

السلوك الشرائي للسائح

مراحل القرار الشرائي للسائح:

◆ مرحلة الإحساس بالحاجة: تشير الدراسات أن شعور الإنسان بالتغيير نتيجة الروتين اليومي تدفعه للقيام بنشاط سياحي معين، فالدافع هنا إما منطقي (عقلاني) أو عاطفي، والدوافع العاطفية تتمثل بالتعاقد على البرنامج السياحي لمجرد التقليد، أو بدون دراسة مسبقة، أما الدوافع المنطقية (عقلاني) وتتمثل من خلال معرفة حاجة الفرد لمنتج سياحي والإمكانيات المتوفرة لديه في سلم الأولويات.

◆ البحث عن المعلومات: ويتم الحصول عليها عادة من المعارف، كالأصدقاء الذين سبق لهم أن تعاملوا مع البرامج السياحية المعروضة، وتتمثل في الانطباعات حول الخدمات السياحية المقدمة حتى يتمكن السائح من التعرف على مزاياها وتكاليفها، لتقييم البرنامج السياحي المعروض عليه.

◆ المعرفة: هي المرحلة التي تكتمل فيها لدى السائح كل المعلومات والبيانات والانطباعات التي يرغب في الحصول عليها حول البرنامج السياحي، أي الدراية التامة حول كل ما يتعلق بجوانب هذا البرنامج السياحي.

◆ تقييم البدائل: بعد جمع المعلومات والتعرف والإلمام بكل جوانب البرنامج السياحي يقوم السائح بعملية التقييم والتي تتم عن طريق تقييم المنافع التي يتحصل عليها من خلال استفادته من الخدمات السياحية ومقارنتها مع التكاليف والجهد والوقت الذي سيتحمله.

◆ التفضيل: وهي المرحلة الحاسمة لدى السائح أين يقوم بالمفاضلة بين البرامج السياحية المعروضة عليه واختيار البرنامج السياحي الذي يحقق له أكبر المنافع بأقل التكاليف والجهود والوقت.

◆ القرار: وهي المرحلة التي يتخذ فيها السائح قراره النهائي حول خدمة سياحية معينة ويكون ذلك إما بالرضا والتواصل أو عدم الرضا والانقطاع.

◆ التوازن وخلق رغبة جديدة: بإمكان السياحة أن تخلق رغبة جديدة لدى السائح عند بلوغه مرحلة التوازن، يكون الإنسان متعدد و متجدد الرغبات ويسعى دائما لاكتساب وتجريب الجديد.

وعلى هذا الأسس يمكن القول أن العملية السياحية متواصلة ومتلاحقة، وذات طبيعة متجددة، وكذلك عملية اتخاذ القرار لدى السائح على عبارة عن خلق لها طابع التجديد والتجدد.

نماذج سلوك السائح: - لقد ظهرت الكثير من النظريات و النماذج التي ركزت على دراسة السلوك بشكل عام وعلى دراسة سلوك المستهلك بشكل خاص ولقد حظي سلوك المستهلك باهتمام المختصين في مجال العلوم الاقتصادية والنفسية والاجتماعية وغيرها من العلوم وكل منهم حاول تفسيره وصياغة النظريات والنماذج حسب هذه العلوم ومن أهم النماذج نذكر ما يلي:

◆ **نموذج Nicosia (1966):** -

يعد "Nicosia" بأن المستهلك يمثل نظام متميز يتم التعرف عليه من خلال المخرجات وأن الإجراءات تمثل عناصر تكوين السلوك وتظهر على شكل إجابات نتيجة للمدخلات المتمثلة في المنبهات، وأن سلوك المستهلك يمكن أن يعتبر كإجراء

لاتخاذ موقف معين وليس نتيجة لاتخاذ قرار فإن إجراءات اتخاذ القرار تمر من خلال تكوين مواقف وتحويل دوافعه وتهيئة الفرد اتجاه موضوع ما. ولقد مثل تكوين سلوك المستهلك على شكل مخطط مكون من أربع أجزاء هي:

- مصادر المعلومات التي يتلقاها المستهلك من المنظمة والتي تؤثر على موقفه.
- البحث عن البدائل وتقييمها.
- قرار (فعل) الشراء ويكون نتيجة التحول الحاصل في الدوافع.
- الأفعال والعمليات اللاحقة لاتخاذ القرار والتي تكون نتيجة للخبرات السابقة تجاه المنتج.