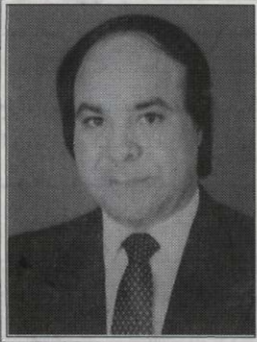


العنوان:	الموسوعة السياحية
المصدر:	إدارة الاعمال
الناشر:	جمعية إدارة الاعمال العربية
المؤلف الرئيسي:	السيسي، ماهر عبدالخالق
المجلد/العدد:	ع 103
محكمة:	لا
التاريخ الميلادي:	2003
الشهر:	ديسمبر
الصفحات:	76 - 79
رقم MD:	62112
نوع المحتوى:	بحوث ومقالات
قواعد المعلومات:	EcoLink
مواضيع:	الخدمات السياحية، التنمية السياحية، إدارة السياحة، إدارة الجودة الشاملة، الجودة السياحية
رابط:	<a href="http://search.mandumah.com/Record/62112">http://search.mandumah.com/Record/62112</a>

# الموسوعة السياحية



إعداد/ ماهر عبد الخالق السيسى

إستشارى طيران دولى وسياحة بالاياتا- الأوفتا- جنيف

أستاذ محاضر بكليات ومعاهد السياحة والفنادق

أ. محاضر بقسم الدراسات السياحية (التعليم المستمر- الجامعة الأمريكية- القاهرة)

●● أصبح واضحاً للجميع بأن السياحة أصبحت قاطرة للنمو الاقتصادى والاجتماعى والحضارى...

ويتساوى فى ذلك الدول الغنية ذات المصادر المتعددة للدخل وأيضاً الدول الساعية إلى النمو بتعزيز مصادر دخلها بتنشيط السياحة إليها فنحن فى عالم يضع السياحة على رأس الأولويات باعتبارها مدرة للدخل.. وكثيفة العمل وباعثة على نمو ورواج العديد من الصناعات والخدمات المرتبطة بها بشكل مباشر أو غير مباشر فقد أضحت السياحة الصناعة التصديرية الأولى فى العالم بنهاية القرن العشرين.. وكذلك... فى بلدنا... «مصر» المصدر الأول للدخل القومى... وركيزة أساسية من ركائز النشاط الاقتصادى المصرى بمساهمتها بنحو (١١٪) من إجمالى الناتج القومى... (عام ٢٠٠٠).

■ ولذا.. سوف نتناول - إن شاء الله - فى كل عدد من مجلتنا الغراء.. موضوعات تحت هذا الإطار... تثرى معرفتنا.. سياحياً.. كإضافة إلى معرفتنا العامة... بما يحقق الجودة المعلوماتية لدينا... كقراء... فاهلاً بكم.

## عوامل نجاح الخدمة السياحية (\*)

يتوقف نجاح الخدمة السياحية وتفوقها على

بعض العوامل، ومن أهمها:

### ١) مدى تميز الخدمة:

يقصد بتميز الخدمة السياحية فى أى دولة هو مقدار ما تتصف به هذه الخدمات من مزايا غير موجودة فى خدمات الدول السياحية المنافسة. بمعنى ان يكون للخدمة أسلوب معين أو شكل خاص أو مستوى جودة مرتفع لا يتوافر فى الخدمات المناظرة بالدول المنافسة.

يحقق منفعة جديدة للسائح مما يعمل على

زيادة حجم الطلب السياحى المتوقع.

- وأيضاً مد الخدمات السياحية الى

قطاعات جديدة وأسواق سياحية جديدة لم

يسبق التعامل معها من قبل.

- وإضافة خدمة سياحية مكملة للخدمة

القائمة فعلاً بمعنى اضافة شركات

السياحة - مثلاً - الخدمة الفندقية الى

خدماتها أو اضافة خدمات سياحية مكملة

للخدمات السياحية (خدمة الصرافة -

التأمين).

## كيفية تطوير الخدمات السياحية

- لتطوير الخدمات السياحية وتحسين

مستواها فى أى دولة سياحية يمكن

الاعتماد على مدخلين أساسيين هما:

أ) إدخال تحسينات وتعديلات جوهرية على

الخدمات السياحية الموجودة وذلك بتطوير

بعض هذه الخدمات بما يتلاءم مع

احتياجات ورغبات السائحين وبما هو

مستخدم فى الدول السياحية المتقدمة.

ب) استحداث خدمات سياحية جديدة لم

تكن موجودة من قبل بالمنتج السياحى بما

بتسوية شكاوى العملاء. وظل الأمر هكذا حتى ظهرت فى الولايات المتحدة الأمريكية وفى الدول الأوروبية الغربية تشريعات حماية المستهلكين. فبدأت رقابة الجودة تأخذ حقا كوظيفة ضرورية فى النشاط الاقتصادى. وأصبحت رقابة الجودة خصيصة لازمة من خصائص انتظام الخدمة السياحية وضمانا من ضمانات إشباعها لرغبات السائحين وتحقيق رضائهم.

## ● ضمان الجودة Quality Assurance فى السياحة

- يمكن تعريف الجودة بأنها ارتفاع الخدمة السياحية إلى المستوى المتوقع من السائحين.. ويجب النظر الى الجودة على انها رضا العملاء والعاملين معاً. وهى السبيل المؤكد لرفع الإنتاجية وزيادة الدخل فى المنشآت السياحية بوجه عام.

- ومما يجب تكيده أن هناك جودة تتفق مع كل سعر ومع كل مستوى استهلاكى. وعلى ذلك فالجودة يمكن أن تتوفر فى المنتجات والخدمات فى المستوى الأدنى كالفنادق متوسطة الدرجة والمطاعم والكافتيريات المعقولة السعر. وعلى ذلك يجب أن يتوخى الفندقون ومدبرو ومنظمو الرحلات توفير الجودة كهدف وان يلتزم العاملون فى هذه المنشآت بتحقيق مستويات الجودة التى يتوقعها السائحون.

- وهذا المبدأ يعبر عنه بضمان الجودة عند كل مستوى من مستويات العمل السياحى وهو مبدأ يتأسس على العمل الجماعى وعلى مدى الاستعداد للمساهمة بالأفكار والأعمال التى تؤدى الى تحسين ورفع مستوى الخدمة.

● ما الإجراءات التى يجب اتخاذها لرفع كفاءة الخدمات السياحية لتحقيق رضا السائحين.

### ● تضمن الإجراءات:

- التسهيلات السياحية فى السياحة الدولية.
- حسن الضيافة.
- رفع مستوى الخدمة الفندقية.
- خدمات الأغذية والمشروبات.
- خدمات النقل.
- ضمان فعالية شركات السياحة ومنظمى الرحلات الشاملة.
- حسن إدارة وسائل الترويج.

## 0) ارتفاع مستوى الخدمة:

يرتبط الطلب السياحى دائماً بمستوى الخدمة السياحية التى تقدمها الدول المختلفة للسائحين القادمين إليها بحيث يمكن الاعتماد على هذه الخدمة السياحية المتميزة كعنصر رئيسى من عناصر الجذب السياحى. أما اذا كانت هذه الخدمات ليست على المستوى المطلوب والملائم لشرائح السائحين المختلفة أثر ذلك على حجم الطلب السياحى المستهدف من الأسواق الأخرى.

## 1) مناسبة أسعار الخدمة:

تعتبر الخدمة السياحية الجيدة بالسعر المناسب هى جوهر العمل السياحى الناجح لأن السائح دائماً بعيد النظر ذو حساسية شديدة للخدمات التى تقدم له فى مناطق الزيارة، ويبحث عن الأفضل بأنسب الأسعار. لذلك فإن الخدمات السياحية التى تتصف بالرقى والتطور مع التسعير المناسب لها دور فى زيادة الطلب السياحى.

## ● كيف يمكن رفع مستوى جودة الخدمات السياحية؟ (\*)

تضمن إعلان مانيلا عن السياحة العالمية عام ١٩٨٠ معالجة لتحسين جودة العرض السياحى كما يلي:

«إن تحسين مستوى جودة العرض السياحى، الذى يؤثر بدوره فى احترام المستهلك - هو هدف يجب وضعه فى الاعتبار دائماً، ولا يعنى ذلك ان تكون الخدمات ذات مستوى رفيع فقط بل يجب ان تكون التسهيلات السياحية مخططة تخطيطاً دقيقاً مع الأخذ فى الاعتبار طبيعة الطلب لكى يمكن ضمان إتاحة السياحة - بنوعها الداخلية والخارجية - لشرائح أكبر من السكان وفى ذات الوقت الحفاظ على مستوى جودة هذه التسهيلات».

## ● أهمية رقابة الجودة Quality Control

كانت أجهزة السياحة القومية وموردو الخدمات السياحية، الى عهد قريب لا يعنون تماماً بأهمية رقابة الجودة فى المنتجات والخدمات السياحية. وكانوا يعتقدون بأن هذه الرقابة هى نوع من التفتيش. ولهذا كانت رقابة الجودة تختلط فى أذهانهم

لذلك فإن تميز الخدمة يعتبر من عوامل الجذب السياحى التى تعتمد عليها بعض الدول السياحية.

## 2) طبيعة الخدمة السياحية:

كلما اتصفت الخدمة السياحية بالسهولة واليسر فى تقديمها بعيداً عن التعقيد والصعوبة كلما كانت أكثر فائدة وجذباً للسائحين. لأن السائح يبحث دائماً عن الراحة والهدوء والاستقرار وهذا لا يتحقق فى ظل الخدمات السياحية التى تتصف بكثرة الإجراءات والتعقيدات التى نراها ونسمع عنها كثيراً فى مختلف مراحل العمل السياحى مثل الإجراءات الطويلة التى تتبعها بعض الشركات فى إجراء التعاقدات على برامج سياحية هذا بالإضافة الى صعوبة الحصول على خدمات الاستعلام وخدمة التنقلات الداخلية بين المناطق السياحية المختلفة.

## 3- أسلوب تقديم الخدمة السياحية:

يهتم السائحون عادة بالأسلوب الذى يتم به تقديم الخدمات السياحية بجانب اهتمامهم بمستوى جودتها ومقدار ما تحققه لهم من خدمات ومنافع توفر لهم إشباع حاجاتهم المختلفة. فالخدمة السياحية سواء كانت فى مجال الاتصالات أو النقل أو الإقامة.. الى غير ذلك يجب ان تقدم للسائح بصورة تليق بمكانة الدولة السياحية وتتفق مع القواعد والبروتوكولات التى تنظم العمل السياحى بمختلف مجالاته.

## 4) وضوح الخدمة السياحية:

يعتبر وضوح الخدمة السياحية من أهم العوامل الهامة المؤثرة فى نجاح الخدمة السياحية. لذلك فإن الخدمات السياحية التى تقدمها الدولة للسائحين يجب ان تكون واضحة ومعروفة لديهم من حيث أماكن تواجدها وأنواعها وأسعارها وما الى ذلك من بيانات هامة تهم السائحين مثل خدمة الاتصالات التليفونية والبرقية.. الخ وكذلك باقى الخدمات السياحية الأخرى.

فكلما زادت معلومات السائحين عن الخدمات المقامة لهم ومعرفتهم بمزاياها وأسعارها وشروط الاستفادة منها كلما زاد تقبلهم لها وإقبالهم عليها.

- وسوف نتناولها بشئ من التفصيل على النحو التالي:

## ● التسهيلات في السياحة الدولية

قد يتطلب ممارسة سيادة الدولة وتحقيق أمنها فرض الرقابة الدقيقة على دخول وخروج الأجانب وبخاصة في أوقات الأزمات في حين يستلزم التوسع السياحي الحد من هذه الإجراءات أو تخفيضها على الأقل الى القدر الذي يشعر معه السائحون بالراحة والسرعة في دخول الدولة والخروج منها. وتشمل إجراءات الحدود عادة إجراءات تسهيل منح تأشيرات الدخول وسرعة إنهاء إجراءات المطارات والموانئ من جوازات وجمارك ونقد وصحة وغير ذلك وكلما خفت هذه الإجراءات أو تلاشت كلما تحقق رضا السائحين وزاد إقبالهم على الدولة.

ولقد تضمن إعلان مانيتا عن السياحة العالمية بالنسبة الى التسهيلات السياحية ما يلي:

## ● المؤتمرون.

«يدعو الدول، على أساس المعاملة بالمثل وانفراديا الى دراسة إمكانية إلغاء تأشيرات الدخول بالنسبة الى الإقامة القصيرة للسائحين».

«يعتبر أن تنمية حركة السياحة بين الدول النامية تتطلب تسهيل الإجراءات النقدية ومرونتها».

«يعبر عن الرأي بأن الضرائب المستحقة على السائحين بسبب النشاط السياحي ضارة بالسياحة ما لم تستثمر هذه الإيرادات الضريبية مباشرة في القطاع السياحي وفي تنشيط السياحة».

«يستحث الحكومات أن تمتنع عن فرض القيود والإجراءات أو أى موقوفات أخرى على دخول أو خروج السائحين سواء كانت مادية أو نفسية».

«تدعو الدول الى الاعتراف واحترام حق الفرد - بغض النظر عن ديانته أو جنسه أو معتقده أو محل إقامته - في زيارة وطنه، وأن تعمل كل ما من شأنه تسهيل حرية الانتقال وضمان أمنه».

## ● حسن الضيافة

يتعين أن يتدرج مبدأ حسن الضيافة في السياسة السياحية للدولة، وأن تنظم تسهيلات الضيافة وحسن الاستقبال بشكل يجعلها عنصرا متميزا من عناصر خطط وبرامج التنمية

السياحية واستراتيجيات التسويق والحملات التثقيفية وجزءاً لا يتجزأ من وسائل الإعلام والاتصال بالأسواق ومن برامج التدريب السياحي.

ولذلك فإن بعض الدول السياحية المتقدمة مثل إيطاليا وفرنسا تنظم برامج تدريبية مستمرة في السياحة لموظفي الجوازات والجمارك في المطارات والموانئ ونقاط الدخول والخروج البرية.

**وطالما ان الضيافة هي إحساس واتجاه وسلوك فإنه يمكن التفكير في مبادئ معينة تبناها الدول السياحية على المستويين القومي والإقليمي:**

- أعطاء كم أوفى من المعلومات عن العرض السياحي القومي والإقليمي للأسواق السياحية المختلفة مع معلومات واضحة عن مستوى كفاءة وجودة الخدمات والأسعار، وعرض صورة سياحية جذابة لدولة المقصد السياحي بأقاليمها المختلفة.

- محاولة الحفاظ على الطابع الأصيل لكل إقليم أو منطقة سياحية داخل الدولة مع التركيز على إبراز هذا الطابع في الحملات التثقيفية.

- الترحيب بالسائحين عند مداخل الدولة وكل إقليم أو منطقة سياحية فيها عن طريق اللافتات الإرشادية والترحيبية ومكاتب الاستعلامات السياحية وتقديم مشروب الضيافة في المطارات والموانئ ومداخل الأقاليم والمناطق والمدن المختلفة وداخل الفنادق وفي مختلف مناطق الجذب السياحي. - الاهتمام بالشكاوى التي يقدمها السائحون بمعالجة أسباب الشكاوى والرد على مقدميها بسرعة.

- إقامة مكاتب استعلامات سياحية بالمناطق الاستراتيجية السياحية تزود بمضيفين ومضيفات يتقنون عدة لغات.

- تسهيل مزاولة الرياضات المختلفة للسائحين في النوادي الرياضية المختلفة والفنادق والقرى السياحية.. الخ.

- تزويد الطرق المختلفة بالافتات كافية وفقاً للتصميم الدولي المتفق عليه.

- تطبيق سياسات متهابونة للسائحين فيما يختص بمخالفات المرور وما يجرى على منوالها.

## ● الخدمات الفندقية وخدمات الإغذية والمشروبات:

نظراً لاختلاف أماكن الإقامة السياحية وأماكن خدمة الأغذية والمشروبات جنسا ونوعا ودرجة وحجما وموقعا، فإنه يصعب، ان لم يكن يستحيل، وضع قائمة لحصر كل الإجراءات اللازمة لتحسين مستوى الخدمات الفندقية وخدمات الطعام والشراب والتي تساهم بطريق مباشر أو غير مباشر في تحقيق رضا السائحين. على أنه يمكن القول إجمالاً أنه الى جانب نظم تصنيف الفنادق وأماكن الإقامة التكميلية، يمكن اتخاذ الخطوات التالية:

- ضرورة تجانس واتساق المباني مع طبيعة الموقع والبيئة من الناحيتين المعمارية والإنشائية وان تتوافق مع الجوانب الاجتماعية والحضارية للمجتمع.

- تقييم أماكن الإقامة السياحية من حيث اتساقها مع التطورات الحديثة في احتياجات ورغبات السائحين التي تزداد عمقا وتنوعا وتتمو بصفة مستمرة بسبب اشتراك شرائح وقطاعات اجتماعية أكبر من السكان في النشاط السياحي.

- الاستجابة الى الحاجات المحددة لكل شريحة من شرائح السائحين مثل الشباب والعائلات وكبار السن ومحبي الرياضات المختلفة وسائحي الحوافز.. الخ.

- تحسين مستوى المعلومات المتاحة عن تسويق الخدمات الفندقية وتوزيعها عن طريق قنوات التوزيع المختلفة مع شرح أسباب وحجم العمولات المطلوبة.

- تحسين مستويات الريح في الفنادق عن طريق سياسات التسعير الفعالة مع التأكيد على المنافسة الشريفة ومع إطلاع المواسم لرفع نسب الإشغال.

- تنمية التعاون بين مديري الفنادق للاستفادة من الوسائل الجديدة لزيادة الإنتاجية تتطلب وحدات كبيرة تتجاوز إمكانيات الفندق الواحد (كالمغسلة والأنظمة الالكترونية للحجز المركزي وإدارة المشتريات المشتركة).

- تدريب مسئولى المنشآت الفندقية على طرق الإدارة الحديثة ورقابة الجودة.

- الحيلولة نون أن تصبح الخدمات آلية (غير شخصية) نتيجة سيطرة مبدأ الكم على مبدأ الكيف، وسيادة ما هو وظيفي على ما هو إنساني، والتطور التكنولوجي نحو الآلية.

## ● خدمات النقل:

إن تحسين خدمات النقل السياحي يتطلب أكثر من السرعة والأمان والتكلفة المناسبة والانضباط في المواعيد. إن كثيراً من السائحين قد يتضررون من أمور تفصيلية مثل عدم تأكدهم مما إذا كان عليهم ان يدفعوا رسم المغادرة أم لا أو لانتظارهم ممدداً طويلاً في محطات السكك الحديدية أو بالمطارات عند الوصول الى المقصد السياحي.

**وعلى سبيل المثال فإن الخطوات التي يجب اتباعها هي:**

- تهادى فوضى أسعار السفر بزيادتها دون إخطار مسبق وترك فترة كافية قبل نفاذ الأسعار الجديدة (سنة مثلاً).

- يجب تزويد السائحين بمعلومات كاملة عن خدمات النقل.

- وضع اللافتات الإرشادية الكافية في المطارات وفي محطات السكك الحديدية والموانئ وعلى الطرق مع تحسين مستوى الراحة والنظافة في تلك الأماكن وفي وسائل النقل المختلفة.

- تسهيل الانتقال من وسيلة نقل إلى أخرى وبوجه خاص في وسط المدينة.

- رفع مستوى خدمات الطعام في الطائرات والقطارات وفي مطاعم وكافيتريات محطات السكك الحديدية وفي المطارات.

## ● خدمات شركات السياحة ومنظمي برامج الرحلات الشاملة:

كانت خدمات شركات السياحة ووكالات السفر في الأصل محددة وتلخص في خدمات الوسيط بين السائح أو المسافر وبين موردي الخدمات السياحية المختلفة كشركات الطيران والفنادق وغيرها. وكانت هذه الخدمات بسيطة إذا ما قورنت بالتي كانت تقدمها شركات السياحة ومنظمي الرحلات.

في الوقت الحاضر أصبح هؤلاء موزعون للخدمات التي ينتجها موردي الخدمات السياحية مما دفع بكثير من الدول السياحية في الحقب الأربعة الأخيرة الى استصدار التشريعات المنظمة لأعمال شركات السياحة ومنظمي برامج الرحلات السياحية الشاملة. ومع اختلاف هذه التشريعات توسعا وضيقا ومن حيث إحكام الرقابة على تلك الشركات فلا يزال الباب مفتوحا على مصراعيه لرفع

مستوى الجودة في أعمال شركات السياحة لإمكان تحقيق أعلى درجة من الرضاء لدى السائحين مجموعات وفرداى سواء من حيث جودة البرامج السياحية ذاتها وتقديم مختلف الخدمات المتعاقد عليها بدقة وانضباط أو من حيث اختيار مقاصد سياحية متميزة تستطيع أن تقدم للسائح تجربة سياحية مثالية لا تنسى، مع تعدد واختلاف أنماط السياحة في الوقت الحاضر. ومن المقترحات التي يمكن تنفيذها لرفع مستوى هذه الخدمات ما يلي:

- تقديم المعلومات الكافية والصادقة للسائحين عن البرامج السياحية المختلفة بمختلف مكوناتها.

- القيام بدور مستشارين للسفر والسياحة إلى جانب دورهم كموزعي خدمات سياحية مع تدريب العاملين على هاتين الصفتين.

- الاهتمام بتأكيد الحجوزات طبقاً للبرامج والإسراع في تنفيذ الخدمات قبل مواعيد السفر بمدة كافية.

- ممارسة الرقابة على جودة الخدمات الموعد بها والمقدرة.

- تحسين العلاقات ودعم الثقة بين وكالات السفر والسياحة وموردي الخدمات السياحية.

- زيادة عدد رحلات دراسة المقاصد السياحية المختلفة للحصول على معلومات كاملة وحقيقية عنها لإفادة عملائهم بتشخيص أدق للمنتجات السياحية المختلفة.

- الاهتمام بدراسة شكاوى العملاء والعمل الجاد على حل المشكلات.

- تنوع أسعار الخدمات تبعاً لاختلاف البرامج مستوى ومدة ومكاناً مع التأكد من أن تكون أسعار البيع متناسبة مع مستوى الخدمات المختلفة المقدمة.

## ● حسن إدارة وسائل الترويج:

يعتبر الترويج المنظم أحد العوامل الأساسية في برامج الزيارات السياحية وهو في ذات الوقت عامل رئيسي من عوامل تحقيق رضاء السائحين.

**وهناك عدة تدابير يمكن اتخاذها لزيادة فعالية الترويج منها ما يلي:**

- ضرورة إدخال مناطق لسير السائحين على الأقدام داخل المنتجعات السياحية وفي مناطق الزيارات السياحية.

- تشجيع المواطنين على طلاء منازلهم من الخارج.

- التنسيق بين الترويج السياحي وبين النشاطات الاجتماعية والثقافية للمواطنين (المعارض الفنية والأوبرا والعروض الفلكورية).

- تشجيع مديري الفنادق والقرى السياحية وغيرها من أماكن الإقامة السياحية على إنشاء مكاتب للاطلاع وتنظيم الندوات التي يشترك فيها السائحون والزائرون في الموضوعات العامة. وتنظيم عروض الأزياء والأمسيات الموسيقية.

- تنظيم مسابقات للفنادق والقرى السياحية لوسائل الترويج مع تسليم جوائز وحوافز للسائح الذي لا يتحقق رضاه الكامل إلا بتحقيق أعلى جودة ممكنة لتجربته السياحية من خلال جودة عالية للعرض السياحي بكافة مكوناته تتلاقى معه وتشبع رغبات وتوقعات ودوافع السائحين.

وغير خاف ان السائحين يتطلعون - إزاء المنافسة السياحية الشديدة بين المقاصد السياحية حول العالم - الى الخدمة المتميزة والجودة الأعلى للمنتجات السياحية من خلال إدارة كفه للعرض السياحي واستقرار سياسى واقتصادي وتخطيط وتصميم يحقق المستوى الجمالى ويحافظ على البيئة.. فى حدود أسعار تنافسية.

● **فالجودة هي معيار السبق والتميز في عالم اليوم والغد والفوز بمستقبل أفضل لمن يملك الجودة ويحترم السائح.** فمن يملك الجودة سيمتلك السائح ولن يستطيع أحد ان يرفع أسعاره إلا اذا كان يتمتع بجودة عالية فى خدماته.

ويدون الجودة ومراعاتها فى جميع المجالات سوق نخسر أهم عناصر الأذهار السياحي وهو عنصر (تكرارية الزيارة).

- الجودة هي أساس التنمية ومعيار القدرة على الاندماج فى الاقتصاد العالمى الذى تفتحت آفاقه وتلاشت حدوده.

- الجودة وتطبيق المواصفات القياسية العالمية لها والحصول على شهادات الأيزو ( ٩٠٠٠ - ISO ٩٠٠١ ) من أهم الوسائل الإيجابية الفعالة لمواجهة تحديات العولة السياحية وتحرير الأسواق.

**ماهر عبد الخالق السيسى**