

تلخيص بحث المزيج التسويقي السياحي

المبحث الأول: العناصر المستحدثة للمزيج التسويقي السياحي

المطلب الأول: الموظفون (الأفراد)

يلعب الأفراد دورا مهما في تسويق الخدمات السياحية و يتضمنون كافة الأفراد المشاركين في تقديم الخدمة للعميل ومن ثم تأثيرهم على درجة رضا السائح عما يتلقاه من خدمة، بالإضافة إلى كافة العاملين في المؤسسة السياحية والمؤدين الخدمة بشكل أو بآخر وكذلك السواح الآخرين الموجودين في البيئة والمحيط الذي تقدم فيه الخدمة

وبإمكان المؤسسات السياحية تحسين وتطوير أداء وكفاءة مقدسي خدماتها السياحية من خلال إتباع العديد من التقنيات أبرزها ما يلي:

-التكوين والتدريب: هو أداة تساعد على تطوير قدرات مقدمي الخدمات السياحية وتأهيلهم، حيث يعد إجراء مخططا يكتسب عن طريقه هؤلاء الأفراد معارف ومهارات لأداء العم.

- الترقية: هو انتقال العامل من وظيفة إلى أخرى أفضل من حيث المسؤولية والراتب، وتتم هذه الترقية بناء على معايير وصفات يتميز بها العون (مقدم الخدمة السياحية) كالأداء المتميز في كل مرة.

- المتابعة المستمرة: والمقصود بها المراقبة المستمرة لأداء مقدمي الخدمات السياحية من اجل اكتشاف نقاط القوة والضعف حتى تتمكن المؤسسة السياحية من القيام بالإجراءات التصحيحية المناسبة وفي الوقت المناسب

المطلب الثاني: التسهيلات المادية

تعمل التسهيلات المادية للخدمة السياحية على خلق جو ملائم للعمل بالنسبة لمقدم الخدمة السياحية، كما أنها تسمح للسائح بتسيخ انطباع وصورة معينة في ذهنه حول جودة الخدمات السياحية وحول المؤسسة ككل، ويمكن القول أن البيئة المادية للخدمة السياحية تمثل "مجموعة من المكونات التي توفرها الدولة أو المؤسسة السياحية لجعل شكل الخدمة أقرب إلى العملاء والهدف من ذلك هو جعل مزيج الخدمة محسوسا بدرجة أكبر ومن ثم يمكن للعملاء (السائح) التعرف على مكوناتها وتقييمها بشكل أفضل، إضافة إلى جعل مزيج الخدمة مميذا عما يقدمه المنافسون"

تبرز أهمية التسهيلات المادية كعنصر أساسي من عناصر المزيج التسويقي السياحي فيما يلي:

- أنها تؤثر على جودة المنتج السياحي بشكل عام

- تشكل في مجملها انطباعات عن عراقة المكان ومدى تقدير السائح.

- يستخدم التسهيلات المادية للتمييز بين منتجات المؤسسة السياحية ومنتجات المنافسين.

- يسهل من عملية الإدراك الذهني للخدمات غير الملموسة من قبل السائح.

- يترجم الطبيعة غير الملموسة للخدمات السياحية الى أشياء ملموسة

المطلب الثالث: إدارة العملية

تشتمل على كافة الأنشطة والعمليات التي تؤدي أثناء تقديم الخدمة و إدارة التفاعل بين مقدم الخدمة و متلقيها حيث تعد عملية تقديم الخدمة للسواح عنصرا اساسيا من عناصر المزيج التسويقي للخدمة السياحية و تشتمل على كافة الاجراءات التي تتضمن تقديم الخدمة للسواح، حيث تبدأ من لحظة دخول السائح للبلد حتى لحظة خروجه منها و لهذا على الدولة ان تقلل من الاجراءات الروتينية

و تشتمل إدارة العملية الاساليب المتبعة من قبل مزود الخدمة السياحية لضمان تقديم الخدمة و الاساليب المتبعة من قبل مزود الخدمة السياحية لضمان تقديم الخدمة إلى (المستفيدين)السواح، كما تتضمن هذه العمليات نشاطات و بروتوكولات أخرى مثل حرية التصرف الممنوحة لمقائمين على إدارة العملية السياحية و كيفية توجيه المستفيدين و أساليب تحفيزهم على المشاركة الفعالة في عملية إنتاج الخدمة السياحية و تقديمها