



توصيف الوحدة الأولى: قطاع السفر والسياحة



المحتوى

- دراسة أنواع عملاء السفر والسياحة واحتياجاتهم.
- استكشاف مساهمة السفر والسياحة في اقتصاد الوجهة العالمية.
- البحث في منظمات السفر والسياحة.
- دراسة العوامل المؤثرة على قطاع السفر والسياحة.

الوحدة بإيجاز

تمهد هذه الوحدة الدراسية للمتعلمين لدراسة الوحدات الأخرى في مجال السفر والسياحة. ويتمكن المتعلمون من خلالها من اكتشاف المكونات الرئيسية لقطاع السفر والسياحة من خلال استخدام البيانات لتحليل الاتجاهات الرئيسية في هذا القطاع وتأثيراتها.





مدخل الى الوحدة الدراسية

تُعد صناعة السفر والسياحة واحدة من أكبر القطاعات الاقتصادية في العالم، حيث تساهم بأكثر من 10% من الناتج المحلي الإجمالي العالمي وتدعم أكثر من 300 مليون وظيفة.

في هذه الوحدة، ستتمكن من تطوير المهارات اللازمة لدراسة وتفسير وتحليل مجموعة متنوعة من الإحصائيات التي تقيس أهمية السياحة. هناك العديد من التأثيرات المتغيرة على هذا القطاع، بعضها يقع تحت سيطرة مؤسسات السفر والسياحة، بينما يقع البعض الآخر خارج سيطرتها. ستحتاج إلى معرفة كيف تتفاعل المؤسسات مع التغييرات والاتجاهات لتحديد سياساتها التشغيلية الحالية والمستقبلية.

ستكتسب فهمًا لنطاق قطاع السفر والسياحة، ومصطلحاته، ومكوناته الرئيسية. السفر والسياحة عملٌ تجاريٌّ يضع العميل في صدارة اهتماماته. لكل نوع من المؤسسات أدوارٌ مختلفة، وتُقدّم مجموعةً متنوعةً من المنتجات والخدمات لأنواعٍ مختلفةٍ من العملاء. ستحتاج إلى ذكر أمثلةٍ لمؤسساتٍ رئيسيةٍ في جميع القطاعات، وفهم كيفية تعاون هذه المؤسسات معًا لتحقيق منفعتها ومنفعة عملائها.

ستتمكنك هذه الوحدة من مواصلة التعليم العالي أو الالتحاق بوظيفة في قطاع السياحة والسفر من خلال تطوير معرفتك بكيفية تحليل بيانات السفر والسياحة واتخاذ قرارات بناءً على معلومات من مصادر متنوعة.

التقييم

تحتوى هذه الوحدة على مجموعة متنوعة من طرق التقييم، ويتعين على الطالب اكمال موجز المهام الخاصة بمجموعة بيرسون التعليمية.

أهداف التعلم

- أ. دراسة فئات عملاء السفر والسياحة واحتياجاتهم.
- ب. استكشاف مساهمة قطاع السفر والسياحة في اقتصاديات الوجهة السياحية العالمية.
- ج. البحث في شركات السفر والسياحة.
- د. دراسة العوامل المؤثرة على قطاع السفر والسياحة.



ملخص الوحدة

الهدف التعليمي	المواضيع الرئيسية	طريقة التقييم
أ. دراسة أنواع عملاء السفر والسياحة واحتياجاتهم.	1. أنواع السياحة. 2. أنواع السفر. 3. أنواع عملاء السفر واحتياجاتهم.	يتم تقييم الوحدة الدراسية من خلال عناصر التقييم المقررة الخاصة بمجموعة بيرسون التعليمية.
ب. استكشاف مساهمة قطاع السفر والسياحة في اقتصاد الوجهة السياحية العالمية.	1. السياحة واقتصاد الوجهة. 2. السياحة العالمية. 3. التوظيف في قطاع السفر والسياحة. 4. أعداد السياح.	
ج. البحث في منظمات وشركات السفر والسياحة.	1. الملكية والأهداف. 2. القطاعات الرئيسية للسفر والسياحة. 3. العلاقات المتبادلة والترابطات في قطاع السفر والسياحة. 4. التكنولوجيا في قطاع السفر والسياحة.	
د. دراسة العوامل المؤثرة على قطاع السفر والسياحة.	1. العوامل المؤثرة على شركات قطاع السفر والسياحة. 2. استجابة مؤسسات قطاع السفر والسياحة للعوامل الخارجية.	

المحتوى

هدف التعلم أ : دراسة أنواع عملاء السفر والسياحة واحتياجاتهم
هناك أنواع مختلفة من السياحة وأغراض عديدة للسفر. تختلف هذه
الأغراض باختلاف نوع العميل واحتياجاته.

أ. أنواع السياحة

- السياحة هي رحلة بعيدًا عن الوطن ليلة واحدة أو أكثر:
- السياحة الداخلية: قضاء العطلات المحلية والرحلات داخل بلد الإقامة.
 - السياح الوافدون: الزوار القادمون من الخارج إلى البلد.
 - السياح المغادرون : السياح الذين يغادرون بلد إقامتهم للسفر إلى بلد آخر.





2. أنواع السفر

• السفر الترفيهي : السفر من أجل المتعة أو الاستمتاع أو الاسترخاء أو الاهتمامات الخاصة.

1. فترات راحة قصيرة - فترات راحة في المدينة، فترات راحة في الريف.
2. العطلات - باقات العطلات، العطلات الخاصة، الرحلات البحرية.
3. المناسبات الخاصة - المناسبات الرياضية الكبرى، الفعاليات الموسمية.

• سفر العمل: مرتبط بالعمل أو الوظيفة، ولكنه سيُقام بعيدًا عن مكان العمل المعتاد. قد يشمل أو لا يشمل المبيت.

1. اجتماعات، حوافز، مؤتمرات، معارض.
2. تدريب - ذاتي أو للآخرين.
3. عقود عمل قصيرة الأجل - في مناطق أخرى من نفس البلد أو في الخارج.

• السفر المتخصص: يرتبط عادةً بغرض السفر - هواية، رياضة، اهتمام، أو لتلبية احتياجات محددة حسب نوع العمل:

1. مغامرة.
2. صحة.
3. تعليم.
4. تراث، ثقافة.
5. السنة الفاصلة.
6. الحفاظ على البيئة، السياحة المستدامة، السفر المسؤول.
7. اهتمامات خاصة/هوايات/رياضة.
8. حفلات الزفاف/شهر العسل.
9. الحج (السياحة الدينية).



• زيارة الأصدقاء والأقارب:

1. قد تكون محلية، داخلية، أو خارجية.
2. تتضمن المبيت، عادةً في منزل صديق أو قريب.
3. تتضمن السفر بعيدًا عن منطقة أو إقليم الوطن.
4. قد تتضمن السفر إلى بلد آخر.
5. قد تكون لأغراض الترفيه أو العمل.

• رحلات يومية: زيارات لا تتضمن المبيت:

1. مناطق الجذب السياحي.
2. مدن للتسوق المتخصص أو الفعاليات.
3. الريف للاسترخاء أو ممارسة بعض الأنشطة.

3. أنواع عملاء السفر والسياحة واحتياجاتهم

1. الأفراد والأزواج والعائلات من مختلف الأعمار.
2. المجموعات مثل المجموعات التعليمية، كبار السن، وذوي الاهتمامات الخاصة.
3. المسافرون من فئة رجال الأعمال.
4. الاحتياجات العامة للعملاء مثل إمكانية الوصول، المرونة، والمنتجات والخدمات.
5. الاحتياجات المحددة للعملاء، مثل النظام الغذائي، اللغة، الثقافة، البصر، السمع، والتنقل.

هدف التعلم ب: استكشاف مساهمة السفر والسياحة في اقتصاد الوجهة العالمية

يُعد قطاع السفر والسياحة من أكبر القطاعات في مجال الخدمات. ويمكن قياس حجم هذا القطاع إقليميًا ووطنياً وعالمياً من حيث الاقتصاد والتوظيف وأعداد الزوار.

ب1. السياحة واقتصاد الوجهات العالمية

- إحصائيات السياحة من حيث:

1. الترتيب العالمي.
2. عدد السياح الوافدين.
3. المناطق الرئيسية المولدة.

- أهمية السياحة للاقتصاد:

1. قيمة السياحة الوافدة وإيرادات السياحة.
2. مساهمة السياحة في ميزان المدفوعات والناتج المحلي الإجمالي.
3. أرباح العملات الأجنبية.
4. التسرب - يُعرّف بأنه الدخل المتحصل من السائح الذي يدخل بلدًا ما ولكن لا تحتفظ به تلك الدولة.
5. التأثير المضاعف - يُعرّف بأنه الإنفاق المباشر من قبل السياح والذي يتم تدويره عبر الاقتصاد من خلال المنتجات والخدمات الغير المباشرة.





ب2. التوظيف في قطاع السفر والسياحة

يمكن أيضًا قياس حجم صناعة السفر والسياحة باستخدام وتحليل الإحصاءات المتعلقة بالتوظيف والاتجاهات. يشمل التوظيف أنواع الموظفين العاملين مباشرة في قطاع السياحة على جميع المستويات، بما في ذلك المهام المساندة. كما يشمل التوظيف غير المباشر في الصناعات التي يعتمد عليها قطاع السفر والسياحة من أجل الحصول على الدعم.

• التوظيف المباشر في قطاعات السفر والسياحة:

- مراكز ومحاو النقل والمنافذ الرئيسية.
- 1. مبادئ النقل.
- 2. منظمي الرحلات السياحية.
- 3. وكلاء السفر.
- 4. مناطق الجذب السياحي.
- 5. أماكن الإقامة.
- 6. الجمعيات التجارية والهيئات التنظيمية.
- 7. خدمات المعلومات والترويج.

• التوظيف غير المباشر في المؤسسات التي تدعم السفر والسياحة:

- o شركات التأمين.
- o باحثو محتوى الكتيبات والمواقع الإلكترونية وصيانتها.
- o موردو التجزئة والمطاعم والضيافة.
- o محلات بيع التذكارات والمصنعين.
- o صحافة السفر.

أنواع التوظيف:

- 1. التعامل مع العملاء مثل المرشدين السياحيين، طاقم الطائرة، وموظفي مراكز الاتصال.
- 2. الدعم والإدارة.
- 3. برامج الدراسات العليا والتدريب في قطاع السفر والسياحة.
- 4. المناصب الإدارية والإشرافية.



ب.3. أعداد الزوار

يمكن قياس حجم الصناعة من خلال تحليل أعداد الزوار وأنواع السياحة. الإحصائيات التي توضح اتجاهات أنواع السياحة هي طريقة لتحليل نمو أو تراجع النشاط.

• أعداد الزوار حسب نوع السياحة:

1. محلي.
2. قادم.
3. مغادر.
4. أعمال.
5. زيارة الأهل والأصدقاء.
6. رحلات يومية.

• أعداد الزوار حسب عوامل أخرى:

1. نوع النقل.
2. بلد المنشأ أو الوجهة.
3. نوع مكان الإقامة.
4. المنطقة أو المدينة التي تمت زيارتها.
5. أنواع الأنشطة التي تم تنفيذها.

• الاتجاهات:

1. مناطق النمو الأصلية والمقصد.
2. إنفاق الزائر مثل الإقامة، الطعام والشراب، الهدايا التذكارية، الترفيه، ورسوم الدخول.
3. تغيير غرض الزيارة.
4. نوع النقل المستخدم.
5. مدة الإقامة.
6. الارتفاع والانخفاض في شعبية الوجهات وأنواع السياحة.

هدف التعلم ج: البحث في منظمات السفر والسياحة

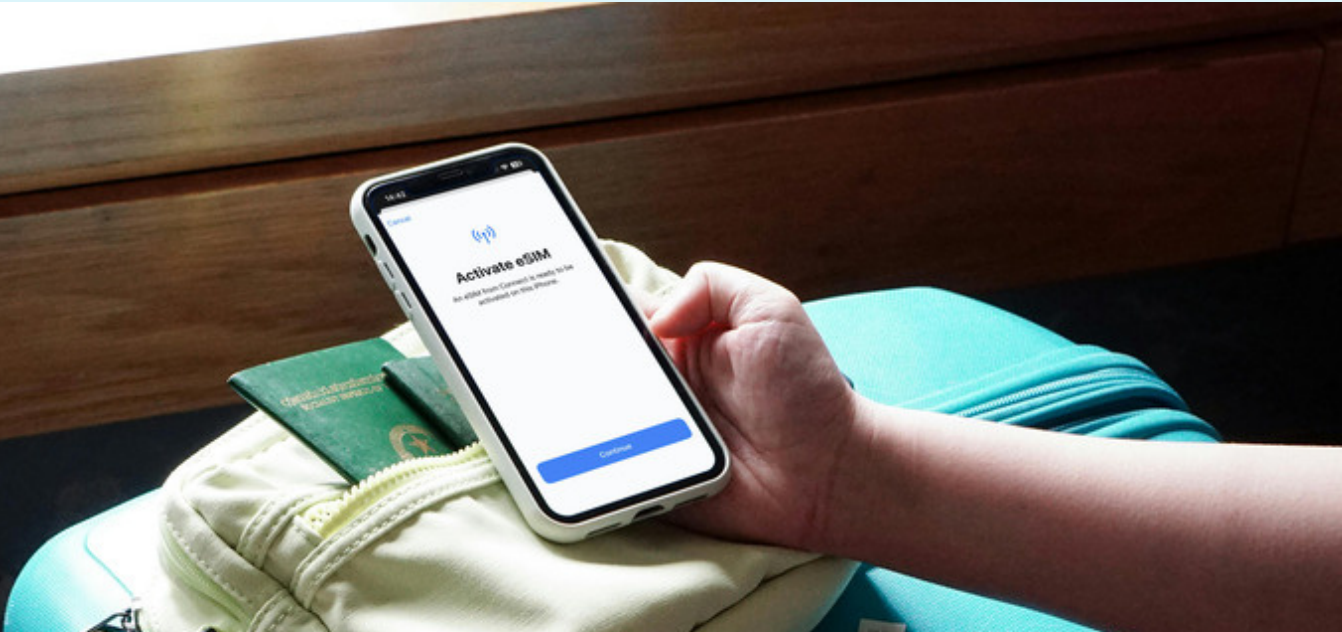
ج1. الملكية والأهداف
لكل نوع من المنظمات أهداف مختلفة يحتاج إلى تحقيقها.

• القطاع الخاص:

1. الخصائص مثل المملوكة لأفراد، شركة كبيرة متعددة الجنسيات، شراكة، شركة ذات مسؤولية محدودة، شركة تعاونية ربحية يعمل بها موظفون بأجر.
2. الأهداف مثل تحقيق الربح، زيادة حصة السوق، زيادة حجم الأعمال، تحسين سمعة المؤسسة أو الحفاظ عليها، زيادة وتنويع مجموعة المنتجات/الخدمات المقدمة للعملاء.
3. الشركات مثل منظمو الرحلات السياحية، وكلاء السفر، شركات ومراكز النقل، مناطق الجذب السياحي، ومزودو أماكن الإقامة.

• القطاع العام:

1. الخصائص على سبيل المثال تلك المملوكة أو الممولة من قبل الحكومة المحلية أو الوطنية ويعمل بها موظفون بأجر ويدعمها متطوعون.
2. الأهداف مثل تقديم خدمة للجمهور، استخدام التمويل بشكل مناسب، تحقيق التعادل المالي، ضمان الحفاظ على مستويات الخدمة، وإعادة استثمار الأرباح لتحسين الخدمات.
3. المنظمات مثل مراكز المعلومات السياحية، الهيئات السياحية، مناطق الجذب السياحي، النقل المحلي، الهيئات التنظيمية، والهيئات الحكومية.





.....

• القطاع التطوعي:

1. الخصائص مثل الممولة من خلال المنح والتبرعات والوصايا ورسوم الدخول ويعمل بها متطوعون، كما أن المؤسسات الأكبر حجمًا لديها كذلك موظفون أو موظفون بأجر ومعظمها يعمل من خلال أعمال التبرع، والشركات الغير ربحية.
2. الأهداف مثل: الحفاظ على البيئة والمباني والمعالم الطبيعية وحمايتها، شن حملات ضد مشاريع التطوير غير الملائمة، الحفاظ على البيئة، وتعزيز الاستدامة.
3. المنظمات مثل مناطق الجذب السياحي، النقل، والمؤسسات الخيرية.

ج2. القطاعات الرئيسية لصناعة السفر والسياحة

يضم كل قطاع رئيسي مجموعة من المؤسسات، من الشركات الصغيرة والمحلية إلى الشركات الكبيرة متعددة الجنسيات، وسيتعين البحث في أمثلة من قطاعات مختلفة. يمكن الوصول إلى هذه المؤسسات من خلال المتجر أو عبر الإنترنت.

• محاور وبوابات النقل:

1. المكونات، مثل:
 - المطارات.
 - محطات السكك الحديدية والحافلات.
 - موانئ ومحطات الرحلات البحرية والعبارات.
2. الدور، مثل توفير إمكانية وصول الركاب إلى وسائل النقل، ضمان السلامة والأمن، توفير خدمات النقل العام والاتصالات.
3. المنتجات والخدمات، مثل مكاتب تسجيل الوصول، ومراقبة الجوازات، والأمن، والمعلومات، وخدمات المطاعم، والتسوق، وصالات كبار الشخصيات.



• وسائل النقل الرئيسية:

المكونات، مثل:

1. الجوي مثل الرحلات المجدولة، الرحلات المستأجرة، الرحلات منخفضة التكلفة، الرحلات الاقتصادية.
 2. المائي، مثل الرحلات البحرية، العبارات، ولقوارب النهرية، والقوارب السريعة.
 3. البري، مثل الحافلات، السيارات المستأجرة، السيارات الخاصة، سيارات الأجرة، والتوك توك.
 4. السكك الحديدية مثل: المحلية والوطنية والدولية، عالية السرعة.
- الدور مثل: توفير النقل بين الوجهات لضمان السلامة.
 - المنتجات والخدمات مثل: نقل الركاب والأمتعة، خدمات المطاعم، الترفيه، المعلومات، التسوق.

• مشغلو الرحلات السياحية:

المكونات مثل:

1. السوق الشامل، الحزم.
 2. الاهتمامات الخاصة، متخصص، فاخر.
 3. باقات مصممة خصيصًا.
- الدور، على سبيل المثال: إنشاء وتشغيل باقات عطلات تتكون من منتجات أو أكثر أو خدمات بسعر شامل. يمكن بعد ذلك بيع الباقات إما مباشرة للعملاء أو من خلال وكلاء السفر.
 - المنتجات والخدمات مثل العطلات الشاملة، الإقامة، النقل، الرحلات الاستكشافية، المعلومات عن الوجهات، والخدمة التمثيلية في المنتجعات.

• وكلاء السفر:

المكونات، مثل:

1. تجزئة، متعددة، مستقلة، امتياز، متخصصة.
 2. مراكز الاتصال.
 3. عمل.
 4. مكاتب حجز الرحلات.
- الدور، مثل تقديم المشورة والتوجيه من الخبراء بشأن الوجهات، ترتيب وحجز وسائل النقل والعطلات الشاملة، الخدمات الفردية، تقديم المشورة للمسافرين بشأن جوازات السفر والتأشيرات والاحتياجات الصحية.
 - المنتجات والخدمات، على سبيل المثال معلومات عن الوجهات ووسائل النقل، كتيبات العطلات، العطلات الشاملة، الحزم المصممة خصيصًا، الإقامة، الرحلات الجوية فقط، العبارات، الرحلات البحرية، جولات الحافلات، النقل، الرحلات الاستكشافية، تأمين العطلات، وصرف العملات.

• أماكن الجذب السياحي:

المكونات، مثل:

1. المناطق الطبيعية مثل المتنزهات الوطنية والصحاري.
 2. المعالم الطبيعية مثل الشواطئ والكهوف والمنحدرات والجبال والتلال والشلالات والجزر والغابات.
 3. مبنية خصيصًا أو من صنع الإنسان مثل المتنزهات الترفيهية والمتاحف والمعارض الفنية.
 4. تاريخية أو تراثية مثل القلاع والجدران والآثار والأبراج والمعالم الدينية والمنازل والقصور.
 5. الرياضة مثل المشاهدة والمشاركة وجولات الاستاد.
 6. الفعاليات الخاصة مثل الأسواق والمهرجانات والاستعراضات والمعارض.
- الدور، على سبيل المثال توفير الترفيه والتعليم والاستجمام والضيافة والمناسبات الخاصة ومرافق الزوار.
 - المنتجات والخدمات مثل المعارض، التجارب، الجولات، الكتب الإرشادية، لوحات المعلومات، الجولات الإرشادية، المحادثات التعليمية، الضيافة، متاجر الهدايا والتذكارات، والمطاعم.





• الإقامة:

المكونات، على سبيل المثال:

1. الفنادق مثل المنتجعات الصحية ومنتجعات الجولف.
 2. بيوت الشباب، نزل الرحالة.
 3. شقق.
 4. الموتيلات والشقق الفندقية.
 5. قوافل ثابتة أو سياحية، منازل متنقلة.
 6. مواقع التخييم مثل الخيام، التخييم الفاخر، الخيام المنغولية، الخيام الهندية.
 7. النزل والشاليهات وبيوت الأشجار.
 8. القوارب مثل قوارب الأرز، الداو، اليخت.
- الدور، على مثل توفير تجارب إقامة مختلفة وفقاً لاحتياجات العملاء.
- نوع المنتجات والخدمات واحتياجاتها وميزانيتها:
9. مُجهزة مثل الغرف، الاستقبال، مطعم وبار، خدمة تنظيف، مرافق ترفيهية، صالة ألعاب رياضية أو نادي صحي، مرافق مؤتمرات وأعمال، ترفيه.
 10. خدمة ذاتية مثل الغرف، المطبخ، مكان الخيمة أو الكرفان، الترفيه، المرافق الرياضية، وسائل الراحة مثل الغسيل والاستحمام.

• الجمعيات التجارية والدوائر الحكومية والهيئات التنظيمية:

المكونات، مثل:

1. رابطة ممثلي المكاتب السياحية الوطنية.
2. رابطة منظمي الرحلات السياحية المستقلين.
3. الاتحاد الدولي للنقل الجوي.
4. منظمة الصحة العالمية.
5. دائرة السياحة الحكومية.
6. مكتب الخارجية وشؤون الكومنولث.
7. القنصليات والسفارات.
8. منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلوم والثقافة.



- الأدوار، على سبيل المثال: تقديم المعلومات والمشورة والدعم، وتحديد القواعد واللوائح وتطبيقها والامتثال لها، وضمان سلامة وأمن المسافرين، والحفاظ على معايير عالية للمنتجات والخدمات، وإعادة المسافرين إلى أوطانهم.
- المنتجات والخدمات، على سبيل المثال: شعار الشركة، والمواثيق، والاتفاقيات، والسندات، وترتيبات الإعادة إلى الوطن، وخدمة التحكيم، وخطط التعويض.
- مقدمو خدمات المعلومات والترويج (سيتم استخدام الأسماء كمرجع أثناء التدريس):
 - المكونات، مثل:
 1. منظمة السياحة العالمية التابعة للأمم المتحدة
 2. المجالس السياحية الوطنية
 3. مجالس السياحة الإقليمية
 4. مراكز المعلومات السياحية المحلية
 5. منظمات إدارة الوجهات
- الدور، مثل: توفير المعلومات للمنظمات والأفراد، الإعلانات، الترويج للجهات والمؤسسات، بيع المنتجات والخدمات المتعلقة بالموقع، والبحث وعمل الإحصائيات.
- المنتجات والخدمات، مثل: الكتيبات الإرشادية، والمنشورات، والمواقع الإلكترونية، وقوائم البريد، والبضائع.

ج3. العلاقات المتبادلة والاعتماد المتبادل في صناعة السفر والسياحة

- تتربط المؤسسات في مختلف القطاعات، وقد اندمجت بعض المؤسسات الأكبر حجمًا إما أفقيًا و/أو رأسيًا. وهذا له مزايا وعيوب لكل من المنظمات وعملائها.
- قنوات التوزيع، مثل: مباشرة إلى العميل، من خلال شركة وسيطة.
 - العلاقات المتبادلة - تُعرف بأنها "منظمات تعمل معًا لتحقيق منفعة مشتركة".
 - الاعتماد المتبادل - يعرف بأنه "منظمات تعتمد على بعضها البعض لتتمكن من تقديم منتج أو خدمة أفضل للعميل".
 - مزايا العلاقات المتبادلة والترابط، مثل: التكاليف المشتركة ووفورات الحجم، زيادة المبيعات، تعزيز السمعة، تحسين خدمة العملاء، زيادة عدد العملاء، وزيادة الدخل.
 - عيوب العلاقات المتبادلة والترابط، مثل: فقدان السمعة الفردية، ضعف خدمة العملاء الشخصية، تقاسم العمولة على المبيعات، تأثير سوء الخدمة من قبل إحدى المؤسسات على الأخرى.
 - التكامل الأفقي - عندما تشتري مؤسسة أخرى من نفس النوع أو تندمج معها لكي تتمكن من تقديم مجموعة أوسع من المنتجات والخدمات.
 - التكامل الرأسي - عندما تشتري مؤسسة أخرى مؤسسة أخرى من نوع مختلف أو تندمج معها لكي تتمكن من التحكم في المزيد من قطاعات السوق.





ج4. التكنولوجيا في السفر والسياحة

- تستخدم مؤسسات مختلفة في هذه الصناعة التكنولوجيا، بما في ذلك تكنولوجيا الهاتف المحمول والتكنولوجيا الرقمية.
- مزايا وعيوب استخدام التكنولوجيا لكل من الشركات وعملائها.

التكنولوجيا للتواصل والحجز والترويج:

1. الكتيبات والمواقع الإلكترونية
2. المراجعات، المدونات، الجولات الافتراضية، مقاطع الفيديو
3. الرسائل النصية، النوافذ المنبثقة، الإعلانات
4. أنظمة الحجز - عبر الإنترنت، الهاتف المحمول، مراكز الاتصال، نظام الحجز الحاسوبي، نظام التوزيع العالمي للوكلاء والمشغلين، ومواقع المقارنة على الإنترنت
5. إرسال التذاكر والقسائم عبر البريد الإلكتروني
6. تطبيقات للأجهزة المحمولة والرقمية

التكنولوجيا التي تستخدمها المؤسسات:

1. مراكز وبوابات النقل مثل تسجيل الوصول الذاتي، الأشعة السينية للأمتعة، صور شبكية العين وبصمات الأصابع، وجوازات السفر البيومترية.
 2. مبادئ النقل مثل النقل الصديق للبيئة، المرافق المحسنة مثل توفر خدمة الواي فاي.
 3. وكلاء السفر ومنظمو الرحلات السياحية مثل التذاكر الإلكترونية والهواتف المحمولة، أنظمة الدفع، عرض التوافر، واختيار المقاعد.
 4. مناطق الجذب السياحي مثل العروض التقديمية متعددة الوسائط، والرسوم المتحركة، الترجمة الفورية، تذاكر المسار السريع، كاميرات الويب، والواقع الافتراضي.
 5. أماكن الإقامة مثل تسجيل الوصول الذاتي، خدمات المعلومات، والترفيه داخل الغرف.
- مزايا التكنولوجيا مثل الوصول إلى جمهور أوسع، تسجيل الوصول بكفاءة، والحفاظ على أمان البيانات.
 - عيوب التكنولوجيا مثل أعطال النظام، محدودية الوصول إلى شبكة الواي فاي، وبطء سرعة النطاق العريض.



هدف التعلم د: دراسة العوامل المؤثرة على قطاع السفر والسياحة

هناك العديد من العوامل التي تؤثر على نمو وتشغيل المؤسسات في صناعة السفر والسياحة.

د: العوامل المؤثرة على المؤسسات العاملة في قطاع السفر والسياحة

• اقتصادي:

1. الركود أو النمو.
2. أسعار صرف العملات وتقلباتها.
3. الدخل متاح للتصرف بسبب التغيرات في أسعار الرهن العقاري، التضخم، ومعدلات البطالة.
4. أسعار النفط العالمية.

• اجتماعي ونمط الحياة:

1. تغير هيكل الأسرة.
2. تغير أنماط العمل.
3. الموضات والاتجاهات الحالية.
4. بدل الإجازة ومقدار الإجازة المدفوعة الأجر.
5. زيادة الوعي بالاستدامة.

• التشريعات الحكومية:

1. الصحة والسلامة.
2. ضريبة المطار/ضريبة السياحة.
3. متطلبات جوازات السفر والتأشيرة.
4. متطلبات حماية البيانات والسلامة الإلكترونية.

• السلامة والأمن:

1. الهجمات الإرهابية.
2. الحرب والاضطرابات المدنية.
3. التدابير الأمنية - في النقل، وفي المحطات، وفي الوجهات، وفي الفعاليات.
4. كوارث وحوادث النقل ومخاوف السلامة.

• الصحة - الأوبئة والجوائح مثل زيكا والكوليرا ونوروفيروس.

• البيئة والمناخ:

1. الظواهر الجوية المتطرفة - الفيضانات والانزلاقات الأرضية والأعاصير.
2. الكوارث الطبيعية - الانفجارات البركانية والزلازل والتسونامي.

وسائل الإعلام:

1. زيادة التغطية التلفزيونية، مواقع التصوير، والإعلانات.
2. استخدام وسائل التواصل الاجتماعي من قبل المؤسسات والعملاء.
3. تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على بحث العملاء من خلال مراجعات العملاء وآرائهم.
4. أهمية إدارة التغطية الإعلامية الإيجابية والسلبية للحوادث والفعاليات.

1. استجابات مؤسسات السفر والسياحة للعوامل الخارجية

ستحتاج المؤسسات إلى الاستجابة بطرق مختلفة للعوامل الواردة في د1. سيختلف هذا حسب نوع المؤسسة والعوامل وتأثيراتها على المدى القصير والطويل. تشمل الاستجابات ما يلي:

1. زيادة الأسعار أو خفضها.
2. زيادة نطاق المنتجات والخدمات لتناسب مع الأسواق المتغيرة والناشئة.
3. تشجيع عضوية ال التجارية للحماية المالية وإعادة التوطين.
4. فرض ضرائب ورسوم إضافي.
5. زيادة التدابير الأمنية للحفاظ على أمن البيانات وتقليل مخاطر فشل النظام.
6. تنويع المنتجات أو التخصص فيها.
7. زيادة البحث - المحلي والوطني والدولي.
8. تحديث التكنولوجيا وتدريب الموظفين على التشريعات والامتثال والأنظمة الجديدة.
9. إدارة العلاقات العامة.
10. الاستثمار في مرافق جديدة.
11. أوقات عمل مرنة وتوظيف مرن.
12. اعتماد خطط إدارة الأزمات والحوادث الكبرى.





معايير التقييم

ناجح	تفوق	امتياز
هدف التعلم أ: استكشاف أنواع السفر والسياحة والعملاء واحتياجاتهم		
1. صف أنواع السياحة والسفر للمؤسسة التي اخترتها. 2. اشرح كيف تلبى مؤسسة السفر والسياحة التي اخترتها احتياجات عملائها.	1. قيم كيف تلبى مؤسسة السفر والسياحة التي اخترتها احتياجات العملاء المحددة.	
هدف التعلم ب: استكشاف مساهمة السفر والسياحة في اقتصاد وجهة عالمية		
1. اشرح أهمية السفر والسياحة لاقتصاد بلدك.	حلل مساهمة السفر والسياحة في اقتصاد بلدك باستخدام الإحصائيات.	1. قيم أهمية السفر والسياحة لاقتصاد بلدك باستخدام الإحصائيات والاتجاهات.
هدف التعلم ج: البحث عن مؤسسات السفر والسياحة		
1. اشرح الأهداف والخصائص والأدوار والمنتجات والخدمات التي تقدمها مؤسسات السفر والسياحة المختلفة. 2. اشرح مزايا وعيوب مختلف أنواع مؤسسات السفر والسياحة التي تعمل معًا. اشرح مزايا وعيوب التكنولوجيا لقطاع السفر والسياحة.	1. حلل العلاقات بين أنواع مختلفة من المؤسسات، خصائصها، أهدافها، وأدوارها، وأنواع المنتجات والخدمات التي تقدمها. 2. قيم مزايا وعيوب التكنولوجيا لمختلف مؤسسات السفر والسياحة.	1. قيم أدوار ومنتجات وخدمات مؤسسات السفر والسياحة المختلفة، وعلاقاتها المتبادلة، وترابطها.
هدف التعلم د: دراسة العوامل المؤثرة على صناعة السفر والسياحة		
1. صف العوامل التي تؤثر على مؤسسات السفر والسياحة.	1. حلل كيفية تستجيب مؤسسات السفر والسياحة للعوامل التي تؤثر عليها.	1. ضع توصيات مع تبرير كيفية استجابة مؤسسات السفر والسياحة للعوامل التي تؤثر عليها.



معلومات أساسية للمهام الدراسية

يتم تقييم هذه الوحدة باستخدام موجز المهام الخاصة بمجموعة بيرسون التعليمية. يجب استخدام واجب محدد لتقييم المتعلمين.

معلومات إضافية للمعلمين والمقيمين

متطلبات المصادر

بالنسبة لهذه الوحدة، يجب أن يتاح للطلبة إمكانية الوصول إلى المعلومات والإحصائيات لتمكينهم من إكمال عنصر البحث في المهام الدراسية المحددة. قد تكون هذه المعلومات ورقية أو عبر الإنترنت.

معلومات أساسية لقرارات التقييم

هدف التعلم أ

بالنسبة لمعيار الجدارة، سيقم المتعلمون بوضوح كيفية تلبية إحدى مؤسسات السفر والسياحة لاحتياجات العملاء المحددة، الأمر الذي يعكس اتساع فهمهم. سيكون التقييم متوازناً ومدعوماً بأمثلة واضحة. ستوضح الأمثلة المقدمة أن المتعلمين يفهمون نطاق احتياجات العملاء المحددة فيما يتعلق بالمؤسسة التي اختاروها. ستوضح الأدلة جودة التواصل الكتابي أو الشفهي.

بالنسبة لمعيار النجاح، سيصف المتعلمون أنواع السفر والسياحة لمؤسسة تم اختيارها مسبقاً. سيقدم المتعلمون شرحاً أساسياً، ولكنه صحيح بشكل عام، لكيفية تلبية مؤسسة السفر والسياحة التي اختاروها لاحتياجات عملائها. سيقدم المتعلمون أمثلة واقعية لاحتياجات العملاء لدعم تفسيراتهم، وستكون تفسيراتهم مناسبة بشكل عام، ولكن قد تكون الأدلة المقدمة سطحية أو من خلال استخدام محدود للأمثلة أو الأسباب الداعمة.

هدف التعلم ب

بالنسبة لمعيار التميز، سيقوم المتعلمون أهمية السفر والسياحة لاقتصاد بلدهم باستخدام الإحصائيات والاتجاهات. سيكون اختيار الوجهة المختارة مناسباً للمهمة ويوفر مجالاً لقياس مساهمة السياحة من حيث الاقتصاد والتوظيف وأعداد الزوار. سيقدم المتعلمون تقييماً شاملاً لكيفية دعم إحصائيات واتجاهات السفر والسياحة لاقتصاد وجهة عالمية واحدة، مع أمثلة محددة لدعم استنتاجاتهم. سيعبر المتعلمون عن آرائهم بإيجاز وطلاقة، وسيقيمون المفاهيم والأفكار والإجراءات ذات الصلة للوصول إلى استنتاجات منطقية وصحيحة. ستوضح الأدلة تواصلًا كتابيًا عالي الجودة من خلال استخدام مفردات دقيقة وسلسلة لدعم استجابة مدروسة ومنظمة بشكل عالي.

بالنسبة لمعيار الجدارة، سيحلل المتعلمون مساهمة السفر والسياحة في اقتصاد بلدهم باستخدام الإحصائيات. سيتم اختيار وجهة مناسبة. سيحلل المتعلمون مساهمة السياحة من حيث الاقتصاد والتوظيف وأعداد الزوار. سيظهر المتعلمون فهمًا للإحصائيات والاتجاهات والترابط القائم بينهما. سيقدم المتعلمون أدلة منظمة بشكل عالي، مع تواصل كتابي جيد الجودة واستخدام المصطلحات المناسبة.

بالنسبة لمعيار النجاح، سيشرح المتعلمون أهمية السفر والسياحة لاقتصاد بلدهم. سيظهر المتعلمون فهمًا للسياحة من حيث الاقتصاد والتوظيف وأعداد الزوار. سيقدمون شرحًا أساسيًا، لكنه صحيح بشكل عام، لكيفية دعم إحصائيات واتجاهات السفر والسياحة لاقتصاد بلدهم.





.....

هدف التعلم ج

لتحقيق معايير التقييم لهذا الهدف التعليمي، سيجري الطلبة بحثًا متعمقًا ويقدمون أدلة مختارة بعناية فيما يتعلق بمنظمات السفر والسياحة.

بالنسبة لمعيار التميز، سيقوم المتعلمون الأدوار والمنتجات والخدمات لمنظمات السفر والسياحة المختلفة، وعلاقاتها المتبادلة والترابط فيما بينها. سيعبر المتعلمون عن آرائهم بإيجاز وطلاقة، وسيقيمون المفاهيم والأفكار والإجراءات ذات الصلة للوصول إلى استنتاجات منطقية وصحيحة. ستوضح الأدلة تواصلًا كتابيًا عالي الجودة من خلال استخدام مفردات دقيقة وسلسلة لدعم استجابة منظمة ومدرسة بشكل جيد.

بالنسبة لمعيار الجدارة، سيحلل المتعلمون العلاقات بين مختلف المنظمات، وخصائصها، وأهدافها، وأدوارها، وأنواع المنتجات والخدمات المقدمة. سيقيم الطلبة مزايا وعيوب التكنولوجيا لمختلف منظمات السفر والسياحة. سيظهر الأدلة تحليلًا واضحًا ودقيقًا مدعومًا بأدلة موثقة جيدًا. سيتم الأدلة منظمة، مع تواصل كتابي عالي الجودة واستخدام المصطلحات المناسبة.

بالنسبة لمعيار النجاح، سيشرح المتعلمون الأهداف والخصائص والأدوار والمنتجات والخدمات التي تقدمها منظمات السفر والسياحة المختلفة التي تعمل معًا. سيقوم المتعلمون بشرح مزايا وعيوب أنواع مختلفة من منظمات السفر والسياحة التي تعمل معًا وكذلك مزايا وعيوب التكنولوجيا في قطاع السفر والسياحة. قد يكون شرح الأهداف والخصائص والأدوار والمنتجات والخدمات المقدمة غير متوازن وسطحياً وعمامًا في بعض الأجزاء. سيظهر المتعلمون فهمًا لمعظم الأهداف والخصائص والأدوار والمنتجات والخدمات المقدمة، لكنهم استخدمهم للأدلة الداعمة لتفسيراتهم قد يكون محدودا.



هدف التعلم د

بالنسبة لمعيار التميز، سيقدم المتعلمون، مع التبرير، توصيات بكيفية استجابة مؤسسات السفر والسياحة للعوامل. ستكون جميع التوصيات صحيحة ومدروسة جيدًا، وتُظهر فهمًا متعمقًا لأكثر الطرق فعالية التي يمكن للمؤسسات من خلالها الاستجابة للعوامل من منظور قصير وطويل الأجل.

بالنسبة لمعيار الجدارة، سيقدم المتعلمون تحليلًا واضحًا لكيفية استجابة مؤسسات السفر والسياحة للعوامل. ستُظهر الأدلة تحليلًا واضحًا ودقيقًا مدعومًا بأدلة موثقة جيدًا. سيقدم المتعلمون تحليلًا واضحًا ودقيقًا ومتوازنًا يُظهر تواصلًا كتابيًا عالي الجودة.

بالنسبة لمعيار النجاح، سيصف المتعلمون العوامل التي تؤثر على مؤسسات السفر والسياحة. ستكون أوصاف المتعلمين مناسبة وتغطي جميع العوامل المدرجة في محتوى الوحدة، ولكن قد تكون الأوصاف محدودة النطاق أو سطحية في بعض أجزائها.

ضوابط التقييم

- **الوقت:** لهذه المهمة فترة زمنية مقترحة لكن يمكن تعديلها حسب احتياجات المتعلمين.
- **الإشراف:** يجب أن يكون المدرس واثقًا من صحة عمل المتعلم وهذا قد يعني خضوع المتعلمين للإشراف.
- **الموارد:** يجب أن يتمكن جميع المتعلمين من الوصول إلى نفس أنواع المصادر لإكمال المهمة الدراسية.
- **البحث:** يجب منح المتعلمين الفرصة لإجراء بحث خارج سياق التعلم إذا تتطلب الأمر ذلك.



روابط لوحدات أخرى

هذه وحدة تمهيدية وروابط لجميع الوحدات الأخرى في المؤهل.

مشاركة صاحب العمل

ستستفيد هذه الوحدة من مشاركة صاحب العمل من خلال:

- متحدثون ضيوف.
- الخبرة في العمل.
- مواد ترويجية تنظيمية.
- دعم من موظفي السفر والسياحة المحليين كموجهين.

فرص لتطوير مهارات التوظيف القابلة للتحويل

- التواصل الكتابي.
- التنظيم.
- حل المشكلات.
- التواصل.
- التفكير النقدي.
- المبادرة والمشاريع.

