

الفصل الثاني: دوافع السائح

المبحث الاول: تعريف الدوافع وعلاقته بسلوك السائح

❖ مفهوم الدوافع:- ان البحث في موضوع الدوافع يعد من الامور بالغه الصعوبة حتى بالنسبة للباحثين المحترفين فالابحاث تؤكد على حقيقة ان للفرد دوافع مختلفة ، بل ولكل فرد دوافع متباينة و متغيرة ، هذا يعني ببساطة ان للفرد اكثر من دافع واحد ، بل امامه دوافع كثيرة قد يضطر لاختيار عدد منها او لا يختار اي منها على الاطلاق ومما لا شك فيه ان الفرد يتميز بسلوكه الهادف وتصرفاته المستمرة في دائرة حاجاته وعلى وفق دوافع مختلفة في كافة مجالات الحياة. ان الدوافع الانسانية لها دوراً مهم في تحديد وتوجيه سلوك الافراد وتعرف بأنها عملية داخلية بالنسبة للفرد تقوده الى ممارسة نوع ما من السلوك للاستجابة الى مطالبه وحاجاته. اي هي القوى او الطاقات النفسية الداخلية التي توجه وتتسق تصرفات الفرد وسلوكه في أثناء استجابته مع المواقف والمؤثرات البيئية المحيطة به وتمثل الدوافع ورغبات الفرد وحاجاته وتوقعاته ونواياه التي يسعى الفرد دائماً إلى إشباعها وتحقيقها ليعيد الارتياح والتوازن إلى نفسه . فالدوافع هي المسببات الداخلية للسلوك التي تتضمن قيام مقدم الخدمة بخدمة معين وتحدد اتجاه تلك الخدمة وهو متعلق بكافة المسائل الذهنية والعقلية مثل: الادراك والتفكير والتخيل والاستيعاب والتعلم. وعليه فالدوافع قوة محركة وموجهة للسلوك في ان واحد وعلى سبيل التمثيل فرغبة مقدمو الخدمة في المكتب الامامي بتأدية عملهم على اتم وجه وانهم احسنوا اختيار المهنة التي تناسبهم يكون ذلك بدافع الرغبة في النجاح ويدافع تحقيق الذات للحصول على مركز اجتماعي مرموق في المجتمع.

❖ المفهوم العام للدوافع:- تعرف الدافعية بأنها حالة داخلية جسمية أو نفسية تدفع الفرد نحو سلوك في ظروف معينة وتوجهه نحو إشباع حاجة أو هدف محدد. أي أنها قوة محركة منشطة وموجهة في وقت واحد .

❖ علاقة الدافع بالسلوك السياحي:- تمثل الدوافع نقطة البداية للتحرك باتجاه سلوكي بصورة عملية بإشباع الحاجات او استجابة لمجموعة بواعث دافعة للتعرف، وقد تتحول حاجاته ورغباته الى مستوى اعلى عندما يشبع الحاجات الاساسية الحاجات ثانوية او كمالية او ترويحوية، ويعتمد ذلك على طبيعة الحاجات ومكانتها في المجتمع المحيط به والظروف السائدة. ومن جانب آخر هنالك الكثير من التطبيقات لموضوع الدوافع في ميدان التسويق التي تهين المستهلك او تؤهل لكي يفكر في استهلاك الخدمة السياحية ويمكن ان ينتج التسويق السياحي في الآفاق التي يمكن تقديم خدمة او برنامج سياحي قادر على إشباع الحاجات والرغبات دفعة واحدة أي في برنامج سياحي واحد ،فعلى سبيل المثال عندما تتوفر ثلاث برامج سياحية في بلد واحد يختلف كل برنامج عن الآخر بمزايا تنافسية لتستقطب السائح الى كل نوع يجد في نفسه دوافع متعددة لاختيار احد البرامج الذي يمكن ان يتبع حاجاته ورغباته وإمكانيته المادية والدوافع المخصصة للبرنامج السياحي وعلى أساس ذلك تكون الدوافع سواء كانت أساسية او مكتسبة مهمة بالنسبة لتسويق الخدمة السياحية.