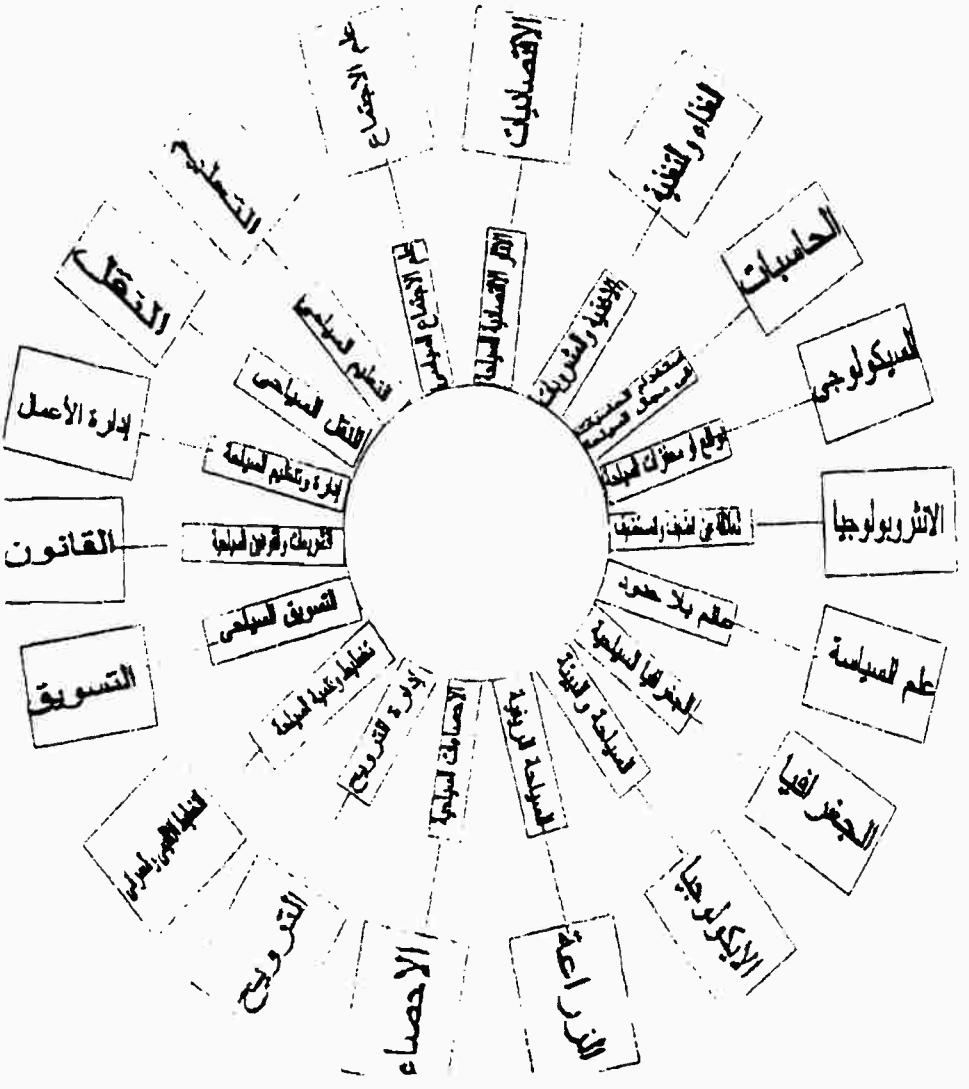
يمثل توافر العنصر البشري الماهر والمؤهل والمناسب للعمل في مجالات السياحة والضيافة أحد أهم التحديات التي تواجه هذه الصناعة في الدول النامية والمتقدمة على حد سواء. وهذا القول مؤسس على التطور الهائل في تقنيات وسائل الاتصال والمواصلات ونوع ومستوي الخدمات وخصائص أماكن الإقامة وكلها أركان أساسية في صناعة السياحة تتطلب قوي بشرية مؤهلة ومدربة كما أنَّ هذه التطورات تتطلب الدراسات والأبحاث. وعلم السياحة والضيافة وإن كان علما حديثا إلا أنه أزدهر في الثلاثين عاما الأخيرة وتوجد حتمية ارتباط هذا العلم بعلوم الجغرافيا والتاريخ والآثار والأغذية والرقابة الصحية والهندسية والإحصاء والإدارة والاقتصاد والتسويق والتخطيط والحاسبات وتقنية المعلومات والاجتماع والبيئة والعديد من العلوم الإنسانية. ويوضح الشكل التالي (9)العلاقة بين علوم السياحة والضيافة والعلوم الأخرى وحديثا اهتمت العديد من الدول النامية بالتعليم والتدريب والبحث في مجالات السياحة دون توفير الاعتمادات أو الاستثمارات اللازمة علاوة على أن مستوي الخريجين يميل إلى افتقار المهارات العلمية ونقص التدريب وضعف مستوي اللغة، وحذا ذلك بالعديد من الشركات إلى إعادة تأهيل الخريج من خلال التدريب. وعلي الجانب الآخر فإنَّ الاستثمارات السياحية في مجال إعداد القوي البشرية ما زالت دون المستوي، وأنَّ الأبحاث والدراسات الميدانية محدودة وليست مؤسسة على المنهج العلمي المعمق مقارنة بالمجالات الأخرى وتعاني من نقص وعجز شديد في مصادر التمويل والكوادر المؤهلة. ولذلك فهناك

ضرورة إلى إنشاء مراكز متخصصة للدراسة والبحث في مجالات السياحة والبيئة وإنشاء مراكز التدريب بالإضافة إلى المعاهد والكليات المتخصصة بالجامعات لافتقار مناهجها للدروس والمجالات التطبيقية.



شكل (9) السياحة والعلوم الأخرى

معدلة عن Cooper et al(1998) & Mc Intosh et al (1995)

ويكون اهتمام مراكز الأبحاث والدراسات في مجالات السياحة والضيافة وبشكل خاص السياحة والبيئة والمجالات المرتبطة بهدف

1- جمع المعلومات حول الممارسات المتداخلة في ميدان السياحة والقطاعات الأخرى والبيئة وذلك لظهور السياحة البيئية والارتباط المباشر بين السياحة والبيئة.

2- تقديم قاعدة أساسية دولية للبيانات تُصَمّم لتحديد وتطوير النمو البيئي المطرد في صناعة السياحة التي تُدَعّم خِبْرة الزوار والمجتمعات المضَّيفة.

3- تنمية الاتصالات مع المنظمات العالمية الأخرى التي تتعامل مع البيئة.

4- إعداد تحليل موضوعي وتقييم وتقديم مبادئ "الممارسة الجيدة" للنمو في بيئة سياحية متناغمة مع الرجوع – بصفة خاصة – إلى التحديدات والمراجعات للآثار البيئية حتى يمكن تنفيذها على مستوي جماعي.

5- تحديد هوية المشروعات خاصة تلك وثيقة الصلة لتعزيز ومواصلة المحافظة على البيئة من خلال السياحة.

6- الاتصال بصناعة السياحة ودراسة التطورات المتداولة والممارسات في مجالات السياحة والبيئة وإصدار مجموعة من الإرشادات البيئية قائمة على المبادئ التي أسستها المؤسسات العلمية المتخصصة.

وعلي الجانب الآخر فإنَّ العديد من المراكز البحثية تلعب دورا هاما في

- تقدم خدماتها كمنتدى عالمي لتبادل الأفكار والمعلومات بين الباحثين والتسويقيين والمخططين والمدراء في ميادين السياحة والسفر.
- تشجيع التطور المهني بين المنتجين والمستثمرين لبحوث السفر والسياحة.
- ترويج ونشر أبحاث صناعة السياحة والسفر ذات الجودة والثقة والفعالية.
- دعم تنمية بحوث السفر والسياحة والمناهج وثيقة الصلة بها في معاهد وكليات التعليم العالي.

- التصوير الدقيق للمشكلة واقتراح الحلول.. حيث قد يصعب على المدراء المنشغلين بالإعداد والتركيز على مناطق المشكلات.
- القدرة على قياس فعاليات أساليب العمل والذي يجعلها قادرة على التمييز بين الطرق الفاعلة وغير الفاعلة وتوصي بالتخلص منها وبذلك تقلل من الفاقد – وكذلك تؤدِّي إلى توفير مدخرات في مجالات السياحة.
- يؤدي البحث إلى اكتشاف أسواق جديدة في كافة النشاطات السياحية.
- تؤدِّي بحوث قياس اتجاهات السوق ومستوي رضا العملاء إلى نتائج تكون أساسا لعمليات التطوير والتحديث.
- البحث قادر على تحديد المشكلة والعمل من خلالها بطريقة نظامية إجرائية وصولا إلى الحل النهائي.

وتوجد العديد من مراكز المعلومات السياحية والتي تلعب دوراً هاما في مجالات التنمية السياحية، وهي مؤسسات أو وكالات لا تستهدف الربح وتخصص مواردها لقياس الأثر الاقتصادي للسفر، ومراقبة الأسواق السياحية، وأصبح الكثير منها مصدراً معترفا به للمعلومات التي يستخدمها قطاع الأعمال الحكومية لتنمية السياسات السياحية والاستراتيجيات التسويقية. وتستفيد من أبحاث السوق والاقتصاد التي يقدمها مراكز المعلومات أكبر القطاعات في صناعة السفر. وأعضاء مثل هذه المراكز لهم ممثلون لقطاعات الإقامة – خدمات الأغذية والمشروبات – المواصلات – التسلية والترفيه – ومناطق الجذب السياحي ووسائل الإعلام ذات الصلة بالنشاطات السياحية ومنظمات التسويق والجامعات والمؤسسات السياحية. وتوجد في مصر على هذا النحو ما يسمي اتحاد الغرف السياحية ولكن توجد هناك اختلافات في آليات العمل والتركيب الهيكلي مع التشابه في الأهداف العامة.

ولما كانت هناك العديد من خصائص صناعة السياحة أهمها:

الرؤية العالمية والاستراتيجيات، فلسفة وأسلوب التنافسية المتواصلة Sustainable Competitiveness ، والتركيز على المشاركات القوية Strong partnership والاعتماد على التقنيات ، والاهتمام بمهارات القدرة على حل المشاكل، والتوجيه نحو العمل بروح الفريق على كل المستويات. فإن التحدي واستجابة المعاهد التعليمية في مجال السياحة تتمثل في زيادة والطلب على ضرورة تبني

- الاستجابة للمشاركات والتعاون Partnership and Collaboration.
- أسلوب المستهلك النهائي للتقنية وتطبيقاتها.
- رؤية ورسالة لإعداد الطلبة لمجال العمل في توجه يحقق الكفاءة في مواجهة التغيرات الديناميكية في البيئة السياحية.
- إنتاج خريج عالمي قادر على مواجهة التحديات التقنية والعرقية والسوسيولوجية

ويمثل إطار التنافسية المتواصلة أساس للتعاون Collaboration ويوجد ما يسمي بالمفاتيح البنائية العشر لتشجيع التعاون بين المعاهد التعليمية وصناعة السياحة وهي

1- المقررات القصيرة المرتبطة بالصناعة.

2- تسهيل العمل التطبيقي(خبرة التدريب Work experience).

3- تسهيل إجراء المشروعات ذت القيمة المضافة للصناعة.

4- الاهتمام واستضافة قيادات الصناعة كمحاضرين زائرين.

5- دعوة واستضافة المناسبات / المؤتمرات التي تنظمها الصناعة.

6- دعم تضمين المحاضرين في التخطيط للصناعة وهيكلتها.

7- تيسير مشاركة الطلاب في المنافسات الصناعية.

8- تشجيع ودعم الجمعيات الطلابية النشطة.

9- دعم وتشجيع التخطيط والتسويق السياحي القائم على المجتمع.

10- تكوين أو تأسيس ما يسمي بنظام معرفة وموارد السياحة أو بوابة السياحة Tour gate.

وفيما يلي نبذة مختصرة عن كل من هذه المجموعات حيث توجد ضرورة

- تيسير تدريس المقررات التطبيقية التي تقدمها الصناعة كجزء مكمل من البرنامج التعليمي مثل:

- الإرشاد السياحي Tour Guiding
- المهارات الأساسية لعمليات التموين Catering
- إصدار التذاكر وتحديد الأسعار
- مقررات تقنية تطبيقية مثل: الفيدليو- وجاليليو.

- التركيز علي التدريب العملي في المؤسسات الصناعية كجزء مكمل للبرنامج التعليمي مثل:

- ثلاثة أشهر - على الأقل - عمل فعلي في الصناعة كجزء من برنامج دراسة إدارة السياحة أو الفنادق.
- الإرشاد الكامل واللصيق للطلاب والموظفين القائمين على عملية التدريب.
- يمنح الطلاب فرصة التعرض واكتساب الخبرة بأنفسهم وكذلك اكتساب الأفكار الجديدة.

- التركيز على المشروعات التي تزيد القيمة المضافة كمكون من برامج إدارة السياحة

- على كل الطلاب في مختلف المستويات عمل مشروعات ذات طبيعة عملية ويدعمها قطاع الصناعة.

-إجراء تطبيقات عملية مثل: تحليل السوق- تحليل الموارد الثقافية- التخطيط الاستراتيجي.....

- أمثلة تطبيقية لتسويق منطقة ما في أحد الدول العربية.. مثل غدامس 2005م ومصراته 2006م وطرابلس المستقبل في ليبيا2010م، وشرم الشيخ 2008م، والأقصر 2009م في مصر ومناطق بعينها في كل من الدول العربية من المحيط إلى الخليج.

- الاهتمام باستضافة مدراء الصناعة كمحاضرين زائرين على الوجه التالي:
  - يجب الاستفادة بمدراء الصناعة في إطار برامج معدة ومعتمدة.
  - يشمل ذلك كل المستويات وفي كل الأقسام.
  - يتم تشجيعهم بمنحهم شهادات تقدير في احتفالات نهاية العام.

- التأكيد على قيام الجامعة باستضافة أو المشاركة في استضافة بعض المؤتمرات أو المناسبات التي تقيمها الصناعة منها على سبيل المثال:
  - الاستثمار في سياحة الصحراء في الوطن العربي.
  - السياحة الريفية في الوطن العربي عام 2006م.
  - السياحة عامل مساعد لتنمية المجتمع العربي.
  - كأس الأمم الأفريقية عام 2010م.

والعمل على تحقيق قواعد أخري من خلال الإعلام وشبكات المعومات لدعم المزيد من الدراسات والبحوث والاستشارات وتوظيف الطلاب.

- تشجيع ودعم الاتحادات أو النشاطات الطلابية المرتبطة بإدارة السياحة مثال ذلك:

- دعم أكبر للاتحادات الطلابية الأكثر نشاطا.

- تيسير وتشجيع الأشياء الإبداعية حتى ولو كانت بسيطة مثل معسكرات الفرق الأولي – ولائم الصناعة – اليوم المفتوح – شهر الإبداعات السياحية.

- تيسير وتشجيع مساهمة الطلاب في النشاطات والمناسبات الرئيسية مثل:

- الإسهام في المعرض السنوي بالقاهرة وغيرها من العواصم العربية مثل طرابلس ودبي.

- التشجيع على التطوع للمشاركة في مؤتمرات القمة الدولية الخاصة بالتنمية.

- الإسهام الطلابية الفاعلة في الاحتفالات السياحية الدولية مثل يوم السياحة العالمي وخلافه.

- الإسهام وعقد وتنظيم العشاء السنوي

- تشجيع إسهام الأكاديميين في نشاطات مؤسسات الصناعة على الوجه التالى:

- على الأكاديميين اختيار تخصصات بعينها مثل: السياحة البيئية – تسويق المقاصد السياحية وإدارتها كوحدات عمل مرتبطة بالدراسات الميدانية بما يحقق دخلا للمؤسسة.

- على الأكاديميين الإسهام الفاعل في بناء وتطوير الصناعة بدءاً من العمل كمستشارين في المراكز الوطنية للدراسات والبحوث السياحية والمنظمات الإقليمية للدراسات والبحوث والمنظمات التي تكون الجامعة العربية أو أحد الدول العربية عضوا بها.