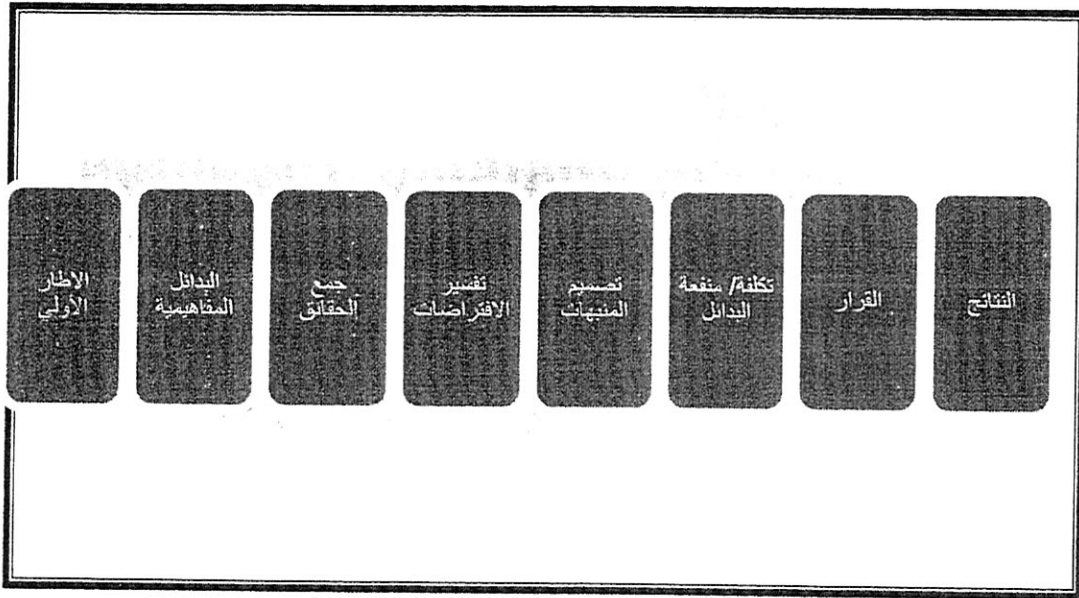


خاتمة: النماذج ذات العلاقة بسلوك السائح

هناك عدة نماذج قدمت لتحليل السلوك السياحي وعلاقته باتخاذ القرارات. فيما يلي نوضح أبرزها.
أولاً: نموذج (Wahab S, Grampon and Rothfie (1976) : محاولة فهم سلوك الشراء السياحي يعتبر هذا النموذج من أولى المحاولات التي استهدفت فهم سلوك الشراء السياحي حيث قدم المستهلك كإنسان يسعى لتحقيق غرض معين من عملية الشراء كما صوروا سلوكه الشرائي في تميز قرار الشراء ويتميز بما يلي:

- 1- لا وجود لعائد ملموس على الشراء
- 2- مصروفات معتبرة نسبة للدخل المحصل.
- 3- الشراء ليس تلقائياً أو مجرد نزوة.
- 4- الانفاق ينطوي على ادخار وتخطيط مسبق.

الشكل رقم 100: نموذج (Wahab S, Grampon and Rothfie (1976)



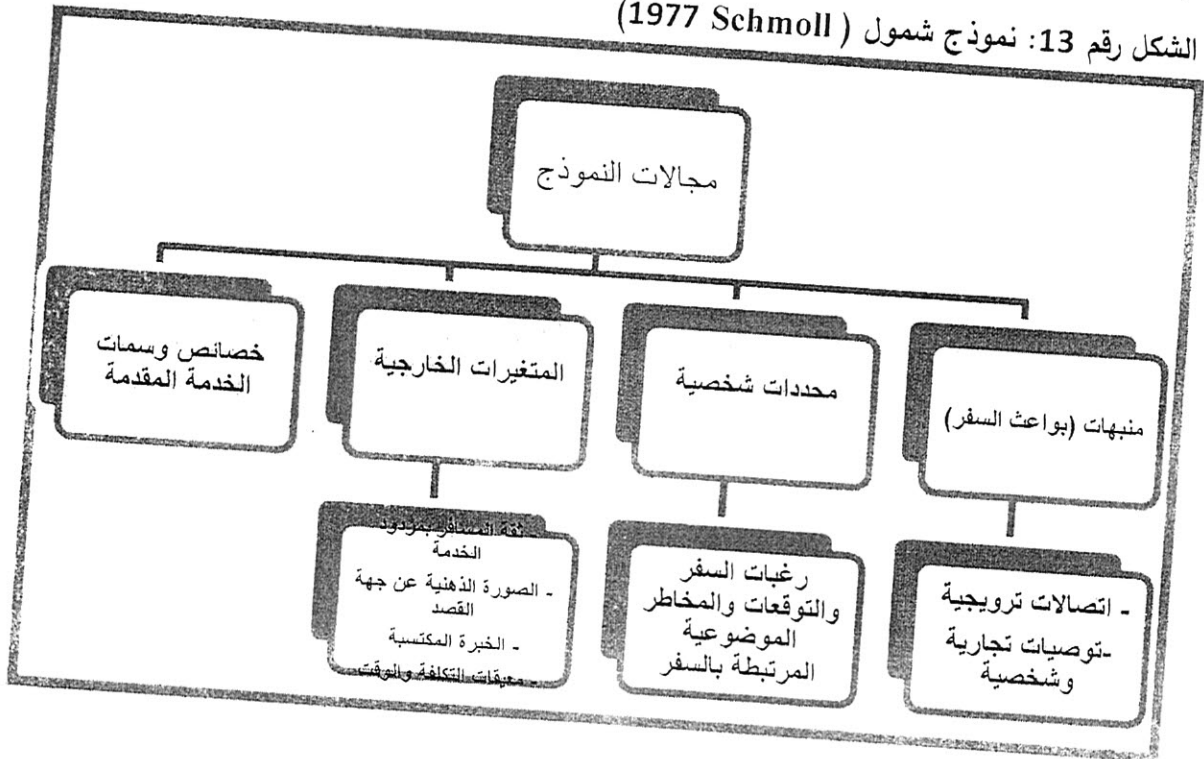
المصدر: د- عادل عبد الله العنزي، حميد عبد النبي الطائي. (2013). التسويق في إدارة الضيافة والسياحة. الأردن: اليازوري. ص 268.

يتضمن النموذج مراحل اتخاذ القرار المتمثلة في:

- 1- تكوين إطار أولي حول الوجهة السياحية.
- 2- تحديد البدائل المفاهيمية التي يتم الاختيار بينها.
- 3- جمع الحقائق حول الموضوع والتأكد منها.
- 4- تفسير الافتراضات التي تستنبط من الحقائق.
- 5- تصميم المنبهات التي قد تعرقل أو تدفع لاتخاذ القرار.
- 6- تحديد التكاليف والمنافع للقرار وبدائله.
- 7- اتخاذ القرار .
- 8- نتائج القرار السلبية والايجابية.¹⁰⁰

ثانياً: نموذج شمول (1977 Schmol) : نموذج خاص بعملية قرار السفر يستند لنموذجي (1969 haward Sheth) ونموذج (1966 Nicocia) لسلوك المستهلك. يستند على الدوافع و الرغبات و الحاجات و التوقعات كمحددات شخصية و اجتماعية لسلوك المسافر وهي تتأثر بمنبهات السفر - ثقة المسافر - الصورة الذهنية المتكونة عن جهة القصد والخبرات السابقة ومعوقات التكلفة الوقت وحسب شمول فان القرار النهائي المحتمل مثل اختيار جهة القصد، وقت السفر، نوع الايواء وترتيبات السفر وماهو إلا نتيجة عملية محددة تتطوي على مراحل متتابعة أو مجالات يوضحها الشكل رقم 13 .¹⁰¹

الشكل رقم 13: نموذج شمول (1977 Schmol)



المصدر: من اعداد الباحثة

ثالثاً: نموذج Mayo and Jervis 1981 : يتصف بالحاجة لمرحلة البحث عن المعلومات وبالتالي

يحتاج فترة زمنية قبل ان يتضح و يؤدي للشراء . هذا ما يبينه الشكل التالي:

الشكل رقم 14: نموذج Mayo and Jervis 1981

Hassan M.



المصدر: من إعداد الباحث

يتم في 3 مستويات (واسع - محدود - روتيني) حيث يقدم وصفا دقيقا لعملية اتخاذ القرار الواسع ويتم عبر مراحل أهمها مرحلة البحث عن المعلومات ويحتاج القرار هنا فترة زمنية طويلة للنضوج قبل أن يؤدي إلى فعل الشراء.¹⁰²

رابعا: نموذج Mathieson and Wall 1982 : يتضمن 5 مراحل لتفسير سلوك الشراء لدى المسافرين ويتأثر النموذج بعدة عوامل هي:

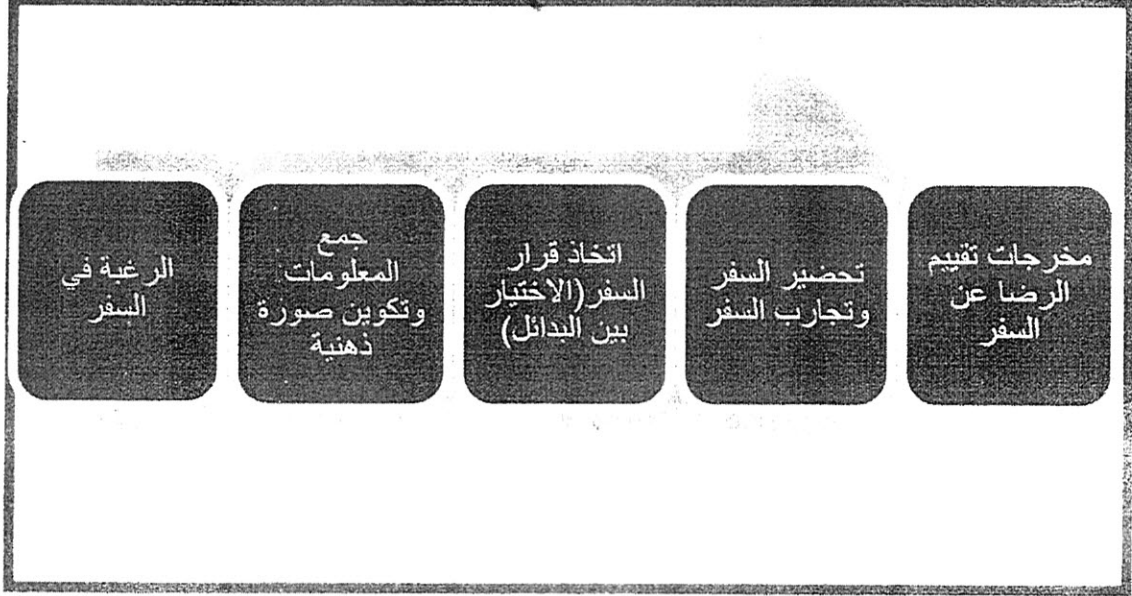
- 1- معلومات خاصة بالسائح مثل العمر، التعليم، الدخل، المواقف، الخبرات السابقة والدوافع.
- 2- الوعي بالسفر وهو الصورة الذهنية المتكونة حول التسهيلات والخدمات المقدمة في جهة القصد والتي تستند إلى مصداقية المصدر.
- 3- سمات عناصر الجذب وهي موارد وخواص جهة القصد.
- 4- سمات الرحلة (المسافة، فترة الرحلة والمخاطر المدركة حول المنطقة المزارة).
- 5- امتياز الرحلة ب(اللاملموسية- الفئائية- التجانس) يؤثر على اتخاذ القرار.
- 6- الانتفاع من الرحلة و تقديمها بعدان متزامنين.

المستهلك باحث عن المعلومة و اتخاذ القرار يتأثر بالعوامل الخارجية.¹⁰³

الشكل رقم 15: نموذج Mathieson and Wall (1982)

Hassan M

النموذج Matheson and Wall (1982)



المصدر (بتصرف): <https://www.slideshare.net/artistramakrishna/tourism-introduction?related=3>

يوضح النموذج المراحل الخمسة لسلوك الشراء (اتخاذ قرار السفر) وتتمثل في:

الرضا عن السفر أو نية السفر سواء لأغراض خاصة أو للتسلية.

جمع المعلومات المتعلقة بالسفر عن طريق مصادر رسمية وغير رسمية لتكوين صورة عن السفر.

اتخاذ قرار السفر الذي يتضمن تحديد الوجهة، وسيلة النقل، نوع الحجز، واختيار الأنشطة.

تقييم مدى الرضا عن السفر.¹⁰⁴