الأجوبة

س1: تحدث عن السياحة الفردية وقارن بينها وبين السياحة الجماعية.
15 د (5 د: توزع درجة لكل فكرة خاصة بالسياحة الفردية + 10 درجات: توزع درجتين لكل مقارنة)

الجواب :

1. السياحة الفردية:

هي سياحة بشكل فردي تكون في كثير من الأحيان غير منظمة، يقوم بها الشخص أو مجموعة صغيرة إلى بلد أو مكان ما، وتتراوح مدة إقامتهم حسب رغبتهم وحسب وقت الفراغ المتوفر لديهم. وتشمل خدمات سياحية متنوعة وعديدة. كل سائح من هذه المجمعة له دوافعه ورغباته الخاصة التي جاء لتحقيقها، ويعتمد مدى تمتع هؤلاء السياح بالخدمات على مقدرتهم المادية، والرغبة التي يحققونها. يعتمد هذا النوع من السياحة على تأثير الأصدقاء، والكلمة الصادقة، وعلى تأثير الإعلان والترويج السياحي، وعلى مدى ثقافة السائح. إذ أنها سياحة شاملة لا تعتمد على برنامج منظم أو محدد. و عادة تشمل هذه السياحة: 1-السائح منفرداً.
2-السائح مع أفراد أسرته.
3-السائح مع بعض الأصدقاء.

وهذا النوع من السياحة يتميز بأنه:
1)ذو تكلفة عالية ويحتاج إلى إمكانات سياحية عالية.
2)يقوم السائح بالاتصال المباشر مع المنشآت السياحية للحصول على الخدمات.
3)الحاجة إلى معرفة اللغات العالمية والاستغناء عن المترجم.
4)الحاجة إلى الخبرة في مراجعة عدة جهات للحصول على تأشيرة الدخول وتصريف العملات وتذاكر السفر والحجز والمعرفة بأمور الجمارك ومعرفة ما هو ممنوع وما هو مسموح.
5)المعرفة بعادات وتقاليد الشعوب في البلدان المضيفة.

2. سياحة جماعية:

يطلق عليها سياحة الأفواج أو المجموعات، حيث تقوم الشركات السياحية بتنظيم وترتيب مثل هذا النوع من السياحة على شكل مجموعات أو أفواج سياحية، أو تقوم بها الجمعيات الأهلية، والفرق الرياضية، وكل رحلة لها برنامج خاص ومحدد وسعر محدد، ويكون هذا البرنامج شامل لكل عناصر الرحلة السياحية من طعام وشراب ومنامة ونقل، وتعتمد على مدى رضا المجموعة عن الخدمات المقدمة إليهم، وتكون هذه الرحلات متعددة ومتنوعة.

وتتميز عن الرحلة الفردية بأنها:
1- أوفر من حيث التكاليف.
2- لا تستدعي خبرة كبيرة.
3- مؤمنة جميع العناصر الخاصة بالرحلة السياحية.
4- يمكن أن تقوم بها مجموعة يرتبطوا فيما بينهم برابطة معينة مثل رابطة العمل أو القرابة أو التنظيم.
5- تتحمل الشركات السياحية المنظمة تنفيذ كافة عناصر البرنامج السياحي.

س2: تحدث عن المجالات الاجتماعية والثقافية التي تتأثر بالسياحة.
10 د(درجتين لفكرتين من المقدمة+درجتين لكل مجال)

الجواب :

إن الآثار الاجتماعية والثقافية للسياحة لا تقل أهمية عن الآثار الاقتصادية، على الرغم من الترابط بينهما، حيث ترتبط العديد من الآثار الاجتماعية بنتائج السياحة الاقتصادية، وبالتالي ليس سهلاً أبداً تقدير مدى تأثير السياحة على الحياة الاجتماعية في المستقبل، وإن ما يميز السياحة عن القطاعات الأخرى هو وجود الإنسان كمحور رئيسي في العملية السياحية، سواءً كان سائحاً يغادر مجتمعه الذي له مستواه وعاداته وأفكاره ومفاهيمه، أو مواطناً يستقبل ذلك السائح ب مظاهر حياته المختلفة كثيراً أو قليلاً عن السائح.

وتنعكس الآثار الاجتماعية للسياحة في المجالات التالية:

1. الإيديولوجيا : وتشمل المعتقدات والدين والمنهج السياسي والمفاهيم السائدة والأفكار والمواقف من القضايا الاجتماعية والفكرية،

مدرس المقرر: د.

2. المثيولوجيا: وتشمل العادات الموروثة والطقوس وبعض جوانب الخرافات والحكايات والاساطير الشائعة والفلكلور الذي يعني الصور الشائعة لمظاهر الحياة، والتعبير والسلوك العام في اللباس والأكل والعلاقات والفنون والاحتفالات، وتضم الصناعات والحرف التقليدية كتراث أو ميزة.
3. التابو: ويضم المحرمات والممنوعات والتصرفات المقيدة، والأشياء والأفعال التي يستنكرها المجتمع.
4. الطوطم: وهو يمثل المقدسات والرموز التي يحترمها المجتمع، سواءً كانت صوراً أو تماثيل أو رسوم أو حتى أسماء أو عبارات معينة.

س3: تحدث عن خمسة من متطلبات السياحة الإلكترونية. 10 د (درجتين لكل متطلب)

الجواب :
تحتاج السياحة الإلكترونية إلى توفير العديد من المتطلبات لجعلها ناجحة ومستدامة، وأهم هذه المتطلبات هي:
1. التنمية السياحية: يُقصد بها توفير التسهيلات والخدمات المختلفة لإشباع رغبات السياح، من أجل زيادة الآثار الإيجابية للسياحة بما فيها إيجاد فرص عمل جديدة وتوسيع آفاق الدول، وإيجاد القوانين والأنظمة المناسبة.

تتضمن التنمية السياحية الارتقاء والتوسع في الخدمات السياحية وجميع جوانبها، بما فيها أماكن الجذب السياحي، توفير طلبات السياح، التوزيع الجغرافي لأماكن بيع التذكارات والمنتجات السياحية، التدفق والحركة السياحية والعديد من تأثيرات السياحة المختلفة.
2. تنمية البنية الأساسية لوسائل الاتصال والمعلوماتية الحديثة لإتاحة فرصة أوسع للاتصال بخدمات الإنترنت سواء في دولة المنتج السياحي أو الدول المستهدفة بالتسويق السياحي.
3. تنمية مفاهيم التسويق الإلكتروني: ويعني التسويق مجموعة من الأعمال المتعلقة بالسوق والإنتاج، وتقسم المؤسسات مهامها إلى قسمين، الأول يرتبط بالإنتاج والثاني بالتسويق. يقوم التسويق الإلكتروني بتنشيط السياحة من خلال توفيره للمنتج، وهو رحلة سياحية آمنة، ممتعة وملبية لجميع متطلبات السائح.

يُركز التسويق على المبيعات، التوزيع، الإعلانات، توفير خطط الإنتاج وأبحاث السوق، بالإضافة إلى الاتصال بالمستهلكين والتعرف على آرائهم واحتياجاتهم من السلع التي تنتجها شركة أو مؤسسة ما.

أكثر عناصر التسويق تأثيرًا في السياحة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني هو الترويج، حيث أصبح للمواقع الإلكترونية دور كبير في تنشيط السياحة، حيث تُقدم هذه المواقع خدمات مجانية استشارية، ويمكنها أن تقوم بعمل المرشد الذي يدلك على كيفية شرائك لتذاكر السفر، معرفة شركات الطيران، الفنادق، والمطاعم جميعها في المكان الذي ستذهب إليه.

4. تشجيع ظهور الوسيط الإلكتروني Intermediary في قطاع السياحة من خلال العمل على تشجيع إقامة شبكة من المواقع الإلكترونية الموازية لجميع العاملين في قطاع السياحة سواء مجال الفندقة، وخطوط الطيران، ووكالات السفر والمرشدين السياحين، وغيرها من قطاعات العمل السياحي، ويتم بالتعاون مع الوسطاء التقليدين في مجال السياحة فكلاهما مكملاً للآخر.
5. تخليق أنماط جديدة من المؤسسات والهيئات الخاصة بتنشيط السياحة والتي تعتمد في عملها على المواقع الالكترونية المتقدمة على شبكة الانترنت، وتوفير الدعم الفني والمعلوماتي لهذه المواقع، مما يتطلب تصميم هذه المواقع وفق المعايير العالمية المتعارف عليها، بالشكل الذي يساعدها على التنافس مع غيرها من المواقع السياحية المنافسة فى الدول الأخرى.
6. وجود حد أدنى من استخدام التجارة الالكترونية في المعاملات المختلفة ويتضمن استخدام تطبيقات الانترنت والتجارة الالكترونية في المجالات المرتبطة بالسياحة الالكترونية كتذاكر وخدمات الطيران، والخدمات الفندقية، وشركات النقل وتأجير السيارات، والمطاعم السياحية. ويتعلق ذلك باستخدام أنظمة الحجز الآلي من خلال الانترنت في حجز وشراء تذاكر الطيران وغرف الفنادق، وفى إتاحة خدمات الانترنت سواء أثناء السفر على متن الطائرات أو أثناء إقامة السائح في الفنادق.
7. توافر البيئة الثقافية المساندة فمن الضروري لتطبيق السياحة الالكترونية والمعاملات المرتبطة بها شأنها شأن جهود تطبيق الحكومة الالكترونية والمتمثلة بوجود بيئة ثقافية متهيئة لمثل هذا النوع من التعاملات.

س4: قام اتحاد الطلبة في جامعة دمشق برحلة إلى محافظة اللاذقية في فصل الصيف لمدة يومين، وفق المسار التالي:
اليوم الأول: جبلة-المسرح الروماني- وادي الملوك- مقامات بني هاشم-المدينة الرياضية في اللاذقية-المتحف الوطني.

اليوم الثاني: سد بلوران- متحف برهان حيدر للتراث في عين البيضة- بحيرة مشقيتا- شاطئ وادي قنديل.
والمطلوب:

حدد **خمسة أنماط** للسياحة تمثلها الرحلة السابقة، مع ذكر **المعيار** الذي استندت عليه في تحديد كل نمط، وذكر **السبب أو المقصد المعني** بالنمط المذكور.

25 د (درجتين لكل نمط +درجتين لكل معيار+درجة للمقصد).

الجواب :

أولاً: تقسيم السياحة وفقاً للنطاق الجغرافي: داخلية.
ثانياً: تقسيم السياحة وفقاً للغرض منها:

- سياحة الترفيه/ كل المقاصد صحيحة
- سياحة زيارة الآثار والأماكن التاريخية/ مقامات بني هاشم-المسرح الروماني- المتحف الوطني
- سياحة دينية/ مقامات بني هاشم
- السياحة الثقافية والتراثية/المسرح الروماني-المتحف الوطني- متحف برهان حيدر للتراث في عين البيضة
- سياحة رياضية/ المدينة الرياضية في اللاذقية.
- سياحة بيئية/ وادي الملوك-سد بلوران-بحيرة مشقيتا- شاطئ وادي قنديل
- سياحة شاطئية/ شاطئ وادي قنديل.
- أغراض أخرى.

ثالثاً: تقسيم السياحة وفقاً للعدد: سياحة جماعية (منظمة).
رابعاً: تقسيم السياحة وفقاً للعمر: سياحة الشباب.
خامساً: تقسيم السياحة وفقاً لمدة الإقامة:سياحة أيام.
سابعاً: تقسيم السياحة وفقاً لوسيلة النقل المستخدمة: سياحة برية.

س 5. اذكر خمسة من كل مما يلي : 20 د (درجة لكل تعداد)

الجواب :

أ- **المعايير التي انتهجتها فرنسا وإسبانيا لتقسيم أنواع السياحة:**

1. معيار المنطقة الجغرافية.
2. معيار سمات الحركة السياحية وصلتها بمدة الإقامة في البلد المضيف.
3. معيار طبيعة الموسم السياحي وموقعه من فصول السنة.
4. معيار البواعث والدوافع التي تدفع بالسائح إلى مغادرة بلده الأصلي إلى البلد الآخر (المضيف).
5. معيار الخصائص الاجتماعية والاقتصادية التي يتميز بها الطلب السياحي.

ب- **مبادئ السياحة المستدامة:**

عند العمل على تحقيق الرؤى والقضايا سابقة الذكر من خلال السياسات والممارسات المحلية، يجب أن تؤخذ المبادئ التالية بعين الاعتبار:

1. يجب أن يكون التخطيط للسياحة وتنميتها وإدارتها جزءً من استراتيجيات الحماية أو التنمية المستدامة للإقليم أو الدولة، كما يجب أن يتم تخطيط وإدارة السياحة بشكل متداخل وموحد يتضمن إشراك وكالات حكومية مختلفة، ومؤسسات خاصة، ومواطنين سواء كانوا مجموعات أم أفراد لتوفير أكبر قدر من المنافع.
2. يجب أن تتبع هذه الوكالات، والمؤسسات، والجماعات، والأفراد المبادئ الأخلاقية، والمبادئ الأخرى التي تحترم ثقافة وبيئة واقتصاد المنطقة المضيفة، والطريقة التقليدية لحياة المجتمع وسلوكه بما في ذلك الأنماط السياسية.
3. يجب أن يتم تخطيط وإدارة السياحة بطريقة تضمن الحماية والاستخدامات الاقتصادية المثلى للبيئة الطبيعية والبشرية في المنطقة المضيفة.
4. يجب أن يتم عمل تحليل متداخل للتخطيط البيئي والاجتماعي والاقتصادي، قبل المباشرة بأي تنمية سياحية، أو أية مشاريع أخرى بحيث يتم الأخذ بمتطلبات البيئة والمجتمع.
5. يجب أن تتوفر الدراسات والمعلومات عن طبيعة السياحة، وتأثيراتها على السكان والبيئة الثقافية قبل وأثناء التنمية، خاصة للمجتمع المحلي، حتى يمكنهم المشاركة والتأثير على اتجاهات التنمية.
6. يجب أن تهتم السياحة بعدالة توزيع المكاسب بين مروجي السياحة وأفراد المجتمع المضيف والمنطقة.

7. يجب أن يتم تشجيع الأشخاص المحليين على القيام بأدوار قيادية في التخطيط والتنمية بمساعدة الحكومة، وقطاع الأعمال، والقطاع المالي، وغيرها من الجهات.
8. يجب أن يتم تنفيذ برنامجاً للرقابة والتدقيق والتصحيح، أثناء جميع مراحل تنمية وإدارة السياحة، بما يسمح للسكان المحليين وغيرهم من الانتفاع من الفرص المتوفرة، والتكيف مع التغييرات التي ستطرأ على حياتهم.

ت- مجموعة الآثار الاقتصادية غير المباشرة للسياحة:

1. أثر السياحة في تنشيط حركة الإنتاج والاستثمار في القطاعات الأخرى.
2. أثر السياحة في تنمية خدمات البنى التحتية.
3. أثر السياحة في تنمية خدمات البنى الفوقية، والمستوى العمراني والحضاري.
4. أثر السياحة في المستوى العام للأسعار.
5. أثر السياحة في الدخل الحكومي (موازنة الحكومة).
6. أثر السياحة في تطوير الأماكن الأثرية والتاريخية والتراثية والفلكلورية.
7. أثر السياحة في الإعلام.
8. أثر السياحة في التبعية الاقتصادية.

ث- فوائد السياحة البيئية:

للسياحة البيئية فوائد جمة لا تقتصر على البيئة بل تتعداها إلى الاقتصاد والثقافة وحقوق الإنسان ومنها:

1. تخفيف الضغط الواقع على الأنظمة البيئية في الأماكن السياحية بما يضمن استدامة الموارد الطبيعية.
2. تعمل على الحفاظ على الموروث الثقافي والحضاري للسكان المحليين والحفاظ على القيم الإنسانية والديمقراطية للشعوب.
3. تزيد من فرص العمل لسكان المناطق الريفية وخاصة للعمالة غير المدربة والتي قد تجد في نقل السائح وأمتعته على الدواب عبر الأماكن السياحية مصدراً مهما للدخل.
4. تشجع تطوير تلك المناطق بطريقة تحافظ على مقوماتها الريفية الجميلة، وتمنع الشركات السياحية العملاقة من إقامة المنشآت السياحية الضخمة، فالسياحة البيئية تقوم على المنتجعات الصغيرة والفنادق الصغيرة أو النزل الريفي المتواضع، وليس على الفنادق الضخمة ذات المستوى الراقي، وهذا يعني توزيع الدخل السياحي على شريحة اكبر من السكان وعدم حصره بأيدي بعض المستثمرين الكبار.
5. تساهم السياحة البيئية في تطور الاقتصاد الأخضر القائم على حماية البيئية واستدامة الموارد .
6. تزيد من فرص نمو التعليم البيئي في الدول النامية التي تعاني من معدلات عالية من التلوث نتيجة غياب تقنيات معالجة النفايات الصلبة والسائلة، وعدم تطبيق قوانين صارمة للحفاظ على البيئة والموارد.
7. تساهم في الحفاظ على المناطق الأثرية من التدهور بفعل الممارسات الخاطئة لبعض السائحين والتي تؤدي إلى حرمان العالم من موروث ثقافي مهم.

مدرس المقرر

د. هبه سلهب