

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 .

٤- بالنسبة لأصحاب المؤسسات: إن دراسة سلوك المستهلك السياحي يمكن أن تساعد أصحاب المؤسسات في الميادين التالية:
 (ا) إكتشاف الفرص التسويقية في ظل المنافسة القوية يمكن للمؤسسة أن تستفيد من فرص تسويقية متاحها أمامها والتي تتمثل في الحاجات غير المشبعة.

(ب) تقسيم السوق: يهدف إلى تجزئته إلى قطاعات مختلفة من المستهلكين الذين يتشابهون بينهم؛ داخل كل قطاع؛ ولكن يختلفون من قطاع إلى آخر.

(ج) الإستجابة السريعة للتغيرات التي تحدث في حاجات ورغبات المستهلكين ومن الضروري أن تقوم المؤسسة بدراسة سلوك المستهلك السياحي بصورة منتظمة بهدف مسايرة التغيرات التي تطرأ على رغبات المستهلكين.

(د) تطوير وتحسب الخدمات السياحية حيث يجب على كل مؤسسة سياحية أن تسعى إلى تقديم المنتجات التي تشبع حاجات ورغبات المستهلك مع تطوير وتحسين الخدمات المصاحبة لها.

ثامنا: أسباب ودوافع دراسة سلوك السائح (المستهلك السياحي):

تقوم دراسة سلوك المستهلك السياحي على عدد من الأسباب نذكر منها ما يلي:

أ- التقدم التكنولوجي المتسارع: يعد من الأسباب التي تؤدي إلى قصر حياة المنتج؛ وبالتالي رغبة المؤسسات بدراسة المستهلك وذلك بغرض التعرض على رغباته وتطوير خدماتها بما يتلائم مع هذه الرغبات مثال: WiFi ليصبح شرطاً للسياح عند الإقامة .

ب- العوامل البيئية: يحتل موضوع التلوث البيئي إهتماماً كبيراً حيث يزداد القلق العام من الآثار السلبية على البيئة. والتي تسبب تهديداً متزايداً على