

## أنواع المعلومات السياحية

### Typologies of Tourism Information

#### 1- تمهيد

فضلا عن أن المعلومات الخاصة بأنشطة السياحة ضخمة وغزيرة فهي ذات طبيعة متباينة Diverse. ويوضح الجدول التالي (جدول 13) مثلا للمعلومات التي تحتاجها صناعة السياحة ومنها معلومات ساكنة وغير كثيرة التغير وأخرى ديناميكية ودائمة التغير، ويلزم بعضها المسافرين قبل الرحلة والبعض الآخر ضروري أثناء الرحلة. ومنتجوا المعلومات السياحية إما شركات قطاع خاص وإما هيئات حكومية. ولا شك أن تلك المعلومات المختلفة تتطلب تقنيات مختلفة لتشغيلها وتوزيعها كما هو موضح باختصار فيما بعد.

جدول (13). أمثلة لأنواع المعلومات السياحية

المعلومات المطلوبة عن	العميل
المقصد وخصائصه - الإمكانيات والتسهيلات - كل ما هو متاح - الأسعار - وسائل وقواعد رقابة الحدود - طبيعة وجغرافيا المقصد وكذلك المناخ..... الخ.	المستهلك
اتجاهات المستهلكين في السوق - المقصد وخصائصه - كل ما هو متاح - الاسعار - وسائل وقواعد رقابة الحدود - الرحلات الشاملة - الفروع الأخرى.	وكالات السفر
الشركة - المستهلكون ووكالات السفر - المنافسون.	الموردون
الاتجاهات في صناعة السياحة - حجم وطبيعة التدفقات السياحية - سياسات وخطط التنمية.	المكاتب السياحية

مصدر الجدول: (Sheldon, P.J. 1997). Tourism Information Technolog.

## 2- المعلومات الاستاتيكية والديناميكية

يوجد العديد من المعلومات السياحية التي لا تتغير بشكل متكرر ولذلك توصف بأنها معلومات استاتيكية والبعض الآخر متغير إما بشكل دورى أو في كثير من الأحيان وهو ما يشار إليه بالمعلومات الديناميكية أو المتحركة أو المتغيرة. ومن المعلومات الإستاتيكية التي تتغير على المدى الطويل نجد: وصف المنتج - خطوط سير الرحلات - الخرائط - معلومات عن الموقع. ونظرا لطبيعة المعلومات الاستاتيكية فإنه يمكن الحصول عليها عن طريق الفيديو - الأقراص المضغوطة الممغنطة CD-ROM أو ما يسمى الأوساط المستقلة Off-line media وليس من الضروري الاعتماد على النظم الإلكترونية من نوع المعلومات المتاحة على الخط المباشر On - line في توزيع هذه المعلومات.

وعلى الجانب الآخر فإن الكثير من المعلومات الخاصة بالسياحة هي من النوع الديناميكي ويحتاج إلى الوسائل الإلكترونية للتحديث وسرعة التوزيع من المنتج إلى المستهلك. ومن أمثلة ذلك نجد: درجة توافر المنتج - جداول المواعيد - الأسعار - الظروف البيئية والمناخ - معدلات ومواعيد سقوط الجليد في المناطق أو المقاصد ذات الطبيعة القطبية أو التي يتكون فيها الجليد. وهناك تباين في معدل تغيير المعلومات حيث ما يتغير يوميا أو أسبوعيا أو شهريا والبعض يكون تغيره فصليا. ويجب أن تكون النظم المنوطة بتشغيل هذه المعلومات وقتيا أو على اللحظة On-line وعلى الطبيعة وذات قدرة في الحصول على التغيرات التي تحدث في حينها. ولا شك أن هذه النظم الفورية On-line أصعب في التطبيق وأعلى في التكلفة.

## 3- معلومات قبل الرحلة ومعلومات أثناء الرحلة

يحتاج المسافرون إلى كثير من المعلومات منها ما هو ضرورى قبل القيام بالرحلة ومنها ما هو ضرورى أثناء الرحلة. ومعظم المعلومات المطلوبة قبل الرحلة يحتاجها

المسافر في محل إقامته ومعظمها إستاتيكي ويكون احتياجها في مراحل مبكرة قبل اتخاذ قرار السفر. وتكون المعلومات التي يحتاجها المسافر بعد اتخاذ القرار وأثناء الرحلة ذات طبيعة ديناميكية. وتتوقف نسبة المعلومات قبل الرحلة وأثناء الرحلة Pre-trip versus In-trip على نوع وطبيعة السائح. فعلى سبيل المثال فإنَّ احتياج سائحي المغامرات لمعلومات قبل الرحلة محدود جداً أو لا حاجة إلى أي نوع من المعلومات ولكن المسافرين الذين لا يحبون ولا يقبلون المغامرة والمسافرين الذين يخططون لإجازاتهم بوقت كاف يحتاجون إلى معلومات قبل الرحلة من النوعين الديناميكي والإستاتيكي. وبصفة عامة فإنَّ الكثير من قرارات المسافرين تتم في المقاصد أي عندما يتم التنفيذ الفعلي للرحلة والوصول إلى المقصد السياحي. وأدت الحاجة إلى المزيد من المعلومات قبل الرحلة إلى تولد الكثير من تطبيقات تقنيات المعلومات. وتقوم المقاصد السياحية بتطوير نظم معلوماتها لتجعل المعلومات سهلة الوصول والحصول عليها من قبل السائحين في هذه المقاصد. وتنتشر أكشاك نشر المعلومات Kiosk information والنظم المعتمدة على التلفزيون وبأشكال مختلفة. ويتم توزيع المعلومات الإستاتيكية قبل الرحلة عن طريق المطويات والدليل والشرائط الممغنطة CD-Rom بينما توزع المعلومات الضرورية أثناء الرحلة من خلال الأكشاك والكتب الإرشادية Guidebooks والمطويات. وتحتاج المعلومات الديناميكية المطلوبة قبل أو أثناء الرحلة إلى خطوط اتصال مباشرة لحظية بشبكة المعلومات الدولية On-line مثل الفاكس والبريد الإلكتروني ونظم الحجز بالحاسبات والتلفزيون وشبكة الاتصال والمعلومات الدولية Internet وأيضا ما يسمى النظام الخاص بمعلومات المقصد Destination information system (DIS). ويوضح الجدول التالي (جدول 12) الأوساط الإعلامية المختلفة لكل من المعلومات الديناميكية والإستاتيكية المطلوبة سواء قبل أو أثناء الرحلة.

المعلومات الديناميكية	المعلومات الاستاتيكية	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ التليفون.</li> <li>▪ الفاكس.</li> <li>▪ البريد الالكتروني.</li> <li>▪ وسيلة الاتصال بين وكيل السفر ونظام التوزيع الدولي GDS.</li> <li>▪ شبكة المعلومات الدولية.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ المطويات.</li> <li>▪ الكتيب أو الدليل الارشادي</li> <li>▪ Guide books.</li> <li>▪ الأفراس الممنطة.</li> </ul>	قبل الرحلة
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ التليفون.</li> <li>▪ الفاكس.</li> <li>▪ البريد الالكتروني.</li> <li>▪ نظام المعلومات الخاصة بالمقصد DIS.</li> <li>▪ شبكة المعلومات الدولية.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ الأكشاك Kiosks.</li> <li>▪ الكتب او الدليل الارشادي.</li> <li>▪ قنوات التليفزيون الموجودة بالفنادق.</li> </ul>	أثناء الرحلة

مصدر الجدول: (Sheldon,P.J,1977) Tourism Information Technolog.

#### 4- القطاع الحكومي والقطاع الخاص

يكون القطاع الحكومي مسئولاً عن توفير المعلومات السياحية وخاصة المتعلقة بالمقاصد السياحية، والبعض الآخر يكون مسئولية القطاع الخاص وبالذات فيما يتعلق بخصائص المنتج السياحي. ومع ذلك فإن القطاع العام يكون مسئولاً عن توفير معلومات محددة خاصة بمنتجات محددة مثل مقومات الجذب أو أماكن الإقامة لأن المعلومات الخاصة بهذه المنتجات أمر يكثر الطلب عليه. وعلى النحو الآخر يكون القطاع الخاص مسئولاً عن تجهيز بعض المعلومات الخاصة بالمقاصد ويقدم تلك المعلومات أثناء عمليات الإعلانات لاغراء العملاء لشراء منتجهم. وأمثلة أخرى من هذا النوع مثل مشغلي الرحلات وبعض مكاتب الاستعلامات في المكاتب الامامية في الفنادق Hotel Concierge Desks الذين يقومون بتشجيع عملائهم عن طريق تزويدهم بالمعلومات العامة التي تخص المقاصد السياحية. ومصادر القطاع العام للمعلومات هي المكاتب السياحية الحكومية على المستوى

الإقليمي أو الوطني. وتقوم هذه المكاتب بتوفير المعلومات الموضوعية Objective غير المتحيزة سواء للخدمات السياحية الحكومية أو الخاصة. وتكون المعلومات الموجودة بالكتب الإرشادية Guid books من النوع الموضوعي ومحايدة وخاصة إذا كان مؤلفها ليس له ارتباط بمن قام بتجهيز المنتج السياحي. ومن أهم خصائص المعلومات التي توفرها الشركات الخاصة أنها ترويجية وأكثر تخصصا ووصفا للمنتجات التي تعرضها. وكل هذه الأنواع أو الفئات الخاصة بالمعلومات السياحية تساعد في إلقاء الضوء على كل أنواع التقنيات المعلوماتية المناسبة لمختلف التطبيقات.