



<i>Όνομα Παραδοτέου</i>	ΔΙΑΤΟΟΛ - ΕΡΓΑΛΕΙΟ ΑΝΑΛΥΣΗΣ ΕΙΚΟΝΑΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ
<i>Επικεφαλής εταίρος</i>	New Horizons (IT)
<i>Έκδοση</i>	Σεπτέμβριος 2022

Περιεχόμενα

ΕΙΣΑΓΩΓΗ	3
1. Τι είναι το DIATool?	3
2. Ποιο σκοπό εξυπηρετεί το DIATool?	3
3. Πώς κατασκευάστηκε το DIATool - Θεωρητικό υπόβαθρο.....	4
4. Πως χρησιμοποιείται το DIATool.....	5
DIATool - ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΙΚΟΝΑΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ	6
Υπόμνημα όρων	6

Το έργο αυτό χρηματοδοτήθηκε με την υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής. Η παρούσα δημοσίευση (ανακοίνωση) δεσμεύει μόνο τον συντάκτη της και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

1. Τι είναι το DIATool?

Το **DIATool**, συντομογραφία του "Εργαλείου Ανάλυσης Εικόνας Προορισμού" είναι ουσιαστικά ένα Πρότυπο Παρατήρησης που αναπτύχθηκε από την ομάδα του Έργου INTERCAT, με επικεφαλής την Associazione New Horizons (IT).



Σκοπός του είναι να καταγράψει και να αναλύσει τα υπαγορευτικά τοπικά χαρακτηριστικά, τα προοδευτικά μοντέλα και τις νέες τάσεις των τεχνολογικών απαντήσεων ενός συγκεκριμένου προορισμού (πόλης/ περιοχής) υπό εξέταση, προκειμένου να αξιολογήσει σε ποιο βαθμό η εν λόγω πόλη/κωμόπολη/περιοχή είναι έτοιμη για προσβάσιμο και κυκλικό τουρισμό.

2. Ποιο σκοπό εξυπηρετεί το DIATool?

Όπως αναφέρθηκε παραπάνω, το DIATool χρησιμεύει για την τεκμηρίωση και την αξιολόγηση του είδους της εικόνας που σχηματίζει ένας προορισμός στο μυαλό των επισκεπτών.

Μια τέτοια εικόνα θα μπορούσε να οριστεί ως το άθροισμα των πεποιθήσεων, των ιδεών και των εντυπώσεων που έχει ένα άτομο για έναν προορισμό (Ekinici, 2003), το οποίο ταυτόχρονα θα μπορούσε να είναι «πολυδιάστατο, με γνωστικές και συναισθηματικές σφαίρες» (Henderson, 2007).

Η εικόνα προορισμού, επομένως, θα μπορούσε να περιγραφεί ως "θετική", "αρνητική" ή "ουδέτερη", σε σύγκριση με την προηγούμενη προσδοκία ή / και τις προσωπικές αξίες του τουρίστα.

Έχει ιδιαίτερη σημασία στον τομέα του Τουρισμού, καθώς το είδος της Εικόνας Προορισμού θα έχει άμεση επίδραση στην *Τουριστική Ικανοποίηση*, και μακροπρόθεσμα, στο *Brand Προορισμού*.



Εικόνα προορισμού



Ικανοποίηση τουριστών

3. Πώς κατασκευάστηκε το DIATool - Θεωρητικό υπόβαθρο

Όπως αναφέρθηκε παραπάνω, η εικόνα προορισμού είναι μια "πολυδιάστατη" έννοια. Ως σφαίρα, μπορεί να χωριστεί σε δύο άκρα: η "Γνωστική" και "Συναισθηματική" σφαίρα. Από άποψη πηγής, η τελική Συνολική Εικόνα αποτελείται από στοιχεία από τρεις διαδικασίες: την "οργανική εικόνα", την "Επαγόμενη εικόνα" και την "τροποποιημένη-επαγόμενη εικόνα".

Ορισμός Όρων

Γνωστική εικόνα/διάσταση: υπάρχει ένα γνωστικό στοιχείο στην εικόνα που δημιουργείται στο μυαλό των τουριστών που εξαρτάται από την ποιότητα και την ποσότητα των διαθέσιμων πληροφοριών.

Συναισθηματική εικόνα/διάσταση: το συναισθηματικό μέρος της εικόνας διαμορφώνεται με βάση τα χαρακτηριστικά του κάθε ατόμου (Beerli & Martin, 2004).

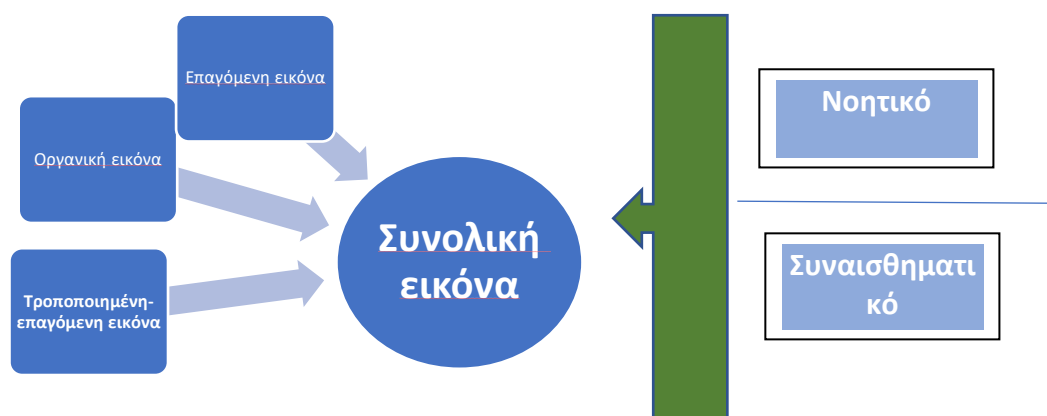
Οργανική εικόνα: η εικόνα που προκύπτει από μη εμπορικές και ανεξέλεγκτες πηγές πληροφοριών, όπως απόψεις φίλων, περιοδικά, εφημερίδες, εκθέσεις κ.λπ.

Επαγόμενη εικόνα: η εικόνα που μεταδίδεται από εμπορικές πληροφορίες, δηλαδή προσπάθειες μάρκετινγκ για τη δημοσιοποίηση ενός προορισμού (Tasci and Gartner, 2007)

Τροποποιημένη-επαγόμενη εικόνα: αυτή που σχηματίζεται ως αποτέλεσμα μιας πραγματικής εμπειρίας εντός του προορισμού

Συνολική εικόνα: αυτή που περιλαμβάνει τα επιμέρους χαρακτηριστικά του προορισμού και ενσωματώνει τόσο υλικά όσο και άυλα στοιχεία (Beloglu and McCleary, 1999)

Η εσωτερική σχέση μεταξύ αυτών των όρων και η επίδρασή τους στη Συνολική Εικόνα μπορεί να καταδειχθεί συνοπτικά με το παρακάτω διάγραμμα:



4. Πως χρησιμοποιείται το DIATool

Διάταξη DIATool

Λαμβάνοντας υπόψη το Θεωρητικό Υπόβαθρο που αναπτύχθηκε παραπάνω, το DIATool θα δομηθεί σε τέσσερα επίπεδα: *Διάσταση (Σφαίρα) / Κατηγορία / Συστατικά (κάθε Κατηγορίας)* και *Διαδικασία* (Πριν έναντι Μετά το ταξίδι).

Το Εργαλείο περιλαμβάνει επίσης ένα *υπόμνημα όρων* με σκοπό να εξηγήσει την ορολογία, προκειμένου να διευκολυνθεί η χρήση μεταξύ των χρηστών για πρώτη φορά και των μη ειδικών χρηστών.

Αξιολόγηση

Η αξιολόγηση θα βασίζεται στη γνωστή, *εύχρηστη κλίμακα Likert*, που σημειώνεται από 1-5, με το "1" να αναφέρεται σε "*Χαμηλότερο από τις προσδοκίες*" και το "5" "*Πάνω από τις προσδοκίες*".

Όταν δεν υπάρχουν διαθέσιμες πληροφορίες ή ο χρήστης του Εργαλείου είναι αβέβαιος, τότε μπορεί να τοποθετηθεί το "0".

Η βαθμολογία "Συνολική εικόνα" θα είναι ο μέσος όρος όλων των αξιολογημένων βαθμών των ερωτήσεων.

Ερμηνεία των αποτελεσμάτων

Βαθμολογία ίση ή υψηλότερη από "3" σημαίνει ότι το συγκεκριμένο Στοιχείο/Κατηγορία απολαμβάνει θετική *εικόνα* και αντίστροφα.

Μια βαθμολογία "0" σημαίνει "ουδέτερη" ή "καμία γνώμη".

DIATOOL - ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΙΚΟΝΑΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ

Υπόμνημα όρων

Εικόνα: πλαίσιο, η «εικόνα» μπορεί να οριστεί ως η διανοητική έννοια που σχηματίζεται από ένα σύνολο εντυπώσεων (Beerli & Martin, 2004)

Εικόνα προορισμού: το άθροισμα των πεποιθήσεων, των ιδεών και των εντυπώσεων που έχει ένα άτομο για έναν προορισμό (Ekinici, 2003), «πολυδιάστατο, με γνωστικές και συναισθηματικές σφαίρες» (Henderson, 2007).

Γνωστική εικόνα/διάσταση: υπάρχει ένα γνωστικό στοιχείο στην εικόνα που δημιουργείται στο μυαλό των τουριστών που εξαρτάται από την ποιότητα και την ποσότητα των διαθέσιμων πληροφοριών.

Συναισθηματική εικόνα/διάσταση: το συναισθηματικό μέρος της εικόνας διαμορφώνεται με βάση τα χαρακτηριστικά κάθε ατόμου (Beerli & Martin, 2004).

Οργανική εικόνα: η εικόνα που προκύπτει από μη εμπορικές και ανεξέλεγκτες πηγές πληροφοριών, όπως απόψεις φίλων, περιοδικά, εφημερίδες, εκθέσεις κ.λπ.

Επαγόμενη εικόνα: η εικόνα που μεταδίδεται από εμπορικές πληροφορίες, δηλαδή προσπάθειες μάρκετινγκ για τη δημοσιοποίηση ενός προορισμού (Tasci and Gartner, 2007)

Τροποποιημένη-επαγόμενη εικόνα: αυτή που σχηματίζεται ως αποτέλεσμα μιας πραγματικής εμπειρίας εντός του προορισμού

Συνολική εικόνα: αυτή που περιλαμβάνει τα επιμέρους χαρακτηριστικά του προορισμού και ενσωματώνει τόσο υλικά όσο και άυλα στοιχεία (Beloglu and McCleary, 1999)

Ικανοποίηση τουριστών: η ευχαρίστηση που αισθάνεται ο επισκέπτης ως συνέπεια της ικανότητας της ταξιδιωτικής εμπειρίας να εκπληρώσει τις επιθυμίες, τις προσδοκίες και τις ανάγκες του, σχετικά με την εν λόγω εμπειρία (Chen and Tsai, 2007)

Σκληρός παράγοντας: παράγοντες όπως η υποδομή, η οικονομία ή η προσβασιμότητα κ.λπ..

Ήπιος παράγοντας: περιβάλλον, ευγένεια των ντόπιων, υπηρεσίες ψυχαγωγίας και αναψυχής, πολιτιστικές παραδόσεις κ.λπ.

Μάρκα προορισμού: εικόνα προορισμού με συναισθηματικό δεσμό με τους καταναλωτές που τείνει να είναι μεγαλύτερης διάρκειας από την εικόνα του προορισμού (Ban and Ozdogan, 2010)

Διάσταση	Κατηγορία	Στοιχεία	Εικόνα πριν από το ταξίδι (*)		Εικόνα κατά τη διάρκεια και μετά το ταξίδι (*)	
			Οργανική εικόνα	Επαγόμενη εικόνα	Τροποποιημένη-επαγόμενη εικόνα	Συνολική εικόνα
ΓΝΩΣΤΙΚΗ	ΔΙΑΜΟΝΗ & ΦΑΓΗΤΟ	Ξενοδοχεία και δεκτικές δομές που είναι προσβάσιμα σε άτομα με ειδικές ανάγκες				
		Ξενοδοχεία και δεκτικές δομές με βιώσιμα μέτρα				
		Εστιατόρια και υπηρεσίες Catering που είναι προσβάσιμες σε άτομα με ειδικές ανάγκες				
		Εστιατόρια και υπηρεσίες εστίασης με πλήρη μέτρα				
		Δεξιότητες φιλοξενίας και επικοινωνίας του προσωπικού				
	ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΑΞΙΟΘΕΑΤΑ	Πλούτος και ομορφιά των φυσικών τοπίων				
		Εύκολα προσβάσιμες ιστορικές και πολιτιστικές κληρονομίες (προς και εντός)				
		Βιώσιμη ιστορική και πολιτιστική κληρονομιά				
		Φεστιβάλ χωρίς αποκλεισμούς και δημόσιες εκδηλώσεις				
	ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ	Πολιτικές εφαρμογής για την αειφόρο ανάπτυξη				
		Εκπαιδευτικό Πρόγραμμα και εκπαιδευτικές πολιτικές				
		Ευκολία λήψης πληροφοριών σχετικά με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά (Προσβασιμότητα, Βιωσιμότητα)				
	ΜΕΤΑΦΟΡΑ	Υποδοχή οδικών υποδομών				
		Βιώσιμες οδικές υποδομές				
	ΑΝΕΣΗ	Η φιλικότητα, η ενσυναίσθηση και η ευαισθητοποίηση των ντόπιων πολιτών για το CAT				
		Καθαριότητα και ασφάλεια προορισμού				
		Επίπεδο θορύβου και οργάνωσης της κυκλοφορίας				
		Βιώσιμη και υπεύθυνη καταναλωτική συνήθεια				
		Αρχιτεκτονικός σχεδιασμός χωρίς αποκλεισμούς				
	ΠΙΣΤΗ	Πρόθεση επανεξέτασης				
		Πρόθεση σύστασης του προορισμού				
	ΣΥΝΑΙΣΘΗΜΑΤΙΚΗ	Όμορφο				
		Χαλαρωτικό				
Χωρίς αγχωτικά στοιχεία						
Χωρίς δυσάρεστα στοιχεία						
ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ	Αξίζει να επισκεφθείτε					
	Προσβάσιμο για τουρίστες με ειδικές ανάγκες;					



	Χρησιμοποιείτε κυκλικά μοντέλα;				
--	---------------------------------	--	--	--	--

(*) σε κλίμακα από 1-5: 1= **Λαπό τις προσδοκίες.** 5= **Πάνω από τις προσδοκίες**
Βάλτε "0" όταν δεν υπάρχει διαθέσιμη γνώμη ή πληροφορίες