملية الإرشاد هو المرشد أو شخص آخر من المشاركين في البرنامج السياحي ويتم ذلك عن طريق ( المخاطبة - إلقاء محاضرة - نداءات متكررة - مقابلة - مناقشة - حلقة دراسية - ندوة ) .
- 2 . **الاتصال غير المباشر :** - تتم هذه بطرق متعددة لإيصال المعلومات إلى السياح ومنها استخدام الوسائل السمعية والبصرية كالمذياع والتلفزيون وأشرطة الفيديو والسينما وكذلك استخدام الوسائل المكتوبة كالجرائد والمطبوعات والمجلات والمطويان والنشرات والبريد وأي مطبوعات أخرى .

## **أهمية الإرشاد السياحي :**

يعتبر الإرشاد السياحي من الأنشطة المكتملة للنشاط السياحي فبدون مرشد سياحي يفقد النشاط السياحي أهميته . ونظرا للتحويلات الاقتصادية العالمية ولاتساع حجم حركة السياحة والسفر وللمتغيرات الدولية الكبيرة كل ذلك أدى إلى ظهور عوامل كثيرة أدت إلى ظهور الحاجة إلى تأهيل الكوادر العاملة في حقل الإرشاد السياحي وأهمها :

- 1 . ظهور أسواق جديدة كمناطق جذب سياحي .
- 2 . زيادة حجم السياحة والسفر بمعدلات عالية جدا .
- 3 . تغير الظروف الاجتماعية واستغلال المناسبات والأعياد السنوية وتحسين في المستوى المعاشي للفرد والمجتمع وتوفير الوقت الحر ( وقت فراغ ) للفرد مما دعاه إلى استغلال هذا الوقت بالمشاركة في البرامج السياحية .

ولكي تكون مرشد سياحي عليك أن تعيش أحلام الكثيرين ، والإرشاد السياحي معروف في الولايات المتحدة الأمريكية بأنه وظيفة ترفيهية للسيدات ففكرة وجود وظيفة باجر لقضاء إجازة مع مجموعات مختلفة من البشر ومن جميع دول العالم فكرة جذابة ولها بريقها الخاص لدى السيدات ، لازالت طبيعة عمل المرشد غير مفهومة حتى الآن ولا يزال الكثيرون لا يدركون بالضبط ما هي مهنة الإرشاد السياحي وطبيعة عمل المرشد . ومن اجل فهم ذلك لا بد من التعرف على ماهية الدلالة السياحية وما هي عناصر الإرشاد السياحي الجيد ومن ثم الوصول إلى مفهوم المرشد وأنواعه وواجباته وصفاته والتحديات التي تواجه مهنة الإرشاد السياحي .

### الدلالة السياحية : -

هي حرفة جزئية تتطلب معلومات تاريخية وطلاقة في اللغة لاستضافة السائح وتقديم الخدمات والتسهيلات بأسلوب شخصي ومباشر حول البلد المقصود وحسب حاجة ورغبات السائح نفسه .

### عناصر الإرشاد الجيد

- 1 . أهمية العاطفة .
- 2 . التركيز على الشرح المستند على المعلومات .
- 3 . الرغبة في تقديم ما هو أصلي وحقيقي .
- 4 . إتباع الطرق الفنية الشيقة في سرد الأحداث والقصص .
- 5 . طرح أسئلة مثيرة للتفكير .
- 6 . التحلي بروح الدعاية .

- 7 . استخدام لغة وألفاظ واضحة .
- 8 . معرفة متى يجب السكوت ( الصمت ) .
- 9 . معرفة متى يجب الوقوف او التوقف .
- 10 . الإرشاد العارض .



الأسبوع السادس : - أنواع المرشدين السياحيين  
( المرافق - قائد المجموعة - مدير الرحلة ) في منطقة المصدر .

الفئة المستهدفة : - طلبة المرحلة الثانية / قسم السياحة

الأفكار المركزية : -

- 1 . من هو المرشد
2. ما هي مواصفاته
- 3 . شرح دور كل مرشد بأنواعه

الأهداف : -

1. تعريف المرشد السياحي ومهامه
- 2 . أنواع المرشدين في بلد السائح ( المصدر )
- 3 . أنواع أخرى من المرشدين

الاختبارات الذاتية :-

نتائج أجوبة الاختبارات :-

( المحاضرة )

## الأسبوع السادس المرشد السياحي – أنواعه ( المرافق – قائد المجموعة – مدير الرحلة ) ( منطقة المصدر )

### المرشد السياحي : TOUR GUIDE

تطلق هذه الكلمة على الشخص الذي يقوم بالرحلة أو الشخص ذو القدرة والعلم بمنطقة معينة والذي عليه إخبار الناس بكل ما يعلم عن هذه المنطقة أو المكان أو المعلم . ومن الصعب تحديد وظيفة ثابتة أو محددة للمرشد . فالمرشد يقوم بكثير من الأعمال في الأماكن التي يتواجد فيها أو التي يقوم بزيارتها مع الزائرون ( السياح ) ، بعض المرشدين يعملون لحسابهم الخاص وذلك من خلال تعميم رحلاتهم وبرامجهم وتسويقها بمعرفتهم في حين يكلف الآخريين من المرشدين السياحيين من قبل الشركات السياحية للقيام ببرامج مخططة مسبقا بينما يكون البعض منهم ممثل لهيئة أو مؤسسة أو حكومة . فالمرشد السياحي يمكن تعريفه أيضا على انه الدليل الذي يقود ويرشد السياح أو المجموعات السياحية أثناء السفر أو الرحلة السياحية ايا كان نوعها .

ويمكن تعريفه بأنه الشخص الذي يقوم بمرافقة السائحين والزوار والوفود الأجنبية إلى المدن والمناطق والمعالم والمواقع السياحية والتاريخية والأثرية وتزويدهم بالمعلومات اللازمة عنها والرد على استفساراتهم بمعلومات دقيقة وصحيحة وموضوعية وتجنب الإضافات والاجتهادات والتعليقات والآراء الشخصية والبقاء معهم ومرافقتهم من وصولهم إلى مغادرتهم كما يعمل على سلامة السائحين والحفاظ على ممتلكاتهم وعدم تعريضهم لأي مضايقات .

يعتبرا لمرشد السياحي احد العناصر الرئيسية في صناعة السياحة ويشكل أداة ربط مباشرة بين السائح والمقومات الثقافية ، التاريخية ، الحضارية للبلد والعناصر السياحية الأخرى مثل النقل والإيواء والتي من الوسائل التي تجذب السائح لمقومات السياحة الرئيسية وان مهمة المرشد السياحي ( الدليل السياحي ) هو تفسير وشرح هذه الآثار

والمقومات وتوضيح للسائح عادات وتقاليد سكان البلد المضيف وكذلك أمور السياسة والتاريخ والفلسفة والرسم والفنون والآداب والاقتصاد والتطور العلمي والسكان وتنظيم الأسرة لهذا البلد المضيف والمرشد السياحي هو الشخص المجاز من قبل الجهات الرسمية المختصة بالعمل السياحي والذي يكلف بمهام وواجبات تم ذكرها سابقا . والمرشد السياحي لا يقوم بالسفر غالبا بعكس مدير الرحلة الذي يسافر مع السياح لمسافات طويلة .

### فمن أنواع المرشدين السياحيين في ( منطقة المصدر ) 1 . المرافق : - Group Leader OR Attendant

هو ممثل الوكالة او الشركة السياحية المنظمة للبرنامج السياحي أمام السياح والمراقب للخدمات المتفق عليها حسب البرنامج . فهو يبقى مع المجموعة السياحية ونكاد نقول بأنه يعيش معها ليراقب تقديم الخدمات فهو يؤمن تطابق الخدمات المقدمة مع الخدمات المباعة من قبل الوكالة وعليه قبل المباشرة في عمله يقوم بما يأتي :

- يتسلم البرنامج ويخطط برنامج عمله على ضوء البرنامج .
- يهيئ الحافلات والأدوات التي تخص عمله .
- يهيئ بطاقات التبادل .
- يساعد السياح في الفندق والمطعم والأماكن التي يزورونها .
- يتولى المعاملات الرسمية .
- يتولى تقديم الاستفسارات والمعلومات التي تطلب منه .
- يتصل بالوكالة لأخذ التعليمات أولا بأول .
- يعلم الوكالة بمدى تنفيذ البرنامج والخدمات ويبين راية في التنفيذ .

بعد ذلك يبدأ عمله بمتابعة تنفيذ الخدمات مثل ( الإيواء – الحجز – نوع الغرف – نوعية الخدمة – الإطعام ) .

فهو يتصف بالموصفات الآتية :

القدرة على التنظيم .

الشعور بالمسؤولية .

- المقدررة على اتخاذ القرار .

- يتمتع بالثقافة وإتقان اللغات .

- معرفة البلد والمناطق والمواقع التي سيتم زيارتها .

- معرفة القوانين المتعلقة بعمله .

## 2 – قائد المجموعة : Group Leader

-----

يطلق على الشخص الذي يسافر مع مجموعة منظمة ويكون غالبا من خارج العمل السياحي ولكنه على علاقة بالمجموعة وفي هذه الحالة لا بد لقائد المجموعة ان يعمل مدير الرحلة والمرشد السياحي تبعا لتعليماته .

## 3 – مدير الرحلة : Tour Leaders

-----

هو الشخص الذي يدير الرحلة ويمثل وكيل السفر أو منظم الرحلة ويكون مسئولاً عن سلامة وانتظام الرحلة وضمن حصول المسافرين على الخدمات الملائمة والمحافظة على خط سير الرحلة المخطط له وحرصه على توفير السكن المناسب لأعضاء المجموعة السياحية علما بان المعلومات والشروحات التي يقدمها مدير الرحلة تعتمد على دور كل من المرشد ومدير الرحلة فإذا وجد المرشد في المجموعة كان دور مدير الرحلة فقط التعليق علما بان مدير الرحلة لديه من المعلومات والخبرة تؤهله للقيام بالعمل كمدير ومرشد في آن واحد وفي النهاية يمكن القول بان هناك تداخل كبير بين عمل المرشد ومدير الرحلة إلى حد كبير .

الأسبوع السابع : - أنواع المرشدين السياحيين / منطقة القصد .

الفئة المستهدفة : - طلبة المرحلة الثانية / قسم السياحة

الأفكار المركزية : -

1. ما المقصود بالمقصد ( البلد المنظم للبرامج )
2. ما هي أنواع المرشدين في البلد المضيف
3. ما هي مواصفات كل نوع

الأهداف : -

1. ان نبيين انواع المرشدين
2. ما هي مهام كل نوع
3. ما هو النوع الاكثر استخداما

الاختبارات الذاتية :-

نتائج أجوبة الاختبارات :-

( المحاضرة )

## الأسبوع السابع أنواع المرشدين السياحيين Type of Guide ( منطقة القصد )

يقصد بمنطقة القصد ( Destination ) على أنها البلد او المكان الذي يقصده السائح لقضاء الإجازة أو الترفيه أو الاستجمام .

ومن أنواع المرشدين السياحيين في منطقة القصد هي :

### 1 . المرشد المحلي ( من ذات المدينة ) Urban / City Guide

في جميع البلدان والدول وعلى مستوى العالم يوجد دائما مواطنين من أهل المنطقة ممن يجدون السعادة الكبيرة في سرد حكاية أو قصة مدينتهم أو المنطقة التي يعيشون فيها علما بان معظم شركات السياحة تلجا إلى توظيف مرشديهم بطريقة ثابتة إلا أنهم يلجئون إلى التعامل مع مرشدين محليين من أهل المنطقة الذين يتمتعون بحرية أكثر في العمل ولا يوظفون من قبل الشركات السياحية بل يتم التعامل معهم على أساس الرحلة. أما بخصوص المؤهلات ونوعية الوظيفة فهي تختلف من مدينة إلى أخرى أو من بلد إلى آخر لذلك يجب على الشركات السياحية تنظيم دورات تدريبية لمثل هؤلاء للاستفادة منهم مستقبلا .

### 2 . المرشد الذي يعمل لدى الحكومة ( المرشد الحكومي ) : Government Guid

تستعين الحكومة بالمرشدين لشرح عناصر الجذب السياحي للزوار والضيوف الرسميين للدولة وكذلك على المستوى المحلي توجد أحداث ومناسبات هامة تتطلب القيام

بجولات إرشادية ، فقد نلاحظ في أمريكا وأوروبا أن المرشدين الحكوميين يقومون بمصاحبة الزوار وتقديم الشرح اللازم عن الأماكن الحكومية التي يزورونها كالمتاحف والمكتبات ومقرات الرئاسة والمباني والمعالم الشهيرة والكنائس والمقرات الحكومية .

### 3 . السائق المرشد : Driving Guide

---

وهو المرشد السياحي الذي يقوم بالإرشاد السياحي أثناء قيادته للحافلة او السيارة التي تنقل السياح وهذا النوع من الأداء المزدوج للمرشد والمتعارف عليه على مستوى العالم وخاصة في ايطاليا علما بان هناك معارضين لهذا النوع من المرشدين كونه يجمع بين وظيفتين ( السباقة والإرشاد ) إلا أن الحافلات الآن مجهزة بميكروفون معلق فيها تمكن السائق من القيادة والتحدث في نفس الوقت وبالتالي يحصل الزائر على الإرشاد والشرح تماما مثل المجموعات التي يصحبها المرشد الخاص وتتعلق بعض الشركات التي تستعين بالسائق المرشد بحكم الممارسة والخبرة والكفاءة ويصبح ماهرا في شرح المنطقة .

### 4 . مرشد العمل أو الصناعة : Business / Industry Guide

---

كثير من المؤسسات سواء كانت صغيرة أو كبيرة تقوم بتوظيف مرشدين خاصين لها للقيام بجولات إرشادية ومرافقة للزوار التي يزورونها للتعرف على المؤسسة أو المصنع والتسويق لمنتجاتها أو خدماتها . فهؤلاء يتم تدريبهم للتحدث عن الموضوعات المتخصصة بالشركة أو المصنع ويعتبر هؤلاء المرشدين متحدثون باسم هذه الشركة أو المصنع وعرض منتجات الشركة وأساليب البيع وهذا النوع يستخدم كثيرا في السلاسل الفندقية للتعريف بالفندق ومرافقه وتميزه عن غيره كنوع من الدلالة والعلاقات العامة .

## 5 . المترجمين ( الشارحين ) Interpreters

---

المترجم غالبا ما يطلق على المرشدين في المنتزهات والمتاحف وإن كلمة المترجم لها أكثر من معنى او متناول فقد يقصد بها الشخص الذي يترجم اللغات الأجنبية أو الشخص الذي يتفاهم مع الآخرين بلغة الإشارة . لكن المترجم في صناعة السياحة يقصد به الشخص الذي يجيد فن الشرح .

ومن أهم خصائصه :

\*الإقامة في مكان بعيد والقدرة على تقديم المعلومات والخبرات الخاصة بذلك المكان وكذلك شرح وتعريف المكان ولو تطلب الأمر الانتقال إلى المخيمات المجاورة .  
\*تقديم الخدمات لكل السياح وبشكل تطوعي .

## 6 . المرشد المغامر : Adventure Guide

---

نتيجة لزيادة واتساع سياحة المغامرات فالأمر يتطلب عدد اكبر من المرشدين في هذا المجال مثلا مرشد تسلق الجبال ومرشد الصيد ومرشد الدراجات والعمل كمرشد مغامر يتطلب الإخلاص والحذر والتأمين لهذا النوع من المهن .

## 7 . المرشد المتطوع : Docent Guide

---

وهو لا يسافر مع السياح من مكان لآخر . هذا النوع يتمتع بكفاءة ومهارة عاليتين ويطلق عليه في بعض الأحيان معلم غير موظف رسميا ويوجد الكثير من هذا النوع من المرشدين يعملون في المتاحف والكنائس والمنازل التاريخية ويعتقد البعض ان المرشد المتطوع في المناطق أو المباني أمر سهل ولكن على العكس من ذلك فان تلك المناطق



تقوم بإجراء اختبارات على مستوى عالي لهؤلاء ودورات تدريبية طويلة تكلف الوقت والمال ووضع برامج تدريبية لهم .

وأخيرا ظهرت مسميات عديدة للادلاء حسب طبيعة وهدف الرحلات

<b>Tour Guide</b>	الدليل السياحي
<b>Interpreters</b>	المترجم السياحي
<b>Tour Managers</b>	منظم الرحلات السياحية
<b>Urban Guide</b>	دليل المدن
<b>Local Guide</b>	الدليل المحلي
<b>Government Guide</b>	الدليل الحكومي
<b>Driver Guide</b>	الدليل السائق
<b>Business or Industry</b>	دليل رجال الأعمال
<b>Adventure Guide</b>	دليل المغامرات
<b>Volunteer Guide</b>	الادلاء المتطوعون

الأسبوع الثامن: صفات الدليل السياحي – واجباته  
( قبل وصول المجموعة – عند الوصول – عند التوديع )

الفئة المستهدفة : - طلبة المرحلة الثانية / قسم السياحة

الأفكار المركزية : -

- 1 . مواصفات المرشد السياحي
- 2 . علمية هذا المرشد
- 3 . أعماله الرئيسية والأخرى المطلوبة منه

الأهداف : -

- 1 . ما هي شروط المتقدم للعمل كمرشد
- 2 . شهادته – علميته – دوراته – تدريباته / مواصفات الدليل المثالي
- 3 . مراحل عمله منذ استقبال السياح إلى توديعهم
- 4 . أعمال أخرى قد تطلب منه من قبل السياح

الاختبارات الذاتية :-

نتائج أجوبة الاختبارات :-

( المحاضرة )

## الأسبوع الثامن

### صفات الدليل السياحي – واجباته ( قبل وصول المجموعة – عند الوصول – عند التوديع )

#### المقدمة :

من المهارات الواجب استيعابها والتدريب عليها من قبل المرشد السياحي التي يطلق عليها مصطلح (( استيعاب الثقافات المختلفة )) ويعتبر هذا المصطلح من المصطلحات الشائعة والمستخدمه في صناعة السفر والسياحة وأصبح التقاء الأفراد من مختلف أنحاء العالم بما يحملونه من حضارات وثقافات متباينة لممارسة الترفيه والاستجمام وقضاء أوقات الفراغ أمرا طبيعيا لذلك أصبح من الضروري فهم الثقافات والمعتقدات المختلفة للبشر وكما أصبحت الحاجة للمرشد السياحي في استيعاب وفهم تلك الثقافات بحكم طبيعة عمله التي تعتمد على الاحتكاك المباشر بالآخرين ( السياح ) على اختلاف جنسياتهم وثقافتهم وعاداتهم ومعتقداتهم وسلوكهم من هنا تكمن أهمية استيعاب هؤلاء السياح من قبل المرشد رغم صعوبتها وانطلاقا من القاعدة التي تنص على ( عامل الناس بالطريقة التي يفضلونها ) لذا يتوجب على المرشد الالتزام بفهم الآخرين والذي يشمل ( الإنسانية – الانفتاحية – الاحترام – الرغبة في الاستماع للآخرين والقدرة على العمل مع الآخرين - تعلم اللغات الأجنبية ) .

ومن خلال ماسبق يمكن تلخيص الصفات التي على المرشد السياحي التحلي بها وهي  
على النحو الآتي :

#### 1 . الصفات الأخلاقية: -

\* نزيه – صادق بإعطائه المعلومات الحقيقية وعدم إعطائه المعلومات المبالغ فيها

\* أمين ويصلح الأخطاء إن وجدت ويساعد على بناء الثقة بينه وبين السائح

\* منصف ومخلص حريص على تحقيق رغبات السياح وتنفيذ البرنامج بأكمله دون تغيير او حذف أي خدمة أو فقرة ومخلص في عمله ذو حماسة عالية محب لعمله ومحترم للقوانين

\* قوي الشخصية – مضياف .

## 2 . الصفات الفكرية:-

---

\* القدرة الذهنية أن يكون نبيه سريع البديهة لديه كم من المعلومات .

\* الذكاء ذو قابلية عالية بالتحدث وتصوير الحدث .

\* مرح محب للفكاهة .

\* صبور

\* ذو مؤهلات ومهارات وخبرات

\* مهارات الشرح

\* مهارات التفاهم

\* مهارات القيادة

\* المعرفة بطرق السفر

\* المعرفة بثقافة البلد

\* المعرفة باللغات الأجنبية

\* الشعور بالمسؤولية .

### 3 . صفات الهيئة :

\* دقيق في مواعيده

\* أنيق وجذاب

\* امتلاكه صوت حسن

\* ذو معرفة واسعة

\* شخصية قوية ومقبولة

\* ان يتمتع بصحة جيدة

ويمكن وصف الخدمات السياحية المقدمة من قبل الدليل السياحي لمجموعة سياحية كما يلي : منظمة

- ا . استقبال المجموعة السياحية ثم توديعها بعد انتهاء الرحلة .
- ب . تأمين مرافق النوم المناسبة للمجموعة والحرص على ان تكون المجموعة في مرفق واحد للنوم .
- ج . الإشراف على المجموعة السياحية إثناء تناول الطعام وحجز المطاعم المناسبة .
- د . التنظيم والإشراف على الرحلات الداخلية التي تقوم بها المجموعة السياحية .

وفي ما يلي شرح لعمل المرشد خلال كل مرحله من المراحل المذكورة في أعلاه - على الدليل السياحي ان يعلم وقت ومكان وصول الفوج السياحي ووسيلة المواصلات المعدة لنقل السياح الى الفندق الذي سيقومون فيه وعند وصول السياح الى المطار او ميناء الوصول على الدليل السياحي أن يستقبلهم عند النقطة الحدودية ومساعدتهم على إنهاء المعاملات الضرورية ونقل أمتعتهم إلى وسيلة المواصلات المكلفة بنقلهم إلى الفندق المحجوز مسبقا لهم ، ولا شك ان استقبال السياح بطريقة لطيفة والاهتمام بهم واحترامهم يعطي انطباعا عن الدولة المضييفة . ويجب على الدليل السياحي أن يتأكد من

إن جميع أفراد الفوج وأمتعتهم في الحافلة المعدة لذلك وأثناء سير الحافلة إلى الفندق على الدليل أن يعرفهم على المناطق التي يملروا بها .

- عمل المرشد في تأمين الإيواء والأطعمة للسياح .

- وصول المجموعة السياحية إلى الفندق يقوم الدليل السياحي بتوزيعهم على غرف النوم المخصصة لكل منهم . قبل توجه السياح للغرف المخصصة على الدليل السياحي ان يعلن برنامج الرحلة خلال كامل مدة الإقامة ويعرفهم على كيفية استخدام المواصلات من والى الفندق .

- ويوضح لهم الأماكن المخصصة لتناول الطعام ومواعيد تناول الوجبات وعليه أثناء فترة تناول الطعام أن يتابع كمية ونوعية المأكولات والمشروبات المقدمة للسياح وان يشرف على عملية دفع ثمنها حسب ما اتفق عليه مسبقا .

- عمل المرشد السياحي في التنظيم والإشراف على الرحلات فيها يتم الإشراف على أهم بند في الرحلة وهو تنظيم الرحلات الداخلية والأنشطة الترفيهية وجزء منها عادة يكون مدفوع ثمنه ومشمول بالرحلة والجزء الثاني يدفعه السائح الذي يرغب بالمشاركة ولنجاح الدليل السياحي في إدارة وتنظيم الرحلات الداخلية أثرا هاما على السياح إذ يترك لديهم الرغبة في تكرار الزيارة ويدفعهم إلى ترويج البلد سياحيا .

عمل المرشد بانتهاء البرنامج :

- بعد انتهاء الرحلة يقوم الدليل بتوديع السياح بنفس ما استقبلوا به من حفاوة وتكريم .

### مراحل عمل الدليل:

فيما يلي الجوانب العملية المهمة في عمل الدليل السياحي وتنقسم الى :

أولا :- قبل استقبال المجموعة :

- 1 . يتسلم الدليل التعليمات لاستقبال المجموعة ومرافقتها.
  - 2 . يطلب البرنامج والمعلومات المفيدة وهي الأسماء، الأعمار، المهن، المستوى الثقافي والاجتماعي.
  - 3 . يستكمل المعلومات ويدونها لديه في برامج.
  - 4 . يرسم خط سير الرحلة.
  - 5 . يتأكد من وجود كافة المطبوعات لاستعمالها عند الحاجة .
- ثانيا :- عند الاستقبال :**

- 
- 1 . يتعرف على المشاركين بغد استقبالهم .
  - 2 . يعلن للمجموعة انه سيتولى مهام الدليل ومن المستحسن أن يوجز أهم نقاط البرامج والتعليمات.
  - 3 . يقوم بمرافقة المجموعة ويقدم الشرح ويرد على الأسئلة والاستفسارات .
  - 4 . يقدم المساعدة والمساعدة للسياح عند الحاجة .
  - 5 . لا يغيب عن باله ان مهامه في أساسها تثقيفية وعليه ان يتصرف ضمن هذا الإطار ويتواضع .

**ثالثا: - عند الزيارة:**

- 
- 1 . التحضير للزيارة :
- 

- \* يرسم خط السير ويضع الجدول الزمني للتنفيذ ويطلع السائق على الترتيبات .
- \* يهيئ مطبوعاته ويوزعها للسياح .
- \* يتأكد من استكمال معلوماته الخاصة بالمواقع الواردة في البرنامج .

## 2 . خلال الزيارة:

- \* يتأكد من أقصى درجات الانضباط قبل البدء بالكلام
  - \* يقدم المواقع للزوار ضمن الإطار الملائم في ضوء معلوماته.
- ### 3 . عند انتهاء الزيارة :

يتعاون مع قائد المجموعة في ترتيبات العودة وضمن صلاحياته .  
ونظرا لأهمية وطبيعة الأعمال التي يقوم بها المرشد ولكون مهنة الإرشاد تتطلب مهارات ومؤهلات محددة لا بد أن تتوفر بالمتقدم للعمل كمرشد .ولا بد أن تتوفر فيه الشروط التالية:

- 1 . أن يكون حاصل على مؤهل علمي جامعي تخصصي في العلوم السياحية أو العلوم ذات الصلة أو حاصل على شهادة الثانوية ودورات تدريبية في الإرشاد السياحي وخبرة علمية في المهنة.
- 2 . أن يجيد إجادة تامة ونطقا على الأقل لغتين أجنبيتين بالإضافة إلى اللغة العربية كتابة
- 3 . أن يكون ملما بالتشريعات السياحية والقوانين والأنظمة واللوائح والقرارات التي تنظم عمل المؤسسات والمرافق السياحية.
- 4 . أن يجتاز دورة تدريبية في مجال الإرشاد السياحي .
- 5 . أن يكون ملما بالثقافة السياحية ويجيد فن التعامل مع السياح بمختلف أعمارهم وشخصياتهم ومعتقداتهم .
- 6 . يجب أن يكون ملما بالمعلومات والبيانات التاريخية والأثرية والجغرافية من المدن والمعالم والمواقع السياحية.



7 . أن يكون على دراية ومعرفة بشؤون التسوق لأنه سيكون الوسيط بين السائحين والتجار.

8 . أن يكون عراقيا

\* هناك تصنيف آخر للمرشدين حسب الترخيص من الجهات المختصة .

1 . مرشد عام وهو الشخص المرخص الذي يشمل نطاق عمله كافة أنحاء البلاد

2 . مرشد محلي وهو الشخص المرخص الذي يشمل نطاق عمله منطقة إدارية أو محافظة أو مدينة.

بعد كل ما تقدم من تحديد واجبات ومهام المرشد السياحي وكذلك صفاته ومؤهلاته العلمية والفكرية والأخلاقية والشروط الواجب توفرها بمن يعمل في مهنة الإرشاد السياحي. يمكننا أن نبين ما هو مفهوم الدليل المثالي وما هي الصفات الواجب التحلي بها ليمكننا من إطلاق عليه تسمية (( الدليل المثالي )) .

### الدليل المثالي:- The Model Guide

فنعني بذلك الدليل (( المرشد )) الذي يقوم بواجبه على أكمل وجه بعد أن تحلى بالصفات التالية :

\* شخصية الدليل :

يعتبر الدليل المثالي مخبر جيد متحمس ودي فهو بالتأكيد يبقى أفضل الإدلاء من يتمتع بمزيج انتقائي من هذه الصفات الشخصية الايجابية وتؤكد الدراسات أن المزاج الاجتماعي او الطباع أكثر أهمية من التدريب الرسمي حيث أن الصورة المثالية التي يرسمها السائح في مخيلته عن المرشد في الوهلة الأولى تبقى في ذاكرته فيستطيع

المرشد الذكي ، الحسن الاطلاع ، الفصيح الذي يأسر عواطف مستمعيه وتعتبر الشخصية المثالية الفاتنة والجذابة للدليل ( المرشد ) شخصية قوية تثير استجابة الزائر وتبقى بعض الصفات الخاصة هامة ومرغوبة جدا بالنسبة للإدلاء .

### **\* الحماسة : - Enthusiasm**

يبقى حب العمل الأكثر أهمية للدليل الناجح ويصاحب حب العمل الحماس والدمائة والكرم. والحماس طبيعة ودية منبسطة ويعتبر الحماس ميزة يتم اكتسابها وتعلمها او التفكير بها ويشعر الكثير من الإدلاء إن الحماسة يمكن اكتسابها عن طريق كثرة مشاركتهم في الرحلات السياحية وكذلك عن طريق الخدمة الطويلة في هذه المهنة وأيضا عن طريق التعليم والعلم المستمرين كل ذلك زاد من حماسهم لمهنتهم . ومن الضروري جدا أن يملك الدليل السياحي القدرة على أن يكون وديا ويبادر بإثارة المناقشات وان يشجع الآخرين على القيام بها.

### **\* الثقة بالنفس : - Self confidence**

تأتي صفة الثقة بالنفس من خلال المؤهل العلمي وكذلك من خلال التجربة والخبرة المكتسبة من العمل في هذه المهنة لفترة طويلة وتمكن الثقة بالنفس الإدلاء من القيام بواجباتهم بفعالية وحزم ليساعدوا على خلق أجواء مريحة ممتعة .

### \* النشاط والبروز: - Active outgoing personality

---

إن الإيمان بالقدرة الذاتية على إحداث التغيير والرغبة بتحمل المسؤولية يعتبر من الصفات المميزة للقائد الحقيقي ويصاحب هذا الإيمان الثقة بالنفس مع القدرة على تقديم الحلول الناجحة والمناسبة وفي الوقت المناسب .

### \* الحساسية: - Sensitivity

---

يستعمل هذا التعبير ليشمل الفهم الإنساني الشامل المطلوب للدليل الناجح ويبقى الدليل الذي يتصف بمحبة الناس رحيمًا فيتنسم بالاحترام حساس لحاجات وأراء الآخرين وحججهم ومتفهم لوجهات نظرهم .

### \* المرونة : Flexibility

---

المرونة والصبر صفتان ضروريتان للدليل وبدورهما يتضمنان القدرة على إقناع الآخرين ليكونوا مرنين وصبورين أيضا.

### \* الشرعية: - Legality

---

إن أكثر الصفات التي تنفر الناس هي الزيف وعدم الأمانة.

### \* المظهر المهني الجذاب: - Attractive professional Appearance

---

دائماً الانطباع الأول يتعذر محوه بسرعة في أكثر الأحيان وهذا الانطباع الأول يرتسم من خلال المظهر الجسدي للشخص ويعتقد بان الأشخاص المهتمين بالمظهر يكونوا على رأس المجاميع والمسؤولية وتظهر نفس الصفة مع عملهم .

### \* حسن الفكاهة :- Sene of Humor

---

تقرب حسن الفكاهة الناس بعضهم من بعض ويبعث في أنفسهم الاطمئنان فالإدلاء الظرفاء يكونوا أكثر قرباً من السياح .

### \* المعرفة: - Knowledge

---

تبقى صفة المعرفة العامة والجيدة امراً أساسياً ومهما لشخصية وعمل الإدلاء .

### \* مهارات الاتصال الجيد : - Communication skills

---

بدون القدرة الجيدة على الاتصال لا يمكن للدليل أن ينجح في عمله هذا حتى لو اتصف بالاطلاع والحساسية . وتتضمن مهارات الاتصال ( حسن النطق واللفظ والإشارات الطبيعية ونبرة ونغمة الصوت وتعبير الوجه ) حيث أن النقص في احد هذه الصفات ينعكس سلباً على عمل الدليل.

## \* التنظيم Organization

إن إدارة الوقت والتنظيم والمهارات من أهم الصفات الواجب توفرها لدى الدليل الناجح حيث الالتزام بالمواعيد وتنظيم حركة السياح وانتقالهم وكذلك تنسيق الطرق مع السائقين والحجز في الفنادق والمطاعم والمسارح وتأشيرات الجوازات كلها عوامل تعمل وتساعد على نجاح الدليل في عمله .

### \* اتخاذ القرارات المناسبة في الحالات الطارئة والاستثنائية : -

يجب على الدليل أن يكون واثقا بنفسه وقدرته على اتخاذ القرارات السريعة والحاسمة في الحالات الاستثنائية والطارئة فإذا ما حذفت خدمة معينة من البرنامج لأسباب قاهرة وخارجة عن الإرادة يمكنه في هذا الوقت اتخاذ القرار في إضافة خدمة جديدة بديلة عن الملغاة .

### \* الصحة الجيدة : - Hygiene

ضرورة التأكيد على اللياقة البدنية والصحة الجيدة لدى الدليل السياحي وهذا يتأتى من خلال ممارسة الرياضيات المتنوعة والمشى والعناية بالطعام وأطعمة الحمية .

### واجبات الدليل السياحي:

إن خدمة الإدلاء السياحية تعتبر واحدة من أهم وسائل نشر الدعاية السياحية وتسويق البلد سياحيا بين أفواج السياح القادمين من مختلف بقاع العالم والذين يمثلون جنسيات

واهتمامات مختلفة . ولا تقتصر خدمة الدليل السياحي على الأجانب القادمين بل تشمل السياح المحليين أيضا ( السياحة الداخلية ) . والدليل السياحي يطلع السياح على جميع مناحي الحياة في بلده ما من حيث الإرث الحضاري القديم والتطورات الحديثة والتقدم الثقافي والعلمي بما يساعد على توطيد علاقات الصداقة بين السياح الأجانب والدولة المضيفة لهم كما يشعر السياح المحليين بأهمية بلدهم وموقعه بين بلدان العالم المختلفة مما يزيد من انتمائهم وحبهم لبلدهم .

لا يشمل الإرشاد السفر لمسافات طويلة وهذا ما يفرق عمل المرشد السياحي عن عمل المشرف أو مدير الرحلة حيث أن المرشد السياحي هو الشخص الذي يقوم بالإرشاد والشرح في مكان أو منطقة أو مدينة ولذلك فإن الدليل السياحي لا يقوم غالبا بالسفر أو الترحال بعكس مدير الرحلة الذي يعرف بأنه الشخص الذي يسافر مع مجموعة من الناس لمسافات طويلة .

المعروف أن الرحلة تتكون من ( النقل والإيواء والاستجمام ) واهم عنصر فيها هو الاستجمام فالسائح يشتري النقل والإيواء كوسيلتين للتمتع ( لتحقيق الاستجمام ) وملا الوقت بالمتعة والنقاهاة والمشاهدة ، والسائح يريد تحقيق هذه الوعود ( أي تنفيذ هذه الخدمات ) فهكذا يصبح تنفيذ الخدمات موضع تساؤل .

### تحدد واجبات الدليل السياحي فيما يلي :

- 1 . معرفة تامة بالأماكن السياحية ذات الجذب السياحي
- 2 . التعرف على واقع واحتياجات السوق السياحية
- 3 . تقديم وإبراز المرغبات السياحية
- 4 . توفير التسهيلات ووسائل الراحة والخدمات السياحية
- 5 . الاهتمام بالسائح وحماية المستهلك

- 6 . تشجيع وخلق الوعي السياحي لدى المواطنين
  - 7 . تنمية مشاعر الاستقبال وحسن الضيافة الأصيلة
  - 8 . التعرف على أساليب حياة الشعوب وتفهم مشاكلهم
  - 9 . دراسة حاجات ورغبات السائح ليتمكن من تقديم له الخدمات المطلوبة
  - 10 . عليه تقديم صورة شاملة عن البلد لا مجتزأة ولا من جانب واحد
  - 11 . خلق صورة ناصعة عن السياحة في البلد وعن قيمه ومبادئه وتراثه .
  - 12 . معرفة جنسية كل سائح ومهنته وثقافته ومعتقده قبل البدء في زيارة أي معلم حضاري أو تجاري أو صناعي.
  - 13 . مسؤول عن نقل السياح من مكان لآخر .
  - 14 . مسؤول عن تنبيه السياح عن الأماكن الممنوعة ومنعهم من التقاط الصور .
  - 15 . مسؤول عن السياح إثناء خروجهم من الفندق وتجوالم حتى انتهاء فترة التجوال والعودة إلى الفندق .
  - 16 . الحرص على تنفيذ بنود البرنامج السياحي بالكامل دون أي تغيير .
- تتلخص المهام الأساسية للدليل السياحي والتي تشمل الواجبات والمسؤوليات بما يأتي :
- إن للدليل مهام تقنية ( فنية ) وثقافية وهي كالآتي

#### \* المهام الفنية : -

جوها هو تطابق الخدمات المباعة للسائح مع الخدمات المقدمة فعلا ضمن البرنامج وعلى الدليل العمل على تأمين التطابق هذا. وان إلغاء أي خدمة مذكورة ومثبتة في البرنامج السياحي فيمثل ذلك انتقاصا من الحقوق التي قد اشتراها واتفق على تنفيذها. هناك حالات خاصة جدا تفرض إلغاء أو حذف خدمة أو فقرة من البرنامج لظروف طارئة وقاهرة فيمكن للدليل السياحي أن يتفق مع المرافق لإيجاد خدمة أو فقرة بديلة كما

وعلى الدليل مراعاة الدقة واحترام الوقت وتوقيت البرامج وتسليم الخدمات وتقديمها ضمن الوقت المخصص لها .

**\* المهام الثقافية: -**

-----  
للدليل مهمة ثقافية وحضارية هامة إن لم نقل تثقيفية . يأتي السياح إلينا ليشاهدوا وليعرفوا أموراً لم يشاهدوها ويعرفونها من قبل ، والسفرة هي فرصتهم لتحقيق ذلك . وذلك يقع على عاتق الدليل لأنه هو الذي يملك معارف ومعلومات عليه أن يوصلها للسائح .

الدليل الناجح يعطي موجزاً للمعلومات إلا أن يطلب الاستزادة في حال طلب ذلك منه وعلى عاتق المرشد السياحي تقع دائماً مسؤولية إنجاح الرحلة السياحية وتقديم الصورة الإيجابية عن وطنه للسائحين وللمرشد دور هام في الدعاية والترويج المباشر للتراث الحضاري والثقافي لبلده .



الأسبوع التاسع والعاشر : -

- حقوق وواجبات أطراف العملية السياحية
- حقوق المواطنين وواجبات الدولة
- حقوق وواجبات مقدمي الخدمة السياحية
- حقوق وواجبات السياح في مناطق العبور والقصد
- حقوق وواجبات السكان المحليين

الفئة المستهدفة : - طلبة المرحلة الثانية / قسم السياحة

الأفكار المركزية : -

1. من هم مقدمي الخدمات السياحية
2. من هم المواطنين
3. من هم السكان المحليين

الأهداف : -

1. شرح مهام وحقوق مقدمي الخدمات للسائح
2. حقوق المواطنين على الدولة من ناحية الترقية والتمدن
3. حقوق السائح وواجباته في البلد المضيف

الاختبارات الذاتية :-

نتائج أجوبة الاختبارات :-

( المحاضرة )

## الأسبوع التاسع والعاشر حقوق وواجبات أطراف العملية السياحية

### أولاً :- حقوق المواطنين وواجبات الدولة

تمت الموافقة على النص النهائي لوثيقة الحقوق السياحية وميثاق السائح من قبل الجمعية العامة للمنظمة العالمية للسياحة W T O في الدورة السادسة التي عقدت في صوفيا ( بلغاريا ) للفترة من ( 17 – 26 أيلول لسنة 1985 تمثيا مع نص المادة ( 3 ) الفقرة ( 1 ) من ميثاق الأمم المتحدة والمادة ( 24 ) من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان الذي أقرته الجمعية العامة للأمم المتحدة في 10 كانون الأول /1984 والتي كانت كالآتي :

#### المبادئ الواردة في وثيقة الحقوق السياحية تضمنت ما يأتي :-

- ( الاعتراف العالمي بحق كل إنسان في الحصول على الراحة والاستمتاع بوقت الفراغ وحد معقول من ساعات العمل وكذلك حرية الانتقال والحصول على إجازات مدفوعة الأجر ) .

- ( مسؤولية الدولة في وضع السياسات لتنشيط النمو المتناغم للسياحة المحلية مع السياحة الدولية وكذلك دعم أنشطة أوقات الفراغ ) .

الأمر الذي باعتقادنا سيؤدي الى توفير فرص عمل للمواطنين وتحقيق الرفاهية له من خلال رفع مستوى الدخل للفرد بالإضافة إلى أنها ستؤدي إلى توزيع الدخل بين كافة مواطني البلد السياحي من مواطنين وسكان محليين بالإضافة إلى انه سيؤدي إلى المساهمة في توفير رؤوس الأموال لتطوير العمران والتعليم وطرق المواصلات بما يخدم مواطني البلد من خلال تحقيق التنمية الاجتماعية والاقتصادية على المستوى المحلي والوطني وتحقيق حماية البيئة من اجل الحاضر وأجيال المستقبل .

- ( تشجيع السياحة الوطنية والدولية وتنمية الوعي والثقافة الجماهيرية بالسياحة وتأکید حماية الزائرين من مواطنين وأجانب والمحافظة على أمتعتهم ومنع استغلالهم ) .  
وباعتقادنا يتم ذلك عن طريق تثقيف ووعي مواطني البلد السياحي وخاصة السكان المحليين للمواقع السياحية على أن السياحة هي مورد اقتصادي لهم وللبلد بأكمله فعليهم حماية هذه المواقع السياحية والتراثية فهي توفر لهم فرص العمل والعمل الصعبة وأموال تحقيق التنمية لمناطقهم وللبلد ككل فعلى الدولة أن تنظم برامج ترويجية داخلية ذات أهمية خاصة لتوعية المواطنين وتثقيفهم بأهمية السياحة وكون المواطنين جزء مهم من الخدمة السياحية ( السلعة ) وان السياحة هي موردهم الاقتصادي المهم فهذا التثقيف والتوعية يساهم في زيادة احترام المواطنين للسائح وكذلك الاهتمام به الأمر الذي سينعكس ايجابيا لدى السائح . لذا فان هذه البرامج التوعوية الجماهيرية يجب أن تساعد المجتمع على فهم السائح ومشاكله ودوافعه السياحية الأمر الذي سيخلق اجواء من التقارب بين السائح والمواطن فكلما ازدادت مقدرة المجتمع على تفهم مشاكل السياح كلما كانت هناك إمكانية اكبر للتفاعل معهم واستقطابهم .

## ثانيا : واجبات وحقوق مقدمي الخدمة :

لمقدمي الخدمة حقوق كما لهم واجبات فواجباتهم هي تقديم الخدمات السياحية للسياح والتي هي الجزء المكمل والمهم لعناصر الجذب السياحي ( العرض السياحي ) الذي يستهوي السائح ليختار بلدنا كمقصد سياحي لا غيره .  
فالخدمة السياحية التي سبق أن تم التطرق إليها هي أنشطة غير مادية أو غير ملموسة يتم تقديمها بشكل منفصل او مستقل لتحقيق رغبات وحاجات السباح وهي ليست بالضرورة ان يمتلكها السائح وإنما قد يحوز عليها لوقت قصير أو يستخدمها استخدام مؤقت مثل ( غرفة في فندق او تأجير سيارة او رحلة سياحية ) وأنواعها :

- الإيواء المتمثلة بالفنادق - الشقق - البنسيونات - المخيمات .
  - الأظعمة والمشروبات .
  - الاستجمام وهي رحلات بهدف الترفيه .
  - النقل السياحي بكافة أنواعه .
  - خدمات تكميلية أخرى .
- فالمختصون بتقديم الخدمة السياحية هم من يقومون بتقديمها للسياح وعليهم تقع مسؤولية جودة الخدمة والتي يمكن أن تتسبب في نجاح البرنامج السياحي أو فشله وكذلك إمكانية استحصالهم على رضا السائح من عدمه .

#### أما حقوق مقدمي الخدمة تتلخص بالاتي :

يتطلب حصول مقدمي الخدمات السياحية على أجور يومية مجزية بالإضافة إلى استمرار إشعارهم بأنهم جيدين ولهم دور فعال في تسويق المنتج السياحي وبالعملية السياحية باكملها ولا تأتي هذه الثقة إلا من خلال وجود إدارة مستقرة وجيدة توفر ظروف العمل الجيد وإتباع نظام الحوافز لمقدمي الخدمة باستمرار من اجل التدريب والتطوير والتنظيم بمساعدة الدولة على اعتبار ان للارتقاء بمستوى الأنشطة المهنية وجودة الخدمات مهمة صعبة وعلى قدر من الأهمية لكي تتوافق مع الطبيعة الإنسانية للسياحة ويتم ذلك من خلال وضع تشريعات وتعاون محلي ودولي من اجل الارتقاء بمستوى التدريب المهني وتنمية الكوادر السياحية ( الأيدي الماهرة ) لكي تبدع ويبتكر الطرق الحديثة بتقديم الخدمة وبجودة عالية وتنال رضا السياح وهذا هو الهدف المنشود .

### ثالثاً : حقوق وواجبات السياح في مناطق العبور والقصد :

وردت جملة مبادئ في ميثاق السائح الصادر عن المنظمة العالمية للسياحة والمتماشي مع بنود الإعلان العالمي لحقوق الإنسان الذي أقرته الجمعية العامة للأمم المتحدة فمن واجبات السياح :

- التزام السياح بالسلوكيات الطيبة وعلاقات الصداقة والسلام التي تدعم السلام بين الشعوب .
- التزام السياح بالنظم السياحية والاجتماعية والعقائدية واحترام القواعد والتشريعات اللازمة في البلد المضيف .
- أن يبدي السياح تفهمهم الكامل للعادات والتقاليد والمعتقدات الدينية الخاصة بالمجتمعات المضييفة وإظهار الاحترام الكامل للتراث الحضاري والثقافي والابتعاد عن خلق الاختلافات مع المواطنين .
- الابتعاد عن استغلال الآخرين في المجالات غير الأخلاقية والابتعاد عن المتاجرة غير المشروعة بالعملات الصعبة والمخدرات .

أما ما يتعلق بحقوق السياح فهي على الشكل الآتي :

- 1 - يعتبر السائح محور العمل السياحي ويحتاج الى فهم طبيعته ودوافعه وحمانيته وحماية أمتعته وممتلكاته الشخصية وتحقيق رضاء السائح هو الهدف المنشود والذي تسعى البلدان السياحية لتحقيقه .
- 2 - يجب ان يتاح للسائح حرية الوصول والحركة إلى الأماكن والمواقع ذات الأهمية السياحية طبقاً للقواعد والشروط المعمول بها وان يتاح للسياح الحصول على المعلومات الكاملة حول الخدمات المقدمة وان يوفر لهم الأمن والأمان اللازم الذي يكفل حماية السياح وأمتعهم الشخصية وحماية حقوقهم كمستهلكين .

- 3 - أن تكفل السلطات المعنية توفير قواعد الصحة العامة في أماكن الإقامة وتقديم الأطعمة والوقاية الفعالة من الأمراض المعدية والحوادث وتسهيل الحصول على الخدمات الطبية والعلاج .
- 4 - أن يتاح للسياح عمل الاتصالات السريعة لاتخاذ الإجراءات القانونية من اجل حماية حقوقهم .
- 5 - أن يتاح للسياح كل التسهيلات لممارسة الشعائر الدينية بدون تمييز وكذلك استخدام الأماكن المعدة لذلك .
- 6 - خلق شعور لراحة السائح والعناية به ومعاملته كأنسان له حق الاستقبال الجيد والمناسب ومعاملته في إطار الضيافة الأصيلة .
- 7 - منع الاستفزاز والاحتكاك بين السائح والمواطنين الأصليين .
- 8 - ضرورة أن تقوم عمليات التسويق والترويج والإعلام بشكل صادق بعيد عن خداع السياح الذي يلحق الضرر بالسمعة السياحية .
- 9 - معاملة السياح كمعاملة المواطنين الأصليين وعدم التفريق بينهما .
- 10 - احترام رغبات السائح .
- 11 - توفير مكاتب خدمات الاستعلامات السياحية لتزويد السياح بجميع المعلومات .
- 12 - ان لا يكون السائح عرضة للجشع والاستغلال التجاري والابتزاز وان يزود السائح ببيانات واضحة وصادقة عن أسعار الخدمات والرحلات .
- 13 - يجب فهم السائح وحاجاته ورغباته ومشاكله .

رابعا : حقوق وواجبات السكان المحليين في مناطق القصد

---

- ضرورة تأمين حملات وبرامج واسعة للتوعية والتنظيف للمواطنين والسكان المحليين  
يطرق معاملة السياح وتعزيز شعور المواطنة الصالحة عندهم .

- ضرورة توعية السكان المحليين على ان السياحة هي مورد اقتصادي مهم لهم وللبلد بأكمله وخلق فرص عمل لهم وتطوير طرق المواصلات والعمران والتعليم في مناطقهم والتأكيد على إشراكهم في إدارة وتصميم البرامج السياحية وكذلك المنشآت السياحية التي ستنفذ في مناطقهم لتأكيد الشعور لديهم على أنهم جزء من العملية السياحية وأنها ستساعد في رفاهية البلد بأكمله ومناطقهم وسكانهم وتحقيق رفع الدخل لهم وبالتالي رفع مستواهم المعاشي . وإشعارهم بان عليهم واجب حماية المواقع السياحية والتراثية في مناطقهم لكونها مصدر عيشهم ومن ثم إبراز دورهم في تقدم السياحة لان السائح يرتبط بكل المواطنين والضرر يلحق بمجمل السمعة السياحية للبلد .
- توفير للسائح حرية الحركة والوصول إلى الأماكن السياحية .
- احترام رغبات السائح وحاجاته .

الأسبوع الحادي عشر: - الاتصال – عناصر الاتصال

الفئة المستهدفة: - طلبة المرحلة الثانية / قسم السياحة

الأفكار المركزية: -

- 1 . ما هو الاتصال وما هي طبيعته
- 2 . كيف يتحقق الاتصال بين السائح والمرشد
- 3 . ما هي عناصر هذا الاتصال

الأهداف: -

- 1 . ما هي المتغيرات التي تؤثر على عملية الاتصال
- 2 . ما هو دور الاتصال بين السائح والمرشد / ما هي مهارات الاتصال الجيد
- 3 . كيفية تحقيق النجاح في الاتصال وما هي قنواته
- 4 . وما هي انجع الطرق لتحقيق الاتصال

الاختبارات الذاتية :-

نتائج أجوبة الاختبارات :-

( المحاضرة )



## الأسبوع الحادي عشر – السادس عشر الاتصال – عناصره ومواصفاته – ووسائله

---

### الاتصال :

---

تعني عملية الاتصال تبادل المعلومات والمهارات والمعتقدات للوصول إلى تفاهم متبادل بين الفرد والجماعة وبين الجماعات بعضها ببعض وتمثل عملية الاتصال احد العناصر الأساسية في التفاعل الإنساني والاتصال وسيلة وليست غاية تساعد على التنظيم الجيد والتوجيه ونقل المعلومات والآراء والشروح بطريقة سليمة .  
ولا شك أن المرشد السياحي يجب أن يتمتع بمهارة عالية في الاتصال والذي هو جزء من عمله لينقل من خلاله تعليماته ومعلوماته والشروح إلى المجموعة السياحية التي هو بمعيتها كما يتفهم من خلال الاتصال بهم مشاعرهم وأحاسيسهم ومشاكلهم وبالتالي التوصل إلى الحلول المناسبة لهم وتحديد طريقة التفاهم والتفاعل معهم خلال الرحلة السياحية .

### طبيعة الاتصال وتعريفه :

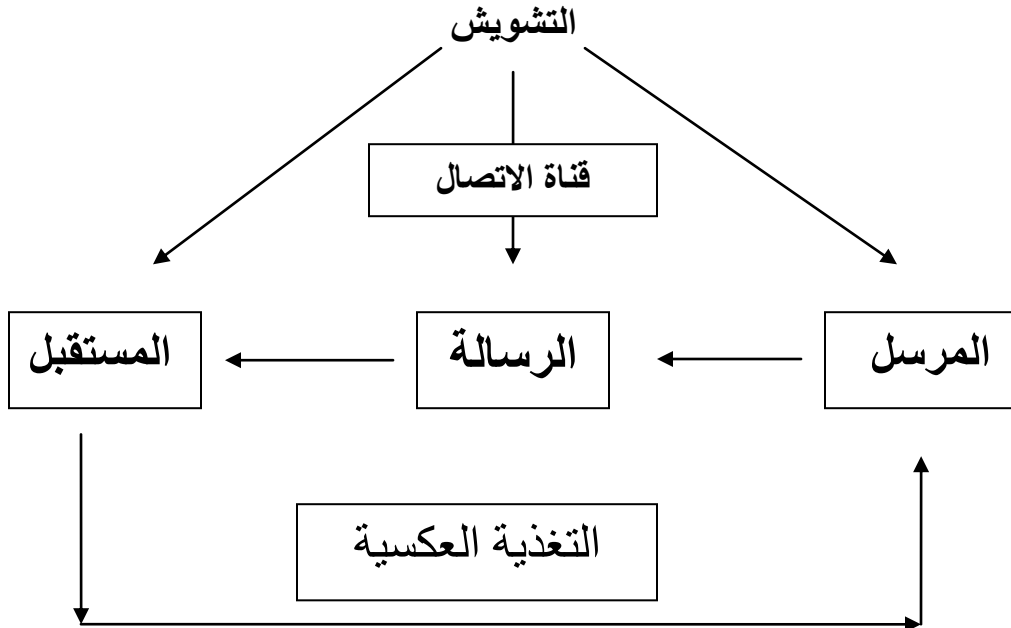
---

إن وجود اتصال فعال بين المرشد والمجموعة السياحية أمر ضروري ، البعض يعرف الاتصال على انه :  
( ( عملية تبادل الآراء والمعلومات والأفكار والشروح من اجل إحداث تفاهم وثقة متبادلة أو إحداث علاقات إنسانية طيبة ) ) .  
كما عرفه (( كونتر )) على انه إرسال وتحويل المعلومات من المرسل إلى المستقبل مع ضرورة فهم المعلومات من قبل المستقبل .

فلا شك إن الاتصال مهم في صناعة السياحة لتحقيق الهدف الأساسي الذي من اجله وجدت السياحة في هذا المكان أو البلد .

إن عملية الاتصال طريق ذو اتجاهين بمعنى ان كل فرد في عملية الاتصال هو مرسل ومستقبل للمعلومات والأفكار في آن واحد . ومن الناحية العملية فان العملية تحتوي على أكثر من متغير يؤثر على عملية الاتصال وهي :

- المرسل
- المستقبل
- الرسالة ( المعلومات أو التوجيهات او الشروح والتعليق ) .
- قناة الاتصال ( وسيلة الاتصال ) .
- عناصر التشويش .
- التغذية العكسية .
- عناصر أخرى ( الهدف والوقت والأسلوب والمكان ) .



ففي عملية الإرشاد السياحي يعتبر المرسل هو المرشد السياحي والرسالة تمثل ( المعلومات والتوجيهات والشروح والتعليقات ) في حين المستقبل يمثل ( المجموعة السياحية ) . وان الإرشاد السياحي يحقق الاتصال عبر قنوات عديدة منها .

#### ا . الاتصال الشخصي المباشر :

ويكون المسؤول عن تقييم عملية الإرشاد هو المرشد الممثل لحركة السياحة والسفر مع المستفيدين منها وتتم هذه العملية بأنواع متعددة منها ( المخاطبات – إلقاء المحاضرات – نداءات متكررة – مقابلة – مناقشة – إلقاء كلمات ترحيبية ) .

#### ب . الاتصال غير المباشر :

تتم بطرق متعددة يمكن التعرف عليها من خلال الأساليب التي تستخدمها الدوائر السياحية لإيصال هذه المعلومات الى السائحين ومنها استخدام الأساليب التالية :

- 1 – ( الوسائل السمعية – عن طريق المذياع ، السينما ، استخدام الأشرطة ) .
- 2 – ( الوسائل البصرية – أشرطة الفيديو – عرض أفلام – التلفزيون ) .
- 3 – ( الوسائل المكتوبة – النشرات – الصحف – المجلات – البريد ) .

فمن أهم الصفات التي يجب أن يتحلى بها المرشد المثالي هي مهارات الاتصال الجيد ونظرا لكون المرشد السياحي ( الإرشاد السياحي ) احد الأسباب الرئيسية لنجاح الرحلات السياحية واحد أهم وسائل نشر الدعاية السياحية وتسويق البلد سياحيا بين أفواج السياح القادمين من مختلف بقاع العالم الذين يمثلون جنسيات وثقافات واهتمامات مختلفة . ونظرا لكون من أهم واجبات المرشد السياحي هو إخبار السياح بكل ما يعلم عن المنطقة والمكان والبلد المضيف لذا عليه ان يحقق الاتصال الجيد بالسياح لبيت

المعلومات الوافية والدقيقة لهم بصوت الواثق من نفسه ومن معلوماته . وهي حزمة جزئية تتطلب معلومات تاريخية وطلاقة في اللغة لاستضافة السائح وتقديم الخدمات والتسهيلات بأسلوب شخصي ومباشر حول البلد المقصود وحسب حاجة وتوقعات السائح نفسه .

### الدليل السياحي : -

هو الشخص الذي يقوم بتوجيه السائح والذي يكون لديه الإلمام بالمكان المنوي زيارتها بشكل خاص وبالأمر والجوانب السياسية والاجتماعية والثقافية والحضارية للبلد بشكل عام وهو الشخص الذي يمتلك المعرفة والتدريب المهني والذي يتم توظيفه أو استئجاره من قبل الشركة السياحية أو من قبل السواح لإرشادهم في معرفة وتقدير الأماكن التي سيتم زيارتها خلال رحلاتهم .

### مهارات الاتصال الجيد : Communication Skills

سوف لا ينجح أكثر الناس اطلاقا وحساسية ان يكون دليلا سياحيا بدون القدرة على الاتصال وتتضمن مهارات الاتصال الجيد ( الموضوع – طريقة اللفظ – اللغة الجيدة – نبرة ونغمة الصوت والتقاء العيون ومنع وتقليل التشويش والايجاز ويفضل أن تشمل موضوع واحد والاتصال بالوقت المناسب واستخدام الإشارات الطبيعية وتعبير الوجه والصدق والصراحة والوضوح في الرسالة وبثها برموز سهلة وواضحة واثقة بالنفس والمعلومات ) .

إن ونقص أي ميزة من هذه المميزات يمكن أن يخلق صعوبات للدليل السياحي فالصوت الخارج من الأنف واللهجة الحادة والتغيرات المزعجة في مقام الصوت وارتفاعه أو

الإرشادات العصبية الدائمة مثلا ممكن ان تكون مذهلة بحيث تتفوق على الخصائص الايجابية الأخرى التي يملكها الدليل .

ونظرا لأهمية الانطباعات الأولى لدى المجموعة السياحية فالمرشد يجب أن يمثل وطنه وشركته وان يظهر في صورة جيدة وان يهتم بما يأتي :

1 – أوضاع الجلوس والوقوف عند اللقاء او تقديم الشروح للسياح فقد تعمل أوضاع الوقوف والجلوس السليمين على تحقيق الراحة للمرشد وكذلك تعمل على تحسين الصوت أثناء الحديث .

2 – التنفس : - تؤثر عملية التنفس عند المرشد السياحي على إحداث تغييرات في صوت الإنسان وقد يرجع إليها الفضل في إعطاء طاقة أفضل للمتحدث وتزيد من قوة صوته ورفع الصوت بدون إجهاده .

3 – الصوت : - يدعي البعض أن الصوت مرآة الروح ولا يختلف اثنين على أن الصوت من الخصائص المؤثرة على الشخصية ومن الغريب انه على الرغم من أهمية الصوت إلا أن معظم الناس لا يعرفون الكثير عنه ولا يلتفتون على طبيعة صوتهم . وبما ان عمل المرشد السياحي يعتمد أولا وأخيرا على الشرح والكلام فيجب عليه ان يهتم دائما بصوته لكي يخرج بأفضل صورة .

4 – اللغة وأسلوب الحديث :- فمن التوصيات الموجهة للمرشد السياحي بهذا الخصوص هي :

- اجعل مفردات لغتك ملائمة للمجموعة .
- لا تستخدم العلمية .
- فكر وتكلم للابتعاد عن الأزمات .
- تكلم بوضوح وببساطة وباختصار .

إن احد أنواع المرشدين هو المرشد السائق والذي سبق توضيحه فالكثير من الحافلات السياحية الآن مجهزة بميكرفون معلق يمكن السائق من القيادة والتحدث بنفس الوقت .

فقد تختلف الميكروفونات حسب نوعيتها وجودتها وان استخدام الميكرفون أمر سهل ولكن في حالة تعطله أو انخفاض كفاءته يسبب للسياح الركاب بعدم الراحة عند التحدث به . لذلك يجب التأكد من عمله بصورة صحيحة قبل استعماله .

ومن المعدات والأدوات التي يحتاجها المرشد السياحي لتحقيق الاتصال .  
- الهاتف النقال .

- آلات التصوير وأجهزة الفيديو والأفلام السينمائية .

- النشرات والمطبوعات والصحف .

إن عملية التواصل بين المرشد السياحي والسائح والأسئلة والاستفسارات التي يطرحها السائح ويتلقى إجابات مباشرة عليها تساهم في ترسيخ صورة الجولة السياحية في ذاكرة السائح لذا على المرشد أن يختار كيفية والية نقل المعلومات إلى السائح بجميع الطرق واستخدام وسائل مساعدة إذا دعت الحاجة لذلك وعليه ان يتمتع بأسلوب إلقاء رائع حينما يقوم بالشرح عن المواقع داخل وخارج الحافلة .  
بالإضافة إلى ذلك عليه البحث بواسطة الانترنت والبريد الالكتروني لزيادة معلوماته السياحية وكذلك استخدامه للانترنت في عمليات الترويج وتحقيق الاتصال والتي تعمل على رفع معدلات النمو في الحركة السياحية الوطنية .

**تتعدد وسائل الاتصال ومنها :**

-----

1 – **الاتصالات المكتوبة** والتي تمثل النشرات الدعائية والتي تتحدث عن المقومات

السياحية ومناطق الجذب السياحي والخدمات والتسهيلات السياحية في كل منطقة وقد تحتوي هذه النشرات على الصور والرسوم التوضيحية كذلك الكتيبات الصغيرة التي تحتوي على معلومات تفصيلية أكثر من النشرات .

- 2 – الاتصالات المصورة والتي تعتمد على الصورة بشكل أكثر من الكلمة لما لها تأثير كبير في الجوانب العاطفية للسائحين حيث تعرض هذه الدعاية المقومات السياحية والخدمات بشكل جذاب وكذلك المجلات والصحف التي تصدرها الأجهزة السياحية الرسمية في الدولة وبعض الهيئات السياحية .
- 3 – الاتصالات الشفوية ( المسموعة ) والتي تتمثل بالكلمة المسموعة سواء في الأحاديث الإذاعية والتلفزيونية المتصلة بالسياحة أو من خلال المحاضرات العلمية والثقافية وتعتبر هذه الطريقة أكثر الوسائل تأثيرا على الفرد لأنها تعتمد على أكثر من حاسة في وقت واحد .
- 4 – الإعلانات في الصحف والمجلات اليومية والأسبوعية والشهرية .
- 5 – الوسائل الإعلامية وقد تكون من خلال ما يأتي :
- ا – التلفزيون :- يأتي التلفزيون في المرتبة الأولى نتيجة البث الفضائي وأصبح اليوم الإعلان التلفزيوني يصل أنحاء العالم بسرعة فائقة .
- ب – المجلات .
- ج – الصحف .
- د – الإعلانات الحرة والتي تشمل الملصقات المصورة والمرسومة والمعروضة على مساحات جداريه أو تأخذ شكل اللوحات الضوئية التي تحتل مكان بارز في المدن وعلى الطرق السريعة وفي القطارات وغيرها من وسائل العرض .
- ه – العلاقات العامة تعتمد هذه الوسيلة على الاتصال الشخصي المباشر بين الأجهزة والمنشآت السياحية والسياح وتهدف إلى توضيح الصورة السياحية للبلد وإظهارها بشكل جيد لجذب انتباههم .

ومن طرق العلاقات العامة :

- 
- 1 . عن طريق الاجتماعات والمؤتمرات .
  - 2 . عن طريق المعارض السياحية التي تعرض فيها أفلام دعائية تلفزيونية وسينمائية والكتيبات التي تعرض نماذج مصغرة عن المعالم السياحية .
  - 3 . عقد الندوات .
  - 4 . عقد المؤتمرات الصحفية لإلقاء الضوء على الجوانب السياحية



الأسبوع السابع عشر والثامن عشر : -  
المعلومات التي يحتاجها السائح عن منطقة القصد  
(عامة - مداخل - خاصة - معلومات).

الفئة المستهدفة : - طلبة المرحلة الثانية / قسم السياحة

الأفكار المركزية : -  
1. طبيعة المعلومات التي يحتاجها السائح عن المنطقة المزارة  
2. مدى حاجة السائح لمثل هذه المعلومات

الأهداف : -  
1. توضيح اهم المعلومات التي يحتاجها السائح عن البلد المضيف  
2. توضيح ما تشمله هذه المعلومات من عامة وخاصة

الاختبارات الذاتية :-

نتائج أجوبة الاختبارات :-

( المحاضرة )

## الأسبوع السابع عشر والثامن عشر المعلومات التي يحتاجها السائح عن منطقة القصد عامة – الجوانب السياحية

المقدمة :

قبل البدء بعملية الإرشاد فعلى المرشد ان يكون ملما بالموضوعات المختلفة المتعلقة بكافة مجالات عمله ولتحقيق ذلك عليه الاهتمام بالاتي :

- 1 . الأبحاث وتحديث المعلومات باستمرار .
- 2 . البحث المستمر أمر أساسي بالنسبة للمرشد وخاصة الأمور الأساسية للمنطقة السياحية .
- 3 . القراءات الخاصة بالأشجار والطيور والعظماء والعلماء في المنطقة وتاريخ الفن المعماري ... الخ .
- 4 . عليه القيام بزيارة أماكن الجذب السياحي في المنطقة أكثر من مرة فهذا يتيح لك التعرف على التفاصيل وأدق الأمور .
- 5 . القيام بزيارة المكتبات المتواجدة في المنطقة التي تضم عادة مجموعات كبيرة من الكتب والمراجع والنشرات والكتيبات الخاصة بالمنطقة والتي سوف نقدم المعلومات المختلفة عنها . بالإضافة إلى التحاور مع المرشدين الآخرين والمواطنين في مناطق الجذب السياحي أمر ضروري وحيوي للاستزادة بالمعلومات عن المنطقة لان المرشد قد يتطرق إلى الموضوعات التي تفرض نفسها على المنطقة فمثلا تأتي الأهرامات في مقدمة الموضوعات عند المرشد في مصر في حين في العراق تأتي مسلة حمورابي واثار بابل لدى المرشد السياحي الذي يعمل بالعراق .

في حين بعض الأحيان تظهر موضوعات مستوحاة من واقع ثقافة المرشد وخبرته الشخصية وفي بعض الأحيان يحدد الزائرون موضوع أو موضوعات للمناقشة على المرشد أن يستجيب لذلك ويقوم بإلقاء الضوء عليها فعليه أن يكون ملما بها .

**فعلى الدليل السياحي** يجب أن يبين التفاصيل التالية حول العلم السياحي (منطقة القصد) كي يتحقق الهدف من الزيارة والإرشاد .

- 1 . سنة البناء أو التأسيس .
  - 2 . مشاهير من قاموا بالبناء .
  - 3 . تاريخ المعلم .
  - 4 . الأبعاد بالطول والعرض والارتفاع في البناء .
  - 5 . أسباب التأخير في البناء إن وجد .
  - 6 . المظاهر المعمارية الخاصة المميزة للبلد .
  - 7 . التطور التاريخي والإلهام المميز لبناء معين .
  - 8 . التفسير الجماعي – عناصر الجمال والتناسق والتوازن .
  - 9 . مظاهر الديكورات مثل الأبواب والجدران والزخرفة على الأرضيات والسقوف . .
- أما ما يخص الإرشاد في المحميات الحيوانية البرية تتطلب أن يقدم المرشد السياحي للسائح معلومات عن :

- 1 – اسم الموقع وتاريخ المحمية .
- 2 – تحديد فصائل الحيوانات الموجودة .
- 3 – الحيوانات والطيور الموجودة او المتوقع مشاهدتها . توزيع الحيوانات في المحمية.
- 4 – عادات الهجرة .
- 5 – ماذا تأكل ؟ .
- 6 – كيف يتم تدجينها .

وبصورة عامة يحتاج السائح بعض المعلومات عن منطقة القصد ( المنطقة المزارة )  
فعلى الدليل السياحي أن يتطرق إليها قبل البدء بعملية الإرشاد والشروح والتعليق بها .

### 1 – الموقع :

يحدد فيه موقع هذا المعلم سواء كان حضاري او سياحي من حيث البلد ومن ثم على  
مستوى المحافظة والقضاء والناحية ثم تبيان الموقع من خطوط الطول والعرض وكذلك  
الموقع من حيث الجهات الأربعة هل الموقع شمال البلد أم في جنوبه أو في شرقه أو  
غربه ثم موقعه من المحافظة هل في شمالها أم جنوبها أم شرقها أم في غربها وكذلك  
الموقع من سطح البحر وتبيان الطرق التي يمكن أن توصلها بالمدن والمحافظات  
الأخرى .

### 2 – المناخ :

يتم الحديث فيه عن نوعية المناخ ودرجات حرارته خلال الفصول الأربعة ومعدل  
تساقط المطر وموعدها ونوعية الرياح ومواسمها وكذلك معدل الرطوبة . وبماذا يتأثر  
مناخها من معالم طبيعية .

### 3 – الغطاء النباتي :

هل الغطاء النباتي السائد نباتات برية طبيعية ام غابات أم حشائش قصيرة أم خضراوات  
وأشجار فاكهة فهذا له تأثير على المناخ .

#### 4 – الموارد الطبيعية:

---

وما نوعيتها وهل هي انهار أم عيون وهل نوعية مياهها صالحة للشرب أم لا أم صالحة لسقي المزروعات وما أسماء هذه الأنهار والعيون إن وجدت وهل مياهها تصلح للعلاج .

#### 5 – العادات والتقاليد :

---

تتضمن العادات والتقاليد والأعراف واللغة والديانة لسكان البلد باجمعه ومن ثم للمحافظة التي يقع فيها المعلم السياحي ومن ثم العادات والتقاليد للسكان المحليين ومعتقداتهم ولغتهم وأعمالهم المتميزة وبماذا يشتهر السكان المحليين من فنون شعبية وفلكلورية وصناعات محلية .

#### 6 – المعالم الدينية المتواجدة في المنطقة .

---

#### 7 – الخدمات السياحية والمرافق السياحية :

---

المتواجدة في المحافظة ومنطقة المعلم وما هي أسماء فنادقها ومطاعمها الشهيرة وقاعات الألعاب والمسارح ودور السينما وما هي أنواع الخدمات السياحية المتوفرة وما هي أسعارها بالإضافة إلى خدمات المحال التجارية والخدمات التكميلية من بنوك واتصالات وساحات الرياضات والمسارح ودور السينما والمهرجانات التي تشتهر بها تلك المنطقة .

أخيرا يمكن القول بان من الحلقات المهمة في العمل الإرشادي السياحي هو إقامة مراكز للمعلومات السياحية Establishing Tourist Information Centers تلك التي تسمى بمراكز الزوار والتي تعتبر من أهم التسهيلات السياحية كونها حلقة الوصل بين السائح والبلد السياحي ولها تأثير كبير على تشكيل الانطباع المناسب حول البلد المضيف.

لذا يجب أن تحوي معلومات كافية وكوادر مدربة . ومن أهم المعلومات الضرورية هي ( أماكن الإقامة – مواقف السيارات – كراجات لتصلح السيارات – المناطق الأثرية والتاريخية والدينية – الملاهي وأماكن الشكاوي – الخدمات الصحية – الصناعات المحلية – الحكومة المحلية – الصحف المحلية – التلفاز والمذياع – الرياضة – التسوق – خدمات السفر ... الخ ) . وان موقع هذا المركز يجب أن يكون في موقع استراتيجي يرتاده الزوار بكل سهولة أو في الفنادق أو في غرفة التجارة . ويجب إعادة النظر بهذه المراكز وتقييمها باستمرار وتحديث معلوماتها والخدمات التي تقدمها للسياح .

الأسبوع التاسع عشر - الحادي والعشرون : - الوثائق التي يحتاجها الدليل  
( المقصود بالوثائق والبيانات ) - أهميتها

الفئة المستهدفة : - طلبة المرحلة الثانية / قسم السياحة

الأفكار المركزية : -

- 1 . يحتاج الدليل لبي وثائق وخرائط ومطبوعات لتسهيل مهمته
- 2 . تبيان مدى ضرورة توفر هذه الوثائق والخرائط

الأهداف : -

- 1 . ما المقصود بالوثائق والبيانات التي يحتاجها الدليل / انواعها
- 2 . طبيعة هذه الوثائق والبيانات
- 3 . مدى اهميتها في عمل المرشد السياحي عند الزيارة
- 4 . ما هي البيانات التي تكون على شكل لوائح وما انواعها

الاختبارات الذاتية :-

نتائج أجوبة الاختبارات :-

( المحاضرة )

## الأسبوع التاسع عشر – الحادي والعشرون الوثائق العملية للإدلاء السياحيين أهميتها – أنواعها – لائحة المشاركين

الموضوع يطرح من زواياه العملية :

- 1 . حقل العمل ودور الوثائق واستعمالها بالطريقة المثلى المؤدية إلى أفضل النتائج .
- 2 . استعراض الوثائق واحدة بعد الأخرى وكذلك البيانات ( الاستثمارات ) المقترحة الخاصة لعمل الدليل في القطر حاليا .
- 3 . إيراد استعمال الكاسيت وعليها الشروحات كاقتراح للدليل وللدائرة المعنية .
- 4 . وأخيرا الطريقة في التحضير والتنفيذ والتي هي شخصية بحتة تعتمد على المقدرة والمستوى الثقافي للدليل وكذلك ما جرى عليه من عادات في هذا المجال .

**حقل عمل الدليل :**

العمل السياحي واسع جدا ويشمل النشاط الإنساني بأكمله والتعامل مع السياح يعقد المسألة أكثر فأكثر .

الدليل يطرح على نفسه تساؤلات عن مدى اهتمام المجموعة بما يقول ويفعل ، ومستوى اهتمام المجموع هو عرضة للتغيير في كل لحظة ويعتمد على عوامل عديدة منها المستوى الثقافي والمهني والعمر وهذا بالنسبة للمجموعة الواحدة ، نقصد بذلك أن الاهتمام العام للمجموعة هو فعلا جانب من حقل عمل الدليل و الدليل الذي لا تتجاوب معه المجموعة يكون عرضة للارتباك ، قد تكون لديه كافة الإمكانيات وصدق النوايا لخدمة المهنة وإنجاح السفارة إلا انه قد لا يعرف الاهتمامات وقد لا يتمكن من التكيف فهنا تنشأ سلبيات عليه أن يتلافها .



من جانب آخر ، الدليل هو المستغل لكافة المعطيات السياحية في القطر إذا صح التعبير وهو المكون للصورة التي لا يمكن رسمها للسياح و صورة البلد وشعبه الأعن طريقه.

واهم هذه الموارد :

- 1 . المظاهر الطبيعية للبلاد ( الطبيعية والمناخ ) .
  - 2 . المواقع الطبيعية السياحية والمواقع الأثرية .
  - 3 . السكان ونشاطاتهم وأنماط معيشتهم .
  - 4 . انجازات الشعب الحضارية والفنية في الحاضر والماضي أيضا ( التجهيز السياحي وغيره ) فعليه يجب أن تتوفر لدى الدليل الأدوات والإمكانات لهذا الغرض .
- إذن في إطار العلاقات الإنسانية مع السياح وفي إطار ما هو متاح كما حددت سابقا تتكون معطيات الصورة التي على الدليل إيجادها .
- هنا يكمن جوهر القضية كلها .

فالثائق :

----- ما هو موجود منها وما يوجده هو بنفسه وما يقدمه من جهد وتنظيم عقلائي لعمله ، كلها لا غنى عنها ، وما يقوم به هو من تكيف خلال التنفيذ وما يعمل من اجل الاستزادة من معارفه كلها تصقل إمكانياته وتبلور خبرته .

الثائق ما هو دورها ؟ .

-----

لا ريب ان الأدوات التي تجعل الاستغلال الذي تكلمنا عنه أكثر فعالية لأنها تعالج المواد الأولية الخام التي يعتمد عليها الدليل في عمله ، أليست الوثائق تحدد المواد الأولية في السياحة ؟ و تعدد ميزاتها وخصائصها وتشير إلى أمكنتها ؟ .

## الوثائق :

-----

الدليل يبدأ في المهمة كمبسط للمعلومات التي يقدمها للمجموعة والمسؤول عنها ، يبدأ ويكسب الخبرة والتجربة من خلال ممارسته لعمله و معلوماته تترسخ وتتوسع بمرور الزمن و لا ننسى أيضا انه يعمل في اتجاهين :

## الأول :

----- الاتجاه الذي عليه أن يسلكه مع المجموعات التي يتولاها وهو التكيف مع مستوى المجموعة واهتماماتها ومن هنا سرد المعلومات بشكل واضح ومبسط ومختصر وبشكل أكثر جدية وعلمية مع تفاصيلها .

## الثاني :

----- الاتجاه الذي عليه أن يسلكه مع نفسه وهو الاستزادة من المعرفة والمعلومات سواء على مستوى الاختصاص الذي يرغب فيه ويرتاح إليه أو على مستوى المنطقة التي يعمل بها والتي يمكن أن تتسع دائرتها مع مرور الزمن .  
نعتمد أن هذين الاتجاهين مفروضان بطبيعة الحال على الدليل العامل بالمهنة ومن موقع المسؤولية المهنية على العمل السياحي بهدف رفع الكفاءة وتحقيق جودة الخدمات .

## أهمية الوثائق :

----- هذه الوثائق كيف تساعد على كل ما ذكرت .

- كل المعلومات والشروحات عن منطقة ما لا يستطيع تقديمها إلا المختصون في العديد من الاختصاصات ( الآثار والعمارة والفن ، والتاريخ ، والاقتصاد و الاجتماع و أصول

الإنسان و الصناعة و التجارة) . والدليل هو المبسط للمعلومات والتبسيط واسع الميدان ، هنا تنشأ الاستعانة بالوثائق المكتوبة خصيصا لهذا الأمر والتي تلبي الاهتمامات في :

\* الجغرافيا

\* الفنون

\* التاريخ والآثار .

\* الصرف .

\* النشاط السكاني وذلك على مستوى القطر أو المنطقة أو الموقع .

### أنواع الوثائق :

----- نستعرض هذه الوثائق المطلوبة وهي كما يلي :

1 – المطبوع والنشرات لتوزيعها على المشاركين عند الطلب . في اغلب البلدان السياحية تحضر هذه المطبوعات بشكل عام بمعنى أنها تضمن كافة المعلومات أو أنها تركز على ناحية معينة كآثار منطقة أو موقع و الحرف المتواجدة في المنطقة و الملاهي وتسهيلات الاستجمام والطعام و المطبوع . تتضمن مادة على الدليل استغلالها نظرا لأنها تتجدد دوما هذا من جهة ومن جهة أخرى عليه معرفة مداخلها .

ب – المرشد السياحي المطبوع ( أي الكتيب ) هو أيضا ميدان يمكن استغلاله أحسن استغلال كونه يتضمن نبذة عن كل ميدان من ميادين المعلومات التي تلبي حاجة الزائر من ( الآثار ، السكان ، الاقتصاد وأماكن الزيارات ) وبشكل شامل ، إلا انه نظرا لكون إعادة تجديد المعلومات وطبع الدليل تأخذ وقتا طويلا ونظرا لتغير بعض الأوضاع والمعلومات فعليه الانتباه إلى ذلك انتباها شديدا .

ج - الصحف والمجلات سواء أكانت صحافة متخصصة أو غير ذلك ، تتضمن الصحف والمجلات مقالات وأبحاث في بعض الأحيان فريدة من نوعها ، ويمكن أن يكون الأسلوب الوارد فيه متمشيا مع أسلوب الدليل في العمل و هذه أيضا يمكن الاستفادة منها إفادة قصوى وما على الدليل إلا أن يجمعها ويوبؤها .

د - الخرائط أنواعها عديدة ولا غنى للدليل عنها ، خرائط الطرق ، المواقع ، التضاريس ، الخرائط السياحية ، كلها عليه أن يعرفها ويقتنيها في مجموعة وثائقه و يحسب منها المسافات ويحدد اتجاهات المسير والمواقع .

هـ - السلايدات والصور من أهم الأدوات التنظيمية للدليل ، السلايدات والصور تتيح له رؤية الموقع قبل التنفيذ لكي يهيئ ما سيقوله في الشرح والتعليق .

ولعل هاتين الأدوات تعطيان الفرصة للدليل لكي يقوم باستغلالهما دون عناء في التركيز على جانب أو أكثر مما سيريه لأفراد المجموعة عند الزيارة .

و - المؤلفات المختلفة لا ريب انها المصادر التي استعملها الدليل لاكتساب ثقافته في عهد الدراسة العليا أو المهنية ويمكنه استغلالها الآن وذلك لتضمنها المعلومات العامة والخاصة والتي لا غنى عنها لوضوح وترابط الشروحات التي تقدمها .

ينصح باستعمال أكثرها وضوحا وقربا مما يتطلبه المشارك العادي والتي تخص ميادين الجغرافيا والتاريخ والفنون والاقتصاد والاجتماع .

وهناك مقترحين بهذا الخصوص :

الأول موجه إلى الإدلاء والثاني موجه إلى قسم تنفيذ الرحلات في المنشأة .

الاقتراح الأول : التسجيل الفردي للشروحات على الكاسيت مفيد جدا للادلاء .

حاول أن تسجل نصا كاملا لتقديم موقع ما واسمعه مرات عديدة مسجلا الأخطاء ومنتبها إلى الصوت في كل مرة ثم صحح النص وسجل مرة ثانية النص الجديد ، اسمع هذا

التسجيل لزمالك أو رئيسك – إن أمكن – وناقش رأيهما في الموضوع واضعا نصا جديدا لأخر مرة ومسجلا إياه ومعتمدا عليه في عملك .  
هذا المقترح يحسن من أدائك ومن ثقافتك وهو مدعاة لك لكي تعطي لكل موقع نص يمكنك سماعه قبل استعماله قبل التنفيذ .  
أريد أن الفت انتباهك إلى نقطتين وأرجو أن تذكرها دوما في مجال عملك .

**الأولى :** إن التسجيل المعتمد من قبلك لموقع من المواقع ليس هو فعلا نصا حرفيا يردد مع كل المجاميع و كما ذكرت لك سابقا ولكن يجب أن تتكيف مع المجموعة ففي بعض الأحيان بالإمكان سرد النص بكامله وفي أحيان أخرى اكتف بمقاطع تتناسب مع اهتمامات المجموعة .

**الثانية :** يجب الانتباه إلى أن النص المعتمد يمكن تحسينه وإيراد معلومات وشروحات أفضل في ضوء الخبرة والتجارب سنة بعد سنة وموسما بعد موسم و الواقع ان النص يخضع لتغييرات كثيرة كالإضافات في عوامل الجذب السياحي التي يجب ان تدخل في التسجيل .

أما المقترح الثاني يتعلق بقسم تنفيذ الرحلات .  
اقترح على قسم تنفيذ الرحلات جمع الكاسيتات المسجلة واختيار الملائم منها واعتماده في كل منطقة او حسب البرامج الجاهزة على الأقل لكل موقع إن أمكن . هذه الكاسيتات يمكن اعتبارها كمرجع للتدريب والاستزادة من المعلومات بشكل يتكون معه مركز توثيق أو وثائقي للدائرة نفسها تعتمد عليه .

البيانات : يجب ان يتوفر لدى المرافق او قائد المجموعة بيانات أربعة وهي :

- \* لائحة المشاركين .
- \* لائحة الجوازات .
- \* لائحة توزيع الغرف .
- \* والتقرير اليومي .

ا . لائحة المشاركين : هذه اللائحة مستعملها :

- المسؤول عن الانتقال .
- المرافق .
- الفندق .

يستعملها مسؤول الانتقال لكي يعرف من الذي يقع عليه مسؤولية خدمات الانتقال والمرافق بطبيعة الحال عليه ان يعرف من الذين سيرافقهم والفندق عليه أن يوزع الغرف بالتعاون مع المرافق و التعليمات الواردة على اللائحة يقوم بتنفيذها المسؤول عن الانتقال والمرافق .

ب . لائحة الجوازات : يستعملها

- المرافق .
- الفندق .

في حال كون التأشيرة جماعية ( للمجموعة ككل ) يمكن إرفاقها مع الجوازات لسلطات الأمن وكما يمكن لمسؤول الانتقال أيضا استعمالها في حال نسب له هذا العمل . نلاحظ انه بالإمكان جعل هذه اللائحة ذات وظيفتين الأولى لائحة جوازات والثانية لائحة توزيع الغرف ، كما ورد في التعليمات .

### ج . لائحة توزيع الغرف : يستعملها

- المرافق

-الفندق

عليها المعلومات الخاصة بالمرافق في المقطع الأول في حين و المقطع الثاني والثالث للفندق .

### د . التقرير :

اقترح أن يكون التقرير يومي للمرافق ، اعتماد تسجيل الملاحظات والوقائع يوميا ليسهل عليه كتابة التقرير النهائي بنهاية السفر ، يتبع في كتابة التقرير النهائي ذات الفقرات وتورد الملاحظات عن كل الجولات المشتراة محليا ذلك لإفادة قسم البرمجة السياحية وإعلامه بما يترتب عمله في السفارات المقبلة :

### التنفيذ :

-----

بعد أن عرفنا مختلف الوثائق والبيانات التي بين يدينا ، ثم عرفنا كيف تستفيد منها في توسيع مجال خبرتك وفي تنظيم عملك وأخيرا .

عليك أن تستعمل الطريقة المناسبة لك في تهيئة عملك بالمهنة او ما اصطلح عليه تسميته ( Intervention ) أو التدخل .

كلنا يعرف مدى اتساع عملك وضرورة اطلاعك على أمور كثيرة والمقدرة المطلوبة في التوجه إلى كل المشاركين بالشروحات الرد على أسئلة كثيرة .

أنت تعرف أحسن من غيرك أية طريقة تناسبك وأية طريقة تعودت عليها . أود أن أنبهك إلى صعوبات ثلاث لعله أسهل عليك .:

ا – حاول برغم كل الصعوبات التي تواجهك في استرعاء الانتباه ان تحرك هذا الانتباه أكثر من مرة من زاوية تختارها وهنا تستخدم مقدرتك وكياستك ومدى الخبرة بنفوس الناس و لا تدع اليأس يدخل قلبك و سترى مدى الرضى النفسي بالنهاية إذا استطعت التغلب على هكذا صعوبة .

ب – اعرف أن المعطيات السياحية كلها مترابطة مع بعضها البعض ، الصورة الكاملة للقطر أو المنطقة متكاملة من حيث العوامل الطبيعية والسكانية ، انطلاقا من الاهتمامات الظاهرة للمجموعة ويمكنك إيجاد الجو العام المتجاوب معك ، مثلا قد لا يهتم احدهم بالآثار وإنما يهتم بالمأكل وجمال الطبيعة ، حاول أن تبدأ من هنا ثم ركز على هذه المعلومات والمعطيات متابعا الكلام عن السكان ثم عن التاريخ والآثار ولاحظ مدى الاهتمام فإذا تلاشى الاهتمام أسرع بالانتقال إلى معطيات أخرى بعد ان تكون قد أوجزت كلامك في الآثار .

اعرف انه مهما يكن الإنسان ذا ثقافة ضحلة فانه لا بد انه مهتم بطريقة او بأخرى بما يقال له ، أسلوبك في الوضوح والسهولة في إيجاد نقاط الاهتمام هام جدا . حاول أن تكتشف ذلك خلال عمالك . اوجد لنفسك الأسلوب الملائم المتميز بالتحليل والتجميع وتسلسل الأفكار منطقيا .

ج – لا شك انك تدرك مدى ما عليك من مسؤوليات خاصة إذا كنت عاملا في السياحة الداخلية ( داخل القطر العراقي ) ولدى المجموعات الاجنبية الزائرة .

مهما حاولت أن تزيد الشرح في كل مرة الا انه لا غنى لك عن التوقف في كل مرة بتغير المنظر أمامك . ان تدخلك المفاجئ لشرح المتغيرات فيما هو أمامك لحري أن يعطي صورة عن مدى قدرتك الفنية والمهنية ومقدرتك على المتابعة في شروحاتك العادية دون ان تنسى اهتمامات الحاضرين وتركزها على ما تقول .



العمل الزيادة كالعامل بالمهنة الحرة حيث الروتين بعيد عن جوهر العمل وهذا يفترض :

1 – التزام الدليل الكامل بالعمل لا بمجموع طاقاته ومقدرته الفكرية .

2 – تواجد مجموعة وثائق متجددة ومحدثة المعلومات .

3 – الاتجاه نحو التطور الدائم والتحسين المتواصل لنوعية الأداء .

وأخيرا على الدليل التكيف مع المجموعة السياحية قدر المستطاع وتذكر بان البرامج

وضعت بدقة لتنفيذ وحيث الالتزام بالمواعيد مهم جدا كما عليك الاستزادة المستمرة

بالمعلومات والمعرفة واستعمل الوثائق وان الكاسيت أداة مفيدة في تحسين الشروحات

وجودة اللغة وتسهيل عملك .

الملحق رقم ( 1 )  
لائحة المشاركين Group List Specimen

( النموذج الدولي )

التاريخ :

الوصول :

المغادرة :

رقم السفارة :

البلد :

اسم الفندق :

المدينة :

الرقم	الاسم الكامل	رقم الجواز	صادر عن والتاريخ	الجنسية	مكان وتاريخ الولادة	العنوان الدائم	رقم الغرفة او ملاحظات اخرى

المدينة :

البلد :

اسم وكالة السفر :

مجموع الغرف المزدوجة :

مجموع الغرف المفردة :

المزودة بحمام خاص :

مجموع الغرف الثلاث أسرة :

المزودة بحمام خاص :

## الملاحق نماذج من البيانات واللوائح

- 1 – لائحة الجوازات .
- 2 – لائحة توزيع الغرف .
- 3 – لائحة المشاركين .

الأسبوع الثاني والعشرون - الخامس والعشرون: - الشروح والتعليقات

الفئة المستهدفة: - طلبة المرحلة الثانية / قسم السياحة

الأفكار المركزية: -

إجراء الشروح والتعليقات على خدمات النقل والإيواء والمعالم الحضارية والآثرية والترفيهية

الأهداف: -

- 1 . تبيان طبيعة المعلومات التي تخص اجزاء العملية السياحية
- 2 . توضيح هذه المعلومات باختصار وعدم التشتت
- 3 . يمكن ان تكون هذه الشروح بشكل أوسع في حالة رغبة السائح

الاختبارات الذاتية:-

نتائج أجوبة الاختبارات :-

المحاضرة

## الأسبوع الثاني والعشرون – الخامس والعشرون الشروحات والتعليق في أعمال الإدلاء السياحيين

### مقدمة :

المشوقات السياحية أو عوامل الجذب السياحي هي التي تقوم على أساسها السفارة وهي التي تجعل السائح يقرر الشراء من عدمه ( الاشتراك في البرنامج أم لا ) المعروف أن العناصر الجاذبة هي سبب وجود السائح مع الدليل والتي هي من الطبيعي أن على الدليل استعراض عوامل الجذب هذه ضمن الإطار التقليدي : ( النقل والإيواء والاستجمام ). فالدليل إذن يعمل ضمن إطار هذه المشوقات .

نتابع أعمال الدليل السياحي مركزين على الشروحات التي يقدمها أمام السياح أو ما اصطلح على تسميته بتعبير تعليق الدليل فما هو تعليق الدليل على عناصر الجذب السياحي ان هذا الأمر هام جدا كما نعلم لان الفترات التي يقوم خلالها الدليل بالتعليق أو بالشرح ، هي المنفذ الأساسي الذي يطل منه على السياح سواء كانوا مجموعات أو أفرادا ليقوم بتأدية مهامه الثقافية كما رأينا سابقا .

فعلى الدليل اخذ بنظر الاعتبار العوامل الآتية :

- 1 – الدليل ينظر بعين السائح وليس بعينه هو فقط .
- 2 – الدليل مصدر المعلومات ولذا وجب ان تكون الشروحات كافية للمجموعة وواضحة ومتكاملة ومتكيفة مع مجموع السياح .
- 3 – الدليل يستطيع طبقا للظروف أن يتدخل في مراحل السفارة الثلاث التي هي ( النقل والإيواء والاستجمام ) .

## التعليق خلال النقل :

نوضح كيف يفهم السائح مسالة الانتقال خلال الرحلة :-

الناس على أطباع مختلفة منهم من يرى السلبيات ومنهم من يرى الايجابيات ومنهم من يتخوف من الطائرة والباص ومنهم من لا يتخوف ومنهم المهتم بما تقدمه وسائط النقل من متعة يحصل عليها كل يوم ومنهم من يقعد ساكنا أو منتظرا انتهاء فترة الانتقال خوفا من حدوث طارئ مزعج أو مأساة أو حتى من الأفكار السوداء التي تخطر بباله .

قد يبدو النقل متعبا ومتضمنا للمخاطر وقد يكون فوق طاقة بعضهم الانتقال بواسطة الوسائل التجارية الأسرع من الصوت أو القطارات السريعة مثلا الا انه في النهاية يجتمع لدينا فريق من الناس علينا التعامل معهم ، وتلبية حاجاتهم الكامنة من المتعة والمشاهدة والراحة .

إن الناقل الجوي قد عالج وقت الانتقال من زاوية دقيقة منتبها إلى العناصر التي ذكرتها وذلك عن طريق إشغال هذا الوقت بالنشاطات والخدمات والتي هي

- وجبات الطعام وأحيانا الطعام الفاخر والشراب والمرطبات .
- عرض المنتجات المحددة الاستهلاك كالمشروبات والسجائر والعطور وربطات العنق والأسعار المخفضة وان مداخلات قائد الطائرة نفسه من شأنها إراحة المسافرين ثم شروحا ته المقتضية الواضحة سواء عن الأماكن التي تمر بها الطائرة أو من حالة الطقس.

هذا عدا مداخلات طاقم الطائرة من المضيفات في تقديم الصحف وغيرها خلال الطيران وتقديم المعونة للركاب في حال طلبهم ذلك أضف إلى ذلك عرض الأفلام خلال الرحلات الجوية التي تستغرق وقتا طويلا .

قد تختلف نوعية الخدمات المقدمة للسائح تبعا للناقل ولمسافة النقل ولكن المبدأ موجود دوما وهي تلبية حاجة المسافرين من المشاهد والمتعة والتسلية . قد يكون النقل البحري

هو الأكثر تطوراً الآن ولكن خدمات المتعة والتسلية وحتى الضروري منها متواجد في النقل بالقطار والسكك الحديدية المتطورة . أن عوامل التنافس بين الناقلين اليوم كثيرة ويدخل في مجموعها الخدمات المقدمة ونوعيتها وجودتها . فالقطار الحديدي هو في واقع الحال فيه مجال لتقديم الشروحات من قبل الدليل إذا تمكن من امتلاك معلومات عن الأماكن التي يمر بها القطار . كذلك النقل البري فيه مجال لتدخل الدليل بالشرح عن المكان والسكان ومنجزاتهم والتعليق بين الفينة والأخرى وبصورة واضحة ومتكاملة . إن حب الاطلاع لدى الإنسان غريزة طبيعية وعليه إشباعها و المسألة تتلخص في استغلال الظروف والعناصر المتاحة في فترة الانتقال لجعله عنصراً ايجابياً وليس وقتاً بلا فائدة .

ولكي تأتي الجهود المبذولة في إمتاع السائح مثمرة ينبغي أن تتضمن :

\* أن يقدم شرح واضح عن الرحلة وتنظيمها وكذلك عن واسطة النقل مع بعض التفاصيل عنها .

\* أن يقدم تعليق عن المكان الذي تصل إليه المجموعة ( ويتكرر ذلك كلما تغير المكان ) وعن الثروات الطبيعية ، طبيعة الأرض ، النباتات ثم السكان والمدن والنواحي الحضارية والثقافية .

**أما التعليق خلال الإيواء فيكون كالآتي :**

كما بالنسبة للنقل قد يكون من المفيد إعادة ما قلناه عن نظرة المسافر إلى النقل سلبياته وإيجابياته و طبائع الناس وتخوفاتهم . نفس الحديث ينطبق خلال الإيواء . فقد يكون المسافر متخوفاً من البعد عن مسكنه الاعتيادي والدائم نظراً للتعود الطويل على أنماط معينة من العيش وعلى أنواع من الأطعمة والاشربة وضمن أوساط عائلية معينة حيث الاستقرار النفسي والاجتماعي بحيث يمكن تصور

مخاطر أو موانع الراحة كالغرف الضيقة والتجهيزات الصحية التالفة والسكن مع جماعات غير معروفة أو أعباء إضافية تترتب على السائح جراء وجود عائلته وأطفاله معه في هكذا مكان أو تقييدا لحرية وعاداته . لأن استطاعت وسائل الإيواء الحديثة التغلب على هذه الأمور وجعلت من الفنادق أماكن تستطيع لوحدها اجتذاب فئات كثيرة من السياح .

يكون تدخل الدليل في الإيواء على الشكل الآتي :-

التدخل هو في التعليق على وسائل الإيواء وتجهيزاتها بوضوح .

- الموقع : في أية منطقة يقع الفندق هل في المنطقة التجارية وما هو قربها من أماكن الشراء والتبضع " Shopping " .

- المناظر التي يوفرها الموقع من المناظر الطبيعية ، الحدائق و الابنية .

- الطراز المعماري للفندق والتقسيمات الداخلية والمطاعم والملاهي وما تمتاز به من تسهيلات ومستواها .

- التجهيزات الملحقة بالفندق كقاعات الرياضة والملاعب والمعارض ، أحواض السباحة ، ملاعب الأطفال ، والأدوات الرياضية وغيرها .

- الخدمات المتوفرة في الفندق وهي ما يحتاجه السائح النزول وما يجب التأكيد على جودته بالدرجة الأولى لان السائح يشتري النقل والإيواء لتحقيق الاستجمام والترفيه .

أما فيكون التعليق على الاستجمام فيكون كالآتي :

في هذا القسم يشتمل تعليق الدليل على المواقع الطبيعية وعلى المواقع الأثرية و المدن ، وطبيعة المناخ .



## فالمواقع الطبيعية :

وهي ما توفرت في الطبيعة من أماكن تجمع بين المصادر الطبيعية والمناظر الجاذبة التي تجمع أكثرها في إطار رائع كالغابات والجبال والشلالات وشواطئ البحار والبحيرات ، وهو ما اصطلح على تسميته بـ " Panorama " ، الوصف الموجز مع الإشارة إلى الجمال الطبيعي ينبغي أن لا يفوته الدليل لأهمية هذا العنصر ففي هذا الوصف ينبغي أن يتضمن أيضا ذكر الأسماء والخصائص والمميزات ثم التجهيزات السياحية المقامة بالقرب من الموقع وغيرها من التجهيزات والمشاريع .

## أما ما يخص المواقع الأثرية : -

يتركز تعليق الدليل على ما كان قد اكتسبه من معلومات إجمالية مكتوبة وواردة في والمراجع التاريخية عن هذه المواقع ، ينبغي للدليل تقديم الموقع بصورة إجمالية في البدء ثم الاتجاه مع مجموعته إلى الأماكن الهامة فيه واحدا بعد آخر شارحا هذه الأهمية بإسهاب ووضوح .

وعلى الدليل إيصال المعلومات التاريخية إلى المجموعة ضمن اهتماماتها ومستواها وان عليه حصر جهوده في ذلك لا أن يستعرض معلوماته ومقدرته أمام السياح بل يذكرها بتواضع مع ذكره الأحداث التاريخية بالأسماء والتواريخ والخصائص المميزة لها وعوامل الجمال للآثار أمور يجب أن لا ننساها .

أما في المواقع الحضارية مثل النصب و الأبنية المميزة والمشاريع الزراعية و الري والصناعية والتجارية ومشاريع الخدمات العامة وغيرها من الانجازات وتقدم الشروحات الملائمة مركزة وبصورة واضحة على الميزات والتواريخ والأسماء والإحصائيات ونبذة عن كل مفيد ثقافيا ومبينة الأثر والأهمية للبلد والمنطقة .

## في حين يكون التعليق على المدن :

- على الدليل المتواجد مع المجموعة أن يتضمن تعليقه ما يأتي :
- موجزا لتاريخ المدينة واسمها وأسمائها ، ووظيفتها ( عاصمة ، إداريا ، صناعيا ، تجاريا ، أو زراعيًا ) وعدد سكانها واهتماماتهم وأعمالهم .
  - السكان ، عددهم وإعمالهم ونشاطاتهم .
  - واهم ما تتميز به المدينة من صناعات يدوية وحرف شعبية وفلكورية .
  - الميزات التاريخية ثم درجات الحرارة القصوى والدنيا ، ثم حالة الطقس ودرجة الحرارة لليوم نفسه وطبيعتها الجغرافية .

## 2 – أهداف و أشكال التعليق

السائح هو بحق وسيله دعاية مجانية في بلاده أو في منطقته وفي الأيام الأولى من عودته إليها لا حديث له إلا عن الرحلة التي قام بيها وكيف تمنع بإجازته , فإذا كانت ردة الفعل ايجابية استطيع أن أقول بان الدليل قد قام بأداء مهامه ومسؤولياته خير المقام . والعكس تماما صحيح .

فالتعليق يجب أن يهدف كما قلنا إلى إقناع الزائر بفائدة سفرته وانه بالمقارنة مع ما قرأه في المطبوعات السياحية لم يستطيع زيارة كافة المواقع و المناطق وان عليه أن يعود للزيارة مرة أخرى مع أصدقائه هذا هو الهدف .

هناك أمور ثلاثة , التنبه لها هام جدا وهي :

أولا : وضوح التعليق

ثانيا : التكامل في التعليق

ثالثا : التطابق بين ما هو منظور أمام المجموعة و التعليق

الوضوح : ما معنى الوضوح ؟

الواقع أن السائح , قبل قيامه بالسفرة غالبا ما يكون قد قرأ أو حصل على معلومات قليلا أو كثيرا عن البلد الذي سيزوره او عن المنطقة و الموقع , أو انه خلال قتره الزيارة توضع أمامه مطبوعات سياحية يحاول قراءتها والتعرف إلى ما هو بصدده . فعلى الدليل من خلال تعليقه أن ينظمها للسائح , هنا تكمن أهميه الوضوح و التوضيح , على الدليل انه يساعد السائح في تنظيم معلوماته بشكل يستطيع هذا السائح أن يحصل على ما مطلوب ..

في كلا الحالتين : الزيارة او الجولة يقوم الدليل قبل الانطلاق بلحظات ومن خلال كلمه الترحيب أمام المجموعه و إيجاز النقاط الهامة للجولة أو الزيارة قائلا مثلا : سنزور الآن المنطقة الفلانيه وشرح ما فيها من مصادر طبيعیه و الإنشاءات وما جرى فيها من الأحداث التاريخية ، هذه الكلمات البسيطة هي مفاتيح الحديث عن المشهد الذي سيزوره السياح المشاركون في السفرة . ثم عند الموقع , يختار الدليل السياحي ركنا أو بقعه تطل على الموقع بحيث تستطيع المجموعه من تواجدها عليها أن ترى صوره شامله , ثم عند كل جزء يتناول بالتفصيل الموجز الذي كان قد قدمه في البداية . بهذه الطريقه توضح أمام السائح تفاصيل الزيارة و يشعر بأنه يتبع شرحا متماسكا ومنظما اعد له بصوره منطقيه , هاتين المرحلتين : تقديم الموقع بصورته الاجماليه , و استعراض أجزائه ينبغي إعادتها و تكرارها في كل جزء من أجزاء الزيارة أو الجولة , عند المرور في المناطق الهامة أو في المدن أو في المواقع الاثريه و الحضارية .

### التكامل , ما معنى التكامل ؟

هذا يعني شرح كامل للمشهد , التكامل لا يعني ان على الدليل الكلام بصوره متواصله أبدا , الدليل السياحي الجيد يترك وقتا كافيا للسائح لكي يشاهد ويتفحص المشهد ويفكر ,

لتكون لدى السائح الفرصة لكي يستوعب او إذا أراد أن يسأل سؤالاً للتوضيح تكون الإجابة عليه من قبل الدليل مفيدة له وللجميع .

أما التطابق بين ما هو منظور وللتعليق هذا سهل جدا ، علني يجب أن الفت الانتباه إلى أسوأ ما يمكن أن يحصل من أن يتكلم الدليل السياحي عن موقع لكن أمام موقع آخر اذا يجب ان يتطابق التعليق مع الموقع فيحتاج ذلك إلى التنظيم المسبق .

وأخيرا يمكن تلخيص كيفية تقديم الشروح والتعليقات الناجح منها :

1 . الشرح يجب أن يحقق الترابط بين المعروض او الموصوف وبين شخصية الزائر وخبراته الخاصة حتى يكون أكثر تأثير وفعالية .

2 . المعلومات المجردة لا تعتبر شرحا ولكن الإرشاد يعتمد على عنصر المفاجئة في تقديم وعرض المعلومات ويختلف ذلك عن سرد المعلومات المجردة بطريقة تقليدية ونمطية وتكرارها كالأنشودة التي يتم حفظها .

3 . الإرشاد فن يجمع بين عدد كبير من الفنون والعلوم كالتاريخ والجغرافيا والفن المعماري ... الخ .

4 . الإرشاد يجب أن يهدف إلى الاهتمام بتقديم العموميات أو الكل وليس الجزئيات ويجب أن يوجه حسب الجمهور المعني .

5 . إن الإرشاد في مناطق وأماكن الزيارة يختلف تبعا للمجموعات المتلقية له لذلك يجب أن يقوم المرشد السياحي بإعطاء بنفس المعلومات وبنفس الأسلوب لكل زائر يرافقه .

الأسبوع السادس والعشرون : - أنواع البرامج الترويحية

الفئة المستهدفة : - طلبة المرحلة الثانية / قسم السياحة

الأفكار المركزية : -

تبيان وتعريف الطالب بأنواع البرامج الترويحية وميزات كل منها

الأهداف : -

- 1 . تبيان كيفية تخطيط وإنتاج البرامج الترفيهية
- 2 . ماهي أنواع البرامج الترويحية
- 3 . مميزات كل برنامج وأيها الأكثر ترويجا

الاختبارات الذاتية :-

نتائج أجوبة الاختبارات :-

المحاضرة

## الأسبوع السادس والعشرون أنواع البرامج الترويجية

بعد أن تم دراسة السوق السياحي ( الطلب السياحي والعرض السياحي ) ممكن أن نقوم بتنظيم البرنامج السياحي وفقا لعدة نقاط تتعلق بالتسويق السياحي وهي :

- 1 . تحديد نوعيه السوق السياحي هل هو نشط أم كتل أم رئيسي أم ثانوي
- 2 . القيام بدراسة السوق السياحي
- 3 . دراسة الأنماط السياحية
- 4 – دراسة الأنماط السياحية ويتم على ضوءها اقتراح البرامج السياحية لأنها لا تنحصر بنمط واحد .
- 5 - يتم إعداد وتنظيم وتنفيذ البرامج السياحية من قبل معدي ومنفذي البرامج السياحية .

فالتسويق هو الذي يقدم المعلومات والبيانات المتعلقة بالأسواق المستهدفة لمعدي البرامج لكي ينظموا البرامج بالتوافق مع تلك الأسواق .

ومن أنواع البرامج الترويجية :

- 1 – البرامج الترويجية الترفيهية والثقافية :
- هي البرامج التي تصمم لزيارة معالم سياحية تتميز بالجمال والروعة وفي مضمونها ترفية مثل الشواطئ الساحرة التي يسعد بها السائح أو يمكن أن تكون أثرا تاريخية ومسارح وملاهي ومنتزهات او منتجعات سياحية وتقدم فيها الخدمات المتنوعة كالأتي :
- 1 . الملاهي .
  - 2 . القرى السياحية المتكاملة .

3 . المسارح والسينما .

4 . المطاعم .

5 . المعارض الفنية .

وهذه خدمات يطلبها السائح أو طالبى الخدمات السياحية لاطفاء السرور والبهجة على السائح مثل المنتجعات والمقاصد السياحية أو القرى السياحية المنتشرة في كثير من البلدان السياحية .

2 – نوع آخر من البرامج الترويحية هي البرامج العلاجية والتي القصد منها العلاج في مناطق طبيعية من حيث المياه المعدنية المفيدة والتعرف لأنوع معين من الغابات الطبيعية المفيدة لصحة الإنسان ويطلق عليها الشافي الطبيعية .

3 – نوع آخر من البرامج الترويحية هي البرامج البحرية باستخدام المركبات البخارية مثل رحلات الصيد وزيارة الجزر ذات المناظر الخلابة وممارسة الرياضات البحرية وركوب الزوارق وحضور المهرجانات البحرية .

كما هناك تصنيف للبرامج السياحية على الشكل الآتي :-

1 . برنامج سياحي متكامل شامل .

2 . برنامج فنادق وتذاكر فقط .

3 . برنامج فنادق فقط بدون أي خدمات .

4 . برنامج خاص مثل برامج شهر العسل .

كما يمكن الإشارة إلى أنواع الرحلات السياحية التي تقوم الشركات السياحية والمنشآت السياحية بتنظيمها وهي :

## 1 – رحلات الحوافز :

وهي رحلات مخصصة للمؤسسات الحكومية . وهي رحلات تنظمها المؤسسات لمكافأة العاملين المتميزين والذين نجحوا في تحقيق الأهداف المرسومة كأحد أنواع الحوافز الايجابية في الإدارة الحديثة .

## 2 – الرحلات المنتظمة :

هي رحلات مبرمجة تقدم يوميا او في مواعيد محددة لأي شخص وتكون عادة معلنة في الفنادق ومحطات القطار والمناطق السياحية .

## 3 – رحلات الاستكشاف :

هي رحلات مخصصة للعاملين في صناعة السياحة للتعرف على المقاصد والبرامج السياحية المراد تسويقها وعادة ما تشمل معلومات عديدة عن الفنادق والمطاعم ( رحلات مخصصة للتعلم ) . وهذه عادة ما تساعد الوسيط أو رجل التسويق في الوصف الدقيق والبيع الفاعل للخدمات السياحية بدلا من بيع الصور والبوسترات الملونة.

ومن التحديات التي تواجه المرشد السياحي في الرحلات :

- \* في ظل تنوع وتباين البرامج السياحية أصبحت المرونة أمر صحي وضروري كما أن مصممو البرامج السياحية هم المسؤولين عن تخطيط وتصميم البرامج السياحية وعلى المرشد الالتزام بالبرامج المعدة سلفا بكافة تفاصيلها .
- \* العميل دائما على حق حتى لو لم يكن كذلك .



الأسبوع السابع والعشرون - الثلاثون : - تصميم ثلاث رحلات داخل العراق من قبل الطلبة ، مع إعداد الشروحات لكل رحلة مع التوضيحات

الفئة المستهدفة : - طلبة المرحلة الثانية / قسم السياحة

الأفكار المركزية : -

- 1 . يتم تكليف مجموعة من الطلبة بأعداد رحلة ترفيهية لأحد المناطق الترفيهية في محافظة نينوى ولتكن غابات نينوى ورحلة ثانية لمنطقة النمرود الاثرية ورحلة ثالثة لزيارة مرقد النبي يونس عليه السلام كرحلة دينية .
- 2 . يتم الجلوس تفهم والتحاور بضوء ما تم أخذه في المحاضرات السابقة حول إعداد الرحلة والمعلومات والوثائق والبيانات الواجب أخذها بنظر الاعتبار للرحلة .
- 3 . على أن يقوم الطلبة بأنفسهم لشرح ذلك لبقية الطلبة ويكون الأستاذ كقائد للمجموعة ومساعدة الطلبة في ذلك .
- 4 . إتباع كل ما يجب أخذه من شروط ومعلومات حول تنفيذ الرحلة وشروطها والتعليق عليها والهدف منها والتوضيحات مع كتابة التقرير النهائي للرحلة .

الأهداف : -

الهدف هو ممارسة تطبيقية من قبل الطلبة كمرشدين سياحيين بتطبيق كل ما تعلموه من المحاضرات النظرية .

الاختبارات الذاتية :-

يعتبر ذلك كنشاط سنوي لمجموع الطلبة المكلفين بهذا الجهد .

نتائج أجوبة الاختبارات :-

## المحاضرة

## لأسبوع السابع والعشرون – الثلاثون

### تصميم ثلاث رحلات داخل العراق ( ترفيهية – دينية – حضارية )

بناء على ماتضمنته المحاضرات النظرية والتطبيقية خلال السنة الدراسية فيتم تقسيم طلبة كل شعبة دراسية إلى ثلاث مجاميع تتولى كل مجموعة تنفيذ ما يلي :

1 – تعتبر المجموعة الأولى كمرشدين سياحيين لتنفيذ رحلة ترفيهية إلى غابات نينوى وعليها جمع كل البيانات والوثائق والتوضيحات عن الرحلة وستتولى المجموعة عمليات الشرح والتعليق بضوء ما تم دراسته خلال العام الدراسي ويكون الأستاذ المحاضر كقائد للمجموعة مع مراعاة كل ما يتطلبه نجاح هذه الرحلة .

2 – تتولى المجموعة الثانية مهمة تنفيذ رحلة دينية الى مقام النبي يونس عليه السلام وعليها أن تحضر وتوفر كل ما تتطلبه الرحلة على ضوء ما تم أخذه في المحاضرات وبإشراف السيد مدرس المادة .

3 – تتولى المجموعة الثالثة تصميم وتنفيذ رحلة اثارية حضارية إلى آثار النمرود وتتولى المجموعة مهام المرشد السياحي بعد جمع المعلومات والبيانات والشروح والتعليق على هذه الرحلة .

4 – يعتبر النشاط في أعلاه نشاطا سنويا للطلبة وتوضع له درجات النشاط السنوي .  
واخبرا على كل مجموعة طلابية مكلفة بتنفيذ أي من البرامج الثلاثة السابقة الذكر .عليها ان تتذكر وتستحضر مراحل عمل الدليل وواجباته عند التحضير لمثل هذه البرامج .  
ولزيادة المعرفة والتذكير ندرج في أدناه المعلومات الواجب إتباعها عند تنفيذ البرنامج

مع ملاحظات حول كيفية العمل مع رحلات الطلبة لنجاوز كل ما يعرقل خطة سير العملية وهي كالآتي :

### 1 . مراحل عمل الدليل وواجباته :

يتم فيها تنظيم عمل الدليل فهي عملية تنظيمية تقسم الى :

#### أولا : قبل استقبال المجموعة

- 1 – يتسلم الدليل التعليمات لاستقبال المجموعة ومرافقها
- 2 – يطالب بالبرامج والمعلومات المفيدة وهي ( أسماء السياح – أعمارهم – مهنتهم – المستوى الثقافي والاجتماعي ) .
- 3 – يستكمل المعلومات ويدونها لديه في برنامجه .
- 4 – يرسم خط السير ويطلع قائد المجموعة وينسق العمل معه .
- 5 – يتأكد من وجود كافة المطبوعات لاستعمالها عند الحاجة .

#### ثانيا : عند الاستقبال

- 1 . يتعاون مع قائد المجموعة في استقبال ويتعرف على المشاركين في المطار او في نقطة العبور على الحدود .
- 2 . يقدم نسخة إلى المجموعة موضحا انه سيتولى مهام الدليل ومن المستحسن ان يوجز أهم نقاط البرامج والتعليقات .
- 3 . يقوم بمرافقة المجموعة ويقدم الشرح ويرد على الأسئلة والاستفسارات
- 4 . يعاون أفراد المجموعة إذا طلب منه ولكن في حدود مهنته والتعليمات
- 5 . لا يغيب عن ذهنه ان مهامه في الأساس تثقيفية وعليه إذن ان يتعرف ضمن هذا الإطار وبالتواضع المفترض .

## ثالثا : عند الزيارة

### 1 . التحضير للزيارة

- \* يرسم خط المسير ويضع الجدول الزمني للتنفيذ إذا لم يكن قد اتم ذلك . قبل الوصول ويتعاون مع قائد المجموعة إذا لزم الأمر ويطلع السائق على الترتيبات .
- \* يهيئ مطبوعاته ويعطيها لقائد المجموعة ويتعاون معه في توزيعها .
- \* يتأكد من استكمال معلوماته الخاصة بالمواقع الواردة في البرنامج .

### خلال الزيارة :

-----

- \* يتأكد من أقصى درجات الانضباط قبل البدء بالكلام .
- \* يقدم الموقع للزوار ضمن الإطار الملائم في ضوء معلوماته عن المجموعة ومستواها واهتماماتها .
- عند انتهاء الزيارة :

-----

- \* يتعاون مع قائد المجموعة في ترتيبات العودة وضمن صلاحياته دائما .
- \* يعلن انتهاء خدماته مودعا المجموعة متمنيا لهم سفرا سعيدا ثم يصفحهم فرادا عند التوديع .

### 2 . العمل مع رحلات الطلبة :

-----

تبقى قيادة الطلاب الشباب بالنسبة للإدلاء السياحيين صعبة جدا فهم يظهرون تحديات خاصة بصدد النظام والدافع ومستوى الاهتمام بالإضافة إلى ذلك يتم إعداد الكثير من رحلات الطلبة لتكون لساعات أطول لتجنب الإقامة في الفنادق ولتحقيق ذلك يجب أن

يكون الدليل ماهرا في توجيه الأسئلة واستعمالها تقنيات أخرى . وهكذا يتم تصور الإدلاء الذين يوجهون باستمرار أسئلة إلى الطلبة كالداء ينزلون إلى مستوى الطلبة . وتواجه الدلاء الذين لا يتصلون أو يهتمون بمصالح الشباب صعوبات في الوصول إليهم او بتقديم رحلة فعالة ونادرا ما يسافر الطلبة بدون مرافقين ومع أن الإدلاء لديهم فرصة ليكونوا مسؤولين عن خلق جو الرحلة يفضل كثير من الإدلاء أن يراقب المرافقون سلوك الطلبة وهناك أسباب عديدة ومعقولة لذلك .

عادة ما يكون المعلمون أو المدرسون هم المرافقون فهم مألوفون أكثر من قبل الطلبة ولهذا يكون لديهم رؤيا أكثر من مقدرتهم وسلوكهم كذلك يتحمل المرافقون مسؤولية كبيرة عن الطلبة وكنتيجة لذلك يتم إعداد الطلبة ليتكيفوا مع المعايير الرسمية عن طريق المرافقين ويعتمد المدى الذي يتوقع أن يهذب فيه الدليل مجموعة من الطلبة على السياسات الرسمية المتبعة بين الدليل والمرافقين . وفي كثير من الأحيان سوف يطلب من المعلمين او المدرسين للطلبة ان يبقوا صامتين عندما يتحدث الدليل او أي شخص إليهم . وبالممارسة يبقى المسيطر بين عدد قليل من شركات السفر في رحلا الطلبة التي تعرض رحلاتها على المدرسين والمعلمين هي الشركات التي تقدم الدليل كمرافق وتعرض بعض هذه الشركات رحلاتها في بداية العطلة لتشجيعهم على تخصيص أوقات وبرامج ومال لها واهم توصية للطلبة هي الالتزام بالقوانين والتعليمات ولا تترك مهملات في مكان الزيادة حفاظا على البيئة والالتزام بالأوقات .

## معلومات عامة حضارية – تاريخية – ثقافية

### أصل كلمة العراق

---

هناك آراء مختلفة عن أصل كلمة العراق :

- \* يرجح بعض المستشرقين ان مصدرها هي مدينة أوروك السومرية القديمة والتي تسمى الآن بالوركاء وقد ذكرت مدينة أورك في ملحمة كلكامش .
- \* يرى البعض الآخر أن العراق مصدرها العروق نسبة إلى نهري دجلة والفرات اللذين لأهميتهما شبهتا بالعرق أو الوريد .
- \* ويرى البعض الآخر أنها سميت بالعراق نسبة إلى عروق أشجار النخيل التي تتواجد بكثرة في وسط وجنوب العراق .
- \* ويرى البعض الآخر أن أصل التسمية هي عراقا المنطقة الموغلة بالقدم .
- \* ويميل البعض إلى أن سبب التسمية هو كثرة العروق والأنهار فيها .
- \* وربما ان العرق في اللغة العربية مشتق من التسمية هذا البلد كون ان مدينة أوروك أقدم مدينة مسكونة ومنها أخذت كلمة العرق والعراقا .

خلاصة ما سبق :

- \* إذا كانت الكلمة عربية فبلغة أهل الحجاز تعني الشاطئ أو سفح الجبل .
- \* إذا كانت سومرية فهي أوروك فإنها تعني المستوطن .
- \* جاء في المادة الثانية من قانون شعار الجمهورية العراقية المرقم 57 لسنة 1959 المنشور في الوقائع العراقية بمعناه القديم (( أراكي )) أي بلاد الشمس .



خارطة توضح المناطق السياحية والمصايف في العراق وانوقع الجغرافي

## العراق...حضارته...وأثاره

\*\*\*\*\*

كان علم الآثار ولحد كبير يعني البحث عن الكنوز من الذهب المدفون في الأرض من العصور الغابرة . أما الآن فقد تغير كل هذا وأصبح علم الآثار واحدا من أكثر فروع المعرفة انتشارا في الوقت الحاضر للاهتمام المتزايد بدراسة الماضي ومعرفته من كل جوانبه.

تتألف كلمة Archaeology علم الآثار من كلمتين إغريقيتين هما ( اركيا ) Archala والتي تعني الأشياء القديمة و ( لوكوس ) Logos تعني العلم أو المعرفة أو النظرية .

فقد استخدمت كلمة Archaia لدراسة الأشياء القديمة عند الإغريق . أما الآن تولي مختلف الأمم اهتماما كبيرا بالتاريخ وللعرب قصب السبق في هذا فالتاريخ عندنا ليس سردا للإحداث الماضية فحسب بل هو حافظ نستخدمه ونستمد من صفحاته المشرقة ما يساعدنا على تسهيل بعض المشكلات التي تواجهنا وفي صفحات التاريخ دروسا بليغة تساعدنا في تجنب ما من شأنه ان يعيق مسيرة تقدمنا .

شهدت بلاد الرافدين خليطا من الأجناس والسلالات وعندما بزغ فجر التاريخ في جنوب العراق الحديث في حوالي عام 3000 م ق . م وكان هناك السومريين ويقطن معهم على ضفاف نهر الفرات الاكديون الذين كانوا بدؤوا بالصحراء العربية مثل بدو اليوم وهم يتكلمون .. لغة سامية وهم أجداد الأشوريين والبابليين .

احتضن وادي دجلة والفرات مجتمعا جعلت معرفته بالقراءة والكتابة مركزا للعلم ومبتكرا لطرق التجارة والإدارة الحكومية وان أهم صادرات بلاد الرافدين الى الشرق والغرب هي الكتابة المسمارية اذ حتى فرعون مصر كان يستعملها في كتاباته ومراسلاته .



يطلق مصطلح بلاد الرافدين (( بلاد ما بين النهرين )) على منطقة العراق وأجزاء من سوريا كلها عدا المنطقة الجبلية التركبية العالية . ويذكر التاريخ ان هناك ثلاث موجات نزوح رئيسية من البدو اخترقت بلاد الرافدين ن ويورد الكتاب المقدس ان النبي إبراهيم عليه السلام انتقل من أور الكلدانيين في أقصى جنوب سومر إلى الشمال منطقة (( تاهور )) وهي مكان قريب من منبع نهر الخابور ثم توجه بعدها إلى فلسطين .

يبلغ عدد المواقع الأثرية في العراق اكثر من ( 12 ألف ) موقع فهي تضم وتحكي قصص حضارات وأقوام عاشت ونمت على ارض الرافدين تعود إلى حقبة وأزمنة مختلفة. وفي بلاد الرافدين ظهرت الأختام والكتابة على الرقم الطينية وكانت الأختام على نوعين اسطوانية ومنبسطة.

إن حضارة وادي الرافدين تقسم إلى أربعة مراحل وهي :

#### 1. المرحلة الأولى : -

-----

تتناول حضارة العرب القديمة في جزيرة العرب ونزوحهم إلى بلاد الرافدين بعد ان حل الجفاف في جزيرة العرب حيث تشير الدراسات إلى أن جزيرة العرب كانت موطن الشعوب السامية العربية .

#### 2 . المرحلة الثانية : -

-----

تتناول حضارة الساميين العرب النازحين من الجزيرة إلى شمال وادي الرافدين وازدهرت في هذه المرحلة مستوطنات سامية منها ( منطقة حلف ) ودورها المسمى دور حلف والتي هي موقع اثري مهم على نهر الخابور ويعود إلى الحكام الآراميين شيد عام 900 ق . م عندما كانت البلدة تسمى كوزانا . وكذلك مستوطنة ماري الامورية واوغاريت ومملكة اييلا القديمة في منطقة حلب .

### 3 . المرحلة الثالثة : -

تتناول حضارة الساميين العرب في جنوب وادي الرافدين وانتقال مركز ثقل الحضارة فيه إلى منطقة بغداد الحالية أي تحوله من منطقة أوروك واريديو إلى مدينة كيش عاصمة الملك مسيلم . حيث تقع أوروك على بعد ( 250 كم ) جنوب بغداد ويطلق عليها في العراق وركه في وتعد مدينة اريديو أقدم مدينة في التاريخ وأنها مركز أقدم حضارة في جنوب العراق .

في حين تعتبر كيش الأم لمدينة بابل الشهيرة . وبهذا يتأكد من أن الساميين في جنوب العراق تواجدوا منذ الألف الخامس قبل الميلاد وان الساميين انتشروا في شمال بلاد الرافدين وجنوبه كل هذا من الحضارة قبل أن نسمع بالسومريين وتعتبر هذه الحقبة حقبة الساميين العرب الذين منبعم الجزيرة العربية.

وان أقدم الحضارات التي شهدها جنوب العراق في هذه المرحلة هي حضارات عصر ما قبل التاريخ وهي:

1 . حضارة العبيد واريديو من 5000 – 3800 ق . م

2 . حضارة الوركاء من 3800 – 3200 ف . م

3 . حضارة جمدة نصر من 3200 – 3000 ق . م

4 . حضارة عصر مسيلم السامي من 3000 – نهاية عصر ما قبل التاريخ

وكانت فيها حضارة حسونة في شمال العراق وحضارة سامراء في وسطه وحضارة اشنونا بجوار بغداد فيما يسمى ديالى . ومن أهم المواقع الاثرية التي ظهرت في جنوب وادي الرافدين في هذه المرحلة .

## 1 . دور حسونة :

-----

سمي بذلك نسبة إلى تل معروف بهذا الاسم يقع على نحو ( 15 كم ) من الضفة اليمنى لنهر دجلة وعلى مسافة ( 35 كم ) جنوب الموصل في محافظة نينوى وقد عثر فيه على آثار قرية كبيرة من العصر الحجري الحديث يقدر تاريخها بنحو 4800 سنة قبل الميلاد واهم ما امتاز به عصر حسونة فخاره الذي يصنف إلى أربعة أنواع هو ( المد لوك والمجزر والمصبوغ والساذج ) وقد وجد هذا النوع من الفخار في مناطق أخرى مثل تل الصوان في سامراء وفي نينوى وفي اوغاريت في سوريا .

## 2 . دور سامراء :

-----

أهميته من خلال الآثار التي عثر عليها في منطقة سامراء في التل المعروف بتل الصوان الواقع على الضفة الشرقية من نهر دجلة على بعد ( 12 كم ) جنوب بلدة سامراء . تقع مدينة سامراء على بعد ( 124 كم ) شمال بغداد وهي من أهم المدن في التاريخ الإسلامي .

## 3 . آثار منطقة ديالى :

-----

احد روافد نهر دجلة الرئيسية ( دور خفاجي وتل اسمر ) اللذان يعتبران من أشهر المواقع الاثرية الممثلة لحضارة عصر فجر السلالات تلك التي ازدهرت في منطقة ديالى وهي كالأتي .

### 1 - تل اسمر:-

-----

وهو موضع المدينة القديمة ( اشنونا ) عاصمة المملكة التي سميت باسم مملكة اشنونا التي نشأت في المنطقة الخصبة في المثلث بين نهر ديالى شرقا ودجلة غربا ومرتفعات

زاغروس شمالا وهي تقع على بعد ( 50 ميلا ) شمال شرقي بغداد ، وتوجد فيها المعابد وقاعة اجتماعات ، وللموقع الجغرافي لحضارة مملكة اشنونا دور مميز لمجاورتها لبلدة عيلام وبلاداشور وبلادا كد في الوسط اكبر مما جعل لها أهمية خاصة لتأثرها بهذه الحضارات .

#### ب – تل خفاجي :-

يقع على بعد ( 7 أميال ) شرق بغداد ومسافة ( 12 ميل ) جنوب شرق تل اسمر وهو موضع المدينة القديمة (( توتوب )) فيها ثلاث معابد وفيها المعبد البيضوي و المعبد المخصص لعبادة الإله ( سين ) والمعبد الثالث ( ننتو ) .

ج – موقع اشجالي : يقع على بعد ( 3 ميل ) جنوب شرق خفاجي وفيه معبد عشتار ومعبد ( شمس ) .

#### 4 . دور العبيد :-

يسمى نسبة إلى احد التلول الأثرية في جنوب العراق المعروف ( تل العبيد ) والعبيد تصغير عبد وهذا التل قريب من أور على بعد ( 4 ميل ) منها إلى الغرب من بلدة الناصرية قرب اريدو ( أبو شهرين ) عثر فيه على الفخار المنصهر وذات رسوم مزينة و غليظة وتتميز حضارة العبيد بأنها أم الحضارات بدليل أن المدن السومرية شيدت فوق أطلال حضارة العبيد .

#### 5 . حضارة اريدو :-

إن اريدو أقدم مواضع الاستيطان في جنوب العراق وفخار اريدو أقدم من فخار العبيد وكشف فيها عن دور سكن وتعتبر اريدو أقدم مدينة في سومر وان اريدو كانت مركز الملوكية . وسكانها من الساميين العرب الذين نزحوا من الجزيرة و اريدو تعود إلى

عصر ما قبل التاريخ وهي تعتبر آثار سامية وهي غير اريدو السومرية التي تعود إلى عصر فجر السلالات كما أن آثار الوركاء التي تعود إلى عصر ما قبل التاريخ هي غير الوركاء التي تعود إلى عصر فجر السلالات .

#### 6 . حضارة الوركاء : -

تقع على مسافة ( 30 كم ) شرق السماوة وعلى بعد ( 12 كم ) شمال شرق قرية الخضر ولم تنزل آثارها شاخصة للعيان لحد الآن وهي من اكبر المدن الأثرية في جنوب العراق وأقدمها . واقترن دورها بملحمة جلجامش التي تعتبرمأثرة تعود إلى عصر الوركاء .

#### 7 . حضارة جمدة نصر :-

تقع على مسافة ( 55 كم ) شمال شرق الحلة و( 24 كم ) من شمال شرق مدينة كيش وفيها تقدم فن الكتابة وبدا انتقالها من طور الصور إلى رموز وعلامات ثم صارت مقاطع صوتية .

#### 8 . حضارة عصر مسيلم السامي :

نسبة إلى مسيلم ملك مدينة كيش الثانية وملحمة جلجامش تعود إلى عصر مسيلم . كل ما سبق من مراحل ( المرحلة الأولى والثانية والثالثة ) هي حضارات سامية في عصر ما قبل التاريخ.

أما الآتي فهو يمثل حضارة عصر فجر السلالات ويتمثل بالمرحلة الرابعة.

#### 4 . المرحلة الرابعة:

تتناول حضارة الساميين العرب مع السومريين بعد الظهور على مسرح الأحداث حيث تالف الاثنان وصنعوا حضارة ارض ( سومر وأكد ) . ومن هنا بدأت مرحلة فجر السلالات والتي تكونت حضارتها مما يأتي :

**السومريون : أصلهم ووطنهم :**

هم جنس غير سامي وان لغتهم غريبة عن المنطقة وهي لاتشبه اللغات السامية فهناك من يقول أنهم جاؤوا إلى جنوب العراق من شمال الهند وافغانستان وبلوجستان عن طريق الخليج العربي والبحرين . ويرى آخرون أنهم جاؤوا من أسيا الصغرى في حين يرى آخرون أنهم جاؤوا من السند والخالصة إن المدن السامية أقدم من المدن السومرية والسومريون تواجدهم في العراق يرجع الى عصر فجر السلالات لذلك فان تاريخ العراق يقسم إلى قسمين :

#### **الأول:**

----- عصر ما قبل التاريخ أي قبل ظهور السومريين ويتمثل بحضارة العبيد واريديا والوركاء وجمدة نصر .

#### **الثاني:**

----- يرجع إلى عصور فجر السلالات وهي حضارة سامية – سومرية . وتنقسم حضارة السومريين في العراق إلى حقبتين :

#### **الحقبة الأولى:**

----- العصر السومري القديم والمتمثل في ( لجش وأور والوركاء ونفر وأدب ) .

## الحقبة الثانية :

العصر السومري الحديث ازدهرت حضارته بعد انهيار الإمبراطورية الاكديّة السامية. فعلى الرغم من إن السومريين لغتهم غير سامية فهم يعتبرون عراقيون بعد إن تثقفوا بالثقافة السامية العراقية وعاصروا الساميين وشاركوهم حياتهم .

\*سمي الاكديون نسبة إلى مدينة أكد العاصمة التي أسسها سرجون الاكدي .

\*البابليون نسبة إلى مدينة بابل

\*السومريون نسبة إلى مدينة سومر

\*الأشوريون نسبة إلى مدينة آشور

ومن هنا يمكن القول بان السومريين لم يكونوا أقدم المستوطنين لوادي الرافدين بل سبقتهم أقوام أخرى وفي مقدمتهم الساميون وان أقدم استيطان في السهل الرسوبي في جنوب العراق يرجع إلى الألف الخامس ق . م في الموقع المعروف ب ( العبيد ) وهو يمثل بداية تاريخ العراق في وادي الرافدين . وان أول وأقدم كتابة صورية معروفة إلى الآن وصلتنا من كيش السامية وليس من سومر وزمن كيش قبل سومر .

عندما انتقل الساميون الغربيون إلى جنوب العراق كان الاكديون موجودين في جنوب العراق ( الساميين الشرقيون ) فتولوا الزعامة السياسية في البلاد وصاروا يعرفون بالساميين الشرقيين لتمييزهم عن الساميين الغربيين .

ومن هنا يأتي دور مدينة أور التاريخي فهي مدينة سومرية كبيرة على نهر الفرات في عصر السلالات السومرية تحدد بتل العقير في جنوب بلاد الرافدين تأسست في الألف الرابع ق . م على نهر الفرات وهي مركز لسلالتين ومن ملوكها ( أجديرين ) وكانت مسورة بزمن الملك اورنمو في فترة أور الثالثة وكانت مدينة اله القمر ( نانا ) وزوجته ( ننكال ) واسمها الحديث تل المقبر حكمت أور ثلاث سلالات أهمها سلالتي ( أور الأولى وأور الثالثة ) ومن ملوكها

( اورنمو - شلوكي - أمرسن - شوسن - ابي سن - امارسوين ) ، واورنمو هو مؤسس أور الثالثة ، وشلوكي ثاني ملوك أور الثالثة .  
تقع أور على بعد ( 17 كم ) جنوب شرق مدينة الناصرية في جنوب العراق ، ارتبط اسمها بالنبي إبراهيم عليه السلام حيث ولد فيها واشتهرت أور بالزقورة التي هي معابد للإلهة ويعتبر الملك اورنمو من أشهر ملوكها وفي عهده بنيت المعابد والزقورات الموجودة فيها حاليا .

### الاكديون : AKKAD

هم قبائل بدوية سامية وهم أجداد الاشوريين والبابليين ، والاكديون هم أول سلالة سامية تحكم وادي الرافدين أسسها سرجون الاكدي وأسس مدينتها أكد كعاصمة لها ويعتقد أنها قرب مدينة بابل ولا تبعد كثيرا عن كيش . وسميت بلاد الرافدين أو بلاد ما بين النهرين بهذه التسمية منذ عهد السلالة ( سومر وأكد ) وتعتبر اللغة الاكديّة أقدم لغة سامية مكتوبة تستعمل في بلاد الرافدين وتليها البابلية والأشورية وأصبحت اللغة الاكديّة هي اللغة المشتركة في الشرق الأدنى بأسره حيث كانت تكتب فيها الوثائق السياسية وحلت فيما بعد محلها اللغة الآرامية في الأزمان الأشورية واهم حكامها ( سرجون - نارام سين - شاركا لي شاري ) وكان سرجون نفسه وضع الأصل وأصبحت مملكته تشمل كل بلاد الرافدين حتى وصلت إلى لبنان وجبال طوروس غربا وبلاد عيلام شرقا .

### الاموريون :

بدو ساميون عاشوا في الصحراء السورية وكان يشار لهم ب ( مارتو أو اومورو ) في النصوص السومرية والاكديّة انتقلوا فيما بعد إلى وادي الرافدين واسسوا سلسلة من الممالك وأهمها ( بابل وأشور ) .



## الآراميون:

قبائل بدوية سامية وطدت نفسها شمال سوريا وقامت بتأسيس عدة ولايات في مقدمتها ولاية ( أرام ) في دمشق وشمال سنجرلي ( سنجار ) ولم تستطع من الصمود أما م الإمبراطورية الآشورية فإنها رت الواحدة تلو الأخرى .

وأصبحت اللغة الآرامية اللغة المشتركة للشرق الأدنى بحلول القرن الثامن ق . م وأصبحت اللغة الدبلوماسية للإمبراطورية، وكانت الآرامية اللغة العامية لليهود وكان المسيح عليه السلام يتحدث بها وقد حلت محلها العربية بعد الفتح العربي لكنها لا تزال تستخدم في بعض القرى النائية من سوريا وقد كتبت أجزاء من الكتاب المقدس باللغة الآرامية.

ومن أهم مدن الآراميون .

## تل احمر: Tell-Ahmar

وسمي ب ( كارشلمنصر ) وكان عاصمة لدولة ( بيت اديني ) الآرامية تقع على معبر نهر الفرات ووجد فيها قصر آشوري يمكن من خلال هذا القصر إن يسيطر ملوك الآشوريين على الدويلات السورية والفينيقية .

## الآخمينيون Achaemenida :

سميت نسبة إلى آخمينيس حوالي 700 ق . م . فقد دحر كورش الميديين وأسس الإمبراطورية الفارسية وسيطر على ليديا وبابل ( Babylon ) الأمر الذي أدى إلى جعل كل الشرق الأدنى تحت سيطرته . وفي عهد الملك ابن كورش ( قمبيز الثاني ) تم فتح

مصر . واستطاع الاسكندر الكبير من إسقاط إمبراطورية الاخمينيين في عهد ملكها دارا الثالث .

أهم حكام الاخمينيين :

\* كورش الثاني الكبير

\* قمبيز الثاني

\* دارا الأول

\* احشويرش الأول

\* دارا الثاني

\* دارا الثالث

الأشوريين :

-----

هم بدو ساميين فقد استطاعت سلالة امورية من بسط نفوذها في آشور . أقاموا حول آشور في شمال وادي الرافدين حيث أصبحت آشور دولة مستقلة بعد سقوط سلالة أور الثالثة وأصبحت لبلاد آشور دور وسيط في التجارة العالمية وأول عاصمة لبلاد آشور هي مدينة آشور التي تقع على نهر دجلة حيث تقوم الآن قلعة شرقاط الحالية و أصبحت عاصمة في زمن الملك ( شمشي أدو الأول ) وقام الملك سنحاريب بإضافة معبد جديد إليها سمي ( بيت اكيو ) الذي بني خارج السور . وفي زمن ملكها ( أشمي داكان ) قام ملك بابل ( حمورابي ) . بالإطاحة بهذا الملك في حملتين عسكريتين وسقطت آشور سنة 612 ق . م في نفس وقت سقوط نينوى على يد الميديين وبنفس العام . إلا أنها بعد سقوط آشور بقيت أجزاء منها مستمرة ولكنها ضعيفة حتى أنها قويت واستطاعت من بسط نفوذها على بابل ومصر وشمال سوريا واتخذت هذه الإمبراطورية كل من ( النمرود و نينوى و خورسباد ) كعواصم لها .

أهم حكام الأشوريين :

\* ادونيراري

\* أشور ناصر بال الثاني

\* شلمنصر الثالث

\* سرجون الثاني

\* سنحاريب

\* اسرحدون

أشور بانيبال وهو آخر ملك أشوري يطلق عليه راعي المعرفة والثقافة يحتوي قصره على مكتبة عظيمة من الألواح المسمارية والكتب العلمية .

أهم مدنها الاثرية :

-----

لبلاد أشور أربعة عواصم وهي:

1- مدينة أشور : -

-----

أقدم عاصمة أشورية وتقع على مسافة ( 110 كم ) جنوب الموصل في منطقة الشرجات وهي مدينة تجارية واندثرت المدينة تاريخيا عام 612 ق . م والآثار الأشورية موزعة على المناطق الأخرى من أهمها محافظة دهوك التي تضم منحوتات معلثايا الأثرية . والآثار التي خلفها الملك الأشوري سنحاريب وقناة سنحاريب وهي مشروع لإرواء الأراضي الزراعية في نينوى وكذلك منحوتات خنس .

2 - نينوى : -

-----

عاصمة الملك الأشوري سنحاريب وهي آخر عاصمة وأكبرها وهي تتكون من التلين ( قوينجق والنبي يونس ) حيث يحوي تل قوينجق القصر الرئيسي في نينوى . وتعتبر

من أشهر المدن الأشورية وفيها سور يبلغ أكثر من ( 12 كم ) وعثر كذلك على ستة  
مداخل للمدينة .

### 3- النمرود ( كالح القديمة ) : -

هي أشهر عاصمة آشورية وهي مقر إقامة الملك آشور ناصر بال واستمر ذلك حتى  
انتقل سرجون إلى عاصمته خورسباد حوالي عام 707 ق . م .  
تقع النمرود على بعد ( 34 كم ) جنوب الموصل وفيها ثلاث مقابر ملكية وكنوزا مختلفة  
وفيها مجسمات الثيران المجنحة، و بقايا قصر آشور ناصر بال الثاني .

### 4 - خورسباد : -

عاصمة الملك الأشوري سرجون الثاني وهي الاسم الحديث لموقع دور شروكين القديم  
وهي احدى العواصم الأشورية الأربعة والمدينة مربعة لها قلعة وبني فيها القصر  
والمعبد والزقورة وهجرت هذه المدينة بعد وفاة الملك سرجون .

### البابليون: - ( بلاد بابل )

بلاد بابل مصطلح أطلق على وادي الرافدين الجنوبي الذي يتألف من أكد في الشمال و  
سومر في الجنوب . بابل هي العاصمة البابلية لجنوب وادي الرافدين الواقعة على نهر  
الفرات في الحلة جنوب بغداد . يغطي الموقع مساحة واسعة يقسمها نهر الفرات إلى  
قسمين فكانت المعابد والقصر تقع في الضفة الشرقية للنهر تخترقها ( 8 أبواب ) أهمها  
باب عشتار لنبو خذ نصر التي تتصل بشارع الموكب وبعد البوابة يأتي القصر الجنوبي  
وهو قصر واسع بناه نبوبلاسر ونبوخذنصر والذي تضمن الجنائن المعلقة إحدى عجائب  
الدنيا السبعة التي شيدها نبوخذنصر الثاني لزوجته التي كانت تحن الى موطنها الأصلي  
الجبلي .

وبعد اندحار الملك ( نبوتائيد ) على يد كورش الثاني أصبحت المدينة تحت حكم الاخمينيين الفارسية ثم احتلها فيما بعد الاسكندر الكبير في 331 ق . م ثم أصاب بابل الخراب شيئا فشيئا بحث استبدلت كعاصمة بمدينة ( سلوفيا ) على نهر دجلة والمدائن في حكم السلوقيين واغلب آثار بابل كلدانية واكتسبت المدينة أهميتها لأول مرة تحت حكم ملوك السلالة الأولى لبابل ويأتي في طليعتهم ( حمو رابي ) الذي نجح في توحيد وادي الرافدين تحت حكمه وأقام تشريعا للقوانين حفر على مسلة حجرية كبيرة عثر عليها في سوسة ( SUSA ) ويعتبر حمو رابي الملك السادس في سلالة بابل الأولى ( 1792 – 1750 ق . م ) وكان أصله أموريا يتحدث اللغة الاكدية البابلية ووحدت في زمانه كتابة اللغة الاكدية بالمسمارية وشريعته التي تعد النموذج الأعلى حفظت هذه القوانين في مسلة من الحجر الأسود ارتفاعها ( 225 سم ) وتحمل في الأعلى نحتا بارزا يمثل حمو رابي نفسه واقفا خاشعا أمام اله الشمس واله العدل ويشغل بقية المسلة ( 49 عمود ) من الكتابة المسمارية وبلغة أكدية واضحة وهذه القوانين شرعت لمنع الأقوياء من اضطهاد الضعفاء وحماية حقوق اليتيم والأرامل كما يقول في المقدمة ورغم أن شريعته لم تعد أقدم شريعة قوانين في العالم كما كان يعتقد زمنا طويلا . إلا أنها تبقى أهم وثيقة مدونة من حضارة بلاد ما بين النهرين كلها . تشمل القوانين فروعاً كثيرة من الحياة والنزاعات الزراعية والري وشروط تأجير الحقول وبساتين النخيل والمعاملات التجارية بين التجار ومشاكل العائلات ومشاكل الإرث وشروط تشغيل العمال وعقوبات الجرائم والخيانة الزوجية وقتل الإنسان عن غير مقصد وتوجيه الاتهامات الكاذبة ورغم أن شريعته تعد طويلة إلا أنها لم تتمكن من تغطية سوى جزء من القضايا التي كانت تواجه القضاة في الحياة وقد نشرت مسلته هذه أول مرة عام 1902 . وانتهت السلالة على يد الحوثيون في ( 1595 ق . م ) . في إثناء حكم ملك بابل ( شموديانا ) .

## الكيشيون : -

-----  
قوم سيطروا على بلاد بابل بعد انهيار سلالة بابل الأولى ويسكنون المنطقة الجبلية الشمالية الشرقية .

### مواقع أثرية عراقية مهمة

\*\*\*\*\*

#### تل حرمل Tell-harmal

-----  
موقع في ضواحي بغداد و هي مدينة شيدها شادو يوم في الألف الثاني ق.م و تضم معبد تحرسه اسود و فيها ألواح مسماريه .

#### تل العقير Tell-Uqair :

-----  
موقع جنوب وادي الرافدين ينسب إلى فترة الوركاء المتأخرة عثر فيها على كثير من الآثار .

#### لارسا :

-----  
مدينة سومريه غير بعيده عن شرفي أوروك كانت مقر سلاله اموريه شاركت أيسن السلطة بعد سقوط سلالة أور الثالثة . اسمها الحديث ( سنكره).

#### نيبور :

-----  
مدينة قديمه في بلاد الرافدين و هي الآن في مدينة عكك و تقع على بعد ( 70 كم ) جنوب بغداد و هي عاصمة دينيه للسومريين و البابليين و خضعت لحكم سلالات مختلفة منها السومريين والاكديين و الأشوريين و تشتهر بزقورتها الشهيرة .

## اربل Erbil

تقع هذه المدينة اربا – ايلو الاشوريه العظيمة في شمال وادي الرافدين ويرجع تاريخها إلى فترة ما قبل التاريخ حسب التنقيب في موقع فالج – اغا المهم الذي يقع في ضواحي اربيل .

أيسن :

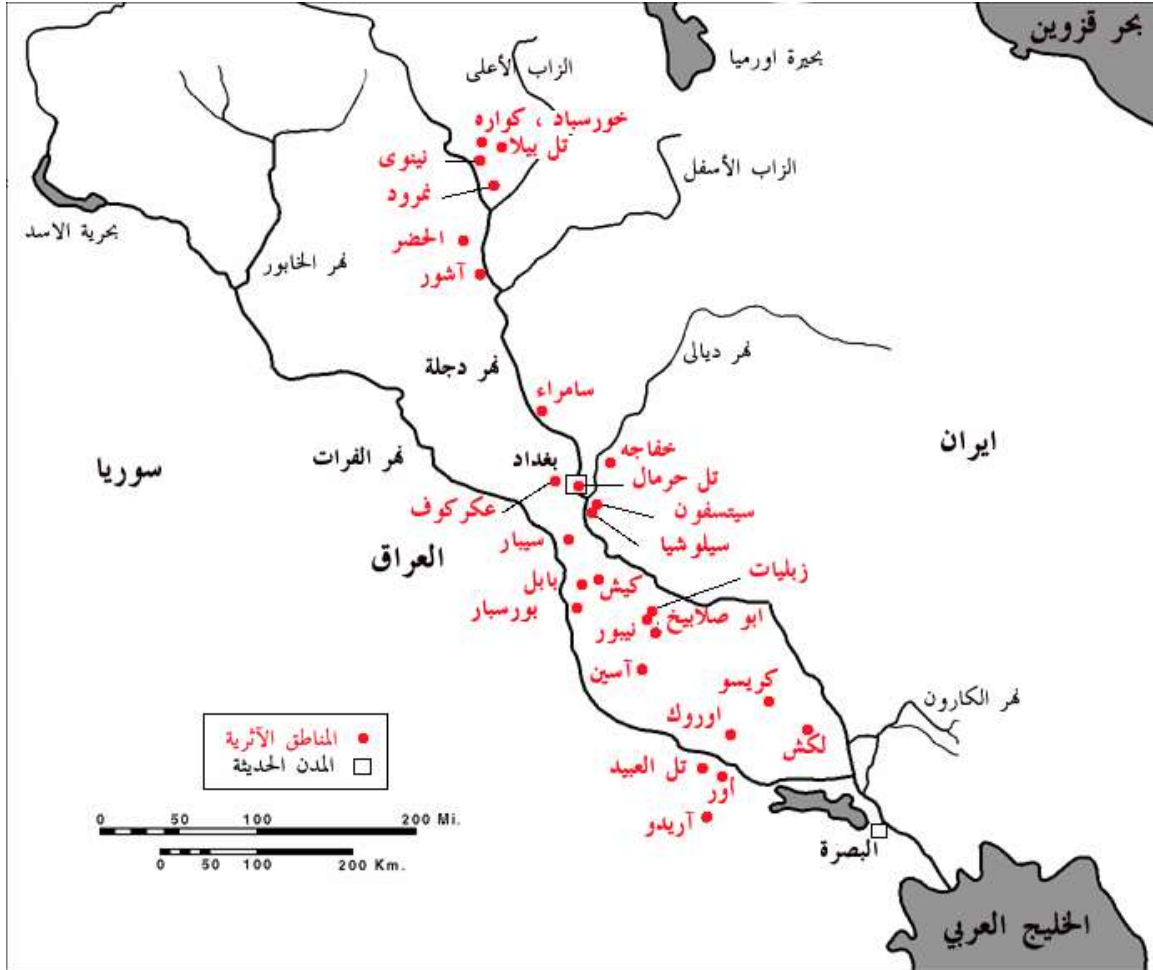
مدينة وسط سومر و مقر السلالتين الأولى ( اشبي إيرا ) و الثانية ( أيسن ) . حكمت بلاد بابل بعد الكيشيين اسمها الحديث ( أشان البحریات ) و تقع أيسن على مسافة ( 24 كم ) جنوب مدينة عكك .

أوروك :

تقع على بعد ( 250 كم ) ويطلق عليها في العراق وركه . و أوروك احد أهم المدن السومرية التي بنيت في القرن الخامس ق.م و مركزا دينيا كبيرا و أشهر ملوكها جلجامش . ضعف نجم أوروك بصعود نجم أور و عرفت بالكتابة المسمارية و زقورات و معبدین .

لوكال :

كلمة سومرية تعني الملك ( الرجل الكبير ) .



خارطة العراق ( المواقع الاثارية )



## بعض المصطلحات السياحية الواجب معرفتها من قبل المرشد السياحي

\*\*\*\*\*

<b>First name</b>	الاسم الأول
<b>Family named</b>	اسم العائلة
<b>Total Pax</b>	عدد المسافرين
<b>Nationality</b>	الجنسية
<b>City</b>	المدينة
<b>Date In</b>	تاريخ الدخول
<b>Date out</b>	تاريخ المغادرة
<b>Mealpla</b>	الوجبات
<b>Tour Name</b>	اسم البرنامج
<b>Transfer</b>	المواصلات
<b>Cruise</b>	رحلات بحرية
<b>Car Rental</b>	إيجار سيارة
<b>Pick up Date</b>	تاريخ الاستلام
<b>Drop off Date</b>	تاريخ التسليم
<b>No of Days</b>	عدد الأيام
<b>Car type</b>	نوع السيارة
<b>From / to</b>	من / إلى
<b>Flight No</b>	رقم الرحلة الجوية
<b>Departure Date</b>	تاريخ الإقلاع

<b>Arrival Date</b>	تاريخ الوصول
<b>Summer Tariff</b>	أسعار صيفية
<b>Winter Tariffs</b>	أسعار شتوية
<b>Child With Parent</b>	أطفال مرافقين لوالديهم
<b>Swimming Pool</b>	حمام السباحة
<b>Beach</b>	شاطئ البحر
<b>Main Restaurant</b>	المطعم الرئيسي
<b>Shops in the Future</b>	أماكن التسوق داخل الفندق
<b>Billiard</b>	صالات ألعاب البليارد
<b>Pong – Pi</b>	صالة لعب كرة الطاولة
<b>Non Smoking</b>	أماكن محظور فيها التدخين
<b>Telephones</b>	كباين هاتف
<b>Air Conditioning</b>	تكييف مركزي
<b>Shower</b>	حمام استحمام
<b>Shishah Area</b>	جلسات عربية شرقية
<b>Conference</b>	اجتماعات
<b>Full Package</b>	برنامج متكامل شامل
<b>Leisure Tourism</b>	السياحة الترفيهية
<b>Carrier</b>	الناقل للرحلة
<b>Tour Operators</b>	منظموا الرحلات
<b>Travel Agent</b>	وكيل سفر
<b>Tourist City</b>	المدينة السياحية
<b>Tour Conductor</b>	منفذ الرحلات السياحية

<b>Theme Parks</b>	الحدائق الترفيهية
<b>All – Expense tour</b>	سفرة سياحية منظمة
<b>Ancillary Services</b>	خدمات تكميلية أو مساعدة
<b>Accommodation Services</b>	خدمات الإيواء
<b>Conservation</b>	حماية البيئة
<b>Duty –Free Stores</b>	أسواق حرة
<b>Do It your self</b>	اقضها بنفسك
<b>Recreation Leiscure</b>	منطقة الاستجمام والترفيه
<b>Familiarization</b>	الرحلات التعريفية
<b>Fast Food Restaurant</b>	مطاعم خدمة سريعة
<b>Mass Tourism</b>	حركة سياحية عالمية
<b>New Tourism</b>	السياحة الحديثة
<b>Peak Period Season</b>	موسم الزخم
<b>Sun Bathing</b>	حمامات الشمس
<b>Same Day Traveler</b>	مسافر اليوم الواحد
<b>Accommodation Voucher</b>	طلب التسكين
<b>Sight Seeing And Transportation</b>	جولات سياحية وتنقلات
<b>Accommodation ( hotel / Apartments )</b>	الإقامة ( فندق / شقق )
<b>World Tourism Organization</b>	منظمة السياحة العالمية
<b>The Tourism Product Market</b>	سوق المنتج السياحي
<b>The International Union Official Tourism Organization</b>	الاتحاد الدولي للمنظمات السياحية الرسمية

## المصادر

- 1 – فن الدلالة السياحية / الدكتور خالد مقابلة / دار النشر / عمان / الطبعة الثانية / 2003 .
- 2 – الاستعلامات والدلالة السياحية / الدكتور رعد العاني / دار الحاضر للنشر / عمان – الأردن / الطبعة الأولى / 2005 .
- 3 – مبادئ السياحة / مروان أبو رحمة وآخرون / دار البركة للنشر / عمان / الطبعة الأولى / 2001 .
- 4– السياحة .. أسس ومبادئ / بنيامين يوخنا دانيال / المديرية ألعامه للثقافة للفنون / ( 807 ) / 2006 .
- 5– السياحة في العراق ودورها في التنمية والاعمار / د.رؤوف الأنصاري / مطبعة هادي يرس / بيروت / 2008 .
- 6– أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية / كواس خالد أطروحة دكتوراه / جامعة الجزائر / 2004 .
- 7– إدارة المنشآت السياحية / آسيا الأنصاري و إبراهيم عواد / دار صفاء للنشر / عمان / الطبعة الأولى / 2002 .
- 8– إدارة القرى السياحية / دنزيه الدباس / دار الحامد للنشر / الأردن / الطبعة الأولى / 2002 .