



## دراسة مقدمات المخاطر المدركة للسائحين الأجانب الزائرين لمصر وأثرها على عملية البحث عن المعلومات

د/علاء الدين حسن على الغرباوي

أستاذ إدارة الأعمال المساعد  
كلية التجارة - جامعة الإسكندرية

### Studying the Antecedents of Perceived Risks of Foreign Tourists Visiting Egypt and its Impact on Information Search

#### ملخص البحث

عملية البحث عن المعلومات. وقد تم جمع البيانات باستخدام قوائم استقصاء من ٥٢٠ سائح زاروا مصر مرة واحدة على الأقل خلال فترة تواجدهم في مصر. وباستخدام نموذج المعادلة الهيكلية SEM، توصلت النتائج الى أنه في حين أن المعرفة الموضوعية لم تقلل أو تزيد بشكل كبير من المخاطر المرتبطة بالسفر إلى مصر، إلا أن المعرفة الشخصية كان لها التأثير الأقوى على المخاطر المدركة. كما تشير النتائج أيضا إلى أنه في حين أن الأبعاد المختلفة للمخاطر المدركة تؤثر على استخدام مصادر المعلومات المختلفة، فإن الجوانب المعرفية تلعب أيضا دورا إلى جانب المخاطر المدركة في تحديد مصادر المعلومات المستخدمة.

تهدف هذه الدراسة إلى دراسة مقدمات المخاطر المدركة التي يشعر بها السائحون القادمون الى مصر، وكيف تؤثر على سلوكهم الخاص بعملية البحث عن المعلومات قبل اتخاذ قرار السفر الى مصر. ومن مراجعة الادبيات البحثية التي تناولت مقدمات هذه المخاطر لدى السائحين تم التركيز على المقدمات المرتبطة بالجوانب المعرفية لدى السائحين، نظراً لارتباطها بعملية البحث عن المعلومات، والتي تمثلت في متغيرات الخبرات السابقة بالسفر الدولي، والزيارات السابقة للمقصد السياحي المصري، والمعرفة الشخصية بالمقصد، وكذلك المعرفة الموضوعية. حيث تم دراسة الأثر الوسيط للمخاطر المدركة بين تلك المقدمات وبين

## Abstract

The aim of this study is to study the Antecedents of perceived risks of tourists coming to Egypt and how they affect their behavior in searching for information before deciding to travel to Egypt. Researches related to antecedents of perceived risks in tourism literature was reviewed. This research focuses on knowledge aspects of tourists, because it is related to information search process, which represented in previous experiences in international travel, previous visits to Egyptian destination, personal knowledge and objective knowledge. Effects of perceived risks as a mediator between these antecedents and information

search was examined. The data were collected using survey lists of 520 tourists who visited Egypt at least once during their stay in Egypt. Using the SEM, the results found that while objective knowledge did not significantly reduce or increase the risks associated with travel to Egypt, personal knowledge had the strongest effect on perceived risks. The results also indicate that while different dimensions of perceived risks affect the use of different sources of information, previous knowledge also plays a role alongside perceived risks in identifying the sources of information used.

**مقدمة**

الثقافة أو الحضارة (Mitchell and Vassos 1997; Reisinger and Mavondo 2006; Alcántara –Pilar, 2017) والاحساس بالخوف أو الغضب (Lerner et al. 2003) ، والشخصية (Lepp and Gibson 2003, 2008). بالإضافة إلى مؤثر هام وهو معرفة السائح (Dowling and Staelin 1994) والتي يشار إليها بمصادر المعلومات المستخدمة (Attallah, 2015; Ritchie et al., 2016).

فالأدبيات البحثية تشير إلى أن الجوانب المعرفية للمستهلك أو السائح يمكن أن يكون لها تأثيرات مختلفة على إحساس المستهلك أو السائح بالمخاطر المدركة، وعلى عملية البحث عن المعلومات، وعلى النوايا الشرائية (Dodd et al. 2005; Klerck and Sweeney 2007; Ritchie et al., 2016; Morakabati et al., 2016). كذلك أشار ليتو (Lehto et al., 2004) إلى أن الخبرة والجوانب المعرفية لها تأثير على الإحساس بالخطر، وبالتالي على حاجة السائح لتقليل الشعور أو الإحساس بعدم التأكد. وعلى الرغم من أن البحوث السابقة أشارت إلى أن الجوانب المعرفية للمستهلك لها تأثير كبير على اتخاذ قرارات الاستهلاك، وعلى عملية البحث عن المعلومات (Gursoy and McCleary, 2004a; Ritchie et al., 2016; Alcántara –Pilar et al., 2017) إلا أن القليل من البحوث قام باختبار دور هذه الجوانب المعرفية السائح في التأثير على اتخاذ قراراته، وبالذات المخاطر المدركة وبالتالي أنشطة البحث عن المعلومات.

ولذلك يركز الباحث الحالي على دراسة دور كل من مصادر المعلومات السابقة والحالية في

يلقى اتخاذ القرارات السياحية إهتماما كبيرا من الباحثين والممارسين بشكل عام نظراً لأهمية السياحة كمصدر للدخل القومي لكافة الدول بشكل عام ولمصر بشكل خاص . فالبحوث السابقة في هذا المجال تناولت بشكل كبير عملية اختيار المقصد السياحي، وتعرضت لنماذج اتخاذ القرارات السياحية (Crompton and Ankomah 1993). فقد تناولت البحوث العوامل المؤثرة على عملية صنع القرارات في هذا المجال ومنها الاتجاهات (Attallah, Um and Crompton, 1990; 2015) وخصائص السائح ، والعوامل النفسية (Pizam, 2004 ; Beerli and Martin 2004; Alcántara –Pilar et al., 2017). أما المخاطر المدركة فقد كانت موضع اهتمام بعض الباحثين، باعتبارها مفهوم أساسي في مجال سلوك المستهلك، فهناك العديد من البحوث التي تناولت تأثيرها على اتخاذ قرارات المستهلك (Bettman 1973; Dowling and Staelin 1994; Roehl and Fesenmaier 1992; Ritchie et al., 2016). أما البحوث في مجال السياحة فقد توصلت إلى أن المخاطر المدركة الخاصة بمقصد سياحي معين تلعب دوراً هاماً عند اتخاذ قرار السفر أو الزيارة لهذا المقصد (Sönmez and Graefe 1998a; Lepp and Gibson 2003; Fuchs and Reichel 2010; ; Attallah, 2015; Morakabati et al., 2016; Alcántara –Pilar et al., 2017).

وبمراجعة الأدبيات البحثية التي تناولت المخاطر المدركة في مجال السياحة تم التوصل إلى عدد من العوامل التي لها تأثير على هذه المخاطر وهي

المصرى، وكذلك المعرفة الموضوعية بهذا المقصد أيضاً.

### الدراسات السابقة

#### المخاطر المدركة perceived Risks

وفقاً للكتابات في مجال سلوك المستهلك، يعتبر مفهوم المخاطر المدركة بناءً مفاهيمياً متعدد الأبعاد، يشتمل على مجموعة من المخاطر المادية، المالية، والاجتماعية، والنفسية، والزمنية (Kaplan, Szy-billo, and Jacoby, 1974; Alcántara - Pilar, 2017). أما في مجال السياحة فقد توصلت البحوث في هذا المجال إلى أنه بالإضافة لهذه المخاطر هناك مخاطر الارهاب، والحروب، وعدم الاستقرار السياسي (Richter, 2003; Sönmez and Graefe, 1998a)، وكذلك المخاطر الصحية (Richter, 2003)، ومخاطر الجريمة (Dimanche and Lepetic, 1999)، ومخاطر تتعلق بالنواحي الثقافية أو الحضارية والاختلافات اللغوية (Basala and Klenosky, 2001; Mitchell and Vassos, 1997; Attallah, 2015; Rit-chie et al., 2016). كما أشارت البحوث السابقة إلى أن إدراك المخاطر وعوامل الأمان يمكن أن يؤثر على اختيار المقصد السياحي، أو ميلهم نحو زيارة أو تجنب مناطق ذات درجة خطورة عالية (Sönmez and Graefe, 1998a, 1998b; Alcántara -Pilar et al., 2017). وبالتالي، فإن المخاطر المدركة التي يشعر بها السائح تعتبر نقطة محورية للباحثين ليس فقط كأساس لتقسيمهم إلى قطاعات (Dolnicar, 2005; Roehl and Fesenmaier, 1992; Ritchie et al., 2016) ولكن أيضاً لتأثيرها على اتخاذ القرارات السياحية، وعلى نواياهم للسفر (Floyd 2004; Fuchs and

تشكيل سلوك السائح. وبشكل أكثر تحديداً، يركز البحث الحالي على دراسة العلاقة بين الجوانب المعرفية لدى السائح وبين المخاطر المدركة، وكيف يؤثر هذين المفهومين على السلوك الحالي للبحث عن المعلومات (داخلياً، وخارجياً) في مجال السياحة. حيث تركز الدراسة على قطاع السائحين الأجانب القادمين إلى مصر للتعرف على الآلية المستخدمة في تحديد استراتيجيتهم الخاصة في استقاء المعلومات التي تؤثر على قراراتهم السياحية، خاصة وأن مصر تعرضت لأزمات سياحية متكررة منذ قيام ثورة ٢٥ يناير عام ٢٠١١ مروراً بالعديد من الأحداث الارهابية الأمر الذي أثر سلباً على عائدات السياحة في مصر من ١٤ مليار دولار عام ٢٠١٠ إلى ٤,٤ مليار دولار عام ٢٠١٧.

### مشكلة الدراسة

تتمثل مشكلة الدراسة في ضعف حركة السياحة الأجنبية الوافدة الى مصر منذ قيام ثورة ٢٥ يناير عام ٢٠١١ حتى الآن مما أثر سلبياً على الدخل القومي من العملات الأجنبية . ولذلك تسعى الدراسة الحالية الى دراسة العوامل المؤثرة أو المقدمات التي تؤثر على عملية البحث عن المعلومات بواسطة السائحين من خلال تأثيرها على المخاطر المدركة التي يشعر بها هؤلاء السائحون عند اتخاذ قرار السفر الى المقصد المصرى. وقد قام الباحث بالتركيز على المقدمات المرتبطة بالجوانب المعرفية لدى السائحين ، نظرا لارتباطها بعملية البحث عن المعلومات، والتي تمثلت فى متغيرات الخبرات السابقة بالسفر الدولي، والزيارات السابقة للمقصد السياحي المصرى، والمعرفة الشخصية بالمقصد

وتعني المعرفة الشخصية إلى أي مدى يعتقد الفرد أنه يعرف، وهي مؤشر على درجة ثقة الفرد بنفسه (Alba and Hutchinson, 1987; Bru-cks, 1985). أما المعرفة الموضوعية فتشير إلى مقدار المعرفة الحقيقي بالمنتج أو الخدمة أو المقصد السياحي، وهذا النوع من المعرفة يرتبط بمقدار المعلومات المخزنة لدى الفرد في الذاكرة طويلة الأجل (Brucks, 1985; Johnson and Ru-ss, 1984; Park and Moon, 2003). وأخيراً، البعد الثالث هو الخبرة بالمنتج أو الخدمة أو المقصد السياحي، وهذا الجانب من المعرفة يتم اكتسابه من خلال الاستخدام المسبق للمنتج أو زيارة المقصد أو من خلال بحثه عن المعلومات المرتبطة به (Bettman and Park, 1980; Brucks, 1985; Gursoy and McCleary, 2004a; Johnson and Russo, 1984; Attallah, 2015; Ritchie et al., 2016).

ويشكل عام يمكن القول بأن هناك القليل من الدراسات التي تناولت تأثير معرفة المستهلك على المخاطر المدركة في أسيات سلوك المستهلك، كما أن هناك دراسات تناولت العلاقة بين معرفة المستهلك وسلوك البحث عن المعلومات (Dodd et al., 2005; Gursoy and McCleary, 2004a). أحد هذه الدراسات هي دراسة كليرك وسوني (Klerck and Sweeney, 2007) التي قامت باختبار العلاقة بين الأنواع المختلفة من المعرفة وبين ثلاثة أنواع من المخاطر المدركة (المادية، والنفسية، ومخاطر الأداء) في مجال الأغذية المعدلة وراثياً. وقد توصلت النتائج إلى أن هناك فرقاً بين المعرفة الشخصية، والمعرفة الموضوعية وبين طريقة تأثيرها على المخاطر المدركة. فالمعرفة الموضوعية

Reichel, 2006a, 2006b; Sönmez and Graefe, 1998a)، وكذلك على سلوكهم اللاحق الذي يهدف إلى حمايتهم من هذه المخاطر (Jonas et al, 2011; Ritchie et al., 2016).

ولذلك فقد ركزت الدراسات السابقة في مجال السياحة التي تناولت العلاقة بين الجوانب المعرفية لدى السائح وبين المخاطر المدركة على تأثير الخبرات السابقة للسائح أو الزيارات السابقة للسائح على المخاطر المدركة (Fuchs and Reichel, 2010; Lepp and Gibson, 2003; Atta-Allah, 2015) ولكنها فشلت في اختبار تأثير الأبعاد الأخرى للجوانب المعرفية للسائح، والتي تنقسم إلى موضوعية، وشخصية. وهو ما سوف يتم توضيحه في الأجزاء التالية. ولذلك سوف تتناول الدراسة ثلاثة أنواع من المخاطر المدركة المرتبطة بمجال السياحة وهي المخاطر المرتبطة بالمقصد Destination-related risk، المخاطر العامة للسفر Travel-related risk، والمخاطر المادية Physical risk (Dolnicar, 2005; Roehl and Fesenmaier, 1992; Morakabati et al., 2016; Alcántara-Pilar et al., 2017).

### معرفة السائح Tourist Knowledge

أحد المتغيرات الهامة التي تؤثر على المخاطر المدركة للمستهلك أو السائح وبالتالي سلوكه اللاحق الخاص باتخاذ القرارات، وخاصة عملية البحث عن المعلومات، هو نوع المعرفة المتاح لدى المستهلك. ويشكل عام، تقع معرفة المستهلك في ثلاثة فئات. الأولى هي المعرفة الشخصية أو درجة الألفة، والثانية هي المعرفة الموضوعية، والثالثة هي الخبرة السابقة (Brucks, 1985).

(2009 and Yeh) وبالتالي يمكن صياغة الفرض الثاني كما يلي:

**الفرض الثاني:** كلما زادت المعرفة الشخصية لدى السائح كلما انخفضت المخاطر المدركة نحو السفر إلى مصر. ويمكن تقسيم هذا الفرض إلى:

**H2a :** كلما زادت المعرفة الشخصية لدى السائح كلما انخفضت المخاطر المرتبطة بالمقصد المصري.

**H2b :** كلما زادت المعرفة الشخصية لدى السائح كلما انخفضت المخاطر العامة.

**H2c :** كلما زادت المعرفة الشخصية لدى السائح كلما انخفضت المخاطر المادية.

وقد أشارت الدراسات السابقة التي ركزت على أثر الزيارة المسبقة لمقصد سياحي معين على نوايا السفر إلى أن السائحين الذين شعروا بالتآلف مع مقصد معين من خلال خبراتهم المسبقة عن السفر قاموا بتقييم المقصد بعدالة أكثر وبالتالي كان عندهم رغبة في إعادة الزيارة لهذا المقصد (Baloglu, 2001; Morakabati et al., 2016). كما أيد ذلك أيضاً دراسة سونمز وجراف (Sönmez and Graefe, 1998b) حيث توصلت إلى أن السائحين الذين زاروا مقصد سياحي معين يكونوا ميلهم أقل لتجنب المقاصد ذات الخطورة مقارنة بالمقاصد الأخرى الأقل خطورة. ومن ناحية أخرى، توصل فوكس وريتشل (Fuchs and Reichel, 2010) في دراستهما عن الاختلافات بين السائحين لأول مرة، وبين السائحين متكرري الزيارات وعلاقتهم بأنواع المخاطر التي يدركونها. فقد وجدوا أن السائحين لأول مرة يهتمون أكثر بعوامل الخطر المتمثلة في المخاطر التي يسببها الإنسان

قللت الإحساس بمخاطر الأداء والمخاطر النفسية، فعندما يشعر المستهلكون بنقص في المعلومات أو المعرفة الموضوعية فإن المعرفة الشخصية تؤدي إلى زيادة الإحساس بالمخاطر المدركة المادية. وبالتالي يمكن صياغة الفرض الأول للدراسة كما يلي:

**الفرض الأول H1:** كلما زادت المعرفة الموضوعية لدى السائح كلما انخفضت المخاطر المدركة نحو السفر إلى مصر. ويمكن تقسيم هذا الفرض إلى:

**H1a :** كلما زادت المعرفة الموضوعية لدى السائح كلما انخفضت المخاطر المرتبطة بالمقصد المصري.

**H1b :** كلما زادت المعرفة الموضوعية لدى السائح كلما انخفضت المخاطر العامة.

**H1c :** كلما زادت المعرفة الموضوعية لدى السائح كلما انخفضت المخاطر المادية.

وفي مجال السياحة أيضاً، فقد قام وانج وباه (Wong and Yeh, 2009) باختبار العلاقة بين المعرفة الشخصية للسائح، والمخاطر المدركة، ودرجة التردد في اتخاذ القرار. وتوصلت الدراسة إلى أن المخاطر المدركة للسائح ترتبط إيجابياً بدرجة التردد في الزيارة، ولكن المعرفة الشخصية للسائح تتوسط العلاقة بينهم. وتتفق نتائج هذه الدراسة مع وجهة النظر التي تشير إلى ارتباط المعرفة الشخصية بدرجة الثقة في اتخاذ القرار، وبالتالي فإن المعرفة الشخصية تعتبر مؤشر مسبق على اتخاذ القرار (Bettman and Park, 1980; Lee and Lee, 2009) وبالتالي فإن المعرفة الشخصية يمكن أن تؤدي إلى تخفيض المخاطر المدركة لدى السائح وتخفيض درجة التردد لدى السائح (Wong

**الفرض الرابع:** السائحين الذي زاروا مصر من قبل يكون ادراكهم للمخاطر أقل ممن لم يزوروا. ويمكن تقسيم هذا الفرض الى:

**H4a :** السائحين الذي زاروا مصر من قبل يكون ادراكهم أقل للمخاطر المرتبطة بالمقصد المصرى.

**H4b :** السائحين الذي زاروا مصر من قبل يكون ادراكهم أقل للمخاطر العامة.

**H4c :** السائحين الذي زاروا مصر من قبل يكون ادراكهم أقل للمخاطر المادية.

كما يجب الإشارة إلى أن هناك بعض الدراسات التي استخدمت مفهوم "الخبرة السابقة" للإشارة إلى خبرة السفر الدولية (Floyd, 2004; Kozak, Crofts, and Law, 2007; Lepp and Gibson 2003) في حين أن البعض الآخر استخدم مفهوم الخبرة السابقة للإشارة إلى خبرة السفر إلى مقصد معين (Fuchs and Reichel, 2010; Sönmez and Graefe 1998a) وبالتالي يمكن القول بأنه في مجال السياحة يعتبر هذين البعدين مختلفين عن بعضهما البعض عند قياس الجوانب المعرفية للسائح. مع ملاحظة أن الغالبية العظمى من الدراسات السابقة قد تناولت بعداً واحداً أو اثنان على الأكثر من الأربعة أبعاد الخاصة بالجوانب المعرفية للمستهلك أو السائح (المعرفة الموضوعية، والمعرفة الشخصية، والزيارة السابقة، وخبرات السفر الدولي). ولذلك تتميز الدراسة الحالية بالاهتمام بالأربعة أبعاد معاً. كما أن الدراسة تطبق على إحدى الدول العربية وهي مصر، حيث لم يتم دراسة مثل هذه الأبعاد في ظل البيئة المصرية.

Human-induced risks، والمخاطر النفسية الاجتماعية Socio- psychological، ودرجة الأمان في الطعام Food safety، ودرجة الخطر المرتبطة بالمناخ Weather risk. أما السائحين متكرري الزيارات فقد كانوا أكثر اهتماماً بالمخاطر المالية، وجودة الخدمات، والعواصف الترابية، والأعاصير، والحوادث المادية.

وبخلاف المعرفة الشخصية، والزيارات السابقة للمقصد السياحي هناك العديد من الدراسات أشارت إلى أن الخبرات السابقة المتعلقة بالسفر بشكل عام تتوسط المخاطر المدركة. كما أنه مع زيادة خبرات السفر كلما كان السائح أقل إدراكاً للمخاطر. فعلى سبيل المثال، قام ليب وجيبسون (Lepp and Gibson, 2003) بالتوصل إلى أنه كلما زادت خبرات السفر كلما قل إحساس السائحين بمخاطر الارهاب. وفي دراسة عن المخاطر المدركة للسائحين، وخصائص المسافرين توصل فاك وريتشل (Fuch and Reichel, 2006a) إلى أنه عند تقييم عوامل الخطر، فإن السائحين الأكثر خبرة يدركون مخاطر أقل مقارنة مع هؤلاء ذوي الخبرة الأقل. وبالتالي يمكن صياغة الفرضين التاليين:

**الفرض الثالث:** السائحين ذوي الخبرة السياحية الأكبر يدركون مخاطر أقل عندما يفكرون في السفر إلى مصر. ويمكن تقسيم هذا الفرض الى:

**H3a :** كلما زادت الخبرة السياحية لدى السائح كلما انخفضت المخاطر المرتبطة بالمقصد المصرى.

**H3b :** كلما زادت الخبرة السياحية لدى السائح كلما انخفضت المخاطر العامة.

**H3c :** كلما زادت الخبرة السياحية لدى السائح كلما انخفضت المخاطر المادية.

## البحث عن المعلومات Information Search

لماذا يبحث الأفراد عن المعلومات؟، وما هي مصادر المعلومات المستخدمة؟ ومتى تستخدم؟. هذه التساؤلات تعرضت لها العديد من الدراسات في مجال السياحة عبر عدة سنوات سابقة. فهناك دراسات تناولت عدداً من العوامل مثل نمط السفر Travel style، والسن، والجنسية للتنبؤ بتفضيلات السائحين عند البحث عن المعلومات من مصادر مختلفة (Grønflaten, 2009; Attallah, 2015; Alcántara -Pilar, 2017). وهناك دراسات أخرى قامت بعمل استطلاع للعوامل المفسرة، والعوامل الديموغرافية الاجتماعية لتفسير أنماط البحث عن المعلومات. فعلى سبيل المثال قام شوي وزملاؤه (Choi et al., 2012) بدراسة درجة كثافة البحث، وأهمية المصادر المختلفة في كل مرحلة من مراحل اتخاذ القرار. بينما قام ديكينجر (Dickinger, 2011) ببحث درجة ثقة السائح في المعلومات المتاحة على الإنترنت، وكذلك جودة المعلومات والرسائل، ودرجة جاذبية الصور المستخدمة (Jun and Holland, 2012; Walters, Sparks, and Herington 2007) وتصميم المواقع الخاصة بالمقاصد السياحية (Kim and Fes-enmaier, 2008)، وتأثير الأحاديث المتداولة الالكترونية (Bronner and de Hoog e-wom 2011; Ritchie et al., 2016; Alcántara -Pilar et al., 2017). كما أن هناك بعض الدراسات ركزت على العوامل الفردية مثل العوامل النفسية، والمعرفية وكذلك المخاطر المدركة موضع الدراسة الحالية (Morakabati et al., 2016).

ووفقاً للدراسات السابقة، يبحث المستهلكون عن المزيد من المعلومات في الوقت الذي يشعرون فيه بالمخاطر أو عندما يشعرون بالنقص في المعلومات المتاحة عند صنع القرار (Gursoy and Mc-Cleary, 2004a; Money and Crotts, 2003; Ritchie et al., 2016). ومع ذلك، فإن البحث الذي يقوم به السائح عن المعلومات لصنع القرار، وكيفية التعامل مع المخاطر المدركة لا يتسق البعض منها مع الآخر في بعض الأحيان. فمثلاً، أشار بعض الباحثين إلى أنه كلما زاد شعور السائح بالمخاطر كلما احتاج السائح للبحث عن المزيد من المعلومات (Floyd and Pennington-Gray, 2004; Fuchs and Reichel, 2006a; Maser and Weiermair, 1998; Alcántara -Pilar, 2017). وقد أشار البعض الآخر، إلى أنه كلما زاد الاحساس بالمخاطر كلما قل استخدام المصادر المتنوعة للحصول على المعلومات، وبالتالي زاد اعتمادهم على خبراتهم الشخصية ومعرفتهم الذاتية (Roehl and Fesenmaier, 2016; Morakabati et al., 1992).

ويمكن القول بأن البحوث التي قامت باختبار العلاقة بين الجوانب المعرفية وبين سلوك البحث عن المعلومات لم تعطي نتائج محددة. حيث ظهرت مرة إيجابية، ومرة أخرى سلبية، ومرة أخرى على شكل حرف U بين المتغيرين (Bettman and Park, 1980; Coupey, Irwin, and Payne, 1998; Gursoy and McCleary, 2004b; Johnson and Russo, 1984). فعلى سبيل المثال، توصل بعض الباحثين إلى أن العلاقة بين المعرفة، وسلوك البحث عن المعلومات هي علاقة إيجابية لأن الجوانب المعرفية تشجع الفرد



في صالات المغادرة في مطاري الغردقة وشرم الشيخ نظراً لأن هاتين المدينتين هما أكثر المناطق إقبالاً في الزيارة ، كما أن هناك وقتاً كافياً متاحاً لدى السائح لملء الاستمارة ، وهو وقت انتظار صعود الطائرة. وقد تمت عملية جمع البيانات بمساعدة بعض العاملين من رجال جمارك المطار . حيث تم مقابلة ٦٠٠ سائح أجنبي (٣٠٠ في الغردقة، ٣٠٠ في شرم الشيخ) وتم توزيع قوائم الاستقصاء عليهم لكي يقوموا بملأها بأنفسهم، وكانت نسبة الاستجابة الاجمالية ٨٦.٦% أى ٥٢٠ سائح.

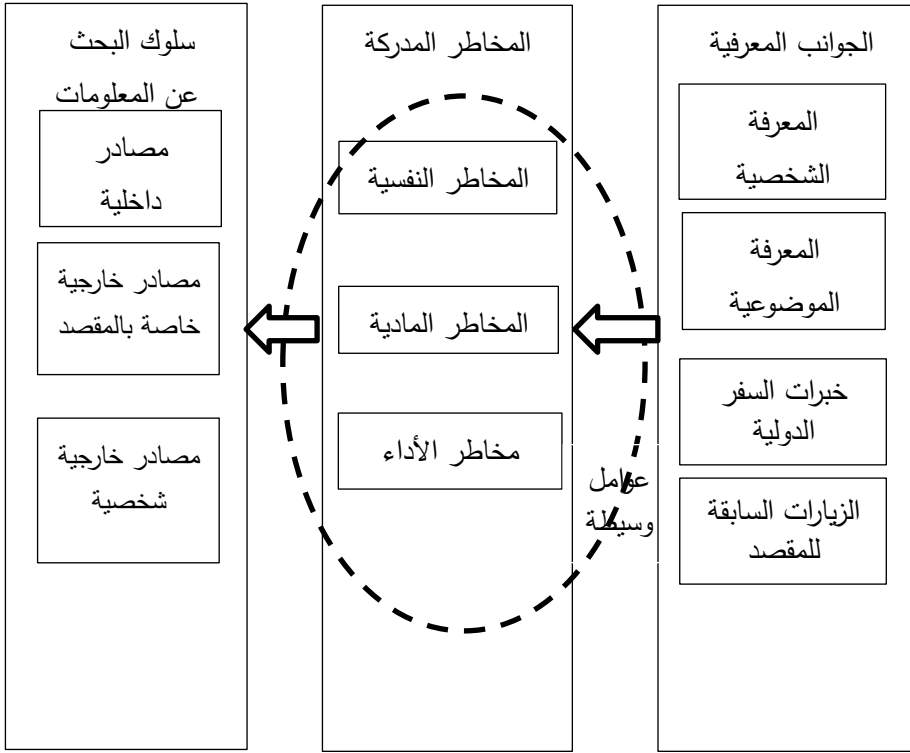
وقد تكونت الاستمارة من ستة أقسام، يتناول القسم الأول عبارات تقيس المقدمات التي ترتبط بالجوانب المعرفية للسائح وهي المعرفة الشخصية، والخبرة السابقة بالسفر دولياً، والزيارات السابقة إلى مصر. حيث تم قياس المعرفة الشخصية على مقياس ليكارت الدرجي يتراوح من ١-٧ (١ = غير موافق تماماً، ٧ = موافق تماماً) وتم القياس باستخدام ٤ عبارات من مقياس Flynn and Gold Smith, 1999) وعبارة واحدة من مقياس (Gursoy and McCleary, 2004a). أما القسم الثاني من القائمة فيقيس الزيارات السابقة إلى مصر، والخبرات السابقة بالسفر دولياً، حيث تم سؤال السائح عن عدد مرات زيارته إلى مصر، والدول أو المقاصد السياحية الدولية التي قام بزيارتها بشكل مسبق.

على البحث عن مزيد من المعلومات لأنه يسهل تشغيل المعلومات الجديدة (Gursoy 2003; M-orakabati et al.,2016). وعلى النقيض من هذه النتائج، توصل كارنيرو وكرومبتون (Carneiro and Crompton,2010) إلى أن زيادة درجة التآلف لها تأثير سلبي على البحث عن المعلومات. فكلما زاد تآلف السائحين مع المقصد السياحي كلما كانوا أقل ميلاً للبحث عن معلومات عن هذا المقصد، وبالذات عندما يكونوا قد قاموا بزيارته مسبقاً. وهذا يجذب الانتباه إلى أهمية الجوانب المعرفية، ودورها في تحديد درجة إدراك السائح للمخاطر، ومقدار المعلومات ونوعها التي يحتاجها.

كما توصلت بعض الدراسات إلى أن المخاطر المدركة تتوسط العلاقة بين المعرفة وبين عملية البحث عن المعلومات. ولذلك فإن الهدف من الدراسة الحالية هو اختبار الأثر الوسيط للمخاطر المدركة على العلاقة بين الجوانب المعرفية لدى السائح وبين عملية البحث اللاحقة عن المعلومات. والشكل رقم (١) يوضح الإطار المقترح للدراسة.

### منهجية البحث:

يتمثل مجتمع البحث في الدراسة الحالية في جميع السائحين القادمين إلى مصر. أما عينة البحث التي تم استخدامها فهي عينة ميسرة من السائحين تزداد أعمارهم عن ١٦ سنة حتى يسهل فهمهم لموضوع البحث. وتمت مقابلة السائحين القادمين إلى مصر



شكل رقم (١)

## الإطار المقترح للدراسة الحالية

الأصدقاء نحو الرحلة أو الزيارة، عدم توافق الرحلة مع الصورة الذهنية للفرد عن ذاته وشخصيته، والصعوبات في الاتصال أو التواصل مع ثقافة المقصد السياحي، واتجاهات المواطنين نحو السائحين الدوليين والتي أدت إلى وجود خبرات غير سارة (Dolnicar 2005; Fuchs and Reichel 2006b). وثالثاً، مخاطر الأداء، وهي تشمل على مشاكل استخدام الأجهزة، والمناخ السيئ، ومشاكل المواصلات، ووجود مرافقين غير ملائمين أو مناسبين، ودرجة ضياع الوقت والنقود (Fuchs and Reichel 2006b; Reisinger and Mavondo, 2006).

أما القسم الثالث من القائمة فيحتوي على ١٩ عبارة تقيس المخاطر المدركة المرتبطة بزيارة مصر باستخدام مقياس ليكارت الدرجي من ١-٧ (١= غير موافق تماماً، ٧= موافق تماماً). وقد تم تقسيم المخاطر إلى ٣ مجموعات وهي أولاً، المخاطر المادية، وتتمثل في درجة الأمان في الطعام، والأمراض المعدية، والأعاصير الطبيعية، وحوادث السيارات، والجرائم، والارهاب، والاضطرابات السياسية (Fuchs and Reichel 2006b; Maser and Weiermair 1998; Mitchell and Vassos 1997). وثانياً، المخاطر النفسية الاجتماعية متمثلة في ردود أفعال الأسرة أو

أما القسم الرابع من القائمة فيقيس أنشطة البحث عن المعلومات وهي تشتمل على جانبين بحث داخلي عن المعلومات، وبحث خارجي. وقد تم الاستعانة بمقياس (Gursoy and McCleary, 2004a) حيث تم سؤال السائحين عن احتمال استخدامهم لمصادر المعلومات المختلفة باستخدام مقياس ليكارت الدرجي من ١ - ٧ (=١ غير محتمل تماماً، ٧=محتمل تماماً). أما القسم

الخامس من القائمة فهو يقيس المعرفة الموضوعية ويحتوي على ١٢ عبارة ذات أسئلة اختيار متعدد لقياس مستويات المعرفة المرتبطة بالسفر لدى السائح. وتم استخدام مقياس (Dodd et al., 2005) (Park and Moon, 2003)؛. وأخيراً يشتمل القسم السادس من القائمة على الخصائص الديموغرافية كما هو موضح في الجدول رقم (١).

### جدول رقم (١)

#### الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة

النسبة %	العدد	
٣٤.٦	١٨٠	١. النوع ذكر
٦٥.٤	٣٤٠	أنثى
١٤.٢	٧٤	٢. السن ١٦ - أقل من ٢٥ سنة
٣٣.٤٦	١٧٤	٢٥ - أقل من ٣٥ سنة
٢٤.٦	١٢٨	٣٥ - أقل من ٤٥ سنة
١٧.٥	٩١	٤٥ - أقل من ٦٠ سنة
١٠.٢	٥٣	٦٠ سنة فأكثر
٩.٤	٤٩	٣. مستوى التعليم: أقل من متوسط
٤٤.٨	٢٣٣	مؤهل متوسط
٣٣.٨	١٧٦	مؤهل جامعي
١١.٩	٦٢	ماجستير/ دكتوراه
١٦.٣	٨٥	٤. الجنسية انجلترا
٨	٤٢	فرنسا
٣٥.٤	١٨٤	أوكرانيا
٢٢.٣	١١٦	إيطاليا
١٣.٨	٧٢	المانيا
٦.٢	٣٢	روسيا
٤	٢١	رومانيا
١٨.٦	٩٧	٥. الدخل الشهري: أقل من ٢٠٠٠ دولار
٤١.١	٢١٤	من ٢٠٠٠ - أقل ٤٠٠٠ دولار
٢٤	١٢٥	من ٤٠٠٠ - أقل من ٦٠٠٠ دولار
١٠.٩	٥٧	من ٦٠٠٠ - أقل من ٨٠٠٠ دولار
٤.٢	٢٢	من ٨٠٠٠ - أقل من ١٠٠٠٠ دولار
	٥	١٠٠٠٠ دولار فأكثر

**تحليل نتائج الدراسة:**

هناك ثلاثة عوامل خاصة بالمخاطر المدركة، وثلاثة عوامل خاصة بسلوك البحث عن المعلومات. كما تم اختبار الثبات لجميع المتغيرات باستخدام معامل كرونباك ألفا، وقد كانت جميعها أكبر من 0.70 وهو أمر جيد ويؤكد على ثبات المقاييس المستخدمة، ووجود درجة اتساق في الإجابات الخاصة بالمستقصى منهم.

كما قام الباحث بعمل اختبار مدى كفاية العينة المستخدمة المعروف باسم KMO Kaiser-Meyer-Olkin، وقد كانت النتائج لجميع المتغيرات باستخدام اختبار Bartlett test ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.00 كما كانت قيمة KMO أكبر من 0.6 وهذا يشير إلى كفاية حجم العينة لإجراء الدراسة، وأيضاً مؤشراً على وجود متغيرات كامنة Latent variables. والجدول رقم (٢) يعرض لثبات وصدق المتغيرات المستخدمة في الدراسة وكذلك التحليل العاملي Factor analysis.

تم استخدام نموذج المعادلة البنائية SEM لاختبار الإطار المقترح للدراسة والعلاقات بين المتغيرات. وقد قام الباحث بعمل التحليل على مرحلتين وفقاً لما هو مستخدم في العديد من البحوث (Anderson and Gerbing 1988; Bagozzi and Yi 1988; Lee, Yoon, and Lee, 2007; Wong and Yeh 2009) بهدف التأكد من مدى ثبات نموذج القياس أولاً ثم اختبار النموذج البنائي. وذلك للتأكيد على ثبات وصدق نتائج هذا البحث (Nunkoo and Romkissoon, 2012).

**المرحلة الأولى: نموذج القياس:**

تم عمل التحليل العاملي الاستطلاعي EFA أولاً للتأكد من الأبعاد المختلفة المكونة للمفاهيم أو متغيرات الدراسة. حيث تم عمل تحليل محتوى لمتغيرات المخاطر المدركة، والمعرفة الشخصية، وسلوك البحث عن المعلومات باستخدام طريقة Varimax Rotation. وقد تم التوصل إلى أن

**جدول رقم (٢)****نتائج التحليل العاملي لمتغيرات الدراسة**

معامل كرونباك ألفا	نسبة التباين	قيمة Eigen	معامل التحليل	المتغيرات ومكوناتها
0.90	50.45	9.58		المخاطر المدركة
				(KMO = 0.94, Bartlett test $X^2 = 5580$ , P= 0.00)
				مكون (١): المخاطر المرتبطة بالمقصد
			0.884	١- لا يعكس صورتي الذاتية عن شخصيتي
			0.756	٢- قد يكون عندي خبرات مخيبة للأمال
			0.752	٣- هذه الرحلة تعتبر مضيعة للوقت
			0.659	٤- قد أحصل على قيمة محدودة لنقودي
			0.639	٥- أصدقائي وعائلتي لم يؤيدوا هذه الرحلة
			0.626	٦- أشعر بعدم تفهمي لحضارة هذا المكان
			0.598	٧- أشعر بعداء المواطنين
			0.397	٨- أشعر بصعوبات في التواصل

0.88	7.61	1.44	0.827 0.822	<b>مكون (٢): المخاطر المادية</b> ١- أشعر بمخاطر الارهاب في هذا المكان ٢- هناك اضطرابات سياسية في الدولة التي أزورها
			0.791 0.690 0.657 0.603	٣- أشعر بأنني قد أكون ضحية لجريمة ٤- هناك مخاطر وجود أمراض معدية ٥- هناك مخاطر وقوع حوادث ٦- هناك مشاكل ترتبط بالغذاء
0.85	6.40	1.21	0.732 0.711 0.526 0.526 0.452	<b>مكون (٣): المخاطر المرتبطة بالسفر</b> ١- هناك مصروفات إضافية غير متوقعة ٢- أشعر أن هناك عدائية من البيئة الطبيعية ٣- قد لا أحصل على منافع الأجازة / أداء سئ ٤- غير متأكد بشأن الأجهزة والأدوات والتنظيم ٥- قد أكون ضحية لإعصار
<b>البحث عن المعلومات</b> (KMO = 0.7, Bartlett test $X^2 = 12229.76$ , P = 0.00)				
0.50	17.0	1.0	0.81 0.79	<b>مكون رقم (١): البحث الداخلي عن المعلومات</b> ١- أتخذ قرارات سفري دون جمع أي معلومات من أي مصدر معلومات ٢- قبل قيامي بالتخطيط للقيام برحلة، من المحتمل أن أبحث عن معلومات
0.75	26.1	2.9	0.624 0.86 0.88	<b>مكون (٢): البحث الخارجي عن المعلومات (أدوات الترويج)</b> ١- الأسرة والأصدقاء ٢- إعلانات الراديو، والتلفزيون، والجرائد، والمطبوعات ٣- تقارير المجالات
0.75	24.5	1.5	0.89 0.90 0.56	<b>مكون (٣): البحث الخارجي عن المعلومات (الوسطاء في قنوات التوزيع)</b> ١- مكاتب السياحة في المدينة أو الولاية ٢- مكاتب السياحة الحكومية ٣- وكلاء السياحة والسفر أو مستشاري السياحة
<b>المعرفة الشخصية</b> (KMO = 0.89, Bartlett test $X^2 = 1968.93$ , P = 0.000)				
0.91	75.84	3.78	0.887 0.819 0.828 0.904 0.909	المعرفة الشخصية F1 F2 F3 F4 F5

كما تم عمل تحليل عاملي تأكيدي CFA لجميع متغيرات الدراسة باستخدام AMOS. وقد كانت قيمة مربع كاي بالنسبة للمخاطر المدركة ، وسلوك البحث عن المعلومات ذات دلالة إحصائية. ومع عمل تحسين لنموذج القياس المبدئي وفقاً لنتائج التحليل العاملي الاستطلاعي EFA فقد ظهرت أبعاد متغيرات الدراسة وفقاً لما هو معروض في

### جدول رقم (٣)

#### نتائج التحليل العاملي التأكيدي CFA

		المعيار						
AGFI	GFI	RSMR	RMSEA	NCI<5	P>0.05	درجات الحرية	X <sup>2</sup>	مفاهيم الدراسة
> 0.9	> 0.9	< 0.05	<0.05					المخاطر المدركة
0.91	0.93	0.04	0.05	2.42	0.00	135	326.87	البحث عن المعلومات
0.97	0.98	0.04	0.03	1.75	0.00	17	29.74	المعرفة الشخصية
0.98	0.99	0.00	0.03	1.64	0.16	4	6.59	

#### المرحلة الثانية: نموذج المعادلة البنائية الهيكلية

المبدئية للمعيار، ودرجة ملائمة النموذج ككل، أخيراً درجة ملائمة البناء الداخلي للنموذج محل الدراسة. وتشير النتائج المعروضة في جدول رقم (٤) إلى تحقيق النموذج لنتائج جيدة ومرضية مما يشير إلى كفاية نموذج الدراسة.

وفقاً لباجوزي ويبي (Bagozzi and Yi, 1988) فإنه من الضروري أن يتم قياس قوة النموذج من خلال ثلاثة أبعاد وهي درجة الملائمة

### جدول رقم (٤)

#### نتائج تقييم نموذج المعادلة البنائية

X <sup>2</sup> / df	RMSEA	RSMR	GFI	NFI	CFI
1.81	0.03	0.04	0.90	0.91	0.96

## تقييم الأثر الوسيط للمخاطر المدركة باستخدام أسلوب Bootstrapping:

عن المعلومات. كما أن الأثر غير المباشر يتراوح بين 0.05 وبين 0.117 ولا يشتمل على الصفر. وبالتالي يمكن استنتاج أن الأثر غير المباشر يختلف بشكل ذي دلالة إحصائية من صفر إلى 0.05 بمستوى ثقة ٢٠%. وبنفس الطريقة، تتوسط المخاطر المادية العلاقة بين المعرفة الشخصية وبين البحث الداخلي عن المعلومات بتقدير الـ Bootstrap مقداره (B = 0.015). كما أن الأثر غير المباشر يقع بين 0.002 وبين 0.41 ولا يشتمل على الصفر، وبالتالي يمكن استنتاج أن الأثر غير المباشر يختلف بشكل ذي دلالة إحصائية من صفر إلى 0.05 لقيمة P بمستوى ثقة ٩٥%.

هذه النتائج تشير إلى أن مستوى المخاطر المادية للسائحين يزداد في مصر ويؤثر بشكل غير مباشر على العلاقة بين مستوى المعرفة الشخصية للسائحين وبين درجة استخدامهم لمصادر المعلومات الداخلية المتوافرة لديهم. فالمخاطر المادية تؤثر بشكل غير مباشر على العلاقة بين الزيارات السابقة لمصر كمقصد سياحي وبين اعتمادهم على خبراتهم الشخصية.

هناك العديد من البحوث التي استخدمت أسلوب Bootstrapping لاختبار الأثر الوسيط لمتغير ما (MacKinnon, Lockwood, and Williams 2004; Preacher and Hayes 2008) والجدول رقم (٥) يوضح تقديرات Bootstrap عند معامل تصحيح ٩٥%. وتشير النتائج إلى أنه عند تفسير الأثر الكلي، فإن المخاطر المدركة لا تتوسط العلاقة بين الجوانب المعرفية للسائح وبين استخدامه لمصادر المعلومات المختلفة. ولكن عند تقدير الأثر غير المباشر لهذه العلاقة عند مستوى ثقة ٩٥% يتضح أنه غير ذي دلالة إحصائية عندما تتراوح قيمة P بين صفر، 0.05. ولكن بدراسة الأثر الوسيط لكل متغير فردي يتضح وجود علاقة ذات دلالة إحصائية.

فكما هو موضح بالجدول رقم (٥) عندما تكون القيمة التقديرية للـ Bootstrap هي 0.039 فهذا يشير إلى أن المخاطر المادية تتوسط العلاقة بين الزيارات السابقة للمقصد وبين البحث الداخلي

### جدول رقم (٥)

#### نتائج الـ Bootstrap للعلاقات الوسيطة

مستوى ثقة ٩٥%		تقديرات الـ Bootstrap			المتغير الوسيط	الاثار غير المباشرة الاجمالية
الحد الأقصى	الحد الأدنى	P	SE	B		
0.117	0.005	0.02	0.026	0.039	المخاطر المادية	الزيارات السابقة ← البحث الداخلي عن المعلومات
0.41	0.002	0.016	0.009	0.015	المخاطر المادية	المعرفة الشخصية ← البحث الداخلي عن المعلومات

## نتائج اختبارات الفروض:

أما بالنسبة للفروض الخاصة بخبرات السفر السابقة وعلاقتها بالمخاطر المدركة الثلاثة فلم يتم قبول الفروض الخاصة بالمخاطر المرتبطة بالمقصد أو المخاطر المادية، ولكن تم قبول الفرض الخاص بالمخاطر العامة. كما يتضح من الشكل رقم (٢) أن خبرات السفر الدولية لها تأثير على المعرفة الشخصية ( $B = 0.6924, t = 17.9, P = 0.000$ ) وكذلك المعرفة الموضوعية وهي ( $B = 0.000, t = 8.46, P = 0.000$ ) علاقات ذات دلالة إحصائية.

وعند دراسة تأثير المخاطر المدركة على مصادر المعلومات المستخدمة، كانت المسارات ذات الدلالة الإحصائية هي تلك المتعلقة بالمخاطر المرتبطة بالمقصد وتأثيرها على المصادر الداخلية للمعلومات ( $B = 0.238, t = 3.68, P < 0.001$ ) وهذا يشير إلى وجود علاقة موجبة بين مستوى المخاطر المرتبطة بالمقصد وبين المصادر الداخلية للمعلومات.

يوضح الجدول رقم (٦) ملخصاً لنتائج فروض الدراسة ومساراتها. حيث لم يتم قبول الفروض الثلاثة الأولى المتعلقة بالمعرفة الموضوعية وتأثيرها على أبعاد المخاطر المدركة الثلاثة. وعلى العكس من ذلك، تم قبول الثلاثة فروض المتعلقة بالمعرفة الشخصية وتأثيرها على أبعاد المخاطر المدركة الثلاثة، حيث كانت القيم المقدرة لـ B ذات دلالة إحصائية للفروض الثلاثة. وهذا يعني أن هناك علاقة سلبية قوية بين المخاطر المدركة للسائحين وبين المعرفة الشخصية المتاحة لديهم. كما يلاحظ أن الفرض الرابع الذي يقيس تأثير الزيارات السابقة للسائح على أبعاد المخاطر المدركة الثلاثة تم قبوله فقط بالنسبة للمخاطر المادية، في حين أنه لم يثبت وجود تأثير ذي دلالة للزيارات السابقة على المخاطر المرتبطة بالمقصد أو بالمخاطر المادية.

## جدول رقم (٦)

## ملخص نتائج اختبارات الفروض

نتيجة اختبار الفرض	قيمة T	المعاملات المقدرة	العلاقات بين المتغيرات
H <sub>1a</sub> غير مقبول	-0.274	-0.22	المعرفة الموضوعية ← المخاطر المرتبطة بالمقاصد
H <sub>1b</sub> غير مقبول	-1.32	-0.101	المعرفة الموضوعية ← المخاطر العامة
H <sub>1c</sub> غير مقبول	-0.741	-0.059	المعرفة الموضوعية ← المخاطر المادية
H <sub>2a</sub> مقبول	-7.33	-0.264	المعرفة الشخصية ← المخاطر المرتبطة بالمقاصد
H <sub>2b</sub> مقبول	-4.79	-0.183	المعرفة الشخصية ← المخاطر العامة
H <sub>2c</sub> مقبول	-4.68	-0.165	المعرفة الشخصية ← المخاطر المادية
H <sub>3a</sub> غير مقبول	-0.54	-0.028	خبرات السفر السابقة ← المخاطر المرتبطة بالمقاصد
H <sub>3b</sub> غير مقبول	-2.04	-0.06	خبرات السفر السابقة ← المخاطر العامة
H <sub>3c</sub> غير مقبول	-0.12	0.006	خبرات السفر السابقة ← المخاطر المادية
H <sub>4a</sub> مقبول	-1.40	-0.239	الزيارات السابقة ← المخاطر المرتبطة بالمقاصد
H <sub>4b</sub> مقبول	-0.840	-0.135	الزيارات السابقة ← المخاطر العامة
H <sub>4c</sub> مقبول	-2.25	-0.253	الزيارات السابقة ← المخاطر المادية



مفاهيمي متعدد الأبعاد، وهذه الأبعاد لها تأثيرها المتزامن على المخاطر المدركة، كما أنه أدى إلى التعرف على أنماط مختلفة من العلاقات، حيث تم التوصل إلى أن بعض هذه الأبعاد كان له تأثيراً ذي دلالة.

النتيجة الثانية الهامة لهذه الدراسة تتعلق بدور كل نوع من أنواع الجوانب المعرفية في التأثير على أبعاد المخاطر المدركة للسائحين وكذلك سلوك البحث عن المعلومات. فقد أكدت الدراسة الحالية على أهمية الأبعاد المختلفة للمعرفة المسبقة للسائح (Dodd et al. 2005; Gursoy and McCleary 2004a; Klerck and Sweeney 2007) كما أكدت على أن المعرفة الشخصية، والمعرفة الموضوعية تعتبر متغيرات أوم أبعاد مستقلة ومختلفة عن بعضها البعض، ولها آثارها المختلفة على المخاطر المدركة. وبالتالي فإن هذه النتائج لا تتفق مع نتائج بعض الدراسات التي تعاملت مع المعرفة الشخصية والمعرفة الموضوعية كبناء مفاهيمي واحد (Kerstetter and Cho 2004).

فالدراسة الحالية توصلت إلى أن المعرفة الشخصية كانت المتغير الأكثر تأثيراً على المخاطر المدركة للسائح. وبالتالي فإن السائحين الذين يتوافر لديهم معرفة شخصية كبيرة لا يهتمون بالمخاطر المدركة المادية، والعامية، والمرتبطة بالنقص عندما يفكرون في السفر إلى مصر كمقصد سياحي. هذه النتائج تدعم وجهة النظر التي تقول بأن المعرفة الشخصية تعتبر هي المحدد القومي للمخاطر المدركة للسائح ودرجة الحيرة التي تصيبه عندما يقرر أن يقضي أجازته في مقصد معين (Wong and Yeh, 2009). هذه النتائج تتفق مع وجهة النظر التي ترى أن المعرفة الشخصية ترتبط بشكل

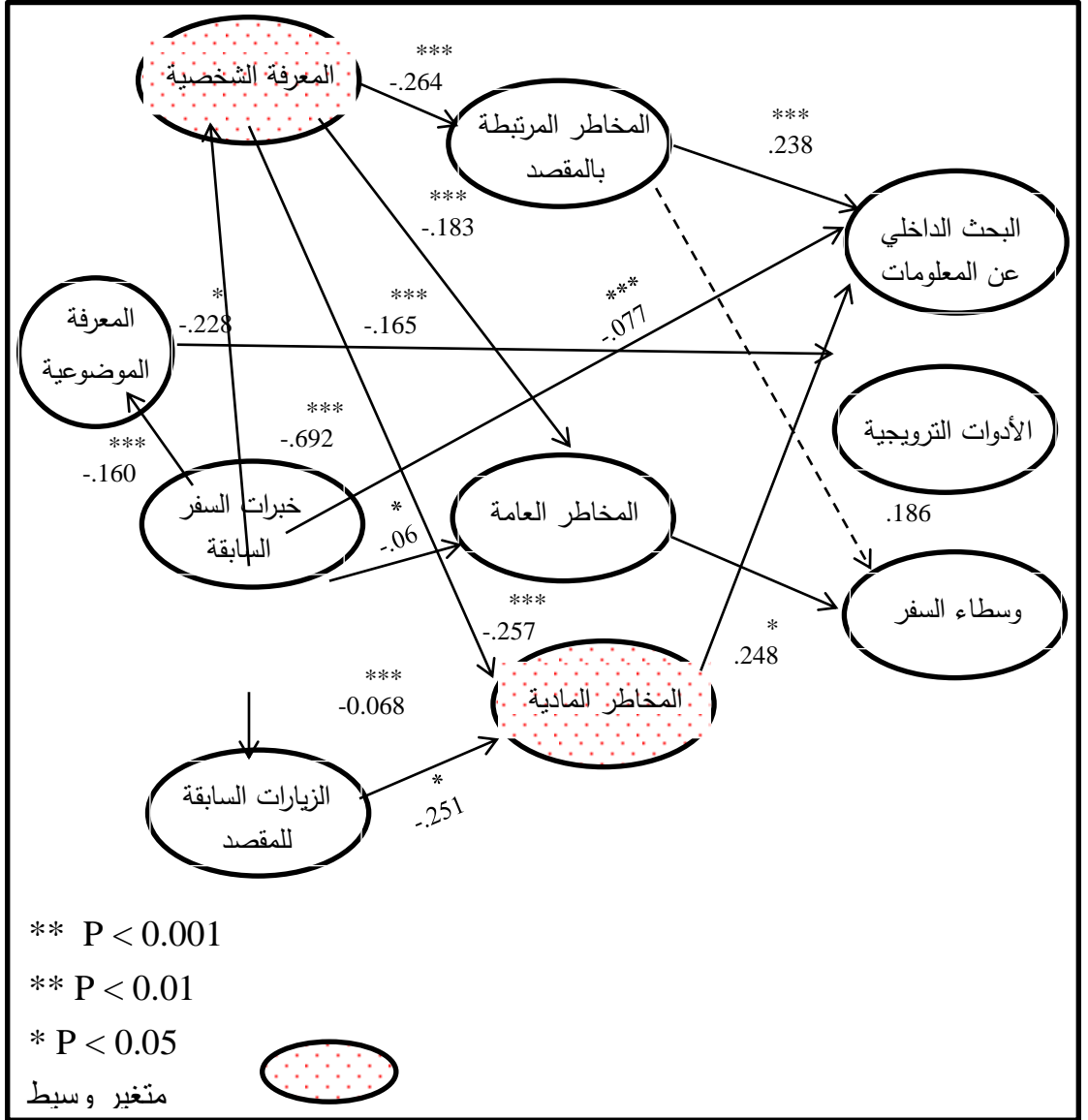
أما المسار الخاص بعلاقة المخاطر المادية بالمصادر الداخلية للمعلومات فقد كان معنوياً أيضاً ( $B = 0.257, t = -3.52, P < 0.001$ ) حيث كانت علاقة سلبية قوية بينهما. وكذلك فإن المخاطر العامة كان لها أيضاً تأثيراً إيجابياً على استخدام وسطاء قنوات التوزيع في مجال السياحة والسفر ( $B = 0.248, t = 2.19, P = 0.05$ ).

أما بالنسبة لعلاقة الجوانب المعرفية بمصادر المعلومات، فقد تم التوصل إلى وجود علاقة سلبية قوية بين المعرفة الموضوعية والمعلومات التي تم الحصول عليها من الأدوات الترويجية ( $B = 0.228, t = 2.56, P = 0.05$ ) وأخيراً، فإن المسار الخاص بعلاقة الخبرات الدولية الخاصة بالسفر وبين المصادر الداخلية للمعلومات كان أيضاً ذو دلالة إحصائية ( $B = 0.077, t = 2.78, P < 0.01$ ) وهذا يشير إلى وجود علاقة سلبية قوية بين خبرات السفر الدولية للسائحين وبين مصادر المعلومات الداخلية التي يعتمد عليها هؤلاء السائحين.

## مناقشة النتائج

الهدف الأساسي من هذه الدراسة هو التعرف على تأثير الجوانب المعرفية لدى السائحين القادمين إلى مصر والمتمثلة في المعرفة الموضوعية، والمعرفة الشخصية، والخبرات السابقة بالسفر، والزيارات السابقة للمقصد على المخاطر المدركة بأنواعها المختلفة. كما يهدف البحث أيضاً إلى التعرف على أي من أبعاد الجوانب المعرفية له تأثير كبير على تشكيل المخاطر المدركة للسائحين. وقد توصل البحث إلى نتيجة هامة وهي أن الجوانب المعرفية لدى السائحين يجب أن تعامل كبناء

كبير مع سلوك اتخاذ القرارات الشرائية للمستهلك، ودعمًا للدراسات السابقة التي تناولت المعرفة الشخصية للمستهلك عند قيامه بعمل اختيار جيد للمقصد السياحي (Albo and Hutchinson 1987; Brucks, 1985) هذه النتائج لا تقدم فقط أساسيًا للقرار بزيارة مقصد يتصف بالخطر.



شكل رقم (٢)

العلاقات والمسارات ذات الدلالة في نموذج الدراسة

مختلفة. فالسائحين الذين زاروا مصر من قبل كان لديهم درجة أقل من الاحساس بالمخاطر المادية المدركة الخاصة بمصر، في حين أن أبعاد المخاطر المدركة الأخرى لم تتأثر بها. هذه النتائج تتشابه مع تلك التي توصل إليها العديد من الباحثين (Fuchs and Reichel, 2010; Sonnez and Gr-aefe, 1998a)، حيث توصلوا إلى أن السائحين الذين يزورون دولة لأول مرة يختلّفون عن السائحين الذين قاموا بزيارات سابقة عند شعورهم بالمخاطر المدركة نحو المقصد السياحي. فالسائحين ذوي خبرات السفر الدولية السابقة ينخفض لديهم الاحساس بالمخاطر العامة، ولكن ليس لها تأثير على أبعاد المخاطر المدركة الأخرى. وهذا يعني أنه كلما زار السائحين عديد من المقاصد السياحية كلما قل لديهم الاحساس بالمخاطر العامة المدركة.

هذه النتائج تتفق مع بعض الدراسات السابقة في أن السائحين ذوي الخبرات السابقة يدركون مستوى أقل من المخاطر، على الأقل بالنسبة لبعض أبعاد المخاطر (Floyd and Pennington-Gray 2004; Lepp and Gibson 2003, 2008; Roehl and Fesenmaier 1992) أو بالنسبة للمخاطر الكلية (Floyd and Pennington-Gray 2004; Fuchs and Reichel, 2006a; Sönmez and Graefe 1998a). فمن المنطقي أن الخبرات السابقة بالسفر تجعل السائحين أقل اهتماماً ببعض الأمور أو الأحداث التي يمكن أن تقع أثناء الرحلة، بغض النظر عن المقصد الذي تم اختياره. كما أن النتائج تشير أيضاً إلى أن الزيارات السابقة لمقصد سياحي معين تقلل مخاطر مدركة معينة مثل المخاطر المادية، كما يمكن أن تؤثر على المخاطر العامة التي يمكن أن تحدث في

هناك العديد من الدراسات في مجال سلوك المستهلك توصلت إلى أن المعرفة الموضوعية قد تشير إلى قدرة المستهلك على البحث عن المعلومات وتشغيلها، ولكنها ليست العامل الهام والحاسم في اتخاذ القرار (Alba and Hutchinson, 1987; Brucks, 1985). وهذا يناقض بعض نتائج البحوث الأخرى في سلوك المستهلك، فعلى سبيل المثال توصل كليرك وسويني (Klerck and Sw-eneey, 2007) إلى أن المعرفة الموضوعية تقلل من الشعور بالمخاطر النفسية ومخاطر الأداء لدى المستهلكين عندما يقومون بشراء المأكولات المعدلة وراثياً. ولذلك، فإن هذه النتائج المتعارضة يمكن أن تفسر بأن هناك اختلافاً بين المنتجات السياحية وبين الأغذية المعدلة وراثياً، وكذلك اختلاف درجة التداخل النفسي لدى المستهلك Consumer involvement.

وكما أوضح (Park and Moon, 2003) بأن المنتجات التي ترتبط بالترفيه أو التعبير عن الذات تكون درجة التداخل النفسي لها أعلى، وبالتالي فهي تتأثر بشكل كبير بالمعرفة الشخصية أكثر من المعرفة الموضوعية. وبالعكس، بالنسبة للمنتجات النفعية (التي تستخدم لحل مشاكل معينة مثل الكمبيوتر والتليفون المحمول) فإن العلاقة لا تتغير بشكل معنوي. فإذا افترضنا أن المنتجات السياحية هي منتجات استمتاعية Hedonic products وهي ذات تداخل نفسي عالي، فإننا سنجد أن هناك علاقة معنوية بين المعرفة الشخصية وبين المخاطر المدركة.

لقد توصلت الدراسة الحالية إلى أن الزيارات السابقة للمقصد السياحي، والخبرات السابقة بالسفر الدولي تؤثر أيضاً على المخاطر المدركة بطرق

المقصد. وهذا يعني أن الجوانب المعرفية، والخبرات السابقة بالسفر، والزيارات السابقة للمقصد هي أبعاد مختلفة يمكن أن تؤثر على سلوك اتخاذ القرار بطرق مختلفة.

المقصد. وهذا يعني أن الجوانب المعرفية، والخبرات السابقة بالسفر، والزيارات السابقة للمقصد هي أبعاد مختلفة يمكن أن تؤثر على سلوك اتخاذ القرار بطرق مختلفة.

فبالنسبة لأنواع المعرفة (خبرات السفر الدولية السابقة) والمعرفة الموضوعية التي يشار إليها بأنها ذات تأثير مباشر، فإن أنواع المخاطر المدركة ومستوياتها لا تؤثر على استخدام مصادر المعلومات. وهذا يدفع إلى القول بأن الزيادة في المعرفة الموضوعية، والزيادة في خبرات السفر الدولية التي تؤدي لزيادة المعرفة الموضوعية (من خلال تراكم خبرات السفر) يمكن أن تدفع المستهلكين أو السائحين نحو البحث عن المصادر الموضوعية للمعلومات. فالمصادر المفضلة للمعلومات هي تلك الأكثر مصداقية، والتي تقدم الجديد (Dodd et al., 2005; Kerstetter and Cho, 2004). هذه النتائج تتفق مع نتائج البحوث التي توصلت إلى أن المعرفة الموضوعية يمكن أن تسهل من استخدام المعلومات الجديدة، كما أنها ترتبط بأنشطة تشغيل المعلومات التي يقوم بها السائح (Brucks, 1985). فالمعرفة الموضوعية، والتعلم التراكمي هي التي تشكل المعرفة الفعلية المخزنة في الذاكرة طويلة الأجل للسائح ولا تتأثر بالعوامل النفسية مثل درجة شدة الخطر المدرك وبالتالي ترتبط مباشرة بسلوكهم الفعلي.

هناك نتيجة أخرى في هذا البحث تتعلق أيضاً بالزيارات السابقة للمقصد، وخبرات السفر الدولية للسائح، وهي لها أساس في كتابات سلوك المستهلك. ففي مجال السياحة واتخاذ القرارات السياحية هناك أربعة أبعاد لمعرفة السائح Tourist knowledge أكدت عليها هذه الدراسة. ومما يدعم هذا القول أن نتائج هذه الدراسة توصلت إلى أن خبرات السفر الدولية للسائح كانت محدداً هاماً لكل من المعرفة الشخصية والمعرفة الموضوعية، وإن كانت العلاقة الأقوى مع المعرفة الشخصية. وهو ما يتفق مع نتائج بعض الدراسات السابقة التي توصلت لوجود علاقة قوية بين الخبرة السابقة وبين المعرفة الشخصية أكثر من تلك الموجودة بين الخبرة السابقة والمعرفة الموضوعية (Dodd et al., 2005; Park et al., 1994).

وبالنظر إلى الجوانب المعرفية، والمخاطر المدركة، وعملية البحث عن المعلومات نجد أن هناك العديد من الجوانب المرتبطة بالعلاقات بين هذه المفاهيم، والتي تعتبر غير واضحة بشكل ملموس في مجال السياحة. فالنتائج تشير إلى أن الأبعاد المختلفة للمخاطر المدركة تؤثر على استخدام السائح لمصادر المعلومات المختلفة. كما أن الجوانب المعرفية تلعب دوراً في تحديد مصادر المعلومات التي يستخدمها السائح.

ومن ناحية أخرى، فإن السائحين ذوي المستوى المرتفع من المعرفة الشخصية وذوي الزيارات السابقة للمقصد السياحي لديهم استعداد أكبر للاعتماد على المعرفة الشخصية أو الذاتية أو خبراتهم عندما تكون المخاطر المدركة عند حدها الأدنى. هذه الأنواع من المعرفة يطلق عليها ذات الأثر غير المباشر، وهي

هذه الدراسة توصلت إلى أن السائحين ذوي خبرات السفر الكبيرة يعتمدون بشكل أقل على

al.,1998; Fodness and Murray, 1998; Gursoy and McCleary, 2004a). ولعل ذلك يفسر التناقض في نتائج الدراسات السابقة التي تناولت تأثير الجوانب المعرفية على سلوك البحث عن المعلومات.

وبشكل عام ، يمكن القول بأن الدراسة الحالية توصلت الى أن المعرفة، والمخاطر المدركة، وسلوك البحث عن المعلومات هي مفاهيم مرتبطة ببعضها البعض. فالسائحين يمكن أن يستخدموا مصادر متنوعة من المعلومات اعتمادا على مستوى معرفتهم المسبقة، وأيضاً درجة شعورهم أو ادراكهم للمخاطر. ولذلك توصلت الدراسة الحالية الى أن هناك تشابهاً بين مصادر استرجاع المعلومات وبين استخدام المعرفة الموضوعية ، وخبرات السفر المختلفة المتمثلة في المعلومات المخزنة في الذاكرة (Park, Mothersbaugh and feick,1994) وذلك مقارنة بالمعرفة الشخصية والزيارات المسبقة لنفس المقصد، والذي يعتمد على المعرفة السابقة المكتسبة من الخبرات السابقة، (Park et al.1994).

### تطبيقات وتوصيات الدراسة

تعتبر هذه الدراسة من الدراسات المحدودة في مصر التي تناولت مقدمات المخاطر المدركة للسائحين المتمثلة في الجوانب المعرفية المتمثلة في متغيرات الخبرات السابقة بالسفر الدولي، والزيارات السابقة للمقصد السياحي، والمعرفة الشخصية، وكذلك المعرفة الموضوعية . كما تم دراسة الأثر الوسيط للمخاطر المدركة بين تلك المقدمات وبين عملية البحث عن المعلومات في مجال السياحة.

يمكن استخدام نتائج الدراسة الحالية في تصميم الاستراتيجية الترويجية لوزارة السياحة المصرية،

التي تربط بموقف محدد أو مقصد سياحي معين، وبالتالي فإن استخدامهم للمعلومات سوف يتحدد ببعض المتغيرات المتداخلة Intervening factors مثل مستوى المخاطر المرتبط بالمقصد السياحي.

ففي الدراسة الحالية لوحظ أن المستوى المتزايد من المخاطر المادية المدركة يمكن أن يعجل بالسائحين ذوي المعرفة الذاتية الكبيرة أو الخبرات المرتبطة بالسفر الدولي بأن يتحول إنتباههم إلى الاعتماد على المعرفة المتاحة أو خبراتهم. ولذلك فإنه في الأوقات التي لا تكون فيها المخاطر المدركة مرتفعة فإن الأفراد الذين يعتقدون بأنهم ذوي معرفة واسعة فإنهم يميلون للاعتماد على معرفتهم الذاتية. وهذا يجعلنا نلقي الضوء على تأثير المعرفة الذاتية على المخاطر المدركة وعلى قدرتها على التأثير في المراحل المختلفة لاتخاذ القرار بشكل أكبر من اعتمادهم على المعرفة الموضوعية.

وتتفق هذه النتائج مع نتائج الدراسات السابقة التي توصلت الى أن المعرفة الشخصية تعتمد على التقدير الذاتي للفرد، وهي هي مؤشر على الثقة بالنفس . كما أيدت أيضا القول بأن درجة التآلف familiarity يمكن أن يكون لها تأثيرا سلبيا على عملية البحث عن المعلومات، والعكس صحيح ، حيث كلما انخفضت درجة تآلف السائحين مع المقصد السياحي كلما زادت عملية البحث عن المعلومات (Carneiro and Crompton,2010) . وبالتالي يمكن استنتاج أن السائحين الواثقين في اختياراتهم يميلون بدرجة أقل للبحث عن معلومات جديدة. ولذلك يمكن القول بأنه اذا شعر السائحون بنقص درجة الثقة في الموقف الشرائي ، فانهم سوف يبحثون أكثر عن معلومات اضافية ، بغض النظر عن مستوى المعرفة المتاح لديهم (Coupey et

وتوجيهات عندما يتم ارشاد السائحين وتعرضهم لخبرات جديدة.

فعندما يدرك السائحون المخاطر فإنهم سوف يبحثون عن المعلومات. وهذا يؤكد على أهمية مصادر المعلومات التي يسهل الوصول إليها، وتلك التي لها مصداقية من وجهة نظرهم. أولاً، العلاقة الإيجابية ذات الدلالة بين المخاطر العامة وبين الوسطاء في قنوات التوزيع السياحية. وكذلك العلاقة السلبية، ولكنها ليست ذات دلالة بين المخاطر المرتبطة بالمقصد المصرى وبين الوسطاء في قنوات التوزيع السياحية، تشير إلى أن مصادر المعلومات المتمثلة في هؤلاء الوسطاء في قنوات التوزيع سواء كانوا مكاتب حكومية أو شركات سياحية أو وكلاء السفريات تعتبر مصادر هامة ومثمرة عندما يلجأ إليها السائحون للحصول على معلومات عامة عن السفر، ولكنها غير مثمرة وغير مجدية إذا احتاج هؤلاء إلى معلومات دقيقة وتفصيلية ومحددة عن المقصد السياحي المصرى. فى مثل هذه الحالات يعتمد السائحون على مصادر معلومات داخلية وذاتية أو مصادر أخرى لم تدخل فى نطاق هذا البحث. وهذا يلقي الضوء على الحاجة إلى تدريب العاملين كوسطاء فى القنوات السياحية وزيادة درجة وعيهم ومهاراتهم كمصدر هام للمعلومات.

ثانياً، الأدوات الترويجية مثل الاعلانات المعروضة فى التلفزيون، والجرائد، والمجلات، والتقارير، وشبكات التواصل الاجتماعى يجب أن تزداد بها درجة الموضوعية التى تقدم بها المعلومات، حيث توصلت الدراسة إلى أن الأفراد ذوى المعرفة الموضوعية الكبيرة لديهم اهتماماً محدوداً باستخدام مثل هذه المصادر. بالإضافة إلى أن هذه المصادر لا تبدو أنها مصادر مفضلة

وهيئة تنشيط السياحة. حيث يجب الأخذ فى الحسبان أن المعرفة الشخصية ترتبط بالعوامل الدافعة مثل الثقة فى اتخاذ القرارات، حيث يجب تصميم الاستراتيجية الترويجية لزيادة درجة التآلف بين السائحين وبين مصر وحضارتها وتاريخها ومقوماتها. وحيث أن المعرفة الموضوعية ترتبط بالقدرة على تشغيل المعلومات، فإن الاعلانات يجب أن توفر معلومات تفصيلية عن مصر يمكن أن تزيد من المعرفة الموضوعية المتعلقة بالمنتج السياحي المصرى، وبالتالي توفر على السائح مهمة البحث المكثف عن المعلومات، والتي تعتبر فى حد ذاتها مهمة مكلفة وتستهلك الكثير من الوقت.

وكما توصلت الدراسة فى طياتها إلى أن الأفراد السائحين يعتمدون على مصادرهم الداخلية للمعلومات، وخبراتهم الشخصية، فإنه من الضروري أن يقوم المسوقون المصريون بتخفيض المخاطر المرتبطة بالمقصد السياحي المصرى، وكذلك المخاطر المادية أيضاً من خلال تقديم معلومات سهلة وواضحة بهدف تقليل مخاوف هؤلاء السائحين. فهناك الكثير من الجهود التى يجب أن تبذل لتبديد مخاوف السائحين من الناحية العاطفية أو الشعورية مثل مخاوفهم من الأمراض المعدية أو المخاطر المادية عن طريق التركيز على العمليات التقييمية المعرفية Cognitive evaluation process (Klerk and Sweeney,2007) عن طريق الاعتماد على مزايا ومنافع المقصد السياحي المصرى مثل الجوانب الثقافية أو الحضارية لمصر، والتاريخ، والجوانب الحديثة والجديدة فى مصر. كل ذلك يمكن تنفيذه من خلال الاهتمام بمنافع ومزايا المقصد المصرى وبالذات فى الكتيبات الإرشادية والمطبوعات التى توفر معلومات

## References

1. Alcántara -Pilar, Juan Miguel, F. J. Blanco-Encomiendab, T. Armenski and S. D. Barrio-Garciad (2017), "The antecedent role of online satisfaction, perceived risk online, and perceived website usability on the affect towards travel destinations", Journal of Destination Marketing & Management, online, October,87-102.
2. Anderson, James C., and David W. Gerbing (1988), "Structural Equation Modeling in Practice: A Review and Recommended Two-Step Approach." Psychological Bulletin, 103 (3): 411-23.
3. Attallah Nashwa F. (2015), "Evaluation of perceived service quality provided by tourism establishments in Egypt", Tourism and Hospitality Research, Vol. 15(3) 149-160.
4. Bagozzi, Richard, and Youjae Yi (1988), "On the Evaluation of Structural Equation Models", Journal of the Academy of Marketing Science, 16 (1): 74-94.
5. Baloglu, Seyhmus (2001), "Image Variations of Turkey by Familiarity Index: Informational and Experiential Dimensions." Tourism Management, 22 (2): 127-33.
6. Basala, Sandra L., and David B. Klenosky (2001), "Travel-Style Preferences for Visiting a Novel Destination: A Conjoint Investigation across the Novelty-Familiarity Continuum." Journal of Travel Research, 40 (2): 172-82.

لتخفيض المخاطر المدركة. وبالتالي يمكن التوصية بأن توفر الاعلانات المعروضة فى مختلف وسائل الاعلام معلومات تتعلق بالمخاوف أو المخاطر المرتبطة بالمقصد المصرى بدلاً من العمل على زيادة شهيتهم أو رغبتهم فى السفر الى مصر بشكل عام.

## اقتراحات لدراسات مستقبلية

اهتمت الدراسة الحالية بدراسة مقدمات المخاطر المدركة المرتبطة بالجوانب المعرفية للسائحين عند قيامهم بالبحث عن المعلومات ولذلك يقترح الآتى :

١- الأخذ فى الحسبان متغيرات أخرى وسيطة أو متداخلة مع معرفة السائح والتي يمكن أن تؤثر على المخاطر المدركة أو سلوك البحث عن المعلومات مثل درجة التداخل النفسى لعملية البحث عن المعلومات Involvement of information search أو دور المعلومات فى عملية اتخاذ القرار بالسفر، ودرجة تعقد الرحلة السياحية، ومستوى الارشاد أو التوجيه المتاح للسائحين عند قيامهم بالتخطيط لقضاء أجازاتهم.

٢- يمكن دراسة العوامل الدافعة أو المحفزة التي تؤثر على البحث عن المعلومات.

٣- يمكن دراسة استراتيجيات تخفيض المخاطر التي يستخدمها السائحون سواء عند البحث عن المعلومات أو للتحكم فى المخاطر المدركة.

7. Beerli, Asunción, and Josefa D. Martín (2004), "Tourists' Characteristics and the Perceived Image of Tourist Destinations: A Quantitative Analysis—A Case Study of Lanzarote, Spain." *Tourism Management*, 25 (5): 623-36.
8. Bettman, James R. (1973), "Perceived Risk and Its Components: A Model and Empirical Test." *Journal of Marketing Research*, 10 (2): 184-90.
9. Bettman, James R., and C. Whan Park (1980), "Effects of Prior Knowledge and Experience and Phase of the Choice Process on Consumer Decision Processes: A Protocol Analysis." *Journal of Consumer Research*, 7 (3): 234-48.
10. Bronner, Fred, and Robert de Hoog (2011), "Vacationers and eWOM: Who Posts, and Why, Where, and What?" *Journal of Travel Research*, 50 (1): 15-26.
11. Brucks, Merrie (1985), "The Effects of Product Class Knowledge on Information Search Behavior." *Journal of Consumer Research*, 12 (1): 1-16.
12. Carneiro, Maria João, and John L. Crompton (2010), "The Influence of Involvement, Familiarity, and Constraints on the Search for Information about Destinations." *Journal of Travel Research*, 49 (4): 451-70.
13. Choi, Soojin, Xinran Y. Lehto, Alistair M. Morrison, and SooCheong Shawn Jang (2012), "Structure of Travel Planning Processes and Information Use Patterns." *Journal of Travel Research*, 51 (1): 26-40.
14. Coupey, E., Julie R. Irwin, and John W. Payne (1998), "Product Category Familiarity and Preference Construction." *Journal of Consumer Research*, 24 (4): 459.
15. Crompton, John L., and Paul K. Ankomah (1993), "Choice Set Propositions in Destination Decisions." *Annals of Tourism Research*, 20 (3): 461-76.
16. Dickinger, Astrid (2011), "The Trustworthiness of Online Channels for Experience- and Goal-Directed Search Tasks." *Journal of Travel Research*, 50 (4): 378-91.
17. Dimanche, Frédéric, and Alenna Lepetic (1999), "New Orleans Tourism and Crime: A Case Study." *Journal of Travel Research* 38 (1): 19-23.
18. Dodd, Tim H., Debra A. Laverie, James F. Wilcox, and Dale F. Duhan (2005), "Differential Effects of Experience, Subjective Knowledge, and Objective Knowledge on Sources of Information Used in Consumer Wine Purchasing." *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 29 (1): 3-19.
19. Dolnicar, Sara (2005), "Understanding Barriers to Leisure Travel: Tourist Fears as a Marketing Basis." *Journal of Vacation Marketing*, 11 (3): 197-208.
20. Dowling, Grahame R., and Richard Staelin (1994), "A Model of Perceived Risk and Intended Risk-Handling Activity." *Journal of Consumer Research*, 21 (1): 119.
21. Floyd, Myron F. (2004), "The Effect of Risk Perceptions on Intentions to Travel in the Aftermath of Septe-



- mber 11, 2001." *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 15 (2): 19.
22. Floyd, Myron F., and Lori Pennington-Gray (2004), "Profiling Risk Perceptions of Tourists." *Annals of Tourism Research*, 31 (4): 1051-54.
  23. Flynn, Leisa Reinecke, and Ronald E. Goldsmith (1999), "A Short, Reliable Measure of Subjective Knowledge." *Journal of Business Research*, 46 (1): 57-66.
  24. Fodness, Dale, and Brian Murray (1998), "A Typology of Tourist Information Search Strategies." *Journal of Travel Research*, 37 (2): 108.
  25. Fuchs, Galia, and Arie Reichel (2006a), "Correlates of Destination Risk Perception and Risk Reduction Strategies." *Advances in Tourism Research, Progress in Tourism Marketing*, edited by Metin Kozak and Luisa Andreu Manning. Elsevier, pp. 161-70.
  26. Fuchs, Galia, and Arie Reichel (2006b), "Tourist Destination Risk Perception: The Case of Israel." *Journal of Hospitality and Leisure Marketing*, 14 (2): 83-108.
  27. Fuchs, Galia, and Arie Reichel (2010), "An Exploratory Inquiry into Destination Risk Perceptions and Risk Reduction Strategies of First Time vs. Repeat Visitors to a Highly Volatile Destination." *Tourism Management*.
  28. Grønflaten, Øyvind (2009), "Predicting Travelers' Choice of Information Sources and Information Channels." *Journal of Travel Research*, 48 (2): 230-44.
  29. Gursoy, Dogan (2003), "Prior Product Knowledge and Its Influence on the Traveler's Information Search Behavior." *Journal of Hospitality and Leisure Marketing*, 10 (3): 113-31.
  30. Gursoy, Dogan, and Ken W. McCleary (2004a), "Travelers' Prior Knowledge and Its Impact on Their Information Search Behavior." *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 28 (1): 66.
  31. Gursoy, Dogan, and Ken W. McCleary (2004b), "An Integrative Model of Tourists' Information Search Behaviour." *Annals of Tourism Research*, 31 (2): 353-73.
  32. Johnson, Eric J., and J. Edward Russo (1984), "Product Familiarity and Learning New Information." *Journal of Consumer Research*, 11 (1): 542-50.
  33. Jonas, Aliza, Yoel Mansfeld, Shlomit Paz, and Israel Potasman (2011), "Determinants of Health Risk Perception among Low Risk-Taking Tourists Traveling to Developing Countries." *Journal of Travel Research*, 50 (1): 87-99.
  34. Jun, Soo Hyun, and Stephen Holland (2012), "Information Processing Strategies: A Focus on Pictorial Information Roles." *Journal of Travel Research*, 51 (2): 205-18.
  35. Kaplan, Leon B., George J. Szybillo, and Jacob Jacoby (1974), "Components of Perceived Risk in Product Purchase: A Cross Validation." *Journal of Applied Psychology*, 59 (3): 287.
  36. Kerstetter, Deborah, and Mi-Hea Cho (2004), "Knowledge, Credibility and Information Search." *Annals*

- of Tourism Research, 31 (4): 961-85.
37. Kim, Heejun, and Daniel R. Fesenmaier (2008), "Persuasive Design of Destination Web Sites: An Analysis of First Impression." *Journal of Travel Research*, 47 (1): 3-13.
38. Klerck, Deon, and Jillian C. Sweeney (2007), "The Effect of Knowledge Types on Consumer-Perceived Risk and Adoption of Genetically Modified Foods." *Psychology and Marketing*, 24 (2): 171-93.
39. Kozak, Metin, John C. Crotts, and Rob Law (2007), "The Impact of the Perception of Risk on International Travellers." *International Journal of Tourism Research*, 9 (4): 233-42.
40. Lee, Choong-Ki, Yoo-Shik Yoon, and Seung-Kon Lee (2007), "Investigating the Relationships among Perceived Value, Satisfaction, and Recommendations: The Case of the Korean Dmz." *Tourism Management*, 28 (1): 204-14.
41. Lee, Jin Kyun, and Wei-Na Lee (2009), "Country-of-Origin Effects on Consumer Product Evaluation and Purchase Intention: The Role of Objective versus Subjective Knowledge." *Journal of International Consumer Marketing*, 21 (2): 137-51.
42. Lehto, Xinran Y., Joseph T. O'Leary, and Alastair M. Morrison (2004), "The Effect of Prior Experience on Vacation Behavior." *Annals of Tourism Research*, 31 (4): 801-18.
43. Lepp, Andrew, and Heather Gibson (2003), "Tourist Roles, Perceived Risk and International Tourism." *Annals of Tourism Research*, 30 (3): 606-24.
44. Lepp, Andrew, and Heather Gibson (2008), "Sensation Seeking and Tourism: Tourist Role, Perception of Risk and Destination Choice." *Tourism Management*, 29 (4): 740-50.
45. Lerner, Jennifer S., Roxana M. Gonzalez, Deborah A. Small, and Barbara Fischhoff (2003), "Effects of Fear and Anger on Perceived Risks of Terrorism: A National Field Experiment." *Psychological Science*, 14 (2): 144-50.
46. MacKinnon, David P., Chondra M. Lockwood, and Jason Williams (2004), "Confidence Limits for the Indirect Effect: Distribution of the Product and Resampling Methods." *Multivariate Behavioral Research*, 39 (1): 99-128.
47. Maser, Birgit, and Klaus Weiermair (1998), "Travel Decision Making: From the Vantage Point of Perceived Risk and Information Preferences." *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 7 (4): 107-21.
48. Mitchell, Vincent W., and Vassilides Vassos (1997), "Perceived Risk and Risk Reduction in Holiday Purchases: A Cross-Cultural and Gender Analysis." *Journal of Eurmarketing*, 6 (3): 47-79.
49. Money, R. Bruce, and John C. Crotts (2003), "The Effect of Uncertainty Avoidance on Information Search, Planning, and Purchases of International Travel Vacations." *Tourism Management*, 24 (2): 191-202.
50. Morakabati Yeganeh, Grzegorz Kapuscinski (2016), "Personality, Risk

- Perception, Benefit Sought and Terrorism Effect”, Vol.18 (5),506–514.
- 51.Nunkoo, Robin, and Haywantee Ramkissoon (2012), “Structural Equation Modelling and Regression Analysis in Tourism Research.” *Current Issues in Tourism*, 15 (8): 777-802.
- 52.Park, C. Whan, and Byeong-Joon Moon (2003), “The Relationship between Product Involvement and Product Knowledge: Moderating Roles of Product Type and Product Knowledge Type.” *Psychology and Marketing*, 20 (11): 977-97.
- 53.Park, C. Whan, David L. Mothersbaugh, and Lawrence Feick (1994), “Consumer Knowledge Assessment.” *Journal of Consumer Research*,21 (1): 71-82.
- 54.Pizam, Abraham (2004), “The Relationship between Risk-Taking, Sensation-Seeking, and the Tourist Behavior of Young Adults: A Cross-Cultural Study.” *Journal of Travel Research*, 42 (3): 251.
- 55.Preacher, Kristopher, and Andrew Hayes (2008), “Asymptotic and Resampling Strategies for Assessing and Comparing Indirect Effects in Multiple Mediator Models.” *Behavior Research Methods*, 40 (3): 879-91.
- 56.Preacher, Kristopher, and Andrew Hayes (2004), “SPSS and SAS Procedures for Estimating Indirect Effects in Simple Mediation Models.” *Behavior Research Methods*, 36 (4): 717-31.
- 57.Reisinger, Yvette, and Felix Mavondo (2006), “Cultural Differences in Travel Risk Perception.” *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 20 (1): 13-31.
- 58.Reisinger, Yvette, and Felix Mavondo (2005), “Travel Anxiety and Intentions to Travel Internationally: Implications of Travel Risk Perception.” *Journal of Travel Research*, 43 (3): 212.
- 59.Ritchie Brent W., Monika Chien and Mona Sharifpour (2016),” Segmentation by Travel Related Risks: An Integrated Approach”, *Journal of Travel & Tourism Marketing* ,Vol. 34(2).
- 60.Richter, Linda K. (2003), “International Tourism and Its Global Public Health Consequences.” *Journal of Travel Research*, 41 (4): 340-47.
- 61.Roehl, Wesley S., and Daniel R. Fesenmaier (1992), “Risk Perceptions and Pleasure Travel: An Exploratory Analysis.” *Journal of Travel Research*, 30 (4): 17-26.
- 62.Sax, Linda J., Shannon K. Gilmartin, and Alyssa N. Bryant (2003), “Assessing Response Rates and Nonresponse Bias in Web and Paper Surveys.” *Research in Higher Education*, 44 (4): 409-32.
- 63.Sharifpour, M., G. A. Walters, and B. W. Ritchie (2012), *Build It, But Will They Come? Investigating the Australian Tourists’ Risk Perceptions and Attitudes towards the UAE*. Melbourne, Australia: CAUTHE.

64. Sönmez, Sevil F., and Alan R. Graefe (1998a), "Determining Future Travel Behavior from Past Travel Experience and Perceptions of Risk and Safety." *Journal of Travel Research*, 37 (2): 171-77.
65. Sönmez, Sevil F., and Alan R. Graefe (1998b), "Influence of Terrorism Risk on Foreign Tourism Decisions." *Annals of Tourism Research*, 25 (1): 112-44.
66. Um, Seoho, and John L. Crompton (1990), "Attitude Determinants in Tourism Destination Choice." *Annals of Tourism Research* 17 (3): 432-48.
67. Walters, Gabrielle, Beverley Sparks, and Carmel Herington (2007), "The Effectiveness of Print Advertising Stimuli in Evoking Elaborate Consumption Visions for Potential Travelers." *Journal of Travel Research*, 46 (1): 24-34.
68. Wong, Jehn-Yih, and Ching Yeh (2009), "Tourist Hesitation in Destination Decision Making." *Annals of Tourism Research*, 36 (1): 6-23.