

جامعة باجي مختار – عنابة –
كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير
قسم العلوم التجارية
تخصص تسويق خدمات

محاضرات في مقياس التسويق السياحي

من إعداد الأستاذة :

برحائل هاجر hadjer.berrehail@gmail.com

السنة الجامعية : 2021/2020

المحاضرة الثانية : مكونات العرض السياحي

يمثل العرض السياحي في أي دولة سياحية كل ما تمتلكه من موارد سياحية مختلفة مثل عناصر الجذب والمغريات السياحية الطبيعية والصناعية، بالإضافة إلى الخدمات العامة والخدمات السياحية التي تقدمها الدولة للسائحين القادمين إليها من مختلف أنحاء العالم.

1- تعريف العرض السياحي :

يمكن أن نعرف العرض السياحي بأنه يمثل كل ما تملكه وتعرضه الدولة من مغريات ووسائل جذب ومرافق وخدمات سياحية بهدف تنمية الحركة السياحية الوافدة إليها من مختلف دول العالم.

2- مكونات العرض السياحي :

يتكون العرض السياحي في أي دولة من الدول من عناصر أساسية يصعب أن تكون غير موجودة بها لأنها تمثل عصب صناعة السياحة والأساس الذي يقوم عليه النشاط السياحي، فلا يمكن أن نتصور دولة سياحية لا تمتلك مغريات أو عناصر جذب طبيعية أو صناعية وليس بها مرافق أساسية وليس لديها مطاعم أو فنادق... وفي العموم يمكن ذكر أهم مكونات العرض السياحي في العناصر الموائية:

2-1 العناصر الطبيعية :

هي عناصر الجذب التي خلقها الله سبحانه وتعالى وأوجدها في كل دولة فهي ليست من صنع البشر ، وهي أكثر عناصر الجذب أهمية وإقبالا من السائح فهي ترتبط بالطبيعة ارتباطا وثيقا . وتشمل هذه العناصر:

أ- الموقع الجغرافي، الذي كلما كان قريبا من الدول المصدرة للسائحين تمتع بميزة نسبية كبيرة (أوروبا تصدر للعالم أكبر نسبة من الحركة السياحية العالمية) .

ب- المناخ، وما يرتبط به من مؤثرات منها :

ب1- درجة الحرارة ، حيث تكون مثلا المناطق التي تزداد فيها الحرارة بشكل كبير في الصيف غير محببة للسائحين في هذا الفصل بالرغم من توفر عوامل الجذب الأخرى مما يجعلها تتأثر كثيرا بمشكل الموسمية، عكس المناطق التي تتمتع بدرجات حرارة معتدلة أو مرتفعة بشكل طفيف.

ب2- درجات الرطوبة، التي تزداد في المناطق التي تطل على البحار كنتيجة لارتفاع نسبة بخار الماء في الهواء، مما يؤدي في أحيان عديدة إلى مشاكل صحية وصعوبات في التنفس لدى السائحين، وبذلك تصبح مثل هذه المناطق التي ترتفع فيها درجات الرطوبة غير مشجعة على الإقامة فيها لفترات طويلة.

ب3- الرياح والأمطار الغزيرة، التي تعتبر في كثير من دول العالم عاملا من عوامل الطرد السياحي نتيجة ما تخلفه من أعاصير وسيول وفيضانات مدمرة.

ب4- درجة سطوع الشمس، التي تمثل عاملا مهما من العوامل المناخية خصوصا لدى الدول التي تتميز بالمناخ البارد، مثل دول شمال أوروبا وكندا وشمال الولايات المتحدة الأمريكية وغيرها من المناطق التي تفتقر في أوقات كثيرة إلى الشمس الساطعة الدافئة.

ج- التضاريس (طبيعة الأرض) :

ويقصد بها تلك العناصر المرتبطة بالأرض والظواهر الطبيعية الموجودة بها مثل البحار والأنهار والمناطق الصحراوية والجبلية والسهول والوديان والآبار والرمال الدافئة.. الخ، فكلما تمتعت الدولة بتنوع كبير في طبيعة الأرض كانت أكثر ملاءمة للنشاط السياحي سواء كان للسياحة الترفيهية أو العلاجية.

2-2 العناصر الصناعية (غير الطبيعية) :

تمثل هذه المقومات كل ما صنعه الإنسان وأصبح له قيمة تاريخية وحضارية كبيرة يمكن الاعتماد عليها بشكل رئيس كمصدر جذب سياحي للدولة كالأثار التاريخية، المتاحف الفنية، الحدائق الدولية، الأبراج العالية، المكتبات العامة... الخ.

2-3- المرافق العامة (البنية الأساسية)

لا يمكن أن تتقدم أي دولة من الدول اقتصاديا واجتماعيا وبيئيا وسياحيا ... الخ، إلا إذا اعتمدت على مرافق عامة جيدة باعتبارها الأساس الذي تعتمد عليه هذه التنمية الشاملة في الدولة و تضم تلك المرافق ما يلي :

- شبكات الكهرباء
- شبكات المياه والصرف الصحي
- شبكات الاتصالات
- شبكات الطرق.. الخ .

2-4 الخدمات العامة والسياحية:

تتكمّل حلقة العرض السياحي بالخدمات العامة والسياحية لأنها أساسية للمنتج السياحي، وتنقسم إلى نوعين رئيسيين هما :

أ- الخدمات العامة : مثل:

-الخدمات الصحية وتقدمها المراكز والمنشآت الصحية المختلفة.

-الخدمات المصرفية المقدمة من البنوك سواء الحكومية أو الخاصة.

-الخدمات التأمينية وتقدمها شركات التأمين.

-الخدمات الثقافية وتقدمها المراكز الثقافية والمكتبات ... الخ.

ب- الخدمات السياحية : من بين ما تشمله هذه الخدمات:

- خدمات الإقامة وتقدمها القرى السياحية والفنادق او المخيمات و بيوت الشباب ... الخ.

- خدمات الإطعام وتقدمها المطاعم السياحية بأنواعها المختلفة والكافيتريات والكارنيهوهات.

- خدمات السياحة والسفر وتقدمها شركات السياحة ووكالات السفر ... الخ.

- خدمات ترفيهية وتقدمها المراكز الترفيهية.

-خدمات المشتريات وتقدمها محلات بيع السلع والهدايا التذكارية.

- خدمات الاستعلام السياحي وتقدمها مكاتب الاستعلام السياحي في المحطات الجوية والبحرية والبرية ، وفي داخل المدن الرئيسية والمناطق السياحية ...الخ.

3- خصائص العرض السياحي:

يتصف العرض السياحي في أي دولة من الدول السياحية بعدد من الخصائص المهمة التي تحدد ملامحه الرئيسية أهمها:

- **قلة المرونة (الجمود)**، التي يقصد بها انخفاض قابلية العرض للتغير طبقا لأذواق ورغبات واتجاهات المستهلكين السياحيين بعكس ما نرى في السلع المادية الأخرى التي تتصف بالمرونة لإمكانية تغييرها وتعديلها بسهولة حتى تلائم مطالب السوق . أما في مجال السياحة فإن العرض السياحي يصعب تغيير المكونات الرئيسية له كالمقومات الطبيعية والصناعية، أما بالنسبة للخدمات السياحية فإنه يمكن تطويرها وتعديلها بشكل يلائم رغبات وميول شرائح سوقية معينة في حدود القوانين والثقافات والعادات السائدة في كل دولة.

- استقلال العناصر المكونة له:

من الملاحظ أن العناصر المكونة للعرض السياحي مستقلة عن بعضها البعض، حيث يتضح أن المقومات الطبيعية مستقلة عن المقومات الصناعية و مستقلة عن الخدمات والتسهيلات السياحية ، بحيث يمكن التمييز بين كل عنصر وآخر وتحديد معالمه الرئيسية بدون تداخل بينهم، بعكس السلع المادية التي تتصف بالاندماج الكامل للعناصر المكونة لها مثل السيارات والأجهزة الكهربائية إلى غير ذلك.

- استخدامه في أماكن وجوده : يتميز العرض السياحي بأن المستهلك السياحي ينتقل إلى المناطق التي يتواجد بها المنتج السياحي المناسب له لاستخدامه مقابل ما يدفعه من مبالغ نقدية، أما في حالة السلع المادية فإن السلعة هي التي تنتقل إلى المستهلك في مكان تواجده.

إشترك مكوناته في الحكم على جودته : فالسائح الذي يزور احدى المتاحف مثلا فإن تجربة الزيارة تتأثر سلبا وإيجابا بمستوى إقامته في الفندق، أو مدى شعوره بالأمان أثناء السير في الشارع ومدى لباقة التعامل في المطار.