

رابعاً : مفهوم سلوك السائح

السياحة كما هو معلوم لدى الجميع من أهم مستلزمات الحضارة ، ولطالما اعتمدت عليها دول العالم ، لزيادة دخلها الاقتصادي ، وتنشيط الحركة التجارية وتقليل نسبة البطالة ، إضافة لما للسياحة من تبادل ثقافات ، وتطوير للمجتمع.

والسلوك بشكل عام له عدة تعريفات ، منها أنه كل ما يصدر من أي كائن حي من استجابات ، ويعرف أيضًا بأنه أفعال الفرد السيكولوجية التي تتضمن الأنشطة ، ويعرف أيضًا بأنه الفعالية التي يقوم بها الفرد من تصرفات وأفعال تبدأ بمنبه وتنتهي باستجابة ، وبناء عليه نستطيع القول بأن

تعريف سلوك السائح : هو التصرف الذي يصدر من الشخص نتيجة تعرضه لمنبهات خارجية أو داخلية أو كلاهما معًا ، تجاه خدمة ما أو سلعة ما لغرض الإشباع منها ،

كما عرف بأنه : السلوك الذي يبرزه السائح في البحث والشراء واستخدام السلع السياحية والأفكار والخبرات التي تشبع رغباته وحاجاته وحسب الامكانيات الشرائية المتاحة ،

وعلى الرغم من ذلك فإن اهتمام الباحثين بدراسة السلوك عامة ، وسلوك السائح بشكل خاص ، قد تزايد مع نهاية القرن التاسع عشر ، وبداية القرن العشرين ، بعد أن خرج مجال البحث العلمي ، الذي قام به العلماء الرواد أمثال لوبروز ، وجورنج وبافلوف.

ومن جانب آخر فإن السلوك ليس سلوكًا فرديًا ، فالعلاقة بين الفرد والجماعة ، هي التي تجعل استجابته تختلف عن استجابة الآخرين ، من أعمار زمنية أخرى ، كما أن العوامل الثقافية والاقتصادية تتحكم في نمط السلوك العام ، وسلوك السائح بشكل خاص ، كما تتحكم في نمطية جوانب السلوك الأخرى ، فممارسات السلوك التي يوظفها الأفراد والجماعات ، لا تكون عشوائية في تعبيرها ، بل تتبلور في الأطر البنيوية التي توجهها.

وتقوم دراسة سلوك المستهلك السياحي على عدد من الاسباب منها :

1. الاحساس بالحاجة الى القيام بالنشاط السياحي : حيث يهدف الانسان الى اشباع الحاجات المادية كالاكل والشرب والحاجات النفسية كالمتعه والترفيه والاختلاط بالثقافات المتعدده , الى غير ذلك من الحاجات المختلفة التي تخضع لرغبات ودوافع المستهلكين .

2. الاستعداد للقيام برحلة سياحية : يستغرق الاستعداد للقيام برحلة سياحية دولية فترة اطول من السائح من الرحلات الداخلية التي لا تحتاج الى وقت ومجهود كبي في التحضير لها .

3. اتخاذ قرار شراء برنامج سياحي : تعد هذه المرحلة من اهم المراحل التي يمر بها اتخاذ قرار الشراء , لانها تقوم على الموازنة بين موارد السائح المادية وبين دوافعه واحتياجاته ورغباته , مما تؤثر على قرار شراء برنامج سياحي يتلائم ويتناسب مع القدرات المالية والرغبات , ويؤثر على هذا القرار عدد من العوامل منها :

a. الرغبة او الحاجة لتحقيق هدف معين من تلك الرحلة .

b. مستوى الخدمات السياحية المقدمة في منطقة الزيارة .

c. القدرة المالية لدى السائح .

4. شعور المستهلك السياحي بعد الرحلة : تحتاج هذه المرحلة الى تيار مستمر من المعلومات والبيانات الواردة الى منتجي السلعة او الخدمة السياحية لتوضيح درجة الاشباع لدى السائح ومدى رضاه عن الرحلة والخدمات والتسهيلات السياحية للمساعدة في تطوير المنتجات والخدمات السياحية .