

السوق بصفة عامة يمثل المكان الذي يلتقي فيه الطالبين والعارضين لسلعة او خدمة ما خلال فترة زمنية معينة، والسوق السياحي كغيره من الأسواق يمثل أحد العناصر الأساسية في العملية التسويقية.

• **تعريف السوق السياحي:** هو ذلك المكان الذي يلتقي فيه الطلب بالعرض

السياحيين، كما يعرف على أنه نقطة التقاء مجموعة رغبات السائحين

المحليين والخارجيين مقرونة بقدراتهم الشرائية مع المنظمات السياحية

للحصول على المنتجات السياحية اللازمة لإشباع حاجاتهم.

• **عناصر السوق السياحي:** تشمل:

1-السائحين

2-المنظمات السياحية

3-المنتجات السياحية

4-المعلومات

• **أنواع الأسواق السياحية:** وتضم:

1-الأسواق الرئيسية والأسواق الثانوية.

2-الأسواق النشطة والاسواق الكامنة.

• **أصحاب المصلحة في السوق السياحي:** وهو السياح، الموردون النهائيون،

تجار التجزئة، منظمو الخدمات وغيرهم.

• **دراسة السوق السياحية:** يعتبر دراسة السوق السياحي من أهم مهام المنشآت

السياحية، وعناصرها تشمل مجموعة نقاط أساسية تساعد على فهم الطلب

والعرض واتخاذ قرارات صحيحة.

- **تجزئة السوق السياحي:** هي عملية تقسيم السوق السياحي إلى مجموعات متجانسة من السياح يشتركون في خصائص واحتياجات وسلوكيات متشابهة، بحيث يمكن تصميم وتقديم خدمات ومنتجات سياحية مناسبة لكل مجموعة بشكل أكثر فاعلية. وهناك عدد من المعايير الهامة في ذلك أن يكون السوق جوهري وقابل للقياس، متماسك ومتفرد ويمكن الوصول إليه بسهولة.
- **طرق تجزئة السوق السياحي:** هناك طرق عدة لذلك، من أهمها التجزئة المبنية على نوع الرحلة السياحية، والتجزئة المبنية على السائح نفسه.