

المبحث الثاني

اسباب واهمية دراسة سلوك السائح وانواعه ,خصائصة

اولا : اسباب واهمية دراسة سلوك السائح

تهتم مختلف الشركات بدراسة سلوك المستهلك السياحي ، نظراً للأسباب التالية:

1- **تحسين الأداء :** من أبرز فوائد دراسة سلوك المستهلك السياحي الشرائي، أنها تساعد على تحسين أداء الشركة السياحية ، عندما تعرف من خلال هذه الدراسة ما هي المطالب التي تلبها الشركات المنافسة والتي لا تقدمها الشركة لعملائها، ومن ثم تعمل على معالجة فجواتها ودفع السياح لشراء منتجاتها بدلاً من منتجات المنافسين.

2- **إنشاء استراتيجيات تسويقية لجذب الجمهور المتميز :** تنطوي دراسة سلوك السائح على تقسيم الجمهور المستهدف إلى مجموعات، لكل مجموعة احتياجات وسلوكيات تختلف عن المجموعات الأخرى، ومن خلال فهم تلك الاحتياجات والسلوكيات تتمكن الشركات من إنشاء استراتيجيات تسويقية متعددة لجذب مجموعات السائحين مع توفير خدمة عملاء مخصصة لكل نوع.

3- **إمكانية التنبؤ بالاتجاه :** من خلال تحليل سلوك المستهلك، تتعرف الشركات على ما يشتره المستهلكون ولماذا يشترونه، ويستطيع الباحثون معرفة متى تتغير سلوكيات الشراء الخاصة بالمستهلكين، وهي التغيرات التي تشير إلى التغيرات في اتجاه الشراء، وهو ما يمكن الشركات من التنبؤ بأنواع السلع التي قد يشتريها المستهلكون في المستقبل.

4- **تعزيز الإبقاء والابتكار :** تستعين الشركات السياحية بدراسة سلوك السائح في معرفة المنتجات التي يفضلها ، وبالتالي تتمكن من تحديد ما يجب الاحتفاظ به وماذا يجب تغييره، فإذا كان منتج ما او سلعة متداول وله حصة كبيرة بين المستهلكين؛ فهذا دليل على

أنه يلبي طلباتهم ولا بد من استمراره دون تغيير. وبالمثل، تستخرج الشركات من دراسة سلوك السائح معلومات حول المنتجات التي لا يفضلونها، حتى لا تنتج المزيد منها.

5- **ابتكار منتجات جديدة:** يُعد التحليل الشامل والمدرّس لسلوك السائح، مصدرًا أساسيًا تعتمد عليه الشركات في زيادة احتمالية نجاح منتجاتها، إذ تستخدم معلومات هذه الدراسة ونتائجها في تحديث المنتجات لتعكس التفضيلات المتغيرة لعملائها.

6- **وضع استراتيجية للتسعير:** تفيد دراسة سلوك السائح في معرفة الاحتياجات والتركيب السكانية الدقيقة للعملاء، وبالتالي تتمكن الشركات من إنشاء استراتيجية تسعير مناسبة تحقق أرباحًا للجانبين.