



## المحاضرة الثامنة: المزيج التسويقي السياحي

### خامساً: البيئة المادية

ويقصد بها الجو العام في المنشأة السياحية والذي يتم الشعور والإحساس به عن طريق الحواس الخمسة مثل (التصميم والديكور، الألوان والإكسسوار، الإضاءة الطبيعية والاصطناعية والتهوية والحرارة والرطوبة والأصوات وغيرها).

فالحواس تساعد في تفسير البيئة التي من حولنا كالتالي:

الجوانب الأساسية البصرية للبيئة من حولنا هي: اللون، الشكل، الحجم، والسطوع والاضاءة.

الجوانب الأساسية السمعية للبيئة من حولنا وهي: الضجيج والصوت المرتفع والصوت المنخفض.

الجوانب الأساسية الشمية للبيئة من حولنا هي: الرائحة

الجوانب الأساسية اللمسية للبيئة من حولنا هي: درجة الحرارة والنعومة والليونة وغيرها.

مثال اذا أردنا وصف البيئة المادية لمطعم فرنسي كلاسيكي: يمكن القول بأنه هادئ جداً وواسع ومرح.

البيئة المادية لصالات ديسكو: واسعة والضجيج مرتفع وزاهي الألوان.

### عوامل البيئة المادية الرئيسية

#### ١. عنصر التصميم والديكور:

أي هو تحقيق الانسجام والتوازن ما بين الإنسان والبيئة المحيطة به، فتخطيط فراغات المنشآة السياحية (مطعم أو فندق أو مكتب سياحي أو شركة طيران) وتصميمها، وتحديد أقسام البناء ومساحته يساعد في تحقيق الراحة للعاملين والضيوف ضمن هذه الفراغات ويساعدهم على إنجاز أعمالهم بكفاءة وفاعلية.

فتخطيط الفراغات وتصميمها، الترتيب المكاني لها، العدد والأدوات المستخدمة (الأثاث)، مسارات الحركة، الدرج والسلالم جميعها تلعب دوراً في تحقيق الرضا والراحة للعميل وتؤثر عليه.

كما يجب مراعاة خصوصية الأقسام المختلفة في المنشأة وطبيعة اداء الاعمال فيها (المطعم والمساحات بين الطاولات، تصميم الغرفة الفندقية، تصميم مكتب الشركة السياحية التي منها يتم شراء المنتج السياحي، تصميم الطائرة التي يتم السفر فيها ومقاعد الجلوس والمسافات بينها وعدد الافراد في الصف الواحد كلها لها تأثيرها).



مطعم مع ديكور جميل واطالة رائعة بنوافذ وواجهات زجاجية كبيرة.



مطعم بديكور جميل ولكن مسارات الحركة بين الطاولات قليلة والاضاءة الطبيعية بالصالات شبه معدومة وبدون اطالة.

## ٢. الإضاءة الطبيعية:

وهي الإضاءة التي تأتي من مصادر طبيعية، وتعد الشمس هي المصدر الرئيسي لها. وبينت الدراسات أن الإضاءة الطبيعية تعطي الفراغات المعمارية اتساعاً وتعطي احساساً بالراحة والسرور أكثر من الإضاءة الاصطناعية، كما أنها تساعد على زيادة النشاط والانتاجية لأنها تسبب الراحة وتعطي الصحة للعاملين والعملاء. ولكن بالمقابل أيضاً يجب أن تكون الإضاءة الاصطناعية مدروسة بعناية.

فالغرف الفندقية في النهار يفضل أن تدخلها الإضاءة الطبيعية، كما ان المطاعم في النهار يفضل أن يكون فيها اتساعاً بالنوافذ لدخول الإضاءة الطبيعية مع الاصطناعية لخلق جو مريح. وأيضاً المكاتب السياحية. اليوم يوجد توجه بالاعتماد على النوافذ الزجاجية الكبيرة والواجهات الزجاجية الكبيرة في التصاميم.

محاضرات مقرر التسويق السياحي لطلاب الثالثة  
في جامعة المنارة  
مدرس المقرر: د. رنا إبراهيم داود © مدرس في كلية السياحة في جامعة طرطوس



النافذة صغيرة



النافذة كبيرة



تصميم مكتب سياحي

محاضرات مقرر التسويق السياحي لطلاب الثالثة  
في جامعة المنارة  
مدرس المقرر: د. رنا إبراهيم داود © مدرس في كلية السياحة في جامعة طرطوس



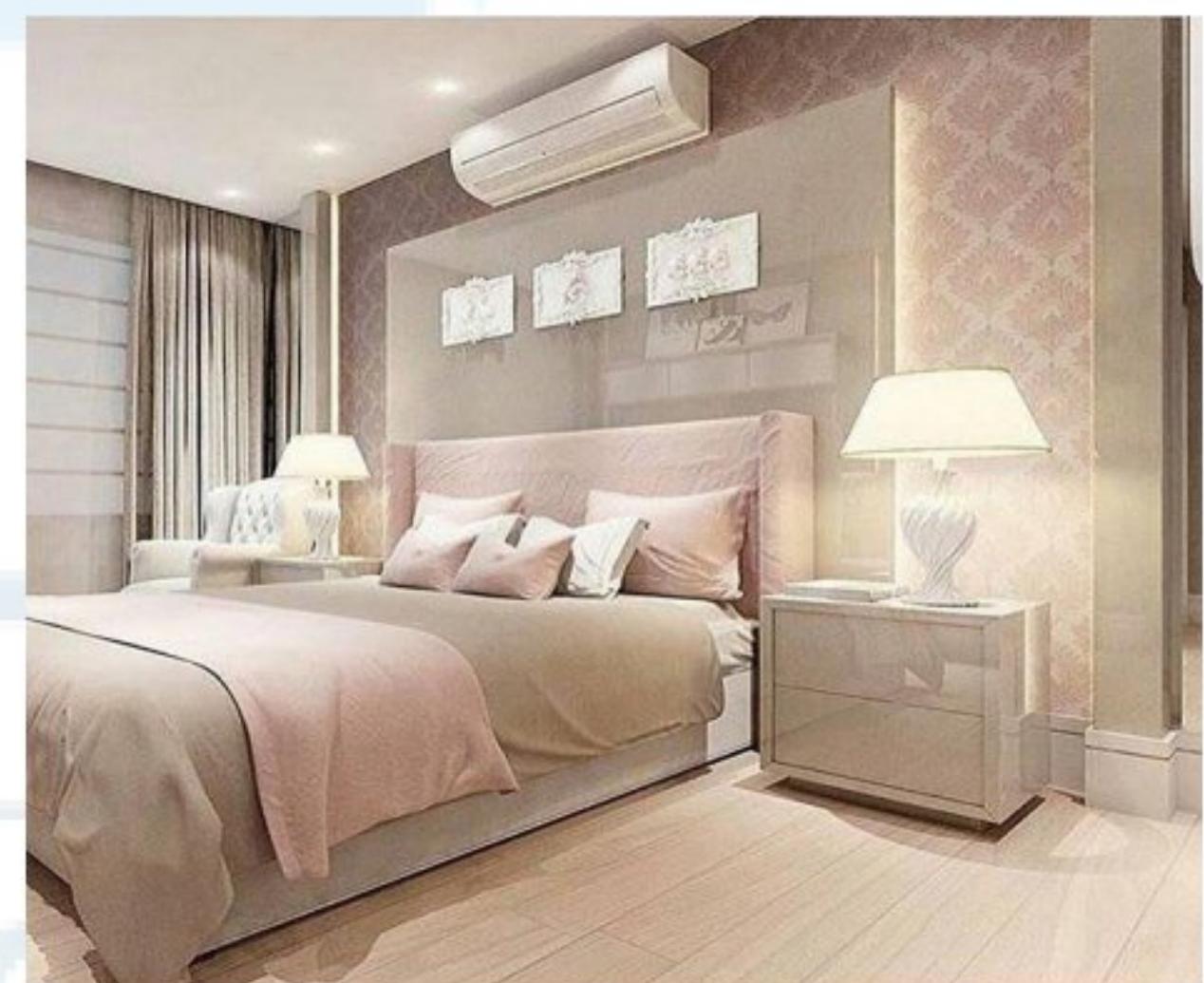
التصميم السابق أفضل من تصميم المكتب في الصورة الحالية من حيث المساحات والاضاءة الطبيعية والألوان.

### ٣. الراحة الحرارية والرطوبة:

الراحة الحرارية: حالة عقلية يشعر بها الإنسان بالرضا عن الظروف البيئية المحيطة به، وتعد درجة الحرارة ونسبة الرطوبة من أهم المؤثرات في راحة الإنسان. فدرجة الحرارة الغير ملائمة سواء مرتفعة أو منخفضة تؤثر في مزاجية العملاء والعاملين وبالتالي تؤثر على عدم رضا العملاء وعلى انتاجية ونشاط العاملين.



غرفة فندقية بتكييف مركزي.



غرفة فندقية بمكيف.

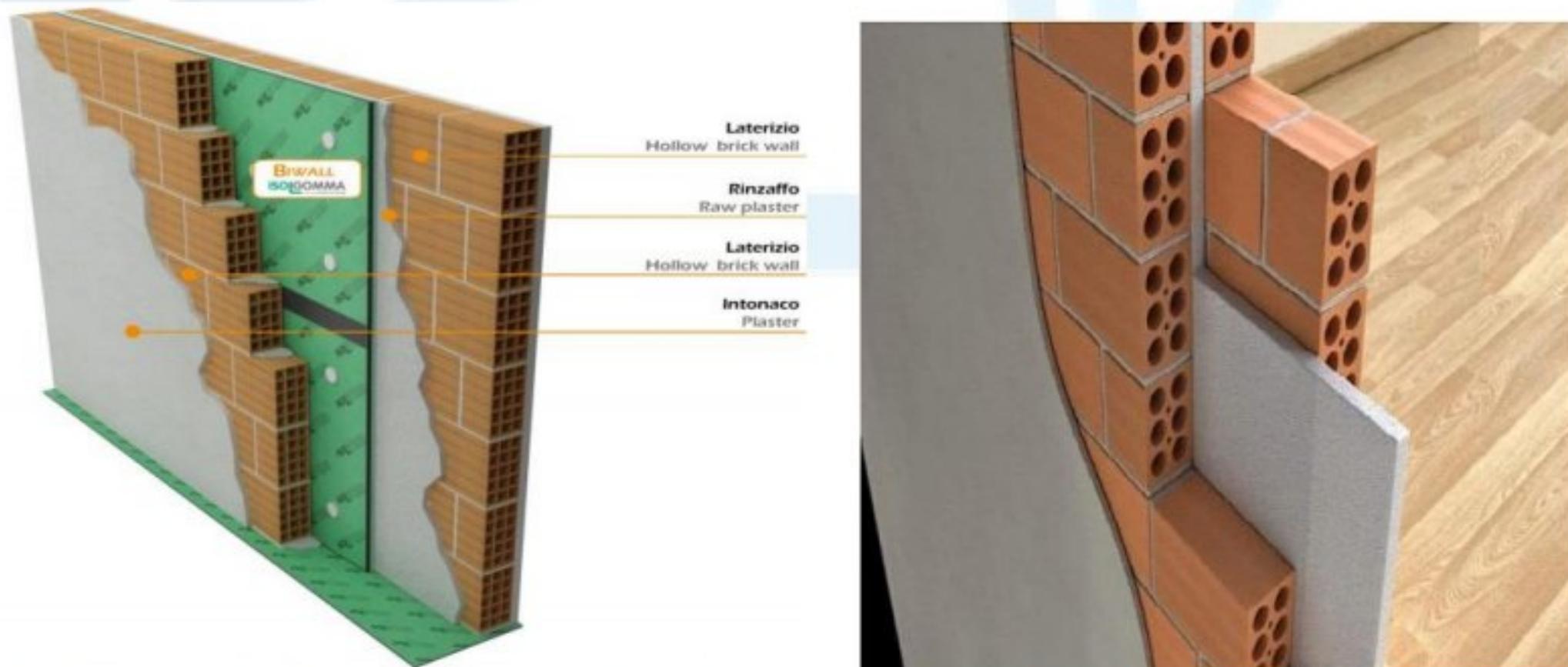
### ٤. التهوية:

يقصد بالتهوية ادخال الهواء النقي واخراج الهواء الفاسد وتعد التهوية ايضا من العوامل المهمة التي تؤثر على رضا العملاء واداء العاملين.



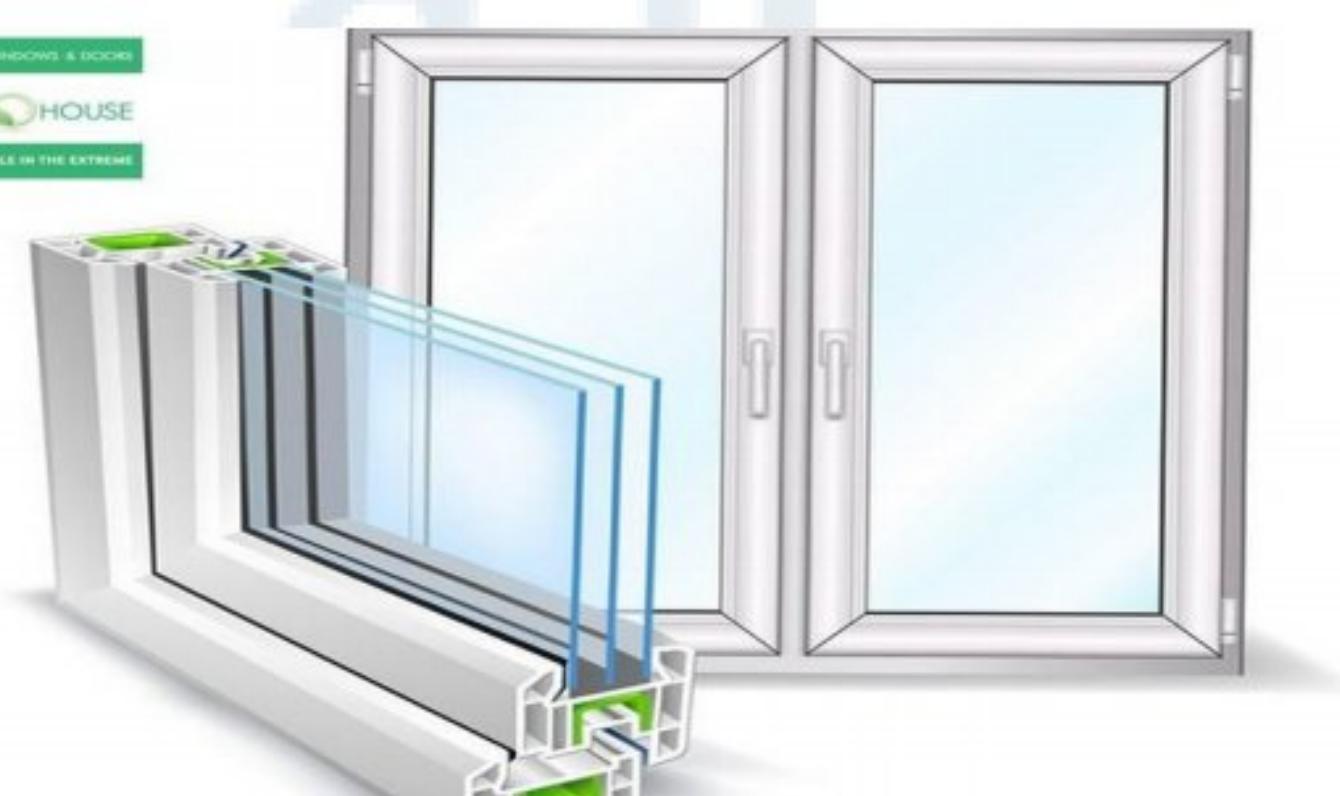
## ٥. الراحة الصوتية:

تعرف الراحة الصوتية على أنها مستوى الضجيج الذي لا يؤثر في قدرة الإنسان على انجاز أعماله. الضجيج يؤثر في تشتيت التركيز وفي مزاجية العمال والضيوف.



العزل الصوتي لجدران المطاعم والفنادق.

نوع الموسيقى المذاعة في المطعم او قسم الاستقبال في الفندق تؤثر على العملاء، كما انه في حال توفر مطعم وصالة للحفلات في الفنادق يجب ان تكون معزولة النوافذ والجدران حتى لا تسبب بالإزعاج لنزلاء الفندق.



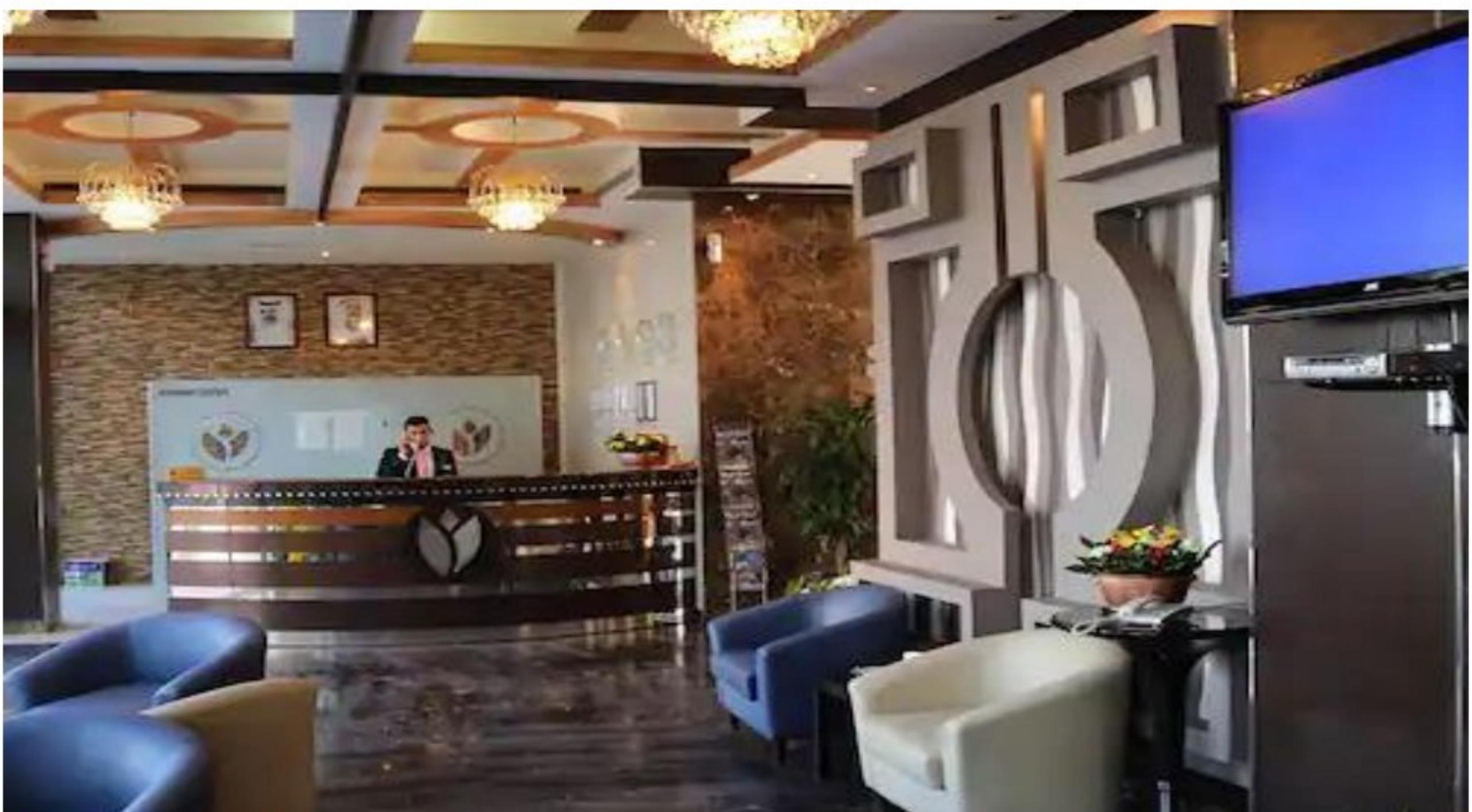
نوافذ عازلة للصوت من عدة طبقات

## ٦. الأثاث والمعدات:

الهدف من وجود الأثاث هو توفير ما يحتاجه الإنسان من متطلبات وظيفية أدائية بالشكل الأمثل ضمن البيئة التي يتواجد فيها. وظهر علم أو مصطلح الهندسة البشرية ليعالج الترابط بين الإنسان والمعدات والأدوات الموجودة في المحيط الذي يعيش فيه.



اثاث غرفة في الفندق (سرير للنوم، خزانة، كومادينة عدد ٢ ، كراسى عدد ٢ ، طاولة صغيرة، لامبدير عدد ٢). الأثاث متوضع بطريقة مريحة وتتيح حرية الحركة.



اثاث قسم الاستقبال (كاونتر الاستقبال وكراسي الجلوس والاستراحة والمساحة متوفرة، ولكن يوجد عدم تناقض في الألوان والديكور وديكور السقف غير مريح ابدا).



مساحة الاستقبال كبيرة ومرحية، ولكن الثريات شكلها غير مريح، يفضل ان تكون أماكن استراحة العملاء امام الاستقبال وليس على الجوانب.



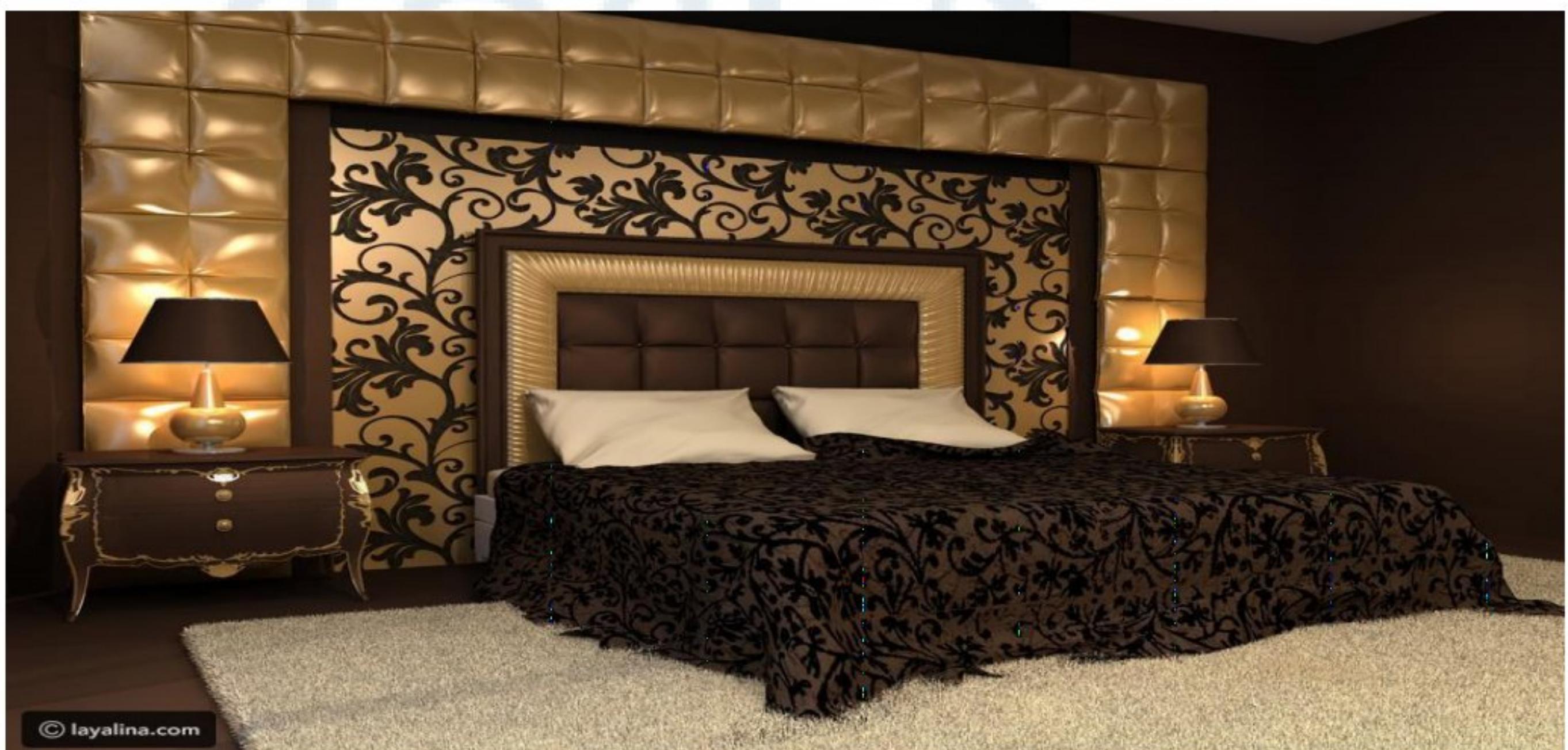
مساحة الاستقبال واسعة جدا، الألوان جميلة جداً ومتناهية وهادئة ومرحية، الإضاءة بسيطة.



مساحة الاستقبال واسعة جدا، الإضاءة الطبيعية في السقف تعطي جمالية جدا للاستقبال، ولكن لون الفرش الداكن وتعدد الأعمدة في هذه المساحة من السلبيات.

## ٧. الألوان:

تعتبر الألوان من العناصر المستخدمة في البيئة المادية وذلك لتأثيراتها النفسية على الأفراد ولتأثيراتها الجمالية. بعض الألوان تسبب الراحة وبعض الألوان تسبب الإضطراب والارهاق، ولذلك يرعي عند استخدام الألوان مستوى تأثيراتها نوع وطبيعة نشاط المنشأة ونوعية العمل الممارس في المكتب الوظيفي وعدد الأشخاص الذين يمكن تواجدهم في المكان. فالألوان لها تأثير كبير في نفوس العمال والضيوف ومزاجياتهم.

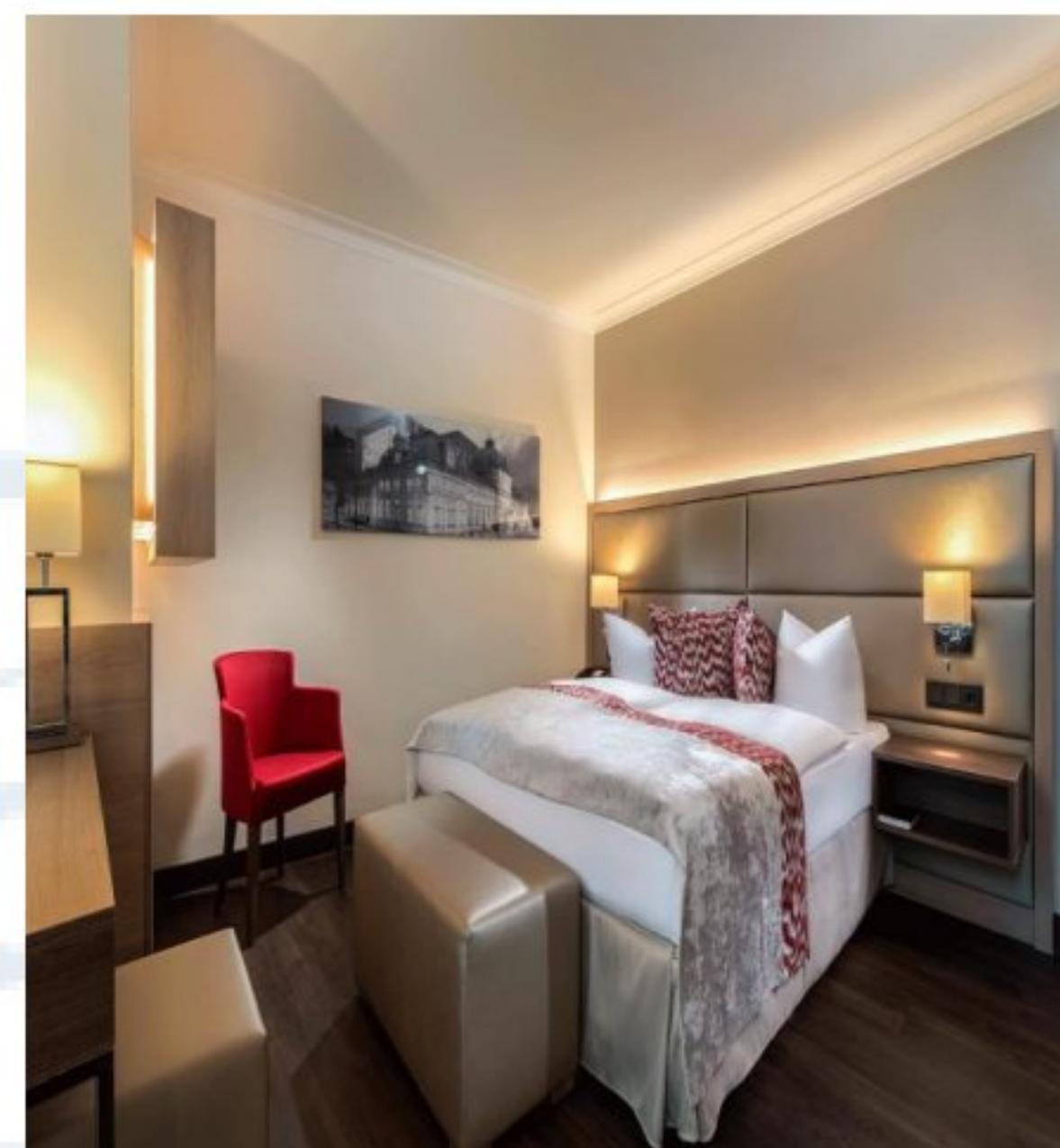
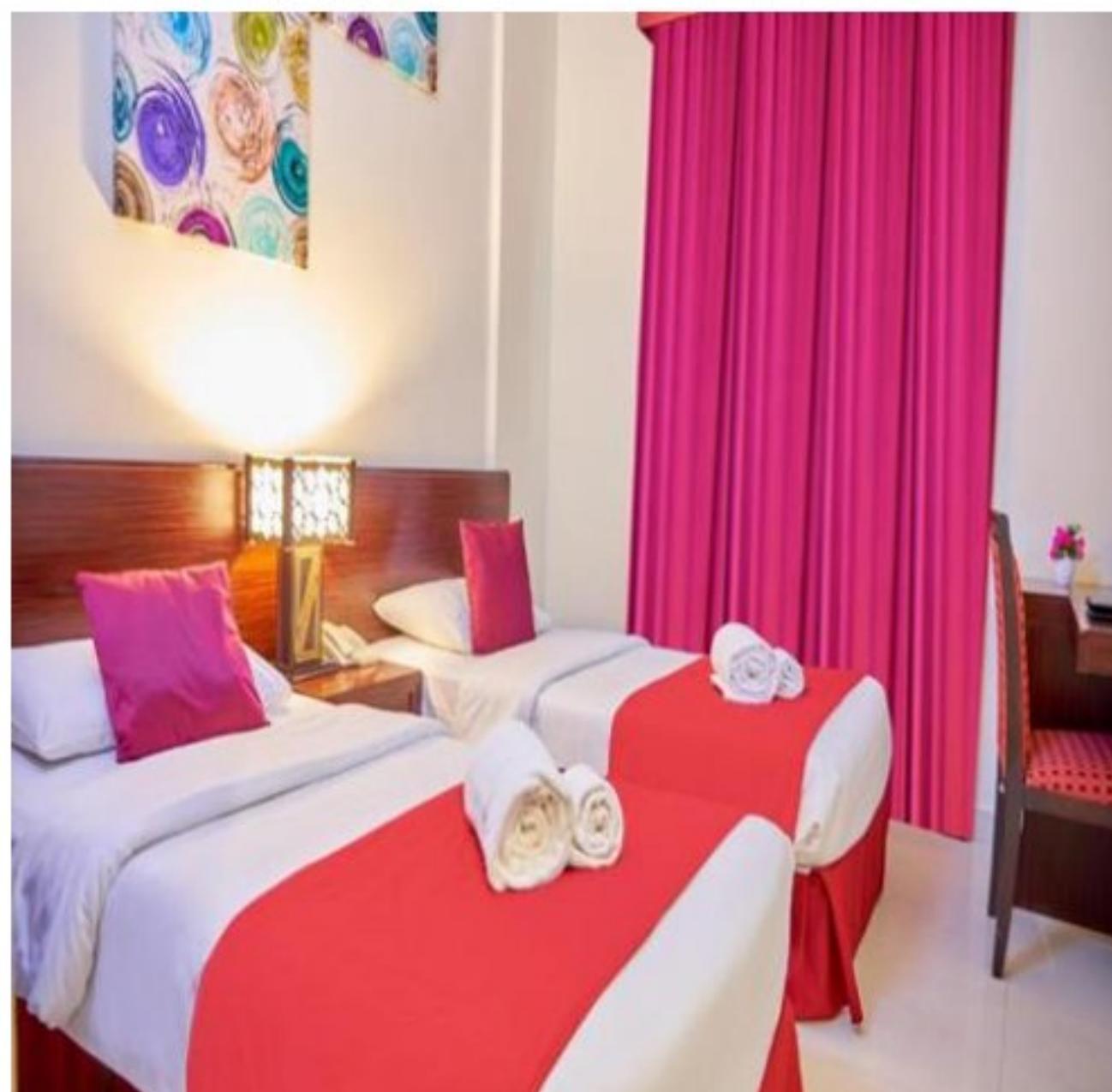


الألوان الداكنة جدا قد تسبب ضجر وتعب للعميل في غرفته وخاصة إذا كانت الإضاءة الاصطناعية والطبيعية غير كافية.

محاضرات مقرر التسويق السياحي لطلاب الثالثة  
في جامعة المنارة  
مدرس المقرر: د. رنا إبراهيم داود © مدرس في كلية السياحة في جامعة طرطوس



الألوان الفاتحة والزاهية تبدو في قسم الاستقبال في الصورة جميلة.



الألوان في الصور السابقة جميلة وتبعث على الشعور بالراحة والنظافة.



الألوان هادئة وجميلة (الفرش والجدران وعدة السفرة).



اللون الأصفر جميل ولكن الأرضية ولوهها متعب للنظر وغير مريح.

#### ٨. الإضاءة الاصطناعية

وتعرف بأنها الإضاءة الناتجة عن مصادر غير طبيعية وإنما اصطناعية للحصول على الضوء في أثناء الليل أو عندما تكون

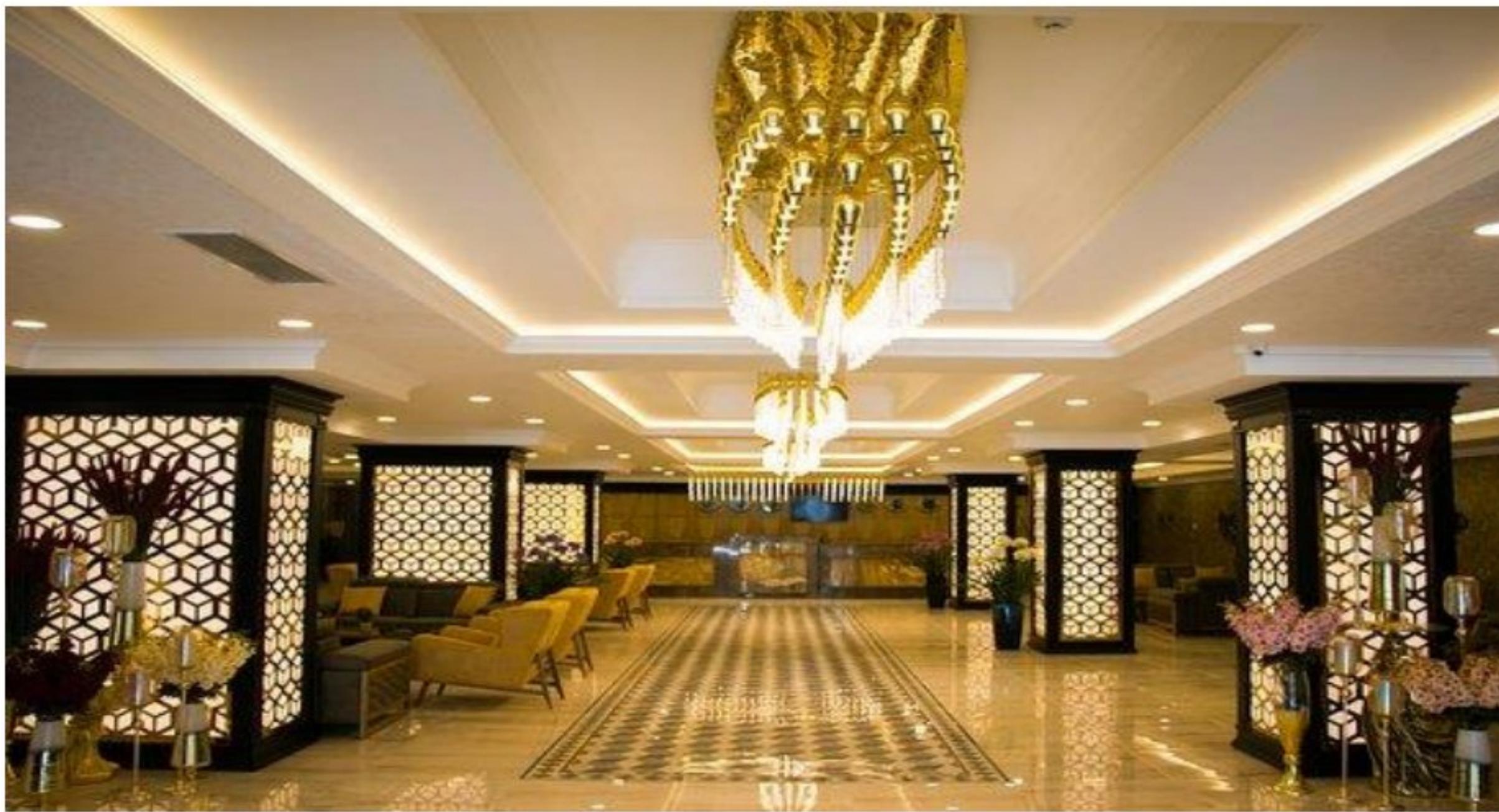
الإضاءة الطبيعية غير كافية.

محاضرات مقرر التسويق السياحي لطلاب الثالثة

في جامعة المنارة

مدرس المقرر: د. رنا إبراهيم داود © مدرس في كلية السياحة في جامعة طرطوس

تعد الإضاءة الاصطناعية ضرورية لأنها توفر الرؤيا وتساعد على اداء الاعمال وتؤثر في نفوس العاملين والضيوف ويعتبر الضوء الاصطناعي القريب من الطبيعي هو من أفضل أنواع الإضاءة الاصطناعية.



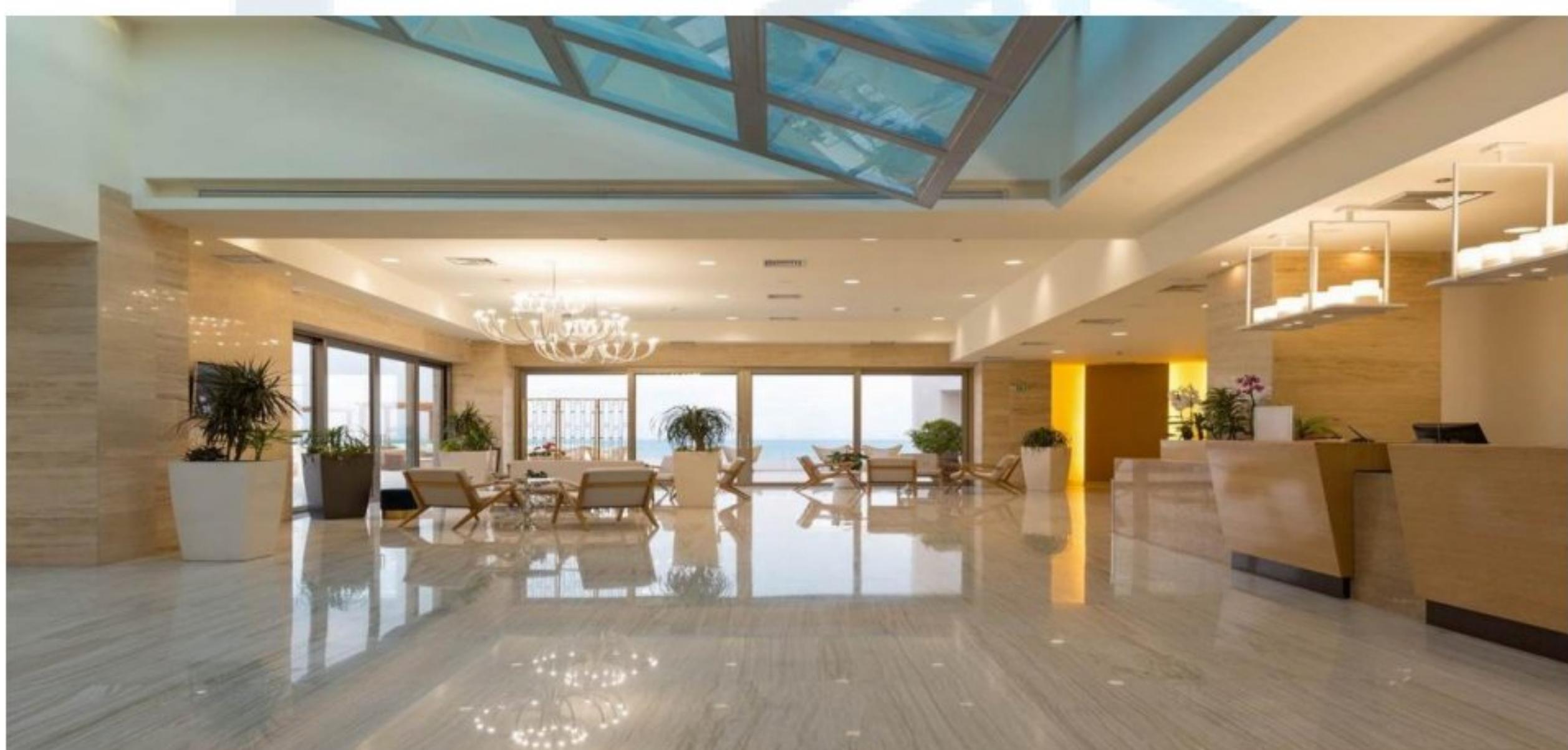
الإضاءة الاصطناعية (ثريات فاخرة، أعمدة منارة، سبوتات).



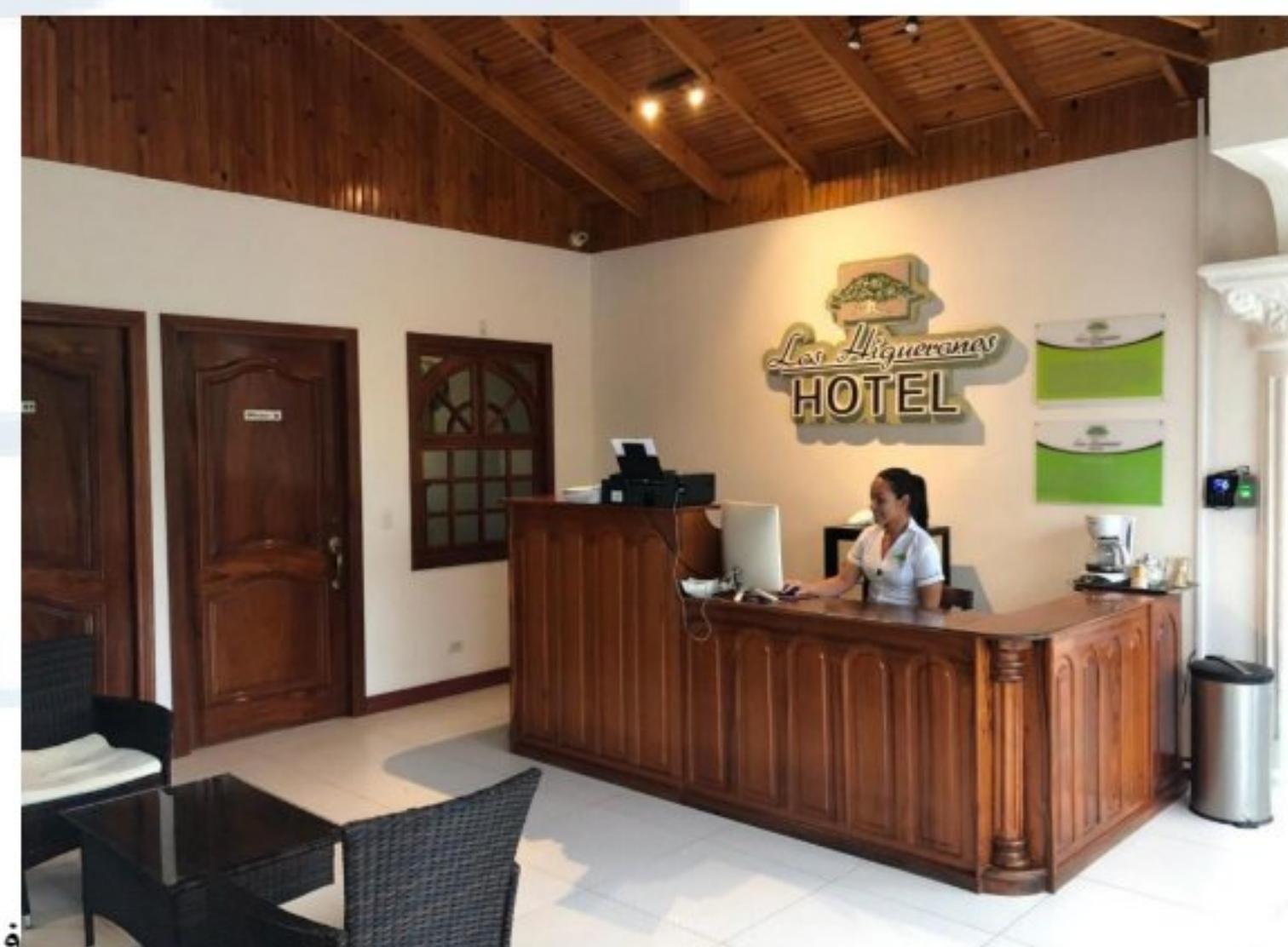
اضاءة طبيعية واصطناعية

#### ٩. النباتات الداخلية

فالنباتات الطبيعية في البيئة المادية ليست صحية وحسب وإنما تعطي الجمالية للمكان وتساعد في خلق الافكار الابداعية وتخفيض التوتر والاكتئاب والمشاعر السلبية وتعطي مشاعر وطاقة ايجابية وتلطف الجو وغير ذلك.



في الصور السابقة يوجد نباتات طبيعية وازهار طبيعية.



في الصورة الحالية لا يوجد نباتات لا طبيعية ولا اصطناعية.

محاضرات مقرر التسويق السياحي لطلاب الثالثة  
في جامعة المنارة  
مدرس المقرر: د. رنا إبراهيم داود © مدرس في كلية السياحة في جامعة طرطوس

## ١٠. توفر أدوات الأمان والسلامة

من الحرائق ومن السرقات وغيرها من الحوادث من خلال توفر اجهزة الانذار وكاميرات المراقبة وصفارات الانذار واجهزة استشعار الحريق والدخان واجهزة امتصاص الضوضاء وغيرها.

### العنصر السادس من عناصر المزيج التسويقي السياحي: (الأشخاص)

ظهر هذا المصطلح نتيجة تطور العلاقات التسويقية وتسيير الخدمات.

يقصد بمصطلح مقدمي الخدمة: كل الأشخاص الذين يشاركون بشكل مباشر او غير مباشر في تقديم الخدمة او الأشخاص الذين يؤثرون على العملاء المحتملين.

ويدخل في فئة هؤلاء الأشخاص:

١. عمال المنشأة السياحية أنفسهم
٢. موظفي قسم التسويق في الشركة.
٣. عملاء المنشأة السياحية (من خلال أراءهم ومن خلال تداولهم للحديث عن خدمات الشركة).
٤. الموردين الذين تتعامل معهم المنشأة السياحية لتسليط قدم خدماتها وذلك من خلال منتجاتهم وجودتها وأسعارها. ومن خلال حديثهم عن المنشأة.
٥. مجموعات العملاء الهامين او مجموعات العملاء ذي الولاء للشركة والذين يعملون على تحقيق طلب زائد على خدمات الشركة.

ترجع أهمية هؤلاء الأشخاص إلى حقيقة أنهم يلعبون دوراً كبيراً في التأثير على إدراك الخدمة المقدمة من قبل الشركة في نظر المستهلك المستهدف، ولذلك استراتيجية التسويق للشركة يجب أن تعكس:

١. برامج لتحفيز عمال الشركة وتعزيز مهاراتهم وكفاءاتهم.
٢. وضع طرائق خدمة خاصة للتعامل مع العملاء الهامين والعملاء المخلصين للشركة.
٣. وضع طرق للحصول على معلومات عكسية من جميع الأطراف التي تتعامل معها الشركة.

### العنصر السابع في المزيج التسويقي السياحي: (العملية)

يقصد بالعملية: الخطوات التي يتم اتباعها وصولاً لتقديم الخدمة للعميل. ويجب أن تكون هذه العملية مريحة

للمستهلك وسريعة للغاية بدون أخطاء.

في المكاتب السياحية

بعض المكاتب تعتمد أسلوب عرض الصور عن الوجهات السياحية على الكاتلوكات للعميل، وبعضها الآخر يعتمد أسلوب العرض على الشاشات الكبيرة، وبعض الآخر لا حاجة لقدم العميل تقدم الإجابة على استفساراته اون لاين ويوجد الحجوزات اون لاين لديها وصور كل الوجهات والخدمات والاسعار عليها معروضة على موقعها على شبكة الانترنت.

في الفنادق

بعض الفنادق لا زالت لا تعتمد سوى أسلوب الهاتف لحجوزاتها، وبعض الآخر تطور ليعتمد على الفاكس والبريد الالكتروني، والأخر أصبح يعتمد الحجوزات اون لاين وبعض الآخر مسجل على أنظمة الحجز المركزي.

محاضرات مقرر التسويق السياحي لطلاب الثالثة  
في جامعة المنارة

مدرس المقرر: د. رنا إبراهيم داود © مدرس في كلية السياحة في جامعة طرطوس

بعضها يعتمد الطريقة اليدوية لتسجيل الحجوزات ومعظمها أصبح يعتمد الاتمته في الحجوزات بغض النظر عن اسم ونوعية البرنامج الذي يؤتمن العمليات الفندقيه.

بعضها لديه تعريفية فندقية واحدة والبعض الاخر لديه تعريفات فندقية متنوعة.

#### شركات النقل السياحي (طائرة)

بعضها خدماتها تقتصر على تقديم مقعد في طائرة ووجبة متواضعة جدا، البعض الاخر أصبح يقدم خدمات متنوعة جدا من المقعد الى المبيت الى الاطعام والمشروب وخدمات الانترنت. بعضها منتشر خدماته في جميع مكاتب السفر المسجلة على أنظمة الحجز المركزي وبعضها خدماته

