

المحاضرة الخامسة: النظريات المفسرة لسلوك المستهلك السائح:

1- النظرية النفسية لتفسير سلوك المستهلك السائح:

تعود هذه النظرية أساساً لأعمال العالم النفسي «فرويد»، حيث يرى أن السلوك الإنساني هو ردة فعل لمنهات غريزية كغريزة الأكل والشرب. والغريزة هي استعداد فطري مشترك بين أفراد النوع الواحد (أو الجنس الواحد)، ولها جانبان: جانب معرفي، وجانب انفعالي أو نزوي.

وفي مجال التسويق السياحي يمكن استغلال هذه النظرية عن طريق اللعب على العناصر المهيبة للعاطفة الإنسانية خاصة عند الترويج لخدمة معينة تستهدف جنساً معيناً وفئة معينة.

2- النظرية الاجتماعية لتفسير سلوك المستهلك السائح:

ترتكز هذه النظرية على تأثير الإنسان بالثقافة والعادات والتقاليد وتصرفات الناس في مجتمعه. فالفرد يتعلم عدة سلوكيات عن طريق احتكاكه بالأفراد والناس الذين يعيشون معه.

وبالتالي يحب على المسوق مراعاة هذا الجانب ومحاولة التأثير على المستهلك السياحي بمعرفة ثقافة المجتمع الذي يعيش فيه والمعادن والمعتقدات السائدة.

3- النظرية الاقتصادية المفسرة لسلوك السائح:

يبني النموذج الاقتصادي لتفسير سلوك المستهلك على أن المستهلك يسعى لتحقيق أقصى منفعة ممكنة إذ أن له من القدرات العقلية ما يمكنه من اتخاذ القرارات الرشيدة فالمستهلك في أي وقت لديه سلم معين للتفصيل ودخل محدد كما توجد مجموعة محددة من السلع المتاحة في السوق بأسعار محددة وهو يقوم بشراء واستهلاك كميات من هذه السلع والمفاضلة فيما بينها بحيث يحصل على أكبر منفعة ممكنة، ويمكن تصور هذا النموذج وفق الشكل الآتي:

1-3- نظرية المنفعة: (utility): هي قدرة السلعة على إشباع الحاجة، وهي علاقة بين السلعة والحاجة إليها، وتختلف من شخص لآخر.

إن المستهلك يحاول في حدود دخله الحصول على كميات من السلع والخدمات التي تؤدي إلى حصوله على أقصى إشباع ممكن أي أقصى منفعة.

* افتراضات النظرية:

- إن سلوك المستهلك عقلاني ورشيد يحاول الوصول إلى أكبر قدر من المنفعة في حدود دخله.

- إن أذواق المستهلك وتفصيلاته ثابتة.

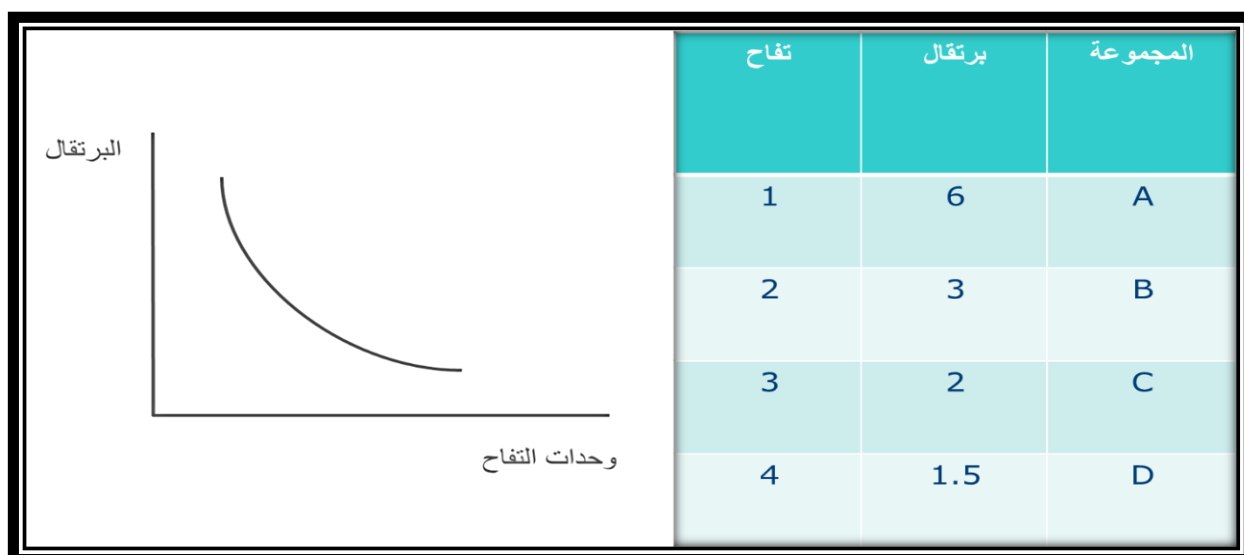
- إن دخل المستهلك محدد وثابت وأنه سينفق جميع دخله.

- المستهلك لا يؤثر في الأسعار والكميات، والذي يحدد ذلك قوانين العرض والطلب.

2-3- نظرية منحنيات السواء:

منحنى السواء: هو تمثيل بياني لمجموعات مختلفة من سلعتين والتي تعطي المستهلك نفس درجة الإشباع.

منحنيات السواء يبين كافة المجموعات من السلع التي تعطي للمستهلك نفس المقدار من المنفعة.



3-3- توازن المستهلك حسب منحنيات السواء وخط الميزانية:

- منحنيات السواء: وهي تبين كافة المجموعات من السلع التي تعطي للمستهلك نفس المقدار من المنفعة.
- خط الميزانية: هو خط يبين قدرة المستهلك على الشراء، فإذا أنفق المستهلك كامل دخله لشراء السلعة Y فإنه يقع على النقطة A أما إذا أنفقه على السلعة X فإن سيقع على النقطة B، والخط الواصل بين النقطتين A و B يمثل خط الميزانية.
- * الفرضية الأساسية: أن المستهلك يحاول تحقيق أقصى منفعة ممكنة من خلال انفاق دخله وأنه سيختار أفضل مجموعة من السلعتين على منحنى السواء الذي يتطابق مع دخله وتتمثل الحالة بيانيا على نقطة التماس بين تحذب منحني السواء وخط الميزانية.
- بالتالي سيختار المستهلك أفضل مجموعة من السلعتين والتي تمكنه من الوصول الى أعلى منحنى سواء ممكن في حدود دخله.