

الفرق بين المرشد السياحي ووكيل السفر:

المرشد السياحي هو الشخص الذي يقود مجموعات من المسافرين في الجولات، ويقدم السرد والمعلومات حول تاريخ الوجهة وثقافتها ومناطق الجذب السياحي، والنقل والأنشطة، في حين أن وكيل السفر هو محترف يساعد الأفراد والمجموعات في تخطيط وحجز مسارات السفر، بما في ذلك أماكن الإقامة أن كلا الدورين يتضمنان مساعدة المسافرين، يركز المرشدون السياحيون على الجانب التجريبي للرحلة، بينما يتولى وكلاء السفر الجوانب اللوجستية للتخطيط وحجز ترتيبات السفر.

صناعة السياحة

خصائص صناعة السياحة وطبيعتها:

يتصف قطاع السياحة عالمياً بالخصائص التالية:

- ركيزة أساسية وأداة مهمة لتحقيق أهداف التنمية الشاملة والمستدامة.
 - أسرع القطاعات الاقتصادية نمواً (8 % معدل نمو سنوي).
 - يسهم بنحو (11 %) من إجمالي الناتج المحلي.
 - يوظف (10 %) من إجمالي القوى العاملة.
 - يمثل (13 %) من إجمالي الصادرات.
 - يستحوذ على (9 %) من إجمالي الاستثمارات.
- تتسم صناعة السياحة بكونها:

- صناعة مستدامة ومنتجة وفعّالة.
- ذات تأثير كبير ومضاعف على جميع جوانب الاقتصاد الوطني وقطاعاته.

- يشترك في جني ثمارها قطاعات متعددة، مما يجعل نجاح جهود التنمية السياحية مسؤولية مشتركة لأطراف عديدة.
- تتوزع مسؤولياتها ومقومات نجاحها بين عدد كبير من أجهزة ومؤسسات القطاعين الحكومي والخاص.
- ذات آثار مباشرة على الهيكل الاقتصادي والتكوين الاجتماعي والبيئي، حيث تتأثر بالمجتمع ومؤسساته، وتؤثر عليه في علاقات تبادلية إيجابية تتحقق من خلال السياسات العامة والأنظمة واللوائح والإجراءات التنفيذية المناسبة، وتبني ثقافة تعاونية تتمحور حول الشراكة والتنسيق لتحقيق الأهداف المشتركة.

إسهامات صناعة السياحة:

- تعزيز النمو الاقتصادي، وتوسيع قاعدة الاقتصاد الوطني وتوزيعها.
- خفض البطالة عبر إيجاد فرص عمل حقيقية ووافرة للمواطنين.
- تحسين الوضع المعيشي للمواطنين من خلال تحفيز قيام المشروعات الصغيرة والمتوسطة.
- تحد من تزايد الهجرة نحو المدن الكبرى.
- تعزز قطاعات الخدمات المساندة.
- تسهم في تطوير المناطق النائية والأقل نمواً من خلال جذب البنية التحتية والاستثمارات والمشروعات التنموية.
- تحد من تسرب الدخول والنقد إلى الخارج.
- تعمل على تحفيز استثمارات القطاع الخاص من خلال استقطاب المدخرات المحلية للاستثمارات السياحية، وجذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة.

- تدعم الأمن الوطني الشامل من خلال تعزيز الاقتصاد ورفع معدلات التوظيف.

- تسهم في تحفيز العناية بالتراث الوطني وإبراز الثقافات المحلية المتنوعة.
- تعزيز الانتماء الوطني خاصة لدى الشباب والناشئة من خلال برامج الرحلات السياحية والتنقل بين المناطق.

التخطيط السياحي:

يعتبر التخطيط السياحي من أهم أدوات التنمية السياحية المعاصرة فالتخطيط السياحي يعتبر ضرورة من ضرورات التنمية المستدامة الرشيدة الذي يمكن الدول خصوصاً النامية منها من أن تواجه المنافسة في السوق السياحية الدولية، وبالتالي فإن تخطيط التنمية السياحية يعتبر جزءاً لا يتجزأ من خطة التنمية الاقتصادية والاجتماعية الذي يقتضي إلزام كافة الوزارات والأقاليم والأجهزة والإدارات الحكومية وغير الحكومية بتنفيذ السياسة التنموية السياحية (برنامج عمل مشترك).

ارتبط ظهور التخطيط السياحي وتطوره وكذلك أهميته ب بروز السياحة كظاهرة حضارية سلوكية من ناحية وظاهرة اقتصادية اجتماعية من ناحية أخرى، وقد حظيت السياحة المعاصرة كنشاط إنساني بأهمية واعتبار كبيرين لم تحظ بهما في أي عصر من العصور السابقة، لقد نجم عن النشاطات السياحية الكثيفة نتائج وآثار اقتصادية واجتماعية وثقافية وبيئية وعمرانية كان لها أثر عظيم وواضح في حياة المجتمعات والشعوب في عصرنا الحاضر، الأمر الذي استدعى توجيه الاهتمام إلى ضرورة تنظيم وضبط وتوجيه وتقييم هذه النشاطات للوصول إلى الأهداف المنشودة والمرغوبة وبشكل سريع وناضج ، وقد ترتب على ذلك اعتماد وتبني أسلوب التخطيط السياحي كعلم متخصص يتناول بالدراسة والتحليل والتفسير جميع الأنشطة السياحية ويعمل على تطويرها.

مفهوم التخطيط السياحي:

لم يتبلور مفهوم التخطيط السياحي بشكل واضح ومحدد إلا بعد الحرب العالمية الثانية، حيث تطورت حركة السفر الدولية بشكل سريع وكثيف، وتزايدت أعداد السياح إلى جانب تنوع أشكال السياحة والاستجمام، وتعددت المناطق السياحية واختلفت وظائفها وخصائصها، وقد أدى كل هذا إلى زيادة الاهتمام بالسياحة والأنشطة السياحية، وظهرت الحاجة لضبط وتوجيه هذه النشاطات من أجل الحد من آثارها السلبية على المجتمع والبيئة، وتحقيق أقصى درجات النفع الاقتصادي، خصوصاً بعد أن أصبح ينظر إلى السياحة على أنها صناعة ومصدر دخل أساسي في كثير من دول العالم، والتخطيط السياحي نوع من أنواع التخطيط التتبعي وهو عبارة عن مجموعة من الإجراءات المرحلية المقصودة والمنظمة والمشروعة التي تهدف إلى تحقيق استغلال واستخدام أمثل العناصر الجذب السياحي المتاحة والكامن وتحقيق أقصى درجات المنفعة الممكنة، مع متابعة وتوجيه وضبط لهذا الاستغلال لإبقائه ضمن دائرة المرغوب والمنشود، ومنع حدوث أي نتائج أو آثار سلبية ناجمة عنه.

إذاً يعرف التخطيط السياحي بأنه رسم صورة تقديرية مستقبلية للنشاط السياحي في دولة معينة وفي فترة زمنية محددة، ويقتضي ذلك حصر الموارد السياحية في الدولة من أجل تحديد أهداف الخطة السياحية وتحقيق تنمية سياحية سريعة ومنظمة من خلال إعداد وتنفيذ برنامج متناسق يتصف بشمول فروع النشاط السياحي ومناطق الدولة السياحية.

وينبغي ألا ينظر إلى التخطيط السياحي على أنه ميدان مقصور على الجهات الرسمية، وإنما يجب أن ينظر إليه على أنه برنامج عمل مشترك بين الجهات الحكومية والقطاع الخاص والأفراد، لذا يجب أن يكون التخطيط السياحي

عملية مشتركة بين جميع الجهات المنظمة للقطاع السياحي، بين الجهات الحكومية المشرفة على هذا القطاع، ومقدمي الخدمات السياحية (المؤسسات ورجال الأعمال)، والمستهلكين لهذه الخدمات (السياح)، والمجتمع المضيف للسياحة، بدءاً من مرحلة صياغة الأهداف المراد تحقيقها وانتهاءً بمرحلة التنفيذ والتطبيق لبرامج الخطة السياحية.