

СЪВРЕМЕННИ ТЕНДЕНЦИИ В ТУРИСТИЧЕСКОТО ПОВЕДЕНИЕ

McCull и др. (1994, стр.116) определят на поведението на потребителите като "действията едно лице се към закупуване и използване на продукти и услуги, включително вземане на решения, процес който предхожда и определя тези действия ". От горното твърдение, е възможно да се каже, че действията извършени от лица, (туристи) са много важни за развитието на туристическата индустрия. Поради мениджърите трябва да могат да идентифицират и разбират потребителските нужди и впоследствие да разработват пазарни програми, които ще ги задоволят (Anon, 1985).

Процесите на глобализацията водят до нарастване на взаимозависимостта и взаимосвързаността на съвременния свят чрез увеличаване на потоците от стоки, услуги, капитали, хора и информация. Техническият напредък и намалението на разходите за международните стопански операции движат този процес. Резултатът е разпространението на технологии и идеи, повишаването на дела на търговията в световното производство и увеличаване на мобилността на капитал (Munt, 1994). Възможно е да се каже, че повлияни от процеса на глобализация, туристите днес имат повече мотивация за пътуване, която пряко засяга туристическото поведение (Pembroke, 1996).

Промените в туристическото поведение в резултат на глобализацията оказва влияние върху поведението на хотелиерите и изобщо на туристическия бизнес като цяло. На тази основа могат да се посочат основните съвременни тенденции в туристическото поведение (потребителите и предлагащите туристическите услуги):

1. Повишаване на търсенето и предлагането на хотелиерски продукт

Тази тенденция се обуславя от нарасналия брой и интензивност на пътуванията. Все пак, броят на реализираните нощувки се повишава по-бавно от броя на реализираните пътувания. Това е свързано с тенденцията за разбиване на годишния отпуск на части и реализирането на по-голям брой, но по-кратки пътувания.

2. Повишаване на цените на хотелиерския продукт

Това се обуславя от една страна от стремежа за повишаване на качеството на хотелиерските услуги за привличане на по-платежоспособни клиенти. От друга страна тази тенденция се обуславя от инфлационните процеси и процесите на монополизация.