

محاضرات في الاقتصاد السياحي ١ ميزة ٧ و ٨

المستوى الاول - إدارة الفنادق

٧- الطلب السياحي حساس

ويقصد بالحساسية هي مدى استجابة الطلب للظروف الاجتماعية والأمنية والسياسية والتغيرات في موضة السفر، فالدول التي تعاني من اضطرابات سياسية أو ثورات اجتماعية أو عدم استقرار اقتصادي يصعب أن تكون قابلة للسياحة مهما تمتعت به من مغريات سياحية وخدمات وتسهيلات ومهما اتصفت أسعار خدماتها بالرخص

٨- الطلب السياحي طلب غير ملموس :

يصعب على السائح أن يلمس الخدمة المقدمة اليه على نحو حسي، فهناك غياب للمؤثرات المادية المتاحة في تسويق المنتجات السلعية (التجربة والرؤية والشم والتذوق واللمس) فليس من المتصور مثلاً أن يرسل الفندق للسائح عينات من الخدمات المتعلقة بأنماط الإقامة أو خدمة الغرف، لغرض شمها ورؤيتها وتذوقها قبل تعاقد مع الفندق. وهذا يعني أن الخدمات السياحية هي خدمات غير ملموسة، أي أنه لا يوجد بعد طبيعي لخدمات السياحة،

مثال ذلك لا يمكن للمسافر أن يرى ناتجاً ملموساً لشراء الرحلة مسبقاً ونظراً لأن خدمات الرحلة تكون عبارة عن أنشطة وتجارب لأداء الخدمة بدلاً من الأشياء الطبيعية فلا يمكن إدراكها في الذهن (غير ملموسة ذهنياً)، وتقدم معظم خدمات السياحة خليطاً من الخدمات الملموسة وغير الملموسة، ومثال ذلك ، تقدم الخطوط الجوية عناصر غير ملموسة في صورة نقل، وعناصر ملموسة في صورة طائرة أو طعام أو الوسائد...الخ، وتقدم المطاعم عناصر غير ملموسة مثل التزود بالطعام (الخدمة)، وعناصر ملموسة مثل وجبات الطعام.