

Recherches sur la thématique "Tourisme" au sein d'ASTRES

Patrick LEGOHEREL

Institutions



- **Université de:** Angers
 - o **Courriel:** patrick.legoherel@univ-angers.fr
 - o **Tél:** 06
- **Laboratoire :** UMR-MA n°49 GRANEM
(Groupe de Recherche Angevin en Economie et Management)
- **Fonction :**

Recherches actuelles en lien avec la thématique Tourisme

| | |
|--|---|
| THEMATIQUE GENERALE DE RECHERCHE | MARKETING AVEC 2 AXES MAJEURS : <ul style="list-style-type: none"> - COMPORTEMENT DU CONSOMMATEUR : PROBLEMATIQUES CROSS-CULTURELLES, FACTEURS D'AMBIANCE, SENIORS, PROCESSUS DE DECISION D'ACHAT, PERCEPTION DES NOUVELLES TECHNOLOGIES... - PRIX ET REVENUE MANAGEMENT : PRIX 9, PERCEPTION DES PRIX, EQUITE... METHODES DE RM ET APPLICATIONS... APPLICATION DE LA MAJORITE DES TRAVAUX AUX SECTEURS TOURISM ET HOSPITALITY. |
| ANCRAGE DISCIPLINAIRE DE LA RECHERCHE (SECTION(S) CNU) | SECTION 06: SCIENCES DE GESTION |
| ANCRAGE TERRITORIAL DE LA RECHERCHE (REGIONS OU LIEUX D'ETUDE, ECHELLE D'ANALYSE) | FRANCE, ETATS-UNIS, ASIE |
| QUESTIONS AUXQUELLES LA RECHERCHE TENTE DE REPOUDRE | VOIR DETAIL CI-APRÈS |
| METHODES ET/OU CONCEPTS OPERATOIRES | VOIR DETAIL CI-APRÈS |
| MOTS CLÉS (5 MAX) | MARKETING DU TOURISME, PRIX, YIELD/REVENUE MANAGEMENT, COMPORTEMENT DU CONSOMMATEUR |

1) Projets ou thématiques de recherches envisagées :

Plusieurs projets en cours (ouvrages, articles)
liés aux deux axes de recherche.

Description du contexte de la recherche et des approches méthodologiques (ci-dessous)

1 - Objectifs de la recherche

Nos efforts de recherche ont porté principalement sur la prise de décision dans le domaine du marketing. **L'étude du comportement des consommateurs constitue l'un des principaux champs de recherche de notre discipline.** La compréhension du comportement et l'interprétation des choix permettent une action sur les processus de prise de décision des consommateurs et concourent, à la fois, à une meilleure adaptation de l'offre à la demande et à une performance accrue de l'entreprise.

Nous noterons la part prépondérante des travaux consacrés au processus de prise de décision du consommateur dans notre recherche.

2 - Approche méthodologique

Notre préoccupation est de tenter de contribuer au développement de la connaissance en traitant des thématiques abordées dans la littérature passée et présente, et qui nécessitent l'apport de nouveaux efforts de recherche. La démarche adoptée dans tous nos travaux se fonde sur les connaissances présentées dans la littérature marketing, enrichies d'apports d'autres disciplines, ainsi que de différents constats et questionnements (par exemple, issus de nouvelles pratiques des entreprises ou d'observations relatives à l'évolution de la société). Cette analyse conduit à la formulation d'hypothèses de recherche, qui seront ou non, validées à l'issue de la mise en œuvre d'une démarche méthodologique de production et d'analyse de données. Ce choix épistémologique relève d'une volonté d'inscrire les recherches dans une démarche scientifique, fondée sur l'apport de connaissances acquises et respectant une démarche méthodologique rigoureuse, qui se traduira notamment par l'exploitation de

techniques d'enquête et d'analyse des données mises en œuvre à l'occasion de plusieurs recherches (régression, analyse de variances, analyse canonique, techniques de segmentation Aid et Chaid, validation d'échelle, modélisation...).

3- Spécificités de la recherche

Notre recherche, appartenant à la discipline des Sciences de Gestion, privilégie le domaine du marketing et plus particulièrement l'étude du comportement du consommateur. Nous avons également étendu nos expériences de recherche hors du champ strict du marketing : prise de décision par les dirigeants d'entreprise, gestion des capacités fixes et optimisation du revenu des entreprises de service (Yield/Revenue Management). Nous noterons également que la majorité de nos expériences de recherche est associée à un secteur d'activité spécifique : les services. Notre intérêt particulier pour les activités de service, et plus particulièrement, pour le transport, l'hôtellerie-restauration et le tourisme et les loisirs est lié, à la fois, à une connaissance personnelle de ce secteur et à la présence en tant qu'enseignant-chercheur dans un département universitaire spécialisé dans ces domaines d'activité. Nous avons ainsi participé à des congrès consacrés aux thématiques des services et/ou du tourisme tels que le séminaire international Eric Langeard de recherche sur les services, et différents congrès sur le tourisme en Asie. Nous avons également concentré une partie de nos efforts de publication à destination de revues académiques des catégories « Tourism » et « Hospitality ». Par ailleurs, les ouvrages « Marketing du tourisme » et « Revenue Management » portent également sur le secteur des services et du tourisme.

Nous noterons également que nous avons fait le choix de travailler le plus souvent en équipe, avec des collègues français de différentes universités, mais également avec des collègues étrangers (originaires d'Europe, d'Asie et des Etats-Unis).

Cet effort de recherche dédié au secteur des services et du tourisme nous a permis de bénéficier d'un premier niveau de reconnaissance par la communauté académique à l'international. En conséquence, nous avons, par exemple, été Editeur en Chef invité d'un numéro spécial du Journal of Tourism and Travel Marketing (AERES-CNRS) consacré au Yield management, et nous avons intégré le comité scientifique de plusieurs revues académiques en tourisme.