**ΣΗΜΕΙΩΣΕΙΣ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ «ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ»**

ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑ: ΦΥΛΑΚΑΣ ΜΟΥΣΕΙΩΝ ΚΑΙ ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΧΩΡΩΝ

ΕΞΑΜΗΝΟ: Ά

ΤΜΗΜΑ: Α1

ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΡΙΑ: ΖΥΓΟΡΟΔΗΜΟΥ ΦΑΝΗ

**1.Εισαγωγή**

**1.1 Η σύγχρονη μορφή του τουρισμού**

Ο τουρισμός αποτελεί ένα πολυδιάστατο φαινόμενο με οικονομικές, πολιτιστικές και περιβαλλοντολογικές διαστάσεις, οι επιδράσεις του οποίου παντού όπου αναπτύσσεται κάθε άλλο παρά να υποεκτιμηθούν μπορούν και πολύ περισσότερο να αγνοηθούν.

Με τη σύγχρονή του μορφή, ο τουρισμός έχει πάρει πια μαζικό χαρακτήρα γεγονός που τον κάνει να διαφοροποιείται ουσιαστικά από παλιότερες μορφές του. Ο τρόπος με τον οποίο εκδηλώνεται αυτός σήμερα δεν διαφέρει σε γενικές γραμμές από αυτόν του παρελθόντος. Θα μπορούσε να πει κανείς ότι η διαφορά μεταξύ παλιότερων μορφών τουρισμού και της σημερινής του μορφής είναι μάλλον ποσοτική και ποιοτική.

Είναι χαρακτηριστικό ότι πολλές μορφές του σύγχρονου τουρισμού έχουν την καταγωγή τους από την αρχαιότητα. Όπως ο συνεδριακός τουρισμός είναι η εξέλιξη των αρχαίων Αμφικτυονίων, ο Θρησκευτικός τουρισμός είναι η προέκταση των ομαδικών ταξιδιών στους Αγίους Τόπους ή στη Μέκκα ή στο Βατικανό και άλλα είδη.

Για να φτάσει ο τουρισμός στη σημερινή του μορφή πέρασε από διάφορες φάσεις. Μια από αυτές ήταν οπωσδήποτε κι αυτή του "εκδημοκρατισμού" του, που τοποθετείται χρονολογικά αμέσως μετά το τέλος των εχθροπραξιών του Β' Παγκόσμιου Πολέμου. Έτσι λοιπόν ο τουρισμός από προνόμιο των πλούσιων και της αριστοκρατίας άρχισε βαθμιαία μεν αλλά σταθερά να γίνεται δικαίωμα των εργαζομένων και γενικότερα των μη προνομιούχων. Η μεταπολεμική, κατά συνέπεια, εποχή εκτός ότι εκδημοκράτισε σε μεγάλο βαθμό τον τουρισμό και τον έκανε προσιτότερο στις μεγάλες λαϊκές μάζες, έκανε ταυτόχρονα και τους ανθρώπους πρακτικότερους, καθώς στον τουρισμό βρήκαν ένα μέσο μάλλον ξεκούρασης και ανανέωσης των σωματικών και ψυχικών τους δυνάμεων, παρά κοινωνικής προβολής και επίδειξης.

Οι διαστάσεις που πήρε το τουριστικό φαινόμενο μεταπολεμικά και κυρίως η συνειδητοποίηση των ευεργετικών επιδράσεών του στις οικονομίες, γενικά, οδήγησε πολλές χώρες όχι μόνο στη λήψη μέτρων για την ανάπτυξη του τουρισμού, αλλά και στην αντιμετώπισή του σαν ιδιαίτερου κλάδου οικονομικής δραστηριότητας. Ο έντονος κρατικός παρεμβατισμός για την ανάπτυξη του τουρισμού εκδηλώνεται κατά κανόνα είτε άμεσα, με την εκτέλεση έργων τουριστικής υποδομής και ανωδομής, είτε έμμεσα, με το μηχανισμό των χρηματοδοτήσεων και των κινήτρων γενικότερα, αποτελεί δε ένα ακόμα χαρακτηριστικό γνώρισμα του σύγχρονου τουρισμού, αλλά ταυτόχρονα και μια έμπρακτη απόδειξη ότι το κράτος πραγματικά θέλει να αναπτυχθεί ο τουρισμός, γιατί έτσι υπολογίζει να ωφεληθεί σημαντικά και η οικονομία του από τις ευεργετικές αλυσιδωτές επιδράσεις του και σε άλλους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας.

Σ' αυτό το σκοπό έρχεται να βοηθήσει η ψυχολογία σε συνεργασία με μια σειρά άλλων κλάδων όπως η κοινωνιολογία, η πολιτική επιστήμη, το μάρκετινγκ και άλλες. Το ότι ο τουρισμός αποτελεί μια σύγχρονη ψυχολογική αναγκαιότητα είναι κάτι που δεν αφήνει αδιάφορη τη σύγχρονη ψυχολογία, αλλά επιπλέον καθιστά τον υποψήφιο τουρίστα - καταναλωτή ως αντικείμενο έρευνας και μελέτης, προκειμένου να κατανοηθεί η συμπεριφορά του.

Εν κατακλείδι, με μικρές ή μεγάλες διακυμάνσεις, θετικές ή αρνητικές, ο τουρισμός συνεισφέρει σημαντικά στην ευημερία της Ελλάδος και γι' αυτό άλλωστε έχει χαρακτηριστεί ως δραστηριότητα η οποία αποτελεί την "ατμομηχανή" της ελληνικής οικονομίας.

**1.2. Εννοιολογικό περιεχόμενο - Ορισμός του τουρισμού και του τουρίστα - καταναλωτή.**

Η λέξη "Τουρισμός" (ή Περιηγητισμός), προήλθε από τη γαλλική λέξη ΤOUR, η οποία σημαίνει γύρος, γυρίζω, τριγυρίζω και την αγγλική λέξη TOURING, η οποία σημαίνει τριγυρίζω διάφορες περιοχές για επίσκεψη αξιοθέατων κ.λπ. Και οι δυο λέξεις προέρχονται από τη λατινική λέξη TORNUS. Επειδή η αγγλική λέξη TOURING είναι γενικότερη της ελληνικής λέξης περιηγητισμός, γι' αυτό σήμερα έχει επικρατήσει η λέξη "Τουρισμός". Μια από τις πρώτες προσπάθειες που έγιναν για να οριστεί ο τουρισμός όσο το δυνατό ακριβέστερα γίνεται, ήταν αυτή των Ηunziker και Krapf του Πανεπιστημίου της Βέρνης, που στη συνέχεια υιοθετήθηκε από τη Διεθνή Ένωση Επιστημονικών Εμπειρογνωμόνων Τουρισμού. Αυτοί είχαν την άποψη ότι ο τουρισμός έπρεπε να οριστεί σαν το σύνολο των φαινομένων και σχέσεων που προκύπτουν από την πραγματοποίηση ενός ταξιδίου και τη διαμονή των μη μόνιμων κατοίκων, εφόσον δεν οδηγούν σε μόνιμη διαμονή και δεν συνδέονται με καμιά κερδοσκοπική δραστηριότητα.

Ο ορισμός αυτός, αν και δεν μπορεί να θεωρηθεί ολοκληρωμένος, βοηθά να διακρίνει κανείς τον τουρισμό από την αποδημία, αλλά κάνει την υπόθεση ότι πρέπει απαραίτητα να περιλαμβάνει τόσο ένα ταξίδι όσο και τη διαμονή, αποκλείοντας έτσι τελείως τις ημερήσιες περιηγήσεις, δηλαδή τις εκδρομές. Επίσης φαίνεται να μην περιλαμβάνει τα επαγγελματικά ταξίδια που συνδέονται με μια κερδοσκοπική δραστηριότητα, ακόμα και αν το εισόδημα αυτό δεν κερδίζεται στη χώρα ενός τουριστικού προορισμού. Στο σημείο αυτό θα πρέπει να ειπωθεί ότι κάθε άλλο παρά εύκολο είναι να διακρίνει κανείς ένα επαγγελματικό ταξίδι από ένα ταξίδι αναψυχής, αφού τόσα πολλά ταξίδια αποτελούν συνδυασμό και των δυο. Με το πέρασμα του χρόνου όμως η βασική έννοια του τουρισμού διευρύνθηκε, έτσι ώστε να περιλαμβάνει σήμερα και διάφορες μορφές επαγγελματικών ταξιδιών υπό την προϋπόθεση ότι δεν θα οδηγούν αυτά σε μόνιμη διαμονή του επισκέπτη ή σε αμειβόμενη απασχόλησή του στη χώρα υποδοχής και φιλοξενίας του.

O τουρισμός με τη σύγχρονη μορφή του θα μπορούσε σε γενικές γραμμές να οριστεί σαν η πρόσκαιρη μετακίνηση ανθρώπων από τον τόπο της μόνιμης διαμονής τους σε έναν άλλον εκτός αυτού με αποκλειστικό σκοπό την ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών τους, που όμως δεν είναι πάντα ανάγκες ή επιθυμίες ξεκούρασης και αναψυχής, και η οργανωμένη προσπάθεια για την προσέλκυση, υποδοχή και καλύτερη δυνατή εξυπηρέτηση αυτών των ανθρώπων. Όπως μπορεί να διαπιστωθεί, ο γενικός αυτός ορισμός του τουρισμού περιλαμβάνει δύο σκέλη. Το πρώτο σκέλος, δηλαδή αυτό που αναφέρεται στην πρόσκαιρη βραχυχρόνια μετακίνηση ανθρώπων για τουριστικούς λόγους, αντιπροσωπεύει το "καταναλωτικό" μέρος του τουρισμού και ταυτίζεται, όπως είναι φυσικό, με την τουριστική ζήτηση. Το δεύτερο σκέλος του τουρισμού, δηλαδή αυτό που αναφέρεται στην υποδοχή και εξυπηρέτηση των ανθρώπων που μετακινούνται πρόσκαιρα για τουριστικούς σκοπούς, αντιπροσωπεύει το καθαρά "παραγωγικό" μέρος του τουρισμού και ταυτίζεται, όπως είναι φυσικό, με την τουριστική προσφορά. Τόσο η τουριστική προσφορά όσο και η τουριστική ζήτηση προϋποθέτουν την ύπαρξη κάποιων προϊόντων που μπορούν να εκφραστούν όχι μόνο ποσοτικά άλλα και ποιοτικά, η δε κατανάλωση ή χρήση τους να ικανοποιεί τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες ανθρώπων. Τα προϊόντα αυτά υπάρχουν και είναι τα τουριστικά, τα οποία μπορεί να είναι υλικά ή άϋλα, δηλαδή αγαθά ή υπηρεσίες, και ακόμα απλά ή σύνθετα. Σε περίπτωση δε που προσφέρονται αυτά σύνθετα, δηλαδή συνδυασμένα σαν ένα ενιαίο σύνολο και σε μια συνολική τιμή, τότε χαρακτηρίζονται σαν τουριστικά πακέτα. Και επειδή αυτά στην απλούστερή τους τιμή περιλαμβάνουν τουλάχιστον ένα ταξίδι στον τουριστικό προορισμό, το μεταφορικό μέσο με το οποίο θα πραγματοποιηθεί το ταξίδι αυτό, τη διαμονή στον τουριστικό προορισμό σε ξενοδοχείο ή κάποιας άλλης μορφής κατάλυμα, το πρόγευμα, καθώς επίσης το τράνσφερ από το σημείο εισόδου προς το κατάλυμα κατά την άφιξη και αντίστροφα από το κατάλυμα προς το σημείο εξόδου κατά την αναχώρηση, μπορεί να εκφραστεί παραστατικά με τα πιο κάτω συστατικά στοιχεία: τον τουριστικό προορισμό, το μεταφορικό μέσο, το κατάλυμα, το πρόγευμα και το τράνσφερ

Όπως γίνεται αντιληπτό πέντε κύρια χαρακτηριστικά του τουρισμού μπορούν να εξακριβωθούν εννοιολογικά και συγκεκριμένα τα εξής:

**α.** Ο τουρισμός είναι αποτέλεσμα μεμονωμένης ή ομαδικής μετακίνησης ανθρώπων σε διάφορους τουριστικούς προορισμούς και η διαμονή τους σε αυτούς τουλάχιστον επί ένα 24ωρο με σκοπό την ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών τους.

**β.** Οι διάφορες μορφές τουρισμού, όποιες κι αν είναι αυτές, περιέχουν απαραίτητα δύο βασικά στοιχεία και συγκεκριμένα το ταξίδι στον τουριστικό προορισμό και τη διαμονή σε αυτόν με την ευρύτερη έννοια του όρου, δηλαδή συμπεριλαμβανομένης και της διατροφής.

**γ.** Το ταξίδι και η διαμονή λαμβάνουν χώρα εκτός του τόπου της μόνιμης διαμονής των ανθρώπων που αποφασίζουν να μετακινηθούν για τουριστικούς σκοπούς.

**δ.** Η μετακίνηση ανθρώπων σε διάφορους τουριστικούς προορισμούς είναι προσωρινού και βραχυχρόνιου χαρακτήρα, που σημαίνει ότι πρόθεσή τους είναι να επιστρέψουν στον τόπο της μόνιμης διαμονής τους μέσα σε λίγες μέρες, εβδομάδες ή μήνες.

**ε.** Οι άνθρωποι επισκέπτονται διάφορους τουριστικούς προορισμούς για τουριστικούς σκοπούς, δηλαδή για σκοπούς άλλους από εκείνους της μόνιμης διαμονής τους ή της επαγγελματικής απασχόλησής τους.

Το 1937 η Επιτροπή Εμπειρογνωμόνων της Κοινωνίας των Εθνών σύστησε στις χώρες - μέλη της να υιοθετήσουν έναν ορισμό που χαρακτήριζε τον τουρίστα σαν ένα άτομο που ταξιδεύει για ένα χρονικό διάστημα 24 ωρών ή περισσότερο σε μια χώρα διαφορετική από εκείνη στην οποία διαμένει μόνιμα. Ο ορισμός αυτός περιελάμβανε στους τουρίστες τα εξής άτομα:

**Ι.** Αυτά που ταξιδεύουν για ευχαρίστηση, για οικογενειακούς λόγους, για λόγους υγείας και άλλους.

**ΙΙ.** Αυτά που ταξιδεύουν για να πάρουν μέρος σε διάφορες συσκέψεις, συγκεντρώσεις, συνέδρια κ.λπ. με οποιουδήποτε είδους αντιπροσωπευτική ιδιότητα.

**ΙΙΙ.** Αυτά που ταξιδεύουν για καθαρά επαγγελματικούς λόγους.

**ΙV.** Αυτά που φτάνουν σε μια χώρα, όταν το κρουαζιερόπλοιο με το όποιο ταξιδεύουν προσεγγίζει κάποιο λιμάνι της, ακόμα και αν το χρονικό διάστημα της παραμονής τους σε αυτήν είναι μικρότερο από ένα 24ωρο.

Ο ορισμός αυτός της Επιτροπής των Στατιστικών Εμπειρογνωμόνων της Κοινωνίας των Εθνών παρουσίαζε ορισμένες αδυναμίες. Η κυριότερη από αυτές ήταν ότι παρέβλεπε τελείως τη μετακίνηση των ντόπιων τουριστών μέσα στην επικράτεια της χώρας τους.

Δυόμιση δεκαετίες περίπου αργότερα και συγκεκριμένα το 1963 η Διάσκεψη των Ηνωμένων Εθνών για Διεθνή Ταξίδια και Τουρισμό, που πραγματοποιήθηκε στη Ρώμη, έλαβε υπόψη τις εισηγήσεις που υπέβαλε η Διεθνής Ένωση Επίσημων Τουριστικών Οργανισμών, που αργότερα μετεξελίχτηκε και μετονομάστηκε σε Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (Π.Ο.Τ.) και συμφώνησε ο όρος επισκέπτης να περιγράφει κάθε άτομο που επισκέπτεται μια χώρα άλλη από αυτή στην οποία διαμένει μόνιμα, για οποιοδήποτε σκοπό εκτός από εκείνο της άσκησης ενός επαγγέλματος που να αμοίβεται με χρηματικούς πόρους της χώρας που επισκέπτεται.

Ο ορισμός αυτός καλύπτει δύο κατηγορίες επισκεπτών και συγκεκριμένα:

**α.** Τους **τουρίστες**, δηλαδή τα άτομα που επισκέπτονται μια χώρα προσωρινά και διαμένουν σε αυτήν τουλάχιστον ένα 24ωρο, και των οποίων οι σκοποί της επίσκεψής τους είναι κατά κύριο λόγο διακοπές, επαγγελματικοί, υγεία, σπουδές, συμμετοχή σε αποστολή ή σύσκεψη ή συνέδριο, επίσκεψη φίλων ή συγγενών, θρησκευτικοί και άθληση.

**β.** Τους **εκδρομείς**, δηλαδή αυτούς που επισκέπτονται μια χώρα και διαμένουν σε αυτή λιγότερο από ένα 24ωρο και στους οποίους περιλαμβάνονται οι επιβάτες κρουαζιερόπλοιων, οι επισκέπτες που έρχονται και φεύγουν την ίδια ημέρα χωρίς να διανυκτερεύσουν, καθώς επίσης τα πληρώματα αεροπλάνων, πλοίων, κλπ. που δεν είναι μόνιμοι κάτοικοι της χώρας που επισκέπτονται και που μένουν σε αυτήν ολόκληρη την ημέρα χωρίς να διανυχτερεύσουν.

Για μια ακόμα φορά ένας ορισμός σαν αυτόν γίνεται υπερβολικά περιοριστικός εξαιτίας του γεγονότος ότι δε λαμβάνει καθόλου υπόψη του τον εσωτερικό τουρισμό και κατ’ επέκταση του τουρίστα που κάνει εσωτερικό τουρισμό.

Παρά το γεγονός ότι η Παγκόσμια Διάσκεψη για τον τουρισμό, που συγκλήθηκε από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού και πραγματοποιήθηκε στη Μανίλα των Φιλιππίνων από 27 Σεπτεμβρίου μέχρι 10 Οκτωβρίου 1980, το θέμα του ορισμού του εσωτερικού τουρισμού τέθηκε επίσημα από την ινδική αντιπροσωπεία, πλην όμως μέχρι σήμερα δεν έχει γίνει τίποτα από πλευράς Π.Ο.Τ. Μερικές όμως χώρες προσπάθησαν να δώσουν ένα κατάλληλο ορισμό του ντόπιου τουρίστα που κάνει εσωτερικό τουρισμό. Έτσι λοιπόν η Εθνική Αναθεωρητική Επιτροπή Τουριστικών Πόρων στις ΗΠΑ όρισε σαν τουρίστα που κάνει εσωτερικό τουρισμό οποιοδήποτε άτομο φεύγει από το σπίτι του με σκοπό να επισκεφτεί κάποιο μέρος που απέχει τουλάχιστον 50 μίλια από αυτό για επαγγελματικούς λόγους, για ευχαρίστηση, για προσωπικές υποθέσεις ή για οποιοδήποτε άλλο σκοπό εκτός από αυτόν της καθημερινής μετάβασής του με δημόσιο μεταφορικό μέσο στον τόπο της εργασίας του και αντίστροφα. Για έναν ντόπιο τουρίστα που κάνει εσωτερικό τουρισμό δεν είναι απαραίτητο να παραμένει στον τουριστικό προορισμό που επισκέπτεται τουλάχιστον για ένα 24ωρο, που σημαίνει ότι μπορεί αν θέλει να διανυχτερεύσει εκεί ή αν δεν το επιθυμεί να επιστρέψει αυθημερόν σπίτι του. Ενδιαφέρον έχει επίσης ο καναδικός ορισμός. Σύμφωνα με αυτόν, εσωτερικό τουρισμό θεωρείται ότι κάνει ένα άτομο όταν ταξιδεύει τουλάχιστον 25 μίλια πέρα από τα όρια του δήμου ή της κοινότητας στην οποία ζει μόνιμα.

Συμπερασματικά μπορεί να ειπωθεί ότι ένας ολοκληρωμένος ορισμός του τουρισμού κάθε άλλο παρά εύκολο έργο είναι. Αυτό όμως σε καμιά περίπτωση δεν σημαίνει ότι θα πρέπει να εγκαταλειφτεί η προσπάθεια να βρεθεί ένας πληρέστερος και ενιαίος ορισμός του τουρισμού, δηλαδή που να καλύπτει εννοιολογικά τόσο τους ντόπιους τουρίστες, όσο και τους ξένους τουρίστες.

**1.3. Η διαχρονική εξελικτική πορεία του τουρισμού**

Το φαινόμενο που ονομάζουμε "Τουρισμό", έχει μια ιστορία, η οποία ξεκινάει από την αρχαία εποχή και συνεχίζεται παραλλαγμένο μέχρι και σήμερα. Η ανάγκη του ανθρώπου να πραγματοποιεί μετακινήσεις μακρύτερα από τον τόπο της μόνιμης κατοικίας του, εμφανίζεται σταδιακά από τότε που αποκτά μόνιμη κατοικία, ιδρύει τους πρώτους συνοικισμούς του και ασχολείται συστηματικά με τη γεωργία.

Οι σύγχρονοι μελετητές της διαχρονικής εξελιξής του τουρισμού τη διακρίνουν σε τρεις χρονικές περιόδους. Η **πρώτη περίοδος** έχει ασαφές χρονικό σημείο έναρξης, με πιθανότερο αυτό του μέσου της τρίτης χιλιετίας π.Χ. και τέλος την επόχη της γενίκευσης της χρήσης της ατμομηχανής στο σιδηρόδρομο, δηλαδή το 1840 μ.Χ.

Πρωτοπόροι στην αξιοποίηση των υδάτινων δρόμων φαίνεται πως ήταν οι Αιγύπτιοι οι οποίοι αξιοποίησαν τις δυνατότητες που τους πρόσφερε ο Νείλος και οι παραπόταμοί του. Τα μονόξυλα και οι σχεδίες αποτελούν τον πρόδρομο των στέρεων ποταμόπλοιων που εμφανίζονται το 2700 π.Χ. Τα ταξίδια στη στεριά εκείνη την εποχή μπορούν να γίνουν με κιβωτιόσχημες άμαξες που σέρνονται από γαϊδούρια ή βόδια ή και πεζή. Το οδικό δίκτυο αποτελείται από χωμάτινους δρόμους, ενώ οι γέφυρες και η λιθόστρωση των δρόμων εμφανίζονται αργότερα στην Κρήτη και στη συνέχεια στις Μυκήνες και στον υπόλοιπο ελλαδικό χώρο σαν τεχνικά επιτεύγματα της μυκηναϊκής περιόδου. Στην Αργολίδα έχει βρεθεί ένα από τα πιο συστηματικά οδικά δίκτυα του αρχαίου κόσμου. Η γεφύρωση των δύσβατων σημείων αποτελούνταν από κυκλώπειες κατασκευές ικανές να αντέχουν στο χρόνο, στους ορμητικούς χείμαρρους και στα μεγάλα φορτία.

Το άλογο, χρησιμοποιείται σαν υποζύγιο μετά το 2300 π.Χ. Πρώτοι που πραγματοποιούν κατά τρόπο επαγγελματικό τουρισμό είναι οι Αιγύπτιοι δημόσιοι υπάλληλοι, που μετακινούνται στα όρια της επικράτειάς τους με συγκεκριμένες αποστολές, Στη Μεσοποταμία συμβαίνει το ίδιο. Κρατικοί ξενώνες κατά μήκος των χερσαίων διαδρόμων προσφέρουν φιλοξενία σε κρατικούς υπαλλήλους και επίσημους αγγελιοφόρους. Πανδοχεία εξυπηρετούν με πληρωμή ταξιδιώτες, προσφέροντάς τους ποτά και γυναίκες και περιστασιακά φαγητό και ύπνο.

Tα επαγγελματικά ταξίδια, ήταν τα πρώτα που καταγράφηκαν. Ταξίδια αποκλειστικά για περιήγηση και αναψυχή εμφανίζονται μετά το 1500 π.Χ.

Στην αρχαία Ελλάδα η φιλοξενία ήταν χαρακτηριστικό στοιχείο. Με την φιλοξενία οι Έλληνες τιμούσαν το Θεό Δία, προστάτη των ξένων, που γι'αυτό ονομαζόταν και Ξένιος Δίας.

Σε πολλές ελληνικές πόλεις ή κατά μήκος χερσαίων διαδρομών υπήρχαν πανδοχεία. Αυτά αρχικά ονομάζονταν καταγώγια, άλλες μορφές ξενώνες, και αργότερα πανδοχεία επειδή δεχόντουσαν όχι μόνο πελάτες αλλά και τα υποζύγιά τους.

Ο ιστοριογράφος Ηρόδοτος χαρακτηρίστηκε ως ο πρώτος ταξιδιωτικός συγγραφέας. Υπήρξε συστηματικός παρατηρητής των τόπων που γνώρισε και κατέγραψε τις εντυπώσεις του με χιούμορ και συγχρόνως με λογοτεχνικό ύφος.

Το ξεκίνημα της Ρωμαϊκής εποχής βασίζεται πάνω σε ένα σοβαρό από κάθε άποψη υπόβαθρο, που δημιουργήθηκε στους ελληνιστικούς χρόνους. Οι δρόμοι των ταξιδιών μεγαλώνουν και η νέα γλώσσα που επικρατεί, ελαχιστοποιεί το πρόβλημα επικοινωνίας στα ταξίδια. Οι θαλάσσιες διαδρομές γίνονται ασφαλέστερες γιατί το ναυτικό των Ρωμαίων περιστέλλει τη μάστιγα της πειρατείας. Οι δρόμοι μένουν ανοιχτοί όχι μόνο για το εμπόριο και τις μετακινήσεις αξιωματούχων της κεντρικής και περιφερειακής διοίκησης αλλά και για τις μετακινήσεις των στρατιωτικών και ναυτικών δυνάμεων των Ρωμαίων. Στους ρωμαϊκούς επίσης χρόνους γίνονται ευρύτερα γνωστές οι θεραπευτικές ιδιότητες των ιαματικών πηγών και αποτελούν σκοπό των ταξιδιών τους. Οι μετακινήσεις την εποχή αυτή είναι πολλές. Συχνά επισκέψεις με σκοπό τη γνωριμία τόπων και ανθρώπων. Ταξίδια με σκοπό την αναζήτηση γνώσης σε σχολές, διακεκριμένους δάσκαλους και βιβλιοθήκες είναι διαδεδομένα. Εξακολουθούν φυσικά να γίνονται ταξίδια για σκοπούς θρησκευτικούς και αθλητικούς. Οι σκοποί των επαγγελματικών ταξιδιών συνεχίζουν να υπάρχουν και να πολλαπλασιάζονται.

Κατά τα Βυζαντινά χρόνια τα πανδοχεία διευρύνουν τις προσφερόμενες υπηρεσίες τους και στον ελληνόφωνο χώρο της αυτοκρατορίας αρχίζει να εμφανίζεται ο όρος "ξενοδοχείο". Κατά το 16ο και 17ο αιώνα όλες οι ευρωπαϊκές πόλεις διαθέτουν ξενοδοχεία.

Η **δεύτερη περίοδος** διαρκεί εκατό περίπου χρόνια από το 1840 έως το 1945 και είναι ένας αιώνας ανακατατάξεων. Χαρακτηρίζεται ως η περίοδος ενηλικίωσης του τουρισμού γιατί μέσα σε αυτά τα χρόνια σφυρηλατήθηκαν οι βάσεις της τουριστικής γιγάντωσης που πραγματοποιείται στην επόμενη περίοδο. Πράγματι στα εκατό αυτά χρόνια παρατηρούνται τεχνολογικές και επιστημονικές ανακαλύψεις που σχετίζονται με τα μεταφορικά μέσα και τα μέσα επικοινωνίας. Θέτονται οργανωτικές δομές στον κρατικό και ιδιωτικό τουριστικό τομέα και τα ταξίδια σταδιακά παύουν να αποτελούν κατάκτηση μικρών αλλά ιδιαίτερα προνομιούχων ομάδων. Κυρίαρχο όμως στοιχείο αυτής της περιόδου είναι η χρήση της μηχανής στα μεταφορικά μέσα, που αντικαθιστά τη μυϊκή δύναμη ανθρώπων και υποζυγίων στην ξηρά και αδιαφορεί για τις προθέσεις του Αιόλου στη θάλασσα.

Η δεύτερη περίοδος τουριστικής ανάπτυξης, χαρακτηρίζεται όχι μόνον από αυτά που μέχρι τώρα αναφέρθηκαν, αλλά και από άλλες σημαντικότατες παραμέτρους: τη συμβολή του αυτοκινήτου και του αεροσκάφους, κυρίως όμως τη μαζική παραγωγή του πρώτου και τη σταδιακή πύκνωση των εναέριων εμπορικών μεταφορών.

Η **τρίτη εξελικτική** περίοδος του τουρισμού ξεκινά το 1945, δηλαδή μετά το τέλος των εχθροπραξιών του Β' Παγκοσμίου Πολέμου και φτάνει μέχρι σήμερα. Τα επαγγελματικά ταξίδια συνδέονται με την τεχνογνωσία, τα τεχνολογικά προϊόντα και γενικά με την αποκατάσταση της κατεστραμένης υποδομής, τη δημιουργία νέας και την ανοικοδόμηση γενικά. Η οικονομική άνοδος και οι κοινωνικές βελτιωτικές μεταβολές γνωρίζουν ταχείς ρυθμούς στην πορεία τους. Σε λίγα χρόνια οι τουριστικές μετακινήσεις πολλαπλασιάζονται. Ο τουρισμός αποτελεί πια έναν κλάδο οικονομικής δραστηριότητας και μεταβάλλεται σε παράγοντα οικονομικής, κοινωνικής και πολιτιστικής ανάπτυξης ή μεγέθυνσης.

Οι ρυθμοί της ανάπτυξης του τουρισμού είναι τόσο ταχείς ώστε σε σύντομα δημιουργούνται, ιδίως στη δεκαετία του 70, συνθήκες γιγάντωσής του. Οι όροι "άνθηση" και "έκρηξη" χρησιμοποιούνται για τον προσδιορισμό αυτής της ποσοτικής και ποιοτικής μεταβολής. Οι κυριότεροι παράγοντες στους οποίους αποδίδεται αυτή η ραγδαία ανάπτυξη του τουρισμού, συνοψίζονται στους πιο κάτω:

- η επέκταση του χρόνου αναψυχής - διακοπών,

- η οικονομική ευμάρεια,

- η βελτίωση και ανάπτυξη των μεταφορικών μέσων,

- η αστικοποίηση και η τεχνολογική ανάπτυξη,

- η πολιτισμική εξέλιξη,

- το αυξημένο ενδιαφέρον του κράτους και της ιδιωτικής πρωτοβουλίας,

- ο επαναπροσδιορισμός του ρόλου των ξενοδοχείων.

Γεννιέται όμως το ερώτημα ακόμα πού οφείλεται αυτή η αργή εξελικτική πορεία του τουρισμού. Γιατί επί τόσες χιλιετίες παρέμενε σε χαμηλό επίπεδο, προνόμιο των λίγων και μόλις τις τελευταίες δεκαετίες σημείωσε αιφνίδια το μεγάλο άλμα; Η απάντηση είναι στα ερωτήματα αυτά είναι απλή. Ο τουρισμός, ως γνωστό, είναι ένα κοινωνικό φαινόμενο. Όπως και κάθε κοινωνικό φαινόμενο, έτσι και το τουριστικό, γεννήθηκε και αναπτύχθηκε σε οργανωμένες κοινωνίες και μέσα στις εκάστοτε υφιστάμενες σ'αυτές αντικειμενικές και οικονομικές συνθήκες, και όπως διαφαίνεται σαφώς, ακολούθησε μία εξελικτική πορεία, παράλληλη προς εκείνη του ανθρώπινου βίου.

**1.4. Η δυναμική του τουρισμού και οι επιδράσεις του**

Κύριο χαρακτηριστικό του τουρισμού είναι αναμφίβολα ο δυναμισμός με τον οποίο αναπτύσσεται. Άλλο χαρακτηριστικό του είναι ότι η ανάπτυξη που επιτεύχθηκε ουσιαστικά από το τέλος των εχθροπραξιών του Β' Παγκοσμίου πολέμου και μετά. Ο μαζικός τουρισμός, σαν αναγνωρίσιμο οικονομικό και κοινωνικό φαινόμενο, άρχισε να γίνεται εμφανής προς το τέλος της δεκαετίας του '50 και έκτοτε η ανάπτυξη της τουριστικής βιομηχανίας συνεχίζεται, συμβάλλοντας με αυτόν τον τρόπο μεταξύ άλλων στις οικονομικές και κοινωνικές αλλαγές που λαμβάνουν χώρα σε πολλές χώρες υποδοχής τουριστών. Ήδη από τα μέσα περίπου της δεκαετίας του '70 είχε διαφανεί ότι η περίοδος της συνεχούς ανάπτυξης του τουρισμού είχε πλέον τελειώσει οριστικά. Αυτό βέβαια δεν σήμαινε ότι η ανάπτυξη του τουρισμού μελλοντικά θα είναι μηδενική. Σήμαινε όμως ότι:

**α.** Η συνολική ανάπτυξη του τουρισμού πιθανόν να είναι σε χαμηλότερα ποσοστά απ' ότι ήταν αυτή στο παρελθόν.

**β.** Η ανάπτυξη του τουρισμού θα είναι περισσότερο άνισα κατανεμημένη τόσο από πλευράς ανάπτυξης τουριστικών αγορών όσο και από πλευράς τουριστικών προορισμών και υπηρεσιών.

**γ.** Ο ανταγωνισμός μεταξύ τουριστικών προορισμών κι υπηρεσιών θα είναι μελλοντικά εντονότερος, γι' αυτό και οι προωθητικές δραστηριότητες του μάρκετινγκ θα πρέπει να επικεντρώνονται μάλλον σε διευρύνσεις των μεριδίων των υφισταμένων τουριστικών αγορών, παρά σε διεισδύσεις σε νέες τουριστικές αγορές.

**δ.** Η ζήτηση τουριστικών υπηρεσιών θα είναι περισσότερο επιλεκτική και κατατετμημένη, δηλαδή θα εξαρτάται από την ικανότητα των χωρών υποδοχής τουριστών να προσφέρουν ποιότητας τουριστικά πακέτα σε ανταγωνιστικές τιμές, που θα ικανοποιούν συγκεκριμένες τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες ομάδων πιθανών πελατών τους σε μια ορισμένη τουριστική αγορά.

Ο τουρισμός σαν κλάδος οικονομικής δραστηριότητας αναμφίβολα αποτελεί σημαντικότατο παράγοντα οικονομικής ανάπτυξης ή μεγέθυνσης. Κατά συνέπεια η συμβολή του στη γενικότερη προσπάθεια των λαών και των πολιτικών εξουσιών τους για καλύτερες μέρες πρέπει κάτω από προϋποθέσεις να θεωρείται δεδομένη. Η διεθνής πρακτική έχει αποδείξει ότι για πολλές χώρες και ιδιαίτερα για τις αναπτυσσόμενες, δηλαδή γι' αυτές που για οποιοδήποτε λόγο δεν έχουν κατορθώσει να διακόψουν το φαύλο κύκλο της φτώχιας και της μιζέριας που τις ταλανίζει, ο τουρισμός μπορεί κάτω από προϋποθέσεις να αποτελέσει μια από τις κυριότερες συναλλαγματοφόρες πηγές τους. Και ακόμα ότι μπορεί να συμβάλει αποφασιστικά στην ανάπτυξη άλλων κλάδων οικονομικής δραστηριότητας.

Πέρα όμως από σημαντικός κλάδος οικονομικής δραστηριότητας ο τουρισμός μπορεί να είναι και σημαντικός εργοδότης, αφού χάρη σ’ αυτόν βρίσκουν απασχόληση, έστω και εποχιακά, πολλοί άνεργοι αλλά και πολλοί υποαπσχολούμενοι σε αγροτικές περιοχές της περιφέρειας. Το σημαντικότερο, όμως, απ' όλα ίσως είναι ότι ο τουρισμός μπορεί και δημιουργεί θέσεις εργασίας εκεί που συνήθως άλλοι κλάδοι της οικονομικής δραστηριότητας, όπως, π.χ. η βιομηχανία, η γεωργία με την ευρύτερη έννοια του όρου κ.λπ., για λόγους που έχουν σχέση με τις εξωτερικές οικονομίες του τόπου όπου επιχειρείται η ανάπτυξή του αδυνατούν να δημιουργήσουν. Έτσι λοιπόν με την ανάπτυξη του τουρισμού σε περιοχές μιας χώρας, όπου άλλοι κλάδοι οικονομικής δραστηριότητας, για λόγους που έχουν σχέση με τις εξωτερικές οικονομίες του τόπου στον οποίο επιχειρείται η ανάπτυξη του, αδυνατούν να δημιουργήσουν.

Εκτός όμως από θέσεις εργασίας ο τουρισμός δημιουργεί και έσοδα για τους πληθυσμούς των περιοχών όπου αναπτύσσεται και εξασφαλίζει πρόσθετα εισοδήματα για πολλές οικογένειες, ενώ παράλληλα συμβάλλει και στον περιορισμό του ανοίγματος της ψαλίδας που υπάρχει ανάμεσα στα εισοδήματα των κατοίκων των αστικών κέντρων και εκείνων της περιφέρειας.

Οι θετικές επιδράσεις του τουρισμού σε τοπικό, περιφερειακό και εθνικό επίπεδο γίνονται αισθητές μόνο εφόσον η ανάπτυξη ή μεγένθυσή του πραγματοποιείται ορθολογιστικά, προγραμματισμένα και κυρίως με συνεχή και λεπτομερή έλεγχο σε κάθε μια από τις διανυόμενες αναπτυξιακές φάσεις, ειδικότερα δε όταν αυτή συνοδεύεται από μια παράλληλη προσπάθεια ανάπτυξης ή μεγέθυνσης του πρωτογενούς και δευτερογενούς τομέα της οικονομίας. Μ' αυτόν τον τρόπο περιορίζονται σημαντικά οι αρνητικές επιδράσεις του τουρισμού και τούτο γιατί: **α**. αποφεύγεται ο συγκεντρωτισμός και το φαινόμενο της εξάρτησης του τουριστικού προορισμού από έναν και μόνο κλάδο οικονομικής δραστηριότητας και συγκεκριμένα τον τουρισμό,

**β**. αμβλύνεται η εποχιακή απασχόληση του ανθρώπινου δυναμικού του τουριστικού προορισμού,

**γ.** αυξάνεται η χρονική διάρκεια εκμετάλλευσης των τουριστικών εγκαταστάσεων,

**δ.** μετριάζεται η αντιμετώπιση του ντόπιου τουρίστα σαν ανεπιθύμητου πελάτη,

**ε**. περιστέλλεται η υποβάθμιση και πολύ περισσότερο η καταστροφή του φυσικού περιβάλλοντος, καθώς επίσης της πολιτιστικής κληρονομιάς,

**στ.** μειώνεται σημαντικά η ποιοτική υποβάθμιση των προσφερόμενων τουριστικών προϊόντων και

**ζ.** παύει βαθμιαία να θυσιάζεται η ανταγωνιστικότητα του τουρισμού χάρη στο εύκολο και γρήγορο κέρδος και στα τεράστια οικονομικά συμφέροντα των μεσαζόντων του τουρισμού.

Η αποδοτικότητα του τουρισμού σαν τμήματος του παραγωγικού μηχανισμού μιας οικονομίας πρέπει να αξιολογείται όχι μόνο με κριτήρια επίτευξης στόχων σε βραχυχρόνια ορίζοντα, μέσα στο στενό πλαίσιο του κλάδου της τουριστικής οικονομίας, αλλά και με μακροχρόνιες προοπτικές ουσιαστικής συμβολής του στην επίτευξη των γενικότερων οικονομικών και κοινωνικών στόχων του προγράμματος οικονομικής ανάπτυξης ή μεγέθυνσης μιας χώρας. Με αυτήν την έννοια, διάφορες απόψεις που έχουν αναπτυχθεί στο παρελθόν για τη θέση του τουρισμού στις οικονομίες, θα πρέπει να εξεταστούν κάτω από το πρίσμα της αναζήτησης του βαθμού αποδοτικότητας του τουρισμού, σαν κλάδου οικονομικής δραστηριότητας, μέσα στο ευρύτερο φάσμα του οικονομικού και κοινωνικού κόστους που δημιουργείται.

Η αξιολόγηση της οικονομικής θέσης του τουρισμού σε ορισμένο τόπο υποδοχής τουριστών και χρόνο μπορεί να γίνει θετικά με τη μέτρηση των επενδύσεων που πραγματοποιούνται στην τουριστική οικονομία και αρνητικά με τον προσδιορισμό των αρνητικών επιδράσεων που προκαλούνται σε άλλους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας, εξαιτίας μιας υπερβολικής ή και μονόπλευρης προώθησης του τουρισμού. Ας σημειωθεί ότι τόσο οι θετικές όσο και οι αρνητικές επιδράσεις του τουρισμού πρέπει οπωσδήποτε να λαμβάνονται σοβαρά υπόψη κατά την αξιολόγηση του κόστους και των αποτελεσμάτων των τουριστικών επενδύσεων, ώστε να αποφεύγεται η εκτέλεση αντιπαραγωγικών έργων στον τουρισμό, κατ΄επέκταση δε και οι αρνητικές επιδράσεις τους σε αυτόν.

**1.5. Οι παράγοντες που συνέβαλαν στην ανάπτυξη του τουρισμού**

Μέχρι πριν λίγες δεκαετίες ο τουρισμός αποτελούσε προνόμιο των πλουσίων και της αριστοκρατίας, δηλαδή των λίγων, και συγκεκριμένα αυτών που διέθεταν και χρήματα αλλά και χρόνο για τουρισμό. Σήμερα όμως στις αναπτυγμένες , τουλάχιστον, χώρες του κόσμου ο τουρισμός αποτελεί χωρίς άλλο τρόπο ζωής.

Οι κατακτήσεις των εργαζομένων που με την πάροδο των χρόνων, τη βελτίωση του βιοτικού επιπέδου και των αναγκών και τη διαμόρφωση νέων συνθηκών διαβίωσης, επέδρασαν καταλυτικά στις εργοδοσίες (δημόσιου και ιδιωτικού τομέα) και ανάμεσα στα αλλά, αύξησαν τον ελεύθερο χρόνο των εργαζομένων σε συνδυασμό με τα υψηλότερα εισοδήματά τους, συνέβαλαν στο να κάνουν τουρισμό ολοένα και περισσότερα άτομα κάθε χρόνο και θεσμοθέτησαν τις διακοπές αρχικά και τις πληρωμένες διακοπές στη συνέχεια.

Η τεχνολογική εξέλιξη που υπήρξε αλματώδης και εντυπωσιακή, οι σημαντικές βελτιώσεις στις συγκοινωνίες και τα διάφορα μεταφορικά μέσα, ο πολλαπλασιασμός των τουριστικών καταλυμάτων, η αύξηση της παραγωγής και διάθεσης τουριστικών πακέτων διακοπών και όχι μόνο, καθώς επίσης και άλλων σχετικά φτηνών μορφών διακοπών και ταξιδιών συνέβαλαν ακόμα περισσότερο στη δημιουργία μεγαλύτερων ευκαιριών για την πραγματοποίηση ταξιδιών για διακοπές και ευχαρίστηση. Σήμερα η πλειοψηφία των ανθρώπων στις αναπτυγμένες χώρες, καθώς επίσης ολοένα και περισσότεροι άνθρωποι στις αναπτυσσόμενες χώρες έχουν τη δυνατότητα να κάνουν κάποιας μορφής τουρισμό και μ' αυτόν τον τρόπο να ικανοποιήσουν στο μέτρο του εφικτού συγκεκριμένες τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες. Δεν θα αποτελούσε υπερβολή αν υποστηριζόταν η άποψη ότι ο τουρισμός αποτελεί πια ένα γενικά αποδεκτό, συνηθισμένο και αναμενόμενο τρόπο ζωής ενός μεγάλου και συνεχώς αυξανόμενου αριθμού ανθρώπων σε όλα τα μέρη του κόσμου.

Η ανάπτυξη του τουρισμού από το τέλος των εχθροπραξιών του Β' Παγκοσμίου Πολέμου και μετά υπήρξε πραγματικά εντυπωσιακή. Σύμφωνα με επίσημα στατιστικά στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού, το 1996, 592 περίπου εκατομμύρια άνθρωποι έκαναν εξωτερικό τουρισμό ή διεθνή, όπως χαρακτηρίζεται και αλλιώς, ενώ άλλα 2 περίπου δισεκατομμύρια άνθρωποι έκαναν εσωτερικό τουρισμό.

Δεν θα ήταν υπερβολή αν υποστηριζόταν η άποψη ότι ο τουρισμός αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα εξαγόμενα είδη σε παγκόσμιο επίπεδο και ακόμα ότι σε πολλές χώρες του κόσμου αποτελεί αυτός τη σημαντικότερη εξαγωγική τους βιομηχανία, κατ' επέκταση δε και τη σημαντικότερη πηγή συναλλαγματικών τους εξόδων.

**1.6. Το μέλλον του τουριστικού φαινομένου**

Χωρίς αμφιβολία ο 20ος αιώνας θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ο " αιώνας του τουρισμού ", αφού η ανάπτυξη της τουριστικής διακίνησης και η επισήμανση της αναγκαιότητάς της δεν αμφισβητείται πλέον ούτε από τους πολέμιους του σημαντικού αυτού κοινωνικού φαινομένου. Κοντά στο κατώφλι του 21ου αιώνα και με βάση τις υπάρχουσες σημερινές κοινωνικο-πολιτικές, διεθνολογικές, οικονομικές και πολιτιστικές συνθήκες θα πρέπει να αναμένει καθένας μια παραπέρα επίταση στα επόμενα 15-20 χρόνια.

Οι μελλοντικές εξελίξεις στις οικονομίες των διαφόρων χωρών, σε συνδυασμό μ' αυτές του διακριτικού εισοδήματος των μόνιμων κατοίκων τους, τις αλλαγές που αναμένονται στην αγοραστική και καταναλωτική τους συμπεριφορά και τα εκτιμώμενα επιτεύγματα της τεχνολογίας σε ότι αφορά στα εναέρια, θαλάσσια και χερσαία μεταφορικά μέσα που θα χρησιμοποιούνται από τους ανθρώπους όταν μετακινούνται μεμονωμένα ή ομαδικά για να επισκεφτούν τουριστικούς προορισμούς της αρεσκείας τους . Ολοκληρώνοντας αυτές τις σκέψεις, γίνεται αντιληπτό ότι ο διεθνής τουρισμός έχει μακρύ δρόμο να διανύσει, ώσπου όλοι οι πολίτες όλων των χωρών της γης να πετύχουν την άσκηση του δικαιώματος του τουρισμού -που είναι πλέον πανανθρώπινη αξία- με τρόπο ελεύθερο, ευχερή και δημοκρατικό. Και προς αυτή την κατεύθυνση οι κοινωνικές επιστήμες, και ιδιαίτερα η ψυχολογία και η κοινωνιολογία έχουν να διαδραματίσουν προεξέχοντα ρόλο.

**ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑΣ ΣΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟ**

**2.1. Η σύγχρονη ψυχολογία: έννοια και αντικείμενο**

Ο όρος ψυχολογία είναι καθαρά ελληνικός και ετυμολογικά σημαίνει επιστήμη της ψυχής. Οπωσδήποτε ο ετυμολογικός αυτός ορισμός δεν ήταν ικανοποιητικός για τους επιστήμονες ακριβώς επειδή η έννοια της "ψυχής ή του πνεύματος" είναι ασαφής και δεν προσφέρεται για αντικειμενική παρατήρηση και μελέτη. Σήμερα επικρατεί η άποψη σύμφωνα με την οποία “Η ψυχολογία είναι η καθαυτό επιστήμη της συμπεριφοράς” και ως κλάδος των λεγόμενων Κοινωνικών ή Ανθρωπιστικών επιστημών, έχοντας σα γνώμονα τον άνθρωπο τόσο σαν κοινωνικό ον όσο και σαν βιολογικό, δεν μπορεί να αποφύγει τη διεπιστημονική συνεργασία με μια σειρά άλλων κλάδων, ανάμεσα στους οποίους η κοινωνιολογία, η πολιτική επιστήμη, η νευρολογία και η γενετική παίζουν προεξέχοντα ρόλο. Στα πλαίσια αυτά της διεπιστημονικής ανάλυσης η ψυχολογία στις ημέρες μας τόσο σε θεωρητικό όσο και σε πρακτικό επίπεδο, έχει να παρουσιάσει σημαντικό έργο και μάλιστα σε εξειδικευμένους χώρους.

Ένας από τους πολλούς και διαφορετικούς αυτούς ειδικευμένους χώρους της σύγχρονης, κύρια μεταπολεμικής, παγκόσμιας κοινωνίας είναι και ο τουρισμός, του οποίου η σπουδαιότητα και η αναγκαιότητα δεν αμφισβητείται πλέον ούτε από τους πολέμιους του. Και τούτο διότι ο τουρισμός έχει περιβληθεί το ένδυμα μιας σύγχρονης ψυχολογικής αναγκαιότητας, που δε μπορούσε να αφήσει αδιάφορη τη σύγχρονη ψυχολογία.

Έτσι το αντικείμενο της σύγχρονης ψυχολογίας, που είναι η έρευνα του εσωτερικού κόσμου του ανθρώπου και η κατανόηση της συμπεριφοράς μέσα σ' ένα δοσμένο κοινωνικό περιβάλλον, ενέχει ιδιαίτερη σπουδαιότητα και για τη μελέτη και έρευνα της τουριστικής συμπεριφοράς (είτε αφόρα τον τουρίστα-καταναλωτή, είτε αφορά τις εργασιακές σχέσεις στον τουρισμό ).

**2.2. Κλάδοι της ψυχολογίας**

Η σύγχρονη ψυχολογία ως κλάδος των λεγόμενων Κοινωνικών ή Ανθρωπιστικών Επιστημών, έχοντας ως γνώμονα τον άνθρωπο τόσο σαν κοινωνικό ον όσο και σαν βιολογικό, δεν μπορεί να αποφύγει την εμπλοκή σε μία ατέρμονα προσπάθεια επίλυσης μεθοδολογικών δυσχερειών, που προκύπτουν κύρια από τα δυσδιάκριτα όρια ορισμένων παρεμφερών επιστημονικών κλάδων.

Η ευρύτητα των στόχων της ψυχολογίας προϋποθέτει τη διεπιστημονική συνεργασία με μια σειρά άλλων κλάδων, ανάμεσα στους οποίους η κοινωνιολογία, η πολιτική επιστήμη, η κοινωνική ανθρωπολογία, η βιολογία, η οικονομία, η νευρολογία και η γενετική παίζουν προεξάρχοντα ρόλο. Στα πλαίσια αυτής της διεπιστημονικής ανάλυσης η ψυχολογία στις μέρες μας τόσο σε θεωρητικό όσο και σε πρακτικό( εφαρμοσμένο) επίπεδο, έχει να παρουσιάσει σημαντικό έργο και μάλιστα σε εξειδικευμένους κλάδους.

Ένας από τους πολλούς και διαφορετικούς αυτούς εξειδικευμένους κλάδους χώρους της σύγχρονης, κυρίως, μεταπολεμικής, παγκόσμιας κοινωνίας είναι και ο τουρισμός, του οποίου η σπουδαιότητα και η αναγκαιότητα δεν αμφισβητείται πλέον ούτε από τους πολέμιους του. Και τούτο διότι ο τουρισμός έχει περιβληθεί το ένδυμα μιας σύγχρονης ψυχολογικής αναγκαιότητας, που θα μπορούσε να αφήσει αδιάφορη τη σύγχρονη ψυχολογία.

Έτσι, το αντικείμενο της σύγχρονης ψυχολογίας, που είναι η έρευνα του εσωτερικού κόσμου του ανθρώπου και η κατανόηση της συμπεριφοράς μέσα σ΄ ένα δοσμένο κοινωνικό περιβάλλον, ενέχει ιδιαίτερη σπουδαιότητα και για τη μελέτη και έρευνα της τουριστικής συμπεριφοράς (είτε αυτή αφορά τον τουρίστα καταναλωτή, είτε αφορά τις εργασιακές σχέσεις στον τουρισμό).

Οριοθετώντας λοιπόν το αντικείμενο της σύγχρονης ψυχολογίας, έχουμε να κάνουμε με τις εμπειρίες της ανθρώπινης ζωής από τις πιο ειδικές και πρακτικές(όπως π.χ. η δυσκολία που μπορεί να προξενεί στις διαπροσωπικές σχέσεις ενός ατόμου ένα φυσιολογικό σωματικό ελάττωμα, μία ανεπάρκεια ή έλλειψη) ως τις συνθετότερες και γενικότερου ενδιαφέροντος (όπως, π.χ. ο φόβος της αποτυχίας σε μια ανταγωνιστική κοινωνία που μπορεί να εμποδίζει το άτομο να αναπτύξει τις ικανότητές του και να επιτύχει ικανοποιητικότερη προσαρμογή).

Με την έννοια αυτή, λοιπόν, η τουριστική αναψυχή σχετίζεται αναπόφευκτα τόσο με κάποιες ειδικές διεργασίες ψυχολογικού χαρακτήρα (λ.χ. τουρισμός αναπήρων ή τουρισμός ατόμων με ειδικές ανάγκες), όσο και με πολύπλοκες δραστηριότητες (λ.χ. ικανοποίηση των πολυδιάστατων απαιτήσεων των τουριστών που ανήκουν στις κατηγορίες του επιλεκτικού τουρισμού).

Στη συνέχεια θα γίνει αναφορά στη διαίρεση του κλάδου της ψυχολογίας σε σχέση πάντα με το πού βρίσκεται το κέντρο του ενδιαφέροντος από πλευράς του εξεταζόμενου θέματος.

Η σύγχρονη επιστημονική ψυχολογία έχει σχέσεις με όλους τους τομείς της έρευνας και του πολιτισμού και ακόμη με όλες τις περιοχές ζωής του ανθρώπου. Έτσι και οι κλάδοι της είναι πολλοί και διακρίνονται συνήθως σε **βασικούς ή γενικούς** και σε **ειδικούς κλάδους**.

Οι **βασικοί ή γενικοί κλάδοι** της ψυχολογίας είναι οι εξής:

**1. Γενική Ψυχολογία:** εξετάζει τις βασικές ψυχικές λειτουργίες του ανθρώπου και επιδιώκει να αποκαλύψει τους κανόνες που τις διέπουν. Κεντρικά θέματά της είναι: η αντίληψη, η μάθηση και η μνήμη, η γλώσσα, αλλά και τα κίνητρα (ορμές, ανάγκες, συναισθήματα), δηλαδή γνωστικά και παρωθητικά φαινόμενα.

**2. Πειραματική Ψυχολογία:** είναι ο ψυχολογικός κλάδος όπου χρησιμοποιούνται πειραματικές κυρίως μέθοδοι για την κατανόηση των τρόπων αντίληψης του κόσμου και των συγκινησιακών αντιδράσεων, έχει δε σαν κύριο μέσο τα πειράματα σε ζώα και την προσπάθεια μεταφοράς αξιόπιστων δεδομένων στην ανθρώπινη συμπεριφορά. Στόχος, όμως, που περικλείει πολλές μεθοδολογικές αδυναμίες.

**3. Κοινωνική Ψυχολογία:** είναι ο ψυχολογικός κλάδος που ερευνά το σύνολο των διαπροσωπικών σχέσεων και των επιδράσεών τους στη διαμόρφωση της προσωπικότητας μέσα σ'ένα δοσμένο κοινωνικό σύνολο. Κεντρικά θέματα είναι: Η συμπεριφορά του ατόμου στην ομάδα, η επικοινωνία, οι αλληλεπιδράσεις ατόμων, η συμπεριφορά σε σχέση με τις προσδοκίες των άλλων, η σημασία της πληροφόρησης, η επίδραση των κοινωνικών δεδομένων στην αντίληψη, η στάση: προκατάληψη - στερεότυπο.

**4. Κλινική Ψυχολογία:** είναι ο ψυχολογικός κλάδος όπου επιχειρείται το πέρασμα από τη θεωρία στην πράξη, δηλαδή η εφαρμογή των ψυχολογικών θεωριών στην πράξη. Στόχος κύριος εδώ είναι η διαγνωστική προβληματική και στη συνέχεια η θεραπευτική αγωγή των ψυχο-σωματικών διαταραχών και επιβαρύνσεων της ανθρώπινης συμπεριφοράς. Στον κλάδο αυτό χρησιμοποιούνται ευρύτατα οι μέθοδοι μέτρησης, ενώ συχνά λείπουν τα προαπαιτούμενα (λ.χ. αποδεικτικές πειραματικές και θεωρητικές γνώσεις ).

**5. Εξελικτική Ψυχολογία:** είναι ο κλάδος της ψυχολογικής σκέψης που ερευνά την πορεία και τα στάδια της νοητικής και συναισθηματικής ανάπτυξης του ατόμου από τη γέννηση μέχρι την ενηλικίωση, καθώς και τους παράγοντες που συμβάλλουν στη διαμόρφωση της συμπεριφοράς. Ονομάζεται και ψυχολογία της ανάπτυξης, ενώ παρεμφερής κλάδος της είναι και η λεγόμενη γνωστική ψυχολογία.

**6. Εκπαιδευτική ψυχολογία:** κλάδος που απορρέει από τα προβλήματα του εκπαιδευτικού συστήματος και των θεσμών του και τις επιμέρους σχέσεις που αναπτύσσονται σ'αυτούς, και που σχετίζεται με τις παιδαγωγικές επιστήμες. Ο κλάδος αυτός της σύγχρονης ψυχολογίας παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον τελευταία, καθόσον η διασύνδεσή του με την εκπαίδευση εξειδικευμένων χώρων (όπως λ.χ. ο τουρισμός που ενδιαφέρει την παρούσα εργασία) έχει μεγεθυνθεί τα τελευταία χρόνια.

**7. Βιομηχανική Ψυχολογία:** είναι ο κλάδος που έχει τις ρίζες του στα προβλήματα της αμερικάνικης επιστημονικής σκέψης στους χώρους της βιομηχανίας, της τεχνολογίας και της οικολογίας, ο οποίος μεταφέρθηκε ραγδαία σε μία μεγάλη σειρά χωρών του πλανήτη. Ουσιαστικά δεν πρόκειται για έναν επιμέρους κλάδο αλλά για περισσότερους, αφού μπορούμε πλέον να κάνουμε λόγο: για βιομηχανική ψυχολογία, για ψυχολογία της τεχνολογίας, για οικολογική ψυχολογία και για ψυχολογία των εργασιακών και ανθρώπινων σχέσεων.

Οι **ειδικοί κλάδοι** της ψυχολογίας είναι πολύ περισσότεροι. Ονομάζονται και εφαρμοσμένοι κλάδοι, γιατί σ' αυτούς χρησιμοποιούνται γνώσεις και δεδομένα των γενικών κλάδων. Θα αναφερθούν εδώ οι κυριότεροι και πολύ συνοπτικά τα αντικείμενά τους.

**1. Ψυχολογία του Επαγγέλματος:** ασχολείται με θέματα εκλογής του επαγγέλματος, επαγγελματικής ωριμότητας και επαγγελματικής συμβουλευτικής κ.ά.

**2. Ψυχολογία της Εργασίας και Βιομηχανίας:** ασχολείται με τις αμοιβαίες επιδράσεις των συνθηκών εργασίας και του ανθρώπου, τους όρους εργασίας, την κόπωση, την μονοτονία, τη σημασία των διαλειμμάτων κτλ.

**3. Κλινική Ψυχολογία:** περιλαμβάνει την ψυχολογία του αρρώστου ανθρώπου, τις επιμέρους μορφές της ψυχικής δυσπροσαρμοστίας και ασθένειας καθώς και τις μεθόδους διάγνωσης και θεραπείας.

**4. Δικαστική και Εγκληματολογική Ψυχολογία:** ασχολείται με το θέμα της αξιοπιστίας των μαρτύρων, τους όρους και τα αίτια της αξιόποινης πράξης, την ποινική ευθύνη, την έκτιση της ποινής και τη σκοπιμότητά της.

**5. Παιδαγωγική και Σχολική Ψυχολογία:** ασχολείται με τα θέματα της σχολικής μάθησης, των σχέσεων του δασκάλου και μαθητή και γενικά με τα προβλήματα της αγωγής.

**6. Ψυχολογία της Συγκοινωνίας:** διερευνά τις σχέσεις ανάμεσα στους όρους και τις συνθήκες οδήγησης σε συνδυασμό με τις ιδιότητες της προσωπικότητας του οδηγού.

Παράλληλα δεν θα πρέπει να αγνοούνται και ορισμένοι άλλοι κλάδοι της ψυχολογίας, που τα τελευταία χρόνια αναπτύσσονται ραγδαία σε μια σειρά χωρών του εξωτερικού, αλλά και στη χώρα μας. Ανάμεσα σ' αυτούς τους κλάδους οι οποίοι τα προσεχή χρόνια αναμένεται να αρχίσουν να παίζουν καθοριστικό ρόλο, ξεχωρίζουν:

• η ψυχοφυσιολογία

• η νευροφυσιολογία

• η ψυχο-φαρμακολογία

• η πολιτική, στρατιωτική, αθλητική ψυχολογία

• η ψυχολογία των επιχειρήσεων, των αγορών και των πωλήσεων

• η ψυχολογία των διαφόρων τομέων του πολιτισμού, όπως της τέχνης, της μουσικής, της θρησκείας κ.λπ.

**2.3. Η σχέση της ψυχολογίας με την τουριστική ψυχολογία**

Στενή φυσική σχέση έχει η τουριστική ψυχολογία με την ψυχολογία από την οποία προέρχεται και στην οποία από την καταγωγή της ανήκει, σχέση παιδιού και μητέρας. Σ' αυτή η τουριστική ψυχολογία υψώνει το βλέμμα και από αυτή αντλεί το θάρρος και με προσοχή οδηγείται και κατευθύνεται. Αποτελεί κλάδο αυτής, ο οποίος αναπτυσσόμενος, γίνεται αυτοτελής. Εξ' άλλου η τουριστική ψυχολογία κατατάσσεται στην κανονική ψυχολογία και μάλιστα στην ατομική και ειδικότερα στην ειδική, γιατί η τουριστική ψυχολογία αφ' ενός ερευνά ένα ένα όλα όσα αφορούν τον περιηγητή, αφ' ετέρου δε επειδή εξετάζει το έργο αυτών που υπηρετούν το τουριστικό θέμα.

Επίσης κατατάσσεται στην ομαδική ψυχολογία και ειδικότερα στην «Ψυχολογία των πληθών» γιατί ερευνά όσα αφορούν τις περιηγητικές ομάδες στις οποίες η σύμπτυξη περιηγητών έχει σαν αποτέλεσμα την εμφάνιση άλλων ψυχικών φαινομένων.

Σχετίζεται δε η τουριστική ψυχολογία και με την τουριστική κοινωνιολογία, η οποία αποτελεί και τμήμα της ομαδικής ψυχολογίας, γιατί ερευνά όσα αφορούν τους κατοίκους, την ψυχή του τόπου, δηλαδή της περιοχής από την οποία περνούν και κυρίως κατευθύνονται οι περιηγητές. Αλλά η τουριστική ψυχολογία ερευνά και όσα αφορούν τις περιηγητικές ομάδες. Η τουριστική κοινωνιολογία και η τουριστική ψυχολογία μαζί με την αισθητική αποτελούν την φιλοσοφία του τουρισμού.

**2.4. Μέθοδοι και τεχνικές για να γνωρίσουμε την ψυχολογία του τουρίστα-καταναλωτή**

Η ψυχολογία, τόσο η γενική όσο και η ειδική, σαν επιστημονικός κλάδος χρησιμοποιεί ένα διπλό σύστημα στην έρευνα και στην ανάλυσή της:

**-** αφ' ενός μεν μεθόδους (λ.χ. μέθοδος παρατήρησης, συγκριτική μέθοδος, κ.λ.π)

- αφ' ετέρου δε τεχνικές (λ.χ. προσωπικές συνεντεύξεις, ερωτηματολόγια, κ.λ.π)

Δε θα πρέπει να υπάρχει καμία σύγχυση ανάμεσα στις μεθόδους και στις τεχνικές, διότι οι μεν μέθοδοι είναι *τρόποι έρευνας* για την επίτευξη λύσης του προβλήματος, ενώ αντίθετα οι τεχνικές είναι *απλές εμπειρικές διαδικασίες* που βοηθούν στη συναγωγή συμπερασμάτων και στην αξιολόγηση των δεδομένων της έρευνας.

Οι χρησιμοποιούμενες **μέθοδοι** στην τουριστική ψυχολογία είναι οι ακόλουθες:

**1. Οι Μέθοδοι της Παρατήρησης**

Όλοι μας αντιμετωπίζουμε διερευνητικά το περιβάλλον παρατηρώντας το. Η παρατήρηση είναι μια πρωταρχική μέθοδος. Σχετίζεται με την ικανότητά μας να προσέχουμε και να αντιλαμβανόμαστε τα ερεθίσματα του περιβάλλοντος και εφαρμόζεται, αυτόματα ή θεληματικά, στην καθημερινή μας ζωή. Στην ψυχολογία όμως πρόκειται για την συστηματική και επιμελημένη, συνειδητή και προσεκτική αντίληψη ενός γεγονότος, μιας έκφρασης, μιας πράξης. Είναι καταρχήν μονομερής και υποκειμενική. Η συλλογή πάντως πολλών δεδομένων της παρατήρησης, η επεξεργασία και η αξιολόγηση τους με βάση προκαθορισμένα κριτήρια και με χρήση τεχνικών και στατιστικών βοηθητικών μέσων καθιστούν δυνατή μια αντικειμενικότερη εικόνα των παρατηρήσεων και διαπιστώσεών μας. Η παρατήρηση διακρίνεται σε αυτοπαρατήρηση και ετεροπαρατήρηση.

Η *αυτοπαρατήρηση* είναι παρατήρηση του εαυτού μας, είναι ενδοσκόπηση του ίδιου του ατόμου, πράγμα ιδιαίτερα χρήσιμο για την έρευνα, αλλά και στην ψυχοθεραπεία, λόγω της υποκειμενικής αμεσότητας. Μπορεί όμως εύκολα να οδηγήσει σε αυθαίρετα συμπεράσματα και άτοπες θέσεις, αφού το κριτήριο θεώρησης είναι, μάλιστα σε ιδιαίτερες, προσωπικές καταστάσεις, απόλυτα υποκειμενικό. Πάντως με τη χρήση ειδικών πειραματικών μεθόδων και με συλλογή και σύγκριση σειράς δεδομένων μπορεί και η αυτοπαρατήρηση να αξιοποιείται.

Η *ετεροπαρατήρηση* (παρατήρηση της συμπεριφοράς των άλλων) αποκτά αντικειμενικότητα, όταν ελέγχεται: 1. με τη χρησιμοποίηση περισσότερων παρατηρητών, 2. με τη συμμετοχή του παρατηρητή σε κάποιο γεγονός ή περιβάλλον, που μας ενδιαφέρει να παρατηρηθεί (π.χ. παίρνει μέρος στα παιχνίδια παιδιών που θέλει να παρατηρήσει), και 3. με τη συστηματική παρατήρηση που επαναλαμβάνεται σε τακτά διαστήματα.

**2. Ο Μπιχεϊβιορισμός (Συμπεριφoρισμός)**

Με τον όρο μπιχεϊβιορισμός εννοείται η μέθοδος και η θεωρία της πολιτικής και κοινωνικής συμπεριφοράς (Political and social Behaviour), που σαν όρος πρωτοεμφανίστηκε στα τέλη του μεσοπολέμου στην Αγγλία και στις ΗΠΑ γύρω στα 1937, για να καταστεί πλέον στις ημέρες μας μια ξεχωριστή μεθοδολογική κατεύθυνση της σύγχρονης πολιτικής, της πολιτικής κοινωνιολογίας και της κοινωνικής ψυχολογίας.

Ο όρος προέρχεται από τον αντίστοιχο αγγλοσαξωνικό behaviour, δηλαδή συμπεριφορά. Σκοπός της μεθόδου είναι η εξεύρεση ενός τρόπου θεώρησης των θεμάτων της εν γένει έρευνας στις Κοινωνικές Επιστήμες έξω από τα παραδοσιακά δεδομένα και με τις εμπειρικές γενικεύσεις να παίζουν πλέον κυρίαρχο ρόλο στην κοινωνιολογική ανάλυση.

Η θεωρία και το κίνημα αυτό καταβάλλουν προσπάθειες να αναχθεί σε κυρίαρχο ζητούμενο της κοινωνικής έρευνας η *συμπεριφορά.*

Ο μπιχεϊβιορισμός σαν μέθοδος χρησιμοποιείται από την τουριστική ψυχολογία, καθόσον οι επιδράσεις του τρόπου ζωής πάνω στην ανθρώπινη συμπεριφορά διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στα πλαίσια άσκησης διακοπών, πολλές δε φορές είναι καθοριστικού χαρακτήρα τόσο από την άποψη των επιλογών, όσο και από την άποψη των αναγκών που ζητούν ικανοποίηση στην περίοδο των διακοπών.

**3. Μαθηματικές και Στατιστικές Μέθοδοι**

Σήμερα στην κοινωνιολογία, τόσο τη γενική όσο και την ειδική, και στην ψυχολογία η χρήση των μαθηματικών αποτελεί μια πραγματικότητα, αφού η μεγάλη πλειοψηφία των δεδομένων αναπαρίσταται και απεικονίζεται με βάση τα μαθηματικά και τα στατιστικά δεδομένα.

Οι κυριότερες σήμερα μαθηματικές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται στις Κοινωνικές Επιστήμες, είναι, σύμφωνα με τον κοινωνιολόγο *Raymond Boudon*, οι ακόλουθες:

**α)** η χρήση μαθηματικών μοντέλων που εφαρμόζονται στη θεμελίωση της δομής των ενδείξεων της κοινωνιολογικής έρευνας,

**β)** η χρήση μαθηματικών μοντέλων που εφαρμόζονται στην ανάλυση των σχέσεων μεταξύ των διαφόρων μεταβλητών με κύρια τη γενίκευση της ανάλυσης πολλών παραγόντων.

Παράλληλα, η ανάπτυξη της στατιστικής επιστήμης, που ξεκινάει στο δεύτερο τέταρτο του 19ου αιώνα και η μετεξέλιξή της σε σύγχρονο επιστημονικό κλάδο στα μέσα του 19ου αιώνα, καθώς και η πλήρης καθιέρωσή της στα τελευταία τριάντα χρόνια, προσέδωσε στις κοινωνικές επιστήμες ένα ακόμη ισχυρό μεθοδολογικό εργαλείο-βοήθημα.

Σημειώνεται εδώ ότι η τουριστική ψυχολογία είναι ένας από τους ελάχιστους χώρους όπου η χρήση των μαθηματικών και στατιστικών μεθόδων χρησιμοποιούνται στην πράξη και μάλιστα σε πολύ μεγάλο βαθμό. Στον χώρο της ανάλυσης και ερμηνείας του σύγχρονου τουριστικού φαινομένου, η χρήση των μαθηματικών και στατιστικών μεθόδων καθώς και των επεξεργασμένων σχετικών μοντέλων αποτελεί σήμερα στοιχείο απολύτως απαραίτητο για τους ασχολούμενους με τον τουρισμό υπό οποιαδήποτε ιδιότητα. Παράλληλα υπάρχουν ορισμένοι συγκεκριμένοι οργανισμοί, όπως λ.χ. η Εθνική Στατιστική Υπηρεσία της Ελλάδος (Ε.Σ.Υ.Ε.), ή η Διεύθυνση Στατιστικών Στοιχείων του Ε.Ο.Τ., που χρησιμοποιούν ευρύτατα και σε εκτεταμένη κλίμακα αυτές ακριβώς τις μεθόδους με σημαντική επιτυχία.

Τα αποτελέσματα που προκύπτουν σήμερα από τη χρήση αυτών των μεθόδων δεν μπορούν να αγνοηθούν ούτε από τις τουριστικές επιχειρήσεις ούτε από το ευρύτερο τουριστικό κοινό. Και, ασφαλώς, ούτε από τον κλάδο της τουριστικής ψυχολογίας, ο οποίος έχει ανάγκη αυτά ακριβώς τα στοιχεία για ένα ορισμένο πλαίσιο της ψυχολογικής τουριστικής έρευνας, ιδιαίτερα σε ότι αφορά στις προτιμήσεις των τουριστών και τα είδη των τουριστικών επιλογών τους.

**4.Οι Συγκριτικές Μέθοδοι**

Πρόκειται για ένα σύστημα αξιολόγησης των στοιχείων της επιστημονικής έρευνας, που εφαρμόζεται σε πολλούς κλάδους των κοινωνικών επιστημών και που έχει για τελικό στόχο:

- αφ' ενός να διαπιστώσει, να διευκρινίσει και να καταδείξει τις ομοιότητες μεταξύ δύο ή περισσοτέρων δεδομένων της κοινωνικής πραγματικότητας που μπορούν να συγκριθούν, και

- αφ' ετέρου να καταγράψει*,* να πιστοποιήσει και να επισημάνει τις υπάρχουσες διαφορές μεταξύ δύο ή περισσότερων δεδομένων της κοινωνικής πραγματικότητας που μπορούν να συγκριθούν μεταξύ τους.

Στόχος της μεθόδου είναι να φέρει στο φως τα στοιχεία αλληλεπίδρασης και αλληλεξάρτησης των κοινωνικών και ψυχολογικών φαινομένων, ώστε η συναγωγή αποτελεσμάτων και η μετέπειτα ταξινόμησή τους να κάνει ορατές τόσο τις ομοιότητες, όσο και τις διαφορές που πιθανά να παρουσιασθούν. Ο κίνδυνος πάντως για τους αμύητους παραμονεύει, κάθε φορά που γίνεται σύγκριση ανομοιογενών κοινωνιολογικών δεδομένων.

Η χρήση των συγκριτικών μεθόδων στον τουρισμό είναι εκτεταμένη και συχνότατα συνδιάζεται με τη στατιστική ανάλυση, για την επισήμανση κυρίως ορισμένων σημαντικών τουριστικών μεταβλητών, όπως, λ.χ., στις αφίξεις ή στις διανυχτερεύσεις από μήνα σε μήνα ή από έτος σε έτος, κ.λπ., ή ακόμα στα πλαίσια της σύγκρισης ομοειδών τουριστικών μεγεθών μεταξύ χωρών, ηπείρων κ.λπ. και σε πάρα πολλά ακόμα θέματα. Στις περισσότερες από αυτές τις περιπτώσεις ακολουθεί και η γραμμική απεικόνιση των διαπιστούμενων στοιχείων.

Βασικός στόχος χρήσης των συγκριτικών μεθόδων στην τουριστική ψυχολογία είναι η συχνή πολυπαραγοντική ανάλυση που επιχειρείται σε ορισμένα εξειδικευμένα στοιχεία της έρευνας, όπως, λ.χ., στις περιπτώσεις ερμηνείας πολλών παραγόντων που οδηγούν στην α' ή στη β' επιλογή μιας χώρας για διακοπές ή για την ταυτόχρονη αξιολόγηση πολλών προτιμήσεων σχετικά με την ικανοποίηση συγκεκριμένων αναγκών κατά την επιλογή ή κατά τη διάρκεια των διακοπών. Η συμβολή των συγκριτικών μεθόδων στα πορίσματα της τουριστικής ψυχολογίας είναι κεφαλαιώδης.

Οι χρησιμοποιούμενες **τεχνικές** στην τουριστική ψυχολογία είναι οι ακόλουθες:

**1. Το Πείραμα**

Το *πείραμα* είναι μια πολύ σπουδαία μέθοδος στην ψυχολογία. Χρησιμοποιήθηκε για πρώτη φορά και καθιερώθηκε από τον *Βουντ* που στα πλαίσια της φυσιολογίας σύνδεσε την ψυχολογία με τις φυσικές επιστήμες. Πρόκειται για θεληματική και συστηματική πρόκληση ενός γεγονότος με σκοπό τη μελέτη του. Με άλλα λόγια είναι μια ακριβής και σχεδόν απόλυτα ελεγχόμενη παρατήρηση. Τα γνωρίσματα του ψυχολογικού πειράματος είναι:

α. Η *δυνατότητα εκτέλεσής του* κατά την επιθυμία του πειραματιστή, δηλαδή ανεξάρτητα από χώρο και χρόνο και σύμφωνα με όρους που προγραμματίζει ο ίδιος.

β. Η *δυνατότητα επανάληψης* με σκοπό να ελεχθούν τα συμπεράσματα από τον ίδιο τον πειραματιστή ή από άλλους.

γ. Η *δυνατότητα παραλλαγής* ενός όρου με σύγχρονη διατήρηση των άλλων όρων του πειράματος, προκειμένου να μελετηθούν οι επιπτώσεις.

Οι δυνατότητες αυτές δίνουν στον ερευνητή ευχέρεια ελέγχου, περιορισμού των λαθών και άρα μεγαλύτερη αντικειμενικότητα των διαπιστώσεων.

Κοντά στα παραπάνω πλεονεκτήματα του πειράματος ο πειραματιστής έχει τη δυνατότητα να χρησιμοποιήσει όργανα και διάφορα βοηθητικά μέσα και να εξετάσει με άνεση τα δεδομένα. Πείραμα μπορεί να γίνει με ένα ή περισσότερα άτομα. Υπάρχει όμως και ένα αξιοπρόσεκτο μειονέκτημα του πειράματος, είναι η «τεχνική κατάσταση» του εργαστηρίου, που όχι μόνο δεν ανταποκρίνεται απόλυτα στη φυσική κατάσταση που θέλουμε να μελετήσουμε, αλλά περιέχει και τον κίνδυνο αλλοίωσης της κατάστασης του υποκειμένου.

Τα πορίσματα που προέρχονται από πειράματα με ζώα μπορούν να μεταφερθούν μόνο με περιορισμούς και κατά αναλογία στον άνθρωπο. Με τον άνθρωπο ορισμένα πειράματα δεν είναι δυνατό να γίνουν. Ο πειραματιστής χρειάζεται να ξέρει καλά τι θα ελέγξει, αλλά και γιατί και με ποιους όρους θα το ελέγξει.

**2. Η Συνέντευξη**

Η *συνέντευξη* είναι η εγκυρότερη τεχνική της σύγχρονης ψυχολογίας και της τουριστικής ψυχολογίας και αυτό επειδή οι περισσότεροι άνθρωποι είναι πιο προσιτοί στο να μιλήσουν παρά να γράψουν και ακόμη επειδή ο ερευνητής κατά τη συνέντευξη μπορεί να υποβοηθήσει το ερευνητικό υποκείμενο στην κατανόηση των ζητουμένων, ώστε το αποτέλεσμα να είναι πιο κοντά στην πραγματικότητα. Ακόμη η συνέντευξη είναι μία τεχνική που αρμόζει σε όλες εκείνες τις περιπτώσεις, στις οποίες απαιτείται η επιτόπου εξέταση.

Και εδώ έχουμε να κάνουμε με μία τεχνική που ενώ φαίνεται εύκολη στην πραγμάτωσή της, στην πραγματικότητα απαιτεί εξειδικευμένες γνώσεις της επιστημονικής έρευνας. Τα κυριότερα από αυτά που πρέπει να γνωρίζει ο ερευνητής, παρουσιάζονται συνοπτικά αμέσως:

- να γίνεται επιλογή του δείγματος με κάθε φροντίδα και προσοχή, γιατί γίνονται σημαντικά λάθη σε ότι αφορά τον καθορισμό του δείγματος,

- να ρυθμίζεται προσεκτικά ο χρόνος που διαρκεί η συνέντευξη, που πρέπει να είναι ορισμένος και προκαθορισμένος,

- να επιλέγεται με ιδιαίτερη προσοχή ο τόπος διεξαγωγής της συνέντευξης, έτσι που να προσελκύει, εάν είναι δυνατόν, το υποκείμενο, - να λαμβάνεται υπόψη η πρακτική που ισχύει για τον τρόπο υποβολής των ερωτημάτων επιστημονικά,

- να δημιουργείται φιλική ατμόσφαιρα, που διευκολύνει το υποκείμενο στις απαντήσεις του,

- να συνυπολογίζονται σχολαστικά τα σφάλματα κατά την καταγραφή των απαντήσεων (λ.χ. παραλείψεις, αλλοιώσεις, αντιμεταθέσεις κ.λπ.).

**3. Το Ερωτηματολόγιο**

Το *ερωτηματολόγιο* είναι συνήθως ένα έντυπο το οποίο περιέχει μία σειρά ερωτήσεων στις οποίες το ερευνητικό υποκείμενο πρέπει να απαντήσει γραπτά. Το βασικότερο σημείο στο ερωτηματολόγιο είναι η προετοιμασία για τη σύνταξη του ερωτηματολογίου, που δεν είναι τόσο ευχερής όσο πιστεύει ο αμύητος άνθρωπος. Στη συνέχεια παρατίθενται συνοπτικά τα κυριότερα στοιχεία του ερωτηματολογίου:

- τα είδη των ερωτηματολογίων, που μπορεί να είναι δύο. Αυτά με τις *ανοικτές* ερωτήσεις (έκθεση απόψεων σε ρέοντα λόγο) και αυτά με τις *κλειστές* ερωτήσεις (απάντηση με ναι ή όχι ή με συμφωνώ ή διαφωνώ ή με σύντομη απάντηση),

- η σύνταξη του ερωτηματολογίου απαιτεί σαφήνεια και απλή κατανοητή διατύπωση, να αποφεύγονται λέξεις που οδηγούν σε παρερμηνείες, να προηγούνται οι γενικές ερωτήσεις και να έπονται οι ειδικές και να υπάρχουν όλες οι απαραίτητες διευκρινήσεις ώστε να διασφαλίζεται η ακρίβεια,

- να λαμβάνονται υπόψη όλοι οι τρόποι βελτίωσης των ερωτήσεων, που είναι σήμερα επιστημονικά αποδεκτοί,

- να αξιολογείται σωστά το θέμα της επιστροφής αναπάντητων ερωτηματολογίων ή της παντελούς έλλειψης επιστροφής τους με επιστημονικά κριτήρια,

- να είναι διασφαλισμένη η μυστικότητα των απαντήσεων,

- να έχει δοθεί η δέουσα προσοχή στα θέματα της συνοδευτικής επιστολής του ερωτηματολογίου, του φακέλου επιστροφής του, της μορφής της εμφάνισης και της έκτασής του,

- τέλος να γίνει σωστή αξιολόγηση των χρήσεων του ερωτηματολογίου, πράγμα που δεν είναι εύκολη υπόθεση στην επιστημονική έρευνα.

 **2.4.α. Ερωτηματολόγιο του ξενοδοχείου " Κέρκυρα Golf "**

**ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ ΚΕΡΚΥΡΑ GOLF**

**Κέρκυρα, Ελλάδα**

Ελπίζουμε ότι μείνατε ευχαριστημένος στο ξενοδοχείο μας, ΑΛΛΑ αν νομίζετε ότι είναι μερικά πράγματα που μπορούμε να κάνουμε για να βελτιώσουμε τις υπηρεσίες μας, ΠΑΡΑΚΑΛΟΥΜΕ συμπληρώστε αυτό το ερωτηματολόγιο και ρίξτε το στο γραμματοκιβώτιο, κοντά στην κύρια είσοδο.

**Η ΚΡΑΤΗΣΗ ΔΩΜΑΤΙΟΥ**

Έγινε η κράτησή σας γρήγορα/άμεσα και με ευγενική φροντίδα από

Αυτό το ξενοδοχείο ΝΑΙ ΟΧΙ

Ταξιδιωτικό Πράκτορα ΝΑΙ ΟΧΙ

**Σχόλια**..................................................................................................................................................................................................................................................................................

**Η ΥΠΟΔΟΧΗ ΣΑΣ**

Σας «δόθηκε» φιλική και ευγενική προσοχή κατά την αφιξή σας και καθ' όλη τη διάρκεια της παραμονής σας από τον:

ΝΑΙ ΟΧΙ ΝΑΙ ΟΧΙ

Υπεύθυνο υποδοχής Καμαριέρα

Προσωπικό θυρωρείου Σερβιτόρο δωματίων

Υπεύθυνο αλληλογραφείας Υπηρεσία πλυντηρίου

και μηνυμάτων πελατών Προσωπικό καταστημάτων

Τηλεφωνητή

**Σχόλια**........................................................................................................................................................................................................................................................................

**2.5. Το προφίλ του σημερινού τουρίστα-καταναλωτή**

Ο σημερινός τουρίστας διαφέρει από αυτόν των προηγούμενων εποχών. Μαζί με την ανάπτυξη της τεχνολογίας, των μέσων μεταφοράς και όλες τις κοινωνικές, πολιτικές και οικονομικές αλλαγές έχουν αλλάξει και πολλά χαρακτηριστικά του τουρίστα.

Θα μπορούσαμε να πούμε πως σήμερα ο τουρίστας είναι πολύ καλά πληροφορημένος. Είναι προσεκτικός όσον αφορά το που θα πάει, πως θα πάει και για το τι μπορεί να του προσφέρει η επιλεγόμενη περιοχή. Συλλέγει πληροφορίες και παίρνει την τελική του απόφαση μετά από σκέψη.

Απαιτεί να έχει ελευθερία επιλογής και να διαλέγει μόνος του αυτό που θέλει όπως επίσης δεν θέλει να είναι όμοιο με αυτό που επιλέγουν οι άλλοι. Συνεχώς όλο και λιγότεροι άνθρωποι συμπεριφέρονται το ίδιο και έχουν τους ίδιους κανόνες συμπεριφοράς ως πρότυπο. Η λεγόμενη «Confetti Society». Μια κοινωνία που παρουσιάζει αρκετές περιπλοκές.

Οι τουρίστες πλέον προέρχονται από όλα σχεδόν τα οικονομικά στρώματα, τις κοινωνικές και επαγγελματικές τάξεις. Οι διακοπές μετ' αποδοχών συνέβαλαν στη θεσμοθέτηση του δικαιώματος των ατόμων για διακοπές, προνόμιο που ήταν για λίγους. Ο «εκδημοκρατισμός» των διακοπών δημιούργησε μια συνεχή ώθηση για διεύρυνση της βάσης της εισοδηματικής πυραμίδας. Προέρχονται επίσης, από όλες τις ηλικίες. Νέοι, οικογένειες, ηλικιωμένοι προσπαθούν να πραγματοποιήσουν κάποιο ταξίδι.

Τα ομαδικά ταξίδια ή τα ταξίδια με όλες τις ανέσεις πληρωμένες, γίνονται όλο και πιο δημοφιλή. Οι πελάτες θέλουν να ταξιδεύουν σαν ομάδα, να μένουν σε όμορφα θέρετρα που θα καλύπτουν όλες τις ανάγκες τους. Οι περισσότεροι πελάτες θέλουν να επισκέπτονται εξωτικά μέρη και να βεβαιώνονται ότι το παγκόσμιο οικολογικό σύστημα βελτιώνεται. Θέλουν να γνωρίζουν την παγκόσμια κατάσταση και να παίρνουν ενεργά μέρος σ' αυτήν. Η πώληση οικολογικού τουρισμού συχνά αναφέρεται στη βιομηχανία σαν “marketing της φύσης”. Σήμερα, ο ταξιδιώτης είναι ιδιαίτερα ευαίσθητος στα περιβαλλοντολογικά θέματα.

Οι πελάτες συνεχίζουν να θέλουν διακοπές ανάλογες της τιμής που έχουν πληρώσει. Πολλοί πελάτες επιθυμούν να θέλουν τη χαμηλότερη δυνατή τιμή για τις διακοπές τους για να μπορούν να αγοράσουν. Τα γραφεία που θα δώσουν την σωστή τιμή θα έχουν και την περισσότερη δουλειά.

Συνοπτικά θα λέγαμε πως ο τουρίστας οποιασδήποτε οικονομικής τάξης είναι απαιτητικός. Θέλει να τον αντιμετωπίζουν ως κάτι ξεχωριστό, μεμονωμένο και όχι ως έναν αριθμό ενός γκρουπ. Είναι επιλεκτικός όταν πρόκειται να διαλέξει τις διακοπές του και απαιτεί να είναι όλα τέλεια οργανωμένα.

Επίσης, παρατηρείται η προτίμηση των σύγχρονων τουριστών-καταναλωτών για τις νέες μορφές τουρισμού που πλέον αποτελούν πραγματικότητα και για τη χώρα μας. Είναι πλέον τάση κι αφορά μια μεγάλη κατηγορία «επιλεκτικών» πελατών συνήθως υψηλού εισοδηματικού επιπέδου, οι οποίοι δεν διστάζουν να ικανοποιούν ακριβές τουριστικές ανάγκες αρκεί να ανταποκρίνονται στην καταβαλλόμενη αξία. Στα πλαίσια αυτά, η τάση αυτή δίνει έμφαση στο υψηλό σέρβις, στη χρήση τεχνολογιών μεγάλης αξίας με καινοτομίες στο χώρο του θεάματος και της περιήγησης.

Αλλά αξιοσημείωτη είναι και η στροφή των τουριστών στη φύση. Ολοένα και πιο σημαντικός γίνεται ο παράγοντας «περιβάλλον» στη σύνθεση του τουριστικού προϊόντος, γεγονός που υπογραμμίζει την αναγκαιότητα της λήψης μέτρων για την προστασία αυτού. Αποτέλεσμα ερευνών έχουν απεικονίσει την περιβαλλοντολογική συνείδηση και ευαισθησία, γεγονός που πρέπει να λάβουν υπόψη τους οι τουριστικές επιχειρήσεις αν θέλουν να χάσουν τον υποψήφιο τουρίστα-καταναλωτή.

Με βάση τα παραπάνω οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις πρέπει να διερευνούν διαρκώς το προφίλ και τις ιδιαιτερότητες της πελατείας στην προσπάθειά τους να προσαρμόζονται στις ανάγκες και συνήθειες της και να αποσπούν μεγαλύτερα μερίδια των αγορών στις οποίες δραστηριοποιούνται.

**2.6. Η αναγκαιότητα του τουρισμού-διακοπών από ψυχολογική άποψη**

Η σπουδαιότητα της ανάπτυξης του σύγχρονου τουριστικού θεσμού στην εποχή μας αποτελεί πλέον ένα βασικό σημείο αναφοράς, πάνω στο οποίο ελάχιστες αμφισβητήσεις απομένουν. Και οι λόγοι που οδηγούν σ΄αυτή τη διαπίστωση είναι πολλοί. Ίσως, επειδή ο σύγχρονος διεθνής τουρισμός έχει ξεφύγει κατά πολύ από το παραδοσιακό σχήμα των προηγούμενων αιώνων ή των αρχών του αιώνα που διατρέχουμε, και ο οποίος αφορούσε στη δραστηριότητα κάποιων υψηλών κοινωνικών και επαγγελματικών στρωμάτων.

Ίσως, επειδή ο σημερινός τουρισμός αποτελεί μία εξόχως σημαντική οικονομική δραστηριότητα για κάποιες χώρες υψηλής τουριστικής προσφοράς, αλλά και για πολλές άλλες συμβάλλοντας αποφασιστικά στο ισοζύγιο πληρωμών.

Ίσως, επειδή και σε σχέση με τα προηγουμένως αναφερθέντα είναι παράλληλα μία εξίσου σημαντική κοινωνική διεργασία για τους κατοίκους χωρών τουριστικής ζήτησης.

Ίσως, τέλος, αποτελεί μια καθόλα σύγχρονη μορφή απάμβλυνσης των πολλών και επικίνδυνων κοινωνικών και ψυχοσωματικών επιβαρύνσεων και διαταραχών που δέχεται ο πολίτης της βιομηχανικά αναπτυγμένης κοινωνίας και ιδιαίτερα εκείνος των μεγάλων αστικών κέντρων και των βιομηχανικών περιοχών.

Η τουριστική διεργασία στο σύγχρονο αναπτυγμένο κόσμο, αν δεν λύνει κάποια προβλήματα αυτής της υφής, τουλάχιστον υποβοηθά σημαντικά στην καλύτερη αντίδραση του ατόμου απέναντι σ'αυτές τις επιβαρύνσεις.

Επιβαρύνσεις που με τη μεσολάβηση της τουριστικής διεργασίας και την άσκηση των διακοπών δημιουργούν το πλαίσιο απάβλυνσης από κάποιες σύγχρονες κοινωνικές και ψυχολογικές επιβαρύνσεις, κύρια διότι οριοθετούνται από:

- την αλλαγή των παραστάσεων, εικόνων και μηνυμάτων της συνήθους καθημερινής και συχνά αδυσώπητης πραγματικότητας,

- την ξεκούραση από τον κάματο μεγάλων χρονικών διαστημάτων, που πέρα από τις καθαρά σωματικές επιπτώσεις του παρουσιάζει σοβαρές αλληλεπιδράσεις και στα θέματα ψυχικών διαταραχών,

- την ανακατασκευή των συνηθισμένων κοινωνικών ρόλων που η διάρκεια των διακοπών και της τουριστικής διακίνησης προϋποθέτει,

- την απόκλιση από μια κάποια μορφή τυποποιημένων συμπεριφορών. που αποτελεί, σύμφωνα με τη διεθνή βιβλιογραφία, την καλύτερη αντιμετώπιση ορισμένων ψυχοπαθολογικών συνδρομών με πλούσια ποικιλία διαταραχών και σωματικών οχημάτων,

- την απομάκρυνση από τα κέντρα ατμοσφαιρικής κύρια μόλυνσης, από τα κέντρα υψηλής ηχορύπανσης, κ.λπ., που με τη σειρά τους προσδίδουν κάποιες ψυχολογικές απαβλύνσεις,

- τη διαφοροποίηση ορισμένων βασικών κοινωνικών και ψυχολογικών παραγόντων που διαμορφώνουν την αγοραστική συμπεριφορά, διότι η μετατροπή αυτής της συμπεριφοράς συχνά προσδίδει πρόσθετη ψυχολογική ικανοποίηση,

- τέλος, την επέκταση δημιουργικής αξιοποίησης του ελεύθερου χρόνου, που αποτελεί το κύριο ζητούμενο στη σύγχρονη καπιταλιστική κοινωνία, όπου το άτομο μαστίζεται από την απουσία του.

Συμπερασματικά, μπορούμε να πούμε ότι η αναγκαιότητα του τουρισμού και των διακοπών από καθαρά ψυχολογική άποψη είναι κάτι παραπάνω από καθοριστική και πλέον δεν αμφισβητείται -λόγω της σπουδαιότητάς της- ούτε καν από τους πολέμιους του τουριστικού θεσμού.