



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ

ΔΙΑΤΜΗΜΑΤΙΚΟ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ

**«ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ
ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ»**

ΤΜΗΜΑ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΧΩΡΟΤΑΞΙΑΣ, ΠΟΛΕΟΔΟΜΙΑΣ

ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ

ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ:

**«ΚΙΝΔΥΝΟΙ-ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΗΝ ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΟΥ
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ: ΜΙΑ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΜΕΣΩ ΤΩΝ
ΑΝΤΙΛΗΨΕΩΝ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ»**

Μητρούλα Κ. Χριστίνα

Επιβλέπουσα: **Ντυκέν Μαρί Νοέλ**, Καθηγήτρια ΤΜΧΠΠΑ

ΒΟΛΟΣ, 2017

Στο Δημήτρη,
το Γιάννη και τη μπέμπα...

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Η παρούσα διπλωματική εργασία εκπονήθηκε στα πλαίσια του Διατμηματικού Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών Σχεδιασμός και Ανάπτυξη Τουρισμού και Πολιτισμού.

Με την ολοκλήρωση αυτής της προσπάθειας νιώθω την ανάγκη να ευχαριστήσω πρωτίστως, την επιβλέπουσα καθηγήτριά μου, κυρία Μαρί-Νοέλ Ντυκέν, η οποία με τις επιστημονικές της γνώσεις, την υπομονή και την καθοδήγηση της, στάθηκε άμεσα και ουσιαστικά δίπλα μου καθ' όλη την διάρκεια εκπόνησης της μεταπτυχιακής μου εργασίας.

Επίσης, ένα μεγάλο ευχαριστώ στην οικογένειά μου, στο σύζυγό μου για την ουσιαστική συμπαράσταση του, την κατανόηση και την πρακτική του βοήθεια αλλά και στα δύο μου παιδιά για την υπομονή τους...

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η συγκεκριμένη ερευνά επικεντρώνεται στα κριτήρια με βάση τα οποία οι τουρίστες επιλέγουν το τόπο προορισμού για τις διακοπές τους. Δίνεται έμφαση στους παράγοντες που αφορούν τους ενδεχόμενους κινδύνους και την αναζήτηση ασφαλούς τόπου προορισμού. Η διαδικασία επιλογής τουριστικού προορισμού είναι σύνθετη και επηρεάζεται από διάφορους παράγοντες. Μετά από συστηματική βιβλιογραφική ανάλυση, σχεδιάστηκε εμπειρική έρευνα με ερωτηματολόγιο. Η έρευνα έδειξε ότι οι δυνητικοί τουρίστες συνδέουν άμεσα και έντονα τον αντιληπτό κίνδυνο και την ασφάλεια με την απόφασή τους για τον τόπο διακοπών. Οι ενδεχόμενοι κίνδυνοι και η ασφάλεια αποτελούν πλέον τον κυρίαρχο παράγοντα, ειδικά όταν πρόκειται για ταξίδι στο εξωτερικό.

Παρά το γεγονός ότι, το μέγεθος του δείγματος είναι περιορισμένο, τα αποτελέσματα της έρευνας συμβάλουν στην καλύτερη κατανόηση της αυξημένης ανασφάλειας όπως εκφράζεται από τους ερωτηθέντες. Αναμφισβήτητα, οι φορείς που ασχολούνται με το μάρκετινγκ ενός τουριστικού προορισμού πρέπει όλο και περισσότερο να λαμβάνουν υπόψη τις σχετικές ανασφάλειες των τουριστών.

ΛΕΞΕΙΣ ΚΛΕΙΔΙΑ: ασφάλεια, κίνδυνοι ταξιδιού, αντιληπτός κίνδυνος , επιλογή τουριστικού προορισμού

RISK AND SAFETY IN RELATION TO TOURISM DESTINATION CHOICE: AN APPROACH THROUGH TOURIST' S PERCEPTIONS

ABSTRACT

This study focuses on the criteria by which tourists choose their holiday destination. Emphasis is placed on the factors that represent the potential travel risks and the pursuit of a safe destination. The process of destination choice selection is complex and influenced by various factors. After systematic literature analysis, empirical research was conducted with a questionnaire.

The survey has shown that potential tourists connect directly and intensively perceived risk and safety with their decision to choose holiday destination. Potential risks and safety have been found to be the predominant factor, especially when traveling abroad.

Although the size of the sample is limited, the results of the research contribute to a better understanding of the increased uncertainty in tourism as expressed by the respondents. Undoubtedly, operators involved in the marketing of a tourist destination must increasingly take into account the relative insecurity feelings of tourists.

KEYWORDS: safety, travel risks, perceived risk, destination decision choice

Περιεχόμενα

Η ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΚΑΙ Η ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ	14
1.1 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΤΑΞΙΔΙ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΣ	14
1.1.1 ΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΤΑΞΙΔΙ	15
1.1.2 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΣ	17
1.2 ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ	19
1.2.2 ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΕΛΞΗΣ ΚΑΙ ΩΘΗΣΗΣ (PUSH AND PULL FACTORS)	21
1.2.2.1 ΘΕΛΓΗΤΡΑ	23
1.2.2.2 ΦΙΛΙΚΟΙ ΑΝΘΡΩΠΟΙ ΚΑΙ ΕΠΑΦΗ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΜΕ ΤΟΥΣ ΝΤΟΠΙΟΥΣ	23
1.2.2.3 ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ	23
1.2.2.4 ΒΙΩΣΗ ΔΙΑΦΟΡΕΤΙΚΟΥ ΤΡΟΠΟΥ ΖΩΗΣ	24
1.2.2.5 ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΓΟΗΤΡΟ	24
1.3 ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΕΘΝΙΚΗ ΚΟΥΛΤΟΥΡΑ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ	25
1.4 ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΛΗΨΗΣ ΑΠΟΦΑΣΗΣ ΚΑΙ ΜΟΝΤΕΛΑ ΛΗΨΗΣ ΑΠΟΦΑΣΗΣ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ	27
1.4.1 ΜΟΝΤΕΛΟ ΛΗΨΗΣ ΑΓΟΡΑΣΤΙΚΩΝ ΑΠΟΦΑΣΕΩΝ	28
1.4.2 ΤΟ ΜΟΝΤΕΛΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑΣ ΤΟΥ ΜΟΥΤΙΝΗΟ	31
1.4.3 ΜΟΝΤΕΛΟ ΛΗΨΗΣ ΑΠΟΦΑΣΗΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΑ ΑΠΟ ΤΟΝ FOSTER	32
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2	34
ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΚΑΙ ΚΙΝΔΥΝΟΙ: ΕΠΙΡΡΟΗ ΤΟΥΣ ΣΤΗΝ ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΟΥ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ ΔΙΑΚΟΠΩΝ	34
2.1 ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ	34
2.2 ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΚΑΙ ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ	37
2.3 ΚΙΝΔΥΝΟΣ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	39
2.3.1 ΑΝΤΙΛΗΠΤΟΣ ΚΙΝΔΥΝΟΣ	40
2.3.2 ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΕΠΗΡΕΑΣΜΟΥ ΑΝΤΙΛΗΠΤΟΥ ΚΙΝΔΥΝΟΥ	42
2.4 ΑΝΤΙΛΗΠΤΟΣ ΚΙΝΔΥΝΟΣ ΚΑΙ ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ	46
2.5 ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΚΙΝΔΥΝΩΝ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ	49
2.5.1 ΚΙΝΔΥΝΟΙ ΥΓΕΙΑΣ	50
2.5.2 ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΤΡΟΦΙΜΩΝ	51
2.5.3 ΚΙΝΔΥΝΟΣ – ΑΠΕΙΛΗ ΤΡΟΜΟΚΡΑΤΙΚΗΣ ΕΠΙΘΕΣΗΣ	53
2.5.4 ΚΙΝΔΥΝΟΙ ΦΥΣΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΡΟΦΩΝ	55
2.5.5 ΕΓΚΛΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ	56
2.5.6 ΚΙΝΔΥΝΟΙ ΠΟΛΕΜΙΚΩΝ ΣΥΓΚΡΟΥΣΕΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΑΣΤΑΘΕΙΑΣ	58
2.5.7 ΎΠΑΡΞΗ ΠΡΟΣΦΥΓΩΝ ΚΑΙ ΠΡΟΣΦΥΓΙΚΩΝ ΚΑΤΑΥΛΙΣΜΩΝ	59

2.5.8	ΑΠΟΣΤΑΣΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΚΟΥΛΤΟΥΡΑ ΤΟΥ ΤΟΠΟΥ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ (CULTURAL DISTANCE).....	60
2.5.9	ΓΛΩΣΣΑ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ.....	61
2.6	ΠΡΟΒΟΛΗ ΤΩΝ ΑΝΤΙΛΗΠΤΩΝ ΚΙΝΔΥΝΩΝ ΓΙΑ ΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΤΑΞΙΔΙ...62	
2.6.1	Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ.....	62
2.6.2	ΔΙΑ ΣΤΟΜΑΤΟΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑ (WORD OF MOUTH).....	62
2.6.3	ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΗ ΟΔΗΓΙΑ	63
	ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3	65
	Η ΕΡΕΥΝΑ ΠΕΔΙΟΥ	65
3.1	ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ	65
3.1.1	ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ ΕΡΕΥΝΑΣ	68
3.1.2	ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ.....	69
3.2	ΠΡΟΦΙΛ ΤΟΥ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ.....	73
3.3	ΜΕΘΟΔΟΙ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑΣ – ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ	75
3.3.1	ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΩΝ ΚΙΝΔΥΝΩΝ ΚΑΙ ΤΗΣ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ.....	75
3.3.2	ΕΠΙΡΡΟΗ ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΩΝ ΠΑΡΑΓΟΝΤΩΝ ΣΤΗΝ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΩΝ ΠΑΡΑΓΟΝΤΩΝ ΚΙΝΔΥΝΟΣ ΚΑΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑ	77
3.3.3	ΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ	80
3.3.4	ΑΝΑΛΥΣΗ ΣΕ ΚΥΡΙΕΣ ΣΥΝΙΣΤΩΣΕΣ.....	90
	ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	94
	ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ	100

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 3.1:	Βιβλιογραφική αναφορά μεταβλητών που αντιπροσωπεύουν αντιληπτούς κινδύνους και ζητήματα ασφάλειας (πηγή: ίδια επεξεργασία)	σελ. 71
Πίνακας 3.2:	Μεταβλητές που αντιπροσωπεύουν παράγοντες έλξης και ώθησης ενός προορισμού (πηγή: ίδια επεξεργασία)	σελ. 72
Πίνακας 3.3:	Κατανομή Δείγματος κατά Φύλο και Ηλικία (πηγή: ίδια επεξεργασία)	σελ. 74
Πίνακας 3.4:	Κατανομή Δείγματος κατά Φύλο και Επίπεδο εκπαίδευσης (πηγή: ίδια επεξεργασία)	σελ. 74
Πίνακας 3.5:	Αξιολόγηση κινδύνου και ασφάλειας (πηγή: ίδια επεξεργασία)	σελ. 75
Πίνακας 3.6:	Έλεγχος t-test ανά ζεύγη μεταβλητών (πηγή: ίδια επεξεργασία)	σελ. 76
Πίνακας 3.7:	Αντιλήψεις κινδύνου και ασφάλειας με βάση το φύλο (πηγή: ίδια επεξεργασία)	σελ. 78
Πίνακας 3.8:	Αντιλήψεις κινδύνου και ασφάλειας με βάση την ηλικία (πηγή: ίδια επεξεργασία)	σελ. 79
Πίνακας 3.9:	Αντιλήψεις κινδύνου και ασφάλειας με βάση την οικογενειακή κατάσταση (πηγή: ίδια επεξεργασία)	σελ. 80
Πίνακας 3.10:	Μέσες τιμές μεταβλητών που επηρεάζουν την απόφαση επιλογής τουριστικού προορισμού (πηγή: ίδια επεξεργασία)	σελ. 81
Πίνακας 3.11:	Μέσες τιμές μεταβλητών που αντιπροσωπεύουν αντιληπτούς κινδύνους και ζητήματα ασφάλειας (πηγή: ίδια επεξεργασία)	σελ. 84
Πίνακας 3.12:	Επιρροή της ηλικίας στην αξιολόγηση των παραγόντων επιλογής τουριστικού προορισμού (πηγή: ίδια επεξεργασία)	σελ. 86
Πίνακας 3.13:	Επιρροή του επιπέδου εκπαίδευσης στην αξιολόγηση των παραγόντων επιλογής τουριστικού προορισμού (πηγή: ίδια επεξεργασία)	σελ. 88
Πίνακας 3.14:	Επιρροή της οικογενειακής κατάστασης στην αξιολόγηση των παραγόντων επιλογής τουριστικού προορισμού (πηγή: ίδια επεξεργασία)	σελ. 89
Πίνακας 3.15:	Αποτελέσματα Ανάλυσης Κύριων Συνιστωσών (πηγή: ίδια επεξεργασία)	σελ. 91

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΙΚΟΝΩΝ

Εικόνα 1.1:	Τμηματοποίηση της τουριστικής αγοράς με βάση το σκοπό του ταξιδιού, (Nesbit, 1973 στο Crompton1979, ίδια επεξεργασία),	σελ. 16
Εικόνα 1.2:	Μοντέλο Λήψης Αγοραστικών Αποφάσεων, (Πηγή: ίδια επεξεργασία)	σελ. 29
Εικόνα 3.1:	Σχηματική αναπαράσταση της αξιολόγηση ενδεχόμενων κινδύνων και ασφάλειας με βάση τον τύπο ταξιδιού, (Πηγή: ίδια επεξεργασία)	σελ. 67
Εικόνα 3.2:	Σχηματική αναπαράσταση των σχέσεων των μεταβλητών που επηρεάζουν τον αντιληπτό κίνδυνο και την ασφάλεια, (Πηγή: ίδια επεξεργασία)	σελ. 67
Εικόνα 3.3:	Σχηματική αναπαράσταση της αξιολόγησης των παραγόντων επιρροής επιλογής τόπου προορισμού, (Πηγή: ίδια επεξεργασία)	σελ. 68
Εικόνα 3.4:	Διαγραμματική απεικόνιση ηλικιακής κατανομής δείγματος (Πηγή: ίδια επεξεργασία)	σελ. 73
Εικόνα 3.5:	Συχνότητες Μεταβλητής Πολιτική Αστάθεια, (Πηγή: ίδια επεξεργασία)	σελ. 82

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ανέκαθεν ο τουρισμός, σε ένα κοινωνικό και ιστορικό συνεχές από την αρχαιότητα έως και σήμερα, συνδέεται με την πορεία ανάπτυξης της ανθρωπότητας και σε πολλές περιπτώσεις συνέβαλε και συμβάλει στη βελτίωση των κοινωνικών και οικονομικών συνθηκών διαβίωσης των ανθρώπων (Τσάρτας, 1995). Ο τουρισμός είναι μια δραστηριότητα που την απολαμβάνουν εκατομμύρια άνθρωποι και η ουσία του τουρισμού είναι το ταξίδι σε μία τοποθεσία η οποία είναι διαφορετική από αυτή στην οποία βρίσκεται το σπίτι του τουρίστα (Burton, 1995).

Ο τουρισμός χαρακτηρίζεται ως ένα μείγμα από αβεβαιότητες και αναλογικά γνωστούς κινδύνους (Williams, Balaz, 2015). Ο τουρισμός, και ειδικά ο διεθνής τουρισμός, είναι ιδιαίτερα ευαίσθητος σε θέματα ασφάλειας και όπως υποστηρίζουν οι Pizam και Mansfeld είναι μία δραστηριότητα από τις πλέον ευάλωτες στις αλλαγές, προκαλώντας διαφοροποίηση στην τουριστική συμπεριφορά (Pizam , Mansfeld, 1996). Η φύση του τουριστικού προϊόντος είναι τέτοια που ενέχει το στοιχείο της αβεβαιότητας, καθώς ο τουρισμός είναι ευάλωτος σε διάφορους κινδύνους που απειλούν την ασφάλεια των τουριστών, όπως κίνδυνοι υγείας, πολιτικής αστάθειας και τρομοκρατίας, οι οποίοι είτε τους αποτρέπουν να ταξιδέψουν, είτε τους επηρεάζουν κατά την επιλογή τουριστικού προορισμού. Η σημασία του αντιληπτού κινδύνου και των ζητημάτων ασφάλειας στον τουρισμό αποτελεί αντικείμενο ιδιαίτερου ενδιαφέροντος.

Ο αντιληπτός κίνδυνος αρχικά μελετήθηκε στα ευρύτερα πλαίσια της καταναλωτικής συμπεριφοράς (Bauer, 1960). Η μελέτη για τον αντιληπτό κίνδυνο σχετικά με έναν τουριστικό προορισμό έχει κερδίσει σημαντική προβολή τις δύο τελευταίες δεκαετίες και αυτό είναι λογικό αν αναλογιστεί κανείς την ευαίσθητη γεωπολιτική κατάσταση σε πολλά μέρη του κόσμου, την αύξηση των τρομοκρατικών επιθέσεων αλλά και το ξέσπασμα διάφορων παγκόσμιων επιδημιών. Η θεματική του αντιληπτού κινδύνου και της ασφάλειας στον τουρισμό αποτελεί ενδιαφέρον πεδίο έρευνας ακόμη και σε περιόδους όπου δεν υπάρχουν σημαντικοί/μεγάλοι κίνδυνοι για τους οποίους ανησυχούν οι τουρίστες, πόσο μάλλον στη σημερινή εποχή όπου ιδιαίτερα τα ζητήματα της τρομοκρατίας και της πολιτικής αστάθειας σε διάφορα μέρη του πλανήτη είναι παρόντα.

Η διαδικασία διαμόρφωσης της προτίμησης και της επιλογής του τουρίστα είναι ιδιαίτερα σύνθετη. Υπάρχουν πολλοί παράγοντες που προσδιορίζουν την τουριστική συμπεριφορά γενικά, και την απόφαση επιλογής τουριστικού προορισμού συγκεκριμένα. Λαμβάνοντας υπόψη την ολοένα και αυξανόμενη παρουσία καταστροφών, κρίσεων και κινδύνων που επηρεάζουν τον τουρισμό αλλά και τη βασική ανθρώπινη ανάγκη για ασφάλεια κατά τη διάρκεια των διακοπών αντιλαμβανόμαστε ότι τα ζητήματα αντιληπτού κινδύνου και αισθήματος ασφάλειας αποτελούν κεντρικό ζήτημα της διαδικασίας αξιολόγησης και λήψης απόφασης από τους τουρίστες (Kozak, Crotts and Law, 2007). Ο κίνδυνος έχει αναγνωριστεί ως μία από τις κυρίαρχες ανησυχίες των ταξιδιωτών (Sonmez and Graefe, 1998b) και παράλληλα η έννοια της ασφάλειας έχει δειχθεί ότι αποτρέπει την πραγματοποίηση ταξιδιών σε συγκεκριμένες περιοχές (Crotts, 2003).

Μέσα σε αυτό το πλαίσιο διατυπώνεται το κεντρικό ερώτημα της παρούσας έρευνας: σε ποιο βαθμό οι παράγοντες κινδύνου και ασφάλειας επηρεάζουν πραγματικά τη συμπεριφορά και προτίμηση των τουριστών σε σχέση με τον τόπο προορισμού των διακοπών.

Οι βασικές υποθέσεις εργασίας είναι οι ακόλουθες:

(α) Οι πρόσφατες εξελίξεις σε πολλές παραδοσιακές τουριστικές περιοχές (Τυνησία, Αίγυπτο, Παρίσι κ.ά.) όπου αυξήθηκαν έντονα η ανασφάλεια και οι κίνδυνοι τρομοκρατικών επιθέσεων, έχουν ως αποτέλεσμα οι Έλληνες τουρίστες να λαμβάνουν πλέον υπόψη αυτούς τους παράγοντες όταν πρόκειται να σχεδιαστούν τις διακοπές τους.

(β) Η αντίληψη του κινδύνου και της ανασφάλειας είναι διαφορετική αν πρόκειται για ταξίδι στο εσωτερικό ή στο εξωτερικό.

(γ) Τα κριτήρια επιλογής διαφέρουν σημαντικά όταν ταξιδεύουν μόνοι τους ή οργανωμένα (με γκρουπ).

Οι γύρω περιοχές της Ελλάδος αντιμετωπίζουν ζητήματα ασφάλειας κυρίως λόγω πολιτικών αναταραχών ενώ, έως σήμερα, η Ελλάδα εμφανίζεται ως μία χώρα αρκετά ασφαλής. Αν όντως οι τουρίστες λαμβάνουν όλο και περισσότερο υπόψη τους, τους κινδύνους και τα ζητήματα ασφάλειας τότε η χώρα μας έχει μία σημαντική ευκαιρία να κερδίσει μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς σε σχέση με τους άμεσα ανταγωνιστικές χώρες

(στην περιοχή της Μεσογείου), υπό την προϋπόθεση ότι σχεδιάζει την κατάλληλη τουριστική πολιτική και στρατηγική της προβολής της ασφάλειας της χώρας.

Οι Apostolopoulos & Sönmez (2000) αναγνωρίζουν τον προορισμό Μεσόγειο ως μια ενιαία αγορά σε σχέση με τον παγκόσμιο τουριστικό χάρτη. Μάλιστα, η λεκάνη της Μεσογείου είναι μια περιοχή που παρουσιάζει έντονες συγκεντρώσεις ελκυστικών τουριστικών πόρων (Burton, 1995). Δεδομένου λοιπόν ότι πολλές περιοχές της Μεσογείου αντιμετωπίζουν ζητήματα αναταραχών, συγκρούσεων και πολιτικής αστάθειας γενικότερα αλλά και τρομοκρατικών επιθέσεων η προώθηση της εικόνας της Ελλάδας ως ασφαλούς προορισμού διακοπών μπορεί θεωρητικά να αυξήσει την τουριστική ζήτηση εφόσον τα ζητήματα ασφάλειας αποτελούν σημαντικό ζητούμενο και κριτήριο επιλογής του τόπου προορισμού από τους τουρίστες. Άλλωστε, σύμφωνα με τον ισχυρισμό του Wahab, όταν κάποια γεγονότα αποτρέπουν τους τουρίστες να επισκεφθούν συγκεκριμένους προορισμούς, άλλοι προορισμοί, είτε κοντινοί είτε μακρινοί, θα επωφεληθούν (Wahab, 1996).

Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι να αποτελέσει ένα ερευνητικό πλαίσιο προκειμένου να εκτιμηθεί, μέσω των αντιλήψεων των τουριστών, η επίδραση των ενδεχόμενων κινδύνων και της έννοιας της ασφάλειας στην επιλογή τουριστικού προορισμού. Επιπλέον θα διερευνηθεί αν διαφοροποιείται ο αντιληπτός κίνδυνος και ο παράγοντας ασφάλεια για τους τουρίστες με βάση τα δημογραφικά τους χαρακτηριστικά και τον τύπο του ταξιδιού διακοπών.

Αρχικά, η έρευνα στηρίζεται στην ανασκόπηση της διεθνούς βιβλιογραφίας προκειμένου να θεμελιωθεί ένα θεωρητικό υπόβαθρο όσον αφορά τις έννοιες και τις σχέσεις προς διερεύνηση, μέσω της μελέτης άρθρων και βιβλίων που πραγματεύονται θεωρητικά και ερευνητικά τον κίνδυνο και την ασφάλεια στον τουρισμό και την επίδραση αυτών των εννοιών στην τουριστική συμπεριφορά γενικά, και συγκεκριμένα στην επιλογή τουριστικού προορισμού. Στοιχειοθετείται έτσι το θεωρητικό υπόβαθρο, το οποίο στη συνέχεια συμπληρώνεται με την διεξαγωγή έρευνας με ερωτηματολόγια.

Στη συνέχεια, γίνεται στατιστική ανάλυση των δεδομένων αυτών για να διαπιστωθούν οι σχέσεις μεταξύ των μεταβλητών προς διερεύνηση. Από τη μελέτη των δεδομένων, αντλούνται χρήσιμα συμπεράσματα για τις αντιλήψεις των τουριστών σχετικά με τους κινδύνους και την ασφάλεια στον τουρισμό και για το πως οι παράγοντες αυτοί επηρεάζουν την απόφαση επιλογής τουριστικού προορισμού. Επίσης δίνεται αφορμή

για συζήτηση σχετικά με την προβολή της εικόνας του ασφαλούς προορισμού από τη χώρα μας, δεδομένου ότι ο τουρισμός αποτελεί ζωτικό τμήμα της οικονομίας της και περαιτέρω αύξηση της τουριστικής ζήτησης είναι σημαντική.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

Η ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΚΑΙ Η ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ

Η ανάλυση των τουριστικών αποφάσεων, των επιλογών δηλαδή των τουριστών, απασχόλησε και απασχολεί ιδιαίτερα τη βιβλιογραφία του τουρισμού. Προκειμένου να αναλυθεί η καταναλωτική συμπεριφορά των τουριστών είναι σημαντικό να προσδιορίσουμε τα κίνητρα και τις αντιλήψεις των τουριστών, άλλους προσδιοριστικούς παράγοντες λήψης απόφασης αλλά και την ίδια τη διαδικασία της λήψης μιας απόφασης.

Το παρόν κεφάλαιο διαρθρώνεται σε τέσσερις ενότητες. Αρχικά γίνεται μία σύντομη αναφορά στον τουρισμό, στο τουριστικό ταξίδι και στην έννοια του τουριστικού προορισμού. Στη συνέχεια αναλύονται τα τουριστικά κίνητρα και οι σχετικές θεωρίες υποκίνησης, άλλοι παράγοντες που επηρεάζουν την επιλογή τουριστικού προορισμού διακοπών και το κεφάλαιο ολοκληρώνεται με τη διαδικασία λήψης απόφασης, και συγκεκριμένα της απόφασης επιλογής προορισμού διακοπών (στο εξής και τουριστικού προορισμού) που ενδιαφέρει τη συγκεκριμένη ερευνητική εργασία.

1.1 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΤΑΞΙΔΙ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΣ

Το πολυσύνθετο φαινόμενο του τουρισμού έχει προσεγγισθεί από διάφορες επιστήμες, όπως ανθρωπολογία, γεωγραφία, κοινωνιολογία, ψυχολογία, οικονομική επιστήμη κ.ά. Από κοινωνιολογική σκοπιά ο τουρισμός είναι το φαινόμενο το οποίο αφορά τη μετακίνηση για τη συλλογή εμπειριών και την ικανοποίηση των αναγκών του μετακινούμενου ενώ από πολιτισμική άποψη μπορεί να χαρακτηριστεί ως μία διάθεση για γνωριμία άλλων πολιτισμών.

Πολλοί ερευνητές προτείνουν μια διεπιστημονική προσέγγιση στη μελέτη του τουριστικού φαινομένου καθώς ο τουρισμός αποτελεί ένα σύνθετο φαινόμενο το οποίο αφορά ζητήματα οικονομικά, (προσφορά, ζήτηση, μάρκετινγκ, επιχειρήσεις), ψυχολογικά (ανάγκες και κίνητρα), κοινωνικά (ρόλοι, επαφές και σχέσεις) και πολιτισμικά.

Ο τουρισμός δεν αποτελεί φαινόμενο των τελευταίων δεκαετιών του σύγχρονου πολιτισμού μας. Ήδη από την αρχαιότητα οι άνθρωποι μετακινούνταν. Η εικόνα του τουρίστα, που προπολεμικά αφορούσε μόνο άτομα υψηλών κοινωνικών τάξεων, σταδιακά εξαπλώθηκε αφορώντας μια διαρκώς διευρυνόμενη ομάδα καταναλωτών. Το «ταξίδι αναψυχής» των οικονομικά προνομιούχων κοινωνικών ομάδων του 19^{ου} και των αρχών του 20^{ου} αιώνα μεταβάλλεται σε «ταξίδι διακοπών» για ευρύτερα κοινωνικά στρώματα (Ζαχαράτος, 2003). Με τη δημιουργία σιδηροδρόμων αρχικά (στα μέσα του 19^{ου} αιώνα) και αργότερα με τη θεσμοθέτηση των διακοπών ως δικαίωμα των εργαζομένων, το τουριστικό φαινόμενο πήρε άλλη μορφή, αυξήθηκε σημαντικά ο αριθμός αυτών που μπορούσαν να κάνουν διακοπές, με αποτέλεσμα τη μαζικοποίηση του φαινομένου του τουρισμού και την οικονομική ανάπτυξή του.

Η εννοιολογική οριοθέτηση του τουρίστα δημιουργεί προβληματισμό καθώς πολλοί είναι οι ορισμοί που έχουν δοθεί. Ήδη από το 1937 αναφέρεται ότι «τουρίστας θεωρείται κάθε άτομο που μετακινείται για ένα χρονικό διάστημα τουλάχιστον 24 ωρών σε μία χώρα άλλη από αυτή όπου βρίσκεται η κατοικία του» (Τσάρτας, 1996). Η προσέγγιση αυτή βέβαια περιορίζεται στους αλλοδαπούς τουρίστες και περιλαμβάνει άτομα που ταξιδεύουν για οποιοδήποτε λόγο. Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (UNWTO) ορίζει τους τουρίστες ως το τους ανθρώπους που ταξιδεύουν και διαμένουν σε μέρη εκτός του περιβάλλοντός τους για περισσότερο από 24 ώρες και όχι για περισσότερο από ένα χρόνο για ανάπαυση, εργασία ή άλλη δραστηριότητα που σχετίζεται με τον τόπο που επισκέπτονται.

1.1.1 ΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΤΑΞΙΔΙ

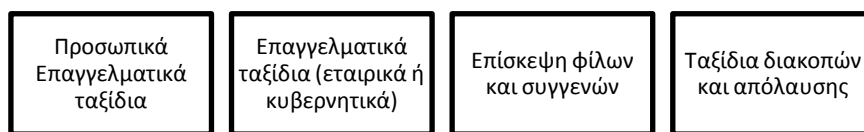
Σύμφωνα με τους Mill και Morrison (1985) το τουριστικό ταξίδι είναι μία ανάγκη ή επιθυμία προς ικανοποίηση. Για τον τουρίστα, το τουριστικό ταξίδι είναι ανάκτηση και ανανέωση, αναπλήρωση δυνάμεων και κοινωνική διεργασία, απόδραση, επικοινωνία, ελευθερία και αυτό-προσδιορισμός, αυτό-εκπλήρωση, ευτυχία και εμπλουτισμός της κουλτούρας (Crompton, 1979).

Το τουριστικό ταξίδι χρονικά και διαδικαστικά μπορεί να χωριστεί σε τρεις φάσεις:

1. Περίοδος πριν το ταξίδι, σε αυτήν την περίοδο ο τουρίστας επιλέγει, οργανώνει και αποφασίζει για το που και πως θα περάσει τις διακοπές του

2. Περίοδος τέλεσης του ταξιδιού, ο τουρίστας πλέον καταναλώνει αυτό που αγόρασε, κάνει τις διακοπές του
3. Περίοδος μετά το ταξίδι, όπου πλέον ο τουρίστας επιστρέφει στην καθημερινότητά του με την εμπειρία του συγκεκριμένου ταξιδιού η οποία μπορεί να αποτελέσει τη βάση για την πραγματοποίηση ενός νέου κύκλου ταξιδιού.

Σύμφωνα με τον Nesbit (Nesbit, 1973 στο Crompton 1979), η τουριστική αγορά με βάση το σκοπό του ταξιδιού χωρίζεται σε τέσσερις κατηγορίες:



Εικόνα 1.1: Τμηματοποίηση της τουριστικής αγοράς με βάση το σκοπό του ταξιδιού,

Πηγή: Ιδία επεξεργασία

Στη συγκεκριμένη εργασία θα επικεντρωθούμε στο ταξίδι διακοπών, το ταξίδι που πραγματοποιούν οι τουρίστες για να ξεκουραστούν και να απολαύσουν τον ελεύθερο χρόνο τους. Οι διακοπές γενικά συνδέονται με την ηρεμία και ένα διάλειμμα από τα γεγονότα της καθημερινής ζωής, μια απόδραση από τις καθημερινές συνήθειες και από το καθημερινό φυσικό περιβάλλον. Οι τουρίστες κάνουν τις ταξιδιωτικές επιλογές τους έχοντας ως προσδοκία να αποκομίσουν άυλα οφέλη όπως ευχαρίστηση και ικανοποίηση (Moutinho, 1987). Δεδομένου ότι ο τουρισμός στη σκέψη των περισσότερων ανθρώπων συνδέεται με αισθήματα χαράς, ξενοιασιάς, ηρεμίας και ασφάλειας ενώ αντίθετα ένα άσχημο γεγονός, οποιασδήποτε μορφής, μπορεί να προκαλέσει φόβο, ανησυχία, ακόμη και πανικό (Santana, 2003 στο Lehto et al., 2008), είναι λογικό να υποτεθεί ότι ο τουρίστας όταν επιλέγει τουριστικό προορισμό λαμβάνει υπόψη τους διάφορους παράγοντες, ανάμεσά τους και αυτούς τον ενδεχόμενων κινδύνων και της ασφάλειας.

Η αντίληψη του ταξιδιού ορίζεται ως ο τρόπος με τον οποίο τα άτομα αντιλαμβάνονται, οργανώνουν και πραγματοποιούν το τουριστικό τους ταξίδι (Βαρβαρέσος, Σωτηριάδης, 2002). Σε αυτό το πλαίσιο, οι τουρίστες με κριτήριο τον τρόπο με τον οποίο οργανώνουν το ταξίδι τους, δηλαδή τον τρόπο σκέψης τους σχετικά με το ταξίδι, διακρίνονται σε δύο κατηγορίες: αυτή του οργανωμένου ταξιδιού και αυτή του

ανεξάρτητου ή μεμονωμένου ταξιδιού. Οι τυπολογίες των τουριστών και οι διάφορες τμηματοποιήσεις που προκύπτουν, σε αρκετές περιπτώσεις, εξηγούν τη συμπεριφορά τους.

Το οργανωμένο ταξίδι χαρακτηρίζεται από την προσφορά μιας εκτεταμένης υποδομής οργανωμένων υπηρεσιών, που αφορούν στο ταξίδι αλλά και στη διαμονή. Η παροχή οργανωμένων διακοπών, ενός πακέτου δηλαδή τουριστικών υπηρεσιών, αναπτύχθηκε κυρίως τη δεκαετία του 1960. Τα οργανωμένα πακέτα έγιναν, και είναι ελκτικά για πολλούς ανθρώπους, γιατί λύνουν πολλά προβλήματα που μπορούν να παρουσιαστούν ειδικά στα διεθνή ταξίδια όπως ασφάλεια, αδυναμία συνεννόησης, αδυναμία οργάνωσης εκδρομών και δραστηριοτήτων (Τσάρτας, 1996), απαλλάσσοντας τους τουρίστες από όλες τις διαδικασίες που είναι απαραίτητες για τη διεξαγωγή ενός ταξιδιού και από το άγχος και την ανασφάλεια που δημιουργεί η οργάνωση και η πραγματοποίηση ενός ταξιδιού ατομικά.

1.1.2 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΣ

Ο τουρίστας καλείται να λάβει διάφορες αποφάσεις με πρώτη τη γενική απόφαση του να πάει διακοπές. Στη συνέχεια αποφασίζει για την επιλογή του προορισμού ή των προορισμών, για τα χρήματα που θα δαπανηθούν, για τις ημερομηνίες διακοπών και τη διάρκεια παραμονής, το κατάλυμα που θα διαμείνει, τα άτομα με τα οποία θα ταξιδέψει αλλά και να επιλέξει δραστηριότητες κατά τη διάρκεια των διακοπών. Η επιλογή τουριστικού προορισμού είναι μία από τις πιο σημαντικές αποφάσεις που λαμβάνει ο τουρίστας καθώς προσδιορίζει σημαντικά το ταξίδι που θα απολαύσει στις διακοπές του.

Η λέξη προορισμός είναι από τις πιο χρησιμοποιούμενες στον τουρισμό και για την ανάλυση και κατανόηση του όρου έχουν αποδοθεί κατά καιρούς διάφοροι ορισμοί. Οι Burkart & Medlik (1974) ορίζουν ως προορισμό τη « γεωγραφική ενότητα που επισκέπτεται ένας τουρίστας, η οποία μπορεί να είναι ένα αυτοτελές κέντρο, ένα χωριό ή μια πόλη, μια περιοχή ή μια περιφέρεια, ένα νησί, μια χώρα ή μια ήπειρος... Αυτό που καθορίζει το πόσο σημαντική είναι, ή μπορεί να γίνει, μια γεωγραφική ενότητα ως τουριστικός προορισμός είναι τρεις βασικοί παράγοντες: τα αξιοθέατα, η

προσβασιμότητα και οι ανέσεις που προσφέρει, αυτά δηλαδή που μπορούν να ονομαστούν τα τουριστικά χαρακτηριστικά ενός προορισμού».

Οι Mill & Morrison (1992; στο Framke 2002) αναφέρουν ότι σε έναν προορισμό υπάρχει ένας συνδυασμός αλληλοεξαρτώμενων στοιχείων. Τα στοιχεία αυτά είναι αλληλοεξαρτώμενα, γιατί για να παραχθεί μια ικανοποιητική εμπειρία διακοπών πρέπει να υπάρχουν όλα. Ο προορισμός αποτελείται από: Αξιοθέατα – Παροχές – Υποδομές – Μεταφορές – Φιλοξενία». Και οι δύο προηγούμενες προσεγγίσεις δίνουν έμφαση στα αξιοθέατα και τις υπηρεσίες που παρέχει ένας προορισμός.

Στην ουσία, ο τουριστικός προορισμός είναι μία περιοχή που επισκέπτονται οι τουρίστες για αναψυχή ή για άλλους σκοπούς. Την περιοχή αυτή οι επισκέπτες την αισθάνονται ως μία ενιαία οντότητα (Buhalis, 2000).

1.1.4 ΕΙΚΟΝΑ ΕΝΟΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ

Ένας από τους πιο σημαντικούς ρόλους της εικόνας ενός ταξιδιωτικού προορισμού είναι η σημαντική επίδρασή της στη διαδικασία λήψης απόφασης από τους τουρίστες σχετικά με την επιλογή τουριστικού προορισμού (Chon, 1990, 1992; Echtner & Ritchie, 1991; Stabler, 1988, Telisman-Kosuta, 1989, Baloglu & McCleary, 1999a, Leisen, 2001, Kim & Richardson, 2003, στο Lehto et al., 2008 και στο Sonmez and Graefe, 1998a).

Η εικόνα ενός προορισμού ορίζεται από τους Kotler et al. (1993) ως «ένα σύνολο από πεποιθήσεις, ιδέες και εντυπώσεις που έχουν οι άνθρωποι για τον τόπο αυτό». Οι ερευνητές υποστηρίζουν ότι η αντιληπτή εικόνα για έναν προορισμό είναι θετικά συσχετιζόμενη με την απόφαση επιλογής προορισμού και αγοράς τουριστικού προϊόντος (Mayo, 1973; Mayo & Jarvis, 1981, Woodside and Lysons, 1989 στο Lehto et al., 2008).

Όπως αναφέραμε, η εικόνα παίζει κυρίαρχο ρόλο στην διαδικασία λήψης απόφασης όσον αφορά την επιλογή προορισμού. Καταρχήν, ο ρόλος της εικόνας είναι κεντρικός στο ζήτημα της γνώσης ενός προορισμού (destination awareness). Η γνώση ενός προορισμού εξασφαλίζεται όταν τουλάχιστον μια εικόνα αυτού υπάρχει στο μυαλό των εν δυνάμει τουριστών, και παρότι δεν είναι επαρκής συνθήκη για την αγορά του προϊόντος, είναι οπωσδήποτε αναγκαία (Gartner 1993 στο Konecnik & Gartner, 2007).

Πράγματι, η εικόνα αποτελεί πολλές φορές για τους τουρίστες το μόνο βοήθημα στην αγορά ενός άυλου προϊόντος, μιας εμπειρίας που θα καταναλώσουν σε χρόνο πολύ μεταγενέστερο της αγοράς του.

Η συμπεριφορά των τουριστών είναι το αποτέλεσμα των αντιληπτών εικόνων για κάθε προορισμό, επομένως, η επιλογή ενός συγκεκριμένου προορισμού εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από το εάν η εικόνα αυτή είναι θετική (Woodside and Lysonski, 1989). Στην ουσία αυτό που επηρεάζει την απόφαση του δυνητικού τουρίστα είναι η εικόνα που αυτός αντιλαμβάνεται για έναν προορισμό και όχι ο ίδιος ο προορισμός. Οι Woodside και Lysonski (1989), υποστηρίζουν ότι η έλλειψη γνώσης για έναν προορισμό και η ουδέτερη προσλαμβανόμενη εικόνα για αυτόν συνήθως έχουν ως αποτέλεσμα το να μη συμπεριλαμβάνουν τον προορισμό αυτό στις εναλλακτικές επιλογές για την απόφασή τους.

Σύμφωνα με τους Crompton (1979) και Gartner και Hunt (1987) οι κίνδυνοι αλλά και η ασφάλεια με τους οποίους συνδέει ο τουρίστας-καταναλωτής μία συγκεκριμένη περιοχή ή χώρα δημιουργούν μια διαρκή εικόνα η οποία σε δεδομένο χρόνο, μελλοντικά επηρεάζει τη διαδικασία λήψης απόφασης.

1.2 ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ

Η επιλογή τουριστικού προορισμού από τον τουρίστα είναι μία απόφαση ιδιαίτερα σύνθετη καθώς υπάρχουν διάφοροι παράγοντες που την επηρεάζουν και την διαμορφώνουν. Οι παράγοντες αυτοί μπορεί να είναι δημογραφικοί, να σχετίζονται με την προσωπικότητα των τουριστών και την κουλτούρα τους ή/και να αφορούν τα κίνητρα των τουριστών. Παράλληλα, η διαδικασία επιλογής ενός τουριστικού προορισμού βασίζεται και στα χαρακτηριστικά του ίδιου του προορισμού, τα οποία έλκουν τους τουρίστες αλλά και στους παράγοντες που διαμορφώνουν την εικόνα που έχουμε για έναν προορισμό. Δεδομένων των συνθηκών, η επιλογή τουριστικού προορισμού, η προτίμηση δηλαδή του τουρίστα, καθορίζεται από τη δυνατότητα των προορισμών ως οντοτήτων να προσφέρουν θετικές έλξεις αποφεύγοντας τις αρνητικές.

1.2.1 ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ– ΥΠΟΚΙΝΗΣΗ

Οι Burkart and Medlick, (1974) παρατηρούν ότι στον τουρισμό είναι πιο εύκολο να απαντηθεί το ποιος, πότε, πού και πώς, όχι όμως και το «γιατί». Πολλές μελέτες επικεντρώνουν το ενδιαφέρον τους στα κίνητρα που υποκινούν ένα άτομο να ταξιδέψει για διακοπές. Βέβαια η υποκίνηση είναι μόνο μία από τις μεταβλητές που ερμηνεύουν την τουριστική συμπεριφορά (Crompton, 1979).

Τα κίνητρα είναι μια ψυχολογική διαδικασία η οποία διεγείρει, κατευθύνει και διατηρεί μια συμπεριφορά προς ένα στόχο (Κωσταρίδου-Ευκλείδη, 1997). Η κατανόηση των κινήτρων συμβάλλει στην κατανόηση της συμπεριφοράς. Η κατανόηση της συμπεριφοράς, με τη σειρά της, οδηγεί στη δυνατότητα πρόβλεψης της συμπεριφοράς, πράγμα που είναι ένα πρωταρχικό ζητούμενο για όσους ασχολούνται με τον τουρισμό.

Τα κίνητρα αναδεικνύουν τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των τουριστικών ταξιδιών και των εμπειριών που επιθυμούν να αποκομίσουν από αυτά οι τουρίστες. Οι τουρίστες επιλέγουν έναν προορισμό με γνώμονα και τα κίνητρά τους. Υπάρχουν διάφοροι παράγοντες που επηρεάζουν τους τουρίστες και τους οδηγούν στο να επιλέξουν τύπο τουρισμού. Αυτοί είναι κοινωνικοψυχολογικοί, δημογραφικοί, οικονομικοί, και οργανωτικοί (Τσάρτας, 1996).

Η ανάλυση των κινήτρων στο τουριστικό πεδίο βασίζεται στη μελέτη της υποκίνησης. Η υποκίνηση προσδιορίζεται από τη θεωρία των αναγκών του Maslow, καθώς η ανάγκη αποτελεί τη βάση της υποκίνησης. Η ιεραρχία των αναγκών του Maslow χρησιμοποιείται για να επεξηγηθεί η ανθρώπινη συμπεριφορά προσανατολισμένη στις ανάγκες. Σύμφωνα με τον Maslow υφίστανται πέντε επίπεδα ανθρώπινων αναγκών, σε ιεραρχική σειρά:

- Φυσιολογικές
- Ασφάλειας
- Ανήκειν και Αγάπης
- Εκτίμησης και αυτό-εκτίμησης
- Αυτό-εκπλήρωσης ή ολοκλήρωσης

Μόλις οι ανάγκες ενός επιπέδου ικανοποιηθούν το άτομο προχωρά στο επόμενο επίπεδο. οι φυσιολογικές ανάγκες είναι οι καθαρά βιολογικές ανάγκες κι αποτελούν το υπόβαθρο για την εκδήλωση κάθε άλλης ανώτερης ανάγκης. Οι ανάγκες για ασφάλεια

αναφέρονται σε ψυχολογικό και πνευματικό επίπεδο και περιλαμβάνουν την ανάγκη για σταθερότητα και ελευθερία από φόβο και άγχος. Η ανάγκη για αγάπη αφορά στην επιθυμία να έχει κανείς φίλους, να αγαπά και να τον αγαπούν. Οι ανάγκες για εκτίμηση περιλαμβάνουν τόσο την αυτοεκτίμηση όσο και την εκτίμηση από τους άλλους, την αυτοπεποίθηση και αναγνώριση του ρόλου που έχει κανείς. Τέλος, η ανάγκη για αυτοπραγμάτωση και αυτοεκπλήρωση αναφέρεται στην προσωπική άνοδο (ψυχολογική και πνευματική) και την υπέρβαση του εαυτού.

Ο Crompton (1979) μελέτησε ποια είναι τα κίνητρα των τουριστών διακοπών τα οποία επηρεάζουν την επιλογή τουριστικού προορισμού. Κατέληξε σε εννέα κίνητρα, επτά εκ των οποίων τα χαρακτηρίζει ως κοινωνικο-ψυχολογικά ή ωθητικά κίνητρα. Συγκεκριμένα, απόδραση από το συνηθισμένο περιβάλλον, εξερεύνηση και εκτίμηση του εαυτού μας, χαλάρωση, γόητρο/κύρος, σύσφιξη σχέσεων, επιστροφή στις ρίζες. Τα άλλα δύο κίνητρα χαρακτηρίζονται ως πολιτιστικοί ή ελκτικοί παράγοντες και είναι η καινοτομία και η εκπαίδευση.

Οι θεωρίες της υποκίνησης αναδεικνύουν τις ανάγκες και τις επιδιώξεις που υποκινούν την ανθρώπινη συμπεριφορά, δεν αρκεί όμως η ανάλυσή τους για την εξήγηση της τουριστικής συμπεριφοράς, καθώς αυτή επηρεάζεται και από άλλους παράγοντες όπως οι ατομικές πεποιθήσεις. Τα κίνητρα που ωθούν τα άτομα να ταξιδέψουν είναι πολλά και διαφέρουν από άνθρωπο σε άνθρωπο. Οι προτιμήσεις ενός καταναλωτή διαμορφώνονται και διαρθρώνονται με βάση τις έννοιες της προσωπικότητας, της κοινωνικοποίησης, της αντίληψης και της κατανόησης (Βαρβαρέσος, Σωτηριάδης, 2002).

1.2.2 ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΕΛΞΗΣ ΚΑΙ ΩΘΗΣΗΣ (PUSH AND PULL FACTORS)

Η πρόβλεψη της ατομικής συμπεριφοράς του τουρίστα είναι δύσκολο εγχείρημα. Αφενός υπάρχουν τα τουριστικά κίνητρα, αλλά είναι εξίσου σημαντικό να προσδιοριστούν και οι παράγοντες εκείνοι που επηρεάζουν την προτίμηση και την επιλογή των διακοπών. Η πολυπλοκότητα αυτού του εγχειρήματος απαιτεί τον προσδιορισμό όλων των χαρακτηριστικών των διακοπών, την ελκυστικότητα των χαρακτηριστικών αυτών, των ατομικών πεποιθήσεων καθώς και των προσδοκιών του ατόμου. Σύμφωνα με τον Taylor (1974), οι τουρίστες έλκονται από έναν προορισμό από

την κουλτούρα του ή τα ειδικά χαρακτηριστικά που αυτός προσφέρει (στο Crompton, 1979).

Ο Dann (1981) πιστεύει ότι υφίστανται δύο κατηγορίες παραγόντων ή αλλιώς φάσεις στη διαδικασία λήψης απόφασης για ένα τουριστικό ταξίδι, πρώτα οι ωθητικοί παράγοντες και μετά οι ελκτικοί παράγοντες (push and pull factors). Το άτομο αρχικά ωθείται να ταξιδέψει, του δημιουργείται η επιθυμία να ταξιδέψει και έπειτα, υπάρχουν οι παράγοντες που ελκύουν το άτομο σε ένα συγκεκριμένο τουριστικό προορισμό οι οποίοι έπονται της ανάγκης του ταξιδιού.

Πολλοί μελετητές προσπάθησαν να ερμηνεύσουν τις κίνητρα των τουριστών με βάση τους παράγοντες έλξης και ώθησης. Τα κίνητρα έλξης συνδέονται με τους εξωτερικούς, γνωστικούς ή περιστασιακούς παράγοντες και αποδίδονται στη γενική ελκυστικότητα των προορισμών. Για παράδειγμα, οι παραλίες, η πολιτιστική έλξη και το φυσικό τοπίο αποτελούν κίνητρα έλξης και μπορούν να υποκινήσουν και να ενισχύσουν τους έμφυτους παράγοντες ώθησης. Οι παράγοντες ώθησης περιλαμβάνουν γνωστικές διαδικασίες και κοινωνικο-ψυχολογικά κίνητρα που προδιαθέτουν τους ανθρώπους να ταξιδεύουν (Chon, 1989 στο Lam, Hsu, 2006).

Ενδεικτικά, κίνητρα ώθησης που συσχετίζονται με τους εσωτερικούς ή συναισθηματικούς παράγοντες είναι η δραπέτευση από την καθημερινότητα, η χαλάρωση, το γόητρο, η ευεξία, η περιπέτεια, η κοινωνική αλληλεπίδραση, η σύσφιξη οικογενειακών δεσμών, ο ενθουσιασμός και η εμπειρία (Cassidy, 2005 στο Υφαντίδου 2015).

Οι Beerli και Martin (2004) αναγνωρίζουν στους παράγοντες έλξης: τα φυσικά αξιοθέατα, τη γενική υποδομή, την τουριστική υποδομή, την τέχνη, την ιστορία και τον πολιτισμό, το περιβάλλον και την ατμόσφαιρα. Στους παράγοντες έλξης μπορούμε να αναγνωρίσουμε και την οικονομική διάσταση της επιλογής ενός συγκεκριμένου προορισμού αλλά και την προσβασιμότητα στον τόπο αυτό. Η επιλογή του τόπου προορισμού διακοπών επηρεάζεται και από την απόσταση και τον τρόπο πρόσβασης σε αυτόν (Eugenio-Martin, 2003 στο Seabra C. et al., 2013).

1.2.2.1 ΘΕΛΓΗΤΡΑ

Βασικό χαρακτηριστικό ενός προορισμού θεωρούνται τα θέλγητρα, τα αξιοθέατα που διαθέτει και τα οποία αποτελούν πόλο έλξης τουριστών και μπορούν να είναι είτε φυσικού κάλλους, είτε δημιούργημα των ανθρώπων (αρχιτεκτονικά, ιστορικά κτίρια κ.ά.) Οι ιστορικοί πόροι του τουρισμού προσέλκυαν ταξιδευτές από άλλους τόπους ανέκαθεν. Ήδη από τον αρχαίο κόσμο λατρευτικοί τόποι και άλλα θαυμαστά μνημεία αποτέλεσαν τα πρώτα τουριστικά προϊόντα των χωρών τους.

Ο MacCannel (1976) ορίζει ένα τουριστικό αξιοθέατο «ως μια εμπειρική σχέση μεταξύ ενός τουρίστα, ενός τόπου και της σήμανσης αυτού. Η τουριστική αξία μιας σύγχρονης κοινότητας εναπόκειται στον τρόπο με τον οποίο οργανώνει τα κοινωνικά, ιστορικά, πολιτιστικά και φυσικά στοιχεία της σε μια ροή εντυπώσεων».

1.2.2.2 ΦΙΛΙΚΟΙ ΑΝΘΡΩΠΟΙ ΚΑΙ ΕΠΑΦΗ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΜΕ ΤΟΥΣ ΝΤΟΠΙΟΥΣ

Ο τουρισμός φέρνει σε επαφή λαούς με διαφορετικά ήθη, έθιμα και κουλτούρα. Χαρακτηρίζεται από υπερεθνική και διαπολιτισμική αλληλεπίδραση, καθώς άνθρωποι με διαφορετικά πολιτισμικά υπόβαθρα συναναστρέφονται μεταξύ τους, επηρεάζοντας τη διαπολιτισμική εξάπλωση των πολιτισμών. Για πολλούς τουρίστες η φιλικότητα των ανθρώπων του τόπου προορισμού είναι ένα σημαντικό στοιχείο που τους παρέχει οικειότητα και άνεση.

1.2.2.3 ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ

Η κουλτούρα ενός τόπου αποτελεί προσδιοριστικό χαρακτηριστικό του και σε πολλές περιπτώσεις αποτελεί λόγο για να επιλέξει κάποιος να επισκεφθεί έναν συγκεκριμένο προορισμό (McKercher and Cros, 2003 στο S.I. Ng et al., 2003). Προσδιορίζοντας τον όρο κουλτούρα, οι O' Leary and Deegan ορίζουν ότι η κουλτούρα ενός τόπου συνίσταται στην υλική και άυλη κληρονομιά η οποία περιλαμβάνει τη μουσική, τα μουσεία, τα ιστορικά μέρη και πολιτισμική παράδοση (S.I. Ng et al., 2003). Το Grand Tour ήταν η πρώτη μορφή τουρισμού που είχε πολιτιστικό χαρακτήρα. Κάποιοι τουρίστες αποφασίζουν να ταξιδέψουν και επιλέγουν προορισμό με βάση τον εκπαιδευτικό-πολιτιστικό χαρακτήρα στοχεύοντας στην απόκτηση εμπειριών, γνωριμία πολιτισμών, επισκέψεις σε μνημεία παγκόσμιας πολιτιστικής κληρονομιάς, ώστε να

έχουν την ευκαιρία οι ίδιοι από κοντά να δουν τόπους και πολιτισμούς σύγχρονους αλλά και υπολείμματα παλαιότερων.

Εδώ και χρόνια οι ερευνητές έχουν ασχοληθεί ιδιαίτερα με τα πολιτιστικά κίνητρα στην προσπάθειά τους να ερμηνεύσουν το γιατί οι τουρίστες ταξιδεύουν (Dann, 1981). Τα κίνητρα που σχετίζονται με τον πολιτισμό συνδέονται με τόπο προορισμού και όχι με την κοινωνική ή ψυχολογική κατάσταση του τουρίστα (Crompton, 1979).

1.2.2.4 ΒΙΩΣΗ ΔΙΑΦΟΡΕΤΙΚΟΥ ΤΡΟΠΟΥ ΖΩΗΣ

Πολλοί τουρίστες αναζητούν μέσα από τα ταξίδια των διακοπών τους την καινοτομία, τόσο στο να δούνε διαφορετικά πράγματα αλλά και στο να βιώσουν έναν διαφορετικό τρόπο ζωής. Για τον Urry (1995), η πιο σημαντική πτυχή των ταξιδιών αναψυχής για τους τουρίστες είναι το να δούνε κάτι διαφορετικό και ο MacCannell (1976) ισχυρίζεται ότι η βασική συνιστώσα του «κινήτρου των τουριστών να ταξιδέψουν» είναι η επιθυμία να βιώσουν την αυθεντικότητα άλλων πολιτισμών.

Για να προσδιορίσει εννοιολογικά την καινοτομία που αναζητούν οι τουρίστες ο Crompton (1979) χρησιμοποιεί τις λέξεις περιέργεια, περιπέτεια, νέο και διαφορετικό. Και ο Cohen (1972) υποστηρίζει ότι ο τουρίστας ενδιαφέρεται για πράγματα, αξιοθέατα, έθιμα και κουλτούρες διαφορετικές. Βέβαια, η καινοτομία που σχετίζεται με έναν προορισμό σύμφωνα με τον Crompton (1979) είναι ένας από τους παράγοντες έλξης για κάποιους τουρίστες αλλά απώθησης για άλλους, επομένως, η επιθυμία της βίωσης ενός άλλου τόπου όσον αφορά τον τρόπο ζωής και το περιβάλλον που τον χαρακτηρίζει ποικίλει ανάμεσα στους τουρίστες.

1.2.2.5 ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΓΟΗΤΡΟ

Ακόμη και στις μέρες μας που ο τουρισμός δεν είναι προνόμιο και δυνατότητα λίγων ανθρώπων, αλλά αφορά ένα μεγάλο μέρος της κοινωνίας, τόσο ηλικιακά όσο και κοινωνικά. Το ταξίδι έχει συνδεθεί με το σύγχρονο τρόπο ζωής και για πολλούς θεωρείται ακόμη ως ένα αγαθό με συμβολική αξία κοινωνικής ανόδου και γοήτρου. Αυτή η σύνδεση είναι χαρακτηριστικό της καταναλωτικής κοινωνίας στην οποία συγκεκριμένα αγαθά συνδέονται με κοινωνική άνοδο και κύρος. Ακόμη και η επίσκεψη ενός συγκεκριμένου προορισμού μπορεί να αποκτήσει αυτή τη συμβολική σημασία και

υπάρχουν προορισμοί που επιλέγονται με βάση αυτό το κριτήριο. Για κάποιους τουρίστες επομένως το ταξίδι χρησιμοποιείται ως στοιχείο προβολής και γοήτρου.

Μάλιστα σύμφωνα με τον Dann (1981) ο τουρισμός σε κάποιους προορισμούς που θεωρούνται επικίνδυνοι μπορεί να προσδίδει ακόμη περισσότερο κύρος και κοινωνική αποδοχή. Στην έρευνα του ο Crompton (1979) διαπίστωσε ότι οι ερωτώμενοι θεωρούν ότι το κύρος είναι ένας σημαντικός παράγοντας υποκίνησης για ένα ταξίδι όσον αφορά τους άλλους τουρίστες. Όσον αφορά όμως τους ίδιους, θεωρούν ότι το κύρος/γόητρο δεν τους επηρεάζει κατά την απόφαση επιλογής τουριστικού προορισμού.

Συνοψίζοντας την παρούσα υποενότητα, οι παράγοντες ώθησης ερμηνεύουν κυρίως την επιθυμία του να πάει κανείς διακοπές ενώ οι παράγοντες έλξης ερμηνεύουν την επιλογή του τόπου προορισμού.

1.3 ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΕΘΝΙΚΗ ΚΟΥΛΤΟΥΡΑ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ

Οι θεωρίες της υποκίνησης αναδεικνύουν τις ανάγκες και τις επιδιώξεις που υποκινούν την ανθρώπινη συμπεριφορά, αλλά οι ανάγκες είναι μόνο μία πτυχή της ανθρώπινης συμπεριφοράς. Το προφίλ, ο χαρακτήρας και οι προσλαμβάνουσες κάθε τουρίστα είναι επίσης πολύ σημαντικά.

Ο Plog (1974) έδωσε έμφαση στην προσωπικότητα των τουριστών, χρησιμοποιώντας τις θεωρίες προσωπικότητας ως εργαλείο πρόβλεψης της τουριστικής συμπεριφοράς. Οι τουρίστες κατανέμονται όσον αφορά τις δυνητικές επιλογές τους σε αλλοκεντρικούς τουρίστες (allocentrics), μεσοκεντρικούς τουρίστες (mesocentrics) και ψυχοκεντρικούς (pschyocentrics). Στο ένα άκρο της κλίμακας βρίσκονται οι ψυχοκεντρικοί οι οποίοι έχουν την τάση να είναι ντροπαλοί, συντηρητικοί και να ασχολούνται κυρίως με ζητήματα καθημερινότητας ενώ στο άλλο άκρο, βρίσκονται οι αλλοκεντρικοί, οι οποίοι είναι ανοικτοί σε εμπειρίες, επιδιώκουν την περιπέτεια και διαθέτουν αυτοπεποίθηση. Οι μεσοκεντρικοί είναι μία ενδιάμεση κατάσταση. Οι ψυχοκεντρικοί προτιμούν προορισμούς που διαθέτουν καλά αναπτυγμένες ανέσεις και υπηρεσίες και επίσης προτιμούν να ταξιδεύουν οργανωμένα. Από την άλλη οι αλλοκεντρικοί προτιμούν να επισκέπτονται προορισμούς που λίγοι τουρίστες έχουν επισκεφθεί.

Επίσης, οι ψυχοκεντρικοί, κατά τον Plog (1974), τουρίστες ενδιαφέρονται να αγοράσουν τουριστικά προϊόντα που, κατά την αντίληψή τους, τους προσδίδουν κύρος και ενδιαφέρονται περισσότερο για τα μηνύματα που εκπέμπει προς τον κοινωνικό περίγυρο αυτή η αγορά, επιδιώκουν λοιπόν την περίοπτη, όπως την ορίζει ο Veblen, κατανάλωση (Veblen, 1982), την επιδεικτική δηλαδή κατανάλωση για λόγους γοήτρου, κύρους και κοινωνικής διαφοροποίησης.

Βέβαια, η θεωρία του Plog έχει δεχθεί πολλές κριτικές για το κατά πόσο μπορεί να υποστηρίξει τη σχέση προσωπικότητας και επιλογής τουριστικού προορισμού (Lepp and Gibson, 2008).

Η εθνικότητα, είναι ένα χαρακτηριστικό που έχει μελετηθεί αρκετά στην τουριστική αγορά όσον αφορά στην τμηματοποίησή της, στον προσδιορισμό τουριστικών συμπεριφορών και στην υιοθέτηση αντίστοιχων στρατηγικών μάρκετινγκ. (Seabra C. et al., (2013). Η εθνικότητα συνδέεται με την εθνική και πολιτιστική κουλτούρα, με το πολιτιστικό ιστορικό των ανθρώπων, και μπορεί να αποτελέσει μια μεταβλητή που επηρεάζει την καταναλωτική συμπεριφορά και στην τουριστική αγορά.

Σύμφωνα με τη θεωρία του Hofstede περί διαστάσεων της κουλτούρας, κάθε λαός διέπεται από κάποια ιδιαίτερα χαρακτηριστικά στην κουλτούρα του, τα οποία συνοψίζονται σε έξι σημεία-διαστάσεις. Η κατανόηση των διαστάσεων αυτών, μπορεί να βοηθήσει στην εξαγωγή χρήσιμων συμπερασμάτων για συγκεκριμένες τάσεις, συμπεριφορές, επιλογές κ.λπ. του υπό εξέταση λαού. Μία από τις διαστάσεις είναι η αποφυγή της αβεβαιότητας. Η αποφυγή της αβεβαιότητας (uncertainty avoidance) που προσδιορίζεται στο μοντέλο του Hofstede αναγνωρίζεται ως ένας καθοριστικός παράγοντας της τουριστικής συμπεριφοράς (Kozak, Crotts and Law, 2007 και Seabra et al., 2013).

Σύμφωνα με τα παραπάνω, διαπιστώνεται πως η τουριστική συμπεριφορά, και στο μέτρο που αφορά τη συγκεκριμένη εργασία η επιλογή τουριστικού προορισμού, επηρεάζεται και διαμορφώνεται από διάφορους παράγοντες τόσο προερχόμενους από το ίδιο το άτομο (κίνητρα, προσωπικότητα κ.ά) όσο και παράγοντες που χαρακτηρίζουν τον τόπο προορισμού. Στην ίδια κατεύθυνση, οι Sonmez and Graefe (1998b) προτείνουν ένα πλαίσιο μέσα στο οποίο ο τουρίστας καταναλωτής λαμβάνει τις αποφάσεις του σχετικά με την επιλογή τουριστικού προορισμού. Το πλαίσιο αυτό περιλαμβάνει τους εξής παράγοντες:

- Τους εξωτερικούς παράγοντες
- Τους εσωτερικούς παράγοντες
- Τους δημογραφικούς παράγοντες

Εξωτερικοί παράγοντες είναι σε γενικές γραμμές η πληροφόρηση και η προβολή που υπάρχει για έναν προορισμό. Σε αυτούς διακρίνουμε την κάλυψη των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης (ΜΜΕ), τις ταξιδιωτικές οδηγίες, την πληροφόρηση δια στόματος αλλά όσον αφορά πλέον την εποχή μας και μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Εσωτερικοί παράγοντες περιλαμβάνουν την ταξιδιωτική εμπειρία, τον αντιληπτό κίνδυνο και το ζήτημα της ασφάλειας, αλλά και χαρακτηριστικά της προσωπικότητας των τουριστών σύμφωνα με τη θεωρία του Plog (1974).

Ο αντιληπτός κίνδυνος και τα ζητήματα ασφάλειας όσον αφορά την επιλογή του προορισμού διακοπών αποτελούν τις βασικές προς διερεύνηση έννοιες στην παρούσα εργασία και θα αναλυθούν στο επόμενο κεφάλαιο.

1.4 ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΛΗΨΗΣ ΑΠΟΦΑΣΗΣ ΚΑΙ ΜΟΝΤΕΛΑ ΛΗΨΗΣ ΑΠΟΦΑΣΗΣ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ

Η συμπεριφορά των καταναλωτών είναι οι ενέργειες που αναλαμβάνουν οι καταναλωτές σε σχέση με τη λήψη αποφάσεων όσον αφορά την αγορά διαφόρων αγαθών και υπηρεσιών. Η μελέτη της καταναλωτικής συμπεριφοράς επικεντρώνεται συχνά στους ψυχολογικούς και άλλους παράγοντες που παρακινούν τους ανθρώπους είτε να αγοράσουν ένα προϊόν είτε να το απορρίψουν υπέρ κάποιας άλλης επιλογής (Σιώμκος, 2002). Αντίστοιχα, και στον τουριστικό τομέα, είδαμε στην προηγούμενη ενότητα ότι, υπάρχουν διάφοροι παράγοντες που παρακινούν τους τουρίστες να αγοράσουν ένα τουριστικό προϊόν, δηλαδή να ταξιδέψουν. Από τη στιγμή που ο τουρίστας αποφασίσει ότι θέλει να πάει διακοπές, καλείται να επιλέξει τον τόπο προορισμού και τον τύπο του ταξιδιού.

Για τον Moutinho, η συμπεριφορά ορίζεται ως μία λειτουργία πρόθεσης να ενεργήσει κανείς, η οποία επηρεάζεται από τις συνθήκες που μεσολαβούν ανάμεσα στην πρόθεση συμπεριφοράς και την πραγματική συμπεριφορά. Η αγορά ενός τουριστικού προϊόντος σπάνια αποτελεί μία αυθόρμητη ενέργεια, αλλά έπεται προγραμματισμού και σε πολλές περιπτώσεις εξοικονόμησης χρημάτων κατά ένα μεγάλο χρονικό διάστημα (Βαρβαρέσος, Σωτηριάδης, 2002).

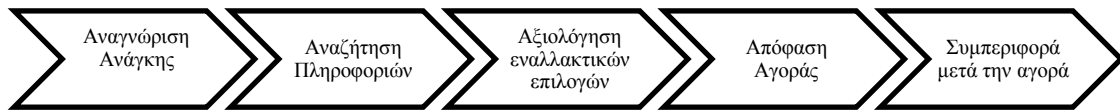
Οι ανάγκες, τα κίνητρα και οι προτιμήσεις είναι τα στοιχεία τα οποία θέτουν σε λειτουργία τη διαδικασία λήψης απόφασης αγοράς. Αρχικά, είναι η φάση που προηγείται της αγοράς. Σε αυτή τη φάση οι τουρίστες, εφόσον έχουν ήδη αναγνωρίσει την ανάγκη του να ταξιδέψουν για διακοπές, αναζητούν πληροφορίες από διάφορες πηγές ώστε να αποφασίσουν σχετικά με έναν τουριστικό προορισμό. Άλλα στοιχεία της διαδικασίας λήψης απόφασης στη φάση που προηγείται της απόφασης αγοράς είναι η δομή της προτίμησης, οι προγενέστερες εμπειρίες και ο αντιλαμβανόμενος κίνδυνος (Chisnall P.M., 1994 στο Βαρβαρέσος, Σωτηριάδης, 2002).

Όπως αναφέρθηκε, τα στοιχεία που θέτουν σε λειτουργία τη διαδικασία λήψης απόφασης αγοράς είναι οι ανάγκες, τα κίνητρα και οι προτιμήσεις. Η λήψη μιας απόφασης από έναν τουρίστα επηρεάζεται από τις συνθήκες και το περιβάλλον. Είναι αναμενόμενο οι καταναλωτές να συμπεριφέρονται ορθολογικά και να αποσκοπούν στην επίτευξη της μεγαλύτερης χρησιμότητας μέσα από τη λήψη μιας απόφασης. Όταν όμως οι επιλογές τους επηρεάζονται από κινδύνους και θέματα ασφάλειας τότε αναμένουμε να αντιδρούν υποκειμενικά (Wong and Yeh, 2009). Επίσης, όταν κάποιος πρέπει να λάβει αποφάσεις που εμπεριέχουν μια δυσκολία, είναι πολύ πιθανό να καθυστερήσει τη λήψη των αποφάσεων αυτών.

1.4.1 ΜΟΝΤΕΛΟ ΛΗΨΗΣ ΑΓΟΡΑΣΤΙΚΩΝ ΑΠΟΦΑΣΕΩΝ

Ένα μοντέλο λήψης απόφασης επιδιώκει να αναπαραστήσει μια ποικιλία παραγόντων ή μεταβλητών που επηρεάζουν τη λήψη απόφασης από μέρους του καταναλωτή. Το μοντέλο επιδιώκει να προσομοιάσει ή να προσεγγίσει κατά τρόπο ρεαλιστικό τις σύνθετες διαδικασίες διαμόρφωσης της προτίμησης και της επιλογής του καταναλωτή καθώς επίσης και την καταναλωτική του συμπεριφορά. (Βαρβαρέσος, Σωτηριάδης, 2002).

Προκειμένου για τη λήψη απόφασης αγοράς, οι καταναλωτές περνάνε από συγκεκριμένα στάδια προτού αποφασίσουν για την τελική αγορά τους. Η συμπεριφορά του τουρίστα - καταναλωτή εξετάζεται σε σχέση με το μοντέλο λήψης αγοραστικών αποφάσεων, κατά το οποίο ο τουρίστας διανύει τα εξής πέντε στάδια:



Εικόνα 1.2: Μοντέλο Λήψης Αγοραστικών Αποφάσεων, (ιδία επεξεργασία)

Ακολουθώς γίνεται μία συνοπτική παρουσίαση των πρώτων τεσσάρων σταδίων, έως δηλαδή και την *Απόφαση Αγοράς* του μοντέλου Λήψης Αγοραστικών Αποφάσεων:

Αναγνώριση ανάγκης

Στην προηγούμενη ενότητα αναφερθήκαμε στις ανάγκες και στα κίνητρα ως ενεργοποιό δύναμη της τουριστικής συμπεριφοράς. Στην ουσία τότε ξεκινά και η αγοραστική διαδικασία του τουρίστα-καταναλωτή, όταν αναγνωρίζει μία του ανάγκη πχ. έχω ανάγκη να πάω διακοπές, έχω ανάγκη να βιώσω μία διαφορετική κατάσταση.

Αναζήτηση Πληροφοριών

Το προφίλ του σημερινού τουρίστα είναι αρκετά διαφοροποιημένο από το παρελθόν, κυρίως επειδή έχει μεγαλύτερη ενημέρωση και συγκεκριμένες απαιτήσεις. Η ανάγκη, το εσωτερικό αυτό ερέθισμα, ωθεί τον τουρίστα - καταναλωτή στην αναζήτηση και συλλογή πληροφοριών που θα τον βοηθήσουν στη λήψη απόφασης. Όλη αυτή η διαδικασία προηγείται της απόφασης αγοράς. Σύμφωνα με τους Shul και Crompton (1983) οι τουρίστες αναζητούν πληροφορίες από πάρα πολλές πηγές, προκειμένου να αποφασίσουν σχετικά με έναν τουριστικό προορισμό και ένα πακέτο διακοπών. Για την επιλογή τουριστικού προορισμού διακοπών ο τουρίστας έχει στη διάθεσή του ένα ευρύ φάσμα πηγών πληροφόρησης όπως ταξιδιωτικοί οδηγοί, μέσα κοινωνικής δικτύωσης και διαδίκτυο αλλά και εμπειρίες άλλων ατόμων.

Όσο μεγαλύτερη πληροφόρηση υπάρχει για ένα προϊόν, τόσο πιο πιθανό είναι να υπάρχει μεγαλύτερη σιγουριά και εμπιστοσύνη κατά τη λήψη απόφασης αγοράς του. Όσον αφορά τη λήψη απόφασης για την επιλογή τουριστικού προορισμού οι τουρίστες εκτιμούν τη γνώση που σχετίζεται με έναν τουριστικό προορισμό επειδή τους επιτρέπει

να μειώσουν την αβεβαιότητά τους κατά τη διάρκεια του προγραμματισμού των διακοπών τους (Wong and Yeh, 2009). Από τη στιγμή που οι τουρίστες συνδέουν το ταξίδι με κάποιους κινδύνους είναι επόμενο να αναζητούν περαιτέρω πληροφορίες ως μέσο για να μειώσουν τον κίνδυνο και βελτιώσουν τη διαδικασία λήψης απόφασης (Maser & Weiermair, 1998 στο Lehto et al, 2007).

Αξιολόγηση εναλλακτικών

Οι πληροφορίες γίνονται αντικείμενο επεξεργασίας και ακολουθεί η αξιολόγηση εναλλακτικών λύσεων. Στην προκειμένη περίπτωση, ο τουρίστας έχει να επιλέξει μεταξύ εναλλακτικών λύσεων τόσο όσον αφορά τον τόπο προορισμό αλλά και όσον αφορά άλλες πτυχές του τουριστικού ταξιδιού π.χ διαμονή, μεταφορά, κόστος κλπ. Ο καταναλωτής βέβαια δεν γνωρίζει πάντα το πλήθος των διαθέσιμων επιλογών που μπορεί να υπάρχουν. Όσον αφορά τη θεματική της παρούσας εργασίας, ο τουρίστας έχοντας αξιολογήσει τις εναλλακτικές επιλογές οδηγείται στην τελική απόφασή του για το ποιον τουριστικό προορισμό θα επισκεφτεί. Κατά τη διάρκεια της λήψης απόφασης οι δυνητικοί τουρίστες συγκρίνουν προορισμούς σύμφωνα με τα αντιληπτά κόστη κι οφέλη (Crompton 1992; Enders and Sandler 1991; Enders, Sandler and Parise 1992; vanRaaij and Francken 1984; Woodside and Lysonski 1989 στο Sonmez, 1998). Οι ταξιδιώτες βασίζονται στη γνώση για έναν προορισμό προκειμένου να δημιουργήσουν τις προτιμήσεις τους ανάμεσα στις εναλλακτικές επιλογές. Στην ουσία η προτίμηση για έναν προορισμό δεν είναι παρά μια ιεραρχική ταξινόμηση των εναλλακτικών προορισμών. Ο κάθε τουρίστας βέβαια μπορεί να δίνει βαρύτητα σε συγκεκριμένα χαρακτηριστικά του προορισμού προκειμένου να λάβει την απόφασή του.

Οι εντυπώσεις, οι αντιλήψεις και οι αξιολογικές κρίσεις για εναλλακτικούς προορισμούς μπορούν να αλλάξουν στις εξής περιπτώσεις:

- Όταν επιπρόσθετοι προορισμοί προστίθενται στη διαδικασία εκτίμησης
- Νέες πληροφορίες είναι στη διάθεση των τουριστών

Απόφαση

Ο τουρίστας καταναλωτής, αφού περάσει από το στάδιο της αξιολόγησης των εναλλακτικών επιλογών, καταλήγει στην επιλογή του. Ωστόσο, δύο παράγοντες μπορούν να μεσολαβήσουν ανάμεσα στην πρόθεση για αγορά και την απόφαση για αγορά. Οι παράγοντες αυτοί είναι: α) οι απρόβλεπτοι παράγοντες, οι οποίοι μπορούν να αλλάξουν τα δεδομένα και β) η στάση των άλλων.

Ο Crompton (1979) υποστηρίζει ότι τελικά επιλέγεται ο προορισμός ο οποίος θεωρείται ότι «υπηρετεί» πιο καλά το κυρίαρχο κίνητρο για τον κάθε τουρίστα. Αξίζει εδώ να σημειωθεί ότι οι τουρίστες μπορεί να έχουν μία συγκεκριμένη προτίμηση διακοπών αλλά αυτή δεν είναι πάντα η επιλογή τους, ιδανικά θα ήταν αυτή. Η επιλογή των διακοπών τελικά, μπορεί να διαφοροποιείται από την προτιμώμενη για διάφορους λόγους οι οποίοι λειτουργούν περιοριστικά, όπως πχ οικονομικοί λόγοι, οικογενειακοί κ.ά.

Οι επιρροές είναι πολυεπίπεδες και η συσχέτισή τους ώστε να εκτιμηθεί ο παράγοντας που διαδραματίζει το σημαντικότερο ρόλο δεν είναι εύκολη (Τσάρτας, 1996). Οι επισκέπτες/τουρίστες επιλέγουν προορισμούς που ταιριάζουν καλύτερα στις ανάγκες τους, τους προσφέρουν τα μεγαλύτερα οφέλη και έχουν τη μικρότερη πιθανότητα κόστους ή ρίσκου (Seabra et al., (2013).

1.4.2 ΤΟ ΜΟΝΤΕΛΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑΣ ΤΟΥ ΜΟΥΤΙΝΗΟ

Το μοντέλο τουριστικής συμπεριφοράς που προσδιόρισε ο Moutinho βασίζεται σε τρεις έννοιες της συμπεριφοράς: την υποκίνηση, την αντίληψη και την κατανόηση. Τα κίνητρα θέτουν σε λειτουργία την αντίληψη (δηλαδή τη νοητική επεξεργασία πληροφοριών) και την κατανόηση. Τα τρία μέρη του μοντέλου είναι:

- Οι διαδικασίες της φάσης που προηγείται της λήψης απόφασης
- Η αξιολόγηση της αγοράς
- Οι πιθανότητες επανάληψης της αγοράς

Στη φάση που προηγείται της λήψης απόφασης διαρθρώνεται η προτίμηση του καταναλωτή για έναν τουριστικό προορισμό, η οποία επηρεάζεται από εσωτερικές πηγές αλλά και από συγκινησιακές απόψεις. Για να γίνει κατανοητό πως οι ανάγκες μετατρέπονται σε συμπεριφορά πρέπει να ληφθεί υπόψη το πώς οι προσδοκίες κατευθύνουν τη συμπεριφορά.

Η ικανοποίηση που αποκομίζει ένας τουρίστας σε ένα τόπο διακοπών ορίζεται ως το αποτέλεσμα της αλληλεπίδρασης ανάμεσα στην εμπειρία του τουρίστα σε αυτόν το προορισμό και στις προσδοκίες που είχε (Pizman, Neumann and Reichel, 1978). Ο

τουρισμός ως υπηρεσία είναι ένα προϊόν εμπειρίας όπου πρέπει να το ζήσει ο καταναλωτής και να αξιολογήσει αν έμεινε τελικά ικανοποιημένος.

1.4.3 ΜΟΝΤΕΛΟ ΛΗΨΗΣ ΑΠΟΦΑΣΗΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΑ ΑΠΟ ΤΟΝ FOSTER

Σύμφωνα με το μοντέλο του Foster, όπως παρατίθεται από τους Βαρβαρέσο και, Σωτηριάδη (2002), υφίστανται τέσσερις κατηγορίες παραγόντων που υπεισέρχονται στη διαδικασία λήψης απόφασης:

- Η πρώτη κατηγορία αφορά τους κοινωνικό-οικονομικούς παράγοντες (κοινωνική και επαγγελματική κατηγορία, χαρακτηριστικά, αντιλήψεις και αξίες της προσωπικότητας) οι οποίοι καθορίζουν τα κίνητρα, τις ανάγκες και τις επιθυμίες του δυνητικού τουρίστα.
- Η δεύτερη κατηγορία περιλαμβάνει τα χαρακτηριστικά του προορισμού (κόστος και ποιότητα εξοπλισμών, διευκολύνσεων και θέλγητρων, τύπος και ποικιλία των δυνατοτήτων ταξιδιού, ποσότητα και ποιότητα διαθέσιμης πληροφόρησης για τον προορισμό). Τα χαρακτηριστικά αυτά καθορίζουν την εικόνα (*image*) του τουριστικού τόπου.
- Η τρίτη κατηγορία περιλαμβάνει όλους τους παράγοντες που προκαλούν ένα προωθητικό ερέθισμα (*stimuli*) και, κατά συνέπεια, μια επίδραση, όπως η διαφήμιση, η προώθηση πωλήσεων, οι συστάσεις φίλων και οι συμβουλές των ταξιδιωτικών πρακτορείων.
- Τέταρτον, οι υπόλοιποι παράγοντες: σε αυτούς περιλαμβάνονται η εμπιστοσύνη που έχει ο δυνητικός τουρίστας στους ταξιδιωτικούς ενδιάμεσους (πρακτορεία ταξιδιών) και οι δικές του προγενέστερες εμπειρίες. Εξίσου σημαντικοί είναι οι περιορισμοί χρόνου και προϋπολογισμού διακοπών.

Μελετώντας τη συμπεριφορά των τουριστών καταναλωτών και τη διαδικασία λήψης αποφάσεων από μέρους τους έχει πολύ ενδιαφέρον να ερευνηθεί όχι μόνο το γιατί επιλέγουν κάποιους προορισμούς για διακοπές αλλά και το εάν αποφεύγουν να επιλέξουν κάποιους άλλους. Σύμφωνα με τους Elliot και Covington όταν υπάρχει κίνητρο προσέγγισης και έλξης (*approach motivation*) η συμπεριφορά οδηγείται με βάση ένα θετικό ή επιθυμητό γεγονός ή χαρακτηριστικό, ενώ, όταν υπάρχει κίνητρο

αποφυγής /απόθησης (avoidance motivation) η συμπεριφορά οδηγείται και επηρεάζεται από κάποιο αρνητικό και ανεπιθύμητο γεγονός ή χαρακτηριστικό (Elliot and Covington, 2001).

Ο αντιληπτός κίνδυνος και η ασφάλεια είναι δύο σημαντικοί παράγοντες που είναι πιθανό να επηρεάσουν τις αποφάσεις των τουριστών σχετικά με ένα επερχόμενο ταξίδι τους, καθώς είναι σε μεγάλο βαθμό αναμενόμενο το στοιχείο του κινδύνου να αλλάξει μία απόφαση και τη διαδικασία λήψης της.

Η σημασία του αντιληπτού κινδύνου από τους τουρίστες αποκτά ολοένα και περισσότερο ενδιαφέρον καθώς η ίδια η φύση του τουρισμού συνεπάγεται αβεβαιότητα σχετικά με τον προορισμό και τη διαδικασία επιλογής διακοπών. Στο επόμενο κεφάλαιο πραγματευόμαστε τις έννοιες της ασφάλειας και του κινδύνου στον τουρισμό και μέσα από τη βιβλιογραφική ανασκόπηση παραθέτουμε πως αυτές οι δύο έννοιες έχουν μελετηθεί σχετικά με την επιρροή τους στη λήψη τουριστικών αποφάσεων και δη στην απόφαση επιλογής τουριστικού προορισμού.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΚΑΙ ΚΙΝΔΥΝΟΙ: ΕΠΙΡΡΟΗ ΤΟΥΣ ΣΤΗΝ ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΟΥ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ ΔΙΑΚΟΠΩΝ

Η αντίληψη του κίνδυνου και η αναζήτηση ασφαλείας στο πλαίσιο της λήψης απόφασης για την επιλογή τόπου διακοπών αποτελούν όλο και πιο σημαντικά ζητήματα επιστημονικής έρευνας. Μέσω της βιβλιογραφικής ανασκόπησης, αναζητήθηκε το κατάλληλο θεωρητικό πλαίσιο ανάλυσης προκειμένου να σχεδιαστεί αποτελεσματικά η εμπειρική έρευνα και ειδικότερα να διαμορφωθεί το ερωτηματολόγιο έτσι ώστε να συλλεχθεί η απαραίτητη πληροφορία.

Ο τουρισμός είναι από τις πιο ευαίσθητες και ευάλωτες βιομηχανίες όσον αφορά τις επιδράσεις από ένα εύρος γεγονότων και κρίσεων που συμβαίνουν τόσο φυσικά όσο και εξαιτίας των ανθρώπων (Lehto et al., 2008). Πράγματι, το «προϊόν» τουρισμός είναι εκτεθειμένο σε διάφορους παράγοντες όπως οι καιρικές συνθήκες, οι μη φιλικοί ντόπιοι, το τοπικό φαγητό αλλά και αρνητικά γεγονότα όπως η τρομοκρατία, το έγκλημα, οι πολιτικές αναταραχές και οι πολεμικές συγκρούσεις, οι ασθένειες και οι φυσικές καταστροφές.

Κατά τη διαδικασία λήψης απόφασης οι τουρίστες εκτιμούν και συνυπολογίζουν διάφορους παράγοντες, ανάμεσά τους και αυτούς που σχετίζονται με την ασφάλεια ή τον αντιληπτό κίνδυνο σε κάποιο τουριστικό προορισμό (Seabra et al., 2013). Είναι προφανές ότι η επιλογή τουριστικού προορισμού είναι περισσότερο πολύπλοκη από την επιλογή πολλών άλλων προϊόντων και υπηρεσιών, καθώς είναι μια εμπειρία συνολική, κατά την οποία ο καταναλωτής μένει μακριά από το σπίτι του σε ένα εντελώς ξένο περιβάλλον με διαφορετική γλώσσα, τοπικό πολιτισμό και διαφορετικούς τρόπους συμπεριφοράς (Fuchs and Reichel, 2011) και είναι εκτεθειμένος σε διάφορους κινδύνους.

2.1 ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Η ασφάλεια όπως αναφέρει και ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού είναι μία από τις ζωτικές συνιστώσες όταν μιλάμε για ποιότητα στον τουρισμό, γι' αυτό και η επιτυχία ή

αποτυχία ενός τουριστικού προορισμού εξαρτάται από την ικανότητά του να προσφέρει ένα ασφαλές περιβάλλον στους επισκέπτες του (WTO, 1996).

Οι έρευνες για τον τουρισμό με συνέπεια δείχνουν ότι τα ζητήματα ασφάλειας είναι ανάμεσα στα βασικά ζητήματα που απασχολούν τους τουρίστες (Floyd et al., 2004). Η ανάγκη για ασφάλεια κατά τη διάρκεια ενός ταξιδιού, αν και έχει αποκτήσει ιδιαίτερη σημασία την εποχή μας, δεν είναι καινούριο φαινόμενο αλλά ανάγεται στο παρελθόν. Η άμεση σύνδεση του τουρισμού με την ασφάλεια και την ειρήνη αναδεικνύεται από την υποχώρηση που παρουσιάζουν τα ταξίδια σε όλη τη διάρκεια του Μεσαίωνα έως και το 1400. Ειδικότερα, τα ατομικά ταξίδια για λόγους ψυχαγωγίας και πολιτισμού μειώνονται δραστικά λόγω της ανασφάλειας που επικρατεί τη συγκεκριμένη περίοδο σε στεριά και θάλασσα. Μέχρι το 1000 π.Χ. τα περισσότερα ταξίδια γίνονται αποκλειστικά για εμπορικούς και πολιτικούς λόγους, και χαρακτηρίζονται από πολλούς κινδύνους λόγω της αναβίωσης της ληστείας στον ευρωπαϊκό χώρο και της πειρατείας στη Μεσόγειο. Από τον 20^ο αιώνα όμως διαμορφώνεται ένα νέο πλαίσιο ανάπτυξης του τουριστικού φαινομένου όπου πλέον παρέχονται καλύτερες υποδομές (μεταφορές, υπηρεσίες), μια σχετική σταθερότητα της παγκόσμιας οικονομίας και εμπέδωση ενός σταθερού πολιτικού συστήματος στις περισσότερες αναπτυγμένες χώρες. Το νέο αυτό πλαίσιο επέτρεψε τη διοργάνωση ασφαλέστερων ταξιδιών στο διεθνή χώρο με αποτέλεσμα τη μαζικοποίηση των τουριστικών ταξιδιών (Τσάρτας, 1996).

Η ανάγκη για ασφάλεια είναι έμφυτη στον άνθρωπο (Kozak, Crotts and Law, 2007) και εντάσσεται στο πλαίσιο των πέντε επιπέδων των αναγκών του Maslow. Ο άνθρωπος μόλις ικανοποιήσει τις φυσιολογικές ανάγκες που έχει και συνδέονται με την επιβίωσή του, στο αμέσως επόμενο επίπεδο έχει ανάγκη για ασφάλεια και σιγουριά, να αισθάνεται δηλαδή ασφαλής για την ύπαρξή του στο περιβάλλον στο οποίο βρίσκεται, κάθε δεδομένη στιγμή. Η ανθρώπινη ασφάλεια συνδέεται με την ανάγκη και το δικαίωμα των ανθρώπων να ζουν και να δραστηριοποιούνται ελεύθεροι, προστατευμένοι από εσωτερικές και εξωτερικές απειλές. Πράγματι, ο άνθρωπος έχει ανάγκη την ύπαρξη ενός ασφαλούς, σταθερού και ελεύθερου από κάθε απειλή, περιβάλλοντος για να αναπτύξει τις δραστηριότητές του (Μυλωνόπουλος, Μοίρα, 2004). Συνδυάζοντας την πυραμίδα των αναγκών του Maslow και την επιθυμία του ανθρώπου να πραγματοποιήσει ένα ταξίδι αναψυχής αντιλαμβανόμαστε ότι η ασφάλεια δεν αποτελεί απλά ανάγκη αλλά και προϋπόθεση για την πραγματοποίησή του.

Η έννοια της ασφάλειας των τουριστών είναι ευρύτατη, από την ασφάλεια του να κυκλοφορήσει ένας τουρίστας σε έναν δρόμο χωρίς να κινδυνέψει από πχ κάποια κακοτεχνία μέχρι το να μη βρεθεί θύμα τρομοκρατικής επίθεσης. Ακόμη και ο τρόπος που θα ταξιδέψει προς τον τόπο προορισμού ενέχει ζήτημα ασφάλειας, καθώς αρκετοί τουρίστες φοβούνται να ταξιδέψουν με αεροπλάνο επειδή τους ανησυχεί η ασφάλεια στο αεροσκάφος, παρόλο που είναι ίσως το πιο ασφαλές μεταφορικό μέσο (Leggat, Klein, 2001).

Ορίζοντας εννοιολογικά την ασφάλεια ενός ατόμου σχετικά με ένα ταξίδι, θα λέγαμε ότι αφορά την ασφάλεια που νιώθει ή που επιθυμεί να νιώσει ο τουρίστας σε διάφορες περιοχές ή καταστάσεις κατά τη διάρκεια του ταξιδιού. Για παράδειγμα, ασφάλεια κατά τη διάρκεια της μεταφοράς του με αεροπλάνο ή άλλο μεταφορικό μέσο, σε σταθμούς μέσων μεταφοράς (αεροδρόμια, σιδηροδρομικούς σταθμούς κλπ.), κατά την επίσκεψη αξιοθέατων, κατά τη διαμονή του πχ σε ένα ξενοδοχείο, κατά την περιήγησή του σε μία πόλη ή μια αγροτική περιοχή κ.ά. (Reisinger and Crotts, 2010). Η προσωπική ασφάλεια είναι επίσης ένα θέμα που χρήζει ιδιαίτερης προσοχής σε πολυσύχναστες τουριστικές περιοχές, όπου ο κίνδυνος κλοπής είναι σημαντικός. Σε πολλές περιπτώσεις, οι τουρίστες πέφτουν θύματα κλοπής καθώς φαίνεται ότι είναι από τις κατηγορίες που δέχονται αρκετές επιθέσεις.

Το ζήτημα της ασφάλειας σε ένα τουριστικό ταξίδι είναι ιδιαίτερα σημαντικό για όσους είναι γονείς. Οι γονείς έχουν να λάβουν διάφορες αποφάσεις όταν ταξιδεύουν, σχετικά με το αν θα πάρουν μαζί τους τα παιδιά, ειδικά όταν πρόκειται για προορισμούς υψηλού κινδύνου, όπου η ασφάλεια για τα παιδιά δεν είναι εξασφαλισμένη. Βέβαια σε αρκετές περιπτώσεις οι γονείς δεν έχουν την επιλογή να αφήσουν πίσω τα παιδιά τους και να ταξιδέψουν μόνοι τους. Σε αυτή την περίπτωση τίθεται πιο έντονο το θέμα της ασφάλειας σε σχέση με τον τουριστικό προορισμό που θα επιλέξουν.

Όσον αφορά τον τύπο οργάνωσης του ταξιδιού, οι τουρίστες, οι οποίοι σύμφωνα με τον Plog (1974) χαρακτηρίζονται ως ψυχοκεντρικοί, αναζητούν την ασφάλεια και την οργάνωση που χαρακτηρίζουν την χώρα προέλευσής τους για αυτό και συνήθως επιλέγουν οργανωμένα ταξίδια.

2.2 ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΚΑΙ ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ

Ένας από τους κύριους λόγους για την πραγματοποίηση ταξιδιού διακοπών είναι η χαλάρωση, επομένως, το να μην έχει κάποιος άγχος για την ασφάλεια του στον τόπο προορισμού που θα επιλέξει είναι ιδιαίτερης σημασίας (Kozak, Crofts and Law, 2007). Σύμφωνα με τους Hall, Timothy και Duval (Hall, Timothy and Duval, 2003 στο Garg, 2013), η ανάγκη των τουριστών για ασφάλεια αποτελεί έναν από τους κύριους παράγοντες για την επιλογή τουριστικού προορισμού.

Η ασφάλεια όπως την αντιλαμβάνεται ο τουρίστας σε έναν προορισμό είναι πολύ σημαντική και αυτό επιβεβαιώνεται από πλήθος ερευνών οι οποίες υποστηρίζουν ότι η ασφάλεια που ένιωσαν οι τουρίστες σε έναν προορισμό είναι ένας από τους πιο σημαντικούς παράγοντες για να επισκεφθεί κανείς εκ νέου έναν προορισμό ή αν τον συστήσει σε άλλους (George 2003, 2010; Reisinger and Mavondo, 2005). Η ασφάλεια που ένας προορισμός προσφέρει αποτελεί έναν από τους πιο σημαντικούς παράγοντες της τουριστικής του ευημερίας. Πολλοί ερευνητές αναφέρουν ότι μη ασφαλείς προορισμοί αντιμετωπίζουν δυσκολία στο να προσελκύσουν τουρίστες (Beirman 2003, George 2003, Prideaux 1996, Rittichainuwat and Chakraborty 2009, στο S.I. Ng et al., 2007).

Εφόσον οι τουρίστες επιλέγουν τελικά έναν προορισμό ανάμεσα σε διάφορες εναλλακτικές επιλογές, το να κάνει ένας προορισμός τους επισκέπτες του να νιώθουν ασφαλείς, αποτελεί για αυτόν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στη τουριστική αγορά (Huan and Beaman, 2004 στο Kozak, Crofts and Law, 2007). Βέβαια, ένας προορισμός που σε δεδομένη χρονική περίοδο παρουσιάζεται ως ασφαλής, πολύ σύντομα μπορεί να έχει την εικόνα του μη ασφαλούς τόπου διακοπών. Η αρνητική εικόνα που δημιουργείται εξαιτίας της έλλειψης ασφάλειας μπορεί να έχει αρνητικές συνέπειες για μία χώρα, επηρεάζοντας την τουριστική ζήτηση, εξαιτίας της αρνητικής επιρροής της δια στόματος επικοινωνίας ή προβολής των μέσων μαζικής ενημέρωσης, παρά την ύπαρξη θελγέτρων υψηλής ποιότητας στην περιοχή (Lepp and Gibson 2003 και Kozak, Crofts and Law, 2007).

Το ενδιαφέρον των τουριστών για τα ζητήματα ασφαλείας είναι σημαντικό και σε αρκετές περιπτώσεις μπορεί να αποθαρρύνει τους τουρίστες από το να ταξιδέψουν. Οι Sayed και Azim (2010) αναφέρουν ότι όταν τίθενται ζητήματα ασφαλείας σε μία

απόφαση που αφορά ένα ταξίδι, τότε τα ζητήματα ασφάλειας μπορούν να αλλάξουν όλο το μοντέλο και όλο το περιεχόμενο της μέχρι τότε διαδικασίας λήψης απόφασης δηλαδή να οδηγήσουν σε αλλαγές της τουριστικής συμπεριφοράς (Sayed, Azim, 2010). Και οι Poon and Adams (2000) καταλήγουν ότι άτομα που ενδιαφέρονται λιγότερο για ζητήματα ασφαλείας δείχνουν μεγαλύτερη ροπή στο να ταξιδέψουν σε σχέση με αυτούς που αποδίδουν μεγαλύτερη σημασία στον παράγοντα ασφάλεια (στο Floyd et al., 2004).

Οι κίνδυνοι που αντιλαμβανόμαστε όπως και το αίσθημα ασφάλειας κατά τη διάρκεια του ταξιδιού φαίνεται να έχουν μεγαλύτερη επίδραση στο να επιλέξει ο τουρίστας να αποφύγει ορισμένους προορισμούς παρά στο να επιλέξει να τους επισκεφτεί (Sayed, Azim, 2010).

Σύμφωνα με τον Henderson (2007) η απόφαση επιλογής τουριστικού προορισμού πάντα συνδέεται με ενδεχόμενους κινδύνους (Garg, 2013). Τα ζητήματα ασφαλείας είναι παράγοντας που επηρεάζει τις ταξιδιωτικές προθέσεις (Floyd et al., 2004). Αυτή η διαπίστωση έρχεται σε συμφωνία με τις προβλέψεις του Rogers (1975) σχετικά με τη θεωρία της προστασίας κινήτρων. Ειδικά οι τουρίστες διακοπών είναι σε θέση, σε αντίθεση με αυτούς που ταξιδεύουν για επαγγελματικούς ή άλλους επείγοντες λόγους, να εφαρμόσουν προστατευτική συμπεριφορά όταν εκλάβουν κίνδυνο που συνδέεται με έναν συγκεκριμένο προορισμό (Sonmez, 1998).

Η θεωρία κινήτρων προστασίας (Rogers, 1975) εστιάζει σε τρεις γνωστικές διαδικασίες που βιώνουν οι άνθρωποι κατά τη λήψη απόφασης που εμπεριέχει ρίσκο. Αυτές είναι η εκτίμηση της έντασης της απειλής, η θεώρηση της πιθανότητας να συμβεί και η πίστη στην αποτελεσματικότητα της ανταπόκρισης της αντιμετώπισης. Σύμφωνα με αυτή τη θεωρία, η πιθανότητα του να εμπλακεί κανείς σε προστατευτική συμπεριφορά όπως αποφυγή του κινδύνου, εξαρτάται από α) το μέγεθος του κινδύνου, αν είναι σχετικά υψηλό, β) η πιθανότητα να συμβεί είναι μεγάλη, γ) υπάρχουν εναλλακτικές επιλογές και δ) το άτομο μπορεί να αναλάβει αποτελεσματικές δράσεις ώστε να μπορέσει να αντιμετωπίσει τις συνέπειες (π.χ. να επιλεγεί πιο ασφαλής προορισμός, λήψη πρόσθετων μέτρων προστασίας κ.ά.) (Sonmez, 1998).

Οι Sonmez και Graefe αναφέρουν ότι η ασφάλεια είναι ένας παράγοντας που απασχολεί τους τουρίστες και επηρεάζει τη λήψη απόφασης τόσο για διεθνείς αλλά και για τοπικούς προορισμούς και ο βαθμός ασφάλειας που νιώθουν τα άτομα, οι τουρίστες, κατά τη διάρκεια διαφορετικών διεθνών ταξιδιωτικών καταστάσεων βοηθά

στον καθορισμό του ενδιαφέροντός τους για μελλοντικά διεθνή ταξίδια (Sonmez and Graefe, 1998a).

Οι Pinhey και Iverson (1994) ισχυρίζονται ότι οι τουρίστες με ικανότητες επικοινωνίας και γνώσεις σχετικά με την κουλτούρα και τον πολιτισμό της χώρας προορισμού νιώθουν πιο ασφαλείς (Sonmez, 1998). Επίσης οι ίδιοι στην έρευνά τους καταλήγουν ότι η προηγούμενη ταξιδιωτική εμπειρία μπορεί να αυξήσει το αίσθημα ασφάλειας σε ένα τουρίστα (Floyd et al., 2004). Βέβαια, σύμφωνα με τον Pearce, οι πιο έμπειροι τουρίστες έχουν την τάση να επικεντρώνονται σε υψηλότερα ιεραρχικά επίπεδα αναγκών, όπως η αυτοπραγμάτωση και η εκπαίδευση/μόρφωση παρά σε χαμηλότερα επίπεδα αναγκών όπως η ανάγκη για τροφή και ασφάλεια (Floyd et. al, 2004)

Η έννοια της ασφάλειας είναι μια παράλληλη έννοια με την έννοια του κινδύνου (Sonmez and Graefe, 1998a). Η αντίληψη του κινδύνου για την πραγματοποίηση διεθνούς ταξιδιού διακοπών επηρεάζει την άνεση και το αίσθημα ασφαλείας που νιώθει το άτομο. Τα άτομα που συσχετίζουν ένα ταξίδι με υψηλό βαθμό κινδύνου θα αισθάνονται λιγότερο ασφαλή και μεγαλύτερο άγχος.

2.3 ΚΙΝΔΥΝΟΣ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Το ενδιαφέρον για την έννοια του κινδύνου άρχισε τη δεκαετία του 1940 όταν ο Knight (1948) εισηγήθηκε ότι ο κίνδυνος (risk) είναι ένα κριτικό συστατικό της οικονομικής δραστηριότητας. Από κει και έπειτα, ο κίνδυνος εξετάστηκε από ένα εύρος κλάδων, ανάμεσά τους η γεωλογία, η κοινωνιολογία, η ψυχολογία, το μάρκετινγκ και ο τουρισμός (Quintal VA et al., 2010). Ιδιαίτερη έμφαση στην παρουσία του κινδύνου στην ανθρώπινη δραστηριότητα δίνει η ρήση του Beck (2006) ότι «η κοινωνία έχει μεταβεί από την κοινωνία των τάξεων στην κοινωνία των κινδύνων» (Yang and Nair, 2014).

Ο κίνδυνος μπορεί να οριστεί ως μία κατάσταση η οποία εμπεριέχει την έννοια της πιθανότητας, στην οποία ο αριθμός των πιθανών γεγονότων που μπορεί να συμβούν είναι μεγαλύτερος από τα γεγονότα που πραγματικά συμβαίνουν (Quintal VA et al., 2010). Αβεβαιότητα, φόβος, ανησυχία και αγωνία σχετίζονται άμεσα με την αντίληψη κινδύνου. Κατά τη λήψη μιας απόφασης για μια ρισκώδη ή αβέβαιη κατάσταση οι Loewenstein et al (2001) υποστηρίζουν ότι η γνωστική λειτουργία και το συναίσθημα λειτουργούν διαφορετικά, αποκλίνουν, και σε πολλές περιπτώσεις το συναίσθημα, η

συναισθηματική δηλαδή αντίδραση, παραμερίζει τη γνωστική εκτίμηση (Yang and Nair, 2014).

Οι Weber και Bottom (1989) ορίζουν τις ριψοκίνδυνες αποφάσεις ως «επιλογές ανάμεσα σε εναλλακτικές που μπορούν περιγραφούν από κατανομές πιθανοτήτων σε πιθανά αποτελέσματα» με την προϋπόθεση ότι τουλάχιστον ένα από τα πιθανά αποτελέσματα πρέπει να είναι ανεπιθύμητο ώστε να υφίσταται η έννοια του κινδύνου (στο Sonmez and Graefe, 1998a). Στον τουρισμό ο κίνδυνος ορίζεται ως η αβεβαιότητα που βιώνουν οι τουρίστες κατά τη διάρκεια της αγοράς και της κατανάλωσης ταξιδιωτικών υπηρεσιών και επιλογής τουριστικού προορισμού (Tsaur, Tzeng & Wang, 1997 στο Seabra C. et al., 2013).

Τουρισμός και κίνδυνος είναι έννοιες συνυφασμένες καθώς πραγματοποίηση ενός ταξιδιού αναφυγής εκ φύσεως συνδέεται με τον κίνδυνο. Η απόφαση για την πραγματοποίηση ταξιδιού είναι μία διαδικασία πολύπλοκη που εμπεριέχει ρίσκο και αβεβαιότητα από τη στιγμή που ο τουρίστας καλείται να επισκεφθεί ένα διαφορετικό περιβάλλον και να βιώσει, έστω και προσωρινά, μία διαφορετική πραγματικότητα πέρα από τις καθημερινές του συνήθειες.

2.3.1 *ΑΝΤΙΛΗΠΤΟΣ ΚΙΝΔΥΝΟΣ*

Η βιβλιογραφία της καταναλωτικής συμπεριφοράς ασχολείται με τη θεωρία του αντιληπτού κινδύνου, καθώς η θεωρία αυτή υποθέτει ότι οι καταναλωτές αντιλαμβάνονται τον κίνδυνο στην αγοραστική τους συμπεριφορά και συνήθως δρουν έτσι ώστε να μειώσουν αυτόν τον κίνδυνο (Fuchs and Reitchel, 2011). Άλλωστε, ο αντιληπτός και όχι ο πραγματικός κίνδυνος είναι αυτός που καθορίζει συμπεριφορές (Bauer, 1960).

Το ίδιο ισχύει και στον τουρισμό, καθώς μεγάλος αριθμός ερευνών εστιάζει στον αντιληπτό και όχι στον πραγματικό κίνδυνο, επειδή οι τουρίστες είναι σε θέση να βιώσουν τον κίνδυνο που μπορούν να αντιληφθούν ή που σχετίζεται με αυτούς (Yang and Nair, 2014) και όπως οι υπόλοιποι καταναλωτές επηρεάζονται μόνο από τον κίνδυνο που αντιλαμβάνονται, είτε αυτός πραγματικά υπάρχει ή όχι. Ο κίνδυνος που δεν γίνεται αντιληπτός, άσχετα του πόσο πραγματικός είναι, δεν θα επηρεάσει τη συμπεριφορά τους.

Ιδιαίτερα στον τομέα του τουρισμού, που κυριαρχείται από υπηρεσίες, είναι ακόμα πιο ευνοϊκές οι συνθήκες για την ύπαρξη κινδύνου σε υψηλό βαθμό (Lehto και O'Leary και Morrison, 2004) καθώς οι καταναλωτές υπηρεσιών και δη υπηρεσιών αναψυχής αντιλαμβάνονται περισσότερους κινδύνους από τους καταναλωτές προϊόντων (στο Yang and Nair, 2014 και στο Seabra C. et al. 2013). Ο αντιληπτός κίνδυνος στον τουρισμό είναι υψηλότερος καθώς το «προϊόν» τουρισμός, σε αντίθεση με άλλα προϊόντα, είναι μη χειροπιαστό, είναι μια εμπειρία που βιώνει ο τουρίστας, είναι ευμετάβλητο και φθαρτό (Fuchs & Reichel, 2011), και δεν μπορεί να καταναλωθεί άμεσα ακόμη και μετά την αγορά του (Fakeye & Crompton 1991, στο Ιωακειμίδου 2014).

Διάφοροι ορισμοί έχουν αποδοθεί στην έννοια του αντιληπτού κινδύνου Ο αντιληπτός ή εκλαμβανόμενος κίνδυνος ορίζεται εννοιολογικά ως μια υποκειμενικά καθοριζόμενη (Seabra et al., 2013) εκτίμηση που έχουν οι άνθρωποι για τα χαρακτηριστικά και τη σοβαρότητα ενός κινδύνου. Οι άνθρωποι αντιλαμβάνονται διαφορετικά επίπεδα κινδύνου ακόμη και για την ίδια έκβαση μιας κατάστασης. Ακόμη και όταν ο κίνδυνος είναι υπαρκτός, αν κάποιος δεν τον αντιληφθεί, τότε δεν επηρεάζεται από αυτόν. Ενδεικτική είναι μια έρευνα του Law (2006) στην οποία εξετάζεται η πιθανότητα εμφάνισης και το μέγεθος της απειλής μολυσματικών ασθενειών, τρομοκρατικών επιθέσεων και φυσικών καταστροφών. Οι διαπιστώσεις έδειξαν ότι οι ταξιδιώτες θεωρούν ότι οι ταξιδιωτικοί προορισμοί τους δεν θα είχαν αυτούς τους ενδεχόμενους κινδύνους (Law, 2006 στο Fuchs and Reitchel, 2011).

Οι Resinger και Mandovo (2005) ορίζουν τον αντιληπτό κίνδυνο ως «γνωστικές πιθανότητες που εκτίθενται σε απειλές και κινδύνους». Η πιθανότητα και η δυνατότητα είναι δύο έννοιες διαφορετικές αλλά συγγενικές μεταξύ τους. Η πρώτη αναφέρεται σε μετρήσιμες πιθανότητες ενώ η δεύτερη παίρνει σχήμα στη φαντασία Για παράδειγμα, η πιθανότητα του να γίνεις θύμα εγκληματικής ή τρομοκρατικής επίθεσης κατά τη διάρκεια ενός ταξιδιού σε μία αγροτική περιοχή είναι χαμηλή (χαμηλότερη από ένα αστικό κέντρο) η δυνατότητα όμως αυτό να γίνει υπάρχει. Το πρόβλημα με αυτό τον ορισμό είναι η έννοια της πιθανότητας, καθώς οι τουρίστες που ταξιδεύουν για διακοπές μπορεί να μην μπορούν να εκτιμήσουν τον αντιληπτό κίνδυνο, δηλαδή να μη γνωρίζουν τις πιθανότητες του κινδύνου παρόλο που μπορεί να έχουν μία γενική ιδέα για τη δυνατότητα να αντιμετωπίσουν έναν κίνδυνο (Yang and Nair, 2014).

Ο αντιληπτός κίνδυνος από τους Mowen και Minor ορίζεται ως «η αντίληψη του καταναλωτή για τη συνολική αρνητικότητα μιας πορείας δράσης που βασίζεται σε μια εκτίμηση των πιθανών αρνητικών αποτελεσμάτων και της πιθανότητας να προκύψουν τα αποτελέσματα αυτά» (Mowen and Minor (1998), στο Fuchs and Reitchel, 2011)

Τυπολογία τουριστών με βάση τον αντιληπτό κίνδυνο

Η Dolcinar (2005) δημιούργησε μία τυπολογία τουριστών με βάση τον αντιληπτό κίνδυνο. Αναγνωρίζει τέσσερεις τύπους τουριστών με βάση τους φόβους και ανησυχίες τους σχετικά με το ταξίδι:

- Τους τουρίστες που αντιλαμβάνονται σε μεγάλο βαθμό τον κίνδυνο σε ένα ταξίδι
- Τους σκεπτικιστές (“overseas skeptics”) που θεωρούν ότι είναι πιθανό να έρθουν αντιμέτωποι με τρομοκρατική επίθεση ή να εκτεθούν σε μία μεταδοτική ασθένεια
- Τους “thrill seekers” οι οποίοι αναπτύσσουν αισθήματα φόβου που είναι ακριβώς αντίθετα από αυτά των σκεπτικιστών
- Τους τουρίστες που αντιλαμβάνονται πολύ λίγο την έννοια του κινδύνου για ένα πιθανό ταξίδι τους

2.3.2 ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΕΠΗΡΕΑΣΜΟΥ ΑΝΤΙΛΗΠΤΟΥ ΚΙΝΔΥΝΟΥ

Έχουν γίνει διάφορες προσεγγίσεις για να ερμηνευθεί το γιατί διαφορετικοί άνθρωποι αντιλαμβάνονται και εκτιμούν διαφορετικά τον κίνδυνο. Όσον αφορά τον τουρισμό, παράγοντες όπως η κουλτούρα, η προσωπικότητα και τα κίνητρα για ταξίδια έχουν σημαντική επίδραση στην αντίληψη του κινδύνου ταξιδιού, του άγχους και της ασφάλειας (Fuchs and Reitchel, 2011).

Σύμφωνα με τη βιβλιογραφία, ο αντιληπτός κίνδυνος εξαρτάται και επηρεάζεται από:

- ο το φύλο (Carr, 2001; Reisinger and Crotts (2010)
- ο την ηλικία (Floyd and Pennington-Gray, 2004; Kozak, Crotts & Law 2007)
- ο την προηγούμενη ταξιδιωτική εμπειρία (Sonmez & Graefe, 1998a)
- ο την εθνικότητα και την κουλτούρα (Seddighi, Nuttall & Theocharous, 2001); Reisinger and Mavondo 2006)

- ο την προσωπικότητα (Lepp and Gibson, 2003; Kapuscinski and Richards, 2016), σύμφωνα με το μοντέλο του Plog
- ο το αν το ταξίδι πραγματοποιείται στο εσωτερικό ή στο εξωτερικό της χώρας (Lepp and Gibson 2003, Dolcinar 2007 και Crotts and Reisinger, 2010)
- ο το αν ο τουρίστας ταξιδεύει μόνος του ή οργανωμένα (Madrigal 1995, Fuchs and Reitchel 2006).

Φύλο

Ο Carr αναφέρει ότι η ανεκτικότητα στον κίνδυνο στον τουρισμό διαφέρει ανάλογα με το γένος (Reisinger and Crotts, (2010). Οι γυναίκες ανησυχούν περισσότερο με τους κινδύνους που σχετίζονται με το ταξίδι από ότι οι άντρες (Lepp and Gibson, 2003) και είναι πιο ευάλωτες στον κίνδυνο από ότι οι άντρες (Gibson and Jordan 1998a). Αυτό σε ένα βαθμό μπορεί να ερμηνευθεί αν δεχτούμε ότι οι γυναίκες, σε σχέση με τους άντρες, θεωρούνται πιο επιρρεπείς στο άγχος (Howell et al. 2001), αποφεύγουν τον κίνδυνο και εκφράζουν πιο εύκολα το φόβο (Howell et al., 2001 στο Lepp and Gibson, 2003). Ωστόσο, σε διαφορετικό συμπέρασμα κατέληξε η έρευνα των Sonmez and Graefe (1998a) στην οποία το γένος δεν επηρεάζει τον αντιληπτό κίνδυνο του ατόμου.

Έχοντας ως βάση την υπάρχουσα βιβλιογραφία για τον κίνδυνο και την ασφάλεια και την πρόθεση ταξιδιού και οι Crotts and Reisinger (2010) πραγματοποίησαν έρευνα προκειμένου να μελετήσουν την επιρροή που έχει το φύλο στη διαμόρφωση του αντιληπτού κινδύνου σχετικά με την επιλογή / λήψη απόφασης για διακοπές. Στην έρευνα βρέθηκε ότι οι γυναίκες αντιλαμβάνονται ότι ένα ταξίδι στο εξωτερικό διαθέτει περισσότερο κίνδυνο, αισθάνονται μεγαλύτερη ανησυχία και λιγότερο ασφαλείς σε σχέση με τους άντρες.

Ηλικία

Οι Sonmez and Graefe (1998a) βρήκαν ότι η ηλικία δεν επηρεάζει την αντίληψη του κινδύνου του τουρίστα. Ωστόσο, οι Gibson και Yiannakis (2002) σε δική τους έρευνα διαπίστωσαν ότι η προτίμηση των τουριστών για πιο ριψοκίνδυνο τουρισμό έτειναν να μικραίνει όσο μεγάλωνε η ηλικία. Οι Kozak, Crotts και Law (2007) βρήκαν ότι η ηλικία επηρεάζει τον αντιληπτό κίνδυνο με την έννοια ότι οι περισσότεροι ηλικιωμένοι τουρίστες είναι πιο πιθανό να αλλάξουν τη συμπεριφορά τους στην παρουσία κινδύνου.

Κουλτούρα και εθνικότητα

Ο κίνδυνος που αντιλαμβάνεται ο καταναλωτής ποικίλλει ανάλογα με το πολιτιστικό υπόβαθρο (Fuchs and Reitchel, 2004). Η εθνική κουλτούρα επηρεάζει τον αντιληπτό κίνδυνο (Reisinger and Crofts, 2010) ο οποίος με τη σειρά του επηρεάζει τα ζητήματα ασφάλειας και την ταξιδιωτική πρόθεση και κατ' επέκταση την πιθανότητα να επισκεφθεί κάποιος έναν προορισμό.

Οι Kozak et al. (2007), διαπιστώνουν ότι υπάρχουν διαφορές στην αντίληψη κινδύνων από ήπειρο σε ήπειρο και οι Fuchs και Reichel (2004) παρατηρούν σημαντικές διαφορές στη γενική αντίληψη κινδύνου για έναν συγκεκριμένο τουριστικό προορισμό και ποικίλες διαστάσεις αντίληψης κινδύνου μεταξύ τουριστών διαφόρων εθνικοτήτων. Στο ίδιο πλαίσιο οι Reisinger και Mavondo (2006) εξετάζουν τις διαφορές στις αντιλήψεις των διεθνών επισκεπτών σχετικά με την ασφάλεια, την αγωνία και την πρόθεση να ταξιδέψουν. Διαπίστωσαν σημαντικές διαφορές στον εκλαμβανόμενο κίνδυνο και την αντιληπτή ασφάλεια, το άγχος και τις προοπτικές ταξιδιών μεταξύ τουριστών από διαφορετικές χώρες. Επίσης, οι Reisinger και Mavondo υποστήριξαν ότι η αίσθηση του κινδύνου ταξιδιών είναι συνάρτηση του πολιτιστικού προσανατολισμού και των ψυχογραφικών παραγόντων. Διαπίστωσαν επίσης ότι η πρόθεση για ταξίδια σε διεθνές επίπεδο καθορίζεται από τα επίπεδα της ταξιδιωτικής ανησυχίας και το επίπεδο της αντιλαμβανόμενης ασφάλειας.

Προσωπικότητα

Τα χαρακτηριστικά της προσωπικότητας επηρεάζουν την πρόσληψη του κινδύνου (Reisinger and Mandono, 2005, Roehl and Fesenmaier, 1992, Lepp and Gibson, 2003). Σύμφωνα με την ψυχογραφική θεωρία του Plog (1974) υπάρχουν διαφορετικοί τύποι προσωπικοτήτων. Οι ψυχοκεντρικοί τουρίστες ταξιδεύουν λιγότερο, αποφεύγουν τον κίνδυνο και επιλέγουν να ταξιδέψουν σε προορισμούς οικείους, ενώ οι αλλοκεντρικοί ταξιδεύουν περισσότερο, αναζητούν την καινοτομία και την ανακάλυψη, επιλέγουν να επισκεφθούν καινούριους προορισμούς και αποφασίζουν πιο αυθόρμητα στις τουριστικές τους επιλογές. Σύμφωνα με τον Madrigal (1995), οι τουρίστες που αποδίδουν μεγάλη σημασία στον παράγοντα ασφάλεια τείνουν να είναι ψυχοκεντρικοί (στο Lepp and Gibson, 2003).

Για τον Plog, η διαφορετική προσωπικότητα των τουριστών συνεπάγεται ότι οι τουρίστες, ανάλογα με την προσωπικότητά τους, επιδιώκουν να βιώσουν διαφορετικές

τουριστικές εμπειρίες, επιλέγοντας άρα και διαφορετικούς προορισμούς. Κάποιοι τουρίστες αποφεύγουν τον κίνδυνο (risk averse) ενώ άλλοι τον αναζητούν (risk seekers). Αυτό που για κάποιους τουρίστες μπορεί να είναι κίνδυνος ή πηγή φόβου για άλλους μπορεί να είναι πρόκληση και πηγή ενθουσιασμού (Lepp and Gibson, 2003 και 2008).

Αξίζει να αναφερθεί ότι η θεωρία του Plog για την ερμηνεία της προτίμησης τουριστικού προορισμού, δέχτηκε κριτική για την εφαρμογή της (Litvin, 2006 και Smith, 1990 στο Kapuscinski , Richards , 2016).

Από προγενέστερες ταξιδιωτικές εμπειρίες

Η προηγούμενη ταξιδιωτική εμπειρία έχει βρεθεί ότι επηρεάζει τη μελλοντική συμπεριφορά. Η προγενέστερη τουριστική εμπειρία μπορεί να επηρεάσει τον αντιληπτό κίνδυνο ή την αντιληπτή ασφάλεια του δυνητικού τουρίστα και κατ' επέκταση να επηρεάσει την απόφασή του για την επιλογή του τουριστικού προορισμού (Sonmez and Graefe, 1998). Σύμφωνα με τον Mazursky (1989), η προσωπική εμπειρία μπορεί να επηρεάσει την απόφαση δυνητικών τουριστών περισσότερο από την πληροφόρηση που λαμβάνουν από εξωτερικές πηγές. Η προηγούμενη ταξιδιωτική εμπειρία έχει σημαντική επιρροή στη συμπεριφορά των τουριστών-καταναλωτών καθώς τα άτομα που διαθέτουν ταξιδιωτική εμπειρία είναι πιθανό να αισθάνονται μεγαλύτερη εμπιστοσύνη και ασφάλεια. Οι έμπειροι τουρίστες αντιλαμβάνονται μικρότερο τον κίνδυνο της τρομοκρατίας και της ασφάλειας τροφίμων (Kozak, Crotts and Law 2007 και Lepp and Gibson, 2003). Και οι Floyd et al., (2004) επίσης, κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι μία από τις μεταβλητές που αναδείχθηκαν ότι επηρεάζουν την απόφαση του ταξιδιού είναι η προηγούμενη ταξιδιωτική εμπειρία.

Ταξίδι στο εσωτερικό ή το εξωτερικό της χώρας

Εσωτερικός τουρισμός είναι η μετακίνηση των ανθρώπων στο εσωτερικό μιας χώρας, ενώ εξωτερικός τουρισμός είναι η μετακίνηση των ατόμων από τη χώρα της μόνιμης διαμονής τους σε άλλη ή άλλες χώρες. Οι Lepp και Gibson (2003) υποστήριξαν ότι ο αντιληπτός κίνδυνος είναι μεγαλύτερος στους τουρίστες όταν επισκέπτονται λιγότερο γνωστούς και οικείους προορισμούς (ή μακρινούς πολιτιστικά) εξαιτίας της άγνοιάς τους για τη γλώσσα, τα ήθη και τα έθιμα. Επίσης, η μετακίνηση στο εξωτερικό και πρακτικά απαιτεί μετακίνηση σε πιο μακρινό τόπο με αποτέλεσμα για κάποιους ανθρώπους να τίθεται μεγαλύτερο θέμα ασφάλειας όσον αφορά στη μεταφορά τους στον τόπο προορισμού.

Και στην έρευνα της Dolcinar (2007) που πραγματοποιήθηκε σε Αυστραλούς πολίτες τους ερωτηθέντες τους απασχολούν τα ζητήματα ασφάλειας σε μεγαλύτερο βαθμό όταν πρόκειται για ταξίδι στο εξωτερικό παρά στο εσωτερικό της χώρας. Συγκεκριμένα, όταν πρόκειται για εσωτερικό τουρισμό το ποσοστό αυτών που αναφέρουν ζητήματα ασφάλειας είναι μόνο 9%. Οι ερωτηθέντες διαχωρίζουν τον αντιληπτό κίνδυνο ανάμεσα στον εξωτερικό και εσωτερικό τουρισμό και αντιλαμβάνονται ως πιο ριψοκίνδυνο ένα ταξίδι στο εξωτερικό ιδίως σε ζητήματα πολέμου, τρομοκρατίας, ασθενειών και κλοπών.

Ατομικές και οργανωμένες διακοπές

Για αρκετούς ανθρώπους, είναι επίφοβο το να επισκεφθούν έναν άγνωστο προορισμό, ειδικά όταν σε αυτόν τον προορισμό μιλούν διαφορετική γλώσσα. Αυτοί οι άνθρωποι αφενός θέλουν να αποδράσουν από την καθημερινότητά τους και να κάνουν ένα ταξίδι διακοπών αλλά ταυτόχρονα θέλουν να εξασφαλίσουν μία ασφάλεια, για αυτό και επιλέγουν να ταξιδέψουν οργανωμένα, ώστε να απομακρύνουν το άγχος της οργάνωσης του ταξιδιού και την έκθεσή τους σε άγνωστες καταστάσεις σε ατομικό επίπεδο.

Σύμφωνα με τους Fuchs and Reitchel (2011) οι μεμονωμένοι τουρίστες τους απασχολούν κυρίως οι φυσικές καταστροφές ενώ τους τουρίστες που ταξιδεύουν με γκρουπ τους απασχολούν κίνδυνοι που προέρχονται από τον άνθρωπο όπως τρομοκρατία και ασφάλεια τροφίμων.

2.4 ΑΝΤΙΛΗΠΤΟΣ ΚΙΝΔΥΝΟΣ ΚΑΙ ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ

Κατά τη διαδικασία λήψης απόφασης οι τουρίστες εκτιμούν και συνυπολογίζουν διάφορους παράγοντες, ειδικά αυτούς που σχετίζονται με την ασφάλεια ή τον αντιληπτό κίνδυνο σε κάποιο τουριστικό προορισμό (Seabra et al., 2013).

Όταν υπάρχουν αντιληπτός κίνδυνος ή ανησυχία για ζητήματα ασφαλείας στις τουριστικές αποφάσεις, τότε, είναι πολύ πιθανό τα συμβατικά μοντέλα λήψης αποφάσεων να μη μπορούν να ερμηνεύσουν τις αποφάσεις που λαμβάνονται (Sonmez and Graefe, 1998a και 1998b). Η έννοια του αντιληπτού κινδύνου και ο ρόλος του στη διαδικασία λήψης αποφάσεων έχει μελετηθεί από πολλούς ερευνητές σε διάφορους κλάδους και στον κλάδο του τουρισμού.

Οι τουρίστες είναι πολύ πιθανό όταν αντιληφθούν τον κίνδυνο για έναν προορισμό να αντιδράσουν προκειμένου να αυτοπροστατευτούν. Η αντίδραση αυτή είναι προστατευτική συμπεριφορά και μεταφράζεται στο να αποφύγουν τον κίνδυνο όταν αποφασίζουν για το ποιον τουριστικό προορισμό θα επιλέξουν. Όταν οι τουρίστες νιώθουν ότι το ταξίδι ότι τους προσφέρει λιγότερη ευχαρίστηση συγκριτικά με τους πραγματικούς ή αντιληπτούς κινδύνους που εγκυμονεί τότε εξασκούν την ελευθερία τους να διαλέξουν άλλο προορισμό (Green et al στο Sayed, Azim, 2010).

Για την τουριστική βιομηχανία, τέτοιες αποφάσεις των τουριστών (να αποφύγουν τον κίνδυνο ή ακόμη και να μην ταξιδέψουν), μεταφράζονται ως σημαντικές απώλειες με οικονομικές προεκτάσεις. Οι Sonmez, Apostolopoulos και Tarlow (1999) αναφέρουν ότι τα στατιστικά παγκοσμίως δείχνουν ότι η τουριστική ζήτηση για έναν προορισμό μειώνεται όσο αυξάνεται ο αντιληπτός κίνδυνος για τον προορισμό αυτό.

Η Sonmez (1998) σε έρευνα που πραγματοποίησε κατέληξε ότι οι τουρίστες, όταν έρχονται αντιμέτωποι με την απειλή τρομοκρατικής επίθεσης τείνουν να ακολουθήσουν συμπεριφορές, όπως το να αντικαταστήσουν την επιλογή ριψοκίνδυνων προορισμών με άλλους ασφαλέστερους ή ακόμη και να γενικεύουν τον πιθανό κίνδυνο σε μία ολόκληρη περιοχή, δηλαδή και σε άλλες χώρες. Βέβαια, οι συμπεριφορές ποικίλουν ανάλογα με την κουλτούρα των τουριστών και, όσον αφορά τους Αμερικανούς, κατέληξε ότι αντιλαμβάνονται υψηλά επίπεδα κινδύνου σε ξένους προορισμούς (Floyd et al., 2004).

Στην περίπτωση που κάποιος τουρίστας παρά τον κίνδυνο επιμένει στα ίδια τουριστικά σχέδια οδηγείται στην αναζήτηση περισσότερων πληροφοριών για τον τόπο προορισμού και για τους συσχετιζόμενους με αυτόν κινδύνους ώστε να είναι πληροφορημένος για το πώς ενδεχόμενα μπορεί να τους αποφύγει (Sayed and Azim, 2010). Επίσης παρατηρείται το φαινόμενο των επαναλαμβανόμενων αγορών, δηλαδή επιλογής των ίδιων, γνωστών τουριστικών προορισμών. Η προσήλωση σε έναν προορισμό μειώνει τον αντιλαμβανόμενο κίνδυνο. Οι Lepp και Gibson (2003) βρήκαν ότι ο αντιληπτός κίνδυνος είναι μεγαλύτερος στους τουρίστες όταν επισκέπτονται λιγότερο γνωστούς και οικείους προορισμούς (ή μακρινούς πολιτιστικά) εξαιτίας της άγνοιάς τους για τη γλώσσα, τα ήθη και τα έθιμα.

2.4.1 *ΑΝΤΙΛΗΠΤΟΣ ΚΙΝΔΥΝΟΣ ΚΑΙ ΕΙΚΟΝΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ*

Οι Kotler et al. (1993) ορίζουν την εικόνα ενός τόπου ως ένα σύνολο από πεποιθήσεις, ιδέες και εντυπώσεις που έχουν οι άνθρωποι για τον τόπο αυτό. Η εικόνα ενός προορισμού έχει συνδεθεί και με τους κινδύνους που θεωρούν οι τουρίστες ότι σχετίζονται με αυτόν, και την επίδραση που έχει τελικά ο κίνδυνος στην απόφασή τους να επισκεφτούν τον προορισμό (Chew & Jahari, 2014 στο Ιωακειμίδου, 2014).

Σύμφωνα με τους Crompton (1979) και Gartner και Hunt (1987) υπάρχει μια γενική παραδοχή ότι ο αντιλαμβανόμενος κίνδυνος και η αντιλαμβανόμενη ασφάλεια βοηθούν τους δυνητικούς τουρίστες στο να διαμορφώσουν μια εικόνα η οποία στη συνέχεια γίνεται κριτική κατά τη διαδικασία επιλογής προορισμού (Lehto et al., 2008).

Εξαιτίας της άυλης φύσης της ταξιδιωτικής εμπειρίας, ο τουρισμός εξαρτάται σημαντικά από τις θετικές εικόνες. Η εικόνα ενός προορισμού έχει αναγνωριστεί ως ένας σημαντικός παράγοντας στη διαδικασία ταξιδιωτικής επιλογής και στο τουριστικό μάρκετινγκ (Dann, 1996, Echtner and Ritchie 1991, Gartner, 1993 στο Sonmez, Apostolopoulos and Tarlow, 1999). Ειδικά η μακροχρόνια σταθερότητα ενός προορισμού/ μιας περιοχής την καθιστά πιο ελκυστική (Kozak, Crofts and Law, 2007).

Όταν οι τουρίστες συσχετίσουν έναν προορισμό με συγκεκριμένους κινδύνους, πχ πολιτική αστάθεια είναι πολύ πιθανό ολόκληρη η περιοχή γύρω από αυτόν τον προορισμό να χαρακτηριστεί ως επικίνδυνη. Βέβαια η παγκοσμιοποίηση του τουρισμού τον καθιστά ευαίσθητο σε παγκόσμιους παράγοντες κινδύνου καθώς ακόμη και μία κρίση σε μια μικρή γωνιά του πλανήτη μπορεί να επιφέρει κραδασμούς σε άλλες περιοχές (Seabra et al., 2013).

Η έρευνα των Lepp, Gibson και Lane (2011) συσχετίζει την εικόνα ενός προορισμού με τον αντιληπτό κίνδυνο, και παράλληλα εξετάζει το κατά πόσο η αλλαγή στην εικόνα μιας χώρας μπορεί να αλλάξει και τους κινδύνους που οι τουρίστες σχετίζουν με αυτή. Συγκεκριμένες χώρες έχουν συνδεθεί με συγκεκριμένους κινδύνους δημιουργώντας έτσι μία εικόνα όπως για παράδειγμα κάποιες χώρες στην Αφρική που συνδέονται με ζητήματα υγείας και ασφάλειας τροφίμων.

2.5 ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΚΙΝΔΥΝΩΝ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Έρευνες που έχουν πραγματοποιηθεί και εξετάζουν τις έννοιες του κινδύνου και της ασφάλειας στον τουρισμό, μπορούν να χωριστούν σε δύο κατηγορίες. Σε αυτές που ερευνούν συγκεκριμένους κινδύνους, φόβους ή ανησυχίες π.χ. τρομοκρατία, ασφάλεια τροφίμων κ.ά. και το πώς τους αντιλαμβάνονται οι τουρίστες, και η άλλη κατηγορία περιλαμβάνει τις έρευνες που αφορούν και μελετούν γενικά τη διαμόρφωση της καταναλωτικής συμπεριφοράς των τουριστών σε σχέση με τον αντιληπτό κίνδυνο (Dolcinar, 2007). Σε αυτή την ενότητα θα γίνει αναφορά στις κατηγορίες των κινδύνων που συνδέονται με τον τουρισμό.

Οι Roehl και Fesenmaier (1992) έχοντας ως βάση το επιστημονικό πεδίο της καταναλωτικής συμπεριφοράς επέλεξαν για την έρευνά τους έξι ευρείες κατηγορίες κινδύνων που σχετίζονται με ταξίδια: λειτουργικός κίνδυνος, φυσικός κίνδυνος, χρηματοοικονομικός κίνδυνος, ψυχολογικός κίνδυνος, κοινωνικός κίνδυνος (με την έννοια της ικανοποίησης) και τέλος, χρονικός κίνδυνος. Οι τουρίστες κλήθηκαν να απαντήσουν επιλέγοντας κάποιο από τα συγκεκριμένα πρότυπα αντίδρασης σε κατάλογο συγκεκριμένων κινδύνων. Τα ευρήματα της έρευνας έδειξαν ότι υπάρχουν διαφορές ανάμεσα στους τουρίστες όσον αφορά την αντίληψη του κινδύνου σχετικά με ταξίδια διακοπών. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα να δημιουργηθούν ομάδες τουριστών: οι place risk group, οι functional risk group, και οι risk neutral. Το κάθε γκρουπ τουριστών συνδέεται με διαφορετικά πρότυπα ταξιδιωτικής συμπεριφοράς. Επιπλέον, Οι Roehl και Fesenmaier, που υπήρξαν πρωτοπόροι στη μελέτη του αντιληπτού κινδύνου στον τουρισμό, χρησιμοποιώντας την παραγοντική ανάλυση προσδιόρισαν τρεις διαστάσεις του αντιληπτού κινδύνου:

- ο Φυσικοί κίνδυνοι- κίνδυνοι εξοπλισμού (physical – equipment risk)
- ο Κίνδυνοι διακοπών (Vacation risk)
- ο Κίνδυνοι σχετιζόμενοι με τον προορισμό (destination-specific risk)

Οι Sonmez and Graefe (1998a) διεξήγαγαν εμπειρική έρευνα που περιλάμβανε τους κινδύνους των Roehl και Fesenmaier και επιπλέον εισήγαγαν τους κινδύνους τρομοκρατίας, υγείας και πολιτικής αστάθειας. Αν και γενικά τα άτομα στα οποία έγινε η έρευνα (μέσης ηλικίας με εμπειρία σε διεθνή ταξίδια) θεωρούν γενικά ότι ο

τουρισμός δεν θεωρείται επικίνδυνη δραστηριότητα, ωστόσο αναγνωρίζουν την τρομοκρατία και την πολιτική αστάθεια ως παράγοντες ιδιαίτερης ανησυχίας.

Σύμφωνα με την Dolcinar (2005) στον τουρισμό οι αντιλαμβανόμενοι κίνδυνοι των καταναλωτών θα εμπίπτουν σε μία από τις παρακάτω κατηγορίες αντιληπτών ρίσκων:

- 1) Πολιτικός κίνδυνος, πχ πολιτική αστάθεια, πολεμικές συγκρούσεις, τρομοκρατία
- 2) Περιβαλλοντολογικός κίνδυνος, πχ φυσικές καταστροφές, ακραία καιρικά φαινόμενα.
- 3) Κίνδυνος υγείας, πχ μεταδοτικές ασθένειες, έλλειψη πρόσβασης σε καθαρό φαγητό και νερό,
- 4) Κίνδυνος προετοιμασίας και σχεδιασμού,
- 5) Κίνδυνος περιουσιακών στοιχείων, πχ κλοπές, απώλειες αποσκευών.

Μία πιο πρόσφατη έρευνα των Pennington-Gray και Schroeder (2013) για τις αντιλήψεις των διεθνών τουριστών σχετικά με την ασφάλεια παραθέτει δώδεκα τύπους αντιληπτού κινδύνου για τους τουρίστες με βάση τη βιβλιογραφία. Αυτοί είναι κίνδυνοι που σχετίζονται με την τρομοκρατία, το έγκλημα την ασθένεια, τις φυσικές καταστροφές, την ασφάλεια τροφίμων, την υγεία, την πολιτική, φυσικός κίνδυνος, κίνδυνος εξοπλισμού, οικονομικός κίνδυνος, καιρός, τα πολιτισμικά σύνορα (Schroeder, Pennington-Gray, 2015).

Σίγουρα η σημαντικότητα όλων των κινδύνων δεν είναι η ίδια (Tsaour, 1997 στο Fuchs and Reitchel, 2011). Οι Roehl και Fesenmaier (1992) υποστηρίζουν ότι όσοι λαμβάνουν αποφάσεις δίνουν μεγαλύτερη προσοχή σε κάποιους κινδύνους και σε άλλους λιγότερη.

2.5.1 ΚΙΝΔΥΝΟΙ ΥΓΕΙΑΣ

Όταν ένα άτομο ταξιδεύει, βιώνει μία αλλαγή του περιβάλλοντός του (άλλοτε μικρή, άλλοτε μεγαλύτερη) για παράδειγμα αλλαγή στα επίπεδα υγρασίας και θερμοκρασίας, άγνωστη μικροβιακή βιοποικιλότητα επομένως είναι πολύ πιθανό να υποβληθεί σε πιθανές μεταβολές στην κατάσταση της υγείας του. Προορισμοί όπου το επίπεδο υγιεινής γενικά (τρόφιμα, νερό απολύμανση) είναι υψηλό θέτουν σχετικά μικρό κίνδυνο για την υγεία των ταξιδιωτών. Το ίδιο ισχύει και για τις συνθήκες υγιεινής των προσφερόμενων καταλυμάτων. Υπάρχουν όμως και αρκετοί τουριστικοί προορισμοί,

ακόμη και δημοφιλείς, όπου το επίπεδο υγιεινής είναι ανεπαρκές με αποτέλεσμα οι τουρίστες να αντιμετωπίζουν προβλήματα υγείας κατά τη διάρκεια της διαμονής τους (Γασπαρινάτος, Μαζαράκη-Αλεξιάδη, 2003).

Ανάλογα με τον προορισμό οι ταξιδιώτες μπορεί να εκτεθούν και σε μεταδοτικές ασθένειες, άλλες ήπιας και άλλες σοβαρότερης μορφής. Ο τρόπος μετάδοσης των ασθενειών ποικίλει σε ένα ταξίδι. Μπορούν να μεταδοθούν μέσω τροφίμων και νερού, μέσω εντόμων, μέσω ζώων ή ακόμη και μέσω του αέρα.

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Υγείας κάθε χρόνο δημοσιεύει σε ειδικό έντυπο με τίτλο “International Travel & Health booklet” κανονισμούς που αφορούν την υγεία καθώς επίσης τους εμβολιασμούς απέναντι σε διάφορες ασθένειες που επιβάλλεται να ισχύσουν ανάλογα με την κατάσταση που επικρατεί στην εκάστοτε χώρα. Ενδεικτικά, πολύ πρόσφατα δημοσιεύθηκε από τον ΠΟΤ στις αρχές Απριλίου 2017 ενημέρωση – σύσταση για εμβολιασμό για τον κίτρινο πυρετό σε ταξιδιώτες που πρόκειται να επισκεφθούν τη Βραζιλία.

Αρκετοί ερευνητές μελέτησαν τους κινδύνους υγείας στον τουρισμό (Carter, 1998, Cossens and Gin, 1994, Lawton and Page, 1997 στο Floyd et al., 2004.. Ενδεικτικά, οι Cossens and Gin (1994) μελέτησαν πως η απόφαση επιλογής τουριστικού προορισμού επηρεάζεται από τη γνώση ύπαρξης υψηλών ποσοστών HIV σε κάποιους προορισμούς και κατέληξαν ότι οι τουρίστες συσχετίζουν κάποιες χώρες με την ύπαρξη υψηλών ποσοστών HIV και ότι αυτή η γνώση επηρεάζει σε κάποιο βαθμό την απόφαση επιλογής τους (Cossens and Gin 1994 στο Dolcinar, 2007).

2.5.2 ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

Μπορεί οι κίνδυνοι που σχετίζονται με την ασφάλεια των τροφίμων να μην είναι τόσο σημαντικοί στην αντίληψη των τουριστών όπως για παράδειγμα η απειλή πολέμου, ωστόσο, καθημερινά πολλοί άνθρωποι νοσούν και κάποιοι χάνουν τη ζωή τους εξαιτίας μίας τροφικής ασθένειας. Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Υγείας εφιστά την προσοχή στους ταξιδιώτες, ενημερώνοντας σχετικά με την ασφάλεια των τροφίμων όσους ταξιδεύουν, ειδικότερα τις ομάδες υψηλού-κινδύνου όπως τα βρέφη και τα μικρά παιδιά, οι έγκυες, οι ηλικιωμένοι οι οποίες είναι πιο επιρρεπείς (<http://www.who.int>)

Τα ζητήματα που σχετίζονται με την ασφάλεια των τροφίμων απασχολούν τους τουρίστες κυρίως στις αναπτυσσόμενες χώρες, στις χώρες του Τρίτου Κόσμου όπου τα ζητήματα αυτά είναι εμφανή (Kozak, Crofts and Law, 2007). Ενδεικτικά, κάποιοι από τους κινδύνους που σχετίζονται με τα τρόφιμα είναι τα γενετικά μεταλλαγμένα τρόφιμα, η τροφική δηλητηρίαση και ασθένειες όπως η νόσος των τρελών αγελάδων, η γρίπη των πτηνών, διάρροια, σαλμονέλα κ.ά.

Ο MacLaurin (2004) μελέτησε τη δύναμη της σχέσης μεταξύ της επιλογής του τόπου προορισμού και του αντιληπτού κινδύνου ασφάλειας τροφίμων και τροφικών ασθενειών (food-borne illnesses), και κατέληξε στο συμπέρασμα ότι το θέμα της ασφάλειας τροφίμων αποδείχθηκε δευτερεύουσας σημασίας, ειδικότερα στους συχνούς ταξιδιώτες. Η έρευνα διεξήχθη σε πληθυσμό της Σιγκαπούρης και σύμφωνα με αυτή, οι γυναίκες δίνουν μεγαλύτερη σημασία στην ασφάλεια του φαγητού από ότι οι άντρες, ενώ ο νούμερο ένα προορισμός που θα απέφυγαν για ζητήματα ασφάλειας των τροφίμων είναι η Αφρική. Επίσης, πολλές φορές, οι ταξιδιωτικές αποφάσεις των ανθρώπων επηρεάζονται επειδή δίνουν μεγαλύτερη σημασία σε «άγνωστους» κινδύνους π.χ. τρομοκρατία παρά σε πιο «οικείους» όπως π.χ. τροφική δηλητηρίαση.

Μία γενική παραδοχή για όλους τους τουρίστες σχετικά με την ασφάλεια τροφίμων είναι ότι κίνδυνοι που συνδέονται με το φαγητό και την ασφάλεια των τροφίμων είναι υψηλότεροι για τους τουρίστες όταν ταξιδεύουν στο εξωτερικό σε σχέση με το εσωτερικό της χώρας τους, ανεξαρτήτως το ποια είναι η χώρα τους, (Larsen et al., 2007).

Σύμφωνα με τους Kozak, Crofts και Law (2007) η αποφυγή περιοχών / προορισμών στις οποίες υπάρχει έξαρση ασθενειών που προέρχονται από την ασφάλεια των τροφίμων είναι συνετή καταναλωτική συμπεριφορά. Οι επιπτώσεις της εξάπλωσης του SARS την άνοιξη του 2003 δείχνουν πως η οικονομία μιας περιοχής μπορεί να διαταραχθεί ως αποτέλεσμα του φόβου της ασθένειας και της ξαφνικής πτώσης της τουριστικής ζήτησης των εισερχόμενων τουριστών. Στις αρχές του 2006, αντίστοιχο ζήτημα με τη γρίπη των πτηνών, φάνηκε να απειλεί την τουριστική ροή στη Μεσόγειο κυρίως εξαιτίας της έμφασης που δόθηκε από τα ΜΜΕ (Kozak, Crofts and Law, 2007).

2.5.3 ΚΙΝΔΥΝΟΣ – ΑΠΕΙΛΗ ΤΡΟΜΟΚΡΑΤΙΚΗΣ ΕΠΙΘΕΣΗΣ

Υπάρχουν πολλά παραδείγματα τρομοκρατικών επιθέσεων που επηρέασαν τον τουρισμό. Το φαινόμενο της τρομοκρατίας δεν είναι καινοφανές, κυρίως όμως βρέθηκε στο επίκεντρο του ενδιαφέροντος μετά τις τρομοκρατικές επιθέσεις της 11ης Σεπτεμβρίου και συνεχίζει με τις πολύ συχνές τρομοκρατικές επιθέσεις που υποκινούνται από το ισλαμικό κράτος.

Σύμφωνα με την Sonmez (1998), όταν οι τουρίστες έρχονται αντιμέτωποι με την απειλή της τρομοκρατικής επίθεσης τείνουν να υιοθετούν διαφορετική συμπεριφορά, μέρος της οποίας είναι η αντικατάσταση των ριψοκίνδυνων προορισμών με άλλους, με εναλλακτικές δηλαδή επιλογές που είναι ή εμφανίζονται πιο ασφαλείς. Η σχέση των δύο αυτών εννοιών, του τουρισμού και της τρομοκρατίας, εξετάζεται εκτενώς από τη βιβλιογραφία. Μία τρομοκρατική επίθεση σε έναν τόπο επηρεάζει την τουριστική ζήτηση για τον συγκεκριμένο προορισμό, όταν όμως ο κίνδυνος τρομοκρατικής απειλής υποχωρεί, έχει διαπιστωθεί ότι η τουριστική δραστηριότητα στην περιοχή αυξάνεται (Sonmez , Apostolopoulos, Tarlow, 1999).

Το αμερικανικό State Department ορίζει την τρομοκρατία ως «προμελετημένη, πολιτικά υποκινούμενη βία, διαπραγμένη ενάντια σε πολίτες και άοπλο στρατιωτικό προσωπικό από υπο-εθνικές ομάδες...συχνά με στόχο να επηρεάσει ένα κοινό» (Sonmez, 1998).

Υπάρχουν πολλές έρευνες που συσχετίζουν την τρομοκρατία και την εγκληματικότητα με τον τουρισμό (Richter and Waugh, 1986, Chesney-Lind and Lind, 1986, Wahab, 1996, Sonmez et al. 1998a, Mawby et al. 2000, Crotts, 2003 στο Dolcinar, 2007) και πολλές έρευνες που μελετούν την επιρροή του αντιληπτού κινδύνου της τρομοκρατίας στην τουριστική συμπεριφορά (Dolcinar 2007, Sonmez and Graefe 1998a, Kozak Crotts and Law 2007, Crotts and Reisinger 2010, Floyd et al. 2004, Pennington-Gray and Schroeder 2013).

Η τρομοκρατική απειλή είναι από τους πλέον σημαντικούς κινδύνους που αντιλαμβάνονται οι ταξιδιώτες, και ο αντιληπτός κίνδυνος που επιφέρει η τρομοκρατία τείνει να εκφοβίζει τους δυνητικούς τουρίστες περισσότερο σε σχέση με άλλους κινδύνους π.χ. φυσικών καταστροφών (Sonmez, 1998). Η Dolcinar (2007) σε έρευνά της καταλήγει ότι η τουριστική συμπεριφορά επηρεάζεται περισσότερο από την απειλή

της τρομοκρατίας και των πιθανών ασθενειών, σε σχέση με άλλους παράγοντες κινδύνου.

Αναφέρθηκε ότι όταν οι τουρίστες έρχονται αντιμέτωποι με την απειλή της τρομοκρατίας συμπεριφέρονται διαφορετικά, για παράδειγμα αντικαθιστούν τους ριψοκίνδυνους προορισμούς με άλλους πιο ασφαλείς. Σε άλλες περιπτώσεις, γενικεύουν την απειλή σε μία ευρύτερη περιοχή, καθιστώντας στην αντίληψή τους και άλλες χώρες ως επικίνδυνες για την πραγματοποίηση μίας τρομοκρατικής επίθεσης. Αναμφίβολα, η επιρροή της τρομοκρατίας στην εικόνα ενός προορισμού είναι σημαντική και έχει αρνητική διάσταση (Sonmez, Apostolopoulos, Tarlow, (1999).

Η άμεση αντίδραση των τουριστών σε ένα τρομοκρατικό χτύπημα φαίνεται να είναι η ακύρωση των κρατήσεων στο συγκεκριμένο προορισμό. Επίσης είναι πολύ πιθανό να μειωθούν οι καινούριες κρατήσεις, ενώ δε μπορεί να είναι πάντα ξεκάθαρο πόσο θα διαρκέσει η επιρροή του αρνητικού αυτού γεγονότος. Άλλοι τουρίστες, υπό το φόβο μιας τρομοκρατικής επίθεσης μπορεί να επιλέξουν να αλλάξουν προορισμό, άλλοι μπορεί απλά να καθυστερήσουν την επίσκεψή τους σε μία τέτοια περιοχή και να την πραγματοποιήσουν σε μεταγενέστερο χρόνο, όταν θεωρούν ότι η κατάσταση θα είναι πιο ήρεμη (Sayed, Azim, 2010).

Όπως ήδη αναφέρθηκε, ο κίνδυνος της τρομοκρατίας επιδρά στην τουριστική ζήτηση καθώς επηρεάζει σημαντικά τη διαδικασία λήψης απόφασης των δυνητικών τουριστών. Αυτό είναι επόμενο αφού δημιουργεί αίσθημα ανασφάλειας. Το ερώτημα είναι, πόσο εντατική είναι η επίδραση της τρομοκρατίας στον τουρισμό. Οι Pizam και Fleischer (2002) βρήκαν ότι η σοβαρότητα των τρομοκρατικών επιθέσεων είναι αυτή επηρεάζει την τουριστική ζήτηση για έναν προορισμό βραχυχρόνια τους επόμενους μήνες από το συμβάν (στο Floyd et al., 2004), ενώ οι Sonmez και Graefe (1998) κατέληξαν ότι η συχνότητα των τρομοκρατικών επιθέσεων είναι πιο σημαντική στο να επηρεάσει τους τουρίστες στο αν θα ταξιδέψουν ή όχι σε έναν συγκεκριμένο προορισμό μακροπρόθεσμα. Ενδεικτικά ο Wahab (1996) αναφέρει ότι οι τουριστικές εισπράξεις εισερχόμενων τουριστών στην Αίγυπτο μειώθηκαν κατά 43% ως αποτέλεσμα των τρομοκρατικών επιθέσεων που άρχισαν το 1992, (Wahab, 1996 στο Sonmez, Apostolopoulos, Tarlow, 1998).

Η φοβία μιας τρομοκρατικής απειλής είναι διάχυτη σε κάθε πτυχή του τουριστικού προϊόντος (μετακινήσεις-μεταφορές, διαμονή, χώροι με μεγάλη επισκεψιμότητα κ.ά)

και καθίσταται έντονη και διαρκής όσο διατηρείται το ασταθές διεθνές περιβάλλον και όσο συνεχίζονται οι τρομοκρατικές επιθέσεις.

2.5.4 ΚΙΝΔΥΝΟΙ ΦΥΣΙΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΡΟΦΩΝ

Οι φυσικές καταστροφές σε έναν τόπο δεν επηρεάζουν μόνο τις εμπλεκόμενες κοινότητες και την καθημερινότητα των κατοίκων, αλλά και τους πιθανούς τουρίστες του συγκεκριμένου προορισμού. Οι φυσικές καταστροφές εμπίπτουν στην κατηγορία των εξωγενών παραγόντων που επηρεάζουν την επιλογή τουριστικού προορισμού (Sirakaya, McLellan & Uysal, 1996 στο Lehto et al., 2008), καθώς δεν σχετίζονται με τον άνθρωπο.

Στον όρο φυσικές καταστροφές περιλαμβάνονται γεγονότα όπως σεισμοί, πυρκαγιές, τυφώνες ή τσουνάμι, επέλαση καύσωνα ή ψύχους. Οι Scott και Laws (2005) ορίζουν την καταστροφή ως μία κατάσταση στην οποία μία επιχείρηση/δομή, στην περίπτωση του τουρισμού ο τόπος προορισμού, αντιμετωπίζει ξαφνικές απρόβλεπτες και καταστροφικές αλλαγές πάνω στις οποίες έχει μικρό έλεγχο.

Το Δεκέμβριο του 2004 το τσουνάμι, μία από τις πιο θανατηφόρες και εκριζωτικές φυσικές καταστροφές στη σύγχρονη ιστορία, χτύπησε 8 χώρες της Νότιας Ασίας, της Νοτιοανατολικής Ασίας και της Αφρικής και προκάλεσε την απώλεια περίπου 250.000 ανθρώπινων ζώων και όσον αφορά το οικονομικό σκέλος, την απώλεια δισεκατομμυρίων δολαρίων από την τουριστική βιομηχανία των χωρών που επλήγησαν. Καταστροφές τέτοιου βεληνεκούς, αν και δεν συμβαίνουν συχνά, έχουν κεντρίσει το ενδιαφέρον για αναζήτηση γνώσης γύρω από τις απειλές που σχετίζονται με τομείς όπως ο τουρισμός (Santana, 2003 στο Lehto et al., 2007).

Παρόλο που η εικόνα για έναν προορισμό θεωρείται παραδοσιακά ότι είναι σχετικά ανθεκτική, ωστόσο μπορεί να αλλάξει έπειτα από φυσικές καταστροφές εξαιτίας των καταστροφικών συνεπειών τους. Η επίδραση μίας φυσικής καταστροφής, ειδικά όταν θύματά της είναι και τουρίστες, έχει αρνητική επίδραση στην εικόνα ενός τόπου ως τουριστικού προορισμού. Τα φυσικά φαινόμενα όταν συμβαίνουν σε μεγάλη κλίμακα μπορούν πολύ γρήγορα να μετατρέψουν την καταστροφή σε κρίση.

Η επίδραση στην εικόνα ενός τουριστικού προορισμού σύμφωνα με τους Obasi και Frangialli (Obasi & Frangialli, 1998 στο Lehto et al., 2007) είναι και σοβαρή και με

μεγάλη διάρκεια. Πολλοί ερευνητές αναγνωρίζουν τη μεγάλη επίδραση που έχει μία φυσική καταστροφή στην τουριστική ζήτηση (Floyd et al, 2004). Βέβαια οι Kozak, Crotts and Law (2007) στην έρευνά τους κατέληξαν ότι μία φυσική καταστροφή δεν φαίνεται να επηρεάζει τα σχέδια των διακοπών των δυνητικών τουριστών, αν και οι ίδιοι ανέμεναν ότι θα τα επηρέαζε, και αυτό το αποδίδουν στο ότι ίσως μία φυσική καταστροφή επηρεάζει την επισκεψιμότητα ενός προορισμού μάλλον βραχυχρόνια παρά μακροχρόνια. Αντίστοιχα, και οι Floyd et al., 2004, στην έρευνά τους η οποία καταλήγει στους βασικούς κινδύνους που αντιμετωπίζει ο τουρίστας, σε αυτούς δεν περιλαμβάνει τις φυσικές καταστροφές.

Οι Lehto, Douglas, Park (2007) πραγματοποίησαν έρευνα προκειμένου να γίνει κατανοητή η αντίδραση των καταναλωτών-τουριστών για έναν προορισμό μετά από μία φυσική καταστροφή και την πρόθεσή τους να τον επισκεφθούν στο μέλλον. Συγκεκριμένα, μελέτησαν πως ένα τσουνάμι μπορεί να επηρεάσει την πιθανότητα κάποιος τουρίστας να επισκεφθεί έναν παραθαλάσσιο προορισμό. Η επίδραση του τσουνάμι μετρήθηκε σε πολλές διαστάσεις, συγκρίνοντας τη συμπεριφορά των τουριστών πριν και μετά την εκδήλωση της φυσικής καταστροφής. Σύμφωνα με τα ευρήματα της έρευνας, η καταστροφή εγείρει τον κίνδυνο, την αρνητικότητα και την αίσθηση μιας αφόρητης κατάστασης. Στην ουσία διαρρηγνύεται στο μυαλό των τουριστών η σύνδεση αυτού του προορισμού με την ηρεμία, τη χαλάρωση και την ξενοιασιά, αυτό δηλαδή που αναζητά κανείς στις διακοπές.

Έχει σημασία βέβαια να λάβουμε υπόψη μας ότι και στην περίπτωση των φυσικών καταστροφών όπως και της τρομοκρατίας, ο τρόπος προβολής αυτών των γεγονότων έχει αρκετή υπερβολή από την πλευρά των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης, με αποτέλεσμα να αυξάνεται ο αντιληπτός κίνδυνος για τις φυσικές καταστροφές και αυτό με τη σειρά του να επηρεάζει σε πολλές περιπτώσεις την απόφαση επιλογής τουριστικού προορισμού.

2.5.5 ΕΓΚΛΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Μελετώντας τη σχέση μεταξύ τουρισμού και εγκληματικότητας διαπιστώνονται τα εξής: από τη μία όσο αυξάνουν οι τουρίστες αυξάνει η εγκληματικότητα και από την άλλη υπάρχει και η άποψη ότι η αύξηση της εγκληματικότητας σε έναν προορισμό εξαρτάται από τον τύπο των τουριστών που αυτός δέχεται. Μελέτες που εξετάζουν τη

σχέση μεταξύ του εγκλήματος και της εποχικότητας του τουρισμού, έχουν καταλήξει στο συμπέρασμα ότι τα εγκλήματα όπως οι κλοπές, οι ληστείες, οι απαγωγές και οι δολοφονίες αυξάνονται δραματικά κατά τη διάρκεια των περιόδων "υψηλής περιόδου" σε σύγκριση με άλλες περιόδους του έτους (Brás, 2015)

Οι τουρίστες αποτελούν συχνά στόχο εγκληματικών επιθέσεων, για τους ακόλουθους λόγους:

- Μεταφέρουν μεγάλα χρηματικά ποσά ή άλλα τιμαλφή και συχνά τα μεταφέρουν ορατά, δημόσια και με χαλαρό τρόπο
- Οι τουρίστες είναι πιο ευάλωτοι σε ένα χώρο που δεν γνωρίζουν και συχνά αποκαλύπτουν προφανείς ενδείξεις ότι είναι τουρίστες (π.χ. έχοντας αυτοκίνητο μίσθωσης, χρησιμοποιώντας συνεχώς τη φωτογραφική μηχανή, τους χάρτες κ.λπ.).
- Συνήθως δεν καταγγέλλουν το έγκλημα στην τοπική αστυνομία, σε σύγκριση με τους ντόπιους.
- Οι τουρίστες, γενικά, αγνοούν πολλές «συνήθειες» προφυλάξεις ασφαλείας.
- Οι τουρίστες δυσκολεύονται να εντοπίσουν αυτούς που διαπράττουν το έγκλημα
- Οι τουρίστες σπάνια επιστρέφουν για να καταθέσουν στην περίπτωση ποινικού αδικήματος (Bras, 2015)

και είναι επόμενο για πολλούς τουρίστες η πιθανότητα να αποτελέσουν θύμα εγκληματικής επίθεσης να αποτελεί αποτρεπτικό παράγοντα για την επιλογή κάποιου τουριστικού προορισμού όπου οι δείκτες εγκληματικότητας είναι υψηλοί. Ο Demos στην έρευνά του κατέληξε ότι ο αυξανόμενος δείκτης εγκληματικότητας στην Ουάσινγκτον σχετίζεται με τη μείωση των εισερχόμενων τουριστών (Dolcinar 2005).

Αναμφισβήτητα, το έγκλημα μπορεί να παρεμποδίσει τον τουρισμό πλήττοντας την εύθραυστη φύση της ασφαλούς εικόνας ενός προορισμού (Sonmez, 20). Σε σχετικά συμπεράσματα κατέληξαν οι έρευνες που έκαναν οι Brunt, Mawby and Hambly, 2000, Dimanche and Leptic, 1999, Pizam, 1999, Pizam, Tarlow και Bloom, 1997 (Floyd et al., 2004).

2.5.6 ΚΙΝΔΥΝΟΙ ΠΟΛΕΜΙΚΩΝ ΣΥΓΚΡΟΥΣΕΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΑΣΤΑΘΕΙΑΣ

Όπως οι τρομοκρατικές επιθέσεις έτσι και οι πολεμικές συγκρούσεις και γενικότερη η πολιτική αστάθεια μπορούν να αυξήσουν τον αντιληπτό κίνδυνο για έναν προορισμό. Θα λέγαμε ότι πρόκειται συνήθως για έναν destination-specific risk, δηλαδή για κίνδυνο που οι δυνητικοί τουρίστες συνήθως συνδέουν με συγκεκριμένους προορισμούς. Σε πολλές περιπτώσεις η μετάδοση και προβολή πολιτικών αναταραχών σε έναν τόπο αποτέλεσε το λόγο ώστε ο προορισμός αυτός να μην αποτελεί πιθανή επιλογή των δυνητικών τουριστών ως τόπος διακοπών (Brunt et al. 2000, Faulkner 2001 στο Kozak, Crotts and Law, 2007).

Επίσης η πολιτική αστάθεια και οι αναταραχές μπορούν να επηρεάσουν και τις γειτονικές χώρες, ακόμη και αν αυτές δεν έχουν καμία εμπλοκή, φαινόμενο που στη βιβλιογραφία αποδόθηκε με τον όρο generalization effect (Enders, Sandler and Parise, 1992 στο Lepp and Gibson, 2003).

Η ειρηνική συνύπαρξη και η διαμόρφωση ενός κλίματος στις διεθνείς σχέσεις που επιτρέπει την ευκολότερη διακίνηση ατόμων από χώρα σε χώρα, είναι ένας από τους καθοριστικούς παράγοντες ενίσχυσης των διεθνών τουριστικών ταξιδιών (Τσάρτας, 1996) ενώ αντίθετα πολιτικές αναταραχές και πολεμικές συγκρούσεις προκαλούν ανησυχία στους τουρίστες και τους επηρεάζουν κατά την απόφαση επιλογής τουριστικού προορισμού.

Η πολιτική αστάθεια και η τρομοκρατία είναι έννοιες που συνδέονται μεταξύ τους. Υπάρχουν παραδείγματα τόσο από το παρελθόν (Λίβανος) όσο και από το παρόν (Συρία) όπου η πολιτική κρίση τελικά μπορεί να εξελιχθεί σε τρομοκρατία. Η τρομοκρατία συμβαίνει ξαφνικά και σύντομα, και λαμβάνει άμεση, έντονη και δραματική προβολή, οι πολιτικές αναταραχές και οι πολεμικές συγκρούσεις όμως, αν και έχουν λιγότερη προβολή από τα ΜΜΕ, έχουν ιδιαίτερα επιβαρυντικές συνέπειες εμποδίζοντας τα ταξίδια στις πληγείσες περιοχές και δημιουργώντας στην ουσία ένα εμπόδιο στο διεθνή τουρισμό (Sonmez, 1998).

Η πολιτική αστάθεια (είτε πρόκειται για αναταραχές είτε ακόμη και για πολεμικές συγκρούσεις) επηρεάζει την εικόνα ενός προορισμού και δημιουργεί μία διαρκή κατάσταση καθώς συνήθως δεν πρόκειται για κάτι το εφήμερο. Ο Scott εύστοχα παρατηρεί για τη μακροπρόθεσμη αρνητική επιρροή που μπορεί να έχει στον τουρισμό

μιας χώρας η πολιτική αστάθεια «. . . ενώ μία φυσική καταστροφή δημιουργεί όλεθρο και περνάει, μια πολιτική κρίση μπορεί να διαρκέσει ημέρες, μήνες ή και χρόνια, καταστρέφοντας εντελώς την εύθραυστη έννοια της εικόνας για μια αναπτυσσόμενη τουριστική βιομηχανία» (Scott 1988, στο Sonmez, 1998).

Αρκετές έρευνες έχουν γίνει και αφορούν τη σχέση του τουρισμού με την πολιτική αστάθεια που επικρατεί σε κάποιους τουριστικούς προορισμούς (Clements and Gerogiou, 1998, Gartner and Shen, 1992, Halland O' Sullivan, 1996, Hollier, 1991, Ioannides and Apostolopoulos, 1999, Mansfeld, 1996, 1999, Richter, 1992, 1999, Pitts, 1996, Seddighi, Nuttall and Theocharous, 2000, Teye, 1986, Wall, 1996; στο Floyd et al., 2004).

2.5.7 ΎΠΑΡΞΗ ΠΡΟΣΦΥΓΩΝ ΚΑΙ ΠΡΟΣΦΥΓΙΚΩΝ ΚΑΤΑΥΛΙΣΜΩΝ

Η ύπαρξη προσφύγων και προσφυγικών καταυλισμών σε έναν τόπο επηρεάζει το αίσθημα ασφάλειας στη συγκεκριμένη περιοχή (J.J.Simpson et al., 2016). Το προσφυγικό ζήτημα ή προσφυγική κρίση όπως αποκαλείται, είναι ιδιαίτερα έντονη στις μέρες και λαμβάνει ιδιαίτερη προβολή από τα ΜΜΕ, καθώς καθημερινά μεγάλος αριθμός προσφύγων αναζητά ένα πιο ασφαλές περιβάλλον, κάτι που δεν τους παρέχει πλέον η χώρα προέλευσής τους εξαιτίας ένοπλων συγκρούσεων ή/και ένοπλης βίας (Preston & Archibold 2014 στο J.J. Simpson et al., 2016).

Βέβαια η συσσώρευση προσφύγων σε συγκεκριμένους τόπους δημιουργεί διάφορα προβλήματα όσον αφορά τις συνθήκες υγιεινής και διαβίωσης και πολλές φορές ευνοεί την ανάπτυξη παράνομων δραστηριοτήτων δημιουργώντας μια αρνητική εικόνα για την περιοχή, επηρεάζοντας το αίσθημα ασφάλειας. Έχει ιδιαίτερο ενδιαφέρον να ερευνηθεί κατά πόσο ο δυνητικός τουρίστας επηρεάζεται από την ύπαρξη προσφύγων και προσφυγικών καταυλισμών σε ένα τόπο όταν επιλέγει τον προορισμό των διακοπών του. Ειδικά για τη χώρα μας το ζήτημα αυτό αφορά διάφορες νησιωτικές περιοχές, επί χρόνια προορισμούς διακοπών τόσο εσωτερικού όσο και εισερχόμενου τουρισμού, οι οποίες αποτελούν τόπους υποδοχής και φιλοξενίας προσφύγων. Η ύπαρξη των καταυλισμών αυτών, είναι αποθαρρυντικός παράγοντας για την επίσκεψη εκ νέου της περιοχής αυτής για κάποιους τουρίστες.

Παρόλο που υπάρχει πλήθος ερευνητικών εργασιών σχετικά με την αρνητική επίδραση του αντιληπτού κινδύνου και της απειλής της ασφάλειας του τουρίστα κατά τη

διαδικασία επιλογής τουριστικού προορισμού (εξαιτίας κρίσεων όπως η τρομοκρατικές επιθέσεις, οι μεταδοτικές ασθένειες, οι πολιτικές αναταραχές, οι φυσικές καταστροφές κ.ά) λίγες μόνο έρευνες έχουν εστιάσει στο ζήτημα των προσφύγων ή/και των παράνομων μεταναστών και της εικόνας της περιοχής που τους φιλοξενεί. Σύμφωνα με τους Moufakkir (2014), Seetaram (2012) και Williams and Hall (2000) η βιβλιογραφία του τουρισμού έχει παραμελήσει αυτά τα ζητήματα που αφορούν την παγκόσμια αυτή κινητικότητα, παρά το σημαντικό ρόλο που έχουν στη διαμόρφωση της εικόνας ενός προορισμού (J.J. Simpson et al., 2016).

2.5.8 ΑΠΟΣΤΑΣΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΚΟΥΛΤΟΥΡΑ ΤΟΥ ΤΟΠΟΥ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ (CULTURAL DISTANCE)

Κατά τον Hofstede (1997) η κουλτούρα είναι «το αποτέλεσμα του εξευγενισμού του μυαλού, που αναφέρεται στη μόρφωση, τη λογοτεχνία, την τέχνη και τα έθιμα» (Hofstede 1997 στο S.I. Ng et al., 2007). Τέσσερις διαστάσεις της κουλτούρας αναγνωρίζεται ότι μπορούν να επιδράσουν στην επιλογή προορισμού των τουριστών:

- α) η εθνική κουλτούρα του τουρίστα
- β) η εσωτερική κουλτούρα του τουρίστα
- γ) η κουλτούρα του τόπου προορισμού
- δ) η «απόσταση» μεταξύ της κουλτούρας του τόπου προέλευσης του τουρίστα με την κουλτούρα του τόπου προορισμού (S.I. Ng et al. 2007)

Η πολιτισμική απόσταση, δηλαδή η απόσταση της κουλτούρας, μετράει το βαθμό στον οποία η κουλτούρα μιας χώρας μοιάζει ή διαφέρει από την κουλτούρα μιας άλλης χώρας. Αναμένουμε ότι όσο μεγαλύτερη είναι η σύγκλιση τόσο μεγαλύτερη είναι η πιθανότητα να επιλέξει κανείς τον τουρισμό αυτό. Είναι πιθανό σε μερικές περιπτώσεις η έκθεση και η επαφή με διαφορετικές κουλτούρες να καθιστά τους τουρίστες πιο προσεκτικούς (Lepp and Gibson, 2003).

Η πολιτισμική ομοιότητα επηρεάζει την πρόθεση του να επισκεφθεί κάποιος έναν προορισμό (PATA 1995, Yavas 1987 στο S.I. Ng et al. 2007). Όσο μεγαλύτερη η ομοιότητα του πολιτισμού του τόπου προορισμού με τον τόπο προέλευσης τόσο πιο πιθανό είναι ο τουρίστας να επιλέξει να επισκεφθεί τον τόπο αυτό. Άλλωστε οι άνθρωποι συνηθίζουν να έλκονται από άλλους που έχουν παρόμοια χαρακτηριστικά και

πεποιθήσεις. Στοιχεία ομοιότητας στο φαγητό, τη γλώσσα, τη θρησκεία, την κοινωνική ζωή επηρεάζουν τις προθέσεις των τουριστών και την επιλογή του τουριστικού προορισμού.

Οι Spradley και Philips (1972) αναφέρουν ότι η πολιτισμική διαφορά συναντάται σε διάφορα επίπεδα όπως στο φαγητό, τη γλώσσα, το πρότυπο ζωής, το ρυθμό της ζωής και όλες αυτές οι διαφορές μπορούν να δημιουργήσουν σε αρκετούς ανθρώπους άγχος το οποίο δεν είναι επιθυμητό ειδικά όταν κάποιος στις διακοπές του έχει ανάγκη την ηρεμία και τη χαλάρωση. Κατ επέκταση ο αντιληπτός κίνδυνος αναμένουμε να είναι μεγαλύτερος όταν οι άνθρωποι επισκέπτονται προορισμούς πιο «απόμακρους πολιτισμικά» (Spradely and Phillips, 1972 στο S.I. Ng et al. 2007). Βέβαια, από την άλλη πλευρά υπάρχουν και τουρίστες οι οποίοι προτιμούν να επισκεφθούν έναν προορισμό πολιτισμικά διαφορετικό και όχι παρόμοιο με τη χώρα προέλευσής τους Έρευνα των S.I. Ng et al. (2007) κατέληξε ότι όσο μεγαλύτερη είναι η αντιληπτή πολιτισμική απόσταση της χώρας προέλευσης με τη χώρα προορισμού τόσο μικρότερη είναι η πιθανότητα να επισκεφθεί κανείς τον προορισμό αυτό.

2.5.9 ΓΛΩΣΣΑ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

Για πολλούς τουρίστες η μη γνώση της γλώσσας του τόπου προορισμού συμβάλει στη δημιουργία μιας σχετικής ανασφάλειας, άγχους ορισμένες φορές και φόβου. Οι Basala και Klenosky παρατηρούν ότι οι γλωσσικές διαφορές δημιουργούν εμπόδια που θεωρούνται ενοχλητικά (Basala and Klenosky, 2001 στο Lepp and Gibson, 2003). Οι Pinhey και Iverson ισχυρίζονται ότι οι τουρίστες με ικανότητες επικοινωνίας και γνώσεις σχετικά με την κουλτούρα και τον πολιτισμό της χώρας προορισμού νιώθουν πιο ασφαλείς (Pinhey and Iverson, 1994 στο Sonmez, 1998). Στην ίδια κατεύθυνση κινούνται και οι Lepp και Gibson σύμφωνα με τους οποίους ο αντιληπτός κίνδυνος είναι μεγαλύτερος στους τουρίστες όταν επισκέπτονται λιγότερο γνωστούς και οικείους προορισμούς εξαιτίας της άγνοιάς τους για τη γλώσσα, τα ήθη και τα έθιμα (Lepp and Gibson, 2003).

2.6 ΠΡΟΒΟΛΗ ΤΩΝ ΑΝΤΙΛΗΠΤΩΝ ΚΙΝΔΥΝΩΝ ΓΙΑ ΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΤΑΞΙΔΙ

Το πώς προβάλλεται ένα άσχημο γεγονός σε έναν τουριστικό προορισμό και το πώς διαδίδονται πληροφορίες για έναν προορισμό διαμορφώνουν σε μεγάλο βαθμό τον αντιληπτό κίνδυνο για τους τουρίστες και κατ' επέκταση επηρεάζουν την απόφαση επιλογής τουριστικού προορισμού.

2.6.1 Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ

Ο βαθμός επίδρασης των άσχημων γεγονότων που συμβαίνουν σε κάποιον τουριστικό προορισμό οξύνεται από τον τρόπο με τον οποίο προβάλλονται τα γεγονότα αυτά από τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης. Η κάλυψη των γεγονότων τρομοκρατίας ή πολιτικής αναστάτωσης από τα Μέσα έχει τη δυνατότητα να σχηματίσει / διαμορφώσει την εικόνα που έχουν τα άτομα για έναν προορισμό (Sonmez, Apostolopoulos and Tarlow, 1999). Η παρουσίαση των ειδήσεων μπορεί να κάνει προορισμούς να φαίνονται πιο ασφαλείς ή πιο επικίνδυνοι (Hall, 2002 στο Kapuscinski, Richards, 2016). Ειδικά όταν στοχοποιούνται οι τουρίστες, π.χ. σε μία τρομοκρατική επίθεση, τότε τα ΜΜΕ παγκοσμίως με τον τρόπο με τον οποίο προβάλλουν την είδηση αυξάνουν τον αντιληπτό κίνδυνο για έναν προορισμό.

Βέβαια, η επίδραση που έχει ο τρόπος παρουσίασης και προβολής από τα ΜΜΕ γεγονότων τρομοκρατίας και πολιτικής αστάθειας στους τουρίστες αναψυχής και ελεύθερου χρόνου δεν είναι η ίδια σε όλους τους παραλήπτες και εξαρτάται από τα χαρακτηριστικά του κοινού και κυρίως από τον τύπο προσωπικότητας των τουριστών. Πρόκειται για σχέση δύο κατευθύνσεων που αναγνωρίζει τόσο τη δύναμη των ΜΜΕ να επηρεάσουν τους αποδέκτες των μηνυμάτων που προβάλλουν όσο και τη δύναμη των αποδεκτών να φιλτράρουν και να «διαπραγματευτούν» τα μηνύματα αυτά (Kapuscinski, Richards, 2016).

2.6.2 ΔΙΑ ΣΤΟΜΑΤΟΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑ (WORD OF MOUTH)

Όταν οι καταναλωτές δεν μπορούν να αξιολογήσουν ή να δοκιμάσουν ένα προϊόν ή μία υπηρεσία τείνουν να βασίζονται στις εμπειρίες άλλων ανθρώπων για αυτά. Αυτό συνήθως ονομάζεται προφορική ή δια στόματος πληροφορία (Word of Mouth information) και είναι πολύ σημαντική στον τομέα της φιλοξενίας και των ταξιδιών. Πράγματι το τουριστικό προϊόν ο τουρίστας το αγοράζει από απόσταση γεωγραφική,

χρονική και πολλές φορές και πολιτισμική (Seabra C. et al., 2013) με αποτέλεσμα να αναζητά επιπλέον πληροφόρηση για το προϊόν αυτό.

Η δια στόματος πληροφορία μπορεί να δημιουργήσει αρνητική εικόνα για έναν προορισμό. Εάν για παράδειγμα συμβεί κάποιο άσχημο γεγονός σε έναν τουριστικό προορισμό και αυτό διαδοθεί τότε ο προορισμός αυτός για κάποιους ανθρώπους παύει πλέον να είναι ανάμεσα στις εναλλακτικές επιλογές τους για τόπο διακοπών (Kozak, Crotts and Law, 2007). Το Word of Mouth (WOM) όταν αφορά αρνητικά γεγονότα όπως μία τρομοκρατική επίθεση ή πολιτικές αναταράξεις είναι πολύ πιθανό να επηρεάσει την ασφάλεια με την οποία έχει συσχετίσει κάποιος έναν προορισμό και τελικά μπορεί να επηρεάσει την απόφαση της επιλογής τουριστικού προορισμού (Sonmez and Graefe 1998b).

Με την εξάπλωση του διαδικτύου και των μέσω κοινωνικής δικτύωσης οι τουρίστες αποκτούν διαδραστική επικοινωνία με αποτέλεσμα η online WOM να διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στις αποφάσεις τους. Είναι χαρακτηριστικό αυτό που αναφέρουν οι Gretzel and Yoo σε έρευνά τους, ότι πάνω από 74% των ταξιδιωτών χρησιμοποιεί τα σχόλια άλλων καταναλωτών ως αξιόπιστη πηγή πληροφορίας όταν οργανώνει το ταξίδι των διακοπών του (Gretzel and Yoo, 2008 στο Fakharyan M. et al., 2012). Η ηλεκτρονική δια στόματος πληροφορία θεωρείται σημαντική πηγή πληροφοριών που επηρεάζει την επιλογή τουριστικού προορισμού (Yun and Good 2007, Soderlund and Resengren 2007, Ying and Chung 2007, Grewal et al. 2003, στο Fakharyan M. et al., 2012).

2.6.3 ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΗ ΟΔΗΓΙΑ

Η έκδοση ταξιδιωτικής οδηγίας για κάποιον προορισμό συνήθως έπεται κάποιου άσχημου γεγονότος, για παράδειγμα εκδήλωση πολιτικών αναταραχών, φυσική καταστροφή ή εξάπλωση μιας επιδημίας. Η ταξιδιωτική οδηγία είναι ένα μέσο πληροφόρησης που υπερβαίνει το επίπεδο της απλής ενημέρωσης για τον τόπο προορισμού, αποτελεί σύσταση και προειδοποίηση, και είναι συνδεδεμένη με αρνητικές καταστάσεις που εγκυμονούν σοβαρούς κινδύνους για την ασφάλεια και την υγεία των ταξιδιωτών, τόσο στον τόπο προορισμού όσο και κατά τη διάρκεια του ταξιδιού. Η ταξιδιωτική οδηγία εκδίδεται κατά κανόνα από ένα κράτος το οποίο απευθύνεται στους

πολίτες του ή από οργανισμούς και φορείς όπως για παράδειγμα ο Παγκόσμιος Οργανισμός Υγείας. Το περιεχόμενο των ταξιδιωτικών οδηγιών αναφέρεται σε θέματα ασφάλειας και σε θέματα υγείας (Μυλωνόπουλος, Μοίρα, 2007).

Η τουριστική οδηγία θέτει εμπόδια στην τουριστική ανάπτυξη από τη στιγμή που επηρεάζει τις ταξιδιωτικές ροές προς συγκεκριμένους προορισμούς. Τα κράτη μέλη της APEC (Asian-Pacific Economic Cooperation) επισημαίνουν ότι η αυξανόμενη τάση της έκδοσης ταξιδιωτικών οδηγιών επιδρά στην επιλογή τουριστικού προορισμού αλλά και στην πραγματοποίηση ή μη ενός ταξιδιού (APEC, 2003).

Σε έρευνα της Dolcinar (2007) σχεδόν οι μισοί ερωτηθέντες (το 46%) θα λάμβαναν υπόψη την ταξιδιωτική οδηγία στο να μην κανονίσουν ταξίδι για συγκεκριμένο προορισμό για τον οποίο έχει εκδοθεί η οδηγία.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

Η ΕΡΕΥΝΑ ΠΕΔΙΟΥ

3.1 ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

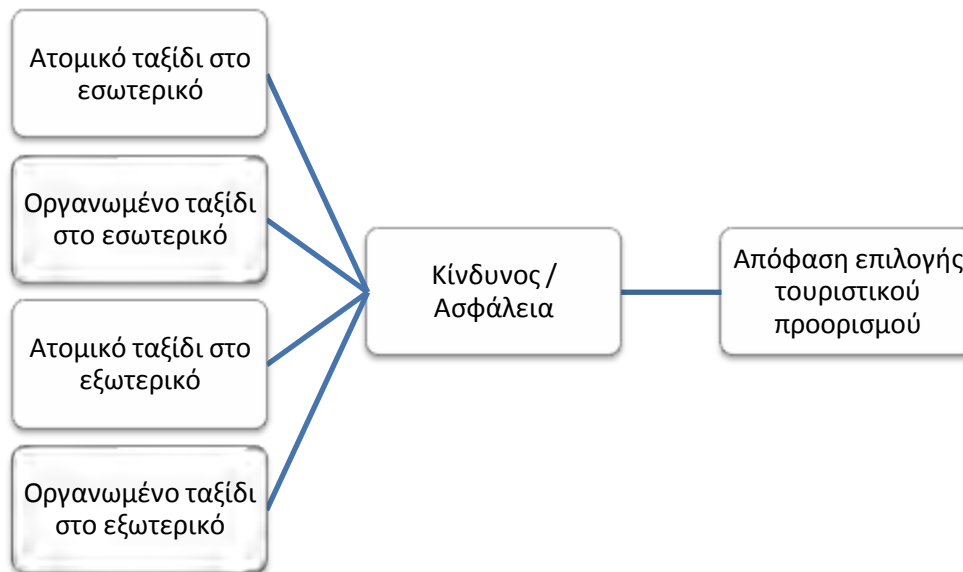
Η έρευνα βασίσθηκε στην αναζήτηση βιβλιογραφίας σχετικής με τις έννοιες προς διερεύνηση. Μελετήθηκαν επιστημονικά άρθρα και βιβλία με σκοπό τη θεμελίωση ενός θεωρητικού υπόβαθρου και την παροχή πληροφοριών σχετικών με τις έννοιες προς διερεύνηση. Η βιβλιογραφική αυτή ανασκόπηση αποτέλεσε τη βάση για την διεξαγωγή της παρακάτω πρωτογενούς έρευνας με κεντρικό στόχο την εκτίμηση του βαθμού με τον οποίο οι παράγοντες κινδύνου και ασφάλειας λαμβάνονται υπόψη και επηρεάζουν τη συμπεριφορά και προτίμηση των τουριστών όσον αφορά την επιλογή του τόπου προορισμού διακοπών. Επιπλέον, στόχοι της έρευνας είναι να διαπιστωθεί αν και πώς επηρεάζονται ο αντιληπτός κίνδυνος και η ασφάλεια από τον τύπο του ταξιδιού, δηλαδή από το εάν οι τουρίστες ταξιδεύουν ατομικά ή οργανωμένα, και από το αν το ταξίδι πραγματοποιείται στο εσωτερικό της χώρας ή στο εξωτερικό. Επιπλέον, μέσω της συγκεκριμένης έρευνας θέλουμε να εξετάσουμε την επιρροή των δημογραφικών στοιχείων στον αντιληπτό κίνδυνο και στα ζητήματα ασφαλείας και τελικά στην επιλογή τουριστικού προορισμού.

Οι περισσότερες μελέτες που προσδιορίζουν και μετρούν τον αντιληπτό κίνδυνο και τα ζητήματα ασφαλείας στον τουρισμό συνήθως εξετάζουν αποκλειστικά την επίδρασή στην τουριστική συμπεριφορά χωρίς να εντάσσουν τους δύο αυτούς παράγοντες σε ένα γενικότερο πλαίσιο λήψης απόφασης όπου αξιολογούνται ταυτόχρονα, άρα και συγκριτικά, παράγοντες έλξης και λοιπά χαρακτηριστικά ενός προορισμού αλλά και ενδεχόμενοι κίνδυνοι, όσον αφορά την επιρροή τους στη διαμόρφωση της επιλογής τουριστικού προορισμού διακοπών. Ενώ λοιπόν υπάρχει πλήθος ερευνών που εξετάζει την επίδραση των αντιληπτών κινδύνων στην συμπεριφορά των τουριστών (π.χ. επιλογή ασφαλέστερων προορισμών ή ακύρωση διακοπών) θελήσαμε πέρα από αυτή την οπτική να μελετήσουμε πώς εντάσσονται και τι δυναμική έχουν ο αντιληπτός κίνδυνος και τα ζητήματα ασφαλείας στην απόφαση επιλογής τουριστικού προορισμού σε σύγκριση και με άλλους παράγοντες που διαμορφώνουν την επιλογή αυτή.

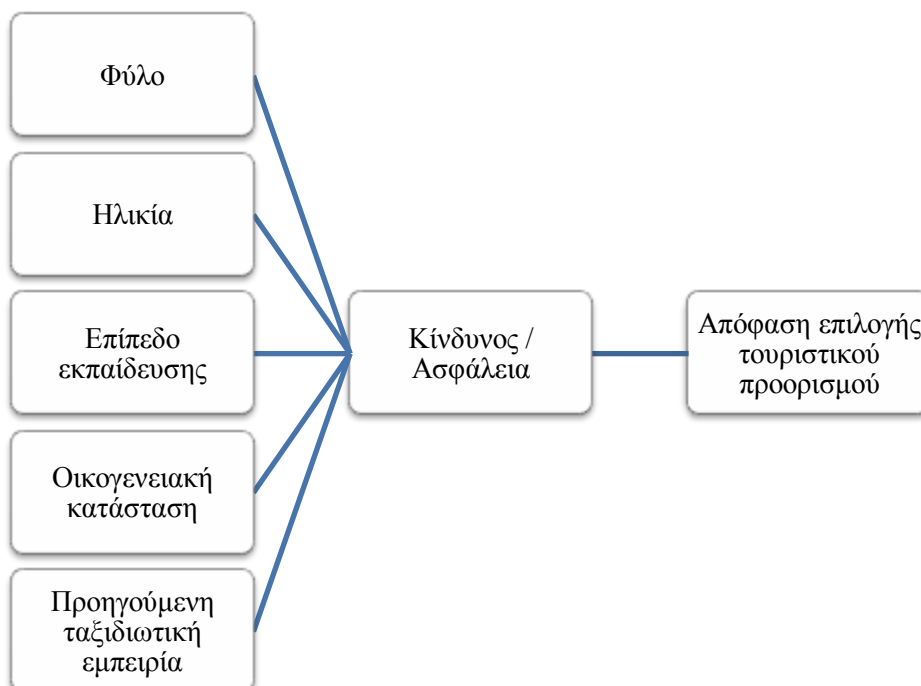
Η έρευνα πραγματοποιήθηκε το μήνα Μάιο και τα ερωτηματολόγια συλλέχθηκαν σε σύντομο χρονικό διάστημα, εντός δέκα ημερών. Η συμπλήρωση του ερωτηματολογίου έγινε με δύο μεθόδους, με την μέθοδο της παράδοσης και παραλαβής (drop and collect) και με την μέθοδο ηλεκτρονικής συμπλήρωσης του ερωτηματολογίου. Η πρόσβαση για την ηλεκτρονική συμπλήρωση του ερωτηματολογίου έγινε μέσω της διεύθυνσης docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeuHSXnXW2mjS_8w-eu5WBDUfU_YmZWx2mA8IJw_uuxTXRuQ/viewform

Προτιμήθηκε η εντός σύντομου χρονικού διαστήματος συλλογή των ερωτηματολογίων ώστε να διασφαλιστεί κατά το δυνατόν το να βρίσκονται υπό την ίδια ψυχολογική διάθεση και κατάσταση επηρεασμού οι ερωτηθέντες σχετικά με τον αντιληπτό κίνδυνο και την ασφάλεια, δεδομένου ότι ήταν εκτεθειμένοι, χρονικά, στην ίδια ροή γεγονότων. Πρέπει να σημειωθεί ότι κατά τη διάρκεια διεξαγωγής της έρευνας δεν καταγράφηκε κάποιο σημαντικό γεγονός (πχ. φυσική καταστροφή, έξαρση κάποιας επιδημικής ασθένειας που να απειλεί τη δημόσια υγεία ή τρομοκρατικό χτύπημα). Η σχετική ηρεμία κατά τη διάρκεια της ερευνητικής διαδικασίας ενδεχομένως να αντανακλάται στα αποτελέσματα. Είναι πολύ πιθανό ένα αρνητικό συμβάν κατά τη διάρκεια διεξαγωγής της έρευνας να άλλαζε την αξιολόγηση του αντιληπτού κινδύνου από τους ερωτηθέντες και να επέτεινε για αυτούς τη σημασία του παράγοντα ασφάλεια στον τουρισμό.

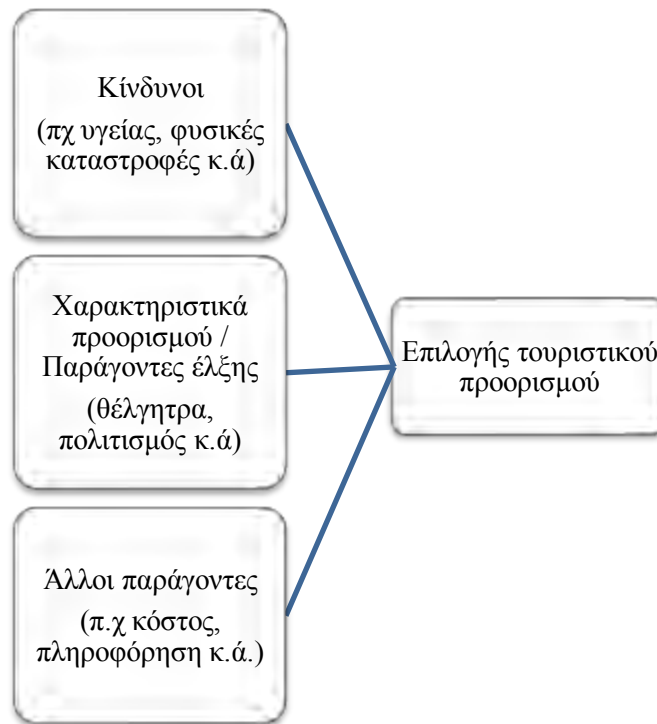
Οι σχέσεις προς διερεύνηση διαμορφώνονται ως εξής:



Εικόνα 3.1: Σχηματική αναπαράσταση της αξιολόγηση ενδεχόμενων κινδύνων και ασφάλειας με βάση τον τύπο ταξιδιού, (ιδία επεξεργασία)



Εικόνα 3.2: Σχηματική αναπαράσταση των σχέσεων των μεταβλητών που επηρεάζουν τον αντίληπτο κίνδυνο και την ασφάλεια, (ιδία επεξεργασία)



Εικόνα 3.3: Σχηματική αναπαράσταση της αξιολόγησης των παραγόντων επιρροής επιλογής τόπου προορισμού, (ιδία επεξεργασία)

3.1.1 ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ ΕΡΕΥΝΑΣ

Τα αποτελέσματα της συγκεκριμένης έρευνας υπόκεινται σε περιορισμούς. Αρχικά, όλα τα αποτελέσματα αφορούν το υπό μελέτη δείγμα και δεν μπορούν να γενικευθούν στον τουριστικό πληθυσμό. Επίσης, η παραπάνω ανάλυση αφορά σε προθέσεις που έχουν να κάνουν με τη συμπεριφορά των τουριστών (behavioral intentions) όσον αφορά την επιλογή τουριστικού προορισμού και πως αυτή επηρεάζεται. Η πραγματική πρόβλεψη της τουριστικής συμπεριφοράς (actual tourist behavior) δεν είναι εύκολο εγχείρημα. Άλλωστε, το πλαίσιο μέσα στο οποίο λαμβάνεται μία απόφαση επηρεάζεται από το χώρο και τη χρονική στιγμή. Στην περίπτωση μας πρόκειται για μία ερευνητική εργασία που μετρά την αντίληψη κινδύνου και ασφάλειας για την επιλογή του τόπου προορισμού για την πραγματοποίηση διακοπών σε μία δεδομένη χρονική στιγμή χωρίς την ύπαρξη άμεσων ερεθισμάτων, τα οποία σύμφωνα με τον Korstanje (Korstanje, 2009 στο Yang , Nair, 2014) είναι απαραίτητα για τη διαμόρφωση του αντιληπτού κινδύνου. Στη δική μας περίπτωση αποτυπώνεται η σημασία του αντιληπτού κινδύνου χωρίς την επίδραση αρνητικών γεγονότων κατά το χρονικό διάστημα διεξαγωγής της έρευνας.

Η έρευνα πραγματοποιήθηκε αποκλειστικά σε Έλληνες και ενώ αρχικά είχε σχεδιαστεί να απευθυνθεί και σε αλλοδαπούς, για πρακτικούς λόγους, αυτό δεν κατέστη δυνατό. Επομένως, δεν ερευνήθηκε η επιρροή της εθνικότητας και της διαφορετικής κουλτούρας στον αντιληπτό κίνδυνο και στα ζητήματα ασφάλειας. Επίσης η έρευνα δεν περιλαμβάνει και δεν εξετάζει τα χαρακτηριστικά προσωπικότητας και το πώς αυτά επηρεάζουν τον αντιληπτό κίνδυνο και την αναζήτηση ασφάλειας από την πλευρά των τουριστών όταν επιλέγουν τουριστικό προορισμό.

Τέλος, η επιλογή των παραγόντων που επηρεάζουν την επιλογή τουριστικού προορισμού και αφορά το τρίτο μέρος του ερωτηματολογίου έγινε με βάση τη βιβλιογραφία, δεν είναι όμως εξαντλητική.

3.1.2. ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

Στο πρώτο μέρος του ερωτηματολογίου περιλαμβάνονται οι ερωτήσεις που περιγράφουν το προφίλ των ερωτηθέντων, όπως το φύλο, η ηλικία, το επίπεδο εκπαίδευσης, η οικογενειακή και επαγγελματική κατάσταση, η γνώση ξένων γλωσσών και η προηγούμενη ταξιδιωτική εμπειρία στο εξωτερικό. Όπως ήδη προαναφέρθηκε, αρκετές εμπειρικές έρευνες έδειξαν ότι τα κοινωνικοοικονομικά χαρακτηριστικά επηρεάζουν τις αντιλήψεις των τουριστών σχετικά με τα κριτήρια επιλογής του τόπου προορισμού για διακοπές.

Στο δεύτερο μέρος, βασιζόμενοι στις έννοιες του αντιληπτού κινδύνου και της ασφάλειας στον τουρισμό, επιδιώχθηκε να μετρηθεί σε ποιο βαθμό λαμβάνουν υπόψη οι ερωτηθέντες τους ενδεχόμενους κινδύνους και τον παράγοντα ασφάλεια κατά την επιλογή του τουριστικού προορισμού διακοπών. Επιλέχθηκε να ερωτηθούν ξεχωριστά για πώς αντιλαμβάνονται τον κίνδυνο και την ασφάλεια όταν ταξιδεύουν στο εσωτερικό της χώρας και όταν ταξιδεύουν στο εξωτερικό και αυτό γιατί στη βιβλιογραφία, το ταξίδι στο εξωτερικό συνδέεται με υψηλότερα επίπεδα κινδύνου (Lepp and Gibson 2003, Dolcinar, 2005, Crotts and Reisinger, 2010). Επομένως, υποθέτουμε ότι οι τουρίστες αντιλαμβάνονται μεγαλύτερο τον παράγοντα κίνδυνο και αποδίδουν μεγαλύτερη σημασία στον παράγοντα ασφάλεια όταν ταξιδεύουν στο εξωτερικό σε σχέση με όταν ταξιδεύουν στο εσωτερικό της χώρας. Επίσης ερωτήθηκαν ξεχωριστά για το ατομικό και το οργανωμένο ταξίδι καθώς έχει ιδιαίτερο ενδιαφέρον να ερευνηθεί

εάν ο τρόπος ταξιδιού αντανακλά στην αξιολόγηση του αντιληπτού κινδύνου και της ασφάλειας (Madrigal 1995, Fuchs and Reitchel 2006).

Οι ερωτήσεις του β μέρους του ερωτηματολογίου εκφράζονται σε κλίμακα Likert 7 σημείων με εύρος απάντησης από το 1 (Καθόλου) έως το 7 (Εντελώς). Ενώ οι περισσότερες έρευνες που αφορούν την ανάλυση κινδύνου και της ασφάλειας στον τουρισμό χρησιμοποιούν κλίμακα Likert 1-5, αποφασίσθηκε να χρησιμοποιηθεί κλίμακα Likert 1-7 η οποία μπορεί να δυσκολεύει λίγο παραπάνω τους ερωτώμενους, προσφέρει όμως μεγαλύτερη πληροφορία (διακύμανση), και κατά συνέπεια συμβάλει στην εξαγωγή συμπερασμάτων με πιο αξιόπιστο τρόπο. Δεδομένου ότι το ερωτηματολόγιο είχε περιορισμένο αριθμό ερωτήσεων η επιλογή της κλίμακας 1-7 δεν αυξάνει σημαντικά τον απαιτούμενο χρόνο για συμπλήρωση. Ως γνωστόν, όσο περισσότερο χρόνο παίρνει η συμπλήρωση ενός ερωτηματολογίου τόσο αυξάνουν οι πιθανότητες μη αξιόπιστων απαντήσεων.

Στο τρίτο και τελευταίο μέρος του ερωτηματολογίου, ζητήθηκε να αξιολογηθούν επίσης με κλίμακα Likert 1-7 διάφοροι παράγοντες όσον αφορά την επιρροή τους στην απόφαση επιλογής τουριστικού προορισμού, όπου το 1 σήμαινε καμία επιρροή και το 7 απόλυτη. Επιλέχθηκε να δοθούν προς αξιολόγηση τόσο παράγοντες που επηρεάζουν θετικά τον τουρίστα όσο και παράγοντες που αποτρέπουν τον τουρίστα, δηλαδή παράγοντες που αντιπροσωπεύουν ενδεχόμενους κινδύνους. Πιο συγκεκριμένα, από τα 22 αντικείμενα που ζητήθηκαν να αξιολογηθούν, και τα οποία αντλήθηκαν από τη βιβλιογραφία, τα 9 αντιπροσωπεύουν ενδεχόμενους κινδύνους και ζητήματα ασφάλειας.

Πίνακας 3.1: Βιβλιογραφική αναφορά μεταβλητών που αντιπροσωπεύουν αντιληπτούς κινδύνους και ζητήματα ασφάλειας

Μεταβλητή / Παράγοντας επιρροής επιλογής τουριστικού προορισμού που τον κίνδυνο στον τουρισμό	Έρευνα
Τρομοκρατία	Dolcinar 2007, Sonmez and Graefe 1998, Kozak Crotts and Law 2007, Crotts and Reisinger 2010, Floyd et al. 2004, Pennington-Gray and Schroeder 2013, Lepp and Gibson 2003
Πολιτική Αστάθεια / Πολεμικές Συγκρούσεις	Dolcinar 2007, Sonmez and Graefe 1998, Thapa 2004, Crotts and Reisinger 2010, Seddighi, Nuttall and Theocharous 2001, Pennington-Gray and Schroeder 2013, Lepp and Gibson 2003
Υγεία	Cossens and Gin, 1994, , Sonmez and Graefe 1998, Lepp and Gibson 2003, Floyd et al. 2004, Dolcinar 2007, Kozak Crotts and Law 2007, Crotts and Reisinger 2010, Pennington-Gray and Schroeder 2013
Ασφάλεια τροφίμων	Dolcinar 2007, Lepp and Gibson 2003, Mac Laurin 2004, Pennington-Gray and Schroeder 2013
Φυσικές Καταστροφές	Dolcinar 2007, Lehto D. Douglas A. and Park J. 2008, Huang and Min 2002, Kozak Crotts and Law 2007, Faulkner 2001, Mazzocchi and Montini 2001, Floyd et al. 2004, Pennington-Gray and Schroeder 2013
Εγκληματικότητα	Demos 1992, Dolcinar 2007, Michalko 2004, Floyd et al. 2004, Pennington-Gray and Schroeder 2013, Lepp and Gibson 2003
Απόσταση της κουλτούρας	Jackson 2001, S.I. Ng et al. 2007, Crotts and Reisinger 2010, Lepp and Gibson, 2003, Pennington-Gray and Schroeder 2013
Πρόσφυγες	Simpson J.J. et al., (2016),
Ασφάλεια	Mok and Armstrong (1995), Poon and Adams (2000), Floyd et al., (2004), Dolcinar (2005), Crotts and Reisinger (2010), Kozak Crotts and Law (2007), Fuchs and Reitchel, (2011)

Τα υπόλοιπα αντικείμενα του τρίτου μέρους του ερωτηματολογίου αφορούν χαρακτηριστικά του τόπου προορισμού, παράγοντες έλξης και ώθησης όπως αναφέρονται και στη βιβλιογραφία, αλλά και άλλοι παράγοντες που σύμφωνα με τη βιβλιογραφία επηρεάζουν την επιλογή τουριστικού προορισμού, όπως το *κόστος* του ταξιδιού (Roehl and Fesenmaier, 1992, Mok and Armstrong (1995), η *πληροφόρηση* για

έναν προορισμό (Morley, 1998, Turner Reisinger and Witt, 1998, Floyd and Pennington-Gray, 2004, Wong and Yeh, 2009) και οι προγενέστερες ταξιδιωτικές εμπειρίες (Goodrich 1978, Mazursky 1989, Sonmez and Graefe 1998, Lepp and Gibson 2003, Floyd et al., 2004).

Όσον αφορά στα χαρακτηριστικά του προορισμού (παράγοντες έλξης και ώθησης) επιλέχθηκαν με βάση τη βιβλιογραφία οι εξής μεταβλητές:

Πίνακας 3.2: Μεταβλητές που αντιπροσωπεύουν παράγοντες έλξης και ώθησης ενός προορισμού

Μεταβλητή / Παράγοντας επιρροής επιλογής τουριστικού προορισμού	Ερευνητές
Πολιτισμός / κουλτούρα	Armstrong and Mok(1995), McKercher and Cros 2003, O' Leary and Deegan 2003
Φιλικοί Άνθρωποι	Dann, 1981, Pearce, 1982, Mok and Armstrong (1995),
Υπηρεσίες (αγορές, εστιατόρια κ.ά)	Armstrong and Mok (1995),
Υποδομές (μεταφορές, καταλύματα κ.ά')	Armstrong and Mok (1995),
Προσβασιμότητα / Απόσταση	Zhang and Lam (1999), Eugenio-Martin, 2003
Θέλητρα (αξιοθέατα, φυσική ομορφιά κ.ά)	Dann (1981), Heung, Qu and Chu (2001)
Γόητρο/ Κύρος	Crompton (1979), Seabra C., et al., (2003)
Βίωση διαφορετικού τρόπου ζωής	Cohen (1972), Crompton (1979)
Επικοινωνία / Γλώσσα	Pinhey and Iverson (1994), Basala and Klenosky (2001)
Κλιματολογικές Συνθήκες	Dann (1981), Pearce (1982), Heung, Qu and Chu (2001), Dolcinar (2005), Pennington-Gray and Schroeder (2013)

Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

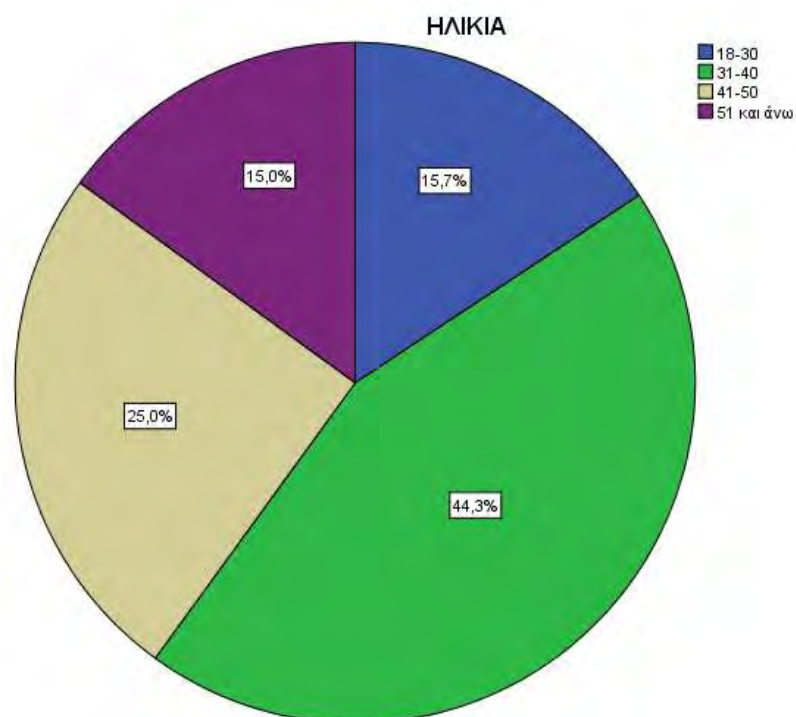
Αξίζει να σημειωθεί ότι επιλέχθηκε να ενταχθεί στην έρευνα το αντικείμενο «ύπαρξη προσφύγων / προσφυγικών καταυλισμών στον τόπο προορισμού» καθώς είναι ένα ζήτημα που αφενός δεν έχει μελετηθεί αρκετά έως τώρα και αφετέρου αφορά πολλούς προορισμούς διακοπών, νησιωτικούς κυρίως, ειδικά στη χώρα μας.

3.2 ΠΡΟΦΙΛ ΤΟΥ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ

Η έρευνα βασίστηκε σε τυχαίο δείγμα τουριστών. Ενώ αρχικά σχεδιάστηκε για να απευθυνθεί σε ημεδαπούς και αλλοδαπούς για πρακτικούς λόγους η έρευνα περιορίστηκε στους Έλληνες. Συλλέχθηκαν 141 ερωτηματολόγια από τα οποία τα 140 απαντήθηκαν χωρίς πρόβλημα, επομένως το ποσοστό των αξιόπιστων ερωτηματολογίων είναι 99%.

Το δείγμα αποτελείται από 140 άτομα από τα οποία το 47% είναι άνδρες και το 53% είναι γυναίκες. Το τυχαίο δείγμα αφορά αποκλειστικά άτομα πάνω από 18 χρονών, δηλαδή άτομα που μπορούν από μόνα τους να επιλέξουν τον τόπο προορισμού για τουρισμό, σε αντίθεση με τα παιδιά που ακολουθούν τους γονείς. Σχετικά με τις ηλικίες των ερωτηθέντων η κατανομή του δείγματος παρουσιάζεται στο ακόλουθο σχήμα:

Εικόνα 3.4: Διαγραμματική απεικόνιση ηλικιακής κατανομής δείγματος



Πηγή: Ιδία επεξεργασία

Η κατανομή του δείγματος κατά φύλο και ηλικία συνοψίζεται στον ακόλουθο πίνακα:

Πίνακας 3.3: Κατανομή Δείγματος κατά Φύλο και Ηλικία

			ΦΥΛΟ		Σύνολο
			Άνδρες	Γυναίκες	
ΗΛΙΚΙΑ	18-30	Αριθμός	7	15	22
		%	11,7%	18,8%	15,7%
	31-40	Αριθμός	27	35	62
		%	45,0%	43,8%	44,3%
	41-50	Αριθμός	14	21	35
		%	23,3%	26,3%	25,0%
	51 και άνω	Αριθμός	12	9	21
		%	20,0%	11,3%	15,0%
	Σύνολο		60	80	140

$$X^2 = 2,973 \text{ με } p\text{-value} = 0,396$$

Πηγή: ίδια επεξεργασία

Το δείγμα παρουσιάζει μία σχετική συγκέντρωση στις ηλικίες 31-40 ενώ ήταν δύσκολο να συλλεχθούν ερωτηματολόγια από ηλικιωμένα άτομα. Η κατανομή του δείγματος με βάση την ηλικία είναι ίδια για τους άντρες και για τις γυναίκες.

Όσον αφορά το επίπεδο εκπαίδευσης, η πλειονότητα των ερωτηθέντων είναι απόφοιτοι τριτοβάθμιας εκπαίδευσης ενώ υπάρχει οριακή διαφορά μεταξύ ανδρών και γυναικών, με ποσοστό γυναικών αποφοίτων τριτοβάθμιας εκπαίδευσης οριακά μεγαλύτερο από το αντίστοιχο των ανδρών, όπως παρουσιάζεται και στον ακόλουθο πίνακα:

Πίνακας 3.4: Κατανομή Δείγματος κατά Φύλο και Επίπεδο εκπαίδευσης

			ΦΥΛΟ		Σύνολο
			Άνδρες	Γυναίκες	
Επίπεδο Εκπαίδευσης(*)	I	Αριθμός	12	8	20
		%	20,0%	10,0%	14,3%
	II	Αριθμός	48	72	120
		%	80,0%	90,0%	85,7%
	Σύνολο		60	80	140

$$X^2 = 2,800 \text{ με } p\text{-value} = 0,094$$

(*) I = Απόφοιτος Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης, II = Απόφοιτος Τριτοβάθμιας Εκπαίδευσης

Πηγή: ίδια επεξεργασία

Σχετικά με την οικογενειακή κατάσταση των ερωτηθέντων οι έγγαμοι/σύμφωνο συμβίωσης αποτελούν το 56% του δείγματος, ανεξαρτήτως φύλου. Όσον αφορά στην εργασιακή τους κατάσταση, η απόλυτη πλειονότητα τους (78%) είναι απασχολούμενοι.

Σχετικά με την ταξιδιωτική εμπειρία των ερωτηθέντων στο εξωτερικό, ελάχιστοι είναι οι ερωτηθέντες που δεν έχουν καμία ταξιδιωτική εμπειρία στο εξωτερικό. Δεδομένου ότι η συλλογή ερωτηματολογίων έγινε σε μεγάλο μέρος διαδικτυακά, υποθέτουμε ότι άτομα που δεν είχαν μεγάλη εμπειρία δε θέλησαν να απαντήσουν το ερωτηματολόγιο.

3.3 ΜΕΘΟΔΟΙ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑΣ – ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

3.3.1. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΩΝ ΚΙΝΔΥΝΩΝ ΚΑΙ ΤΗΣ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ

Σκοπός της έρευνας είναι να διαπιστωθεί σε ποιο βαθμό οι ενδεχόμενοι κίνδυνοι και ο παράγοντας ασφάλεια επηρεάζουν την απόφαση επιλογής τουριστικού προορισμού διακοπών. Εξετάστηκαν τέσσερις διαφορετικές περιπτώσεις για κάθε μεταβλητή. Ο αντιληπτός κίνδυνος για ταξίδι στο εσωτερικό, και ατομικό και οργανωμένο, και ο αντιληπτός κίνδυνος για ταξίδι στο εξωτερικό, και ατομικό και οργανωμένο. Αντίστοιχη ανάλυση πραγματοποιήθηκε για τον παράγοντα της ασφάλειας. Η μέση αξιολόγηση ανάλογα με το τύπο ταξιδιού απεικονίζεται στον ακόλουθο πίνακα:

Πίνακας 3.5: Αξιολόγηση κινδύνου και ασφάλειας

	Ταξίδι στο εσωτερικό		Ταξίδι στο εξωτερικό	
	Ατομικό	Οργανωμένο	Ατομικό	Οργανωμένο
Κίνδυνος	3,621	3,583	5,554	5,014
Ασφάλεια	4,129	3,964	5,152	5,176

Πηγή: ιδία επεξεργασία

Όσον αφορά τον αντιληπτό κίνδυνο, ο κίνδυνος όσον αφορά το ταξίδι στο εσωτερικό (ατομικά και οργανωμένα), θεωρείται αρκετά περιορισμένος (κάτω από το μέσο επίπεδο :4), και πολύ κάτω από τον κίνδυνο όταν πρόκειται για ταξίδι στο εξωτερικό, είτε ατομικό είτε οργανωμένο. Οι ερωτηθέντες, λοιπόν, όσον αφορά την επιλογή τουριστικού προορισμού στο εξωτερικό λαμβάνουν υπόψη ενδεχόμενους κινδύνους σε υψηλό βαθμό, πάνω από 5, σε κλίμακα 7 βαθμών. Μία πρώτη διαπίστωση είναι ότι οι

ερωτηθέντες λαμβάνουν σε μεγαλύτερο βαθμό υπόψη τους ενδεχόμενους κινδύνους όταν πρόκειται να επιλέξουν προορισμό διακοπών στο εξωτερικό σε σχέση με το εσωτερικό. Επίσης, οι ερωτηθέντες, όσον αφορά το ταξίδι στο εξωτερικό, δίνουν μεγαλύτερη σημασία στον παράγοντα κίνδυνο όταν ταξιδεύουν ατομικά σε σχέση με όταν ταξιδεύουν σε γκρουπ. Αυτό ήταν αναμενόμενο καθώς η πραγματοποίηση ενός ταξιδιού, ειδικά στο εξωτερικό, ατομικά αυξάνει το άγχος και το φόβο.

Όσον αφορά την ασφάλεια και σε ποιο βαθμό επηρεάζει την απόφαση επιλογής τουριστικού προορισμού, προέκυψε ακόμα μία φορά ότι οι ερωτηθέντες λαμβάνουν σε μεγαλύτερο βαθμό υπόψη τον παράγοντα ασφάλεια κατά τη λήψη απόφασης για ταξίδι στο εξωτερικό σε σχέση με το εσωτερικό, είτε ατομικά είτε οργανωμένα. Δεν υπάρχει ιδιαίτερη διαφοροποίηση στο βαθμό που λαμβάνουν υπόψη τους οι τουρίστες τον παράγοντα ασφάλεια ανάλογα με το αν ταξιδεύουν ατομικά ή οργανωμένα στο εξωτερικό.

Επομένως, ο παράγοντας εσωτερικό ή εξωτερικό ταξίδι επηρεάζει άμεσα τις αντιλήψεις και η αναζήτηση ασφάλειας και ο αντιληπτός κίνδυνος είναι πολύ υψηλότερα όταν πρόκειται για ταξίδι στο εξωτερικό. Το συγκεκριμένο αποτέλεσμα έρχεται σε συμφωνία με τους Lepp and Gibson (2003) και Dolcinar (2007).

Προκειμένου να διαπιστώσουμε σε ποιο βαθμό οι ερωτώμενοι αξιολογούν με τον ίδιο τρόπο τον κίνδυνο και την ασφάλεια σε κάθε περίπτωση ταξιδιού, πραγματοποιήθηκε έλεγχος t-test ανά ζεύγη μεταβλητών. Υπάρχει σχεδόν συστηματική στατιστική διαφορά μεταξύ των δύο εννοιών, εκτός μίας περίπτωσης, του ατομικού ταξιδιού στο εξωτερικό (Πίνακας 3.6):

Πίνακας 3.6: Έλεγχος t-test ανά ζεύγη μεταβλητών

Τύπος ταξιδιού	Κίνδυνος	Ασφάλεια	p value
Ατομικό ταξίδι στο εσωτερικό	3,621	4,129	0,000
Οργανωμένο ταξίδι στο εσωτερικό	3,583	3,964	0,000
Ατομικό ταξίδι στο εξωτερικό	5,554	5,152	0,437
Οργανωμένο ταξίδι στο εξωτερικό	5,014	5,176	0,002

Πηγή: Ιδία επεξεργασία

Οι ερωτηθέντες αξιολογούν και αντιλαμβάνονται διαφορετικά τις δύο έννοιες. Η έννοια αντίληψη του κινδύνου είναι λιγότερο δυνατή σε σχέση με την αναζήτηση ασφάλειας όταν πρόκειται για ταξίδι στο εσωτερικό είτε ατομικό είτε οργανωμένο. Αν και οι δύο έννοιες ασφάλεια και κίνδυνος είναι άμεσα συνδεδεμένες, καθώς η παρουσία κινδύνου επηρεάζει την ασφάλεια των τουριστών, μπορούμε να υποθεθεί ότι οι ερωτηθέντες δίνουν μεγαλύτερη σημασία στον παράγοντα ασφάλεια - ως έννοια και αίσθηση-συγκριτικά με τον παράγοντα κίνδυνο για τα ταξίδια εσωτερικού, καθώς θεωρούν ότι στην Ελλάδα, οι ενδεχόμενοι κίνδυνοι δεν είναι τόσο πιθανό να συμβούν.

Αντιθέτως, όταν οι ερωτώμενοι σχεδιάζουν ταξίδι στο εξωτερικό τότε, δεν μπορεί να θεωρηθεί ότι υπάρχει σημαντική διαφορά μεταξύ των δύο παραγόντων «κίνδυνος» και «ασφάλεια» ($p\text{-value} > 0,05$). Όσον αφορά το οργανωμένο ταξίδι στο εξωτερικό οι ερωτηθέντες δίνουν μεγαλύτερη σημασία στα ζητήματα ασφαλείας παρά στους ενδεχόμενους κινδύνους. Το αποτέλεσμα αυτό έρχεται σε αντίθεση με την έρευνα των Floyd et al. στην οποία σημαντικότερος παράγοντας αναδείχθηκε ο παράγοντας travel risk, ενώ μικρότερη σημασία είχε ο παράγοντας ζητήματα ασφαλείας (Floyd et al., 2004). Σύμφωνα με τη θεωρία του Plog (1974), μεγαλύτερη σημασία στον παράγοντα ασφάλεια δίνουν οι ψυχοκεντρικοί άνθρωποι οι οποίοι εκτός των άλλων χαρακτηριστικών τους προτιμούν να ταξιδεύουν οργανωμένα.

3.3.2 ΕΠΙΡΡΟΗ ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΩΝ ΠΑΡΑΓΟΝΤΩΝ ΣΤΗΝ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΩΝ ΠΑΡΑΓΟΝΤΩΝ ΚΙΝΔΥΝΟΣ ΚΑΙ ΑΣΦΑΛΕΙΑ

Μας ενδιαφέρει να ερευνήσουμε εάν η πρόσληψη κινδύνου και εάν η σημασία του παράγοντα ασφάλεια είναι διαφορετικές στους άντρες σε σχέση με τις γυναίκες και επίσης εάν επηρεάζουν την αξιολόγηση των μεταβλητών αυτών η ηλικία, το επίπεδο εκπαίδευσης και η οικογενειακή κατάσταση. Οι μεταβλητές φύλο, ηλικία, επίπεδο εκπαίδευσης και οικογενειακή κατάσταση επιλέχθηκαν ως ανεξάρτητες μεταβλητές προκειμένου να διαπιστώσουμε την επιρροή τους στον αντιληπτό κίνδυνο και στα ζητήματα ασφαλείας για τους δυνητικούς τουρίστες.

Οι αντιλήψεις σχετικά με τους ενδεχόμενους κινδύνους και με την ασφάλεια δε διαφέρουν ανάλογα με το φύλο¹.

Πίνακας 3.7: Αντιλήψεις κινδύνου και ασφάλειας με βάση το φύλο

	Φύλο		p value
	Άνδρες	Γυναίκες	
Κίνδυνος (ατομικό ταξίδι στο εσωτερικό)	3,231	3,861	0,56
Ασφάλεια (ατομικό ταξίδι στο εσωτερικό)	3,481	4,57	0,274
Κίνδυνος (ατομικό ταξίδι στο εξωτερικό)	4,51	6,266	0,375
Ασφάλεια (ατομικό ταξίδι στο εξωτερικό)	4,529	5,577	0,827
Κίνδυνος (οργανωμένο ταξίδι στο εσωτερικό)	2,765	4,076	0,395
Ασφάλεια (οργανωμένο ταξίδι στο εσωτερικό)	3,137	4,526	0,661
Κίνδυνος (οργανωμένο ταξίδι στο εξωτερικό)	4,333	5,443	0,612
Ασφάλεια (οργανωμένο ταξίδι στο εξωτερικό)	4,46	5,662	0,995

Πηγή: Ιδία επεξεργασία

Η βιβλιογραφία δεν είναι τόσο συνεπής όσον αφορά την επιρροή του φύλου στον αντιληπτό κίνδυνο και την αίσθηση ασφάλειας στον τουρισμό. Στην περίπτωση μας συμφωνούμε με την έρευνα των Sonmez and Graefe (1998a) οι οποίοι υποστήριξαν ότι το φύλο δεν επηρεάζει τον αντιληπτό κίνδυνο και με τον Madrigal (1995) που δε διαπίστωσε αντιληπτές διαφορές μεταξύ ανδρών και γυναικών. Οι Lepp και Gibson (2003) βρήκαν ότι το φύλο επηρεάζει τον αντιληπτό κίνδυνο σε συγκεκριμένα είδη κινδύνων (υγεία και ασφάλεια τροφίμων) ενώ σε άλλα όχι. Οι Crotts και Reisinger (2010) υποστηρίζουν ότι οι γυναίκες αντιλαμβάνονται τον κίνδυνο περισσότερο από τους άντρες και αισθάνονται λιγότερο ασφαλείς, ειδικά όταν πρόκειται για ταξίδι στο εξωτερικό.

Οι Sonmez και Graefe (1998a) κατέληξαν ότι η ηλικία δεν επηρεάζει τον αντιληπτό κίνδυνο. Στη δική μας περίπτωση, η ηλικία όσον αφορά την αντίληψη κινδύνου και αναζήτηση ασφάλειας κατά την επιλογή τουριστικού προορισμού, δεν είναι στατιστικά σημαντική, δεν επηρεάζει δηλαδή τον αντιληπτό κίνδυνο και τον παράγοντα ασφάλεια εκτός μόνο μίας ηλικιακής κατηγορίας αυτής των 51 και άνω ετών σε σχέση μόνο με την αντίληψη του κινδύνου για οργανωμένο ταξίδι εξωτερικού. Αυτό υποθετικά μπορεί να συμβαίνει επειδή οι μεγαλύτεροι σε ηλικία τουρίστες ούτως ή άλλως ταξιδεύουν κυρίως οργανωμένα και όχι ατομικά, ειδικά όταν πρόκειται για ταξίδι εξωτερικού.

¹ Ο έλεγχος των μέσων τιμών για κάθε μεταβλητή με βάση το φύλο βασίστηκε στη Μέθοδο ANOVA. Όλες οι παρακάτω αναλύσεις με βάση την εκπαίδευση, την ηλικία, το επίπεδο εκπαίδευσης και την οικογενειακή κατάσταση ακολούθησαν την ίδια διαδικασία.

Πίνακας 3.8: Αντιλήψεις κινδύνου και ασφάλειας με βάση την ηλικία

	Ηλικία				p value
	18-30	31-40	41-50	51 και άνω	
Κίνδυνος (ατομικό ταξίδι στο εσωτερικό)	3,227	3,823	3,8	3,143	0,32
Ασφάλεια (ατομικό ταξίδι στο εσωτερικό)	3,727	4,161	4,457	3,905	0,545
Κίνδυνος (ατομικό ταξίδι στο εξωτερικό)	7,667	5,065	5,229	5,429	0,362
Ασφάλεια (ατομικό ταξίδι στο εξωτερικό)	4,476	5,113	5,382	5,571	0,138
Κίνδυνος (οργανωμένο ταξίδι στο εσωτερικό)	2,905	3,581	3,857	3,81	0,256
Ασφάλεια (οργανωμένο ταξίδι στο εσωτερικό)	3,429	3,887	4,5	3,857	0,208
Κίνδυνος (οργανωμένο ταξίδι στο εξωτερικό)	4,273	4,984	5,286	5,429	0,074*
Ασφάλεια (οργανωμένο ταξίδι στο εξωτερικό)	4,545	5,133	5,455	5,524	0,141

Πηγή: Ιδία επεξεργασία

Όσον αφορά το επίπεδο εκπαίδευσης, δεν υπάρχουν στατιστικές διαφορές στον αντιληπτό κίνδυνο και την ασφάλεια.

Η οικογενειακή κατάσταση αποτελεί σημαντικό παράγοντα για το βαθμό που λαμβάνει υπόψη τους ενδεχόμενους κινδύνους και την ασφάλεια ο δυνητικός τουρίστας. Πολύ μεγαλύτερη σημασία στους παράγοντες κίνδυνος και ασφάλεια δίνουν οι έγγαμοι και το αποτέλεσμα αυτό μας οδηγεί στο συμπέρασμα πως όταν κάποιος έχει οικογένεια δίνει μεγαλύτερη βαρύτητα στους παράγοντες ασφάλεια και κίνδυνο όντας –λογικά– μεγαλύτερος σε ηλικία και ίσως πιο ώριμος και υπεύθυνος, καθώς δεν αντιμετωπίζει τις επιλογές του ως μονάδα αλλά λαμβάνει τις αποφάσεις του σκεπτόμενος την οικογένειά του, ανεξαρτήτως της ύπαρξης ή όχι παιδιών σε αυτή. Το αποτέλεσμα αυτό έρχεται σε ταύτιση με τα αποτελέσματα της έρευνας των Sayed και Azim (2010). Και οι Roehl and Fesenmeier (1992) διαπιστώνουν ότι η ασφάλεια στο ταξίδι είναι ο πιο σημαντικός παράγοντας για αυτούς που έχουν οικογένεια.

Στην έρευνα μας η οικογενειακή κατάσταση του ερωτηθέντα είναι στατιστικά σημαντική, εκτός μόνο της περίπτωσης του αντιληπτού κινδύνου για ατομικό ταξίδι, είτε στο εσωτερικό είτε στο εξωτερικό, περίπτωση η οποία υποθέτουμε ότι αφορά σε μεγαλύτερο βαθμό τους άγαμους.

Συστηματικά σχεδόν, και ανεξάρτητα αν πρόκειται για ταξίδι στο εσωτερικό ή το εξωτερικό, ατομικό ή οργανωμένο, οι παράγοντες κινδύνου και ασφάλειας αποκτούν ακόμη μεγαλύτερη βαρύτητα για τους δυνητικούς τουρίστες όταν έχουν παιδιά (Πίνακας 3.9). Ήταν ένα αναμενόμενο αποτέλεσμα. Ελάχιστες είναι οι περιπτώσεις που

θεωρούν ότι η παρουσία παιδιών δεν αλλάζει την αντίληψη του κινδύνου και της ασφάλειας.

Πίνακας 3.9: Αντιλήψεις κινδύνου και ασφάλειας με βάση την οικογενειακή κατάσταση

	Οικογενειακή Κατάσταση				p value
	Άγαμος/η	Έγγαμος/η - Σύμφωνο συμβίωσης	Άλλο	Σύνολο	
Κίνδυνος (ατομικό ταξίδι στο εσωτερικό)	3,231	3,861	3,778	3,621	0,152
Ασφάλεια (ατομικό ταξίδι στο εσωτερικό)	3,481	4,57	4	4,129	0,008**
Κίνδυνος (ατομικό ταξίδι στο εξωτερικό)	4,51	6,266	5,222	5,554	0,253
Ασφάλεια (ατομικό ταξίδι στο εξωτερικό)	4,529	5,577	5	5,152	0,002**
Κίνδυνος (οργανωμένο ταξίδι στο εσωτερικό)	2,765	4,076	3,889	3,583	0,000**
Ασφάλεια (οργανωμένο ταξίδι στο εσωτερικό)	3,137	4,526	3,778	3,964	0,000**
Κίνδυνος (οργανωμένο ταξίδι στο εξωτερικό)	4,333	5,443	5,111	5,014	0,001**
Ασφάλεια (οργανωμένο ταξίδι στο εξωτερικό)	4,46	5,662	5	5,176	0,000**

3.3.3 ΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ

Το τρίτο μέρος του ερωτηματολογίου, όπως ήδη αναφέρθηκε, αφορά τους παράγοντες που επηρεάζουν την απόφαση επιλογής του τόπου προορισμού. Ζητήθηκε από τους ερωτηθέντες να βαθμολογήσουν με κλίμακα Likert 7 σημείων σε ποιο βαθμό κάθε ένας από τους τιθέμενους παράγοντες, οι οποίοι επιλέχθηκαν με βάση τη βιβλιογραφία, επηρεάζει την επιλογή προορισμού διακοπών.

Πίνακας 3.10: Μέσες τιμές μεταβλητών που επηρεάζουν την απόφαση επιλογής τουριστικού προορισμού

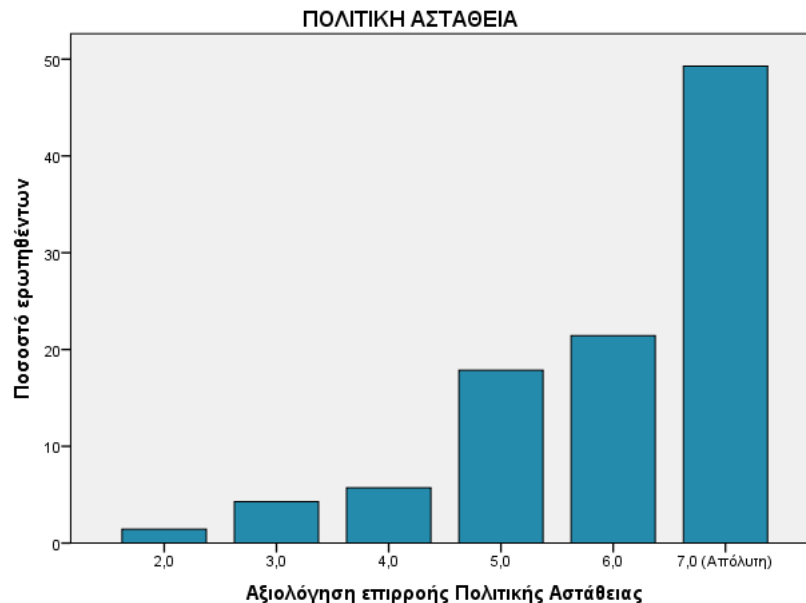
Παράγοντες επιρροής	Μέση τιμή
Θέληση	6,021
Πολιτική αστάθεια	6,014
Κίνδυνοι Υγείας	5,764
Κόστος	5,636
Εγκληματικότητα	5,607
Απειλή τρομοκρατικής επίθεσης	5,489
Ασφάλεια	5,364
Ασφάλεια τροφίμων	5,336
Πολιτισμός	5,279
Προσβασιμότητα	5,151
Υπηρεσίες	5,050
Υποδομές	5,036
Προγενέστερες εμπειρίες	4,870
Φυσικές Καταστροφές	4,807
Πληροφόρηση	4,736
Ταξιδιωτική Οδηγία	4,679
Κλιματολογικές συνθήκες	4,662
Βίωση διαφορετικού τρόπου ζωής	4,53
Φιλικοί άνθρωποι	4,471
Επικοινωνία	4,217
Πολιτισμική απόσταση	3,686
Πρόσφυγες	3,593
Κοινωνικό γόητρο	3,144

Πηγή: Ϊδία επεξεργασία

Σε σχέση με τους παράγοντες που επηρεάζουν την επιλογή τόπου διακοπών, διακρίνονται τρεις ομάδες επιρροής (Πίνακας 3.10). Η πρώτη ομάδα, με έντονη επιρροή στην απόφαση επιλογής τουριστικού προορισμού, περιλαμβάνει τις μεταβλητές που έχουν μέση τιμή >5,5 και οι οποίες είναι (κατά φθίνουσα σειρά): Θέληση, Πολιτική Αστάθεια, Κίνδυνοι Υγείας, Κόστος Ταξιδιού, Εγκληματικότητα. Οι τρεις από τους πέντε παράγοντες αυτής της ομάδας, πλην των θελήσεων που αποτελούν παράγοντα έλξης ενός τόπου προορισμού και του κόστους του ταξιδιού, αποτελούν αντιληπτούς κινδύνους.

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον έχει ότι πρώτος τη κατάταξη παράγοντας αντιληπτού κινδύνου που επηρεάζει την απόφαση επιλογής τουριστικού προορισμού είναι η πολιτική αστάθεια. Μάλιστα, οι μισοί ερωτηθέντες (49,3%) αξιολόγησαν την πολιτική αστάθεια ως παράγοντα που επηρεάζει απόλυτα (αποδίδοντας την τιμή 7) την επιλογή του τόπου προορισμού (Εικόνα 3.5).

Εικόνα 3.5: Συχνότητες Μεταβλητής Πολιτική Αστάθεια, (ιδία επεξεργασία)



Υπενθυμίζεται ότι η αξιολόγηση της επιρροής έγινε με κλίμακα Likert 1-7 όπου 1:Καμία και 7:Απόλυτη

Πηγή: Ιδία επεξεργασία

Ο παράγοντας πολιτική αστάθεια τοποθετείται αξιολογικά από τους ερωτηθέντες αρκετά πιο πάνω από την απειλή τρομοκρατικής επίθεσης. Μία πιθανή εξήγηση για αυτό είναι ότι η απειλή τρομοκρατικής επίθεσης αντιπροσωπεύει ένα πιο ξαφνικό, απρόβλεπτο, ίσως και τυχαίο γεγονός σε σχέση με την πολιτική αστάθεια, το οποίο οι ερωτώμενοι αξιολογούν πιο χαμηλά ίσως επειδή αποδίδουν μικρή πιθανότητα να συμβεί στον τόπο επιλογής τους. Υπενθυμίζεται ότι, όπως ήδη αναλύθηκε σε προηγούμενο κεφάλαιο, η πολιτική αστάθεια αφορά πολεμικές συγκρούσεις αλλά και άλλες αναταραχές που σχετίζονται με την πολιτική κατάσταση ενός τόπου, επομένως πρόκειται για μία κατάσταση που είναι είτε αναμενόμενη να συμβεί είτε διαρκείας εφόσον υφίσταται ήδη. Επίσης, ακόμη και αν σε κάποιον προορισμό έχει ήδη σημειωθεί κάποιο τρομοκρατικό χτύπημα, πρόσφατα ή και παλαιότερα, οι δυνητικοί

τουρίστες είναι πολύ πιθανό να θεωρούν ότι η πιθανότητα να συμβούν και άλλα παρόμοια συμβάντα στον ίδιο προορισμό, ειδικά άμεσα, είναι μικρή.

Η μεταβλητή απειλή τρομοκρατικής επίθεσης έχει μέση τιμή 5,489 και βρίσκεται πολύ κοντά στην πρώτη ομάδα παραγόντων έντονης επιρροής. Στη δεύτερη ομάδα επιρροής είναι οι μεταβλητές που αξιολογούνται με μέση τιμή μεγαλύτερη του 4, (δεδομένου ότι έχουμε κλίμακα Likert 1-7) και η επιρροή τους είναι λιγότερο έντονη σε σχέση με την πρώτη ομάδα. Οι παράγοντες αυτής της ομάδας είναι: Απειλή τρομοκρατικής επίθεσης, Ασφάλεια στο ταξίδι, Ασφάλεια τροφίμων, Πολιτισμός, Προσβασιμότητα, Υπηρεσίες, Υποδομές, Προηγούμενη εμπειρία, Φυσικές καταστροφές, Πληροφόρηση, Ταξιδιωτική Οδηγία, Κλιματολογικές συνθήκες, Βίωση διαφορετικού τρόπου ζωής, Φιλικοί άνθρωποι, Επικοινωνία/Γλώσσα.

Τέλος, η τρίτη ομάδα περιλαμβάνει τις μεταβλητές που έχουν μέση τιμή λιγότερο από 4. Οι μεταβλητές αυτές είναι η πολιτισμική απόσταση, η ύπαρξη προσφύγων και το κοινωνικό γόητρο. Οι μέσες τιμές αυτών των μεταβλητών είναι μεν κάτω από 4 αλλά είναι κοντά στο 3,5 δεν είναι πολύ πιο χαμηλές. Τη χαμηλότερη αξιολόγηση λαμβάνει η μεταβλητή κοινωνικό γόητρο που αντιπροσωπεύει ένα εσωτερικό, ψυχοκοινωνικό κίνητρο των τουριστών. Αυτό είναι σε ένα βαθμό αναμενόμενο καθώς στη σημερινή εποχή, πολύ λιγότερο σε σχέση με το παρελθόν, η επίσκεψη ενός τόπου συνδέεται συμβολικά με την απόδοση γοήτρου σε αυτούς που τον επισκέπτονται. Το αποτέλεσμα αυτό έρχεται σε ταύτιση με τα αποτελέσματα του Crompton (1979) όπου διαπιστώθηκε ότι το κύρος/γόητρο δεν επηρεάζει τους ερωτώμενους κατά την απόφαση επιλογής τουριστικού προορισμού.

Εστιάζοντας την προσοχή μας μόνο στις μεταβλητές που αντιπροσωπεύουν αντιληπτούς κινδύνους και ζητήματα ασφάλειας (Πίνακας 3.11), παρατηρείται ότι κίνδυνοι όπως οι κίνδυνοι υγείας και η εγκληματικότητα έχουν μεγαλύτερη μέση τιμή από κινδύνους όπως η τρομοκρατία και οι φυσικές καταστροφές.

Πίνακας 3.11: Μέσες τιμές μεταβλητών που αντιπροσωπεύουν αντιληπτούς κινδύνους και ζητήματα ασφάλειας

Κίνδυνοι	Μέση τιμή
Πολιτική αστάθεια	6,014
Κίνδυνοι Υγείας	5,764
Εγκληματικότητα	5,607
Απειλή τρομοκρατικής επίθεσης	5,489
Ασφάλεια τροφίμων	5,336
Φυσικές Καταστροφές	4,807
Φιλικοί άνθρωποι	4,471
Πολιτισμική απόσταση	3,686
Πρόσφυγες	3,593

Πηγή: Ιδία επεξεργασία

Αυτό μπορεί να ερμηνευθεί ως μία τάση των ερωτηθέντων να λαμβάνουν κάποιους κινδύνους πιο πολύ υπόψη τους, επειδή αποδίδουν σε αυτούς μεγαλύτερη πιθανότητα να συμβούν. Η αξιολογική ταξινόμηση των κινδύνων με αυτό το σκεπτικό επισημάνθηκε και από την Dolcinar (2007). Τα αποτελέσματα που λάβαμε έρχονται σε ταύτιση με την έρευνα της Dolcinar (2007). Στη συγκεκριμένη έρευνα στην ερώτηση «ποιοι κίνδυνοι θα σας απέτρεπαν από το να επιλέξετε ένα ταξίδι» τα αποτελέσματα έδειξαν ότι οι ερωτηθέντες κατέταζαν πρώτο τον κίνδυνο της εμπόλεμης κατάστασης (war and military conflict), στη συνέχεια τον κίνδυνο ασθeneιών απειλητικών για τη ζωή (Life threatening diseases) και έπειτα τις τρομοκρατικές πράξεις.

Από τη στατιστική ανάλυση ελέγχου των μέσων τιμών διαπιστώνεται ότι το φύλο δεν παίζει ρόλο στην επιρροή όλων των παραπάνω παραγόντων στην απόφαση επιλογής τουριστικού προορισμού.

Ηλικία

Όσον αφορά την ηλικία, η ηλικία φαίνεται να επηρεάζει την αξιολόγηση της επιρροής κάποιων μεταβλητών, άλλων περισσότερο και άλλων λιγότερο. Πιο συγκεκριμένα η επιρροή της ηλικίας είναι εξαιρετικά σημαντική στους παράγοντες πολιτική αστάθεια ($p \text{ value}=0,000^{**}$) και πολιτισμική απόσταση ($p \text{ value}=0,003^{**}$). Επίσης, η ηλικία διαδραματίζει σε μικρότερο βαθμό ρόλο στην επιρροή που έχουν στην απόφαση επιλογής προορισμού η εγκληματικότητα, η απειλή τρομοκρατικής επίθεσης, οι κλιματολογικές συνθήκες, οι φιλικοί άνθρωποι, οι υπηρεσίες τις οποίες παρέχει ο τόπος

προορισμού, η πληροφόρηση, η προγενέστερη ταξιδιωτική εμπειρία και το κοινωνικό γόητρο που παρέχει η επίσκεψη ενός προορισμού.

Η αξιολόγηση του παράγοντα πολιτική αστάθεια (πολεμικές συρράξεις, αναταραχές κλπ) αυξάνει όσο αυξάνει η ηλικία των ερωτηθέντων. Σε σχέση με τους μεγαλύτερους σε ηλικία οι νέοι 18-30 ετών δίνουν πολύ μικρότερη σημασία στον παράγοντα πολιτική αστάθεια, ενώ την μεγαλύτερη σημασία την αποδίδουν οι άνω των 51 ετών κι ακολουθούν οι ηλικίες 41-50. Είναι ένα αποτέλεσμα λογικό καθώς οι μεγαλύτεροι στην ηλικία δίνουν μεγαλύτερη σημασία και εκφράζουν πιο εύκολα το φόβο. Επίσης, είναι έμπειροι και αντιλαμβάνονται ουσιαστικά και όχι θεωρητικά τη σημασία μιας εμπόλεμης κατάστασης και δεν αντιμετωπίζουν απήφιστα το ενδεχόμενο να την αντιμετωπίσουν σε έναν προορισμό. Επομένως, λαμβάνουν πολύ σοβαρά υπόψη τους το συγκεκριμένο παράγοντα όταν επιλέγουν προορισμό διακοπών.

Για τους νέους 18-30 ετών οι παράγοντες εγκληματικότητας και απειλή τρομοκρατικής επίθεσης δεν θεωρούνται τόσο σημαντικοί για την επιλογή του τόπου προορισμού σε αντίθεση με τους μεγαλύτερους, και ειδικότερα τους 41-50 ετών (Πίνακας 3.12). Όσον αφορά την εγκληματικότητα μπορούμε να υποθεθεί ότι οι νεότεροι ίσως θεωρούν ότι μπορούν πιο εύκολα να αποφύγουν την εμπλοκή τους σε κάποια εγκληματική πράξη ή να αντιλαμβάνονται λιγότερο την έννοια του φόβου εξαιτίας της ηλικίας τους. Ακόμη, μία πιθανή εξήγηση μπορεί να είναι ότι οι νεότεροι σε ηλικία μπορούν να ενημερωθούν πιο εύκολα, έχοντας την ευχέρεια της πρόσβασης σε πληροφορίες μέσω διαδικτύου (ιστοσελίδες, μέσα κοινωνικής δικτύωσης κ.ά), για το ποιες περιοχές πρέπει να αποφεύγουν όταν επισκέπτονται έναν προορισμό. Όσον αφορά τον ενδεχόμενο κίνδυνο τρομοκρατικής επίθεσης οι νεότεροι αξιολογούν πιο χαμηλά την επιρροή του στην απόφαση επιλογής τουριστικού προορισμού γεγονός που σημαίνει ότι και για αυτή την περίπτωση αισθάνονται λιγότερο φόβο σε σχέση με τους μεγαλύτερους.

Πίνακας 3.12: Επιρροή της ηλικίας στην αξιολόγηση των παραγόντων επιλογής τουριστικού προορισμού

Μεταβλητή	Ηλικία					ANOVA test
	18-30	31-40	41-50	51 και άνω	Σύνολο	
Ταξιδιωτική Οδηγία	4,227	4,855	4,743	4,524	4,679	0,475
Κόστος ταξιδιού	5,727	5,710	5,743	5,143	5,636	0,257
Φυσικές Καταστροφές	4,136	5,000	5,114	4,429	4,807	0,103
Κίνδυνοι Υγείας	5,636	5,952	5,829	5,238	5,764	0,208
Εγκληματικότητα	4,818	5,694	6,057	5,429	5,607	0,017*
Απειλή τρομοκρατικής επίθεσης	4,773	5,500	6,086	5,200	5,489	0,030*
Ασφάλεια	4,909	5,242	5,771	5,524	5,364	0,149
Θέληγτρα	5,909	5,887	6,343	6,000	6,021	0,181
Κλιματολογικές συνθήκες	4,409	4,435	5,286	4,550	4,662	0,047*
Υποδομές	4,591	4,935	5,371	5,238	5,036	0,119
Φιλικόι άνθρωποι	4,045	4,274	4,971	4,667	4,471	0,090*
Βίωση διαφορετικού τρόπου ζωής	4,43	4,48	4,83	4,24	4,53	0,577
Πολιτισμός	5,182	5,048	5,686	5,381	5,279	0,174
Πολιτική αστάθεια	5,091	5,968	6,371	6,524	6,014	0,000**
Ασφάλεια τροφίμων	5,000	5,177	5,829	5,333	5,336	0,173
Υπηρεσίες	4,545	4,919	5,514	5,190	5,050	0,037*
Πληροφόρηση	4,500	4,774	5,200	4,095	4,736	0,017*
Προγενέστερες εμπειρίες	4,857	4,803	5,343	4,286	4,870	0,044*
Προσβασιμότητα	5,333	5,258	5,229	4,524	5,151	0,086
Επικοινωνία	4,143	4,279	4,486	3,667	4,217	0,316
Πολιτισμική απόσταση	3,318	3,629	4,429	3,000	3,686	0,003**
Κοινωνικό γόητρο	3,091	2,852	3,857	2,857	3,144	0,025*
Πρόσφυγες	3,227	3,677	4,000	3,048	3,593	0,185

Όσον αφορά τον παράγοντα πληροφόρηση, διαπιστώνεται ότι αν και οι ηλικίας 41-50 αξιολογούν υψηλά το συγκεκριμένο παράγοντα, με μέση τιμή 5,2, οι μεγαλύτεροι σε ηλικία (51 και άνω) αξιολογούν πολύ χαμηλότερα τις διαθέσιμες πληροφορίες που μπορούν να έχουν όταν επιλέγουν έναν προορισμό. Στο ίδιο συμπέρασμα κατέληξαν και οι Floyd and Pennington-Gray (2004).

Και στους άλλους παράγοντες όπου η ηλικία είναι στατιστικά σημαντική (Πίνακας 3.12), παρατηρείται ότι τη μεγαλύτερη αξιολόγηση, άρα τη μεγαλύτερη σημασία, αποδίδουν οι ερωτηθέντες της ηλικίας 41-50 ετών.

Επίπεδο εκπαίδευσης

Το επίπεδο εκπαίδευσης επηρεάζει την αξιολόγηση των παραγόντων επιλογής τουριστικού προορισμού σε ελάχιστες περιπτώσεις: ταξιδιωτική οδηγία,

κλιματολογικές συνθήκες και πολιτική αστάθεια. Όσον αφορά την ταξιδιωτική οδηγία παρατηρούμε ότι οι απόφοιτοι δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης δίνουν μικρότερη σημασία στην ταξιδιωτική οδηγία γιατί είναι πολύ πιθανό να μη γνωρίζουν τι ακριβώς είναι. Οι απόφοιτοι τριτοβάθμιας εκπαίδευσης αξιολογούν υψηλότερα τον παράγοντα κλιματολογικές συνθήκες σε σχέση με τους απόφοιτους δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης, ενδεχομένως επειδή οργανώνουν με τέτοιο τρόπο τις διακοπές τους ώστε να συνδυάζουν τον τόπο διακοπών με συγκεκριμένες δραστηριότητες για τις οποίες έχει σημασία ο συγκεκριμένος παράγοντας. Τέλος, όσον αφορά την αξιολόγηση του παράγοντα πολιτική αστάθεια, τα αποτελέσματα έδειξαν ότι οι απόφοιτοι δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης τον αξιολογούν πολύ υψηλά, σχεδόν απόλυτη επιρροή, με μέση τιμή 6,450 ενώ οι απόφοιτοι τριτοβάθμιας εκπαίδευσης με μέση τιμή 5,942 (Πίνακας 3.13). Το ότι οι απόφοιτοι δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης βαθμολογούν τόσο υψηλά τον παράγοντα πολιτική αστάθεια είναι λογικό, διότι υπάρχει συσχέτιση μεταξύ επιπέδου εκπαίδευσης και ηλικίας και όπως προέκυψε και από την ανάλυση με βάση την ηλικία οι πιο ηλικιωμένοι αξιολογούν την επιρροή της πολιτικής αστάθειας πολύ υψηλά και υψηλότερα σε σχέση με τις μικρότερες ηλικίες.

Επιπλέον, αν και οι δύο τιμές είναι αρκετά υψηλές, φαίνεται ότι οι απόφοιτοι τριτοβάθμιας εκπαίδευσης αξιολογούν το συγκεκριμένο κίνδυνο λίγο χαμηλότερα σε σχέση με τους αποφοίτους δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης, καθώς ενδιαφέρονται περισσότερο να ικανοποιήσουν ανάγκες υψηλότερου επιπέδου από την ανάγκη της ασφάλειας, με βάση την ιεραρχία αναγκών του Maslow.

Οι Pennington-Gray και Kerstetter διαπίστωσαν ότι οι γυναίκες απόφοιτοι πανεπιστημίου δεν αξιολογούν την ασφάλεια στο ταξίδι ως σημαντικό ή εξαιρετικά σημαντικό παράγοντα και αυτό το ερμήνευσαν υποθέτοντας ότι το εκπαιδευτικό του προφίλ μπορεί να τους έχει προσδώσει διαφορετική στάση (attitude) για το ταξίδι γενικά και την ασφάλεια στο ταξίδι ειδικότερα (Pennington-Gray, Kerstetter, 2001).

Πίνακας 3.13: Επιρροή του επιπέδου εκπαίδευσης στην αξιολόγηση των παραγόντων επιλογής τουριστικού προορισμού

Μεταβλητή	Επίπεδο Εκπαίδευσης			ANOVA test
	Απόφοιτοι Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης	Απόφοιτοι Τριτοβάθμιας Εκπαίδευσης	Σύνολο	
Ταξιδιωτική Οδηγία	4,050	4,783	4,679	0,069*
Κόστος ταξιδιού	5,600	5,642	5,636	0,888
Φυσικές Καταστροφές	4,550	4,850	4,807	0,476
Κίνδυνοι Υγείας	5,450	5,817	5,764	0,268
Εγκληματικότητα	5,200	5,675	5,607	0,186
Απειλή τρομοκρατικής επίθεσης	5,150	5,546	5,489	0,335
Ασφάλεια	5,350	5,367	5,364	0,963
Θέλητρα	5,950	6,033	6,021	0,735
Κλιματολογικές συνθήκες	4,100	4,756	4,662	0,076*
Υποδομές	5,100	5,025	5,036	0,811
Φιλικοί άνθρωποι	4,550	4,458	4,471	0,810
Βίωση διαφορετικού τρόπου ζωής	4,35	4,55	4,53	0,603
Πολιτισμός	4,900	5,342	5,279	0,187
Πολιτική αστάθεια	6,450	5,942	6,014	0,088*
Ασφάλεια τροφίμων	5,000	5,392	5,336	0,308
Υπηρεσίες	4,800	5,092	5,050	0,363
Πληροφόρηση	4,300	4,808	4,736	0,112
Προγενέστερες εμπειρίες	4,500	4,932	4,870	0,197
Προσβασιμότητα	4,900	5,193	5,151	0,324
Επικοινωνία	3,750	4,297	4,217	0,161
Πολιτισμική απόσταση	3,250	3,758	3,686	0,179
Κοινωνικό γόητρο	3,200	3,134	3,144	0,869
Πρόσφυγες	3,600	3,592	3,593	0,985

Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

Σε σχέση με την οικογενειακή κατάσταση:

Η οικογενειακή κατάσταση αποτελεί μία πολύ σημαντική μεταβλητή για την αξιολόγηση των παραγόντων επιλογής τουριστικού προορισμού καθώς σύμφωνα με τα αποτελέσματα που λάβαμε είναι στατιστικά σημαντική, επηρεάζει δηλαδή, τους 13 από τους 23 παράγοντες προς αξιολόγηση, περισσότερους δηλαδή από τους μισούς. Πιο συγκεκριμένα, πραγματοποιώντας έλεγχο ANOVA διαπιστώθηκε (Πίνακας 3.14) ότι η μεταβλητή οικογενειακή κατάσταση επηρεάζει απόλυτα τις μεταβλητές πολιτική αστάθεια και εγκληματικότητα ($p \text{ value}=0,000$), φυσικές καταστροφές ($p \text{ value}=0,001$) και απειλή τρομοκρατικής επίθεσης ($p \text{ value}=0,005$). Μικρότερη επιρροή της

οικογενειακής κατάστασης υπάρχει για την αξιολόγηση των μεταβλητών ασφάλεια, κλιματολογικές συνθήκες, φιλικοί άνθρωποι, ασφάλεια τροφίμων, υπηρεσίες, πληροφόρηση, πολιτισμική απόσταση, πρόσφυγες.

Πίνακας 3.14: Επιρροή της οικογενειακής κατάστασης στην αξιολόγηση των παραγόντων επιλογής τουριστικού προορισμού

Μεταβλητή	Οικογενειακή κατάσταση				ANOVA test
	Άγαμος/η	Έγγαμος/η - Σύμφωνο Συμβίωσης	Διαζύγιο - Χηρεία	Σύνολο	
Ταξιδιωτική Οδηγία	4,250	4,975	4,556	4,679	0,050*
Κόστος ταξιδιού	5,596	5,671	5,556	5,636	0,924
Φυσικές Καταστροφές	4,250	5,266	4,000	4,807	0,001**
Κίνδυνοι Υγείας	5,519	5,962	5,444	5,764	0,148
Εγκληματικότητα	5,058	6,076	4,667	5,607	0,000**
Απειλή τρομοκρατικής επίθεσης	4,942	5,897	5,111	5,489	0,005**
Ασφάλεια	4,904	5,671	5,333	5,364	0,015*
Θέλητρα	6,000	6,038	6,000	6,021	0,976
Κλιματολογικές συνθήκες	4,288	4,923	4,556	4,662	0,066*
Υποδομές	4,731	5,215	5,222	5,036	0,100
Φιλικοί άνθρωποι	4,096	4,696	4,667	4,471	0,094*
Βίωση διαφορετικού τρόπου ζωής	4,50	4,47	5,11	4,53	0,535
Πολιτισμός	5,192	5,316	5,444	5,279	0,825
Πολιτική αστάθεια	5,404	6,392	6,222	6,014	0,000**
Ασφάλεια τροφίμων	4,923	5,671	4,778	5,336	0,016*
Υπηρεσίες	4,692	5,266	5,222	5,050	0,047*
Πληροφόρηση	4,538	4,949	4,000	4,736	0,049*
Προγενέστερες εμπειρίες	4,667	5,064	4,333	4,870	0,135
Προσβασιμότητα	5,176	5,203	4,556	5,151	0,322
Επικοινωνία	4,176	4,321	3,556	4,217	0,395
Πολιτισμική απόσταση	3,346	3,975	3,111	3,686	0,040*
Κοινωνικό γόητρο	2,863	3,380	2,667	3,144	0,143
Πρόσφυγες	3,058	3,899	4,000	3,593	0,023*

Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

Αξίζει να σημειωθεί ότι συστηματικά οι άγαμοι βαθμολογούν με μικρότερη ένταση τους παράγοντες επιλογής τόπου προορισμού σε σχέση με τους έγγαμους και αυτό είναι ένα λογικό και αναμενόμενο αποτέλεσμα, πρώτον γιατί δεν τίθεται θέμα ασφαλείας σε σχέση με τα παιδιά και δεύτερο, σε σημαντικό βαθμό οι άγαμοι είναι μικρότεροι σε ηλικία και η έννοια του φόβου σε αυτούς είναι λιγότερο έντονη. Πέρα από τους παράγοντες που αντιπροσωπεύουν ενδεχόμενους κινδύνους και άλλοι παράγοντες όπως

φιλικόι άνθρωποι, υπηρεσίες και πληροφόρηση αξιολογούνται χαμηλότερα από τους άγαμους σε σχέση με τους έγγαμους. Ο τρόπος που αξιολόγησαν τους παράγοντες επιρροής οι άγαμοι θυμίζει το προφίλ των αλλοκεντρικών της θεωρίας του Plog οι οποίοι δε δίνουν τόση σημασία σε ανέσεις και υπηρεσίες που προσφέρει ο τόπος προορισμού αλλά αντίθετα προτιμούν τις νέες εμπειρίες ακόμη και την περιπέτεια στον τόπο προορισμού.

3.3.4 ΑΝΑΛΥΣΗ ΣΕ ΚΥΡΙΕΣ ΣΥΝΙΣΤΩΣΕΣ

Με βάση την αξιολόγηση των 140 ερωτηθέντων σχετικά με την επιρροή που ασκούν διάφοροι παράγοντες (22 συνολικά) κατά την επιλογή του τόπου προορισμού, εφαρμόστηκε Ανάλυση σε Κύριες Συνιστώσες (ΑΚΣ) προκειμένου να γίνει συμπύκνωση του μεγάλου όγκου πληροφορίας που συλλέχθηκε. Η Α.Κ.Σ. αποτελεί μια γνωστή μέθοδο επεξεργασίας δεδομένων που εντάσσεται στις λεγόμενες Παραγοντικές Αναλύσεις. Η επιλογή της συγκεκριμένης τεχνικής συνιστάται όταν η ανάλυση δεν στηρίζεται σε θεωρητικό μοντέλο και κατά συνέπεια η προσέγγιση έχει καθαρά διερευνητικό χαρακτήρα. Αποτελεί πολύ χρήσιμο εργαλείο για την *ανάλυση συνθετών φαινομένων που δεν μπορούν να μετρηθούν άμεσα* (not directly observable), ειδικά όταν αναφέρεται σε ανθρώπινες συμπεριφορές, αντιλήψεις και προτιμήσεις (Ντυκέν, 2016).

Η μέθοδος βασίζεται στη *συσχέτιση διαφορών μεταβλητών που περιγράφουν το φαινόμενο που διερευνάται*. Απαιτεί όμως σημαντική συσχέτιση μεταξύ των περισσότερων επιλεγμένων μεταβλητών και οδηγεί στον ορισμό περιορισμένου αριθμού νέων συνθετών μεταβλητών (Factors), εξασφαλίζοντας την απλοποίηση ενός συνόλου δεδομένων (Thurstone, 1931).

Πέραν την απαραίτητη συσχέτιση μεταξύ των αρχικών μεταβλητών, η εφαρμογή της Α.Κ.Σ. προϋποθέτει *κατάλληλη αναλογία μεταξύ αριθμού παρατηρήσεων και αριθμού επιλεγμένων μεταβλητών*. Σύμφωνα με τη διεθνή βιβλιογραφία, συνιστάται η αναλογία να είναι τουλάχιστον της τάξης 5 παρατηρήσεων (ερωτηματολογίων) ανά μεταβλητή όταν το μέγεθος του δείγματος ξεπερνά τα 100 (Bryant and Yarnold, 1995, στο David Garson, 2008; Gorsuch, 1983, Arrindell & van der Ende, 1985).

Στην παρούσα ανάλυση, η αναλογία είναι της τάξης του 6/1 (140 ερωτηματολόγια και 22 μεταβλητές) ενώ παράλληλα όλες οι μεταβλητές παρουσιάζουν σχετική συσχέτιση μεταξύ τους. Η εφαρμογή της Α.Κ.Σ. ανέδειξε όμως ότι, ο παράγοντας

«Κλιματολογικές συνθήκες» δεν είναι στατιστικά σημαντικός: ο δείκτης συμμετοχικότητας H^2 (προέκταση της έννοιας της συσχέτισης) αποτελεί εκτίμηση της διακύμανσης της μεταβλητής που διατηρείται στο μοντέλο. Όμως στην προκειμένη περίπτωση ο δείκτης είναι ιδιαίτερα χαμηλός ($< 0,500$) και κατά συνέπεια, αφαιρέθηκε από την ανάλυση.

Η Α.Κ.Σ. με βάση τις 21 υπόλοιπες μεταβλητές οδήγησε στην παραγωγή 6 συνθετών δεικτών (Factors) με υψηλό ΚΜΟ = 0,839 και ποσοστό διακύμανσης που διατηρείται της τάξης του 70%, επιβεβαιώνοντας ότι, το μοντέλο είναι στατιστικά πολύ ικανοποιητικό ενώ κάθε νέα μεταβλητή αναφέρεται σε μια συγκεκριμένη διάσταση.

Πίνακας 3.15: Αποτελέσματα Ανάλυσης Κύριων Συνιστωσών

	H2	ΣΥΝΘΕΤΕΣ ΜΕΤΑΒΛΗΤΕΣ					
		1	2	3	4	5	6
Εγκληματικότητα	,795	,816					
Τρομοκρατική Επίθεση	,769	,808					
Ασφάλεια	,751	,801					
Κίνδυνοι Υγείας	,679	,795					
Φυσικές Καταστροφές	,697	,783					
Ταξιδιωτική Οδηγία	,562	,731					
Ασφάλεια Τροφίμων	,622	,618					
Πολιτική αστάθεια	,526	,598					
Υπηρεσίες	,747		,787				
Υποδομές	,718		,784				
Φιλικοί άνθρωποι	,763		,691		,462		
Απόσταση πολιτισμού	,756			,824			
Επικοινωνία	,695			,770			
Κοινωνικό γόητρο	,685			,638			
Πολιτισμός	,776				,796		
Βίωση διαφορετικού τρόπου ζωής	,648				,742		
Θέλγητρα	,510				,697		
Προηγούμενη ταξιδιωτική εμπειρία	,796					,849	
Πληροφόρηση	,713					,688	
Κόστος ταξιδιού	,671						,813
Προσβασιμότητα	,652		,455				,530
Ιδιοτιμές		7,057	2,224	1,596	1,403	1,213	1,037
% Διακύμανσης		33,6	10,6	7,6	6,7	5,8	4,9

Πηγή: Ιδία επεξεργασία

Ο πρώτος δείκτης με 33,6% διακύμανση αποτελεί το κυρίαρχο παράγοντα επιρροής για την επιλογή τόπου προορισμού για διακοπές. Αναφέρεται στις πολλαπλές μορφές

κίνδυνου τόσο προερχόμενες από τον άνθρωπο αλλά και από τη φύση (τρομοκρατία, φυσικές καταστροφές κ.ά) καθώς και στην αναζήτηση ασφάλειας, συνολικά και ειδικότερα ως προς την υγεία και τη διατροφή. Από το αποτέλεσμα της παρούσας ανάλυσης διαπιστώνουμε το πόσο σημαντική είναι πλέον η επιρροή του αντιληπτού κινδύνου και το ζήτημα της ασφάλειας στην απόφαση των τουριστών όταν επιλέγουν τουριστικό προορισμό. Η σημαντικότητα των παραγόντων αυτών που συνθέτουν την πρώτη υπερ-μεταβλητή φαίνεται επίσης από το υψηλό ποσοστό της συμμετοχής της (33,6%) στην συνολική διακύμανση.

Τα χαρακτηριστικά και οι ανέσεις που προσφέρει ο τόπος προορισμού, αποτελούν τη δεύτερη σύνθετη μεταβλητή η οποία επηρεάζει την επιλογή των δυνητικών τουριστών, με αρκετά σημαντική συμμετοχή στη συνολική διακύμανση (10,6%). Οι παροχές λοιπόν του τόπου διακοπών, το τι θα συναντήσει ή τι θα ήθελε να συναντήσει ο τουρίστας στον τόπο διακοπών σε επίπεδο υπηρεσιών και υποδομών σε συνδυασμό με την ύπαρξη φιλικών ανθρώπων στον τόπο αυτό αποτελούν σημαντικό παράγοντα επιρροής της απόφασής του. Επομένως, έχοντας επιλέξει ασφαλή τόπο προορισμού, αναζητούν ως δεύτερο κριτήριο, αξιοπρεπείς ανέσεις.

Η τρίτη κατά σειρά σύνθετη μεταβλητή που επηρεάζει την επιλογή του τόπου προορισμού διακοπών (7,6% της συνολικής διακύμανσης), αφορά τη δυνατότητα πολιτισμικής ανταλλαγής και συνεννόησης με την τοπική κοινωνία πέρα από την ενδεχόμενη πολιτισμική απόσταση. Αν και λιγότερη σημαντική σε σχέση με τις δύο πρώτες συνιστώσες, η αναζήτηση επικοινωνίας με τους κάτοικους της περιοχής που επισκέπτεται, αποτελεί βασικό κριτήριο.

Τα επόμενα τρία κριτήρια μπορούν να θεωρηθούν ως δευτερεύουσας σημασίας. Το τέταρτο κριτήριο αφορά τον πολιτιστικό χαρακτήρα ενός προορισμού και την κουλτούρα του. Αναφέρεται καθαρά στους παράγοντες πολιτισμός, βίωση διαφορετικού τρόπου ζωής και θέλγητρα. Τα θέλγητρα ενός τόπου προσδιορίζουν την κουλτούρα του και είναι εκφράσεις του πολιτισμού του.

Το πέμπτο κατά σειρά κριτήριο αφορά τη γνώση που μπορεί να έχει ο δυνητικός τουρίστας για έναν προορισμό και πιο συγκεκριμένα αφορά την πληροφόρηση που έχει ήδη αποκτήσει με διάφορους τρόπους άλλα και μέσω της προηγούμενης ταξιδιωτικής εμπειρίας. Το σχετικό κριτήριο μπορεί να ερμηνευθεί ως μια «αποφυγή του άγνωστου και του απρόβλεπτου».

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον έχει το γεγονός ότι η οικονομική συνιστώσα είναι το τελευταίο κριτήριο κατά σειρά σημασίας. Η επιλογή τόπου προορισμού δεν φαίνεται να βασίζεται κατά κύριο λόγο στο κόστος του ταξιδιού και στην προσβασιμότητα του τόπου προορισμού η οποία και αυτή έχει άμεση επιρροή στο κόστος. Παρά το γεγονός ότι διανύουμε περίοδο οικονομικής κρίσης στη χώρα μας και πολλές δραστηριότητες ελεύθερου χρόνου έχουν περιοριστεί, σύμφωνα με τις απαντήσεις των ερωτηθέντων η αξιολόγηση του οικονομικού κόστους και της προσβασιμότητας που μεταφράζεται σε οικονομικό και χρονικό κόστος είναι ο τελευταίος παράγοντας επιρροής της επιλογής τουριστικού προορισμού. Θα ανέμενε κανείς ότι η οικονομική διάσταση ενός ταξιδιού θα διαδραμάτιζε σημαντικότερο ρόλο.

Έχοντας ολοκληρώσει τα αποτελέσματα της Ανάλυσης σε Κύριες Συνιστώσες αξίζει να επισημάνουμε ότι οι ερωτηθέντες βάζουν πριν από όλα την έννοια της ασφάλειας και λαμβάνουν σημαντικά υπ' όψιν τους πιθανούς κινδύνους, ενώ ενδιαφέρον έχει το γεγονός ότι η οικονομική διάσταση (cost) είναι ο πιο αδύνατος και τελευταίος παράγοντας που επηρεάζει την επιλογή τουριστικού προορισμού διακοπών.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η συμπεριφορά των τουριστών αποτελεί σημαντικό αντικείμενο επιστημονικής ανάλυσης και η σχετική βιβλιογραφία επικεντρώνεται όλο και περισσότερο στα κριτήρια με βάση τα οποία οι άνθρωποι επιλέγουν τον τουριστικό προορισμό τους, κριτήρια που ουσιαστικά επηρεάζουν την τουριστική ζήτηση. Για αυτό το λόγο, η γνώση και η κατανόηση των παραγόντων που επηρεάζουν την πρόθεση συμπεριφοράς όσον αφορά την επιλογή τουριστικού προορισμού είναι σημαντική για το σχεδιασμό της τουριστικής πολιτικής ενός τόπου.

Ο σύγχρονος άνθρωπος ταξιδεύει προκειμένου, μέσω του τουρισμού, να ικανοποιήσει διάφορες ανάγκες του (κοινωνικές ψυχολογικές κ.ά). Επειδή ο τουρισμός είναι ευάλωτος σε εσωτερικές και εξωτερικές ταραχές, διάφορων ειδών και διαφορετικές μεταξύ τους, όπως φυσικές καταστροφές, επιδημικές ασθένειες και πολιτικές αναταραχές, υπάρχει πιθανότητα κατά τη διάρκεια της τουριστικής μετακίνησης, διαμονής και αναψυχής να απειληθεί η βασική ανθρώπινη ανάγκη της ασφάλειας. Είναι επομένως λογική η υπόθεση ότι κατά τη διαδικασία λήψης απόφασης οι τουρίστες εκτιμούν και συνυπολογίζουν διάφορους παράγοντες, ειδικά αυτούς που σχετίζονται με την ασφάλεια ή το ενδεχόμενο να αντιμετωπίσουν κινδύνους σε κάποιον τουριστικό προορισμό.

Η υπό διερεύνηση σχέση αφορά τη σχέση μεταξύ της αντίληψης κινδύνων και ασφάλειας των τουριστών και της επιλογής του προορισμού διακοπών. Αρχικά, προσδιορίστηκε το θεωρητικό πλαίσιο με βάση το οποίο η σχέση αυτή διερευνήθηκε. Σύμφωνα με τη βιβλιογραφία, η ασφάλεια και ο τουρισμός λειτουργούν παράλληλα και είναι έννοιες αλληλοεξαρτώμενες. Ένα ασφαλές περιβάλλον συμβάλει στην απόλαυση του ταξιδιού ενώ η ανασφάλεια καθιστά έναν τόπο προορισμού μη ελκτικό. Επίσης, ο αντιληπτός κίνδυνος και τα ζητήματα ασφαλείας αποτελούν κεντρικό θέμα στις εκτιμήσεις των ατόμων κατά τη διαδικασία λήψης απόφασης

Στα πλαίσια της παρούσας έρευνας μελετήθηκε σε ποιο βαθμό οι ενδεχόμενοι κίνδυνοι και ο παράγοντας ασφάλεια επηρεάζουν την απόφαση επιλογής τουριστικού προορισμού διακοπών, με βάση τις αντιλήψεις των τουριστών. Πραγματοποιήθηκε πρωτογενής έρευνα λαμβάνοντας υπόψη ότι αυτό που ενδιαφέρει είναι η υποκειμενική αντίληψη του ταξιδιώτη για τον κίνδυνο και την ασφάλεια και το πώς η αντίληψη αυτή

επηρεάζει την επιλογή τουριστικού προορισμού. Εξετάστηκαν τέσσερις διαφορετικές περιπτώσεις για την κάθε μεταβλητή (κίνδυνο, ασφάλεια). Ο αντιληπτός κίνδυνος για ταξίδι στο εσωτερικό, και ατομικό και οργανωμένο, και ο αντιληπτός κίνδυνος για ταξίδι στο εξωτερικό, και ατομικό και οργανωμένο. Αντίστοιχα και για τον παράγοντα ασφάλεια και το βαθμό στον οποίο τη λαμβάνουν υπόψη οι ερωτηθέντες όταν επιλέγουν τουριστικό προορισμό.

Τα αποτελέσματα της έρευνας υποστηρίζουν τα συμπεράσματα προηγούμενων ερευνών σύμφωνα με τα οποία οι δυνητικοί τουρίστες λαμβάνουν σε σημαντικό βαθμό υπόψη τον αντιληπτό κίνδυνο και τα ζητήματα ασφαλείας όταν επιλέγουν προορισμό διακοπών, επομένως και οι δύο αυτοί παράγοντες επηρεάζουν την τουριστική συμπεριφορά στη συγκεκριμένη απόφαση. Επίσης, οι ερωτηθέντες λαμβάνουν σε μεγαλύτερο βαθμό υπόψη τους ενδεχόμενους κινδύνους όταν πρόκειται να επιλέξουν προορισμό διακοπών στο εξωτερικό σε σχέση με το εσωτερικό. Ένα ακόμη συμπέρασμα που προέκυψε είναι ότι οι ερωτηθέντες, όσον αφορά το ταξίδι στο εξωτερικό, δίνουν μεγαλύτερη σημασία στον παράγοντα κίνδυνο όταν ταξιδεύουν ατομικά σε σχέση με όταν ταξιδεύουν σε οργανωμένα.

Όσον αφορά το κατά πόσο επηρεάζουν τα κοινωνικοοικονομικά χαρακτηριστικά την αντίληψη του κινδύνου και της ασφαλείας κατά την λήψη επιλογή τουριστικού προορισμού προέκυψε ότι οι αντιλήψεις σχετικά με τους ενδεχόμενους κινδύνους και με την ασφάλεια δε διαφέρουν ανάλογα με το φύλο. Επίσης, και η ηλικία όσον αφορά την αντίληψη κινδύνου και αναζήτηση ασφαλείας κατά την επιλογή τουριστικού προορισμού, δεν επηρεάζει τον αντιληπτό κίνδυνο και τον παράγοντα ασφάλεια εκτός μόνο μίας ηλικιακής κατηγορίας αυτής των 51 και άνω ετών και σε σχέση μόνο με την αντίληψη του κινδύνου για οργανωμένο ταξίδι εξωτερικού. Όσον αφορά το επίπεδο εκπαίδευσης, δεν υπάρχουν στατιστικές διαφορές στον αντιληπτό κίνδυνο και την ασφάλεια, ενώ η οικογενειακή κατάσταση αποτελεί σημαντικό παράγοντα για το βαθμό που λαμβάνει υπόψη τους ενδεχόμενους κινδύνους και την ασφάλεια ο δυνητικός τουρίστας. Πολύ μεγαλύτερη σημασία στους παράγοντες κίνδυνος και ασφάλεια δίνουν οι έγγαμοι ενώ οι δύο έννοιες αποκτούν ακόμη μεγαλύτερη βαρύτητα για τους δυνητικούς τουρίστες όταν αυτοί έχουν παιδιά.

Η επιλογή τουριστικού προορισμού είναι μία απόφαση που επηρεάζεται από διάφορους παράγοντες. Ο κάθε τύπος έχει κάποια χαρακτηριστικά τα οποία έλκουν τους τουρίστες, ενδεχομένως και κάποια τα οποία τους απωθούν. Επιπλέον, οι ίδιοι οι

τουρίστες επιλέγουν ένα τουριστικό προορισμό για να πραγματοποιήσουν τις διακοπές τους με βάση και τις δικές τους ανάγκες και το τι επιθυμούν να βιώσουν και να συναντήσουν σε έναν τουριστικό προορισμό.

Στην παρούσα έρευνα, παράγοντες έλξης και ώθησης του τόπου προορισμού αλλά και παράγοντες όπως αντιληπτοί κίνδυνοι και το ζήτημα της ασφάλειας αξιολογήθηκαν από τους ερωτώμενους όσον αφορά την επιρροή τους στην απόφαση επιλογής τόπου διακοπών. Αρχικά, διερευνήθηκε η επίδραση καθενός από τους παράγοντες επιλογής τουριστικού προορισμού. Με βάση τα αποτελέσματα σημαντικότερος μεμονωμένος παράγοντας που επηρεάζει την επιλογή αναδεικνύεται ο παράγοντας *θέλγητρα* ενός προορισμού και ακολούθως οι ερωτηθέντες αξιολογούν πολύ υψηλά παράγοντες που αντιπροσωπεύουν ενδεχόμενους κινδύνους. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον έχει ότι πρώτος στη κατάταξη παράγοντας αντιληπτού κινδύνου που επηρεάζει την απόφαση επιλογής τουριστικού προορισμού είναι η *πολιτική αστάθεια* και κίνδυνοι όπως οι *κίνδυνοι υγείας* και η *εγκληματικότητα* αξιολογούνται υψηλότερα από κινδύνους όπως η τρομοκρατία και οι φυσικές καταστροφές.

Διαπιστώθηκε ότι το φύλο δεν παίζει ρόλο στην επιρροή όλων των παραπάνω παραγόντων στην απόφαση επιλογής τουριστικού προορισμού ενώ η ηλικία φαίνεται να επηρεάζει την αξιολόγηση της επιρροής κάποιων κριτηρίων όπου οι μεγαλύτεροι σε ηλικία αξιολογούν υψηλότερα την επιρροή κινδύνων όπως η πολιτική αστάθεια, η εγκληματικότητα. Το επίπεδο εκπαίδευσης επηρεάζει την αξιολόγηση των παραγόντων επιλογής τουριστικού προορισμού σε ελάχιστες περιπτώσεις ενώ η οικογενειακή κατάσταση αποτελεί μία πολύ σημαντική μεταβλητή για την αξιολόγηση των παραγόντων επιλογής τουριστικού προορισμού καθώς σύμφωνα με τα αποτελέσματα που λάβαμε είναι στατιστικά σημαντική, επηρεάζει δηλαδή περισσότερους από τους μισούς που τέθηκαν προς αξιολόγηση. Συστηματικά οι άγαμοι βαθμολογούν με μικρότερη ένταση τους παράγοντες επιλογής τόπου προορισμού σε σχέση με τους έγγαμους.

Στο επόμενο βήμα ανάλυσης ομαδοποιήθηκαν και ιεραρχήθηκαν οι παράγοντες αυτοί με τη μέθοδο της Ανάλυσης σε Κύριες Συνιστώσες. Από την ανάλυση αυτή, προέκυψαν έξι νέοι σύνθετοι παράγοντες οι οποίοι συνοψίζουν τα κριτήρια με βάση τα οποία γίνεται η επιλογή του τόπου διακοπών. Ο πρώτος σε σημαντικότητα παράγοντας αφορά τους πιθανούς κινδύνους και το ζήτημα της ασφάλειας, αναδεικνύοντας έτσι τη

σημασία που αποδίδουν πλέον οι τουρίστες σε αυτές τις δύο έννοιες. Τα χαρακτηριστικά, οι ανέσεις που προσφέρει ο τόπος προορισμού, αποτελούν τη δεύτερη σύνθετη μεταβλητή η οποία επηρεάζει την επιλογή των δυνητικών τουριστών. Οι τουρίστες επιλέγουν ασφαλή τόπο προορισμού, και ως δεύτερο κριτήριο αξιολογούν το τι τους προσφέρει ο τόπος προορισμού σε επίπεδο υπηρεσιών και ανέσεων, επιβεβαιώνοντας την υπόθεση εργασίας ότι οι τουρίστες λαμβάνουν ολοένα και περισσότερο υπόψη τους, τους ενδεχόμενους κινδύνους και το ζήτημα της ασφάλειας όταν επιλέγουν τουριστικό προορισμό.

Ακολούθως, βασικό κριτήριο για την επιλογή τουριστικού προορισμού αποτελεί και η δυνατότητα πολιτισμικής ανταλλαγής και συνεννόησης με την τοπική κοινωνία, λαμβάνοντας υπόψη και την πολιτισμική απόσταση που χωρίζει τους τουρίστες με τον τόπο προορισμού. Ως δευτερεύουσας σημασίας κριτήρια επιλογής τόπου τουριστικού προορισμού αξιολογούνται ο πολιτιστικός χαρακτήρας και η κουλτούρα του. Το πέμπτο κατά σειρά κριτήριο αφορά την πληροφόρηση που μπορεί να έχει ο δυνητικός τουρίστας για έναν προορισμό αλλά και την προηγούμενης ταξιδιωτικής εμπειρίας, ενώ η οικονομική διάσταση της επιλογής τουριστικού προορισμού εμφανίζεται ως ο πιο αδύνατος παράγοντας επιρροής.

Παρά το γεγονός ότι το μέγεθος του δείγματος είναι περιορισμένο, τα αποτελέσματα που προέκυψαν μπορούν να θεωρηθούν χρήσιμα, δεδομένου ότι πρόκειται για συστηματική αξιολόγηση των αντιλήψεων των ίδιων των τουριστών οι οποίες επηρεάζουν την πρόθεση συμπεριφοράς τους και κατ' επέκταση την τουριστική ζήτηση για έναν προορισμό. Επιβεβαιώθηκε ότι η ασφάλεια είναι ένας από τους καθοριστικούς παράγοντες ελκυστικότητας ενός τόπου και μάλιστα το ζήτημα της ασφάλειας και της αποφυγής ενδεχόμενων κινδύνων απασχολεί πρωτίστως τους τουρίστες. Οι ασφαλείς προορισμοί είναι ελκυστικοί και όπως αποδείχθηκε και από την έρευνα, σε συνέπεια με τη βιβλιογραφία, ακόμη και όταν ο προορισμός διαθέτει πολλά στοιχεία ελκυστικότητας (καλό κλίμα, φυσική ομορφιά, υποδομές κ.ά) η πιθανή έλλειψη ασφάλειας μπορεί να επηρεάσει σημαντικά την τουριστική ζήτηση.

Για προορισμούς που χαρακτηρίζονται από αστάθεια, η κατανόηση της αντίληψης του κινδύνου από τους τουρίστες μπορεί να βοηθήσει στη διαμόρφωση ενός στρατηγικού μάρκετινγκ που θα εξετάσει τις διάφορες διαστάσεις των αντιλήψεων για τον κίνδυνο και την ασφάλεια και θα μετριάσει την επίδραση του αντιληπτού κινδύνου ο οποίος

αποτελεί σε πολλές περιπτώσεις ψυχολογικό εμπόδιο στις μετακινήσεις. Αλλά και για προορισμούς οι οποίοι δεν αντιμετωπίζουν ορατά και άμεσα ζητήματα ασφαλείας και θεωρούνται σχετικά ασφαλείς προορισμοί, όπως η Ελλάδα, η γνώση και αξιολόγηση των αντιλήψεων των τουριστών σχετικά με τα ζητήματα κινδύνου και ασφάλειας μπορεί να αποτελέσει τη βάση για την προώθηση της εικόνας του ασφαλούς προορισμού.

Η αναγνώριση των κινδύνων που επηρεάζουν τους δυνητικούς τουρίστες κατά τη επιλογή τουριστικού προορισμού μπορεί να συμβάλει στην καλύτερη κατανόηση της εικόνας ενός προορισμού με βάση την ασφάλεια και τον κίνδυνο. Συνεπώς, η εικόνα όσον αφορά τους κινδύνους για έναν προορισμό που έχουν οι τουρίστες μπορεί να επηρεάσει την πιθανότητα να επισκεφθούν τον προορισμό αυτό. Επομένως, θα ήταν αναμενόμενο να επιχειρηθεί να βελτιωθεί η εικόνα ενός προορισμού μειώνοντας τον αντιληπτό κίνδυνο και προβάλλοντας την ασφάλεια.

Η Μεσόγειος αποτελεί δημοφιλή τουριστικό προορισμό διακοπών. Πολλές περιοχές της Μεσογείου αν και διαθέτουν καλό κλίμα, αξιοθέατα και φυσικές ομορφιές, εμπνέουν όμως ανησυχία και ανασφάλεια. Χώρες όπως η Συρία, ο Λίβανος και το Ισραήλ αντιμετωπίζουν σοβαρά ζητήματα πολιτικής αστάθειας, γεωπολιτικών αναταραχών και ασύμμετρων απειλών ενώ και άλλοι Μεσογειακοί προορισμοί όπως η Τουρκία, η Αίγυπτος και η Τυνησία αντιμετωπίζουν επίσης ζητήματα ασφαλείας. Λαμβάνοντας υπόψη ότι υπάρχουν τουρίστες που επιλέγουν τη Μεσόγειο για τα χαρακτηριστικά που προαναφέρθηκαν είναι ίσως μία ευκαιρία για τη χώρα μας να απορροφήσει τις τουριστικές απώλειες που έχουν οι ανταγωνιστές της.

Παραδοσιακά, η εικόνα της Ελλάδας ως τουριστικός προορισμός συνδέεται πρωτίστως με τον πολιτισμό (ιστορικά / πολιτιστικά αξιοθέατα) αλλά και με το φυσικό περιβάλλον (καλό κλίμα, φυσικές ομορφιές, εξαιρετικές παραλίες). Τα χαρακτηριστικά αυτά διαμορφώνουν την εικόνα της Ελλάδας στο εξωτερικό. Μέσα από την έρευνα των αντιλήψεων των τουριστών αναδείχθηκε η σημαία της ασφαλείας και του ασφαλούς προορισμού η οποία σύμφωνα με τις αντιλήψεις των τουριστών βρίσκεται πάνω από άλλους παράγοντες που διαμορφώνουν την απόφαση επιλογής τουριστικού προορισμού. Αποτελεί επομένως σημαντική ευκαιρία για τη χώρα μας να μη μείνει στην εικόνα του Μεσογειακού προορισμού αλλά να προωθήσει την εικόνα του ασφαλούς Μεσογειακού προορισμού.

Η παρούσα έρευνα ανέδειξε τη σημασία που αποδίδουν οι τουρίστες στον κίνδυνο και την ασφάλεια όταν επιλέγουν τουριστικό προορισμό. Αν και κατέληξε σε σημαντικά συμπεράσματα για τον αντιληπτό κίνδυνο, την ασφάλεια και την επιλογή τουριστικού προορισμού δεν παύει να επιδέχεται βελτιώσεις. Σε κάθε περίπτωση, η τουριστική συμπεριφορά και συγκεκριμένα η επιλογή τουριστικού προορισμού αποτελεί ένα ιδιαίτερα ενδιαφέρον και ανεξάντλητο πεδίο γνώσης και είναι πολύ σημαντικό η έρευνα να συνεχίζεται προς οποιαδήποτε κατεύθυνση.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ*Ερωτηματολόγιο Διεξαγωγής Έρευνας***Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας****Τμήμα Μηχανικών Χωροταξίας, Πολεοδομίας και Περιφερειακής Ανάπτυξης – Τμήμα Οικονομικών Επιστημών****ΠΜΣ Σχεδιασμός και Ανάπτυξη Τουρισμού και Πολιτισμού****Υπεύθυνοι Έρευνας: Μητρούλα Χ.- Ντυκέν ΜΝ.****Ερωτηματολόγιο για τον κίνδυνο και την ασφάλεια σε σχέση με την επιλογή τουριστικού προορισμού**

Αριθμός ερωτηματολογίου: (ID) |_|_|_|_|

Σκοπός της έρευνας: Να εξετάσουμε σε ποιο βαθμό οι παράγοντες κινδύνου και ασφάλειας επηρεάζουν τη συμπεριφορά και προτίμηση των δυνητικών τουριστών κατά την επιλογή του τουριστικού προορισμού διακοπών.

ΟΜΑΔΑ Α΄: ΠΡΟΦΙΛ ΕΡΩΤΗΘΕΝΤΩΝ**A.1: Φύλο (SEX)**

Ανδρας

Γυναίκα

A.2: Ηλικία (AGE)

18-30

31-40

41-50

51-65

65 και άνω

A.3 Επίπεδο Εκπαίδευσης (EDUC)

έως Δημοτικό

έως Γυμνάσιο

έως Λύκειο

ΤΕΙ/ΑΕΙ/Μεταπτυχιακό

A.4 Οικογενειακή Κατάσταση (F_STATUS)

Άγαμος/η

Έγγαμος/η -Σύμφωνο Συμβίωσης

Διαζευγμένος/η

Χήρος/α

A.5 Κατάσταση Απασχόλησης (E_STATUS)

Απασχολούμενος Full time

Απασχολούμενος Part time

Ανεργος Συνταξιούχος Άλλο (φοιτητής, οικιακά, κλπ.)

Α.6 Γνώση Ξένων Γλωσσών (LANG)

Ναι Όχι

Αν ναι, ποιες; (LANG_DESC) _____

Α.7 Έχετε ταξιδέψει στο παρελθόν στο εξωτερικό; (EXP)

Ναι Όχι Αν **ΝΑΙ**, πόσες φορές; | _____ | (EXP_DESC)**ΟΜΑΔΑ Β': ΤΑΞΙΔΙ ΣΤΟ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟ ΤΗΣ ΧΩΡΑΣ**Κυκλώστε ένα από τα παρακάτω, λαμβάνοντας υπόψη ότι **1: καθόλου** και **7: εντελώς**Β.1 Όταν ταξιδεύετε **μόνος/η** σας για διακοπές στο **εσωτερικό**:

B 1.1 Σε ποιο βαθμό λαμβάνετε υπόψη σας ενδεχόμενους κινδύνους που μπορεί να συμβούν (φυσικές καταστροφές, τρομοκρατία, λόγοι υγείας κλπ) κατά τη επιλογή του τόπου προορισμού; (A_RISK)	1	2	3	4	5	6	7
B 1.2 Αν έχετε ή αν είχατε παιδιά, ποια θα ήταν τότε η σημασία του παράγοντα κινδύνου;(A_RISK_K)	Μικρότερη <input type="text" value="1"/>	Ίδια <input type="text" value="2"/>	Μεγαλύτερη <input type="text" value="3"/>				
B 1.3 Σε ποιο βαθμό λαμβάνετε υπόψη σας τον παράγοντα ασφάλεια κατά τη επιλογή του τόπου προορισμού; (A_SAF)	1	2	3	4	5	6	7
B 1.4 Αν έχετε ή αν είχατε παιδιά, ποια θα ήταν τότε η σημασία του παράγοντα ασφάλεια; (A_SAFK)	Μικρότερη <input type="text" value="1"/>	Ίδια <input type="text" value="2"/>	Μεγαλύτερη <input type="text" value="3"/>				

B.2 Όταν ταξιδεύετε **οργανωμένα (με γκρουπ)** για διακοπές στο **εσωτερικό**:

B 2.1 Σε ποιο βαθμό λαμβάνετε υπόψη σας ενδεχόμενους κινδύνους που μπορεί να συμβούν (φυσικές καταστροφές, τρομοκρατία, λόγοι υγείας κλπ) κατά τη επιλογή του τόπου προορισμού; (G_RISK)	1	2	3	4	5	6	7
B 2.2 Αν έχετε ή αν είχατε παιδιά, ποια θα ήταν τότε η σημασία του παράγοντα κινδύνου;(G_RISK_K)	Μικρότερη	<input type="text" value="1"/>	Ίδια	<input type="text" value="2"/>	Μεγαλύτερη	<input type="text" value="3"/>	
B 2.3 Σε ποιο βαθμό λαμβάνετε υπόψη σας τον παράγοντα ασφάλεια κατά τη επιλογή του τόπου προορισμού; (G_SAF)	1	2	3	4	5	6	7
B 2.4 Αν έχετε ή αν είχατε παιδιά, ποια θα ήταν τότε η σημασία του παράγοντα ασφάλεια; (G_SAFK)	Μικρότερη	<input type="text" value="1"/>	Ίδια	<input type="text" value="2"/>	Μεγαλύτερη	<input type="text" value="3"/>	

ΟΜΑΔΑ Γ': ΤΑΞΙΔΙ ΣΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΚυκλώστε ένα από τα παρακάτω, λαμβάνοντας υπόψη ότι **1: καθόλου** και **7: εντελώς**Γ.1 Όταν ταξιδεύετε **μόνος/η** σας για διακοπές στο **εξωτερικό**:

Γ 1.1 Σε ποιο βαθμό λαμβάνετε υπόψη σας ενδεχόμενους κινδύνους που μπορεί να συμβούν (φυσικές καταστροφές, τρομοκρατία, λόγοι υγείας κλπ) κατά τη επιλογή του τόπου προορισμού; (OUT_ARISK)	1	2	3	4	5	6	7
Γ 1.2 Αν έχετε ή αν είχατε παιδιά, ποια θα ήταν τότε η σημασία του παράγοντα κινδύνου;(OUT_ARISK_K)	Μικρότερη	<input type="text" value="1"/>	Ίδια	<input type="text" value="2"/>	Μεγαλύτερη	<input type="text" value="3"/>	
Γ 1.3 Σε ποιο βαθμό λαμβάνετε υπόψη σας τον παράγοντα ασφάλεια κατά τη επιλογή του τόπου προορισμού; (OUT_ASAF)	1	2	3	4	5	6	7
Γ 1.4 Αν έχετε ή αν είχατε παιδιά, ποια θα ήταν τότε η σημασία του παράγοντα ασφάλεια; (OUT_ASAFK)	Μικρότερη	<input type="text" value="1"/>	Ίδια	<input type="text" value="2"/>	Μεγαλύτερη	<input type="text" value="3"/>	

Γ.2 Όταν ταξιδεύετε **οργανωμένα** (με γκρουπ) για διακοπές στο **εξωτερικό**:

Γ 2.1 Σε ποιο βαθμό λαμβάνετε υπόψη σας ενδεχόμενους κινδύνους που μπορεί να συμβούν (φυσικές καταστροφές, τρομοκρατία, λόγοι υγείας κλπ) κατά τη επιλογή του τόπου προορισμού; (OUT_GRISK)	1	2	3	4	5	6	7
Γ 2.2 Αν έχετε ή αν είχατε παιδιά, ποια θα ήταν τότε η σημασία του παράγοντα κινδύνου;(OUT_GRISK_K)	Μικρότερη	<input type="text" value="1"/>	Ίδια	<input type="text" value="2"/>	Μεγαλύτερη	<input type="text" value="3"/>	
Γ 2.3 Σε ποιο βαθμό λαμβάνετε υπόψη σας τον παράγοντα ασφάλεια κατά τη επιλογή του τόπου προορισμού; (OUT_GSAF)	1	2	3	4	5	6	7
Γ 2.4 Αν έχετε ή αν είχατε παιδιά, ποια θα ήταν τότε η σημασία του παράγοντα ασφάλεια; (OUT_GSAFK)	Μικρότερη	<input type="text" value="1"/>	Ίδια	<input type="text" value="2"/>	Μεγαλύτερη	<input type="text" value="3"/>	

Γ.3 Σε ποιο βαθμό οι ταξιδιωτικές οδηγίες σας επηρεάζουν κατά την επιλογή του τόπου προορισμού για τις διακοπές σας; (TADV)

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

ΟΜΑΔΑ Δ': ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΕΠΙΡΡΟΗΣ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΟΥ ΤΟΠΟΥ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ

Να αξιολογήσετε την επιρροή των παρακάτω παραγόντων στην επιλογή του τόπου προορισμού διακοπών

(Κυκλώστε ένα από τα παρακάτω, λαμβάνοντας υπόψη ότι **1: Καμία και 7:Απόλυτη**)

Δ.4.1 Κόστος Ταξιδιού (COST)

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Δ.4.2 Κίνδυνος Φυσικών Καταστροφών (π.χ. τσουνάμι, πλημμύρες, σεισμοί, πυρκαγιές κλπ) (NAT_DIS)

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Δ.4.3 Κίνδυνοι που αφορούν την υγεία (μεταδοτικές ασθένειες π.χ. ιός Ζίκα, μολύνσεις κ.ά) (HEALTH)

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Δ.4.4 Εγκληματικότητα (βία, κλοπές κ.ά) (CRIME)

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Δ.4.5 Απειλή τρομοκρατικής επίθεσης (TERROR)

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Δ.4.6 Ασφάλεια κατά τη διάρκεια του ταξιδιού (π.χ. ασφάλεια στο ξενοδοχείο, στο αεροδρόμιο, στα τουριστικά αξιοθέατα κλπ) (SAFETY)

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Δ.4.7 Θέλγητρα (αξιοθέατα, φυσική ομορφιά κ.ά) (ATTRACTIONS)

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Δ.4.8 Κλιματολογικές συνθήκες (CLIMATE)

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Δ.4.9 Υποδομές (μεταφορές, οδικό δίκτυο, τουριστικά καταλύματα κ.ά) (INFASTR)

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Δ.4.10 Φίλικοι άνθρωποι (FRIENDLY)

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Δ.4.11 Βίωση διαφορετικού τρόπου ζωής (experience different lifestyle) (DIF_LIF)

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Δ.4.12 Πολιτισμός του τόπου προορισμού (CULTURE)

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Δ.4.13 Πολιτική αστάθεια (πολεμική σύρραξη, αναταραχές, διαδηλώσεις κ.ά) (POL_TURMOIL)

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Δ.4.14 Κίνδυνοι σχετικοί με το φαγητό (ασφάλεια τροφίμων π.χ νόσος τρελών αγελάδων, σαλμονέλα κ.ά.) (FOOD_SAF)

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Δ.4.15 Παρεχόμενες υπηρεσίες (αγορές, διασκέδαση, εστιατόρια κ.ά) (SERVICES)

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Δ.4.16 Πληροφόρηση για έναν προορισμό (επίδραση των social media, word of mouth, τουριστικά γραφεία) (INFO)

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Δ.4.17 Προγενέστερες εμπειρίες (PREV_EXP)

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Δ.4.18 Προσβασιμότητα / Εγγύτητα του τόπου προορισμού (ACCESS)

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Δ.4.19 Επικοινωνία (γλώσσα)/ Συνεννόηση (COMMUNICATION)

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Δ.4.20 Απόσταση της κουλτούρας του ταξιδιώτη με την κουλτούρα του τόπου προορισμού
(πολιτισμική απόσταση) (CULT_DIST)

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Δ.4.21 Κοινωνικό γόητρο που παρέχει η επίσκεψη σε ένα συγκεκριμένο προορισμό (SOC_ST)

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Δ.4.22 Ύπαρξη προσφύγων / προσφυγικών καταυλισμών στον τόπο προορισμού (IMM)

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ*ΕΛΛΗΝΙΚΗ*

Γασπαρινάτος Σ., Μαζαράκη-Αλεξιάδη Ε. (2003), *Οργάνωση Τουριστικών Πακέτων*, Εκδόσεις Έλλην.

Ζαχαράτος 2003 Package Tour, Παραγωγή και διάθεση του τουριστικού ταξιδιού Β έκδοση, Προπομπός

Ιωακειμίδου Π. (2014), *Η εικόνα της Ελλάδας ως τουριστικός προορισμός*, Πανεπιστήμιο Πατρών-Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων, Μεταπτυχιακή Διπλωματική Εργασία.

Κωσταρίδου-Ευκλείδη, Α. (1997), *Ψυχολογία κινήτρων*, Θεσσαλονίκη: Art of Text.

Μυλωνόπουλος Δ. – Μοίρα Π. (2007). «Η ταξιδιωτική Οδηγία στο διεθνές περιβάλλον του τουρισμού», *Αγορά Χωρίς Σύνορα*, Ινστιτούτο Διεθνών Οικονομικών Σχέσεων, τόμος 12, τεύχος 4, Μάρτιος – Απρίλιος, σελ. 371-388.

Ντυκέν Μ-Ν. 2016, *Μέθοδοι Έρευνας - Οδηγός εφαρμογής Διερευνητικής Παραγοντικής Ανάλυσης*, Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας - ΤΜΧΠΠΑ, Σημειώσεις για το ΠΜΣ Επενδύσεις και Περιφερειακή Ανάπτυξη.

Σιώμος Γ. (2002), Συμπεριφορά καταναλωτή και στρατηγική μάρκετινγκ, Σταμούλη Α.Ε.

Τσάρτας Π. (1995), Κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στα χαρακτηριστικά και τις αναζητήσεις των σύγχρονων τουριστών», *Σύγχρονα Θέματα*, 55, 40-47.

Τσάρτας Π. (1996), Τουρίστες, ταξίδια, τόποι: Κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στον τουρισμό, Εξάντας

Υφαντίδου Γ. (2015), Κίνητρα και Κοινωνικο-ψυχολογικές Ανάγκες, στο Παιτσίνης Κώστα, Γ., Υφαντίδου, Γ. 2015. *Η ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού*. [ηλεκτρ. βιβλ.], Αθήνα: Σύνδεσμος Ελληνικών Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών, Διαθέσιμο στο: <http://hdl.handle.net/11419/4259>

ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ

APEC, (2003), *APEC Tourism Impediments Study Stage 1*, TWG 04/2001, Final Report, Dain Simpson Associates Sydney, Australia.

Armstrong R., Mok C., (1995), Leisure Travel Destination Choice Criteria of Hong Kong Residents, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 4(1), 99-104.

- Arrindell, W.A., Van der Ende, J., (1985), *An empirical test of the utility of the observations-to-variables ratio in factor and components analysis*, Διαθέσιμο στο: University of Minnesota Digital, <http://hdl.handle.net/11299/102074>.
- Bauer R. (1960), Consumer Behavior as Risk-Taking, στο *Dynamic Marketing for a Changing World*, edited by Hancock R. S. Chicago: American Marketing Association, pp. 389-98
- Beerli A., Martin J. (2004), Factors influencing Destination Image, *Annals of Tourism Research*, 31(3), 657-681.
- Bianchi R., (2006), Tourism and the globalization of fear: Analysing the Politics of Risk and (in)Security in Global Travel, *Tourism and Hospitality Research*, 7(1), 64-74.
- Brás M., (2015), Tourism and Crime – Why Tourists become Victims, paper presented at the *Security & Tourism: Local Policies and Practices* Conference, June 2015, Maison de L'Europe – European Union, Paris.
- Burkart A.J., Medlik S., (1974), *Tourism: Past, Present and Future*, Heinemann.
- Buhalis D. (2000), Marketing the competitive destination of the future, *Tourism Management*, 21(1), 97-116, Cambridge: Harvard University Press.
- Burton R., (1995), *Travel Geography*, Essex: Pitman.
- Cohen E. (1972), Towards a sociology of international tourism. *Sociological Research* 39(3), 164-182.
- Crotts J. (2003), Theoretical perspectives on tourist criminal victimization, *Journal of Tourism Studies*, 14(1), 92-98.
- Dann M.S. (1977), Anomie, Ego-Enhancement and Tourism, *Annals of Tourism Research*, IV(4):184-194.
- Dolcinar S. (2005), Understanding barriers to leisure travel-tourist fears as a marketing basis, *Journal of Vacation Marketing*, 11(3), 197-208.
- Dolcinar S., (2007), Crises that scare tourists: Investigating tourists travel-related concerns, in Prideaux B., Laws E. and Chon K. (eds), *Crisis Management in Tourism*, CABI Publishing, 2007, 98-109.
- Elliot A.J. , Covington MV., (2001), Approach and Avoidance Motivation, *Psychology Review*, 13 (2), pp. 73-92.
- Fakharyan M. et al., (2012), The influence of online word of mouth communications on tourists: attitudes toward Islamic Destination and travel intention Evidence from Iran, *African Journal of Business Management*, 6(38), 10381-10388.

- Floyd M., Gibson H., Pennington-Gray L. and Thapa B., 2004, The Effect of Risk Perceptions on Intentions to Travel in the Aftermath of September 11, 2001, *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 15:2-3, 19-38.
- Floyd M., Pennington-Gray L., (2004), Profiling Risk Perception of Tourists, *Annals of Tourism Research*, 31 (4), 1051-1054.
- Framke, W. (2002), The Destination as a Concept: A Discussion of the Business-related Perspective versus the Socio-cultural Approach in Tourism Theory, *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 2(2), 92-108.
- Fuchs, G., & Reichel, A. (2006), Tourist destination risk perception The case of Israel, *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 14(2), 83-108.
- Fuchs, G., & Reichel, A. (2011), An exploratory inquiry into destination risk perceptions and risk reduction strategies of first time vs. repeat visitors to a highly volatile destination, *Tourism Management*, 32(2), 266-276.
- Garson, D. G. (2008), *Factor Analysis: Statnotes*, North Carolina State University Public Administration Program
- George R., (2003), Tourist's perceptions of safety and security while visiting Cape town, *Tourism Management*, 24(5), 575-585.
- George R., (2010), Visitor Perceptions of crime-safety and attitudes towards risk: The case of Table Mountain National Park, Cape Town, *Tourism Management*, 31 (6), 806-815.
- Gibson H., A Yiannakis, (2002), Tourist Roles: Needs and the Adult Life Course, *Annals of Tourism Research*, 2 (2002), pp. 358–383.
- Gibson, H., Jordan F., (1998a), Traveling Solo: A Cross-Cultural Study of British and American Women aged 30-50, Paper presented at the *fourth International Conference of the Leisure Studies Association*, Leeds, UK.
- Gorsuch, R. L. (1983), *Factor analysis*, (2nd ed.). Hillsdale, NJ: Erlbaum
- Hofstede G., (1984), Hofstede Culture Dimensions – an Independent Validation Using Rokeach Value Survey, *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 15(4), 417-433.
- Kapuscinski G., Richards B., (2016), News framing effects on destination risk perception, *Tourism Management*, 57, 234-244.
- Konecnik, M., Gartner, W.C., (2007), Customer-based brand equity for a destination, *Annals of Tourism Research*, 34(2), 400-421.
- Kotler P., Rein I., Haider H.D. (1993), *Marketing Places: Attracting Investment, Industry and Tourism to Cities, Regions and Nations*, The Free Press.

- Kozak M., Crofts J., Law R. (2007), The Impact of the Perception of Risk on International Travellers, *International Journal of Tourism Research*, 9, 233-242.
- Lam T., Hsu C., (2006), Predicting behavioral intention of choosing a travel destination, *Tourism Management*, 27 (2006), 589-599.
- Larsen S., Brun W., Ogaard T., Selstad L., (2007), Subjective food-risk judgements in tourists, *Tourism Management*, 28, 1555-1559.
- Leggat P., Klein M. (2001), Personal Safety Advice for Travelers Abroad, *Journal of Travel Medicine*, 8(1), 46-51.
- Lehto X., Douglas A., Park J., (2008), Mediating the Effects of Natural Disasters on Travel Intention, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 23:2-4, 29-43.
- Lepp A., Gibson H., (2003), Tourist Roles, Perceived Risk and International Tourism, *Annals of tourism Research*, 30 (3), 606-624.
- Lepp A., Gibson H., (2008), Sensation seeking and tourism: Tourist role, perception of risk and destination choice, *Tourism Management*, 29(2008), 740-750.
- Lepp A., Gibson H., Lane C. (2011), Image and perceived risk: A study of Uganda and its official tourism website, *Tourism Management*, 32(3), 675-684.
- MacCannell D., (1976), *The tourist: A new theory of the leisure class*, University of California Press.
- MacLaurin TL, 2004, The importance of food safety in travel planning and destination selection, *Journal of tourism and Travel Marketing*, 15(2-3), 233-257.
- Madrigal R. (1995), Personal Values, Traveler Personality Type and Leisure Travelstyle, *Journal of Leisure Research*, 27:125-142.
- Majursky D., (1989), Past Experience and Future Tourism Decisions, *Annals of Tourism Research*, 16 (3): 333-44.
- Mill R.C., Morrison A.M., (1985), *The Tourism System*, Englewood Cliffs: Prentice-Hall.
- Moutinho L., (1987), Consumer Behavior in Tourism, *European Journal of Marketing*, Vol. 21 Issue: 10, 5-44.
- Pearce P.L., (1982), The Social Psychology of Tourist Behaviour, *International Series in Experimental Social Psychology*, 3, Oxford: Pergamon Press.
- Pennington-Gray, L.A. & Kerstetter, D.L. (2001). What do University-educated women want from their pleasure travel experiences?, *Journal of Travel Research*, 40, 49-56.

- Pinhey T.K. and Iverson T.J. (1994), Safety concerns of Japanese Visitor to Guam, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 3(2):87-94.
- Pizam A. & Mansfeld Y., (1996), *Tourism, Crime and international security issues*, Chichester: Wiley
- Pizman A., Neumann Y., Reichel A. (1978), “Dimensions of tourist satisfaction with a destination area”, *Annals of Tourism Research*, July/September, σσ. 314-322.
- Plog S.C. (1974), Why Destination Areas Rise and Fall in Popularity, *Cornell HRA Quarterly*, Vol. 14 (4), 55-58.
- Przeclawski K. (1993), Tourism as a subject of interdisciplinary research, στο Pearce D.G. and Butler, R.W. (επιμ.) *Tourism Research: Critiques and Challenges*, London: Routledge, 9-19.
- Quintal VA, Lee JA, Soutar GN., (2010), Risk, Uncertainty, and the theory of planned behavior: A tourism example, *Tourism Management*, 31, 797-805.
- Reisinger Y., Crofts J., (2010), The influence of Gender on Travel Risk Perceptions, Safety and Travel Intentions, *Tourism Analysis*, Vol.14, 793-807.
- Reisinger, Y., & Mavondo, F. (2005), Travel anxiety and intentions to travel internationally: implications of travel risk perception, *Journal of Travel Research*, 43 (3), 212–225.
- Reisinger, Y., & Mavondo, F. (2006). Cultural differences in travel risk perception, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 20 (1), 13–31.
- Roehl W.S. and Fesenmaier D.R. (1992), Risk Perceptions and Pleasure Travel: An Exploratory Analysis, *Journal of Travel Research*, Vol.30, No 4, 1-20.
- Rogers R.W. (1975), A Protection Motivation Theory of Fear Appeals and Attitude Change, *Journal of Psychology*, 91-114.
- S.I. Ng et al (2007), Tourists’ intention to visit a country: The impact of cultural distance, *Tourism Management*, 28, 1497-1506.
- Sayed T., Azim A. (2010), The Relationship between the Perception of Risk and the Decision-Making Process of Travel of French Tourists, *Tourismos: An international multidisciplinary Journal of Tourism*, 5 (2), 29-47.
- Schroeder A. et al., (2013), Destination risk perceptions among U.S. residents for London as the host city of the 2012 Summer Olympic Games, *Tourism Management*, 38, 107-119.
- Schroeder A., Pennington-Gray L. (2015), The Role of Social Media in International Tourist’s Decision Making, *Journal of Travel Research*, 54(5), 584-595.

- Schul P., Crompton J.L. (1983), "Search behavior of international vacationers: travel specific lifestyle and sociodemographic variables", *Journal of Travel Research*, vol. 22, no. 2, 25-30.
- Scott N., Laws E., (2005), Tourism Crises and disasters: enhancing understanding of system effects, *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 19(2-3), 151-160.
- Seabra C. et al., (2013), Heterogeneity in risk and safety perceptions of international tourists, *Tourism Management*, 36, 502-510.
- Seddighi, Nuttall & Theocharous (2001), Does Cultural Background of Tourists Influence the Destination Choice? An Empirical Study With Special Reference to Political Instability, *Tourism Management* 22(2), 181-191.
- Simpson J.J. et al., (2016), Attitude towards immigrants and security effects on destination-loyal tourists, *Tourism Management*, 57, 373-386.
- Sonmez S., (1998), Tourism, Terrorism and Political Instability, *Annals of Tourism Research*, 25 (2), 416-456.
- Sonmez S., Apostolopoulos Y., Tarlow P., (1999), Tourism in Crisis: Managing the effects of terrorism, *Journal of Travel Research*, August, 13-18.
- Sonmez S., Graefe A., (1998a), Determining Future Travel Behavior from Past Travel Experience and Perceptions of Risk and Safety, *Journal of Travel Research*, Vol. 37, 171-177.
- Sonmez S.F. & Graefe A.R. (1998b), Influence of terrorism risk on foreign tourism decisions, *Annals of tourism research*, 25(1), 112-144.
- Thapa B., 2004, Tourism in Nepal: Shangri-La's troubled times, *Journal of Tourism and Travel Marketing*, 15(2-3):117-138.
- Thurstone L.L., (1931), The measurement of social attitudes, *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 26(3), 249-269.
- Urry J., (1995), *Consuming Places*, London: Routledge.
- Veblen, T. (1982), *The theory of the leisure class*, Oxford: Oxford University Press.
- Wahab, S., (1996), Tourism and Terrorism: Synthesis of the Problem with Emphasis on Egypt, στο *Tourism, Crime and International Security Issues*, A. Pizam and Y. Mansfeld, eds., pp. 175-186. New York: Wiley.
- Williams A., Balaz V., (2015), Tourism Risk and Uncertainty Theoretical Reflections, *Journal of Travel Research*, 54(3), 271-287.
- Wong J-Y., Yeh C., (2009), Tourist Hesitation in Destination Decision Making, *Annals of Tourism Research*, 36 (1), 6-23.

Woodside A., Lysonski S., (1989), A General Model of Traveler Destination Choice, *Journal of Travel Research*, 27, 8-14.

WTO (1996), *Tourist Safety and Security: Practical Measures for Destinations*.

Yang C.L., Nair V., (2014), Risk perception study in tourism: Are we really measuring perceived risk?, *Procedia-Social and Behavioral Science*, 144, 322-327.