

# تخطيط البرامج السياحية

(الوحدة الاولى)

فهد محمد العيسى

٤٣١١٠٤١١٧

# البرنامج السياحي

**مفهوم البرنامج السياحي ( packed – tour ):**  
الرحلة الكاملة تعرف بأنها تشكيلة واسعة من الخدمات: النقل والإقامة ووسائل الراحة والتسلية وخدمات اخرى مكملة للسياح.

## منظمو الرحلات:

تتم عملية التنسيق بين الفنادق والمطاعم وشركات النقل عن طريق طرح برامج سياحية متكاملة package وتوفير أدلاء سياحيين مع بيان الاسعار والفترة الزمنية المحددة للرحلة ليعمل هذا على اشباع حاجات السياح.

## الشركات السياحية:

- ١- تنظيم النقل السياحي
- ٢- اعداد وتنظيم البرامج السياحية وتنظيمها
- ٣- بيع السفرات السياحية الشاملة
- ٤- الاعلان والترويج عن الرحلات
- ٥- تنظيم الحجز في الفنادق والمطاعم
- ٦- اصدار وثائق تأمين للمسافرين والأمتعة

## يتألف البرنامج للرحلة الكاملة من:

- ١- خدمات النقل من موقع الإقامة الدائمة للسياح الى الموقع السياحي و بالعكس.
- ٢- خدمات الايواء فنادق, منتجعات, مخيم, موتيل.
- ٣- خدمات الطعام والشراب بواقع ثلاث وجبات حسب السعر.
- ٤- جولات ترويجية في منطقة القصر.
- ٥- خدمات تكميلية مثل الدلالة السياحية, سمات الدخول وغيرها.

## فوائد الرحلة المتكاملة و مميزاتها :

- ١- تقلل مشاكل اللغة للسياح وذلك بمرافقة دليل سائح من خلال الترجمة وتقديم خدمات اخرى من قبلة السياح.
- ٢- غير مكلفة نسبياً وذلك بسبب الاسعار المختلفة للسفر المجموعة افضل من السفر الفردي
- ٣- سهولة الحجز وضمانة والنقل الامين.
- ٤- أمان السائح خلال السفر مع المجموعة.
- ٥- الاقتصاد في الجهد والوقت الذي يبذله السائح في سبيل الحصول على الحجز.
- ٦- توطيد العلاقات الاجتماعية والثقافية مع المجموعة.

## سلبيات الرحلة المتكاملة:

- ١- الاعداد الضخمة وكيفية السيطرة عليها في اثناء التنقلات و المغادرة.
- ٢- لا يتمتع المشارك في الرحلة بقدر كبير من الحرية اذ انه مرتبط بالمجموعة التي يسافر معها وانه مقيد بالبرنامج الخاص بالرحلة والذي تم صنعة من قبل منتج الرحلة.

## الاهداف من البرامج السياحية:

- ١- ادخال العملات الصعبة للبلاد وتحقيق التوازن في ميزان المدفوعات
- ٢- تحقيق فرص عمل والقضاء على البطالة وبالتالي تنويع المنتجات الخدمية(زراعية, تجارية, صناعية, خدمية).
- ٣- الاستثمار السياحي من حيث الاهتمام بالفنادق والمنتجعات وترميم الاثار وتشجيع السياحة الداخلية بالدرجة الاولى ثم السياحة الخارجية.
- ٤- تبادل العلاقات والثقافات والتركيز على الوعي الثقافي للمواطن نتيجة تبادل اللغات والتعرف على العادات والتقاليد.
- ٥- تعريف الدول العالمية بأهمية الاردن من حيث ما يتمتع به من اثار وحضارة وغيرها من مواقع طبيعية فريدة من نوعها.

## أنواع البرنامج السياحي:

مفهوم السياحة: نشاط الاشخاص الذين يقيمون في بلد معين ويسافرون الى أماكن تقع خارج بيئتهم المعتادة ويقيمون هناك لمدة لا تزيد على سنة واحدة وذلك طلباً للراحة ولإغراض الأخرى.

## تصنف السياحة الى:

- ١- سياحة محلية
- ٢- سياحة وافدة
- ٣-سياحة مغادرة

## أنواع البرامج السياحية تحدد من خلال:

- الغرض من الرحلة(الدافع)
- الفئة الموجهة اليها الرحلة(لمن؟)(رجال اعمال, عائلات)
- السوق السياحية(الدول المصدرة للسياح, او البلد المحلي)

## انواع الرحلات:

- أ- رحلة بمرافق Escorted Tours:
- ب- الرحلة المجمعة Package Tour:
  - النقل
  - الإقامة+الافطار
  - الانتقالات من الفندق الى المطار transfers
  - نصف يوم زيارة في كل مدينة
  - باقي اليوم مفتوح رغبة العميل
- ج- المشاهدات
- د- الرحلات الخاصة
- هـ - رحلات ذات غرض محدد او اهتمام خاص
- و- الرحلات الفردية

## يقسم الطلب السياحي طبقاً للعامل الجغرافي الى :

- ١- الطلب السياحي المحلي أو الداخلي
- ٢-الطلب السياحي العالمي او الخارجي

## ومن العوامل المحددة للطلب السياحي :

1. الاسعار
2. الدخل
3. طبيعة السكان من حيث:-  
أ-العمر ب-الجنس ج- الحالة الاجتماعية د- عدد الاطفال ه- المهنة
4. وقت الفراغ
5. الوسائل التسويقية
6. التكنولوجيا
7. المستوى التعليمي والثقافي
8. الاستقرار السياسي والأمني
9. سعر صرف العملة
10. إجراءات الرحلى السياحية

## مقومات الغرض السياحي :

1. المقومات الطبيعية  
أ- الارض ب- المناخ ج- المياه
2. المقومات البشرية  
أ- السكان ب- العمالة ج- التراث والثروة الثقافية د- سمات المعاصرة الحدائة
3. المقومات المساعدة والتكميلية  
أ- المرافق والخدمات العامة ب- المرافق والخدمات المتخصصة

## مفهوم منتج الرحلة :

عرف منتجي الرحلات بأنهم الذين يقومون بشراء عناصر متفرقة النقل Transport الإقامة Accommodation والخدمات الأخرى ويجمعونها معاً في رزمة package ويقومون ببيعها بصورة مباشرة أو غير مباشرة إلى المستهلكين حيث ركز الكاتب هنا على طريقة بيع الرحلة.

## انواع منتجي الرحلات :

1. منتجي السوق الكلي Mass Market Producers
2. المنتجين المتخصصين Specialist Producers
3. المنتجون الداخليون Domestic Producers
4. منتجي الرحلات القادمة Incoming Tour Producers

## الكلف التشغيلية لمنتجي الرحلات :

حصته من التكلفة %	المكون
٥٠	الاجور والرواتب
٢٠	الترويج
١١	الهاتف والتلكس
٦	الايجار
١٣	متنوعة
١٠٠	الكلي

## مفهوم الرحلة المرزومة :

ويمكن للباحث تعريف الرحلة المرزومة على انها منتج سياحي مرزوم, يتألف بصورة رئيسية من النقل من منطقة الإقامة الدائمة للسائح الى منطقة قصد واحدة على أو اكثر, عن طريق احدى وسائل النقل المختلفة او مزيج من تلك الوسائل, والإقامة في منطقة القصد(والتي تتضمن السكن والطعام والشراب), وجولات ترويجية في منطقة القصد, وبعض الخدمات السياحية الاخرى كخدمات المرافقة والدليل السياحي وغيرها.

## اسباب ازدهار الرحلة المرزومة:

1. الظروف الاقتصادية والاجتماعية السائدة بعد الحرب العالمية الثانية, والتي ساعدت على توليد سياحة الجماهير.
2. الفائض من الطائرات التي يتم تحويلها من الاستخدام العسكري الى الاستخدام المدني.
3. الظروف التي كانت ملائمة لتسويق الرحلات المرزومة اذ ان مدى قبولها لدى المستهلك كان عالياً.
4. التشريعات القانونية والإجراءات الاقتصادية ساعدت بشكل كبير على الطلب على السياحة عموماً والرحلات المرزومة بشكل خاص.

## انواع الرحلات المرزومة:

1. الرحلات المرزومة بمرافق Escorted Package Tours
2. الرحلات المرزومة بدون مرافق Unescorted Package Tours
3. رحلات شاملة جماعية Group Indusive Tours



## كف الرحلة المرزومة و عوائدها :

1. الكف المباشرة Direct costs
2. الكف غير المباشرة Indirect costs

حصته من الكف %	المكون
٤٠	النقل
٣٥	الاقامة والوجبات
٥	الجولات والدليل
١٠	عمولة وكيل السعر
١٠	ربح
١٠٠%	مج ( السعر الكلي)

## اساليب اخرى للربح

1. استثمار الاموال الناتجة من فترات الزمن التي تحدث بين دفع الزبائن لعطلتهم أو رحلتهم.
2. الغرامات المفروضة على اجور الالغاء.
3. الشراء المسبق والمدروس للعملة الاجنبية.
4. بيع نسبة من الرحلات المرزومة مباشرة الى الزبون وتجنب دفع عمولة الى وكيل السفر.

## مراحل تسويق الرحلة المرزومة :

1. تخطيط الرحلة وتحضيرها Tour Planning & Preparation
2. تسعير الرحلة Tour Pricing
3. ترويج الرحلة Tour promoting
4. توزيع الرحلة Tour Distribution

## ترويج الرحلة:

1. توزيع الكراسيات الى بائعي التجزئة
2. الإعلان في المنشورات السياحية
3. البيع الشخصي
4. التعاقد مع بائعي الجملة

## توزيع الرحلة وبيعها:

1. التوزيع المباشر Direct Distribution
2. التوزيع الغير مباشر Indirect Distribution

## وكلاء السفر:

ان وكيل السفر هو الذي يعمل وسيطاً بين المجهر الرئيسي لمختلف خدمات السفر ومشتري السفر, وهو يمثل شركات طيران متعددة متعددة او ناقلين اخرين, ومناطق إقامة, ومنتجي رحلات.

## دور وكيل السفر:

ان الوكيل لا يشتري السفر لكي يقوم بإعادة بيعه الى مستهلكيه لكنه حين يقرر شراء رحله, فإن الوكيل يبلغ الشركة المعينة برغبة الزبون, لذلك فهو غير ملزم(بالتخلص) من المنتجات التي اشترها(لأنه لا يشتري).

1. تقديم مواقع او منافذ بيعة لشركات السفر
2. يقومون بتقديم المشورة والنصيحة.
3. تقديم خدمات اضافية مثل تأمين السفر.
4. تخطيط الرحلات والجولات.
5. نقل المسافرين و الامتعة بين المطر والفندق.
6. امتلاك جداول حول نقاط اتصالات الطائرات او القطارات.
7. الابقاء على خزين من منشورات السفر وعرضها.
8. التوسط لدى الشركات في حالة شكوى المستهلك.
9. تهيئة الحجوز للمناسبات العالمية.

## المهارات المطلوبة لوكيل السفر:

1. القدرة على اصدار التذاكر.
2. معرفة جغرافية العالم, خاصة مطارات المدن الكبيرة ورموز شركات الطيران المستخدمة في التذاكر.
3. يجب ان يكون على علم بمعرفة مناطق الوقت وكيفية التحويل من وقت الى اخر.
4. امتلاك معرفة عن الزبائن(كمستهلكين) لكي يكون قادراً على الربط بين المستهلك وتوفر المنتجات.
5. قدره على المحافظة على خزين من التذاكر والوثائق الاخرى وتسجيل المعلومات بدقة.
6. قدرة محاسبية ومالية ولو محدودة.
7. امتلاك مهارات تسويقية لترويج المنتج.
8. القدرة على تشغيل انظمة حجوز الكمبيوتر.

## العوامل المساعدة في تنمية مهارات وكيل السفر:

1. التدريب
2. استخدام الكمبيوتر
3. الرحلات التعريفية

## الكلف التشغيلية وعمولة وكالة السفر:

الكلف	% من الكلف الكلية
الرواتب	٥٩
الدعايات والترويج	١٩
ايجار وتجهيزات الوكالة	٨
هاتف وتلكس	٥
بريد	٣
متنوعة	٦
الكليه	%١٠٠



# انتهى

تمنياتي للجميع بالتوفيق والنجاح