

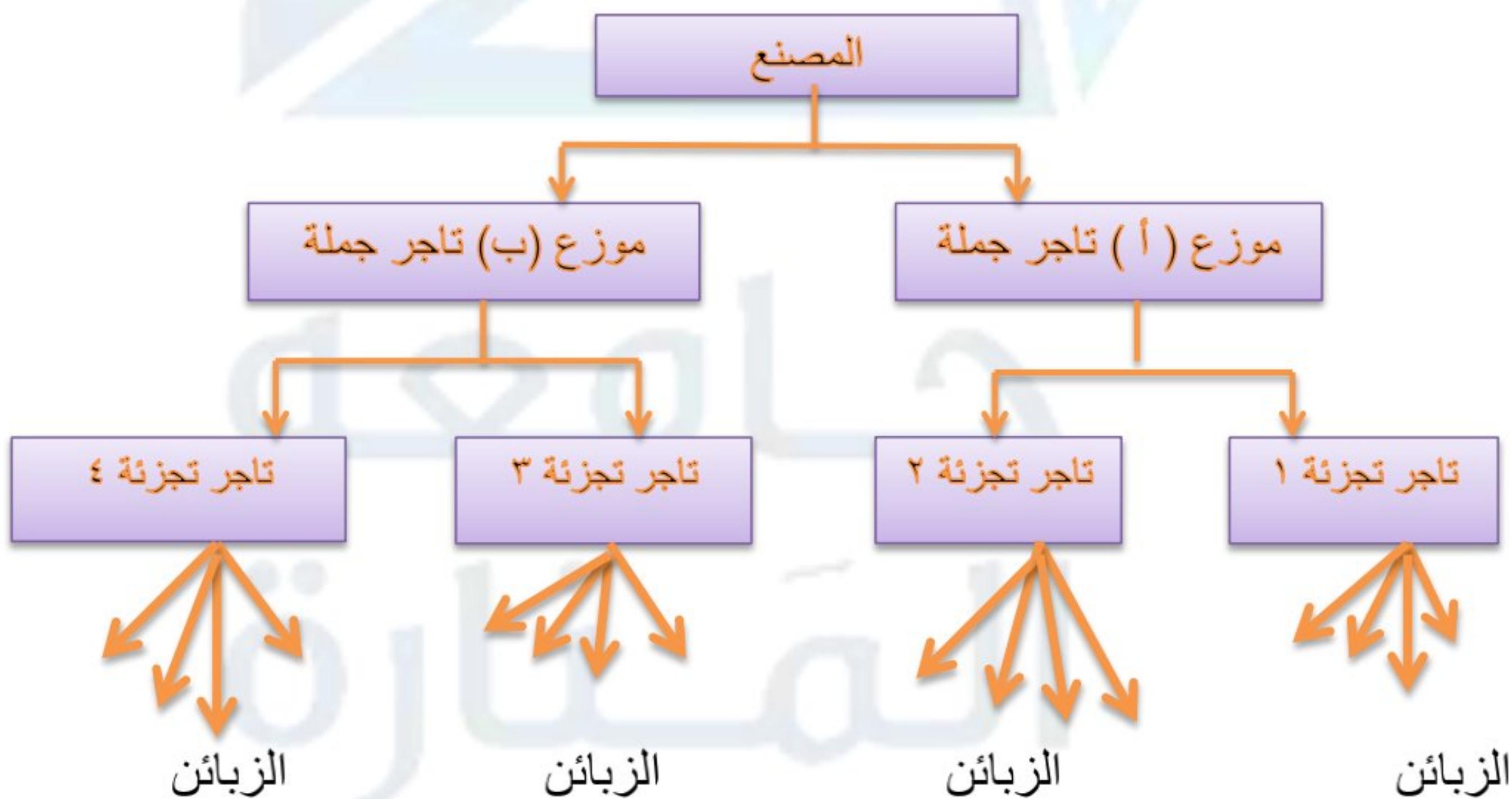


## المحاضرة الخامسة: المزيج التسويقي السياحي

### ثانياً: التوزيع السياحي

إن عملية التوزيع في القطاع السياحي تختلف عما هي عليه في القطاع السلعي، لأن الخدمة السياحية غير ملموسة ولا يمكن نقلها من موقعها بل يجب على السائح الانتقال من موطنها أو محل إقامته إلى حيث يتواجد الموقع السياحي أو الفندق أو المطعم للحصول على الخدمات التي تقدمها هذه المنشآت السياحية ولكن بالمقابل فإن السلعة يمكن نقلها من المصنوع لتصل إلى المستهلك عبر قنوات التوزيع المعروفة (تجار جملة وتجار تجزئة).

الشكل التالي يوضح انتقال السلعة من المنتج إلى المستهلك النهائي



إن عملية توزيع الخدمات السياحية تختلف تماماً عن عملية توزيع السلع من حيث حركة السلعة إلى المستهلك النهائي بالمقابل فإن السائح يتحرك بنفسه باتجاه المكان أو المقصد السياحي للحصول على الخدمات

السياحية فيه، ولكن يمكنه الاستفادة من خدمات الوسطاء الذين يسهلون عليه عملية الحصول على الخدمة من خلال توسطهم بينه وبين البائع الممثل بالفندق أو شركة الطيران أو شركات تأجير السيارات وغيرها.

**سياسة المبيعات للمنشآت السياحية** تتضمن إدارة ومراقبة عمليات بيع المنتج السياحي والترويج له وتدفقات المعلومات والأموال المتعلقة به.

**تنفيذ وتطوير استراتيجية بيع وتوزيع المنتج السياحي** تتطلب علاج القضايا المتعلقة باختيار قنوات التوزيع.

**قناة توزيع المنتج السياحي:** هي عبارة عن مجموعة من المنظمات أو الأفراد الذين يتولون عملية نقل المنتج السياحي بخدماته المختلفة من المنتج إلى المستهلك له.

وبسبب طبيعة المنتج السياحي المؤلف من مجموعة من الخدمات السياحية المقدمة من مجموعة من المنشآت السياحية والتي تشتهر مع منظمات أخرى لبيعها متكاملة (منظم الرحلات، وكيل السفر) ولذلك يمكن أن تصادر قنوات التوزيع بعدة مستويات.

**مستوى قناة التوزيع:** هو أي وسيط يقوم بعمل تقرير المنتج أو الخدمة من المنتج إلى المستهلك النهائي.

قنوات التوزيع تميز بعدة مستويات، وعدد مستويات التوزيع يحدد طول قناة التوزيع، وكلما زادت مستويات قنوات التوزيع كما قلت إمكانية السيطرة عليها وزاد سعر المنتج السياحي.

**قنوات التوزيع المستخدمة المتعلقة بالمنتج السياحي تقسم إلى قسمين:**

#### ١. قنوات توزيع مباشرة:

وهي قنوات توزيع ذات مستوى صفرى (لا حاجة لوجود الوسطاء) حيث أن المبيعات تتم مباشرة إلى المستهلكين بواسطة قنوات التوزيع المباشرة التالية:

- البيع بواسطة التلفون (الاتصال باسم الشركة والتعريف بالخدمات السياحية).
- البيع بواسطة الكاتلوكات (ارسال أشخاص لتوزيع الكاتلوكات التي تضم معلومات عن الخدمات السياحية).
- البيع الشخصي (استقبال العملاء في الشركة والشرح لهم عن الخدمات المقدمة او ارسال مندوبي في المناطق الأكثر طلبا على الخدمات السياحية).
- البيع بواسطة البريد الكتروني.
- شبكة خاصة للبيع بالتجزئة (بيع المنتج عن طريق شبكات خاصة بالشركة المقدمة للخدمة السياحية وتابعة لها مباشرة).
- بيع بواسطة موقع الويب الخاص بالشركة السياحية على شبكة الانترنت (on line).

وعادة يستخدم قنوات التوزيع المباشرة السياح الذين يرغبون بوضع مخطط لرحلة سياحية خاصة بهم وفق رغباتهم ووقتهم المناسب حيث يعمدون إلى شراء الخدمات السياحية بواسطة قنوات التوزيع المباشرة المذكورة آنفا.

## ٢. قنوات توزيع غير مباشرة:

وهي قنوات توزيع متعددة المستويات (لا يتم توزيع المنتج بدون الوسطاء) وهنا يوجد قنوات ذات مستوى واحد، ذات مستويين، ذات ثلاثة مستويات.

على سبيل المثال: يعمل منظم الرحلات "Natalie Tours" ككل في الاتحاد الروسي والدول المجاورة له مع أكثر من ٥٠٠ وكالة سفر حيث يمكن شراء منتجات السفر الخاصة بهذه الشركة من هذه الوكالات.

قناة التوزيع أحادية المستوى تتضمن وسيط واحد فقط قد يكون بائع جملة (منظمو الرحلات السياحية أو مشغلو الرحلات السياحية) أو بائع تجزئة (وكالة سفر).

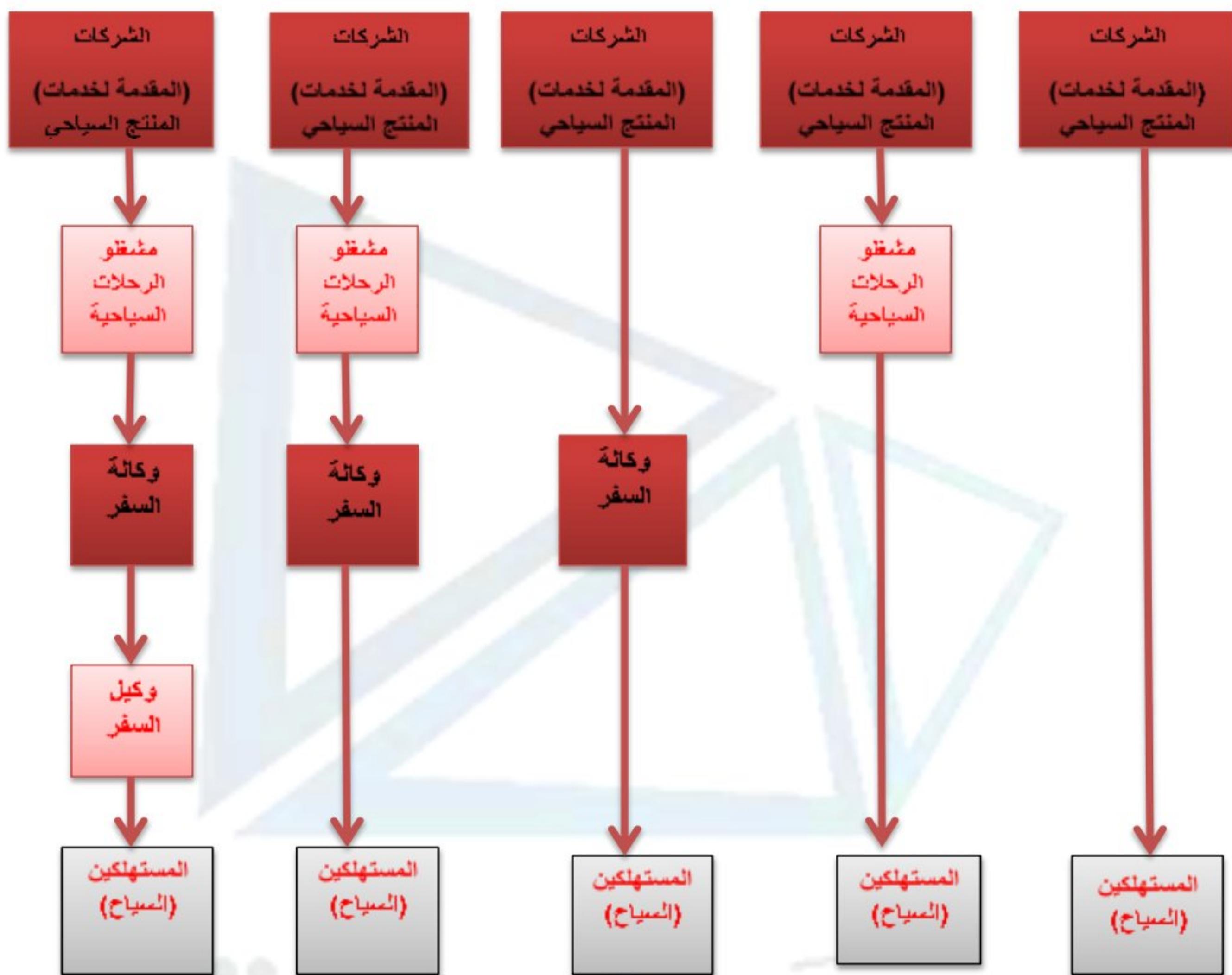
إذا كانت وكالة السفر في قناة التوزيع الأحادية فهي تعمل على بيع خدمات سياحية منفصلة للسائح الذين يرغبون بالسفر وشراء خدماتهم السياحية وفق رغباتهم، حيث تعمل وكالة السفر على عرض خدماتها عليهم والمتمثلة بخدمات مؤسسات الإقامة والإطعام والنقل وغيرها.

أما في حال كان منظم الرحلات السياحية في قناة التوزيع الأحادية فهو يعمل على تقديم وبيع رحلات سياحية متكاملة للسائح وليس تقديم وبيع خدمات سياحية منفردة.

أما بالنسبة للقنوات ذات المستوى وعادة هي القناة الأكثر شيوعا واستخداما في توزيع المنتج السياحي، حيث أنه في هذا النوع من القنوات يعمل مشغل الرحلات السياحية على إقامة العلاقات مع الشركات المقدمة والمنتجة للخدمات السياحية لتكوين المنتج السياحي ومن ثم إعطاء هذا المنتج لوكالاء السفر لبيعه للمستهلك النهائي (السائح).



## المخطط البياني التالي يبين قنوات توزيع المنتج السياحي



### منظمي السياحة هما نوعين من المؤسسات السياحية:

١. مشغلو الرحلات السياحية Tour operator

٢. ووكالات السفر (Travel agent, Travel agency)

هؤلاء المنظمون للسياحة لا يقومون بعملية تقديم الخدمات السياحية وإنما فقط يقومون بدور الوسطاء

ما بين المستهلكين للخدمات السياحية والمتوجهين لهذه الخدمات.

ولكن هذا لا يعني أن العمل الذي يقدمه منظمي السياحة هؤلاء لا يعد خدمة سياحية بحد ذاتها.

**مشغل الرحلات السياحية:** عبارة عن كيان قانوني يعمل على إنشاء (تشكيل وتصميم) المنتج السياحي والترويج له وتنفيذ في السوق السياحي.

**نشاط مشغل الرحلة السياحية:** هو عبارة عن خدمة سياحية منظمة وواسطة، وهذه الخدمة تمثل في إنشاء وترويج وتنفيذ المنتج السياحي.

**إنشاء المنتج السياحي:** تكوين منتج سياحي متكامل يلبي احتياجات السياح ومتطلباتهم وذلك عن طريق عقد الاتفاقيات مع الأطراف المقدمة لخدمات منفصلة عن بعضها كمؤسسات الإقامة ومؤسسات الإطعام ومؤسسات النقل والمؤسسات الثقافية والأدلة السياحية لتشكيل منتج سياحي متكامل من خدمات كل هذه المؤسسات السابقة الذكر مع بعضها البعض.

**ترويج المنتج السياحي:** هو ما يعني القيام بمجموعة من الإجراءات الاتصالية لتحفيز السائح على شراء منتج سياحي محدد دون آخر (المشاركة في المعارض، توزيع الكاتلوكات، اللوحات الطرقية، الإعلانات التلفزيونية وغيرها).

**تنفيذ المنتج السياحي:** هو ما يعني بيع المنتج السياحي عن طريق عقد العقود مع السياح لبيع المنتج السياحي وتقديم الخدمات السياحية من قبل الأطراف التي تعاقد معها مشغل الرحلة بما يتفق مع بنود العقد الموقع مع السائح.

#### **وكلاء السفر قد يظهرون في شكل وكالة سفر أو وكيل سفر مفرد.**

**وكالة السفر:** هي عبارة عن كيان قانوني يقوم بوظيفة الوسيط والبيع بالتجزئة لبعض الخدمات السياحية او المنتج السياحي لمشغلي الرحلات السياحية للسائح او لمجموعة السياح.

**وكيل السفر:** هو عبارة عن فرد قانوني او شخص طبيعي يقوم بدور الوسيط والبيع بالتجزئة لبعض الخدمات السياحية او المنتج السياحي لمشغلي الرحلات السياحية للسائح او لمجموعة السياح ويحصل على عمولة من جراء هذا العمل وهذه العمولة متوقفة على عدد السياح الذين يبيع لهم هذه الخدمات السياحية.

**وفي الواقع العملي للمنشآت السياحية على اختلاف أنواعها يوجد نوعين من قنوات التوزيع فيما يتعلق بالمساحة الجغرافية.**

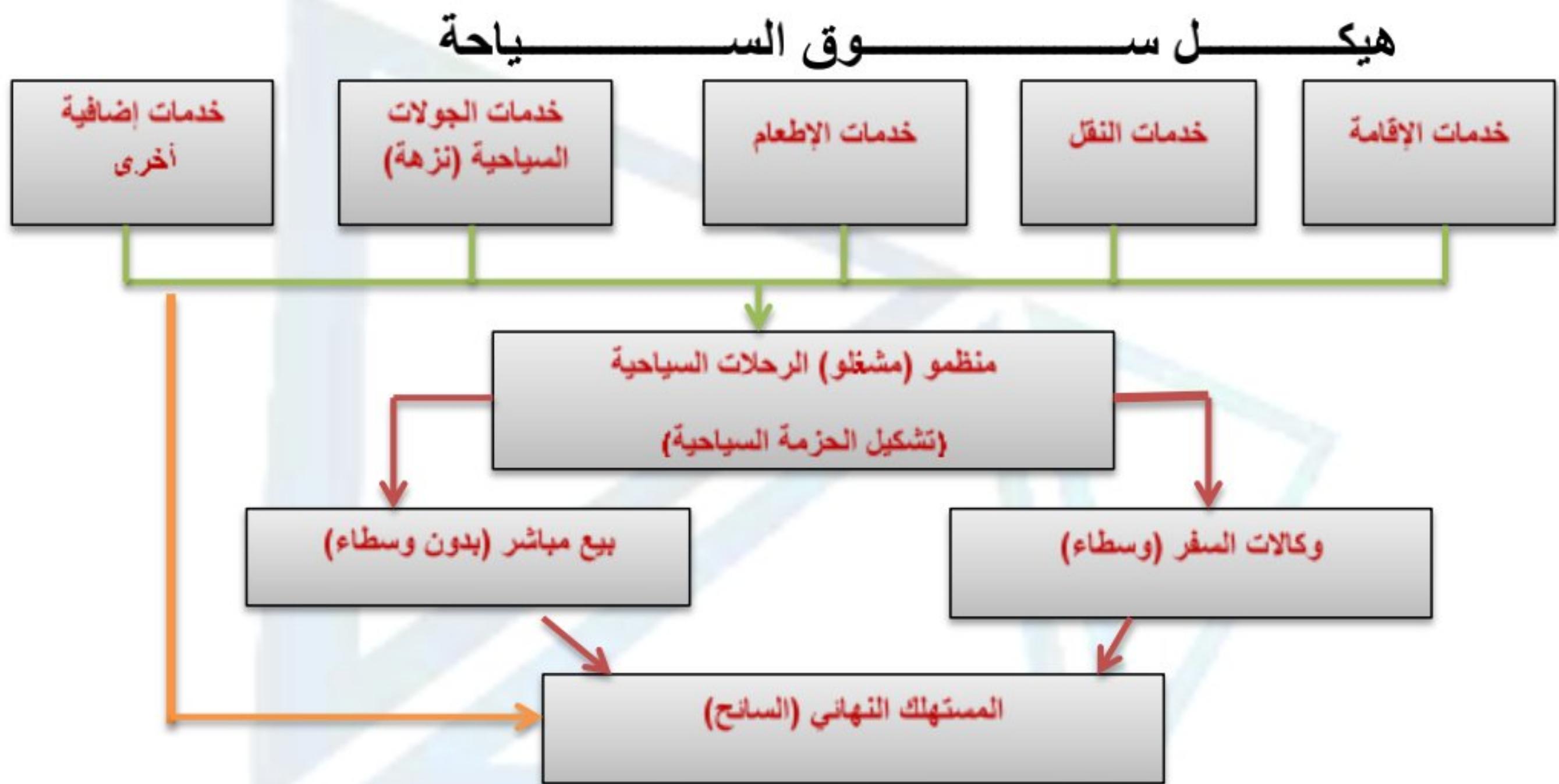
#### **١. قنوات توزيع محلية (داخلية):**

وهي التي تبيع الخدمات السياحية المختلفة على مساحة جغرافية متعلقة ببلد ما (ضمن البلد فقط) بغض النظر من تبيع هذه الخدمات سواء أكان لسكان البلد أم لسياح أجانب في البلد.

#### **٢. قنوات توزيع أجنبية (خارجية):**

هي التي تعمل على بيع الرحلات السياحية لسياح بلد معين في بلدتهم، او بيع الرحل السياحية لبلدهم في بلد آخر.

الشركات السياحية الوسيطة التي تبيع بالتجزئة خدمات سياحية منفردة (وكالات السفر) يفضل أن تطورها نفسها محلياً (داخلياً)، أما الشركات السياحية الوسيطة التي تشتري بكميات كبيرة الخدمات الفندقية وخدمات النقل وخدمات الإطعام وغيرها من الخدمات السياحية وتشكل منها رحلاً سياحية متكاملة تبيعها عن طريق وكالة السفر أو بشكل مباشر تستطيع أن تتعاقد مع شركات سياحية في الخارج لبيع المنتجات السياحية.



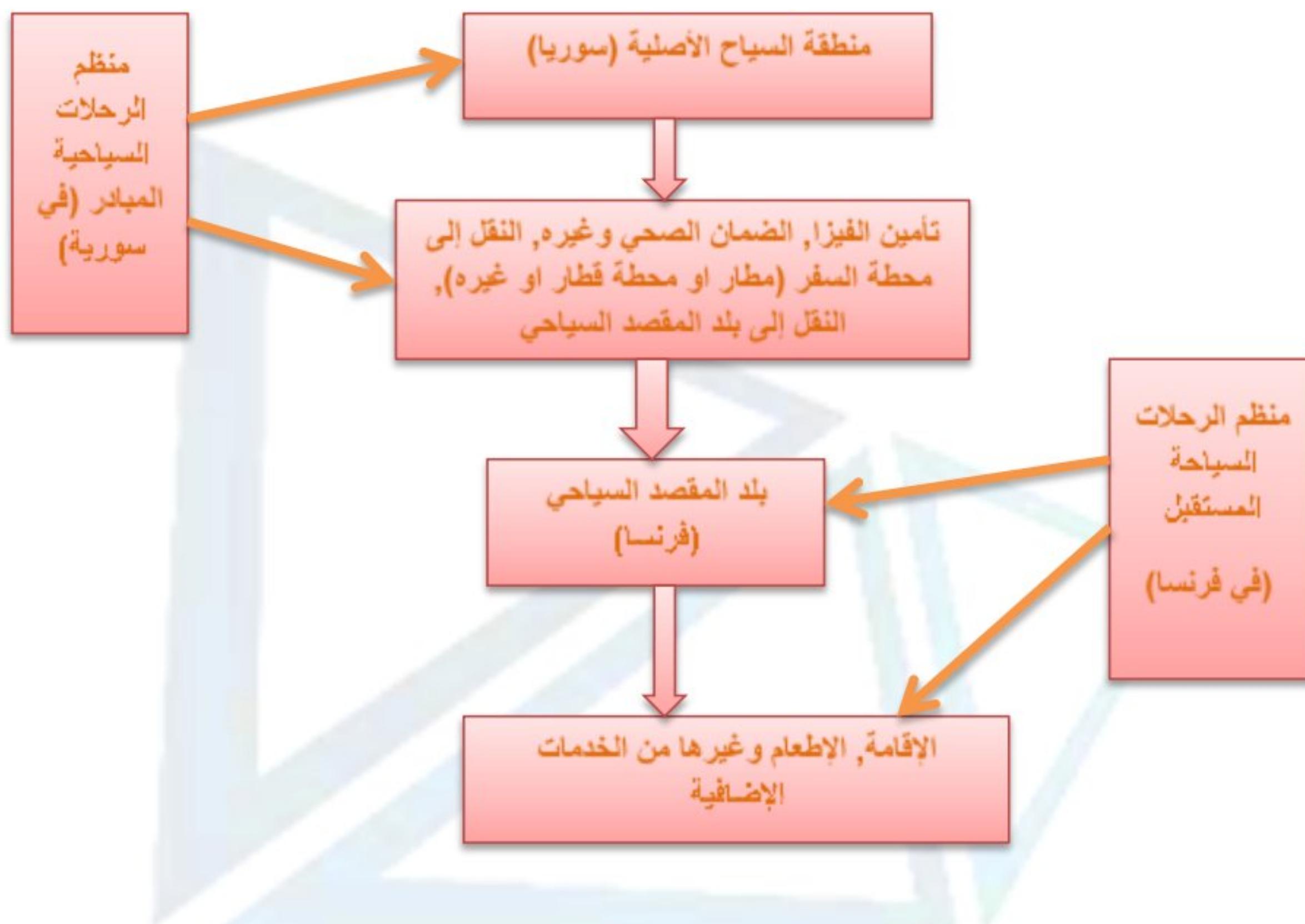
منظمي الرحلات السياحية يقسمون بحسب مكان ممارسة نشاطهم إلى:

١. منظمي رحلات سياحية محليين: ينظمون رحلات سياحية ضمن حدود البلد الذين يمارسون فيه نشاطهم.
٢. منظمي رحلات سياحية (مبادرين): ينظمون رحلات سياحية إلى الخارج.
٣. منظمي رحلات سياحية (مستقبليين): ينظمون رحلات سياحية في بلد المقصود للقادمين من الخارج.

**منظمي الرحلات المستقبليين (Receptive Tour Operators):** هم منظمو رحلات الاستقبال الذين يستكملون برامج الرحلات وخدمات السياح في بلد الاستقبال بالاتفاقيات المباشرة مع مقدمي الخدمات (الفنادق والمطاعم ومؤسسات الثقافة والترفيه والتسلية وغيرها).

**منظمي الرحلات المبادرين (Initiative tour operators):** هم منظمو رحلات إلى الخارج (يرسلون السياح إلى الخارج أو مناطق أخرى) بالاتفاق مع منظمي رحلات المستقبليين أو مع المؤسسات المقدمة للخدمات مباشرة.

## المخطط التالي يبين العلاقة ما بين منظمي الرحلات المبادرين والمستقبلين



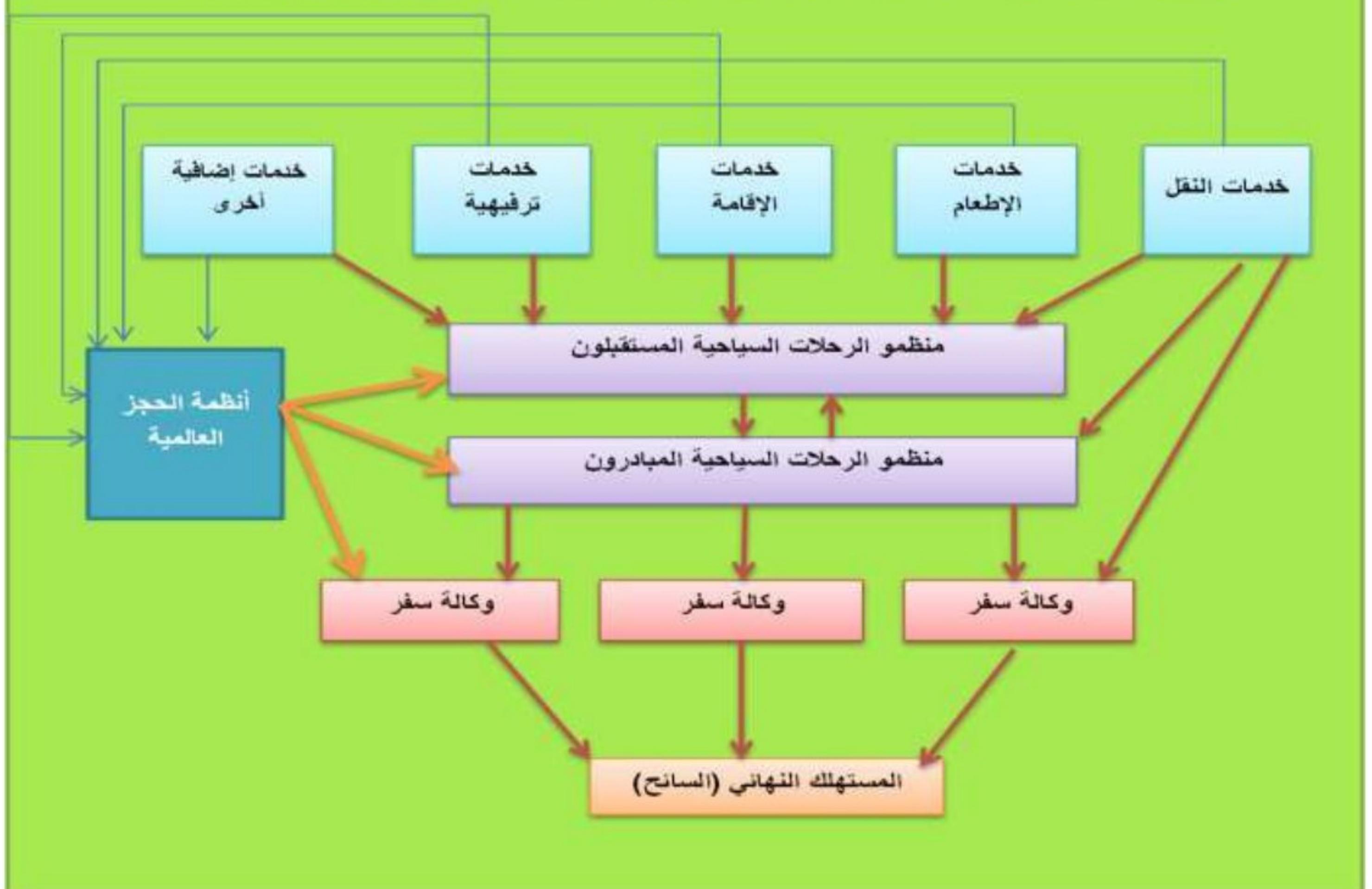
### منظمي الرحلات السياحية يقسمون حسب نوع نشاطهم إلى:

1. منظمي الرحلات السياحية الشائعة (الكثيرة الطلب): عادة ما ينظمون رحلا سياحيا باستخدام رحلات الطيران العارض إلى أماكن سياحة شائعة (شرم الشيخ، اسطنبول).
2. منظمي الرحلات السياحية المتخصصة: هؤلاء ينظمون رحلات سياحية إلى بلد معين أو ينظمون رحلات سياحية خاصة ب النوع معين من السياحة.

وفي منظمي الرحلات السياحية المتخصصة يمكن أن نجد:

- منظمي رحلات سياحية ذات نوع معين من السياحة (رحلات لممارسة التزلج، لممارسة ركوب الخيل، لتسليق الجبال، لممارسة رياضة الغolf وغيرها).
- منظمي رحلات سياحية إلى بلد معين حصرا (فرنسا، ألمانيا، الصين وغيرها).
- منظمي رحلات سياحية لفئة معينة من السياح (العائلات، فئة الشباب، فئة العرسان، فئة كبار السن، فئة الأغنياء).

المخطط التالي أيضاً يبين عملية بيع الخدمات السياحية ولكن بشكل أكثر تفصيلاً:



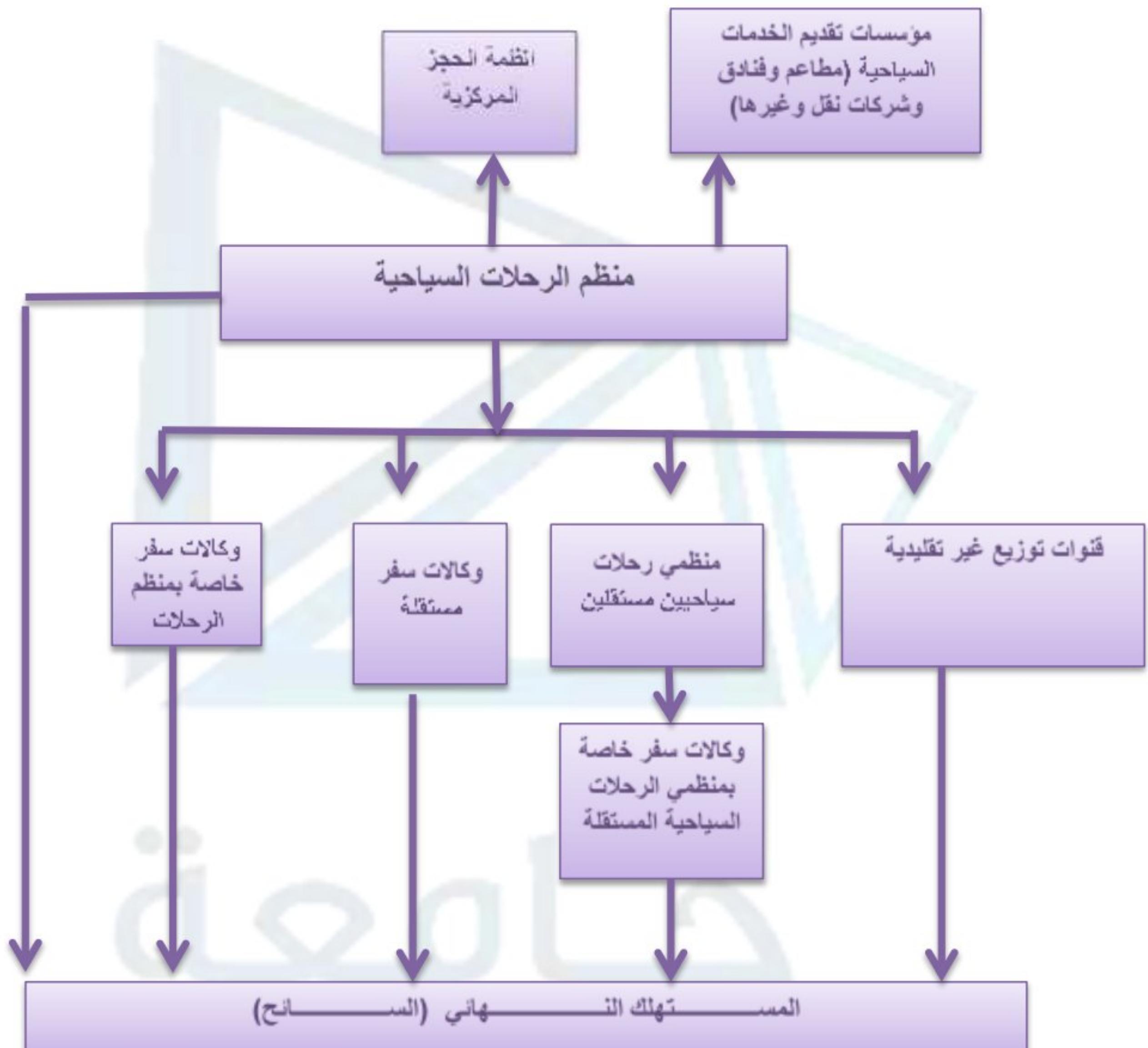
### الفروقات الأساسية ما بين وكالات السفر ومنظمي الرحلات السياحية:

1. منظم الرحلات السياحية يشتري عدة خدمات سياحية من أهمها (الإقامة والنقل والإطعام) ويشكل منها منتج سياحياً ويبعه باسمه وربما يتشكل من الفرق بين سعر شراء هذه الخدمات والسعر الذي يبيع به المنتج السياحي الخاص به.

أما وكالة السفر فهي بائع تجزئة وفي الغالب تحصل على ربحها على شكل عمولة من منظمي الرحلات السياحية من مجرد بيعها منتجه السياحي الخاص به وبالسعر الذي يحدده لها. كما أن وكالات السفر قد تتبع خدمات سياحية منفصلة (كغرف في الفنادق ومقاعد في رحلات الطيران) ولكن بالسعر الذي يحدده مقدمي هذه الخدمات.

2. أحياناً يتشابه منظم الرحل السياحية مع وكيل السفر حيث أنه بالإضافة إلى بيعه المنتج السياحي الخاص به يبيع منتجاً سياحياً من إنتاج منظم رحلات آخر مقابل عمولة.

## المخطط التالي يبين تعامل منظم الرحلات مع غيره من قنوات التوزيع الغير مباشرة لبيع منتجه السياحي:



قنوات توزيع المنتج السياحي او الخدمات السياحية التقليدية تمثل في:

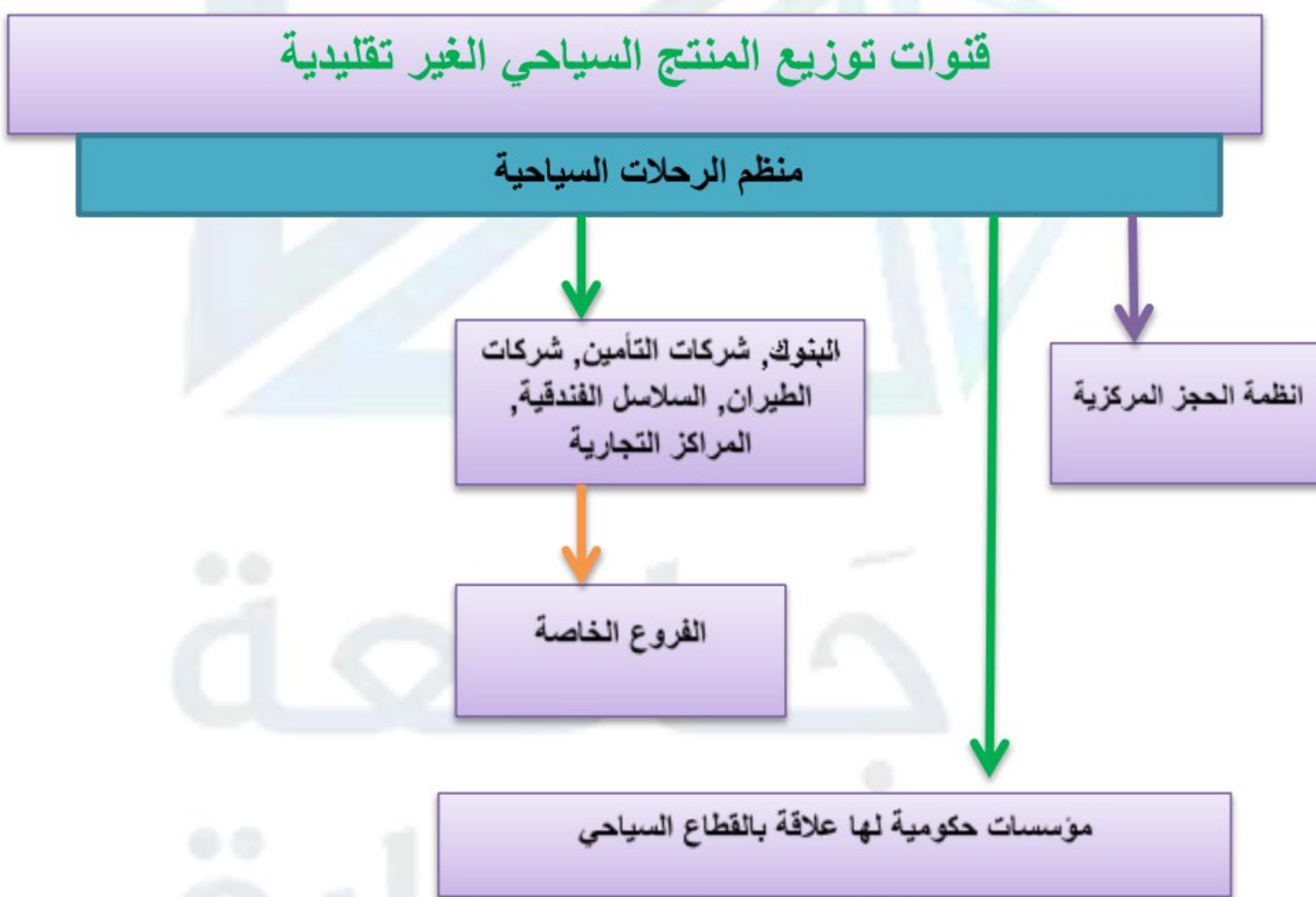
١. منظمي الرحلات السياحية (المبادرين والمستقلين)،
٢. وكالات السفر (منظمات وأفراد).

أما قنوات التوزيع الغير تقليدية في:

١. أنظمة الحجز العالمية (باستخدام الانترنت): حيث أنها مخصصة لمنظمي الرحلات السياحية ووكالات السفر (يشرؤن الخدمات من مقدمها) ويباعونها للسائح.

٢. موقع الويب المتخصص ببيع المنتجات السياحية العائدة لعدة منظمي رحلات سياحية من مختلف مناطق العالم.
٣. بيع المنتجات السياحية من خلال المنظمات التي لا تعمل على أساس ربحي (المنظمات المحلية الحكومية وغير الحكومية العاملة في مجال السياحة، حيث أنه الغرض من هذه المنظمات الترويج للمنتج السياحي المحلي والترويج للسياحة وأنواعها ومنتجاتها وكالات السفر ومنظمي الرحلات في منطقة معينة).
٤. بيع المنتج السياحي من خلال المنظمات التي نشاطها الرئيسي ليس السياحة (مؤسسات النقل، المؤسسات التعليمية، البنوك، المراكز التجارية الكبرى، مؤسسات التأمين)، حيث أن جميع هذه المؤسسات آنفة الذكر لديها فروع ونقاط بيع متعددة وقدرة على منافسة وكيل السفر العادي في بيع المنتج السياحي بهذه الميزة.

### **المخطط التالي يبين قنوات التوزيع الغير تقليدية للمنتج السياحي:**



وبالتالي بعد هذا السرد المفصل لقنوات ومنفذ توزيع المنتج السياحي والخدمات السياحية يمكن القول بأن استراتيجيات التوزيع السياحي تمثل بالتالي:

١. استراتيجية البيع (التوزيع) المباشر: بيع الخدمات السياحية مباشرة للسائح او العميل عن طريق الهاتف او الفاكس او البريد او بواسطة الحضور الشخصي او الانترنت اون لاين.

٢. استراتيجية التوزيع الغير مباشرة: بيع الخدمات السياحية والمنتج السياحي عن طريق الوسطاء التقليديين (وكالات السفر ومنظمي رحلات سياحية). يطبق هذا النوع من الاستراتيجيات عندما يكون حجم السوق كبيراً ويوجد تنوع بالخدمات ولا مفر من بيعها دون الاعتماد على توفر عدة نقاط بيع في أماكن مختلفة من السوق السياحي.
٣. استراتيجية التوزيع الغير تقليدي: هذا النوع من الاستراتيجيات أصبح يطبق نتيجة التغيرات التي طرأت على الطلب السياحي في معظم دول العالم ونتيجة التطورات التكنولوجية في العمل السياحي.
- ومن منافذ هذا النوع من الاستراتيجيات (أنظمة الحجز المركزية، النقابات والاتحادات العاملة في المجال السياحي التي من مهامها الترويج السياحي، المنظمات التي نشاطها الأساسي ليس بالسياحة ولكن تتمتع بفروع ونقاط بيع متعددة ولديها سجلات مفصلة عن عملائها تساعدها في فتح فروع لبيع المنتج السياحي كشركات النقل والبنوك وشركات التأمين والمراكز التجارية، موقع الويب الخاصة ببيع المنتجات السياحية).

