

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 تؤجى 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 إهتماما كبيرا حيث يزداد القلق العام من الآثار السلبية على البيئة .والتي تسبب تهديدا متزايدا على

البيئة بالإضافة إلى مشاكل التي تعترض إعادة تضييع مخلفات النشاط السياحي ورسكلتها.

ج-النمو في مجال تسويق الخدمات السياحية :إن التطوير في مجال التسويق وزيادة المنافسة في شتى المجالات جعل الإعتماد على الوسائل التسويقية يحاول التعديل والتغيير في سلوكيات السياح ويتيح معرفة نمط ووسائل الإختيار في تلبية الحاجيات .وتزداد أهمية الخدمات السياحية مقارنة السلع.

تاسعا :علاقة سلوك السائح (المستهلك السياحي) بمختلف العلوم :

إن دراسة سلوك المستهلك السياحي ليست مجالا معزولا وإنما تعتمد على المعلومات والنظريات التي تم التطوير في مختلف العلوم .

١-علم النفس:هو العلم الذي يهتم بدراسة الأفراد و دوافعهم وإدراكهم وإتجاهاتهم وشخصيتهم وكيفية تعلمهم و تستمد دراسة سلوك المستهلك السياحي الكثير من المبادئ والأصول من علم النفس والتي تفيد في : -إختيار المواضيع الإعلانية المناسبة

-التعرف على المنفردات التي تعيق بعض المنتجات

-فهم مدى تأثير العوامل الشخصية على إختيار المنتجات

٢- علم الإجتماع :هو العلم الذي يهتم بدراسة الجماعات الإنسانية و دور كل فرد فيها ؛ويفيد علم الإجتماع في تفسير سلوك المستهلك نظرا لأن الفرد لا يعيش منطويا ؛وإنما في وسط محيط إجتماعي يؤثر في سلوكه الشرائي.

٣- علم الإقتصاد المنزلي: يهتم هذا العلم بالجوانب التالية :

-التعرف على حدود الإنفاق المالي .

-التعرف على طريقة تخصص الإنفاق.

-التعرف على معايير الشراء.

-التعرف على أدوار كل فرد في عملية الشراء.

٤- علم الإحصاء: يهتم الإحصاء بجمع البيانات عن الظواهر الإجتماعية وفرزها وتبويبها ثم تحليلها ومحاولة إستخراج المعلومات منها حيث يفيد ذلك المؤسسة في وضع الإستراتيجية المناسبة.

عاشرا : المفاتيح السبعة في دراسة سلوك السائح (المستهلك السياحي):

حتى نتمكن من فهم سلوك المستهلك السياحي لابد من دراسة جميع المفاهيم المتعلقة بهذا السلوك والتي يعبر عنها بالمفاتيح السبعة و هي:

- سلوك المستهلك هو سلوك دوافع وحوافز .
- سلوك المستهلك عبارة عن خطوات متتالية.
- سلوك المستهلك السياحي يحتوي على مجموعة من الأنشطة .
- سلوك المستهلك يختلف حسب الوقت .
- سلوك المستهلك يحتوي على أدوار مختلفة .
- سلوك المستهلك يتأثر بأدوار مختلفة .
- سلوك المستهلك يتأثر بعوامل خارجية.
- سلوك المستهلك يتأثر بعوامل نفسية .