

ولا شك أن العلاقة في هذا النوع من السلوك هي علاقة تبادل من حيث التأثير والأثر وإن كانت درجة تأثير الجماعة في الفرد هي في العادة أقوى بكثير من تأثير الفرد في الجماعة.

د) حسب حداثة السلوك

:بموجب هذا المعيار قد يكون سلوك الفرد حالة جديدة أو مستحدثة باعتباره يحدث لأول مرة ، وقد يكون سلوكا مكررا ومعادا بصورة تكون طبق لأصل أو مقارنة لما سبقه من تصرفات وأفعال .

سادسا: خصائص سلوك السائح(المستهلك السياحي):

- ١- أنه نتيجة لشيء: أي أنه مسبب ولا يظهر من فراغ ، حيث لا بد أن يكون وراء كل سلوك سببا أو باعنا على السلوك ، وقد يرتبط السبب بالهدف وقد يرتبط بالغرض وفي كلا الحالتين يتم السلوك.
- ٢- أنه سلوك هادف أو غائي: بمعنى أنه يسعى لتحقيق هدف أو إشباع حاجة . فالإنسان لا يتصرف دون هدف مهما كانت أنماط أو أشكال السلوك أو الاستجابة التي تبدو لنا وبشكل عام فإن الهدف الرئيسي الذي يترتب عليه سلوك الفرد هو تحقيق التوازن العام لشخصيته من خلال إشباع حاجاته وتهدئة دوافعه أو تسكينها.
- ٣- إنه سلوك متنوع: يظهر السلوك بصورة متعددة حتى يمكنه التوافق مع المواقف التي تواجهه.
- ٤- إنه سلوك غرضي: السلوك محكوم بغرض معين فكل هدف له غرض وكذلك سلوك مدفوع ، أي أنه يحتكم الدوافع أو دوافع معينة ، ومرتبطة بحالة ذاتية أو بحاجة لدى الشخص المعني ، وكلما ازدادت هذه الحاجة ازداد الدافع إلى الحد الذي يصعب فيه مقاومة الحاجة فتبرز على شكل دافعا ملحا يجعله يسلك سلوكا محددًا.

٥- إنه سلوك مرن قابل للحفز والتعديل: السلوك يتعدل ويتبدل تبعاً للظروف والمواقف المختلفة ، علماً بأن المرونة نسبية من شخص إلى آخر وذلك طبقاً لاختلاف مقومات الشخصية والظروف البيئية المحيطة بها ، فالفرد بقدر ما يتأثر بالعوامل والمؤثرات غير المقصودة التي تتولد من حوله في بيئته العامة ، فيتأثر بها ويعمل على تعديل استجاباته وسلوكياته وقناعاته وخبراته حولها بقدر ما يتأثر بالعوامل والمؤثرات المقصودة التي تستهدف إثارة بواعث ودوافع تعمل على تعديل أو تغيير سلوكياته واستجاباته أو من أجل تزويده بسلوكيات وخبرات تتلاءم مع واقعه.

سابعاً: أهمية دراسة سلوك السائح(المستهلك السياحي):

يمكن ذكر الفوائد التي تحققها دراسة سلوك المستهلك السياحي كما يلي :

١- بالنسبة للمستهلكين :تساعد دراسة المستهلك السياحي المستهلك بذاته في فهم عملية شراء وإستهلاكه للخدمة السياحية بالخصوص في معرفة ماذا يشتري ولماذا يشتري ؛كما تساعده على إدراك العوامل والمؤثرات التي تؤثر في سلوك المستهلك السياحي .

٢- بالنسبة للطلبة :تفيدهم في فهم العلاقة بين العوامل البيئية و النفسية والتي تؤدي مجتمعة إلى التأثير بسلوك المستهلك السياحي.

٣- بالنسبة لرجال التسويق :تساعدهم في تصميم الإستراتيجية التسويقية الملائمة؛كما تفيدهم في فهم لماذا ومتى يتم القرار من قبل المستهلك السياحي؛والتعرف على أنواع المستهلكين وأخيراً تساعدهم في فهم المؤثرات المؤثرة عليهم .