



ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ & ΟΡΓΑΝΙΣΜΩΝ

Διπλωματική Εργασία

Η ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΤΩΝ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΩΝ, ΤΑΣΕΩΝ ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΩΝ
ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΕΥΞΕΙΑΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

της

ΔΑΛΒΑΔΑΝΗΣ ΕΥΑΓΓΕΛΙΑΣ

Επιβλέπων Καθηγητής

ΑΛΕΞΑΝΔΡΗΣ ΚΩΣΤΑΝΤΙΝΟΣ

Υποβλήθηκε ως απαιτούμενο για την απόκτηση του μεταπτυχιακού διπλώματος
ειδίκευσης στη διοίκηση τουριστικών επιχειρήσεων & οργανισμών

Θεσσαλονίκη, ΜΑΙΟΣ 2019-05-14



Υπεύθυνη Δήλωση

Με ατομική μου ευθύνη και γνωρίζοντας τις κυρώσεις που προβλέπονται από τον Κανονισμό Σπουδών του Μεταπτυχιακού Προγράμματος στη Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων & Οργανισμών του Αλεξάνδρειου ΤΕΙ Θεσσαλονίκης, δηλώνω υπεύθυνα ότι:

- Η παρούσα Διπλωματική Εργασία αποτελεί έργο αποκλειστικά δικής μου δημιουργίας, έρευνας, μελέτης και συγγραφής.
- Για τη συγγραφή της Διπλωματικής μου Εργασίας δεν χρησιμοποίησα ολόκληρο ή μέρος έργου άλλου δημιουργού ή τις ιδέες και αντιλήψεις άλλου δημιουργού χωρίς να γίνεται σαφής αναφορά στην πηγή προέλευσης (βιβλίο, άρθρο από επιστημονικό περιοδικό, ιστοσελίδα κλπ.).

Θεσσαλονίκη, ημέρα, μήνας, έτος

Ο/Η Δηλών/ούσα: ΕΥΑΓΓΕΛΙΑ ΔΑΛΒΑΔΑΝΗ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Λέξεις Κλειδιά : SPA, Ευεξία, Τουρισμός, Θεραπεία

Όσο περνάνε τα χρόνια, ο κόσμος στρέφεται όλο και περισσότερο στο τουρισμό ευεξίας και στα Spa, λόγο του ότι μπορούν να συνδυάσουν τη προληπτική θεραπεία με τη ψυχαγωγία, τη χαλάρωση και τη φροντίδα γενικότερα του σώματος και της ψυχής.

Στη συγκεκριμένη διπλωματική εργασία πραγματοποιήθηκε προσπάθεια να αναλυθούν οι έννοιες του τουρισμού ευεξίας και τις θεραπείας μέσω των κέντρων spa και να διερευνηθούν οι τάσεις, οι προοπτικές και τα χαρακτηριστικά ανάπτυξης αναφορικά με τον συγκεκριμένο τουριστικό τομέα.

Μέσα από αυτή την εργασία, κατανοούμε πως ο τουρισμός ευεξίας αναφέρεται σε ανθρώπους που θέλουν να λαμβάνουν μέρος σε ένα άλλο είδος τουρισμού που στοχεύει στην πνευματική και ψυχική ευημερία τους. Έτσι για να μελετηθούν όλα τα παραπάνω, αλλά και για να δοθούν κάποιες απαντήσεις σε πολλά ερωτήματα, μοιράστηκαν δύο ερωτηματολόγια σε 60 τουρίστες σε ορισμένα ξενοδοχεία της Θεσσαλονίκης αλλά και σε 8 ξενοδόχους – διευθυντές μεγάλων ξενοδοχειακών μονάδων. Μέσα από αυτήν την έρευνα επισημαίνεται και καταλαβαίνουμε ότι η Θεσσαλονίκη όπως και όλη η Ελλάδα περιλαμβάνουν τους πόρους που χρειάζεται για να εξελιχτεί περισσότερο αυτός ο τουριστικός τομέας, αλλά με πάρα πολλές ελλείψεις ακόμα.

ABSTRACT

As the years go by, people are increasingly turning to wellness tourism and Spa because they can combine preventative treatment with entertainment, relaxation and general care of the body and the soul.

Therefore, an effort was made to analyze the concepts of wellness tourism and treatment through spa centers and to explore the trends, prospects and developmental characteristics of this tourism sector.

Through this work, we understand that wellness tourism refers to people who want to take part in another type of tourism that targets their spiritual and mental well-being. So to study all the above and to answer some questions, two questionnaires were distributed to 60 tourists in some hotels in Thessaloniki and 8 hotel managers - big hotel managers. Through this research, it is highlighted and understood that Thessaloniki, like all of Greece, includes the resources needed to further develop this tourism sector, but with too many deficiencies yet.

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

Ευχαριστίες.....	6
Εισαγωγή.....	8
Κεφάλαιο 1.....	20
1.1 Εννοιολογική προσέγγιση του τουρισμού – τουρίστα.....	20
1.2 Μορφές εναλλακτικού τουρισμού.....	11
1.3 Οι επιπτώσεις και τα οφέλη του εναλλακτικού τουρισμού.....	20
Κεφάλαιο 2.....	22
2.1 Ιστορική αναδρομή του ιατρικού τουρισμού στην Ελλάδα.....	22
2.2 Ορισμός και ανάλυση του τουρισμού υγείας.....	23
2.3 Χαρακτηριστικά τουριστών υγείας και ευεξίας.....	27
2.4 Προοπτικές του τουρισμού υγείας στην Ελλάδα και το εξωτερικό.....	28
Κεφάλαιο 3.....	30
3.1 Εισαγωγή στο τουρισμό ευεξίας.....	30
3.2 Εννοιολογική ανάλυση του “Sra” και η χρησιμότητά του στον άνθρωπο.....	33
3.3 Τα Κέντρα τουρισμού ευεξίας – Sra, οι κατηγορίες τους και οι θεραπείες τους.....	36
3.4 Διεθνείς εξελίξεις στο τουρισμό ευεξίας και οι τάσεις του στο διεθνή χώρο.....	41
Κεφάλαιο 4.....	44
4.1 Θέμα και στόχοι της έρευνας.....	44
4.2 Μέθοδος δειγματοληψίας.....	45
4.3 Πληθυσμός και μέθοδος δειγματοληψίας.....	45
4.4 Δομή ερωτηματολογίων.....	45
Κεφάλαιο 5.....	46

5.1 Αποτελέσματα έρευνας.....	46
Κεφάλαιο 6.....	65
6.1 Συμπεράσματα – Προτάσεις.....	65
Βιβλιογραφία.....	73
Παραρτήματα.....	75

Ευχαριστίες

Θα ήθελα να ευχαριστήσω τον κύριο Κώστα Αλεξανδρή που ήταν πάντα πρόθυμος και θετικός στο να με βοηθήσει σε ότι και αν χρειαστώ, κατά τη διάρκεια της εκπόνησης της διπλωματικής μου.

Να ευχαριστήσω θερμά όλους τους καθηγητές του προγράμματος του μεταπτυχιακού που μας πρόσφεραν τις γνώσεις τους και βρεθήκαμε ένα βήμα πιο κοντά στη μελλοντική μας σταδιοδρομία.

Τέλος, ευχαριστώ πολύ την οικογένεια μου για την αγάπη και τη στήριξη που δείχνει πάντα, όλα αυτά τα χρόνια, στη πραγματοποίηση των στόχων μου.

Εισαγωγή

Εισαγωγικά στοιχεία

Ο τουρισμός αποτελεί έναν κλάδο, ο οποίος φαίνεται με το πέρασμα των χρόνων ότι έχει αποκτήσει όλο και μεγαλύτερο ενδιαφέρον. Ο άνθρωπος πάντα εξέφραζε την επιθυμία του να ταξιδεύει δίνοντάς του την ευκαιρία να ενδυναμώσει το εγώ του. Σύμφωνα με τον Dann, υπάρχουν δύο κατηγορίες παραγόντων ή φάσεις στη λήψη απόφασης για ένα τουριστικό ταξίδι, δηλαδή, πρώτα οι ωθητικοί παράγοντες και ύστερα οι ελκυστικοί παράγοντες. Οι ωθητικοί παράγοντες είναι εκείνοι οι οποίοι δημιουργούν στον άνθρωπο την επιθυμία να πραγματοποιήσει ένα ταξίδι. Αντιθέτως, οι ελκυστικοί παράγοντες είναι εκείνοι οι οποίοι, εφόσον το άτομο έχει παρακινηθεί να ταξιδέψει σε έναν τουριστικό προορισμό, με κάποιο τρόπο, έχουν γοητευτεί από κάποια, ίσως, χαρακτηριστικά αυτού του συγκεκριμένου προορισμού γι' αυτό και επιθυμούν να τον επισκεφτούν.

Επιπλέον σχετικά με όσα υποστηρίζει ο Τσάρτας, ο σύγχρονος τουρίστας περιλαμβάνει πολλά κίνητρα τα οποία τον παρακινούν να επιδιώξει την πραγματοποίηση των πολλαπλών και αυξανόμενων αναγκών του κατά τη διάρκεια της ταξιδιωτικής του εμπειρίας. Επίσης, ο άνθρωπος ψάχνει νέες εμπειρίες με τις οποίες θα καταφέρει να απομακρυνθεί από την ρουτίνα της καθημερινότητάς του για ένα μικρό ή μεγάλο, σχετικά, διάστημα. Λόγω του ότι ο τουρίστας ψάχνει εξατομικευμένη εμπειρία και ποιότητα, δημιουργείται περισσότερος ανταγωνισμός στη παγκόσμια τουριστική αγορά επιδιώκοντας έτσι ένα πιο ολοκληρωμένο τουριστικό προϊόν που να μπορεί να ανταπεξέλθει στις διαφοροποιημένες και αυξανόμενες ανάγκες των δυναμικών τουριστών. Ο άνθρωπος, με βάση το διαδίκτυο, είναι πολύ εύκολο στις μέρες μας να αναζητήσει τον ιδανικό τρόπο πραγματοποίησης ενός ταξιδιού και να διαλέξει τα χαρακτηριστικά που θέλει να περιλαμβάνονται κατά τη διάρκεια αυτού.

Η ευεξία αποτελεί ένα κλάδο, λοιπόν, με τον οποίο ο σύγχρονος άνθρωπος μπορεί να συσχετίσει τις διακοπές του με τη καλύτερευση της υγείας του. Προσφέρεται ο ίδιος, δηλαδή, να ξοδέψει μέρος του εισοδήματός του σε ένα είδος τουρισμού που ταυτόχρονα με τα πλεονεκτήματα του κλασσικού τουρισμού όπως είναι η ψυχική ηρεμία και η χαλάρωση να περιέχονται και υπηρεσίες που θα του βελτιώσουν και τη σωματική υγεία.

Σκοπός της έρευνας

Σκοπό της έρευνας αποτελεί η διερεύνηση των χαρακτηριστικών των τάσεων και προοπτικών ανάπτυξης του τουρισμού ευεξίας στην Ελλάδα. Για την πραγματοποίηση αυτού του σκοπού, εφαρμόστηκε έρευνα με τη χρήση ερωτηματολογίων. Αρχικά, ζητούμενο θεωρείται μια επισκόπηση σχετικά με τις τάσεις και την ανάπτυξη των “spa” στα ξενοδοχεία. Ύστερα, η προσπάθεια αναζήτησης των αντιλήψεων των υπεύθυνων των ξενοδοχείων όσον αφορά την ανάπτυξη των “spa” στα ξενοδοχεία. Τέλος, η διερεύνηση σχετικά με τη ποιότητα των υπηρεσιών βάση της εμπειρίας των χρηστών.

Δομή της εργασίας

Στην αρχή της εργασίας γίνεται μια γενική αναφορά στο θέμα και στο σκοπό της. Ακολουθεί το πρώτο κεφάλαιο στο οποίο επισημαίνεται η εννοιολογική προσέγγιση της λέξης τουρισμός και τουρίστας και περιγράφονται οι κατηγορίες των εναλλακτικών μορφών και οι επιπτώσεις του στην Ελλάδα αλλά και στο εξωτερικό. Στο δεύτερο κεφάλαιο γίνεται, αρχικά, μία ιστορική αναδρομή αναφορικά με τον Ιατρικό Τουρισμό στην Ελλάδα, έπειτα αναπτύσσονται κάποιοι ορισμοί του Τουρισμού Υγείας και Ευεξίας, περιγράφονται τα χαρακτηριστικά των τουριστών αυτών των δύο συγκεκριμένων μορφών τουρισμού, έπειτα στο τέλος αυτού του κεφαλαίου γίνεται αναφορά στις προοπτικές που υπάρχουν στο Τουρισμό υγείας στην Ελλάδα αλλά και στο εξωτερικό. Στο τρίτο κεφάλαιο, αρχικά γίνεται μια εισαγωγή στο Τουρισμό Ευεξίας, ακολουθεί η εννοιολογική ανάλυση του “spa” και περιγράφεται η χρησιμότητα του στον άνθρωπο, στη συνέχεια μαθαίνουμε ποια είναι τα κέντρα Ευεξίας-Spa, ποιες οι κατηγορίες και οι θεραπείες τους και στο τέλος αυτού του κεφαλαίου αναφέρονται οι διεθνείς εξελίξεις στο τουρισμό ευεξίας και οι τάσεις του στο διεθνή χώρο. Στο τέταρτο κεφάλαιο γίνεται αναφορά στη μεθοδολογία που εφαρμόστηκε για τη διεξαγωγή της έρευνας. Δηλαδή, αναλύονται οι στόχοι της έρευνας και ο τρόπος με τον οποίο συντάχθηκε το ερωτηματολόγιο. Στο πέμπτο κεφάλαιο επισημαίνονται τα αποτελέσματα της έρευνας και οι σχολιασμοί τους. Στο έκτο κεφάλαιο παρουσιάζονται τα συμπεράσματα που προέρχονται από τη διεξαγωγή της έρευνας αλλά και από τη βιβλιογραφική επισκόπηση γενικότερα. Τέλος, στο παράρτημα επισυνάπτεται υπόδειγμα ερωτηματολογίου.

Κεφάλαιο 1

1.1 Εννοιολογική Προσέγγιση του Τουρισμού – Τουρίστα

Παγκόσμια, ο τουρισμός αποτελεί έναν από τους ταχύτερα αναπτυσσόμενους κλάδους που συντελεί στην ανάπτυξη των κρατών, πολιτιστικά, οικονομικά αλλά και κοινωνικά. Από τη βιβλιογραφία, γενικότερα, καταλαβαίνει κανείς, πόσο πολύπλοκο είναι το φαινόμενο αυτό, από τη πληθώρα ορισμών που υπάρχει, που προσπάθησαν να δώσουν στη έννοια του τουρισμού και το γεγονός ότι δεν έχει αποδοθεί ένας επακριβής και αποδεκτός ορισμός μέχρι και σήμερα.

Το χαρακτηριστικό που συνδέει όλους τους ορισμούς που αφορούν τη λέξη τουρισμός είναι ότι τον θεωρούν έναν συνδυασμό δραστηριοτήτων, υπηρεσιών και επιχειρήσεων, έτσι ώστε να εξυπηρετούνται οι ανάγκες των τουριστών, παρέχοντας ταξιδιωτικές εμπειρίες όσον αφορά τη μεταφορά, την εστίαση και τις εγκαταστάσεις αναψυχής, τα καταστήματα και πολλές άλλες δραστηριότητες που αφορούν τον ελεύθερο χρόνο των ατόμων είτε ομαδικά είτε ατομικά.

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού, ο τουρισμός σχετίζεται με τα ταξίδια των ανθρώπων, εκτός από τους τόπους της μόνιμης κατοικίας τους, σε άλλες περιοχές ή προορισμούς και για διάστημα λιγότερο του ενός χρόνου, με στόχο την ξεκούραση και χαλάρωση των ατόμων, την πραγματοποίηση των επαγγελματικών τους αναγκών, κ.λπ. Ακόμη, θεωρείται ένας από τους σημαντικότερους παράγοντες για την κοινωνικοοικονομική ανάπτυξη γενικότερα και αποτελεί έναν από τους ταχύτερους αναπτυσσόμενους οικονομικά τομείς στον κόσμο.

Με βάση τη Διεθνή Οργάνωση Ειδικών Επιστημών Τουρισμού, τουρισμός θεωρούνται οι επιλογές βάσει των επιθυμιών και προτιμήσεων των τουριστών σε διαφορετικό περιβάλλον απ' αυτό που διαμένουν. Επίσης, σχετικά με τα όσα υποστηρίζει η Διεθνής Ακαδημία Τουρισμού, με την έννοια τουρισμός ορίζεται η επιθυμία του ατόμου να διαφοροποιήσει την καθημερινότητα του ώστε μέσα από τα διάφορα ταξίδια και τις ενέργειες του γενικότερα με βάση αυτά, να ξεφύγει από τη καθημερινή ρουτίνα του.

Κατά τους Krapf και Hunziger (1941), τουρισμός θεωρείται το ταξίδι χωρίς κάποια κερδοσκοπική δραστηριότητα, αλλά και οι σχέσεις και τα γεγονότα που προκύπτουν κατά τη παραμονή και τη μετακίνηση του ατόμου σε διάφορες περιοχές, πέραν της κατοικίας του, με την προϋπόθεση της μη παραμονής τους σε αυτές, σε μόνιμη βάση. Επιπλέον, σχετικά με τα όσα αναφέρει ο J. Medecin (1933), καταλαβαίνουμε ότι ο τουρισμός μπορεί να οριστεί ως μία ευκαιρία του ανθρώπου να παραμείνει σε ένα μέρος, εκτός της μόνιμης κατοικίας του, με σκοπό τη ξεκούραση, τη διασκέδαση, στο να εμπλουτίσει το μορφωτικό του επίπεδο και να αποκτήσει περισσότερες εμπειρίες.

Σύμφωνα με πολλούς συγγραφείς, τουρισμός αποτελεί την επιθυμία του ατόμου να ταξιδέψει, εκτός του τόπου της μόνιμης κατοικίας του, χωρίς το ταξίδι αυτό να έχει κάποιο καταναγκαστικό χαρακτήρα, σχετίζεται με τον ελεύθερο χρόνο και τις δραστηριότητες που είναι εντελώς διαφορετικές από αυτές της ρουτίνας της καθημερινότητας του ανθρώπου.

Οι Mathieson και Wall (1982), προσεγγίζουν το τουριστικό φαινόμενο ως μία προσωρινά μετακίνηση σε μέρη, εκτός της μόνιμης διαμονής του ατόμου, οι διευκολύνσεις που παρέχονται για να μπορούν να καλυφθούν οι τουριστικές ανάγκες του επισκέπτη και οι δραστηριότητες που πραγματοποιεί κατά τη παραμονή του στις περιοχές που επισκέπτεται. Επίσης, οι Mill και Morrison (1992), ορίζουν τον τουρισμό ως μία δραστηριότητα που σχετίζεται με τις αναμνήσεις που αποκτά ο τουρίστας από ένα ταξίδι και γενικότερα με την παραμονή, την επιστροφή, την πραγματοποίηση και την προετοιμασία του για τον τόπο διαμονής.

Στη Διάσκεψη των Ηνωμένων Εθνών που αφορούσε τα Διεθνή ταξίδια και τον Τουρισμό που οργανώθηκε στη Ρώμη, συμφωνήθηκε η έννοια επισκέπτη να ορίζεται το άτομο που ταξιδεύει σε μία χώρα, έκτος από τη μόνιμη κατοικία του, για οποιοδήποτε λόγο, με εξαίρεση τους επαγγελματικούς λόγους και για τους οποίους θα έπρεπε να αμείβεται με χρηματικό ποσό που θα του προσφέρει η χώρα την οποία θα έχει επισκεφτεί. Ο ορισμός αυτός ανταποκρίνεται επαρκώς σε δύο κατηγορίες επισκεπτών :

- Τους τουρίστες, δηλαδή τα άτομα που ταξιδεύουν σε μία χώρα και παραμένουν εκεί για 24 ώρες και οι λόγοι τις επίσκεψής τους αφορούν τις διακοπές, την υγεία τους, τις σπουδές τους, τη θρησκεία, την άθλησή τους, την επιθυμία τους να επισκεφτούν τους φίλους ή τους συγγενείς τους ή και για λόγους που αφορούν τη συμμετοχή τους σε κάποια αποστολή ή συνέδριο ή σύσκεψη.
- Τους εκδρομείς, δηλαδή τα άτομα που ταξιδεύουν σε μία χώρα και παραμένουν σε αυτήν λιγότερο από 24 ώρες. Σε αυτή τη κατηγορία ανήκουν οι επισκέπτες που την ίδια μέρα έρχονται και φεύγουν χωρίς τη βραδινή διαμονή τους, τα πληρώματα των αεροσκαφών, των πλοίων και όσα άτομα συμμετέχουν σε κρουαζιέρες.

1.2 Μορφές Εναλλακτικού Τουρισμού

Ο εναλλακτικός τουρισμός χαρακτηρίζεται ως μία ήπια μορφή βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης. Στην ουσία, αυτού του είδους ο τουρισμός περιλαμβάνει τη παράλληλη ανάπτυξη δραστηριοτήτων που στοχεύει στη κοινωνική και οικονομική αναβάθμιση της υπαίθρου γενικότερα με τη στήριξη και ανάδειξη της ήπιας και μικρής κλίμακας προσφοράς τουριστικών υπηρεσιών, του πολιτιστικού και φυσικού πλούτου της κάθε περιοχής, της τοπικής αγροτικής παραγωγής, της δημιουργίας και εμπορίας

παραδοσιακών προϊόντων. Η ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού αφορά κυρίως επιχειρήσεις και φορείς που σχετίζονται με παραγωγούς και εμπόρους προϊόντων, παραδοσιακά εστιατόρια, παραδοσιακά καταλύματα, μουσεία κάθε είδους, διάφορους συλλόγους όπως Φυσιολατρικούς, Πολιτιστικούς, Ορειβατικούς και Συνεταιρισμούς όπως Αγροτικούς, Γυναικείους, την Τοπική Αυτοδιοίκηση, τα σχολεία και τα Εκπαιδευτικά Ιδρύματα.

Στον εναλλακτικό τουρισμό, λοιπόν, ο τουρίστας θεωρείται θαυμαστής, επισκέπτης και φίλος της περιοχής. Ένας ταξιδιώτης, φιλοξενούμενος που επιδιώκει να ανακαλύψει την αυθεντικότητα και την ομορφιά του τόπου που επιθυμεί να επισκεφτεί, ερευνώντας τη φυσική κληρονομιά και επιθυμώντας την ήσυχη ζωή του προορισμού επιλογής του. Η φιλοσοφία αυτού του είδους τουρισμού στηρίζεται στην ανθρώπινη, άμεση, φιλόξενη και διαπροσωπική σχέση μεταξύ των κατοίκων της περιοχής και των επισκεπτών. Για παράδειγμα, ο τουρίστας έρχεται σε επαφή με τις διάφορες δραστηριότητες με τις οποίες απασχολούνται καθημερινά οι ντόπιοι στα σπίτια τους αλλά και στις επιχειρήσεις που πιθανόν να έχουν όπως το κέντημα και τον αργαλειό, με τη παραγωγή διαφόρων παραδοσιακών προϊόντων όπως το κρασί, το τσίπουρο, το μέλι, τα μανιτάρια, τα κάστανα, το λάδι, κ.α., ανάλογα με τη περιοχή που έχει επιλέξει να επισκεφτεί.

Επιπρόσθετα, ο εναλλακτικός τουρισμός δίνει την ευκαιρία στον επισκέπτη να ενημερωθεί και να εξερευνήσει τη περιοχή όσο περισσότερο μπορεί και επιθυμεί. Μ' αυτό το τρόπο έχει τη δυνατότητα να περπατήσει στα δασώδη μονοπάτια, να επισκεφτεί τις γαλήνιες λίμνες ή τα ορμητικά ποτάμια και γενικότερα να περιηγηθεί σε ότι ξεχωριστό πιθανόν αντικρίσει κάποιος στο φυσικό τοπίο του τουριστικού προορισμού του. Επίσης, ο επισκέπτης έχει τη δυνατότητα για extreme sports καθώς και για ξεναγήσεις, εάν υπάρχουν, εκκλησίες, μοναστήρια, αρχαιολογικά ευρήματα και πέτρινα γεφύρια. Ακόμη, μπορεί να συμμετάσχει σε τοπικές γιορτές, τοπικά πανηγύρια και έθιμα, έτσι ώστε να κατανοήσει καλύτερα το τρόπο με τον οποίο ζουν και λειτουργούν οι ντόπιοι της συγκεκριμένης τουριστικής περιοχής και να προσαρμοστεί και ο ίδιος ο τουρίστας στη καθημερινότητα αυτή όσο καιρό διαμείνει σ' αυτό το τουριστικό προορισμό που επέλεξε να επισκεφτεί.

Μέσω των διακοπών του και της ψυχαγωγίας του ο τουρίστας, λοιπόν, αναπτύσσει τις γνώσεις του όλο και περισσότερο σχετικά με το τόπο που έχει επισκεφτεί. Ο εναλλακτικός τουρισμός, πέρα από τη συμβολική σημασία που κατέχει ως μορφή τουρισμού, σχετίζεται και με κάθε άλλη ειδική μορφή τουρισμού, τις οποίες προτιμάνε οι τουρίστες ειδικών ενδιαφερόντων, δίνουν λύσεις στα προβλήματα τις εποχικότητας και από μεριάς αυτών των ειδικών μορφών καταβάλλονται προσπάθειες, με διάφορους τρόπους, ανάδειξης της πολιτιστικής κληρονομιάς και προστασίας του περιβάλλοντος.

Με τον εναλλακτικό τουρισμό δίνεται η ευκαιρία στους τουρίστες να συμμετέχουν σε πάρα πολλές συναρπαστικές δραστηριότητες, πολλές από τις οποίες είναι οι εξής :

- Ορειβασία, χαρακτηρίζεται πλέον η δύσκολη μορφή της πεζοπορίας και γενικότερα των δραστηριοτήτων του εναλλακτικού τουρισμού. Σκοπός κάποιου που επιχειρεί να κάνει ορειβασία αποτελεί η κατάκτηση κάποιας κορυφής.
- Πεζοπορία, χωρίζεται σε δύο κατηγορίες : σε απλή και ορεινή. Στην απλή πεζοπορία η ελάχιστη απόσταση που μπορεί κάποιος να διανύσει είναι τα 5χλμ., περίπου δηλαδή μια με δύο ώρες, σε εδάφη με μικρή κλίση με ελαφρύ εξοπλισμό, ενώ στην ορεινή πεζοπορία η ελάχιστη απόσταση θεωρούνται τα 15 με 20χλμ., περίπου δηλαδή πέντε με οχτώ ώρες πορεία. Στην ορεινή πεζοπορία χρειάζεται εξειδικευμένος εξοπλισμός, ειδικά στη χειμερινή ορεινή πεζοπορία. Ακόμη, μπορεί να πραγματοποιηθεί σε οποιοδήποτε βουνό με βασικό χαρακτηριστικό της την υψομετρική διαφορά της διαδρομής, το γεγονός ότι η πορεία δραστηριοποιείται συνήθως σε υψόμετρα μεγαλύτερα των 500 μέτρων.
- Rafting (Κατάβαση Ποταμού), αυτή η δραστηριότητα οργανώνεται από εταιρείες με ειδικούς κανόνες ασφαλείας χωρίς τυχόν ατυχήματα, προκαλώντας αρκετό ενδιαφέρον για τους τουρίστες. Όλα τα ποτάμια πλέον είναι ιδανικά για να κάνει κάποιος rafting από αρχές Νοεμβρίου μέχρι και τις αρχές Ιουνίου και ο βαθμός δυσκολίας αυτής της δραστηριότητας προκύπτει ανάλογα με το μέγεθος ροής του κάθε ποταμού.
- Canoe – Kayak (Κανό – Κаяιάκ), πραγματοποιείται σε λίμνες αλλά και σε ήσυχα περάσματα ποταμών και οργανώνεται από εταιρείες που σχετίζονται με τη συγκεκριμένη δραστηριότητα με όλο τον ειδικό εξοπλισμό και τα μέτρα ασφαλείας που χρειάζεται. Μπορεί κανείς να ασχοληθεί με τη δραστηριότητα αυτή όλο το χρόνο και να απολαύσει στιγμές χαλάρωσης ανακαλύπτοντας σπάνια είδη πουλιών και υδρόβιων ζωντανών που δημιουργούν ευχάριστες εκπλήξεις.

Αναφορικά με την ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού είναι αναγκαίο να υπάρχουν κάποιες προϋποθέσεις, προγράμματα και άξονες σχετικά με το φυσικό, το κοινωνικό και το οικονομικό περιβάλλον των τουριστικών περιοχών, έτσι ώστε ή να καλυτερεύουν την προϋπάρχουσα κατάσταση ή να δημιουργείτε μία καινούργια παραγωγική δομή ή όλα τα παραπάνω να ανήκουν στην ήδη υπάρχουσα δομή και έτσι να πρωτανεύουν οι υπηρεσίες και οι υποδομές αυτών των μορφών τουρισμού. Απαραίτητες, όμως, θεωρούνται και οι παρεμβάσεις της πολιτείας τόσο σε τοπικό, όσο σε περιφερειακό και εθνικό επίπεδο, με αποτέλεσμα τη διαμόρφωση ενός πλαισίου εφαρμογής και στήριξης των συγκεκριμένων αυτών μορφών τουρισμού.

Για την ανάπτυξη, λοιπόν, αυτών των μορφών τουρισμού χρειάζεται περιβάλλον ιδιαίτερης φυσικής ομορφιάς με αποτέλεσμα την προσέλκυση των επισκεπτών. Οι περιβαλλοντικοί και φυσικοί πόροι ανταποκρίνονται σε κάποια από τα πιο σημαντικά κίνητρα όσον αφορά τη ζήτηση των επισκεπτών στη σύγχρονη εποχή. Ταυτόχρονα,

είναι ανάγκη να εφαρμόζονται μέτρα προστασίας του περιβάλλοντος κατά τη διάρκεια χρήσης των φυσικών πόρων αλλά και κατά τη διάρκεια της δημιουργίας μιας τουριστικής υποδομής. Ο πλούτος, η ποικιλία του φυσικού τοπίου, το κλίμα, η χλωρίδα, η πανίδα, οι ακτές του τόπου, η αρχιτεκτονική, τα πάρκα, τα μνημεία, τα μουσεία, οι παραδόσεις, η ιστορία, οι εκδηλώσεις, κ.λπ., θεωρούν απαραίτητους τους τουριστικούς πόρους για να αναπτυχθούν οι εναλλακτικές δραστηριότητες στα πλαίσια άσκησης των ήπιων τουριστικών μορφών.

Επιπρόσθετα, η πρόσβαση θεωρείται μία διάσταση του τουριστικού προϊόντος που περιέχει τις ιδιωτικές και δημόσιες μεταφορές και δίνεται έμφαση στη δαπάνη, στη ταχύτητα και στην ευκολία με την οποία οι επισκέπτες μπορούν να μεταβούν στο προορισμό που έχουν διαλέξει. Οι περισσότεροι επισκέπτες που επιλέγουν προορισμό εναλλακτικού τουρισμού έχουν το δικό τους όχημα όσον αφορά τη μετάβασή τους στο τόπο αυτό, έτσι η καλύτερη συγκοινωνιακή υποδομή βοηθάει στην εύκολη προσέγγιση περιοχών. Οπότε, η εύκολη πρόσβαση αποτελεί σημείο ιδιαίτερα σημαντικό και πάνω σ' αυτή την ευκολία βασίζεται η τροφοδοσία των τουριστικών προορισμών γενικότερα. Ωστόσο, ορεινές και απομακρυσμένες, κυρίως, περιοχές, αν και είναι θετικές ως προς την ιδέα της ανάπτυξης τέτοιου είδους τουρισμού, δεν είναι τόσο εύκολο εξαιτίας της αδυναμίας της τροφοδοσίας σε εξοπλισμό, μηχανήματα, τρόφιμα, κ.α.

Αναγκαία στοιχεία για τη προσφορά ενός τουριστικού προϊόντος που περιέχει εναλλακτικούς τρόπους δραστηριοτήτων, αποτελούν ορισμένες διευκολύνσεις και υπηρεσίες. Όλα αυτά θα δημιουργήσουν στους επισκέπτες την επιθυμία για περισσότερο χρονικό διάστημα διαμονής στο τόπο προορισμού και να έχουν την ευκαιρία συμμετοχής σε όλες αυτές τις εναλλακτικές δραστηριότητες που μπορεί να προσφέρει η τουριστική περιοχή επιλογής του επισκέπτη. Στη προσφορά διευκολύνσεων και υπηρεσιών κατατάσσονται οι χώροι διαμονής (ξενοδοχεία, διαμερίσματα, κάμπινγκ, παραδοσιακοί ξενώνες, κ.α.), οι χώροι εστίασης (εστιατόρια, ρεστοράν, μπαρ και γενικότερα οποιασδήποτε μορφής χώροι ποτού και φαγητού), δραστηριότητες εναλλακτικών ενδιαφερόντων (κέντρα εκμάθησης παραδοσιακών τεχνών και χειροτεχνιμάτων, σχολές ιππασίας, καταδύσεων και πολλών άλλων δραστηριοτήτων όπως rafting, κ.α., γήπεδα, εγκαταστάσεις σκι, κ.λπ.), οι μεταφορές (ενοικιαζόμενα οχήματα, λεωφορεία, ταξί) και άλλες πολλές διευκολύνσεις και υπηρεσίες όπως ξεναγήσεις, κέντρα υγείας και πληροφόρησης, ενοικιάσεις εξοπλισμού, ταξιδιωτικά γραφεία, συνεδριακά κέντρα, καταστήματα, τουριστική αστυνομία, κ.α.

Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού θεωρούνται μέρος των ειδικών μορφών τουρισμού με βάση τις οποίες οι επισκέπτες έχουν τη δυνατότητα να διαλέξουν το τρόπο οργάνωσης και διεξαγωγής του ταξιδιού συμπεριλαμβανομένων της αυτονομίας των επιλογών και της περιήγησης με μικρή χρήση υπηρεσιών οργανωμένου τουρισμού. Σε αντίθεση με το μαζικό τουρισμό, στον οποίο ενυπάρχει έντονα η επιβάρυνση του περιβάλλοντος, η μείωση των παρεχόμενων υπηρεσιών, η

μαζικότητα και η μεγιστοποίηση του κέρδους σε βάρος των τοπικών κοινωνιών, της τοπικής οικονομίας και του περιβάλλοντος, ο εναλλακτικός τουρισμός περιέχει μορφές οι οποίες περιλαμβάνουν τη προστασία του φυσικού περιβάλλοντος, τη διαφύλαξη της πολιτιστικής κληρονομιάς και τη φυσική ζωή γενικότερα.

Ενδεικτικά, οι συνηθέστερες μορφές εναλλακτικού τουρισμού που συναντάμε και στη χώρα μας είναι οι εξής :

- **Αγροτουρισμός**, δηλαδή ο επισκέπτης μπορεί να έρθει σε επαφή με δραστηριότητες που σχετίζονται με την υπαίθρια αναψυχή, παίρνει μέρος σε εργασίες που πραγματοποιούνται στα αγροκτήματα. Επίσης, σ' αυτή τη κατηγορία ανήκουν οι κτηνοτροφικές και ελαιοτριβείου ασχολίες. Ο αγροτουρισμός βοηθάει στο να βελτιωθεί και να συμπληρωθεί το αγροτικό εισόδημα, ενισχύεται η επιχειρηματικότητα, αξιοποιείται, προβάλλεται και διατηρείται καλύτερα η πολιτιστική και η αρχιτεκτονική κληρονομιά, προστατεύεται το περιβάλλον, βελτιώνονται τα τοπικά βιοτεχνικά, αγροτικά προϊόντα, η ποιότητα ζωής και εργασίας του αγροτικού πληθυσμού.
- **Αθλητικός τουρισμός**, δηλαδή οι δραστηριότητες που σχετίζονται με τον αθλητισμό και αφορούν το φυσικό περιβάλλον. Στην Ελλάδα έχουμε να επιλέξουμε ανάμεσα σε πάρα πολλές αθλητικές δραστηριότητες, όπως είναι το σκι, η πεζοπορία, η ορειβασία, η κατάδυση, η κολύμβηση, η ιππασία, κ.α. Αυτού του είδους τουρισμού ελκύει πολύ κόσμο και προσφέρει μοναδικές εμπειρίες. Βέβαια, για να αναπτυχθεί μία τέτοιου είδους μορφή είναι αναγκαίο να υπάρχουν υποδομές υψηλής ποιότητας σχετικά με τις υπηρεσίες, τη στέγαση, τη μεταφορά, το φυσικό και τεχνητό περιβάλλον, τους οργανισμούς, τη διασκέδαση και τη πολιτιστική κληρονομιά.
- **Τουρισμός υγείας**, αφορά, τη πρόληψη, τη θεραπεία, την ανάρρωση, τη διατήρηση και την αποκατάσταση της υγείας με φυσικές και σύγχρονες ιατρικές μεθόδους σε συνδυασμό με την διασκέδαση, τη ξεκούραση και τη χαλάρωση. Ο τουρισμός υγείας διακρίνεται σε δύο κατηγορίες : 1. ο *ιατρικός τουρισμός* ο οποίος σχετίζεται με άτομα τα οποία έχουν κάποια ασθένεια και χρειάζονται κάποια ιατρική παρακολούθηση ή θεραπεία και γι' αυτό καταφεύγουν σε εξειδικευμένες υπηρεσίες, στις οποίες δίνονται αυτές οι δυνατότητες και 2. ο *τουρισμός ευεξίας*, ο οποίος, αφορά τουρίστες που θέλουν οι διακοπές τους να έχουν σχέση με υπηρεσίες που μπορούν να διατηρήσουν και να βελτιώσουν την υγεία τους με διάφορες ιατρικές δραστηριότητες όπως είναι τα SPA, η υδροθεραπεία, η θαλασσοθεραπεία, κλπ. Στη δεύτερη κατηγορία ανήκει επίσης και ο *ιαματικός τουρισμός* ή αλλιώς *θερμαλισμός*, ο οποίος απευθύνεται όχι μόνο σε ασθενείς αλλά και σε άτομα που δεν έχουν κάποιο πρόβλημα υγείας. Άτομα δηλαδή που επιθυμούν σε συνδυασμό με τις διακοπές τους μέσα από υπηρεσίες που τους προσφέρουν ειδικά προγράμματα χαλάρωσης και αναζωογόνησης να φροντίσουν για την πνευματική, ψυχική και σωματική τους υγεία. Δίνεται η ευκαιρία στον

τουρίστα φροντίζει την υγεία του σε ένα αισθητικά ωραίο και ασφαλές χώρο με ένα φυσικό περιβάλλον, έτσι ώστε να μπορεί να συνδυάσει κι άλλες ευχάριστες και υγιεινές δραστηριότητες στον ελεύθερό του χρόνο.

- **Θαλάσσιος τουρισμός**, αποτελείται από δραστηριότητες και υπηρεσίες που σχετίζονται με το θαλάσσιο χώρο και θα πρέπει να θεωρούνται βασικοί παράγοντες αυτής της μορφής τουρισμού και όχι ένας απλά τρόπος για τη πραγματοποίηση των διακοπών. Θαλάσσιο τουρισμό εννοούμε επίσης τις κρουαζιέρες και τις περιηγήσεις που γίνονται στη θάλασσα με σκάφη όπως μηχανοκίνητα, ιστιοπλοϊκά, θαλαμηγοί, κλπ. Επιπλέον, η διαμονή, η ψυχαγωγία, η διατροφή, και η άθληση πραγματοποιούνται ενώ οι τουρίστες ταξιδεύουν με το πλοίο, δηλαδή το πλοίο αποκτά την ιδιότητα του ξενοδοχείου στη συγκεκριμένη περίπτωση. Αυτή η μορφή τουρισμού μπορεί να συνδυαστεί και με άλλες μορφές τουρισμού, όπως σε μία κρουαζιέρα ο τουρίστας μπορεί να επισκεφτεί, σε περιοχές με πολιτιστικό ενδιαφέρον, μνημεία και αξιοθέατα.
- **Θρησκευτικός τουρισμός**, θεωρείται ένα από τα σημαντικότερα είδη του ελληνικού εναλλακτικού τουρισμού και σχετίζεται με τους θρησκευτικούς τόπους λατρείας, όπως είναι οι εκκλησίες και τα μοναστήρια. Η μετακίνηση του ανθρώπου σε χώρο που σχετίζεται με τη θρησκεία θεωρείται μία ανάγκη περισσότερο ψυχολογική του κάθε επισκέπτη, ανεξάρτητα σε ποιά φυλή, θρησκεία ή εθνικότητα ανήκει και όσων αφορά τους προορισμούς με σκοπό το προσκύνημα και γενικότερα τη θρησκεία, η ανθρώπινη μετακίνηση δημιουργεί τόσο κοινωνικές και πολιτιστικές όσο και οικονομικές συνέπειες σ' αυτούς. Είναι μία μορφή τουρισμού με την οποία μπορεί ο κάθε άνθρωπος να πραγματοποιήσει την επιθυμία του να βρεθεί σε ένα μέρος που θεωρεί ο ίδιος ιερό με σκοπό πάντα την επικοινωνία του με τον θεό ή κάποιο τάμα. Επιπλέον, ο θρησκευτικός τουρισμός μπορεί, κάλλιστα, κανείς να τον κατανοήσει από κάποια κριτήρια τα οποία διαιρούνται σε τρεις κατηγορίες :
α) ο χώρος του προσκυνήματος, ο οποίος κατέχει, αποκλειστικά, θρησκευτικό κίνητρο και ενδιαφέρον. Θρησκευτικά ταξίδια που έχουν ως κύριο σκοπό το προσκύνημα γίνονται συνήθως σε μέρη όπου σχετίζονται άμεσα με τη ζωή, τη γέννηση, τη διδασκαλία και το θάνατο προφητών, θεανθρώπων, θρησκευτικών ηγετών και γενικά των ανθρώπων που έπαιξαν καθοριστικό ρόλο και που συνέβαλλαν στο να διατηρηθούν τα θρησκευτικά δόγματα μέχρι και σήμερα, β) η κατηγορία αυτή δεν έχει να κάνει τόσο με το προσκύνημα αλλά με την εκδήλωση αυτή καθεαυτή, η οποία, μπορεί να είναι ένας γάμος, μία βάπτισμα, θρησκευτικές γιορτές, κάποιο πανηγύρι, ένα τάμα ή γιορτές που αφορούν μεγάλα θρησκευτικά γεγονότα και γ) ο θρησκευτικός τουρισμός με πολιτιστικό ενδιαφέρον, δηλαδή ο επισκέπτης δεν έχει κάποιο θρησκευτικό σκοπό, αλλά αποτελεί περισσότερο ενδιαφέρον γι' αυτόν το θρησκευτικό μνημείο και η πολιτιστική αξία του δηλαδή, η αρχιτεκτονική του, τα ιστορικά στοιχεία του, η αγιογραφία του. Μέσα από αυτού του είδους τα μνημεία οι επισκέπτες μπορούν να μάθουν ότι σχετίζεται με τη φιλοσοφία

και τη κουλτούρα κάθε λαού. Οι άνθρωποι, λοιπόν, επιλέγουν το θρησκευτικό τουρισμό και για λόγους επιμορφωτικούς αλλά και εκπαιδευτικούς.

- **Οικολογικός τουρισμός**, χαρακτηρίζεται ο φυσικός τουρισμός ελάχιστων επιπτώσεων που συντελεί στη διατήρηση των βιότοπων και των ειδών της χλωρίδας και της πανίδας είτε μέσω της συμβολής της διατήρησης του περιβάλλοντος, είτε μέσω της εξασφάλισης αρκετών, για τους κατοίκους, εσόδων στη τοπική κοινότητα ώστε να διατηρηθεί η φυσική κληρονομιά τους ως πηγή εσόδων. Ο οικοτουρισμός μπορεί να συσχετίσει τη διαφύλαξη της ποιότητας του περιβάλλοντος, την ανάδειξη της ιστορίας μιας περιοχής και των φυσικών πλεονεκτημάτων και τη τοπική οικονομική ανάπτυξη. Σχετικά με όσα υποστηρίζει ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (WOT), οι επιχειρήσεις που ασχολούνται με το οικοτουριστικό προϊόν θα πρέπει να εφαρμόζουν τις εξής προϋποθέσεις : 1. Να πραγματοποιούν ταξίδια ψυχαγωγίας, αναψυχής και ξενάγησης σε μέρη με φυσική ομορφιά, 2. Να προσφέρουν γνώση σχετική με το περιβάλλον, 3. Να εκτιμάνε τη τοπική κουλτούρα, 4. Να συμμετέχουν στη προστασία μη ανανεώσιμων πόρων και άλλων πηγών του περιβάλλοντος, 5. Να υποστηρίζουν όσο περισσότερο γίνεται τη φιλοσοφία που έχει να κάνει με την «επιστροφή στη φύση», 6. Να περιλαμβάνουν χαρακτηριστικά πλεονεκτήματα όσον αφορά την ενδυνάμωση των γηγενών πληθυσμών, 7. Να βοηθάνε στην εκπαίδευση και τη γνωριμία του επισκέπτη με τα τοπικά ήθη, έθιμα, με τη τοπική κουλτούρα και τις τοπικές συνήθειες, 8. Να προωθούν τα ανθρώπινα δικαιώματα, 9. Να κατέχουν άμεσα χαρακτηριστικά προτερήματα σχετικά με τη συντήρηση παραδοσιακών περιοχών.
- **Πολιτιστικός τουρισμός**, σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (WOT), αποτελεί το ταξίδι με πολιτιστικό κίνητρο με οργανωμένες εκπαιδευτικές περιηγήσεις, θεατρικές παραστάσεις, προσκυνήματα, φεστιβάλ, επισκέψεις σε μνημεία, μουσεία και αρχαιολογικούς χώρους και επιπλέον, μελέτες σε λαϊκούς πολιτισμούς, στη τέχνη και στο φυσικό περιβάλλον. Πολιτιστικός τουρισμός, επίσης, θεωρείται η επιθυμία του επισκέπτη να αποδεχτεί με φιλικό τρόπο το χαρακτήρα ενός άλλου τόπου και πολιτισμού ως σύνολο και να μορφωθεί όσον αφορά τον οποιοδήποτε πολιτισμό τουριστικού προορισμού που έχει επιλέξει ο ίδιος. Μόρφωση, δηλαδή, με βάση το λαό και το τρόπο ζωής του, τη πολιτιστική εξέλιξη, την ιστορία και την αρχαιολογία, τη μορφολογία της περιοχής, τις τέχνες και την αρχιτεκτονική, το φαγητό, το κρασί και τη τοπική παραγωγή, τα διάφορα φεστιβάλ και εκδηλώσεις, τη κοινωνική, οικονομική, τη πολιτική δομή και τη πολιτιστική εξέλιξή του τουριστικού προορισμού επιλογής του κάθε τουρίστα.

Επιπρόσθετα, ο εναλλακτικός τουρισμός αποτελείται από συγκεκριμένα διαφοροποιητικά χαρακτηριστικά τα οποία είναι τα εξής : τα κίνητρα του τουρίστα, ο εναλλακτικός τουριστικός προορισμός, ο εναλλακτικός τουρίστας και το μέγεθος των τουριστικών επενδύσεων.

Τα Κίνητρα του Τουρίστα

Κάθε άτομο πραγματοποιεί ένα ταξίδι, ώστε να διαφύγει από το καθημερινό κουραστικό περιβάλλον του με σκοπό τη χαλάρωση του ή για επαγγελματικούς ή εκπαιδευτικούς λόγους. Το κίνητρο, λοιπόν, θεωρείται η κινητήρια δύναμη ενθαρρύνει τον οποιονδήποτε στο να εκπληρώσει της ανάγκες του όποιες κι αν είναι αυτές. Έτσι, το σημαντικότερο προσδιοριστικό χαρακτηριστικό του εναλλακτικού τουρισμού χαρακτηρίζεται το κυρίαρχο κίνητρο ή ομάδα κινήτρων που ωθούν τον άνθρωπο στην επιλογή κάποιου εναλλακτικού προορισμού. Η ομάδα κινήτρων που παροτρύνει τον άνθρωπο για εναλλακτικό τουρισμό συσχετίζεται άμεσα με πρότυπα τουριστικής ανάπτυξης τα οποία δεν μοιάζουν καθόλου με αυτά που περιλαμβάνει ο οργανωμένος μαζικός τουρισμός. Τα κίνητρα που ενθαρρύνουν τον άνθρωπο να επιλέξει ένα, εναλλακτικού τύπου, ταξίδι δεν έχουν καμιά ομοιότητα με τα πρότυπα που ακολουθεί ο μαζικός τουρίστας τον οποίο και χαρακτηρίζουν ως «νεοαποικιστή», «άξεστο» και «λιγόνυχο». Ο, εναλλακτικού τύπου, τουρίστας αποτελείται από διαφορετικού είδους κίνητρα, δηλαδή αυτά που κατέχει ο ενεργητικός τουρίστας όπως περίπατο, περιπλάνηση, τουρισμό περιπέτειας, αναρρίχηση, κίνητρα εξερευνητικού χαρακτήρα όπως συναναστροφή με το ντόπιο πληθυσμό, τα ήθη, τα έθιμα, τους αρχαιολογικούς και ιστορικούς χώρους, κίνητρα με δεσμευτικό χαρακτήρα όπως προσφορά βοήθειας και ενίσχυσης, εργασιακές κατασκηνώσεις, συμμετοχή σε αρχαιολογικές ανασκαφές, εθελοντικές υπηρεσίες σε κράτη του εξωτερικού, κ.α. Παράλληλα το ταξίδι εναλλακτικών μορφών τουρισμού, νοηματικά, αρχίζει να κατέχει εκπαιδευτικές, περιβαλλοντικές, κοινωνικές και πολιτιστικές προεκτάσεις και μπορεί να χαρακτηριστεί ως μία αντίδραση του τουρίστα στην εμπορευματοποίηση και στη προσπάθεια των τουριστικών προορισμών να παρουσιάσουν ως αυθεντικά μια σειρά από κατασκευασμένα γεγονότα.

Ο Εναλλακτικός Τουριστικός Προορισμός

Ένα άλλο διαφοροποιητικό χαρακτηριστικό του εναλλακτικού τουρισμού είναι ο προορισμός που επιθυμεί ο κάθε τουρίστας να επισκεφτεί. Ο μαζικός τουρισμός παράγει τη τάση ομοιογενοποίησης του τουριστικού προϊόντος, σε αντίθεση με τον εναλλακτικό τουρισμό ο οποίος στοχεύει στη διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος και στη πραγματοποίηση αυτής της διαφοροποίησης συντελεί ο προορισμός που επιλέγει ο τουρίστας να ταξιδέψει. Στοιχεία, λοιπόν, που περιλαμβάνει κάθε προορισμός, που αυτά έλκουν τις περισσότερες φορές τους ταξιδιώτες που τους διαλέγουν και που ξεχωρίζουν από τα υπόλοιπα κορεσμένα μέρη είναι το «νέο, πρωτοποριακό και ανεξερεύνητο» του προορισμού. Επιπλέον, αυτό που επιθυμεί ο κάθε εναλλακτικός τουρίστας είναι ένα ονειρεμένο και ήσυχο περιβάλλον, συναντήσεις με τους ντόπιους πληθυσμούς, επιθυμίες οι οποίες είναι αντίθετες με την αστικοποιημένη φιλοσοφία του μαζικού τουριστικού προορισμού. Ακόμη, χαρακτηριστικά ενός εναλλακτικού προορισμού αποτελούν τα ήθη, τα έθιμα, τα παραδοσιακά τραγούδια, οι παραδοσιακοί χοροί, η φύση, η παράδοση και η ντόπια αρχιτεκτονική.

Ο Εναλλακτικός Τουρίστας

Ο εναλλακτικός τουρίστας θεωρείται ένα μέρος της αγοράς με κίνητρα διαφοροποιητικών χαρακτηριστικών που τον ενθαρρύνουν να πραγματοποιήσουν ένα τουριστικό προορισμό, σε δραστηριότητες κατά τη διάρκεια των διακοπών τους, κ.α. Οι διαφορές που υπάρχουν μεταξύ των εναλλακτικών τουριστών από τα υπόλοιπα, σχεδόν, είδη τουρισμού αποσκοπούν στο να κατηγοριοποιηθούν οι συγκεκριμένοι τουρίστες και η κάθε μία κατηγορία από αυτές να περιλαμβάνει τις δικές της ιδιαιτερότητες. Επίσης, αυτού του είδους οι τουρίστες δεν ψάχνουν σύγχρονες και μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες που είναι οργανωμένες και λειτουργούν σύμφωνα με τα διεθνή πρότυπα, αλλά αναζητά μικρού μεγέθους καταλύματα τα οποία εκλαμβάνονται ως αναπόσπαστο κομμάτι της ντόπιας κουλτούρας και του τρόπου ζωής των ντόπιων. Αφού, λοιπόν, στη σύγχρονη εποχή που ζούμε η τάση προωθεί τις φιλικές εναλλακτικές μορφές τουρισμού προς το περιβάλλον, συνειδητοποιημένα πλέον, αρχίζουν να ακολουθούν το διαφορετικό πρότυπο, το οποίο έχει αποκτήσει πολλούς υποστηρικτές, οι οποίοι επιθυμούν κάτι καινούργιο και περιπετειώδες, έτσι ώστε να επεκτείνουν περισσότερο τους πνευματικούς, κυρίως, ορίζοντές τους μέσα από τις διακοπές τους. Σχετικά με όσα υποστηρίζουν οι Laarman και Durst (1987), οι εναλλακτικοί τουρίστες περιλαμβάνουν τα εξής χαρακτηριστικά : πραγματοποιούν μοναχικά ταξίδια ή ταξίδια μικρών ομάδων, αρκετά εκπαιδευμένοι, αποκτούν περισσότερα έσοδα από το μέσο όρο, δεν ψάχνουν για την ύπαρξη τουριστικών υποδομών, επιθυμούν την επικοινωνία με το ντόπιο πληθυσμό, σκοπεύουν να διαμείνουν σε ένα τουριστικό προορισμό για περισσότερο καιρό σε αντίθεση με τον παραδοσιακό τουρίστα, αποκτούν περισσότερες πληροφορίες πριν και κατά τη διάρκεια του ταξιδιού, επιθυμούν την απομάκρυνσή τους από το πολιτισμό για ορισμένο χρονικό διάστημα και γοητεύονται από την ιδέα της περιήγησης. Επιπλέον, όταν μια τουριστική περιοχή μεταπηδήσει στα επόμενα στάδια, μετά από αυτό της ανάπτυξης, τότε δημιουργούνται πολλές τρομακτικές αλλαγές στις περιβαλλοντικές και κοινωνικοπολιτιστικές δομές, οι εναλλακτικοί τουρίστες δεν επιθυμούν να τις υποστηρίξουν, κι έτσι αρνούνται να ξανά ταξιδέψουν στο συγκεκριμένο προορισμό με αυτή την τόσο υπέρογκη ανάπτυξη και ψάχνουν καινούργιους, περισσότερο αληθινούς και μη – εμπορευματοποιημένους τόπους για τους επόμενους προορισμούς που επιθυμούν να επισκεφτούν.

Το Μέγεθος των Τουριστικών Επενδύσεων

Επειδή οι εναλλακτικοί τουρίστες διαλέγουν μικρού μεγέθους καταλύματα και ντόπιας ιδιοκτησίας, οι μικρές τουριστικές μονάδες είναι αυτές που ενισχύουν τη διατήρηση του ελέγχου της τουριστικής ανάπτυξης από τον ντόπιο πληθυσμό και προκαλούν ελάχιστες αρνητικές επιπτώσεις στη κοινωνία. Με αποτέλεσμα να

θεωρούνται μέρος του οικονομικού και κοινωνικό – πολιτιστικό περιβάλλοντος με μεγαλύτερη ευκολία και να μπορέσουν να προωθήσουν περισσότερο την αειφόρο ανάπτυξη ενός προορισμού, προκύπτουν λιγότερες θέσεις εργασίας και λιγότερα έσοδα συγκριτικά με της μεγάλης κλίμακας επενδύσεις, ωστόσο, στον εναλλακτικό τουρισμό τα οφέλη της τουριστικής ανάπτυξης ανήκουν στο σύνολό τους στο ντόπιο πληθυσμό. Επομένως, οι επενδύσεις μικρής κλίμακας αφορούν μικρού αριθμού τουριστών. Αντίθετα όμως με τα μεγάλα κέρδη σε κάποιες ομάδες κατοίκων, κρατικών φορέων και επενδυτών, μειώνονται τα οφέλη όσον αφορά τις θέσεις εργασίας και τη δημιουργία εσόδων.

1.3 Οι Επιπτώσεις και τα Οφέλη του Εναλλακτικού Τουρισμού

Πολλές είναι οι θετικές επιπτώσεις – οφέλη του εναλλακτικού τουρισμού που παρατηρούνται σε οικονομικό, κοινωνικό, πολιτιστικό και περιβαλλοντικό επίπεδο. Όσον αφορά το επιχειρηματικό – οικονομικό επίπεδο, ο εναλλακτικός τουρισμός προσφέρει ευκαιρίες και θέσεις εργασίας, πολύ σημαντικό για τις ευαίσθητες, κυρίως, κοινωνικές ομάδες όπως τους νέους και τις γυναίκες. Επίσης, μέσα από τον εναλλακτικό τουρισμό είναι δυνατόν να προκύψουν θέσεις εργασίας σε ξενοδοχεία, σε πωλήσεις αναμνηστικών αντικειμένων, εστιατορίων άλλα και λόγω της ανάγκης για παροχή υπηρεσιών και αγαθών που θα εκφραστεί από τις διάφορες επιχειρήσεις, που είναι σχετικές με αυτού του είδους τουρισμού, μπορούν να δοθούν εύκολα ευκαιρίες για εργασία.

Επιπλέον, ο τοπικός πληθυσμός που ασχολείται με τον εναλλακτικό τουρισμό συνεισφέρουν στην ανάπτυξή του και μ' αυτό το τρόπο καταφέρνουν να κερδίσουν συμπληρωματικά εισοδήματα για τις οικογένειες τους κι έτσι δεν αναγκάζονται να εγκαταλείψουν το τόπο τους, το οποίο είναι πολύ σημαντικό για τις περιοχές που σημειώνουν μεγάλη πληθυσμιακή μείωση και δημογραφική γήρανση. Ο εναλλακτικός τουρισμός έχει τη δυνατότητα να συνεισφέρει στην ανάπτυξη της ήδη υπάρχουσας απασχόλησης του ντόπιου πληθυσμού και να την ενθαρρύνει περισσότερο με αποτέλεσμα τη βελτίωση της ζωής και την αύξηση του εισοδήματος των ντόπιων.

Ακόμη, η ύπαρξη του εναλλακτικού τουρισμού βοηθάει στη βελτίωση του βιοτικού επιπέδου μέσω της δημιουργίας της απαραίτητης τουριστικής υποδομής ήπιας κλίμακας σε συνδυασμό με το φυσικό περιβάλλον. Επιπρόσθετα, διεκπεραιώνονται αναπτυξιακά έργα υποδομής λόγω της τουριστικής ανάπτυξης και τα οποία μπορεί να ολοκληρωθούν σε σύντομο χρονικό διάστημα αλλά μέσα σ' αυτά τα έργα περιέχονται βελτιώσεις σε θέματα παροχής τηλεπικοινωνιών, δίκτυα παροχής ηλεκτρικού ρεύματος, υγιεινής και συγκοινωνιών, νέων αθλητικών και αναψυχής εγκαταστάσεις, θέματα που σχετίζονται με εστιατόρια, δημόσιους χώρους αλλά και αυτά που αφορούν τη καλύτερη ποιότητα αγαθών και ειδών διατροφής.

Η περιφερειακή ανάπτυξη, σχετίζεται με την προστασία και την ανάδειξη του φυσικού περιβάλλοντος, συνεισφέρει στην ευαισθητοποίηση των μόνιμων κατοίκων αλλά και των επισκεπτών αναφορικά με το θέμα της προστασίας, κυρίως, του φυσικού περιβάλλοντος και της πολιτιστικής κληρονομιάς, αυξάνοντας έτσι την οικολογική συνείδηση του κόσμου και σκοπεύοντας στην ενεργό συμμετοχή του ως προς τη οικολογική φροντίδα, γενικότερα, της φύσης.

Οι παράγοντες που διατηρούν αναλλοίωτο το χαρακτήρα μιας περιοχής και δίνουν έμφαση στη μοναδικότητα και τη διαφορετικότητα του κάθε τόπου ξεχωριστά είναι η δυνατότητα που έχει κάθε τοπική κοινωνία να συντηρήσει και να μεγαλώσει όσο περισσότερο μπορεί τη τοπική αρχιτεκτονική και τη λαογραφία της, να επανεμφανίσει ξεχασμένες τέχνες και εργασίες, ώστε να δημιουργηθούν τοπικά έθιμα, παραδοσιακά προϊόντα και να πραγματοποιηθούν πολιτιστικές εκδηλώσεις.

Επιπρόσθετα, ο εναλλακτικός τουρισμός θεωρείται πηγή εσόδων για την ελληνική οικονομία και οι σημαντικότερες οικονομικές επιδράσεις συνδέονται με τις συνεισφορές στα έσοδα του κράτους και τα κέρδη συναλλάγματος. Πολλά από τα έσοδα της ελληνικής οικονομίας προκύπτουν από την εισαγωγή και εξαγωγή σχετικών προϊόντων και υπηρεσιών και από τις τουριστικές δαπάνες. Άλλα κρατικά έσοδα που προκύπτουν από τον εναλλακτικό τουρισμό ταξινομούνται σε άμεσες και έμμεσες εισφορές. Όσον αφορά τις άμεσες εισφορές περιέχονται οι φόροι σε εισοδήματα τα οποία προκύπτουν από τουριστικές επιχειρήσεις, τη τουριστική απασχόληση και από άμεσες χρεώσεις όπως οι φόροι αναχώρησης ή ο οικολογικός φόρος. Σχετικά με τις έμμεσες εισφορές, προέρχονται από φόρους σε υπηρεσίες και αγαθά που προσφέρονται στους επισκέπτες όπως οι φόροι για αλκοολούχα ποτά, για αναμνηστικά αντικείμενα, εστιατόρια, κ.α.

Ακόμη, ο εναλλακτικός τουρισμός συντελεί στην επικράτηση της ειρήνης. Δηλαδή, στα ταξίδια υπάρχει η δυνατότητα να δημιουργηθούν φιλικές σχέσεις μεταξύ των ανθρώπων από διαφορετικούς πολιτισμούς. Επιπλέον, εξαιτίας του χαρακτήρα που κατέχει αυτό το είδος τουρισμού μπορεί εύκολα να προκύψει ένα κλίμα κατανόησης μεταξύ των ανθρώπων αναφορικά με τους διαφορετικούς πληθυσμούς από τους οποίους προέρχεται ο καθένας και να πραγματοποιούνται όσο περισσότερες πολιτιστικές ανταλλαγές μεταξύ των φιλοξενούμενων και των ντόπιων με σκοπό την αμοιβαία συμπάθεια και τη μείωση των προκαταλήψεων.

Ο εναλλακτικός τουρισμός αναπτύσσεται συνεχώς και πρωτοπορεί στις προτιμήσεις των τουριστών που προέρχονται από τις μεγαλουπόλεις. Οι άνθρωποι που μένουν στις μεγάλες πόλεις επιλέγουν να εκμεταλλευτούν τον ελεύθερό τους χρόνο με το να πραγματοποιούν εκδρομές ή ταξίδια κοντά στη φύση με σκοπό ένα διαφορετικό τρόπο ζωής, τη πνευματική και ψυχολογική του χαλάρωση. Με το τρόπο αυτό, επιθυμεί να ξεφύγει για ένα μικρό ή μεγάλο χρονικό διάστημα από το άγχος, το στρες, τους γρήγορους και έντονους ρυθμούς της πόλης. Ακόμη, οι τουρίστες με την επιλογή τους να πραγματοποιήσουν ένα ταξίδι εναλλακτικού τουρισμού έχουν την

ευκαιρία να νιώσουν τη «ζεστή» φιλοξενία και την αυθόρμητη καλοσυνάτη συμπεριφορά του ντόπιου πληθυσμού. Έχει τη δυνατότητα να έρθει σε επαφή με τα ήθη, τα έθιμα, τα αυθεντικά χαρακτηριστικά και τα πολιτισμικά στοιχεία του τόπου που επέλεξε να ταξιδέψει. Δίνεται στον επισκέπτη ευκαιρία επιλογής δραστηριοτήτων σε συνδυασμό με την επαφή τους με το περιβάλλον, όπως δραστηριότητες που σχετίζονται με τον αθλητισμό, τον πολιτισμό, μαθήματα παραδοσιακής μαγειρικής, τον αγροτουρισμό και τον οικοτουρισμό.

Επιπλέον, ο εναλλακτικός τουρισμός αφορά και άτομα τα οποία αδυνατούν για διάφορους λόγους να ταξιδέψουν. Άτομα χαμηλών κοινωνικών στρωμάτων, άτομα με ειδικές ανάγκες και άτομα τρίτης ηλικίας και για τους οποίους υπάρχει η δυνατότητα προσφορών όπως ένα τουριστικό πακέτο διακοπών έτσι ώστε να τους δοθεί η ευκαιρία να χαρίσουν στον εαυτό τους ταξίδια που επιθυμούν να πραγματοποιήσουν κάποια στιγμή.

Κεφάλαιο 2

2.1 Ιστορική Αναδρομή του Ιατρικού Τουρισμού στην Ελλάδα

Το πολυτιμότερο αγαθό που κατέχει ο άνθρωπος αποτελεί η υγεία από τα αρχαία χρόνια ακόμα. Ο ιατρικός τουρισμός εμφανίστηκε από πολύ παλιά, όταν δηλαδή οι άνθρωποι ακόμα ψάχνανε προορισμούς σκοπεύοντας στις πιο φθηνές θεραπείες. Με βάση την ιστορία, κατανοούμε το γεγονός ότι ο κόσμος συνήθιζε να κάνει μακρινά ταξίδια με σκοπό να θεραπευτούν από τις σοβαρές, κυρίως, ασθένειες της εποχής τους μέσω της βοήθειας και καθοδήγησης τους από ειδικούς της ιατρικής.

Χιλιάδες χρόνια πριν, οι Έλληνες πραγματοποιούσαν ταξίδια στην περιοχή του Σαρωνικού κόλπου, τη λεγόμενη Επιδαύρια η οποία αποτελούσε τον Ιερό Ναό του Ασκληπιού του Θεού της Ιατρικής. Εκείνα τα χρόνια οι άνθρωποι προσπαθούσαν να θεραπεύσουν τις ασθένειες τους μέσω των θεραπευτικών υδάτων ή της γενναιοδωρίας των θεών. Τον 18^ο αιώνα στην Αγγλία, ο κόσμος που έπασχε από ασθένειες όπως βρογχίτιδα και ουρική αρθρίτιδα επισκέπτονταν τις ιαματικές πηγές οι οποίες θεωρούσαν ότι περιείχαν θεραπευτικά μεταλλικά νερά.

Επιπλέον, οι Ρωμαίοι χρησιμοποιούσαν τις λουτροθεραπείες και τις ιαματικές πηγές στη καθημερινότητά τους, ενώ στην εποχή του Μεσαίωνα γενικότερα εγκαταλείφτηκε η αντίληψη αυτών των μεθόδων θεραπείας. Ωστόσο, τον 17^ο αιώνα οι γιατροί παρότρυναν τον κόσμο να επισκέπτονται τα ιαματικά λουτρά για την αντιμετώπιση των διαφόρων παθήσεων, ενώ την εποχή εκείνη μόνο όσοι κατείχαν υψηλό εισόδημα κατάφερναν να ταξιδεύουν σε αυτά τα μέρη. Στις αρχές του 20^ο αιώνα και μέχρι τα τέλη του 19^ο αιώνα συνέχισαν να αναπτύσσονται οι Λουτροπόλεις γρήγορους ρυθμούς σε όλη την Ευρώπη μέσω των διαφόρων κοινωνικοοικονομικών

αλλαγών και της Βιομηχανικής Επανάστασης. Οι λουτροπόλεις, οι οποίες θεωρούνταν μία τουριστική βιομηχανία, κατάφεραν να εργαστούν χιλιάδες άνθρωποι και συνέβαλλαν στη δημιουργία ξενοδοχείων και πολλών άλλων υπηρεσιών για τους τουρίστες.

Μετά τη δεκαετία του 1980, παρατηρείται αλλαγή σχετικά με τις αντιλήψεις για τον τουρισμό υγείας και γενικά για τον ιατρικό τουρισμό. Δημιουργούνται νέες φιλοσοφίες όσον αφορά την υγιεινή ζωή και έτσι πραγματοποιούνται κέντρα τουρισμού υγείας με εντελώς διαφορετική άποψη για θέματα σωματικής ευεξίας και υγείας.

2.2 Ορισμός και Ανάλυση του Τουρισμού Υγείας

Τουρισμό υγείας αποτελεί ο τουρισμός ο οποίος περιλαμβάνει προγράμματα υγείας στα οποία έχουν τη δυνατότητα οι τουρίστες να λάβουν μέρος κατά τη διάρκεια των διακοπών τους. Προγράμματα, δηλαδή, τα οποία σχετίζονται με τη πρόληψη, τη διατήρηση, την αποκατάσταση και την ανάρρωση της υγείας με σύγχρονες ιατρικές και φυσικές μεθόδους μαζί με προγράμματα υγιεινής διατροφής, ψυχικής ισορροπίας, αδυνατίσματος και ομορφιάς.

Επιπλέον, τουρισμός υγείας μπορεί να χαρακτηριστεί το σύνολο των σχέσεων που προκύπτουν από την αλλαγή του τόπου κατοικίας των ανθρώπων με στόχο να εντείνουν να διατηρήσουν και να επαναφέρουν τη φυσική, τη πνευματική και τη ψυχική ευεξία τους, μέσω της χρήσης και κατανάλωσης υπηρεσιών υγείας, οι οποίες προσφέρονται σε χώρο διαφορετικό από το κύριο ή μόνιμο τόπο κατοικίας ή εργασίας τους. Ακόμη, τουρισμός υγείας θα μπορούσε να εννοηθεί και η προσφορά συμφέρουσας ιδιωτικής ιατρικής φροντίδας σε ασθενείς με άριστη συνεργασία με εταιρικό τομέα σχετικός με την ιατρική φροντίδα και τη τουριστική βιομηχανία, τόσο μέσω του ιδιωτικού, όσο και μέσω του δημόσιου τομέα, πραγματοποιώντας εφαρμογή των υποδομών και της τεχνογνωσίας.

Επίσης, τουρισμός υγείας μπορεί να θεωρηθεί μία μορφή που περιέχει παροχή υπηρεσιών υγείας σε κατάλληλες τουριστικές εγκαταστάσεις. Οι συγκεκριμένες υπηρεσίες σχετίζονται με ιατρικές εξετάσεις από εξειδικευμένους επαγγελματίες υγείας, υδροθεραπείας, ειδικές θεραπευτικές αγωγές και ειδικές δίαιτες για συνήθεις παθήσεις. Αυτού του είδους ο τουρισμός μπορεί να χρησιμοποιήσει τις φυσικές πηγές μιας περιοχής με νερά που περιλαμβάνουν θεραπευτικές ιδιότητες καθώς αυτή η μορφή τουρισμού έχει εξελιχθεί σε ευρωπαϊκό αλλά και σε παγκόσμιο επίπεδο.

Ο σημαντικότερος λόγος τουρισμού αποκλειστικά για ιατρικούς λόγους, στηρίζεται θεωρούνται ότι περιέχουν υψηλό κόστος περίθαλψης αλλά και μακρές λίστες

αναμονής, ενώ η βελτίωση της τεχνολογίας και του επιπέδου περίθαλψης, το εξαιρετικά χαμηλό κόστος περίθαλψης και οι ταχύτερες υπηρεσίες υγείας ενισχύουν την ταχύτατη ανάπτυξη του τουρισμού υγείας. Ο τουρισμός υγείας κατηγοριοποιείται ως εξής : στον ιαματικό τουρισμό, στο τουρισμό ευεξίας και στον ιατρικό τουρισμό.

Ιαματικός Τουρισμός

Ο ιαματικός τουρισμός αποτελεί τη πρώτη μορφή τουρισμού υγείας, γνωστή από τα αρχαία, ακόμα, χρόνια. Η πορεία του μέχρι τώρα φανερώνει ότι απευθύνεται κυρίως σε άτομα τρίτης ηλικίας και συνταξιούχους. Σε ορισμένες περιπτώσεις, ο λόγος για τον οποίο πραγματοποιούνται επισκέψεις αποτελεί η πρόληψη κι όχι απαραίτητα η θεραπεία. Με τις νέες τάσεις περί ολιστικής ιατρικής, η παραδοσιακή λουτροθεραπεία απέκτησε τη μορφή του ιαματικού τουρισμού και ο όρος ιαματικός ταιριάζει να αναφερθεί όταν κυρίαρχο στοιχείο αποτελεί η χρήση ιαματικών φυσικών πόρων και σκοπός του η πρόληψη, η διατήρηση και η αποκατάσταση της ψυχικής ή σωματικής υγείας και ευεξίας του ανθρώπου.

Ο ιαματικός τουρισμός σχετίζεται με τις διακοπές ανθρώπων σε τουριστικούς προορισμούς με ιαματικές πηγές, με αποτέλεσμα να εφαρμοστούν ιαματικά νερά που περιλαμβάνουν θεραπευτικές ιδιότητες από άτομα με αρκετά σοβαρές ή απλές παθήσεις. Ο ιαματικός τουρισμός στοχεύει στη διατήρηση, τη πρόληψη και την αποκατάσταση της ψυχικής και σωματικής υγείας και της ευεξίας του ανθρώπου. Ιαματικά θεωρούνται τα νερά των φυσικών ιαματικών πηγών που προκύπτουν από τα πετρώματα και τους βράχους από τα έγκατα της γης. Χαρακτηρίζονται και μεταλλικά από τα διαλυμένα μεταλλικά συστατικά που περιλαμβάνουν στη σύστασή τους.

Όσον αφορά τον ιαματικό τουρισμό, παγκόσμια, στο πλαίσιο της αγοράς ευεξίας, ο δυτικός κόσμος γενικότερα κερδίζει περισσότερα χρόνια ζωής λόγω αυτού του είδους τουρισμού και επειδή επιθυμούν να διατηρήσουν την υγεία τους όσο καλύτερα γίνεται αποκτούν την ανάγκη για υψηλού επιπέδου ιατρικές υπηρεσίες. Ακόμη, κατανοούμε από τις διεθνείς τάσεις που επικρατούν ότι αυξάνονται οι καταναλωτές που δείχνουν αρκετό ενδιαφέρον για τις υπηρεσίες αναζωογόνησης και ευεξίας και για τις εναλλακτικές θεραπείες, οι οποίες περιέχουν την ευεργετική δύναμη του νερού και τη συνεχόμενη αυξανόμενη συμμετοχή νέων ανθρώπων μεταξύ 31 – 55 ετών.

Η συνεχόμενη αύξηση της τουριστικής κίνησης που εμφανίζει ο ιαματικός τουρισμός συμφωνεί με τη γενικότερη προτίμηση του πληθυσμού σε φυσικές θεραπευτικές αγωγές και υπάρχει η δυνατότητα να συνδεθεί άμεσα με τις διακοπές ξεκούρασης του ατόμου. Επίσης, μέσα από διάφορες μελέτες, έχουν διαπιστωθεί ορισμένες καταναλωτικές, δημογραφικές και κοινωνικές εξελίξεις, παγκοσμίως, οι οποίες μπορούν να ασκήσουν επίδραση στον τουρισμό υγείας, όπως : η αναζήτηση της καλής ποιότητας ζωής και της μακροζωίας, η δυνατότητα συνδυασμού του ιαματικού και του πολιτιστικού τουρισμού, η αυξανόμενη καταναλωτική αφθονία στο δυτικό κόσμο, η αύξηση των συνταξιούχων με ικανοποιητική σύνταξη, οι οποίοι προτιμούν

τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού, στοχεύοντας στην αγορά του ιαματικού τουρισμού, ο οποίος στόχος σχετίζεται με την υγεία, οι σημερινοί τουρίστες θεωρούνται πολυταξιδεμένοι και ενημερωμένοι για τις διαφορετικές μορφές τουρισμού, οι υπηρεσίες υγείας χαρακτηρίζονται ως μία επικερδή επένδυση μαζί με την ανάγκη για τη δημιουργία διαφοροποιημένων και νέων επενδύσεων σε εγκαταστάσεις αναψυχής και υγείας, στις δυτικές χώρες δημιουργείται η ανασφάλεια σε θέματα υγείας και αυτού του είδους οι κρίσεις οι κρίσεις, παγκόσμια, επηρεάζουν θετικά τις υπηρεσίες υγείας και την αγορά γενικότερα και τέλος, ο έντονος τρόπος ζωής της νέας γενιάς απαιτεί πιο μικρές και χαλαρωτικές διακοπές γι' αυτούς.

Επιπρόσθετα, η παγκόσμια τουριστική βιομηχανία δέχεται το γεγονός ότι η προώθηση του τουρισμού υγείας θεωρείται το καύσιμο που θα εφοδιάσει ένα από τα γρηγορότερα αναπτυσσόμενα δίκτυα πελατών. Σύμφωνα με τις τάσεις που επικρατούν, πολλοί εθνικοί οργανισμοί τουρισμού σε ολόκληρο τον κόσμο άρχισαν να εφαρμόζουν τον ιαματικό τουρισμό ως μέρος του στρατηγικού μάρκετινγκ του προορισμού.

Πιο αναλυτικά, στις ΗΠΑ, λειτουργούν μόνο 51 ιαματικά κέντρα με μερίδιο αγοράς 0,4%, σε αντίθεση με τη κατηγορία των “day SPA” που περιλαμβάνουν τη μερίδα του λέοντος (80%) και τα θέρετρα ευεξίας (hotel/resort spa) που κατέχουν μερίδιο αγοράς 9%. Παραπλήσια είναι και η εικόνα στο Καναδά, στον οποίο πρωτοπορεί ο κλάδος ευεξίας με τη λειτουργία των day spas (74%), αντίθετα προσφέρονται μόνο 5 ιαματικά κέντρα με ένα σχεδόν μηδενικό μερίδιο αγοράς της τάξης των 0,02%. Ακόμη και στην Αυστραλία, από τα 503 spa που λειτουργούν στη χώρα, μόνο το 55% θεωρούνται day spas, μολονότι το 1% αποτελεί μερίδιο των ιαματικών κέντρων. Επιπλέον, από τις χώρες της Ασίας, η Ταϊλάνδη είναι εκείνη που έχει αναγνωριστεί διεθνώς ως ο πρώτος προορισμός τουρισμού ευεξίας, ενώ ταυτόχρονα επιζητά τα τελευταία χρόνια να βελτιώσει όσο περισσότερο μπορεί το τομέα του ιαματικού τουρισμού, εκμεταλλεύοντας τις 112 θερμές πηγές της, οι οποίες κατέχουν την ιδιότητα ότι χαρακτηρίζονται πλούσιες σε θείο και θεωρούνται διεθνώς αναγνωρισμένες για τα θεραπευτικά τους αποτελέσματα. Τα ιαματικά κέντρα που βρίσκονται στο βόρειο τμήμα της Ταϊλάνδης δραστηριοποιούνται με κρατική άδεια και καταβάλλονται από συνεχείς ελέγχους των προσφερόμενων υπηρεσιών υγείας και πολλά από αυτά τα κέντρα έχουν αποκτήσει διεθνή αναγνώριση για την αποτελεσματικότητα και τη ποιότητα των υπηρεσιών που προσφέρουν.

Τουρισμός Ευεξίας

Τα ιαματικά λουτρά ή αλλιώς τα γνωστά σε όλους μας “spa” θεωρούνται ένα σημαντικό καταφύγιο από τον εξαντλητικό ρυθμό της καθημερινότητας για ηρεμία και χαλάρωση. Οι θεραπευτικές και προληπτικές ιδιότητες των κέντρων θαλασσοθεραπείας τα χαρακτηρίζουν ως μία εναλλακτική και ασφαλή μορφή φροντίδας της υγείας μας. Τα “spa” έχει αποδειχτεί ότι θεραπεύουν αποτελεσματικά τραυματισμούς, κυκλοφορικές γυναικολογικές αλλά και ορθοπεδικές παθήσεις και

προβλήματα που προκύπτουν από το χρόνο και τη φυσική γήρανση. Τα σύγχρονα “spa” περιλαμβάνουν προγράμματα ευεξίας και ομορφιάς, όπως διάφορα είδη μασάζ, φυτοθεραπεία, αρωματοθεραπεία, κ.α. Σχετικά με όσα υποστηρίζει η Αμερικανική Ένωση Θεραπευτών Spa, αυτοί οι μέθοδοι χαλάρωσης ωθούν την αποβολή των άχρηστων μεταβολικών προϊόντων, προσφέροντας περισσότερη υγεία και ομορφιά, αυξάνουν τις πιθανότητες για γρήγορη επαναφορά του ανθρώπινου οργανισμού από κάποια ασθένεια, προστατεύουν τον άνθρωπο από τυχόν καθημερινούς τραυματισμούς, αυξάνουν τη προμήθεια θρεπτικών υλικών στους ιστούς και βοηθούν στη καλύτερη κυκλοφορία του αίματος.

Τα κέντρα αναζωογόνησης – SPA περιλαμβάνουν το 47% της παγκόσμιας αγοράς του τουρισμού ευεξίας. Κυρίαρχες δυνάμεις στη παγκόσμια αγορά του τουρισμού ευεξίας θεωρούνται η Ευρώπη και η Ασία με κύρια πηγή εκμετάλλευσης τις ιαματικές πηγές. Η Ασία περιλαμβάνει το 53,46% της παγκόσμιας αγοράς με έσοδα που φτάνουν τα 26,75 δις δολάρια με 560 ήδη υπάρχοντα θέρετρα θερμών πηγών και άλλα 200, τα οποία θα παραχθούν τα επόμενα χρόνια. Η Ευρώπη κατέχει το 43,27% με έσοδα 21,65 δις δολάρια και στη Λατινική Αμερική τα έσοδα της ανέρχονται στα 0,87 δις δολάρια. Στη Βόρεια Αμερική τα κέρδη ανέρχονται τα 0,49 δις δολάρια, αντίθετα στη Μέση Ανατολή τα μισά, περίπου δηλαδή τα 0,23 δις δολάρια. Επιπλέον, στην Υποσαχάρια Αφρική ανήκει μόνο το 0,1% όσον αφορά το παγκόσμιο μερίδιο της αγοράς με κέρδη 0,05 δις δολάρια. Διαπιστώνουμε, λοιπόν, γενικότερα ότι η προσέλκυση και επιτυχία των επενδύσεων αποτελεί ο συνδυασμός φυσικού πλούτου και ενδιαφέροντος αξιοποίησης.

Ιατρικός Τουρισμός

Ο Ιατρικός – Θεραπευτικός Τουρισμός προσφέρει προγράμματα θεραπείας με σύγχρονες ιατρικές και φυσικές μεθόδους της εναλλακτικής ιατρικής. Αποτελεί μία επιλεκτική μορφή τουρισμού με σημαντικά οικονομικά πλεονεκτήματα. Χαρακτηρίζεται ως μία μορφή τουρισμού που δέχεται τις λιγότερες αρνητικές επιδράσεις από πιθανές δυσμενείς συγκυρίες και έχει τη δυνατότητα δωδεκάμηνης τουριστικής περιόδου.

Επιπλέον, ιατρικός τουρισμός θεωρείται η παροχή ιατρικής περίθαλψης σε συνεργασία με τη τουριστική βιομηχανία, σε αλλοδαπούς ή ημεδαπούς ασθενείς, οι οποίοι έχουν την ανάγκη από εξειδικευμένες αγωγές. Αυτού του είδους ο τουρισμός περιλαμβάνει τις εξής στοχευμένες κατηγορίες : ασθενείς με χρόνιες παθήσεις, μεταμοσχεύσεις ζωτικών οργάνων, εξυπηρέτηση ασθενών με νεφρική ανεπάρκεια, ογκολογικές υπηρεσίες, άτομα με ειδικές ανάγκες, πλαστική χειρουργική, ασθενείς με αναπνευστικές παθήσεις, άτομα τρίτης ηλικίας μη επαρκώς εξυπηρετούμενα, καρδιοχειρουργικές επεμβάσεις, οδοντιατρική και οφθαλμολογία.

Οι επιμελητές των Patients Beyond Borders θεωρούν ιατρικό ταξιδιώτη αυτόν που πραγματοποιεί ταξίδια εκτός εθνικών συνόρων, στοχεύοντας στη λήψη ιατρικής

φροντίδας. Δεν συνυπολογίζονται οι αλλοδαποί κάτοικοι της χώρας, οι τουρίστες που χρειάζονται ιατρική φροντίδα έκτακτης ανάγκης, οι ιατρικές παρεμβάσεις κατά τη διάρκεια ενός ταξιδιού και τα μέλη των οικογενειών των ιατρικών ταξιδιωτών. Κάθε χρόνο ξοδεύονται 16 δις περίπου ευρώ κατά τη διάρκεια ταξιδιών, σκοπεύοντας στη παροχή ιατρικών υπηρεσιών μέσα στα σύνορα της Ευρώπης από Ευρωπαίους και αλλοδαπούς ασθενείς. Με βάση τα διαθέσιμα στοιχεία, οι κύριοι διαθέσιμοι προορισμοί υποδοχής ιατρικών τουριστών αποτελούν οι ανεπτυγμένες χώρες του Δυτικού κόσμου και πολλές αναπτυσσόμενες χώρες όπως είναι η Ινδία, το Μεξικό, η Κορέα, η Ταϊλάνδη, η Βραζιλία, η Μαλαισία, η Ταϊβάν, οι Φιλιππίνες, η Σιγκαπούρη. Χώρες, όπως τα Αραβικά Εμιράτα, η Ιορδανία, το Πουέρτο Ρίκο, η Κούβα, η Κίνα θεωρούνται οι ανερχόμενοι προορισμοί αποκτώντας όλο και περισσότερο μερίδιο της συγκεκριμένης αγοράς τουρισμού. Αναφορικά με την Ευρώπη, το Βέλγιο, η Γερμανία και η Ισπανία χαρακτηρίζονται ως οι κυρίαρχοι προορισμοί υποδοχής ιατρικών τουριστών.

2.3 Χαρακτηριστικά Τουριστών Υγείας και Ευεξίας

Στις μέρες μας, οι άνθρωποι που επιλέγουν να ταξιδέψουν σε οποιοδήποτε προορισμό θεωρούνται περισσότερο εξελιγμένοι, κι αυτό γιατί έχουν αποκτήσει πολλές και πληροφορημένοι, ξέρουν τι πάει να πει ποιότητα και πάντα ψάχνουν για την μοναδική εμπειρία που θα τους προσφέρει το ταξίδι που επιθυμούν να πραγματοποιήσουν. Οι τουρίστες ευεξίας χωρίζονται σε δύο κατηγορίες. Στη πρώτη κατηγορία η ευεξία θεωρείται μοναδικός στόχος, παράγοντας ή κίνητρο για το ταξίδι ή το προορισμό που θα επιλέξουν οι ίδιοι και στη δεύτερη κατηγορία που στοχεύει στο να πραγματοποιεί δραστηριότητες που αφορούν την ευεξία σε κάθε μορφή ταξιδιού που επιλέγει.

Σύμφωνα με τους Smith και Puczko, οι επισκέπτες έχουν τη δυνατότητα, με βάση το στάδιο ζωής τους στο οποίο βρίσκονται, τα κίνητρά τους και τα ενδιαφέροντά τους, να δραστηριοποιηθούν πάνω στην ευεξία, όπως : επίσκεψη σε πολυτελή spa, διάφορες ασκήσεις στο νερό, γυμναστική, ιατρικές επεμβάσεις, θεματικά πάρκα, πνευματικές αναζητήσεις ή διαλογισμό. Επιπλέον, σχετικά με όσα υποστηρίζουν οι Smith και Kelly (2006) ο καθένας που πραγματοποιεί τουρισμό ευεξίας, επιλέγει έναν προορισμό ο οποίος θεωρείται τις περισσότερες φορές ένας εναλλακτικός χώρος, όπου τα άτομα είναι πολύ πιθανόν να έχουν την ευκαιρία να βελτιώσουν τον εαυτό τους μακριά από οποιαδήποτε άγχος και προβλήματα που υπάρχουν στο σπίτι. Οι επισκέπτες βρίσκουν ξενοδοχεία που προσφέρουν προσωπική φροντίδα, κατάλληλες επαγγελματικές συμβουλές και επιθυμούν, συνήθως, ολοκληρωμένα πακέτα υπηρεσιών και διάφορα είδη δραστηριοτήτων όπως η διατροφή και η διαίτα, η χαλάρωση και ο διαλογισμός, πνευματική μάθηση και εκπαίδευση, γυμναστική και ομορφιά. Ο κόσμος που επιλέγει τον τουρισμό ευεξίας, επειδή του αρέσει να δοκιμάζει καινούργια πράγματα αναζητούν εναλλακτικές λύσεις και τις περισσότερες φορές επιθυμούν θεραπευτικές υπηρεσίες.

Ακόμη, ο τουρισμός ευεξίας βοηθάει στη βελτίωση του σώματος, του πνεύματος και της πνευματικής ισορροπίας. Στη σημερινή εποχή αποδεικνύεται συνέχεια το γεγονός ότι και η νεότερη γενιά καταναλωτών πλέον προτιμάει τις υπηρεσίες ευεξίας και τα προϊόντα της, εκτός από τους τουρίστες με ηλικία άνω των 60 ετών και την ηλικία των 50 ετών με επαγγέλματα που τους προκαλεί υψηλό άγχος καθημερινά και με ασφαλής οικονομική κατάσταση όπου ο τουρισμός σχετικά με την ευεξία γι αυτούς ήταν και είναι από παλιά αποκλειστικό προνόμιο γι' αυτούς.

Μέσα από έρευνες που έχουν πραγματοποιηθεί σε διάφορες χώρες, προκύπτει ότι οι τουρίστες που επιλέγουν τα spa αποτελούν, όσοι κατέχουν ένα ανεβασμένο επίπεδο μόρφωσης, ένα υψηλό εισόδημα και ο μέσος όρος ηλικίας τους αρχίζει να μηδενίζεται. Μια έρευνα, λοιπόν, που αναφερόταν σε Αμερικανούς επισκέπτες, ο μέσος όρος ηλικίας των τουριστών όσων αφορά τον προορισμό δεν ξεπερνούσε τα 47, ο μέσος όρος ηλικίας των τουριστών σχετικά με τα spa μέχρις 45 ετών και αναφορικά με τη μόρφωση, για παράδειγμα ορισμένοι θεωρούνταν πτυχιούχοι πανεπιστημίου, ανήκαν στο 40% των ερωτηθέντων. Συγκριτικά με τους Αμερικανούς τουρίστες spa και προορισμών, το 85% κατείχαν οι γυναίκες spa, σε αντίθεση με το 65% των επισκεπτών όσον αφορά τον προορισμό. Σε μία άλλη έρευνα, που πραγματοποιήθηκε στο Χονγκ Κονγκ, η οποία αποτελούταν από 302 επισκέπτες του spa, παρατηρούμε ότι το 71% της έρευνας ήταν ηλικίας κάτω των 43 και ένα μεγάλο ποσοστό (67%) του δείγματος με πανεπιστημιακό μορφωτικό επίπεδο. Και στις δύο έρευνες τονίζεται ότι οι ερωτηθέντες χαρακτηρίζονταν άτομα με αρκετά υψηλό εισόδημα ο καθένας τους, συνεπώς λοιπόν, κατέχουν αρκετές ομοιότητες μεταξύ των δύο αυτών μελετών.

Επιπρόσθετα, ο τουρίστας υγείας σχετίζεται με αυτόν της ευεξίας. Αρχικά, ο τουρίστας υγείας δεν θεωρείται εποχιακός, καθώς ένα ταξίδι που γίνεται για λόγους υγείας δεν είναι απαραίτητο να συνδέεται με κάποια συγκεκριμένη εποχή, εφόσον η ζήτηση όσον αφορά το τουρισμό υγείας κατέχει κατά μέσο όρο μία σταθερότητα όλο το χρόνο. Επιπλέον, πρόκειται για τουρίστες υψηλού εισοδήματος, ειδικά, όταν το ταξίδι που αφορά την υγεία σχετίζεται με υπηρεσίες πλαστικής χειρουργικής ή κάτι παρόμοιο με αυτές. Μέσα σε όλα αυτά, συμπεριλαμβάνονται τα εθνικά συστήματα υγείας, οι ασφαλιστικές εταιρίες και οι ξενοδοχειακές μονάδες μαζί με τους tour operators. Επίσης, ο τουρίστας υγείας δεν έχει ευαισθησίες σε θέματα τιμής. Δηλαδή, σχετικά με τη διαχείριση των εξόδων, είναι διατεθειμένος να δώσει παραπάνω χρήματα για να ευχαριστηθεί τις υπηρεσίες που επιθυμεί και προσδοκά να λάβει. Ακόμη και οι επιλογές του γίνονται με βάση εκτός της τιμής και με άλλα κριτήρια, όπως οι πρόσθετες υπηρεσίες, η ποιότητα των υπηρεσιών που του προσφέρεται, κλπ.

2.4 Προοπτικές για τον Τουρισμό Υγείας στην Ελλάδα και το Εξωτερικό

Οι προοπτικές που αφορούν τον Τουρισμό Υγείας γενικότερα φαίνονται θετικές και αισιόδοξες. Υπάρχουν πολλοί παράγοντες που βοηθούν στο να αναπτυχθεί

περισσότερο αυτό το είδος τουρισμού, όπως το ήπιο κλίμα κάποιων γεωγραφικών περιοχών της Ελλάδας. Επίσης, προκύπτουν, μέσω αλλοδαπών και ημεδαπών κεφαλαίων, σημαντικές επενδύσεις σχετικά με την υγεία και τον τουρισμό. Επιπλέον, η Ευρωπαϊκή Ένωση και η αγορά της μεγαλώνουν διαρκώς, κι έτσι, μπορούν πιο εύκολα, μέσα στα όρια πάντα, να μετακινούνται οι άνθρωποι και τα κεφάλαια. Η ελληνική πολιτεία προσφέρεται να ενισχύσει τις προσπάθειες που γίνονται για την ανάπτυξη αυτής της μορφής τουρισμού με ορισμένα κίνητρα για την επέκταση, ίδρυση και εκσυγχρονισμό των εγκαταστάσεων κάποιας ειδικής τουριστικής υποδομής που έχει τη δυνατότητα να συνεισφέρει στο να αναπτυχθούν περισσότερο οι θεματικές μορφές τουρισμού. Ταυτόχρονα, το Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης σχεδιάζει νέο νόμο για το Τουρισμό Υγείας και τον Ιαματικό Τουρισμό ώστε να ολοκληρωθεί το νομικό πλαίσιο ανάπτυξης, του οποίου οι βάσεις δημιουργούνται με το Αναπτυξιακό Νόμο. Ακόμη, ο Τουρισμός Υγείας υπάρχει πιθανότητα να συμφέρει και τις τοπικές κοινωνίες.

Η, ταχύτερα, αναπτυσσόμενη μορφή Τουρισμού Υγείας διαπιστώνεται στο Τουρισμό Ευεξίας. Ωστόσο, επειδή ένα τμήμα της αγοράς, πολλές φορές, λόγω συνθηκών, θεωρεί ως πρωταρχική ανάγκη τη θεραπεία και δευτερεύουσα ανάγκη τον τουρισμό, χρειάζεται μεγαλύτερη προσοχή ο ιατρικός τουρισμός. Όμως, υπέρ του Τουρισμού Ευεξίας αποτελεί, συντριπτικά, η διανομή του προϊόντος.

Στο Βέλγιο προωθείται ο Ιατρικός Τουρισμός λόγω του ότι θεωρείται βασικός προορισμός όσον αφορά τις χειρουργικές επεμβάσεις και αποκαταστάσεις. Αντίθετα, στην Ισπανία δεν υποστηρίζεται τόσο ο Ιατρικός τουρισμός, όσο ο Ιαματικός Τουρισμός με ποσοστό 95% της αγοράς. Το ίδιο ισχύει και με τη Πορτογαλία, στην οποία οι προοπτικές για να αναπτυχθεί ο Τουρισμός Υγείας εκεί χαρακτηρίζονται πρακτικά ανύπαρκτες. Παρατηρούμαι λοιπόν, ότι σε όποιες χώρες επικρατούν οι κατάλληλες κλιματολογικές συνθήκες και οι απαιτούμενες ιαματικές πηγές, πραγματοποιούνται μεγαλύτερες επενδύσεις στον Ιαματικό Τουρισμό και κατ' επέκταση στο Τουρισμό Ευεξίας. Στην Ιταλία, Γερμανία και τη Γαλλία η υδροθεραπεία όσον αφορά την προληπτική ιατρική προτιμάται περισσότερο, ακόμα κι από τις μικρές ηλικίες. Ετησίως, στη Ρωσία και στην Ουγγαρία το 10% των επισκεπτών δείχνουν τη προτίμησή τους στα κέντρα Ιαματικού Τουρισμού.

Επειδή η διαφημιστική προβολή της χώρας προτιμάται να αναδεικνύει τις φυσικές ομορφιές της χώρας εμποδίζει την καλύτερη ανάπτυξη, εμπλουτισμό και διανομή των προϊόντων του Τουρισμού Υγείας. Ίσως λόγω της πτώσης σχετικά με την κίνηση στο τομέα του Ιαματικού Τουρισμού. εξαιτίας του ανταγωνισμού που έχει δημιουργηθεί από τη μεριά του εξωτερικού αλλά και εξαιτίας του εκσυγχρονισμού του προϊόντος μέσω επενδύσεων και ημεδαπών κεφαλαίων δεν μπορεί, και λόγω συνθηκών πλέον, να αναπτυχθούν περισσότερο τα προϊόντα του Τουρισμού Υγείας. Ωστόσο οι χώρες όπως η Αυστρία, η Κύπρος, ο Λίβανος, η Ελβετία και η Ρουμανία, για να ενισχύσουν περισσότερο την ανάπτυξη των υπηρεσιών του Τουρισμού Υγείας, κάνουν εφαρμογή στοιχείων της τουριστικής αλυσίδας, ακόμα και των αεροπορικών εταιρειών.

Οι κατηγορίες Ιατρικού Τουρισμού που έχουν τη δυνατότητα να ακμάσουν στην Ελλάδα είναι οι εξής : καρδιοχειρουργικές επεμβάσεις, πλαστική χειρουργική, μεταμοσχεύσεις ζωτικών οργάνων, οφθαλμολογία, εξυπηρέτηση ασθενών με νεφρική ανεπάρκεια, οδοντιατρική, ασθενείς με χρόνιες παθήσεις, άτομα με αναπηρίες και ειδικές ανάγκες, ασθενείς με αναπνευστικές παθήσεις και άτομα τρίτης ηλικίας μη επαρκώς εξυπηρετούμενα. Επίσης, η Ελλάδα θεωρείται ιδανική όσον αφορά τον Ιατρικό Τουρισμό, καθώς κατέχει ιδανικές κλιματολογικές και περιβαλλοντολογικές συνθήκες, πρότυπα ξενοδοχεία, ανεπτυγμένο τουριστικό δίκτυο και εθνικές δομές στο σύστημα υγείας έτσι ώστε να υπάρξει ενθάρρυνση στην ανάπτυξη αυτής της μορφής Τουρισμού.

Στη παρούσα χρονική στιγμή, όπου η παγκόσμια οικονομική κρίση επηρεάζει αρνητικά και τον τουρισμό, το κράτος πρέπει να λάβει σοβαρά μέτρα έτσι ώστε να αποφύγει τυχόν αρνητικές εξελίξεις λόγω αυτής της, παγκοσμίως, αρνητικής κατάστασης. Σχετικά με όσα λένε οι ειδικοί, θέτοντας ορισμένα κίνητρα στα Κέντρα Τουρισμού Υγείας για τη μεταμόρφωση των ξενοδοχειακών μονάδων και για καινούργια έργα όπως ολοκληρωμένες μονάδες που θα περιλαμβάνουν ξενοδοχείο υψηλής ποιότητας, εξειδικευμένες ιατρικές υπηρεσίες και προτάσεις σχετικά με την μετά - ιατρική περίοδο, δηλαδή την αποκατάσταση και διανομή του ασθενεί. Για την ανάπτυξη του Τουρισμού Υγείας, λοιπόν, θα πρέπει να ενεργοποιηθούν γρήγορα διάφοροι κλάδοι όπως ιατρικοί όμιλοι, ασφαλιστικοί οργανισμοί, κατασκευαστικές εταιρείες, τουριστικοί πράκτορες, κλπ, που θα ψάχνουν πελάτες στο εξωτερικό.

Κεφάλαιο 3

3.1 Εισαγωγή στο Τουρισμό Ευεξίας

Ο Τουρισμός Ευεξίας είναι γνωστός από τα μεσαιωνικά, ακόμα, χρόνια ο οποίος ήταν κι από τους πρώτους στις προτιμήσεις της Ελλάδας και της Ρώμης και αρκετά ωφέλιμος ήταν και είναι ακόμα μέχρι και σήμερα στην υγεία του ανθρώπου.

Αποτελεί τον ταχύτερα αναπτυσσόμενο κλάδο του Τουρισμού Υγείας παγκοσμίως και σχετίζεται με την επίσκεψη τουριστών σε ιαματικές πηγές (Spas) για θεραπευτικούς ή προληπτικούς λόγους. Σύμφωνα με τους Smith και Kelly (2006), το 18^ο και 19^ο αιώνα αυτής της μορφής Τουρισμού περιελάμβανε τη θαλασσοθεραπεία, όπου οι Ευρωπαίοι διανοούμενοι είχαν τη δυνατότητα να επιλέξουν τα ιαματικά νερά.

Καθώς οι άνθρωποι, στη σημερινή εποχή, επιλέγουν προορισμούς που προσφέρουν υπηρεσίες ευεξίας έτσι ώστε να ξεφύγουν από τη καθημερινότητα και το σύγχρονο τρόπο ζωής, ο τουρισμός ευεξίας αναπτύσσεται όλο και περισσότερο και με το πέρασμα του χρόνου όλο και πιο πολλοί προορισμοί γίνονται γνωστοί για τις υπηρεσίες τους. Επιπλέον, ο ιαματικός τουρισμός, σε διεθνές επίπεδο, χαρακτηρίζεται ως μία από τις δραστηριότητες της ευεξίας. Παλαιότερα, τα ιαματικά θέρετρα

θεωρούνταν ιατρικές θεραπείες, τα οποία, μέχρι και σήμερα, συνεχίζουν να παίζουν σημαντικό ρόλο για την Ευρώπη.

Σχετικά με όσα αναφέρουν οι Mueller και Lanz-Kaufmann, θεωρείται τουρισμός ευεξίας ο συνδυασμός όλων των φαινομένων και των σχέσεων που δημιουργούνται εξαιτίας της διαμονής και του ταξιδιού γενικότερα, όπου κύριος σκοπός των επισκεπτών αποτελεί η φροντίδα και η βελτίωση της υγείας τους. Επιπρόσθετα, η σημασία της έννοιας αυτής της μορφής τουρισμού που δίνεται από τον Παγκόσμιο Ινστιτούτο Ευεξίας μεταβαίνει σε πολλά διαφορετικά είδη ταξιδιού, όπως είναι οι προορισμοί spa, τα ταξίδια που επικεντρώνονται στη περιπέτεια (ποδηλασία, θαλάσσια σπορ, πεζοπορία), στις κρουαζιέρες ευεξίας, σε ιαματικές πηγές. Σύμφωνα λοιπόν με τα προηγούμενα, πιστεύεται ότι Τουρισμός Ευεξίας χαρακτηρίζεται ο συνδυασμός των ταξιδιών επιδιώκοντας μ' αυτό το τρόπο τη διατήρηση και την ενίσχυση είτε είναι αυτή η ψυχική ή η σωματική ή η περιβαλλοντική ή η προσωπική ή η πνευματική ευημερία οποιουδήποτε ατόμου.

Με βάση την άποψη του Βασιλείου και του Τσάρτα (2009), καταλαβαίνουμε ότι Τουρισμός Ευεξίας αποτελεί το σύνολο όλων των φαινομένων και των σχέσεων που προκύπτουν από το ταξίδι και τη διαμονή των ανθρώπων με βασικά κίνητρά τη καλύτερευση και τη διατήρηση της ψυχικής, σωματικής, πνευματικής υγείας και της κοινωνικής του ευημερίας. Ωστόσο, ο όρος “τουρισμός υγείας” χρησιμοποιείται από πάρα πολλούς μελετητές και αναλυτές του κλάδου αυτού με την έννοια στην οποία συγκαταλέγεται τόσο ο ιατρικός τουρισμός όσο και ο τουρισμός ευεξίας. Από τη διεθνή βιβλιογραφία, γενικότερα, συμπεραίνουμε ότι σχετικά με τους όρους “ιατρικός τουρισμός”, “θερμαλισμός”, “τουρισμός spa” και “τουρισμός ευεξίας” επικρατεί μία σύγχυση. Τις περισσότερες φορές οι ορισμοί που αφορούν τον ιαματικό τουρισμό και το τουρισμό spa αλληλοσυμπληρώνονται με τις έννοιες του τουρισμού υγείας και ευεξίας.

Μολονότι δεν μπορούμε να κατανοήσουμε τι ακριβώς είναι ο τουρισμός ευεξίας, γίνεται όμως να καταλήξουμε στο ότι αυτού του είδους ο τουρισμός συμβάλει σημαντικά και θετικά στην οικονομία της χώρας. Κι αυτό γιατί ο τουρισμός, γενικά, χαρακτηρίζεται ως μία γρήγορα αναπτυσσόμενη και μεγάλη βιομηχανία, η ευεξία αποτελεί μία δημοφιλή τάση του καταναλωτή, ο τουρισμός ευεξίας θεωρείται ότι σε σχέση με τη συνολική τουριστική βιομηχανία, εξελίσσεται γρηγορότερα, συμβάλλει στη διατήρηση της ευεξίας των ανθρώπων, προσφέρει ευκαιρίες εργασίας, αποφέρει έσοδα, έχει τη δυνατότητα να διατηρήσει τη παραδοσιακή κουλτούρα και τα φυσικά περιουσιακά στοιχεία και συνεισφέρει, σημαντικά, στην επιχειρηματικότητα.

Σχετικά με τις επιχειρήσεις όπως είναι τα ξενοδοχεία, τα οποία ασχολούνται με το τουρισμό ευεξίας, περιέχουν συνδυασμένες θεραπείες με ιαματικά λουτρά και προσφέρονται θέσεις εργασίας όσον αφορά το ιατρικό προσωπικό ενός ξενοδοχείου για να δίνονται σε όσους πελάτες χρειάζονται τις κατάλληλες ιατρικές θεραπείες. Επίσης, δημιουργούνται όλο και περισσότερα spa στα οποία δίνεται η ευκαιρία για

ολιστική φροντίδα, και εφόσον επιθυμούν να ωφεληθούν από αυτή τη τάση ευεξίας. Όμως, σε κάποιες χώρες όλο αυτό δεν είναι δυνατόν να συμβεί, για παράδειγμα, στα ξενοδοχεία της Ταϊβάν που περιλαμβάνουν ιαματικά λουτρά, δεν επιτρέπεται να εφαρμόζουν οποιαδήποτε μορφή ιατρικής διαδικασίας. Ωστόσο, απλές υπηρεσίες spa καταφέρνουν να βελτιώνουν και να συντηρούν σε ένα καλό επίπεδο την υγεία του ανθρώπου έτσι ώστε να συμβάλλουν στην ανάπτυξη του τουρισμού ευεξίας.

Το spa αποτελεί βασική επιχειρηματική δραστηριότητα και εκπροσωπεί ένα σημαντικό τμήμα της οικονομίας του τουρισμού ευεξίας. Σύμφωνα με τους Chenetal (2013), υπάρχουν πολλά είδη spa ώστε να πραγματοποιούνται οι διάφοροι προϋπολογισμοί και στόχοι των πελατών, όπως clubspa, θεραπευτικά spa, spa μίας ημέρας (dayspa), spa σε κρουαζιερόπλοια, spa σε διάφορους προορισμούς, spa ξενοδοχείων και θέρετρων. Τα πιο πολλά spa που έχουν δημιουργηθεί σχετίζονται με την υδροθεραπεία με αποτέλεσμα οι επισκέπτες να γιατρεύσουν την ασθένεια τους και να ξεκουράσουν το σώμα τους. Έτσι, συμπεραίνουμε λοιπόν ότι ο τουρισμός με βάση τα spa κατέχει πολλά είδη επιχειρήσεων για την ανάπτυξη του τουρισμού ευεξίας. Ακόμη, η διατήρηση και προώθηση της υγείας των μη επεμβατικών υπηρεσιών spa χαρακτηρίζονται ως οι πιο σημαντικές πρακτικές σε ξενοδοχεία με ιαματικά λουτρά.

Έχουν πραγματοποιηθεί σε 103 χώρες 26.000 εγκαταστάσεις, οι οποίες περιλαμβάνουν υπηρεσίες αναψυχής, ευεξίας, θεραπείας και έχουν δημιουργηθεί γύρω από ιαματικές πηγές. Το 2013 όλες αυτές οι εγκαταστάσεις απέκτησαν κέρδη πάνω από 50 δις. δολάρια. Μόνο ορισμένες απ' όλες αυτές τις εγκαταστάσεις παρέχουν υπηρεσίες με sραόπως μασάζ, περιποιήσεις προσώπου, θεραπείες, κ.α. εκτός από τις προσφορές χαλάρωσης και λουτροθεραπείας, σε αντίθεση με τις ιαματικές πηγές που κι αυτές περιλαμβάνουν θεραπείες spa, όμως απαρτιζόμενες από ελάχιστες εγκαταστάσεις και με υψηλότερα κέρδη από το μέσο όρο, δηλαδή περίπου τα 2/3 των εσόδων της τουριστικής βιομηχανίας (Global Spa & Wellness Economy Monitor Report 2014).

Σύμφωνα με τους Smith και Puzcko (2014), οι παράγοντες που ασκούν επίδραση στην ανάπτυξη των υπηρεσιών τουρισμού ευεξίας θεωρούνται η αυξανόμενη συνειδητοποίηση των παγκόσμιων απειλών σχετικά με την υγεία, η θέληση που επικρατεί για την απόκτηση διαφορετικών εμπειριών αναψυχής, η γήρανση του ευρωπαϊκού πληθυσμού, η προσδοκία των ανθρώπων να βιώσουν όσα περισσότερα και καλύτερα χρόνια γίνεται και η συνεχόμενη αναζήτηση των νέων.

Ο Σύγχρονος Τουρισμός Ευεξίας επιλέγεται περισσότερο από τουρίστες υγιείς που θέλουν να πραγματοποιήσουν διακοπές σε συνδυασμό με υπηρεσίες πρόληψης, διατήρησης ή βελτίωσης της υγείας τους με προγράμματα χαλάρωσης και ολικής αναζωογόνησης σε πνευματικό, σωματικό και ψυχικό επίπεδο. Το άγχος που δημιουργείται από το σύγχρονο τρόπο ζωής, η επιβάρυνση του περιβάλλοντος, η αναζήτηση ενός πιο υγιεινού τρόπου ζωής, κλπ. αποτελούν ορισμένους από τους

λόγους που προκάλεσαν την άνθηση της συγκεκριμένης μορφής τουρισμού κατά τα τελευταία χρόνια. Όσοι επιλέγουν ανάλογες δράσεις τουρισμού, αναφέρονται σε φυσικές μεθόδους θεραπείας για τη βελτίωση και την ευεξία της υγείας τους, με τον παράλληλο περιορισμό συμβατικών μορφών θεραπείας, όπως η λήψη φαρμάκων.

Κατά τη διάρκεια των διακοπών των τουριστών, η αυξανόμενη ανάγκη τους για ξεκούραση και ευεξία και η αύξηση του διαθέσιμου εισοδήματος των τουριστών και του προσδόκιμου ζωής, συνέβαλλαν όχι μόνο στην αυξανόμενη ζήτηση και εμφάνιση ειδικών υπηρεσιών, όσον αφορά την υγεία, την ευεξία και την άθληση, αλλά και στην αύξηση της ζήτησης υπηρεσιών πολυτελείας. Οι ιδιοκτήτες και διευθυντές ξενοδοχείων κατανοώντας τις ανωτέρω αλλαγές στο προφίλ των τουριστών και επιθυμώντας να προσαρμοστούν ανάλογα με τις ανάγκες των πελατών, διεξάγουν τα τελευταία χρόνια αρκετές επενδύσεις, περιλαμβάνοντας στις μονάδες τους κέντρα ευεξίας και spa, πισίνες, αθλητικές εγκαταστάσεις, γεγονός που κάνει τις συγκεκριμένες μονάδες περισσότερο ανταγωνιστικές και ταυτόχρονα εντείνουν αρκετά την ανάδειξη των διακοπών που σχετίζονται με υπηρεσίες Spa, οι οποίες χαρακτηρίζονται ως μία πολύτιμη πηγή πρόσθετων εσόδων και κερδών για τον ξενοδοχειακό τομέα.

3.2 Η εννοιολογική ανάλυση του “spa” και η χρησιμότητά του στον άνθρωπο

Ο ευρωπαϊκός και ο αμερικανικός κόσμος του “spa” περιλαμβάνει ένα μεγάλο μέρος του σύγχρονου τομέα της υδροθεραπείας. Σχετικά με όσα αναφέρονται στη διεθνή βιβλιογραφία ο όρος “spa” αποτελείται από πολλαπλούς ορισμούς και οι ρίζες του προέρχονται από την Ευρώπη. Ο όρος “spa” καταλαβαίνουμε από διάφορες εκδοχές ότι μπορεί να προκύπτει από το λατινικό “Sanitas per Aqua” το οποίο μεταφράζεται ως «Υγεία δια μέσου του νερού». Επίσης, από μία άλλη εκδοχή, φαίνεται ότι η λέξη “spa” υπάρχει περίπτωση να βγαίνει από το λατινικό ρήμα “spargere” το οποίο σημαίνει αναβλύζω. Επιπλέον, η έννοια του όρου “spa” φαίνεται να προκύπτει κι από τη λέξη “espa” που μεταφράζεται ως πηγή και ορίστηκε διεθνώς από το όνομα της παραθεριστικής πόλης Spa, η οποία ανήκει στη χώρα του Βελγίου. Η πόλη Spa φημίζεται για τις θαυματουργικές ιαματικές πηγές της, στις οποίες βασιλείς και κυβερνητικοί αξιωματούχοι άρχισαν μετά το 15^ο αιώνα να τις υιοθετούν ως θεραπευτικές και χαλαρωτικές μεθόδους για την υγεία τους. Εκτός από την αριστοκρατία, την πόλη “Spa” την επισκέπτονταν και Ευρωπαίοι διανοούμενοι όπως ο Καζανόβα, ο Αλέξανδρος Δουμάς, ο Βίκτωρ Ουγκώ, κ.α., οι οποίοι μέσα σε εκείνη τη περίοδο άρχισαν να μαθαίνουν ποια είναι τα οφέλη των κρύων και ζεστών λουτρών και της αρωματοθεραπείας.

Επιπρόσθετα, μετά από μελέτες που πραγματοποιήθηκαν προέκυψαν κι άλλοι πολλοί ορισμοί για την έννοια της λέξης “spa”. Σύμφωνα με τον Dr. WaltersMcClellan, ο οποίος αποτελούσε το πρώτο γιατρό διευθυντή του SaratogaSραστη Νέα Υόρκη, υποστήριζε ότι “spa” θεωρείται η τοποθεσία ή το μέρος το οποίο περιλαμβάνει φυσικά ιαματικά στοιχεία που έχουν προκύψει από την ίδια τη φύση, όπως μεταλλικά ύδατα, κλπ., για τα οποία έχουν δημιουργηθεί οι κατάλληλες εγκαταστάσεις και εξοπλισμοί έτσι ώστε να εκμεταλλευτούν σωστά όλα αυτά τα στοιχεία με τις ανάλογες θεραπείες και πάντα υπό την ιατρική εποπτεία. Ακόμη, σχετικά με αυτά που επισημαίνει ο Dr.Sidney Light, ο οποίος αποτελεί ιδρυτικό μέλος της Αμερικανικής Εταιρείας Ιατρικής Υδρολογίας και Κλιματολογίας, χαρακτηρίζει το “spa” ως έναν τόπο με ύδατα που διαθέτουν μεταλλικά στοιχεία τα οποία βρίσκονται στο έδαφος και είναι φυσικά, τα οποία εφαρμόζονται για θεραπευτικούς λόγους.

Επιπλέον, η ISPA (Διεθνής Ένωση Spa) θεωρεί ότι “spa” αποτελούν τοποθεσίες, οι οποίες χαρακτηρίζονται ιδανικές για τη καλυτέρευση της ευημερίας του ανθρώπου, την ανανέωση του σώματος, του πνεύματος και του μυαλού, μέσω της προσφοράς μιας ποικιλίας επαγγελματικών υπηρεσιών. Μέσα από τον οργανισμό ISPA προκύπτουν, επίσης, τα βασικά στοιχεία σχετικά με την εμπειρία των “spa” τα οποία είναι τα εξής : η αναζωογόνηση, η χαλάρωση, η ευχαρίστηση, ο διαλογισμός και η διασκέδαση. Κατά την άποψη των Smithκαι Paczko, τα “spa” φαίνονται ανόμοια όσον αφορά τις υπηρεσίες που διαθέτουν ή τη παροχή θεραπείας, ωστόσο, το κοινό τους χαρακτηριστικό φαίνεται να είναι, σύμφωνα με αυτά που υποστηρίζονται, η φιλοδοξία για βελτίωση της ευεξίας και της υγείας.

Εκτός αυτού, τα “spa” ως μία μορφή τουρισμού, έχουν τη δυνατότητα να πραγματοποιούν, ταυτόχρονα, δραστηριότητες και εκδηλώσεις μέσω των ευεργετικών δράσεων του νερού και ο ιαματικός τουρισμός ως μία κερδοφόρα βιομηχανία, θεωρείται ένας τρόπος ζωής για τον άνθρωπο στη σημερινή εποχή. Βασιζόμενοι σε όλα τα παραπάνω και στη φιλοσοφία των “spa”, τονίζονται τέσσερα βασικά στοιχεία, τα οποία είναι τα εξής : η γη, η φωτιά, το νερό και ο αέρας. Όσον αφορά τη γη περιέχει θεραπείες, οι οποίες εφαρμόζονται με τα φυσικά προϊόντα της, στη φωτιά περιλαμβάνονται όλες εκείνες οι διαδικασίες που συνδυάζονται με την απολέπιση των τοξίνων από τη θερμότητα και την εφίδρωση από την επίσκεψη σε χαμάμ, θερμικές επεξεργασίες, σάουνα, κ.α., με βάση το νερό, στο οποίο περιέχονται όλες οι θεραπευτικές δραστηριότητες σχετικά με το μεταλλικό νερό, την επάλειψη με λάσπη και το θαλασσίνο αλάτι και τέλος αναφορικά με τον αέρα, ο οποίος προσφέρει θεραπείες που σχετίζονται με τις ευεργετικές επιδράσεις των λουτρών αυτού.

Παράλληλα, έχει προκύψει μία εξέλιξη αρκετά σημαντική στο τομέα του τουρισμού ευεξίας, η ανάπτυξη των Eco-spa. Με τη χρήση, λοιπόν, των βιώσιμων και τοπικών υλικών έχουν δημιουργηθεί ελκυστικά φυσικά τοπία αρμονικά με το περιβάλλον, στα οποία βρίσκονται οι συγκεκριμένες αυτές ιαματικές πηγές. Υπάρχουν πολλές ιστοσελίδες που προσφέρουν κατευθύνσεις γι’ αυτές τις ιαματικές πηγές που επιθυμούν να δραστηριοποιούνται με φιλικό τρόπο προς το περιβάλλον. Eco-

ιαματικά λουτρά υπάρχουν κοντά σε φυσικά και όμορφα τοπία, όπως αυτά της Αφρικής, της ενδοχώρας της Αυστραλίας και τα τροπικά δάση της Κεντρικής Αμερικής.

Οι άνθρωποι έχουν συνεισφέρει αρκετά στο τομέα σχετικά με τα “spa” και στην ανάπτυξή του, κι αυτό γιατί επιθυμούν πάντα να βελτιώνουν και να διατηρούν την υγεία και την εξωτερική τους εμφάνιση σε ένα αρκετά καλό επίπεδο. Γενικότερα, η τουριστική βιομηχανία σκοπεύει στην ικανοποίηση των αναγκών των επισκεπτών όσον αφορά τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που διατίθενται για την βελτίωση της ποιότητας της ζωής των ανθρώπων και της υγείας τους. Οι άνθρωποι επιθυμούν τις υπηρεσίες “spa” για πάρα πολλούς λόγους, όπως είναι η καλύτερη κυκλοφορία του αίματος, η διαχείριση του στρες, η ψυχική και σωματική ηρεμία, η απώλεια βάρους, η αύξηση της σωματικής ευελιξίας και η αισθητική χειρουργική.

Σύμφωνα με την έρευνα των Makeetal (2009), προέκυψαν 21 νέα κίνητρα που ενθαρρύνουν τον άνθρωπο να επισκέπτονται τα κέντρα των “spa” τα οποία διαχωρίστηκαν σε τέσσερις ομάδες, οι οποίες είναι οι εξής :

1. Η απόδραση από τη καθημερινότητα
2. Η αυτο-ανταμοιβή
3. Η ομορφιά και η υγεία
4. Η ανακούφιση και η χαλάρωση

Η συγκεκριμένη έρευνα εφαρμόστηκε στο Χονγκ Κονγκ, παρατηρώντας, επίσης, ότι οι πελάτες είχαν ιδιαίτερη προτίμηση στα ιαματικά νερά για λόγους καλλωπισμού, χαλάρωσης και περιποίησης.

Κατανοούμε λοιπόν ότι, ο κόσμος που έχει προτίμηση σ’ αυτού του είδους τουρισμού αποκτά, κυρίως, οφέλη :

- Στη ψυχική υγεία τους
- Στη κοινωνική τους ζωή
- Στη σωματική τους υγεία

Συνεισφέροντας έτσι στη αναζωογόνησή και στη χαλάρωσή τους.

Με βάση αυτά που υποστηρίζει η Διεθνής Ένωση Spa, δύο κίνητρα ωθούν τους ανθρώπους στα “spa”. Πρώτον, ότι με την επίσκεψή τους σ’ αυτά τα κέντρα έχουν τη δυνατότητα να βιώσουν στιγμές απόλαυσης και απόδρασης, αφού θα μπορέσουν να χαλαρώσουν κάποιες ώρες και δεύτερον, έχουν την ευκαιρία να φροντίσουν για την αυτο-βελτίωσή τους στην οποία περιέχεται και η καλύτερευση της εξωτερικής τους εμφάνισης, δηλαδή η καλύτερευση της ψυχικής ευεξίας και της καλαισθησίας του σώματός τους.

Μέσα από μία άλλη έρευνα των Naylorkai Kleiser(2002), διαπιστώνεται ότι προκύπτουν κι άλλα οφέλη για του επισκέπτες που μπορούν να αποκτήσουν οι

άνθρωποι από ένα “spa” δηλαδή, διάφορα ψυχολογικά και λειτουργικά οφέλη. Με λίγα λόγια, περιλαμβάνονται η διασκέδαση, η χαλάρωση, η ισορροπημένη και καλή διαίτα, η άσκηση και η καταπολέμηση του άγχους δίνοντας την ευκαιρία για ανανέωση.

Επιπλέον, πολλές είναι οι θεραπείες με τις οποίες μπορεί κανείς να απαλλαγεί από τις αϋπνίες. Υπάρχουν αρκετά κέντρα “spa” που προσφέρουν θεραπείες για τον ύπνο. Μέσα σ’ αυτές περιέχονται η ρεφλεξολογία, θεραπευτικά μασάζ, ο βελονισμός, ειδική διατροφή για τη βελτίωση του υγιεινού ύπνου, παροχή συμβουλών για τη σωστή στάση του σώματος στον ύπνο, έτσι ώστε να μην υπάρξουν σοβαρές επιβαρύνσεις, κ.α. Με μία επίσκεψη, λοιπόν, σε ένα “spa” υπάρχει η δυνατότητα της καταπολέμησης των πόνων με ένα σύνολο εναλλακτικών θεραπειών, οι οποίες συνεισφέρουν στη γενικότερη ανακούφιση του σώματος.

3.3 Τα Κέντρα Τουρισμού Ευεξίας-Spa, οι Κατηγορίες και οι Θεραπείες τους

Η Διεθνής Ομοσπονδία SPA, επιθυμώντας να συνεισφέρει στη δημιουργία μιας τάξης στο τομέα του τουρισμού ευεξίας, σκέφτηκε το διαχωρισμό έξι κατηγοριών επιχειρήσεων spa μαζί με το είδος των υπηρεσιών που αυτές οι επιχειρήσεις θα περιλαμβάνουν. Με γνώμονα τη σκέψη αυτή μπορεί να δημιουργηθεί ένα σύγχρονο κέντρο spa, υπάρχει η δυνατότητα να συσχετιστούν οι υπηρεσίες spa με προγράμματα υγιεινής διαβίωσης (spaπροορισμού), με φροντίδες χαλάρωσης και καλλωπισμού (κέντρα αισθητικής-κομμωτήρια), με προγράμματα που σχετίζονται με τα νερά ιαματικής πηγής (ιαματικά κέντρα), με προγράμματα καλύτερευσης της εμφάνισης του ατόμου και εξειδικευμένη διατροφή (ξενοδοχειακά spa) και με προγράμματα εναλλακτικών συμπληρωματικών θεραπειών και κοσμητικής αισθητικής (ιατρικό spa). Η Ελληνική Πολιτεία, σε εθνικό επίπεδο, εξηγεί τι είναι Κέντρα αναζωογόνησης ως εξής : ειδικές εγκαταστάσεις με κατάλληλη υποδομή και εξοπλισμό οι οποίες μπορούν να παρέχουν θερμό φυσικό νερό με προσθήκες ιαματικών φυσικών πόρων ή ιαματικούς φυσικούς πόρους ή θερμαινόμενο θαλασσινό νερό ή θερμά φυσικά νερά με τη χρήση βοτάνων, φυτών, ηφαιστειακής ή χαλαζιακής άμμου, πηλών, φωτός, ατμόλουτρων διάφορων τύπων, μασάζ και θερμότητας με στόχο τη παροχή υπηρεσιών ευεξίας, αισθητικής και αναζωογόνησης του σώματος. Στις μέρες μας ωστόσο, η λέξη “spa” αναλύει ένα ευρύτερο και λιγότερο σαφές προϊόν. Σύμφωνα με τη Διεθνή Ομοσπονδία Spa, όπως παραπέμψαμε προηγουμένως, οι έξι κατηγορίες Spa αποτελούν οι ακόλουθες :

ClubSpa

Θεωρούνται τα κέντρα που κυρίως σκοπεύουν στη βελτίωση της φυσικής κατάστασης εφαρμόζοντας συνδυαστικά τα προγράμματα άθλησης με τις υπηρεσίες spa. Αυτού του είδους τα κέντρα δείχνει τη σύγχρονη εξέλιξη των κέντρων άθλησης.

Destination spa (Sπαρροορισμού)

Κέντρα τα οποία στοχεύουν στο να ωθήσουν τον επισκέπτη σε πιο υγιεινές συνήθειες. Για τη πραγματοποίηση των προγραμμάτων που διαθέτουν αυτής της μορφής τα κέντρα spa, χρειάζεται οι επισκέπτες να παραμείνουν σ' αυτούς τους προορισμούς για ένα χρονικό διάστημα κατά μέσο όρο μίας εβδομάδας. Κατά τη διάρκεια όλων αυτών των ημερών οι τουρίστες έχουν την ευκαιρία να λαμβάνουν μέρος σε ειδικά σχεδιασμένα προγράμματα ταυτόχρονα με υπηρεσίες spa, φυσικές αθλητικές δραστηριότητες, διαλογισμό, εκπαιδευτικά προγράμματα που σχετίζονται με το «ευ ζείν» και την ευεξία γενικότερα, καλλυντική περιποίηση, υγιεινή διατροφή καθώς και άλλες υπαίθριες δραστηριότητες.

DaySpa / CitySpa

Κέντρα που κατέχουν μια σειρά διευρυμένων υπηρεσιών spa συνδυάζοντας έτσι αισθητικές φροντίδες ή φροντίδες καλλωπισμού. Σ' αυτή τη κατηγορία ο επισκέπτης είναι δυνατόν να επιλέξει οποιαδήποτε μέθοδο χαλάρωσης ή θεραπεία θελήσει για ολόκληρη τη μέρα ή για κάποιες ώρες της ημέρας χωρίς τη δυνατότητα διανυκτέρευσης. Τα συγκεκριμένα κέντρα θεωρούνται η σύγχρονη εξέλιξη των ινστιτούτων αισθητικής και σε έναν μεγάλο βαθμό των κομμωτηρίων.

MineralSpringsSpa

Κέντρα spa ή μονάδες κοντά σε ιαματική φυσική πηγή και περιέχουν υπηρεσίες, κυρίως, με βάση τα νερά της πηγής και τα συστατικά τους.

MedicalSpa

Κέντρα που δραστηριοποιούνται με την ευθύνη και την άδεια του γιατρού. Αυτού του είδους σρακάνει χρήση, ταυτόχρονα, των υπηρεσιών ευεξίας, των ιατρικών θεραπειών, των εναλλακτικών ή συμπληρωματικών θεραπειών και της κοσμητικής ιατρικής. Στη κατηγορία αυτή περιλαμβάνονται οι γυναικολόγοι, οι γιατροί που σχετίζονται με τα προβλήματα του ύπνου, οι αθλίατροι, οι δερματολόγοι, κ.α. Αυτοί έχουν τη δυνατότητα να πληροφορούν τους πελάτες, αναφορικά, για τον υγιεινό τρόπο ζωής και να τους ενημερώνουν ποιο αποτελεί το κατάλληλο εργαλείο ανάλογα με τα προβλήματά τους έτσι ώστε να καλυτερέψουν τη ποιότητα της ζωής τους. Όλοι αυτοί οι γιατροί διατηρούν στενές επαφές με φυσιοθεραπευτές, νοσηλευτές, χειροπράκτες, βελονιστές και ποδιάτρους για τη καλύτερη αντιμετώπιση των προβλημάτων των επισκεπτών. Όλες αυτές οι υπηρεσίες υγείας εφαρμόζονται σε ατομικά ραντεβού και όλες μαζί.

Resort / HotelSpa

Κέντρα τα οποία βρίσκονται σε κάποιο ξενοδοχείο ή σε κάποια τουριστική περιοχή και προσφέρουν υπηρεσίες spa, εξειδικευμένη διατροφή και τη δυνατότητα βελτίωσης της εμφάνισης του επισκέπτη. Ένα spa αυτής της μορφής, τις περισσότερες φορές, δραστηριοποιείται και σαν ένα DaySpa όσον αφορά την τοπική πελατεία. Τα συγκεκριμένα κέντρα εφαρμόζουν και μία σειρά από άλλες δραστηριότητες μαζί με τις υπηρεσίες spa.

Τα τελευταία χρόνια δημιουργήθηκε ένα νέο είδος spa, το λεγόμενο **fishspa**. Μιλάμε για ένα ψάρι το οποίο ονομάζεται “GarraRufa”, ένα μικρό ψαράκι, συγκεκριμένα, από τη πόλη Kangal της Τουρκίας το οποίο χρησιμεύει στη περιποίηση των άκρων των πελατών του spa. Το ψαράκι δηλαδή έχει τη δυνατότητα απολέπισης του δέρματος, εξαφάνισης των νεκρών κυττάρων και ταυτόχρονα με τη διαθανόλη βοηθάει στην ανάπλαση του δέρματος. Αναφερόμαστε, δηλαδή, στην ιχθυοθεραπεία. Με λίγα λόγια, αφαιρούνται τα νεκρά κύτταρα από τα πόδια, δημιουργείται μία απαλή υφή, διώχνοντας τις σκληρύνσεις. Αυτού του είδους το ψάρι ενισχύει τη κυκλοφορία του αίματος, συμβάλλει στη θεραπεία δερματολογικών παθήσεων, όπως είναι η μυκητίαση, η ψωρίαση και το έκζεμα. Αναφορικά με την υγιεινή και την ασφάλεια των πελατών οι ειδικοί τους καθησυχάζουν, υποστηρίζοντας ότι επικρατεί απόλυτη ασφάλεια όσον αφορά το νερό ακόμα και για τα ψάρια έχουν παρθεί τα κατάλληλα μέτρα έτσι ώστε οι επισκέπτες να μην πάθουν τίποτα απολύτως. Στα μελλοντικά σχέδια των “FishSpa” η θεραπεία θα εφαρμόζονται και στο υπόλοιπο σώμα.

Όλα τα spa διαθέτουν υπηρεσίες, όπως μασάζ, μετωπιαίες και σωματικές θεραπείες. Τα θεραπευτικά spa εφαρμόζουν διαδικασίες δηλαδή θεραπείες με λέιζερ και ενέσεις, όπως θεραπείες massage spa, ορισμένες από τις οποίες είναι οι εξής : Specialty massage, Lava shell massage και Hot stone massage. Ωστόσο, ειδικότερα, στα Spa Ξενοδοχείων διαθέτουν θεραπείες, γενικότερα, σώματος, προσώπου, ομαδικές δραστηριότητες και συμπληρωματικές υπηρεσίες.

Θεραπείες σχετικά με το σώμα

Υδροθεραπεία

Μέθοδος θεραπευτικής παρέμβασης στη διάρκεια της οποίας εφαρμόζονται ασκήσεις στο νερό ειδικά σχεδιασμένες για τη χαλάρωση του σώματος, του μυαλού και για την άμεση αποκατάσταση πολλών παθήσεων, όπως αναπνευστικές, νευρολογικές, καρδιαγγειακές και μυοσκελετικές. Οι χώροι των spa περιλαμβάνουν πολλούς χώρους, όπως χαμάμ, πισίνες με κρύο νερό ή θαλασσινό νερό, σάουνα ή σάουνα με υπέρυθρη ακτινοβολία, whirlpoolspa, υδρομασάζ, κ.α. Το νερό που συμπεριλαμβάνεται εκεί υπάρχει πιθανότητα να πηγάξει από κάποιες θερμές

ιαματικές πηγές το λεγόμενο Balneotherapy να αποτελεί ένα απλό νερό χωρίς κάποια θεραπευτική ιδιότητα.

Φυσιοθεραπεία

Η φυσιοθεραπεία συμβάλλει στο να ξεπεράσουν οι άνθρωποι είτε κάποιο πρόβλημα είτε όχι έτσι ώστε να μάθουν πως να αντιμετωπίζουν το πόνο τους και να θεραπευτούν από οποιαδήποτε ασθένεια. Επιπλέον, θεωρείται ωφέλιμη σε ανθρώπους που βασανίζονται από κάποιο σοβαρό τραυματισμό, από κάποια αναπηρία ή ασθένεια οι οποίες ξεπερνιούνται πολύ πιθανόν με ασκήσεις ή με διάφορες κινήσεις ή μέσω της εκπαίδευσης ή της χειροκίνητης θεραπείας.

Αθλητικό Μασάζ

Θεραπεύει τραυματισμένους μύες ώστε να αποκτούν ξανά την άριστη φυσική κατάσταση που είχαν στην αρχή με ένα σύνολο διατάσεων και με βαθιές τεχνικές μαλάξεις.

Αρωματοθεραπεία

Συμπληρωματική ή εναλλακτική θεραπεία που εφαρμόζεται από εκπαιδευμένα άτομα, δηλαδή μία θεραπεία που συνδυάζει μασάζ και αιθέρια έλαια. Περιλαμβάνονται διάφορα μείγματα ελαίων εισχωρείται στο δέρμα και φτάνουν στα εσωτερικά όργανα, ακόμη και στον εγκέφαλο έτσι ώστε να ηρεμούν τα νευρικά κύτταρα του ατόμου.

Θεραπεία με τη χρήση φυσικών προϊόντων

- ✓ Μασάζ με ζεστές πέτρες όπως η θεραπεία με τις ηφαιστειακές θερμές πέτρες που συμβάλλουν στην ανακούφιση του σώματος και των μυών.
- ✓ Candleμασάζ, δηλαδή κρεμώδες ζεστό κερί πάνω στο σώμα, με αποτέλεσμα την απόλυτη ηρεμία και τη ενυδάτωση του δέρματος, σε βάθος, με τη μέθοδο των ήπιων και έντονων μαλάξεων.
- ✓ Θεραπεία με βότανα, από την αρχαιότητα, δηλαδή, τα βότανα και το μασάζ αποδείκνυαν τις θεραπευτικές και αναλγητικές ικανότητες. Στις μέρες μας, ένα ποσοστό 75% περίπου των φαρμάκων προκύπτει από τις θεραπευτικές ιδιότητες των φυτών.
- ✓ Σοκολατοθεραπεία, χαλαρωτικό μασάζ, ιδανική θεραπεία για τη καταπολέμηση του άγχους.
- ✓ Μασάζ με ξυλάκια Bamboo, με κυλινδρικές κινήσεις, δηλαδή, χαλαρώνουν τη πλάτη, τους ώμους και λαιμό από τους πόνους και με πιέσεις στους μεσημβρινούς ξυπνούν τα ενεργειακά πεδία του σώματος.
- ✓ MudBodyWrap, θεραπεία λάσπης γνωστή, από τους αρχαίους πολιτισμούς ακόμα, για τα μεταλλικά στοιχεία και τις φυσικές βιταμίνες που περιέχεται στην ειδική αυτή λάσπη.

Θαλασσοθεραπεία

Μία μέθοδος θεραπείας σώματος για κάποιες ασθένειες η οποία χρησιμοποιεί το θαλασσίνο νερό μαζί με τον ήλιο και τον αέρα. Με βάση ορισμένες έρευνες, αποδείχτηκε ότι το νερό της θάλασσας περιλαμβάνει παραπάνω από 80 στοιχεία που θεωρούνται σημαντικά για το σώμα του ανθρώπου και για να γίνει πιο εύκολη η διαδικασία απόκτησης των στοιχείων αυτών, είναι απαραίτητο η θερμοκρασία να είναι περίπου η ίδια με αυτή του σώματος, δηλαδή, περίπου 35° – 37° κελσίου. Επιπρόσθετα, το θαλασσίνο νερό δυναμώνει τον οργανισμό, γιατρεύει τον άνθρωπο από γυναικολογικές, δερματολογικές παθήσεις και ρευματολογικές ασθένειες, συμβάλλει στη βελτίωση του αναπνευστικού συστήματος και στη μυοσκελετική αποκατάσταση, βοηθάει στη μείωση των ψυχοσωματικών ασθενειών, όπως τη κατάθλιψη, το άγχος και τη κόπωση.

Αποτοξίνωση και Μασάζ Κυτταρίτιδας με Λεμφικές Μαλάξεις

Το εξειδικευμένο μασάζ κυτταρίτιδας είναι ιδανικό για την καλύτερευση της υφής του δέρματος και για την αποκατάσταση των οιδημάτων. Δημιουργείται ένας συνδυασμός θεραπείας που σχετίζεται με την αποτοξίνωση του σώματος και την καταπολέμηση της κυτταρίτιδας και με τη χρήση των λεμφικών μαλάξεων οι οποίες χαρακτηρίζονται ως ειδικές τεχνικές με σκοπό την αποσυμφόρηση της λέμφου.

Θεραπείες σχετικά με το πρόσωπο

Ανάλογες θεραπείες που περιλαμβάνουν οι χώροι των spa, διαθέτουν και για το πρόσωπο. Ορισμένες από αυτές είναι οι εξής :

Ανάλογα με τις ανάγκες του κάθε επισκέπτη, προσφέρονται οι κατάλληλες θεραπείες για όλους τους τύπους δέρματος :

- Ενυδάτωση
- Καθαρισμός με ατμό
- Κυτταρική ανανέωση
- Λεύκανση
- Οξυγόνωση
- Αντιγήρανση

Μασάζ Κεφαλής, δηλαδή με ειδικές χειρομαλάξεις στους ώμους και στο λαιμό με ιδιαίτερη προσοχή τη περιοχή ανάμεσα στα μάτια, το τριχωτό της κεφαλής και τους κροτάφους. Επιπλέον, συμβάλλει στη μείωση των ημικρανιών, διώχνει το έντονο ψυχοσωματικό άγχος, προκαλεί το αίσθημα της αναζωογόνησης και της

απόλυτης ευεξίας. Εφαρμόζονται η σοκολατοθεραπεία, δηλαδή μάσκα με τη χρήση της σοκολάτας με σκοπό την υγεία και την ευεξία του δέρματος, η θεραπεία ματιών έτσι ώστε να καταπολεμούνται τα προβλήματα γύρω από τα μάτια, όπως οι μαύροι κύκλοι, οι ρυτίδες και «οι σακούλες» και η λασποθεραπεία, η οποία είναι μάσκα συσφικτική, λευκαντική και αναπλαστική με αποτέλεσμα να επαναφέρει στο δέρμα τη χαμένη του σφριγηλότητα και να εξαφανίζει του ερεθισμούς.

3.4 Διεθνείς εξελίξεις στο Τουρισμό Ευεξίας και οι Τάσεις του στο Διεθνή χώρο

Με βάση αυτά που υποστηρίζουν οι Βασιλείου και Τσάρτας (2009), η ελληνική αγορά υιοθετεί τις τάσεις της διεθνούς αγοράς τουρισμού ευεξίας τις περισσότερες φορές, έστω και αργοπορημένα όσον αφορά το χρόνο. Μολονότι, η διεθνής αγορά τουρισμού ευεξίας βρίσκεται στο στάδιο της ανάπτυξης, στον ελλαδικό χώρο τοποθετείται στα πρώτα στάδια της εισαγωγής. Παρόλο που η Ελλάδα γενικότερα δεν μπορεί να χαρακτηριστεί ως τουριστικός προορισμός ευεξίας, σε κάποιους ελληνικούς προορισμούς, με όσα μέχρι στιγμής παρατηρούμε ότι μπορεί να καταφέρει η ιδιωτική πρωτοβουλία όταν πραγματοποιούνται υπεύθυνες επενδύσεις, η αγορά έχει τη δυνατότητα να χαρίσει ένα ανταγωνιστικό, εμπλουτισμένο και διαφοροποιημένο προϊόν. Επιπλέον, εξαιτίας του ότι η χώρα δεν έχει δημιουργήσει αυστηρές και σαφείς προδιαγραφές για τα θέρετρα ευεξίας, όλα τα είδη των κέντρων και των ξενοδοχείων έχουν την ευκαιρία να εφαρμόζουν υπηρεσίες ευεξίας χωρίς να είναι υποχρεωμένα να τηρούν συγκεκριμένες προϋποθέσεις και συγκεκριμένους κανόνες. Μέχρι τώρα η Ελλάδα διαθέτει ορισμένα θέρετρα ευεξίας, τα οποία με τις κατάλληλες υποδομές και με την κατάλληλη οργάνωση θα καταφέρουν να ενισχύσουν την ανάπτυξη της Ελλάδας σχετικά με τους προορισμούς ευεξίας σε μερικά χρόνια. Δεν γίνεται, με λίγα λόγια, η ελληνική αγορά να θεωρηθεί έμπειρη όσον αφορά το προορισμό ευεξίας, λόγω του ότι δεν κατέχει κάποιον κεντρικό σχεδιασμό γι' αυτής της μορφής επιχειρηματικότητα.

Επιπρόσθετα, ο τουρισμός ευεξίας αποτελεί κάτι παραπάνω από μία περαστική τάση και τα ταξίδια που αφορούν αυτό το τομέα τουρισμού θεωρούνται από τα ταχύτερα αναπτυσσόμενα ταξίδια. Οι πολίτες των περισσότερων ευρωπαϊκών χωρών συνηθίζουν, αρκετά, να πηγαίνουν σε κέντρα ευεξίας και σπα. Ωστόσο, οι ταξιδιώτες ευεξίας που επισκέπτονται την Ευρώπη θεωρούνται περισσότερο εξελιγμένοι και άλλοι που στοχεύουν, κυρίως, στη πρόληψη. Επιπλέον, η Ευρώπη έχει αποδειχτεί, παγκόσμια, δεύτερη περιοχή για δαπάνες τουρισμού ευεξίας και πρώτη, παγκόσμια, όσον αφορά τον εισερχόμενο τουρισμό ευεξίας. Όλο και περισσότερο οι ευρωπαίοι ταξιδιώτες επιθυμούν να κάνουν ταξίδια μεγάλων αποστάσεων που σχετίζονται με το τουρισμό ευεξίας, μολονότι τα

περισσότερο εξερχόμενα ταξίδια ευεξίας πραγματοποιούνται στο εσωτερικό της Ευρώπης.

Οι ευρωπαίοι ταξιδιώτες ευεξίας επιθυμούν και αναζητούν όλο και περισσότερο ανέσεις, ποιότητα, την καλύτερη εξυπηρέτηση και γενικότερα την ευελιξία. Χαρακτηρίζονται έμπειροι και σοφιστικέ ταξιδιώτες και η ποιότητα των απαιτήσεων τους, πλέον, σχετίζεται με τις προτιμήσεις τους όσον αφορά τις καθαρές, καλά διατηρημένες και ασφαλείς εγκαταστάσεις, με το φιλικό και καταρτισμένο προσωπικό, με τη προσωπική φροντίδα σε συγκεκριμένες ανάγκες, με την υπηρεσία αποσκευών, με τα υγιεινά γεύματα και τα καθαρά δωμάτια. Δηλαδή, το προϊόν ευεξίας χρειάζεται να περιλαμβάνει ορισμένα χαρακτηριστικά έτσι ώστε να δίνεται στους Ευρωπαίους τουρίστες ευεξίας. Ακόμη, κατανοούμε ότι οι ευρωπαίοι ταξιδιώτες προτιμούν τις επιλογές για κρατήσεις τις τελευταίες στιγμές και τη ποικιλία προσφορών ευεξίας έτσι ώστε να έχουν αρκετές εναλλακτικές. Με λίγα λόγια, οι τάσεις, αναφορικά, με την ευεξία αποτελούν οι επιλογές ταξιδιών των καταναλωτών, οι οποίες αφορούν είτε τα σχέδια του οποιοδήποτε ταξιδιού τους που επιθυμούν να πραγματοποιήσουν είτε το προσωπικό τους εμπλουτισμό.

Οι άνθρωποι που ταξιδεύουν σε έναν τουριστικό προορισμό επιθυμούν περισσότερο τις υπηρεσίες που σχετίζονται με τη καλύτερευση της υγείας τους. Οι ευρωπαίοι ταξιδιώτες ευεξίας θεωρούνται συνηθισμένοι όσο αφορά τις θεραπείες στο νερό, όπως τα ιαματικά νερά. Αυτές οι υπηρεσίες μπορεί να περιλαμβάνουν παραδοσιακές θεραπείες, όπως μασάζ σώματος ή βελονισμό ή ακόμα και γιόγκα ή διαλογισμό. Επίσης, ψάχνουν για εκδρομές με πολιτιστικά στοιχεία, όπως η μόρφωσή τους σχετικά με την ιστορία του τόπου στον οποίο έχουν ταξιδέψει για διακοπές ευεξίας και όταν αναζητούν ταξίδια στο εξωτερικό αυτής της μορφής τουρισμού επιθυμούν νέες, αυθεντικές θεραπείες και εμπειρίες. Συμπερασματικά, λοιπόν, οι τουρίστες ψάχνουν συστατικά που συνεισφέρουν στην υγεία, στη διατήρηση της αυθεντικότητας και να διαθέτουν συμπληρωματικές δραστηριότητες μη ευεξίας. Υπάρχει πολύς κόσμος, ο οποίος δεν επιθυμεί μόνο ταξίδια ευεξίας, αλλά προσδοκάνε έναν υγιή τρόπο ζωής ακόμα και αν το ταξίδι αυτό πραγματοποιείται για επαγγελματικούς λόγους. Τα ξενοδοχεία και τα αεροδρόμια στοχεύουν στην αναζήτηση αυτού του είδους πελάτες οι οποίοι είναι ταξιδεύουν για επαγγελματικούς λόγους αλλά και για λόγους αναψυχής.

Τα άτομα που επιθυμούν να πραγματοποιήσουν τουρισμό ευεξίας, προτιμούν χώρες εντός αλλά και εκτός Ευρώπης. Οι περισσότερες χώρες της Ευρώπης ανήκουν μέσα στις κορυφαίες χώρες του κόσμου όσον αφορά τον τουρισμό ευεξίας και οι χώρες που αποτελούνται από τις περισσότερες εισερχόμενες και διεθνείς αφίξεις θεωρούνται η Αυστρία, η Γερμανία, οι Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής, η Γαλλία και η Ελβετία, ενώ στην Ιαπωνία, στη Γερμανία, στη Κίνα,

στις Ηνωμένες Πολιτείες και στη Γαλλία γίνονται τα περισσότερα εγχώρια ταξίδια τουρισμού ευεξίας.

Παρόλο που το 84% των ταξιδιών ευεξίας, παγκόσμια, σχετίζεται με τα εγχώρια ταξίδια, πολλοί ταξιδιώτες επιθυμούν περισσότερο τα μακρινά ταξίδια ευεξίας, δίνοντας ευκαιρίες στους πάροχους τουριστικών υπηρεσιών στις αναπτυσσόμενες χώρες. Ευρωπαϊκές χώρες όπως η Ιταλία, η Αυστρία, η Ελβετία και η Ισπανία διαθέτουν υψηλό δυναμικό για το τουρισμό ευεξίας και σχετικά με τα εισερχόμενα ταξίδια κι όχι τα εξερχόμενα, εντός της Ευρώπης, τη μεγαλύτερη αγορά τουρισμού ευεξίας κατέχουν η Γαλλία, το Ηνωμένο Βασίλειο και η Γερμανία. Επιπρόσθετα, σημαντικοί τουριστικοί προορισμοί ευεξίας για τους Ευρωπαίους ταξιδιώτες αποτελούν η Αίγυπτος, το Μαρόκο και η Τουρκία. Στην Ασία, τον Ειρηνικό και την Λατινική Αμερική όπως η Ταϊλάνδη, η Κίνα, η Ιαπωνία, η Ινδία, η Χιλή, η Αργεντινή, το Μεξικό και η Βραζιλία χαρακτηρίζονται από τις πιο δημοφιλείς αναπτυσσόμενες χώρες, οι οποίες ξεκίνησαν, πρόσφατα και σιγά σιγά, να χαρακτηρίζονται προορισμοί ευεξίας.

Επίσης, υπάρχουν πολλοί παράγοντες που οδηγούν στη ζήτηση του τουρισμού ευεξίας από τους οποίους τον κυρίαρχο αποτελεί η ταχεία γήρανση του πληθυσμού, όπου στη συνταξιοδότηση θα προσπαθήσει να επαναφέρει όσο περισσότερο γίνεται τη καλή φυσική κατάσταση και υγεία του. Επιπλέον, ο ευρωπαϊκός τουρισμός ευεξίας θα αναπτυχθεί σημαντικά κατά τις επόμενες δεκαετίες, λόγω του αυξημένου άγχους και την τάση των ανθρώπων να ψάχνουν για την απόλυτη ευημερία τους. Ακόμη, έχουν προκύψει αρκετές τάσεις που δίνουν ευκαιρίες στην ευρωπαϊκή αγορά σχετικά με το τουρισμό ευεξίας αποτελούν οι εξής :

- ❖ Η αυθεντική εμπειρία
- ❖ Η αυξημένη έμφαση στη πνευματική ευεξία
- ❖ Τα ταξίδια ευεξίας που γίνονται από το γυναικείο φύλο
- ❖ Ο γηράσκων πληθυσμός
- ❖ Η αύξηση της ευαισθητοποίησης για την υγεία
- ❖ Η ενσωμάτωση στοιχείων για την υγεία στα ταξίδια

Οι τελευταίες τάσεις στη διεθνή αγορά τουρισμού ευεξίας, σύμφωνα με αυτά που υποστηρίζουν οι Βασιλείου και Τσάρτας, αποτελούν οι επιχειρήσεις που κινούνται με βάση το τουρισμό ευεξίας και ψάχνουν τη δοκιμή νέων καναλιών διανομής, όπως touroperator, εξειδικευμένες ιστοσελίδες, κλπ., έτσι ώστε δημιουργηθεί χαμηλότερο κόστος, ταχύτερη και καλύτερη πρόσβαση στην αγορά με σκοπό τη μείωση του επιχειρηματικού κινδύνου και την αύξηση των πωλήσεων. Επίσης, επισημαίνεται ότι σε ορισμένες περιπτώσεις πολλοί προορισμοί και πολλές επιχειρήσεις τουρισμού, προκειμένου να υπάρξει ένας πιο αποτελεσματικός και συνολικός έλεγχος, προτιμούν την άμεση παράδοση των προϊόντων τους, δηλαδή επιδιώκουν την άμεση προσωπική τους επαφή με τον

επισκέπτη στους χώρους ευεξίας. Ακόμη, οι απευθείας πωλήσεις, οι τοπικοί εισερχόμενοι και εξειδικευμένοι touroperators ευεξίας χαρακτηρίζονται ως τα πιο σημαντικά εμπορικά κανάλια για τους πάροχους τουρισμού ευεξίας στις αναπτυσσόμενες χώρες.

Κεφάλαιο 4

4.1 Θέμα και Στόχοι της έρευνας

Όλη αυτή η βιβλιογραφική επισκόπηση που αναλύθηκε στα πρώτα κεφάλαια στόχευε στη κατάσταση που επικρατεί αναφορικά με τη διερεύνηση των προοπτικών και των τάσεων σχετικά με τον Τουρισμό Ευεξίας και των χαρακτηριστικών που περιλαμβάνονται σ' αυτόν. Το εμπειρικό μέρος της μελέτης έχει ως στόχο τη στατιστική επεξεργασία ερωτηματολογίων και τη συλλογή πρωτογενών δεδομένων με σκοπό την απάντηση ερωτημάτων και την επαλήθευση ή όχι διαπιστώσεων σχετικών με την αξιολογητική διαδικασία που πραγματοποιήθηκε από διάφορες ξενοδοχειακές μονάδες. Για τη πραγματοποίηση των προαναφερθέντων στόχων και για την αποτύπωση της ίδιας της πραγματικότητας, η πρωτογενής έρευνα τέθηκε σε εφαρμογή με εργαλεία τόσο περιγραφικής όσο και επαγωγικής στατιστικής.

Χρειάζεται, λοιπόν, μία σειρά από ερευνητικά ερωτήματα, τα οποία θα συντελέσουν στην ανάλυση των ζητημάτων της παρούσας μελέτης σκοπεύοντας στην ολοκλήρωση της έρευνας. Έτσι, η παρακάτω, ουσιαστικά, μελέτη σκοπεύει :

- ❖ Να δείξει το πόσο εκτιμάται και με ποια κριτήρια αξιολογείται ο τουρισμός ευεξίας και τα “sra” από τις ξενοδοχειακές μονάδες
- ❖ Να διευκρινίσει τα κριτήρια με τα οποία με τα οποία κρίνεται η ποιότητα των υπηρεσιών βάση της εμπειρίας των χρηστών του τουρισμού ευεξίας και κυρίως των “sra” στα ξενοδοχεία
- ❖ Να εκτιμηθούν θετικά ή αρνητικά οι αξιολογητικοί στόχοι
- ❖ Να περιγράψει το περιεχόμενο της αξιολόγησης

4.2 Μέθοδος Δειγματοληψίας

Δειγματοληψία αποτελεί η συλλογή παρατηρήσεων από ένα δείγμα, δηλαδή ένα μέρος των ατόμων του πληθυσμού. Η βάση της αξιοπιστίας, η οποία θα διαπιστωθεί στα τελικά αποτελέσματα, είναι η δειγματοληπτική μέθοδος η οποία χρειάζεται να εφαρμοσθεί σε μία έρευνα. Η αντιπροσωπευτικότητα του δείγματος θεωρείται ο

επιδιωκόμενος αντικειμενικός σκοπός ανεξάρτητα από την οποιαδήποτε μέθοδο κατασκευής δείγματος, η οποία θα ακολουθηθεί. Το πόσο σωστά ένα δείγμα εκφράζει το πληθυσμό διαπιστώνεται από το δειγματοληπτικό πλαίσιο, το σχεδιασμό διαδικασίας συλλογής και το μέγεθος του δείγματος. Οι μέθοδοι δειγματοληψίας διαίρουνται σε δύο κατηγορίες και η κάθε μία από αυτές χωρίζονται σε υποκατηγορίες. Η πρώτη κατηγορία ονομάζεται τυχαία δειγματοληψία με υποκατηγορίες τη δειγματοληψία κρίσεως, αναλογικής και ευκολίας.

Για τη συγκεκριμένη έρευνα, εφαρμόστηκε η απλή τυχαία δειγματοληψία, η οποία είναι, μάλλον, και η πιο γνώριμη μέθοδος για την επιλογή αντιπροσωπευτικού δείγματος. Σε αυτή τη μέθοδο περιέχεται και το χαρακτηριστικό ότι κάθε μονάδα του πληθυσμού περιλαμβάνει την ίδια πιθανότητα επιλογής στο δείγμα και σε οποιαδήποτε κλήρωση η πιθανότητα επιλογής παραμένει ίδια για όλες τις μονάδες. Η απλή τυχαία δειγματοληψία καταλήγει σε αντιπροσωπευτικό δείγμα του υπό έρευνα πληθυσμού και, επομένως, τα αποτελέσματα θεωρούνται γενικεύσιμα προς το πληθυσμό.

Η απογραφή των ερωτηματολογίων έγινε στο κέντρο της περιοχής κατά της μεσημεριανές με απογευματινές ώρες που οι επισκέπτες έχουν την ευκαιρία να αφιερώσουν λίγο παραπάνω χρόνο, κατά τους μήνες Μάρτιο – Απρίλιο που και η τουριστική κίνηση φαίνεται ιδιαίτερα αυξημένη.

4.3 Πληθυσμός και Μέγεθος Δειγματοληψίας

Ο πληθυσμός σε ένα δείγμα αποτελεί το σύνολο των υπό μελέτη στοιχείων. Στη συγκεκριμένη περίπτωση, για να καταλήξουμε σε ένα πληθυσμό ιδανικό για την έρευνα αυτή, πραγματοποιήθηκε μια μελέτη μέσω ίντερνετ για το ποια ξενοδοχεία προσφέρουν υπηρεσίες ευεξίας – spa στο κέντρο της Θεσσαλονίκης και έτσι, επιλέχθηκαν τυχαία 60 τουριστική επισκέπτες και 10 ξενοδόχοι – διευθυντές ξενοδοχειακών μονάδων, συγκεκριμένα, ηλικίες άνω των 18 ετών, με αποτέλεσμα να μπορούν να κρίνουν σωστά και να ανταποκριθούν λογικά στις ερωτήσεις που τους δόθηκαν.

4.4 Δομή Ερωτηματολογίων

Συντάχθηκαν δύο ερωτηματολόγια, ένα για τους πελάτες των ξενοδοχείων – Spa με 11 κλειστού τύπου ερωτήσεις και ένα για τους ξενοδόχους που κατέχουν μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες με 15 ερωτήσεις κλειστού τύπου και με τη συγκριτική κλίμακα Likert που χρησιμοποιήθηκε σε ορισμένες απ' αυτές.

Το ερωτηματολόγιο, που αφορούσε τους πελάτες των ξενοδοχειακών μονάδων – Spa, αναφερόταν στα δημογραφικά χαρακτηριστικά των ερωτηθέντων, στη συχνότητα των επισκέψεών τους σ' αυτά και με βάση τη κρίση τους στην αξιολόγηση των υπηρεσιών των ξενοδοχείων όσον αφορά την ευεξία και τα Spa που περιλαμβάνονται στις ξενοδοχειακές μονάδες. Αντίθετα το ερωτηματολόγιο που απευθυνόταν στους

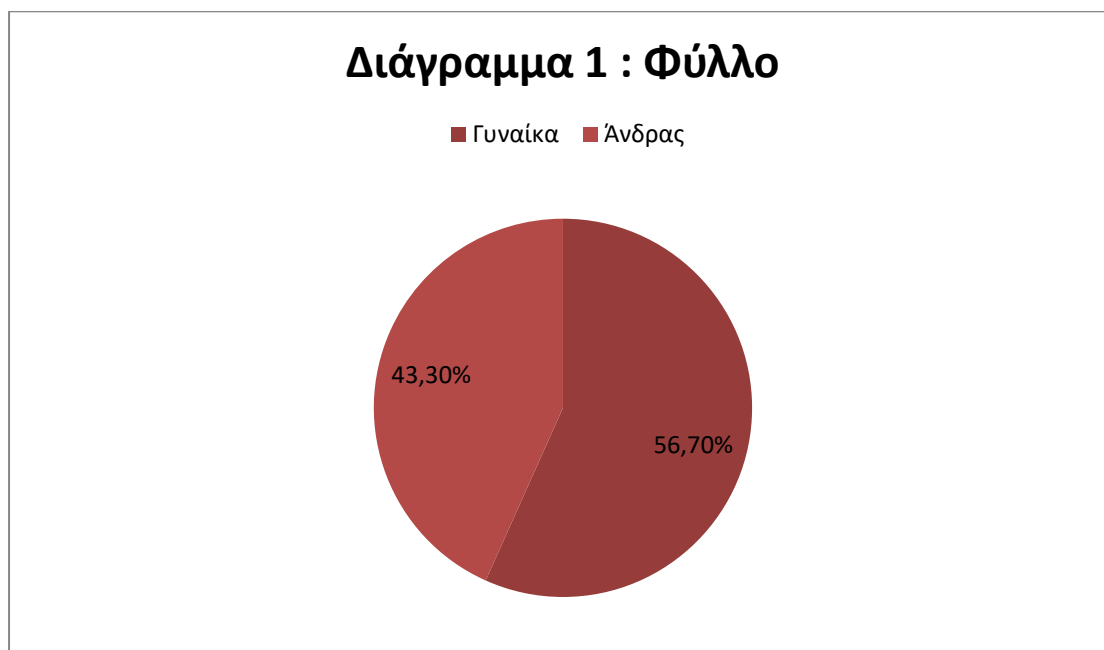
ξενοδόχους περιλάμβανε ερωτήσεις που σχετίζονταν με τις τάσεις και τις προοπτικές του προϊόντος ευεξίας στην Ελλάδα, με τα προβλήματα που αντιμετωπίζει ο τουρισμός ευεξίας στην Ελλάδα, με τις υπηρεσίες “spa” που προσφέρονται στα ξενοδοχεία και τη προώθησή τους, με τους πελάτες που δέχονται στα ξενοδοχεία τους, με τη στρατηγική που χρησιμοποιούν και τον ανταγωνισμό που υπάρχει μεταξύ των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων.

Κεφάλαιο 5

5.1 Αποτελέσματα Έρευνας

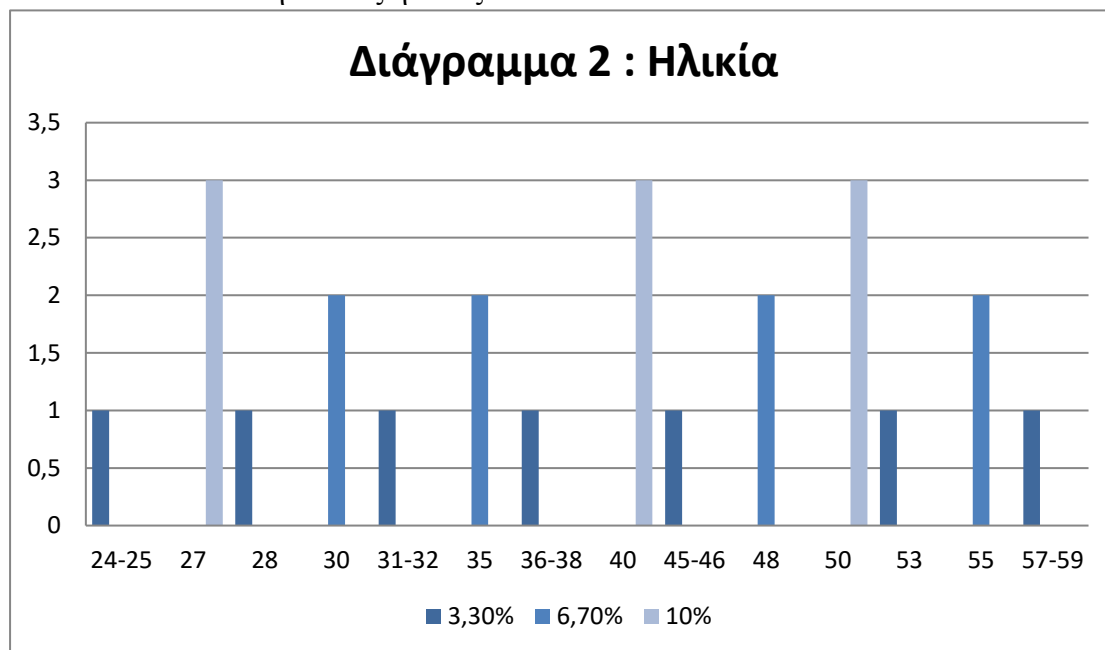
Α) Τα αποτελέσματα του ερωτηματολογίου που απευθύνθηκε στους πελάτες είναι τα εξής :

Στην αρχή, εξετάζονται τα δημογραφικά χαρακτηριστικά του ερωτηματολογίου του μοιράστηκαν στους πελάτες. Το 43,30% του δείγματος αφορά τους άνδρες και το 56,70% αφορά τις γυναίκες.



Όσον αφορά το διάγραμμα που αφορά την ηλικία, το 10% των ερωτηθέντων ανήκει στις ηλικίες των 24 – 25, των 28, των 31 – 32, των 36 – 38, των 45 – 46, των 53 και των 57 – 59. Το 30% ανήκει στις ηλικίες των 30, των 35, των 58 και των 55 ετών και

το υπόλοιπο 70% ανήκει στις ηλικίες των 27 των 40 και των 50 ετών.



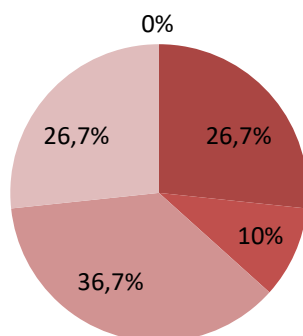
Σχετικά με το διάγραμμα που αφορά την οικογενειακή κατάσταση, το 56,7% ήταν παντρεμένοι και το 43,3% ήταν ελεύθεροι.



Όσον αφορά την εκπαίδευση των ερωτηθέντων, το 36,7% ήταν πτυχιούχοι πανεπιστημίου, το 10% ήταν απόφοιτοι ΙΕΚ, το 26,7% ήταν απόφοιτοι γυμνασίου/λυκείου και κάτοχοι μεταπτυχιακού.

Διάγραμμα 5 : Εκπαίδευση

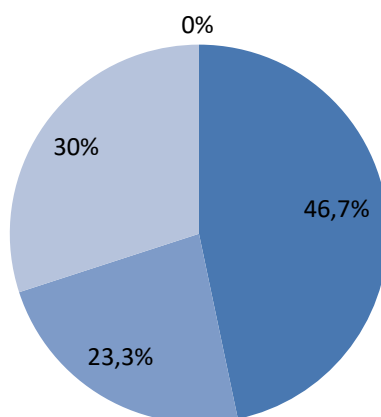
- Απόφοιτος Δημοτικού
- Απόφοιτος Γυμνασίου/Λυκείου
- Απόφοιτος ΙΕΚ
- Πτυχιούχος Πανεπιστημίου
- Κάτοχος Μεταπτυχιακού



Σχετικά με την επαγγελματική κατάσταση των ερωτηθέντων, το 23,3% είναι δημόσιοι υπάλληλοι, το 30% είναι επιχειρηματίες και το 46,7% είναι ιδιωτικοί υπάλληλοι.

Διάγραμμα 6 : Επαγγελματική Κατάσταση

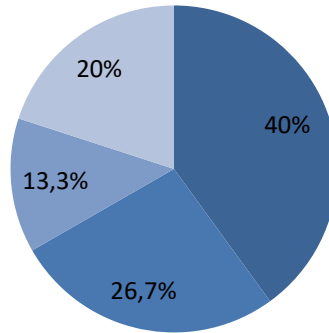
- Φοιτητής
- Ιδιωτικός Υπάλληλος
- Δημόσιος Υπάλληλος
- Επιχειρηματίας



Αναφορικά με την ερώτηση του «πόσο συχνά έρχεστε στο συγκεκριμένο “spa”», το 13,3% των ερωτηθέντων απάντησε **αρκετά συχνά**, το 26,7% απάντησε **συχνά**, το 20% απάντησε **συστηματικά** και το 40% απάντησε **κάποιες φορές**.

Διάγραμμα 6 : << Πόσο συχνά έρχεστε στο συγκεκριμένο "sra";>>

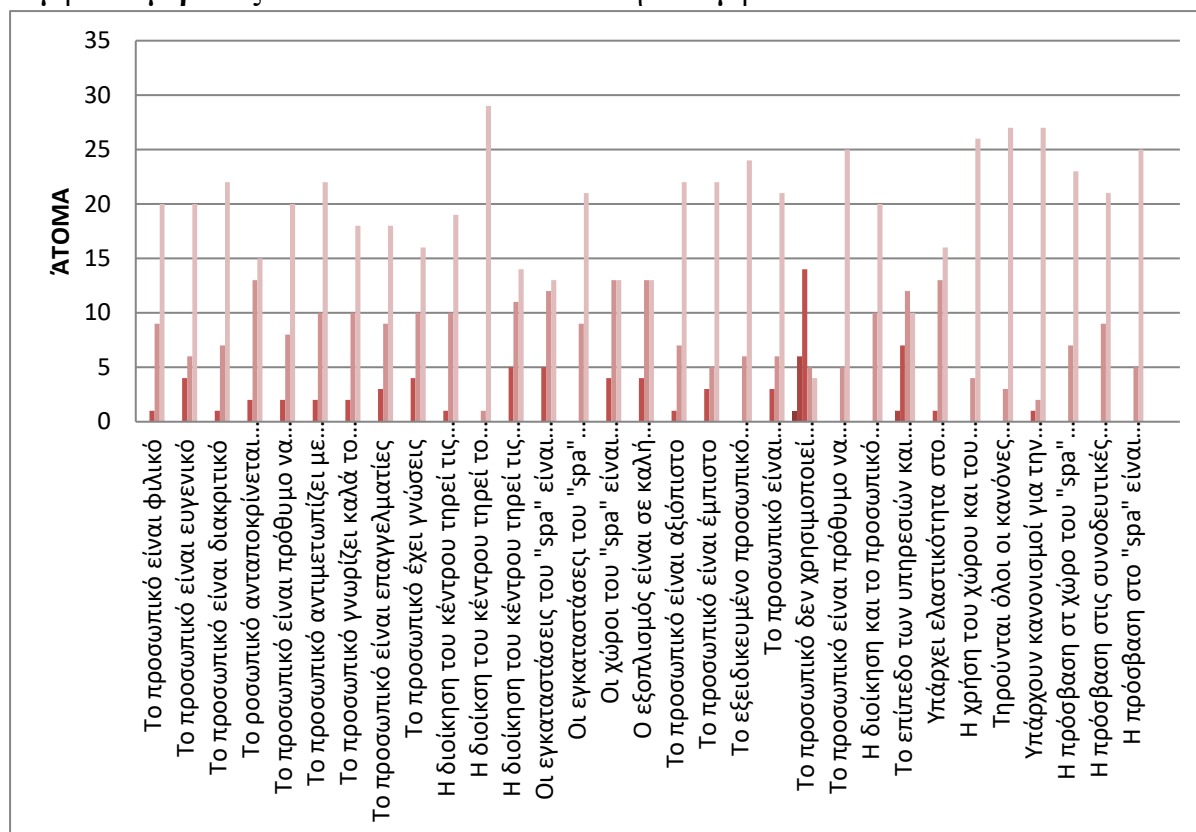
■ Κάποιοες Φορές ■ Συχνά ■ Αρκετά Συχνά ■ Συστηματικά



Διάγραμμα 7 : Σύμφωνα με τη κρίση των ερωτηθέντων, όσον αφορά το αν το προσωπικό είναι φιλικό, το 1% απάντησε **έτσι κι έτσι**, το 9% απάντησε **συμφωνώ μερικώς** και το υπόλοιπο 90% απάντησε **συμφωνώ απόλυτως**. Όσον αφορά το αν το προσωπικό είναι ευγενικό, το 4% απάντησε **έτσι κι έτσι**, το 6% απάντησε **συμφωνώ μερικώς** και το υπόλοιπο 80% απάντησε **συμφωνώ απόλυτα**. Όσον αφορά το αν το προσωπικό είναι διακριτικό, το 1% απάντησαν **έτσι κι έτσι**, το 7% απάντησε **συμφωνώ μερικώς** και το υπόλοιπο 92% απάντησε **συμφωνώ απόλυτα**. Όσον αφορά το αν το προσωπικό ανταποκρίνεται άμεσα στα προβλήματα των πελατών, το 2% απάντησε **έτσι κι έτσι**, το 48% απάντησε **συμφωνώ μερικώς** και το 50% απάντησε **συμφωνώ απόλυτα**. Όσον αφορά το προσωπικό αν είναι πρόθυμο να επιλύσει άμεσα τις απορίες των πελατών, το 2% απάντησε **έτσι κι έτσι**, το 8% απάντησε **συμφωνώ μερικώς** και το υπόλοιπο 90% απάντησε **συμφωνώ απόλυτα**. Σχετικά με το αν το προσωπικό αντιμετωπίζει με σοβαρότητα και ενδιαφέρον το πελάτη, το 2% απάντησε **έτσι κι έτσι**, το 6% των ερωτηθέντων απάντησε **συμφωνώ μερικώς** και το υπόλοιπο 92% απάντησε **συμφωνώ απόλυτως**. Σχετικά με το αν το προσωπικό γνωρίζει καλά το αντικείμενο της εργασίας του, το 2% απάντησε **έτσι κι έτσι**, το 10% απάντησε **συμφωνώ μερικώς** και το υπόλοιπο 88% απάντησε **συμφωνώ απόλυτα**. Όσον αφορά το αν το προσωπικό είναι επαγγελματίες, το 3% απάντησε **έτσι κι έτσι**, το 9% απάντησε **συμφωνώ μερικώς** και το υπόλοιπο 88% απάντησε **συμφωνώ απόλυτα**. Σχετικά με το αν το προσωπικό έχει γνώσεις, το 4% των ερωτηθέντων απάντησε **έτσι κι έτσι**, το 10% απάντησε **συμφωνώ μερικώς** και το υπόλοιπο 84% απάντησε **συμφωνώ απόλυτα**. Όσον αφορά το αν η διοίκηση του κέντρου τηρεί τις υποσχέσεις της απέναντι στους πελάτες, το 1% απάντησε **έτσι κι έτσι**, το 10% απάντησε **συμφωνώ μερικώς** και το υπόλοιπο 89% των ερωτηθέντων απάντησε **συμφωνώ απόλυτα**. Όσον αφορά το αν η διοίκηση του κέντρου τηρεί το

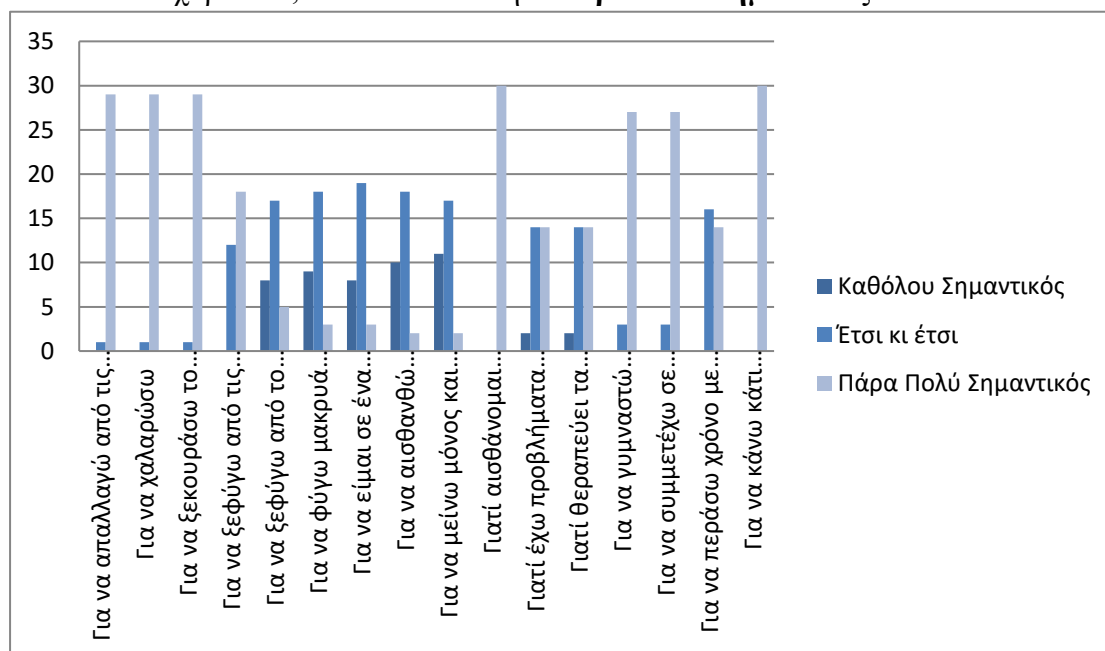
ωρολόγιο πρόγραμμα του Κέντρου “spa”, το 1% απάντησε **συμφωνώ μερικώς** και το 99% απάντησε **συμφωνώ απόλυτα**. Όσον αφορά το αν η διοίκηση του κέντρου τηρεί τις προδιαγραφές για τη λειτουργία του spa, το 5% απάντησε **έτσι κι έτσι**, το 11% απάντησε **συμφωνώ μερικώς** και το υπόλοιπο 84% απάντησε **συμφωνώ απόλυτα**. Σχετικά με το αν οι εγκαταστάσεις του spa είναι ελκυστικές, το 5% απάντησε **έτσι κι έτσι**, το 12% απάντησε **συμφωνώ μερικώς** και το υπόλοιπο 83% απάντησε **συμφωνώ απόλυτα**. Όσον αφορά το αν οι εγκαταστάσεις του spa τηρούν τις συνθήκες υγιεινής, το 9% απάντησε **συμφωνώ μερικώς** και το υπόλοιπο 91% απάντησε **συμφωνώ απόλυτα**. Σχετικά με το αν οι χώροι του spa είναι ευρύχωροι, το 4% των ερωτηθέντων απάντησε **έτσι κι έτσι**, το 48% απάντησε **συμφωνώ μερικώς** και το υπόλοιπο 48% απάντησε **συμφωνώ απόλυτα**. Σχετικά με το αν ο εξοπλισμός είναι σε καλή κατάσταση, πάλι, το 4% απάντησε **έτσι κι έτσι**, το 48% απάντησε **συμφωνώ μερικώς** και το υπόλοιπο 48% απάντησε **συμφωνώ απόλυτα**. Όσον αφορά το αν το προσωπικό είναι αξιόπιστο, το 1% απάντησε **έτσι κι έτσι**, το 7% απάντησε **συμφωνώ μερικώς** και το υπόλοιπο 92% των ερωτηθέντων απάντησε **συμφωνώ απόλυτα**. Σχετικά με το αν το προσωπικό είναι έμπιστο, το 3% απάντησε **έτσι κι έτσι**, το 5% απάντησε **συμφωνώ μερικώς** και το υπόλοιπο 92% απάντησε **συμφωνώ απόλυτα**. Όσον αφορά το αν το εξιδεικευμένο προσωπικό δίνει σωστές, ακριβείς οδηγίες και που μπορούν να εμπιστευτούν οι πελάτες, το 6% απάντησε **συμφωνώ μερικώς** και το υπόλοιπο 94% απάντησε **συμφωνώ απόλυτα**. Όσον αφορά το αν το προσωπικό είναι επεξηγηματικό σε κάθε απορία, το 3% των ερωτηθέντων απάντησε **έτσι κι έτσι**, το 6% απάντησε **συμφωνώ μερικώς** και το υπόλοιπο 91% απάντησε **συμφωνώ απόλυτα**. Όσον αφορά το αν το προσωπικό δεν χρησιμοποιεί δυσνόητη ιατρική ορολογία, το 1% απάντησε **διαφωνώ απόλυτα**, το 6% απάντησε **διαφωνώ μερικώς**, το 84% απάντησε **έτσι κι έτσι**, το 5% απάντησε **συμφωνώ μερικώς** και το 4% απάντησε **συμφωνώ απόλυτα**. Όσον αφορά το αν το προσωπικό είναι πρόθυμο να δώσει πληροφορίες, το 5% απάντησε **συμφωνώ μερικώς** και το υπόλοιπο 95% των ερωτηθέντων απάντησε **συμφωνώ απόλυτα**. Όσον αφορά τη διοίκηση και το προσωπικό στο αν γνωρίζουν καλά τις ανάγκες των πελατών, το 10% απάντησε **συμφωνώ μερικώς** και το υπόλοιπο 90% απάντησε **συμφωνώ απόλυτα**. Σχετικά με το αν το επίπεδο και το κόστος τους είναι συμβατό με τις απαιτήσεις του πελάτη και τις οικονομικές του δυνατότητες, το 1% απάντησε **διαφωνώ μερικώς**, το 7% απάντησε **έτσι κι έτσι**, το 82% απάντησε **συμφωνώ μερικώς** και το υπόλοιπο 10% απάντησε **συμφωνώ απόλυτα**. Σχετικά με το αν υπάρχει ελαστικότητα στο πρόγραμμα των υπηρεσιών ώστε να ικανοποιείται ο κάθε πελάτης, το 1% απάντησε **έτσι κι έτσι**, το 13% απάντησε **συμφωνώ μερικώς** και το υπόλοιπο 84% απάντησε **συμφωνώ απόλυτα**. Όσον αφορά το αν η χρήση του χώρου και του εξοπλισμού είναι ασφαλή, το 4% απάντησε **συμφωνώ μερικώς** και το υπόλοιπο 96% απάντησε **συμφωνώ απολύτως**. Σχετικά με το αν τηρούνται όλοι οι κανόνες ασφαλείας, το 3% των ερωτηθέντων απάντησε **συμφωνώ μερικώς** και το υπόλοιπο 97% απάντησε **συμφωνώ απόλυτα**. Σχετικά με το ότι υπάρχουν κανονισμοί για την ορθή χρήση των χώρων του spa, το 1% των ερωτηθέντων απάντησε **έτσι κι έτσι**, ένα 2% απάντησε **συμφωνώ μερικώς** και το υπόλοιπο 97% απάντησε **συμφωνώ απόλυτα**. Όσον

αφορά το ότι η πρόσβαση στο χώρο του spa είναι εύκολη, το 7% απάντησε **συμφωνώ μερικώς** και το υπόλοιπο 93% των ερωτηθέντων απάντησε **συμφωνώ απόλυτα**. Σχετικά με το ότι η πρόσβαση στις συνοδευτικές υπηρεσίες είναι εύκολη, το 9% απάντησε **συμφωνώ μερικώς** και το υπόλοιπο 91% απάντησε **συμφωνώ απόλυτα**. Τέλος, όσον αφορά στο ότι η πρόσβαση στο spa είναι εύκολη, το 5% απάντησε **συμφωνώ μερικώς** και το υπόλοιπο 95% απάντησε **συμφωνώ απόλυτα**.



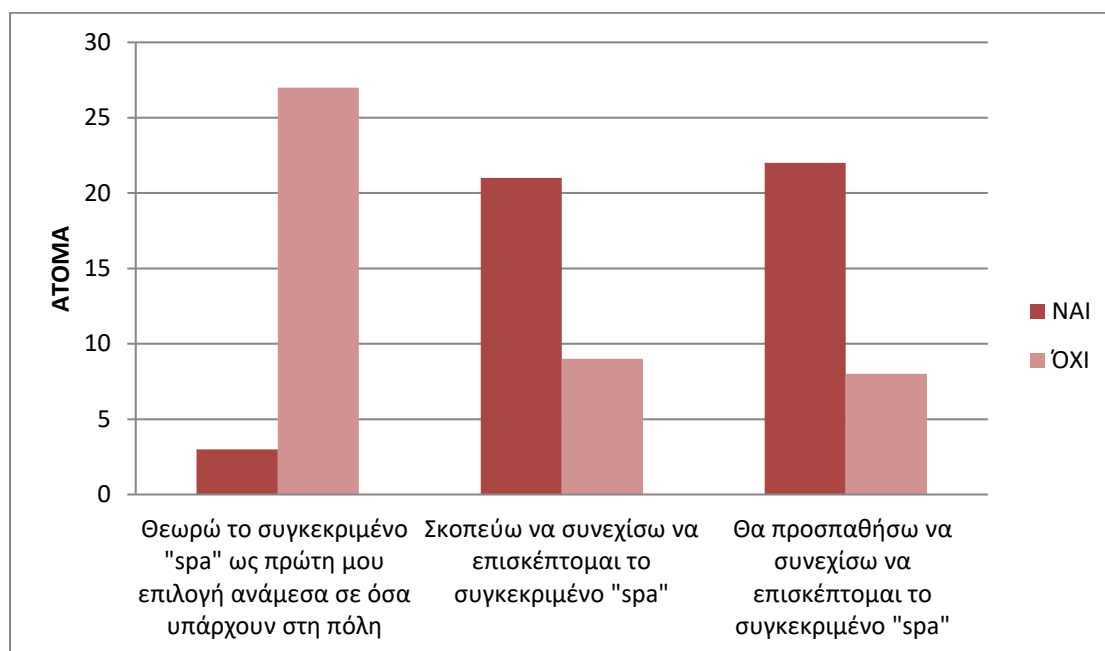
Διάγραμμα 8 : Αποτελέσματα εκτίμησης των ερωτηθέντων κατά πόσο σημαντικό είναι ορισμένοι λόγοι ώστε να έρθουν στο συγκεκριμένο ξενοδοχείο – SPA : Σχετικά με το «Για να απαλλαγώ από τις καθημερινές εντάσεις», το 1% απάντησε **έτσι κι έτσι** και το 99% απάντησε ότι ο λόγος αυτός είναι **πάρα πολύ σημαντικός**. Όσον αφορά το λόγο «Για να χαλαρώσω», το 1% απάντησε **έτσι κι έτσι** και το 99% απάντησε ότι είναι **πάρα πολύ σημαντικός** ο λόγος αυτός. Όσον αφορά το λόγο «Για να ξεκουράσω το πνεύμα μου», το 1% απάντησε **έτσι κι έτσι** και το 99% απάντησε ότι ο λόγος αυτός είναι **πάρα πολύ σημαντικός**. Σχετικά με το λόγο «Για να ξεφύγω από τις καθημερινές υποχρεώσεις», το 12% απάντησε **έτσι κι έτσι** και το υπόλοιπο 88% απάντησε ότι ο λόγος αυτός είναι **πάρα πολύ σημαντικός**. Όσον αφορά το λόγο «Για να ξεφύγω από το συνωστισμό των πόλεων», το 8% απάντησε **καθόλου σημαντικός**, το 87% απάντησε **έτσι κι έτσι** και το 5% απάντησε **πάρα πολύ σημαντικός**. Όσον αφορά το λόγο «Για να φύγω μακριά από τους άλλους ανθρώπους», το 9% απάντησε **καθόλου σημαντικός** λόγος, το 88% απάντησε **έτσι κι έτσι** και το 3% απάντησε **πάρα πολύ σημαντικός**. Σχετικά με το λόγο «Για να είμαι

σε ένα ήσυχο μέρος», το 8% απάντησε **καθόλου σημαντικός**, δεκαεννέα στους τριάντα απάντησαν **έτσι κι έτσι** και το 3% απάντησε ότι είναι **πάρα πολύ σημαντικός** λόγος. Σχετικά με το λόγο «Για να αισθανθώ απομονωμένος», δέκα στους τριάντα απάντησαν **καθόλου σημαντικός**, το 89% απάντησε **έτσι κι έτσι** και δύο στους τριάντα απάντησαν **πάρα πολύ σημαντικός**. Σχετικά με το λόγο «Για να μείνω μόνος και να σκεφτώ», το 11% απάντησε **καθόλου σημαντικός**, το 87% απάντησε **έτσι κι έτσι** και το 2% απάντησε **πάρα πολύ σημαντικός**. Όσον αφορά το λόγο «Γιατί αισθάνομαι αναζωογονημένος», το 100% απάντησε **πάρα πολύ σημαντικός**. Όσον αφορά το λόγο «Γιατί έχω προβλήματα υγείας», το 2% απάντησε **καθόλου σημαντικός**, το 49% απάντησε **έτσι κι έτσι** και το υπόλοιπο 49% απάντησε **πάρα πολύ σημαντικός**. Σχετικά με το λόγο «Γιατί θεραπεύει τα προβλήματα υγείας μου», πάλι, το 2% απάντησε **καθόλου σημαντικός**, το 49% απάντησε **έτσι κι έτσι** και το υπόλοιπο 49% απάντησε **πάρα πολύ σημαντικός**. Σχετικά με το λόγο «Για να γυμναστώ ταυτόχρονα», το 3% απάντησε **έτσι κι έτσι** και το υπόλοιπο 97% απάντησε **πάρα πολύ σημαντικός**. Όσο αφορά το λόγο «Για να συμμετάσχω σε δραστηριότητες αθλητικής αναψυχής ταυτόχρονα», πάλι, το 3% απάντησε **έτσι κι έτσι** και το υπόλοιπο 97% απάντησε **πάρα πολύ σημαντικός**. Όσον αφορά το λόγο «Για να περάσω χρόνο με τη παρέα μου», το 86% απάντησε **έτσι κι έτσι** και το υπόλοιπο 14% απάντησε **πάρα πολύ σημαντικός**. Τέλος, σχετικά με το λόγο «Για να κάνω κάτι ευχάριστο», το 100% απάντησε **πάρα πολύ σημαντικός**.



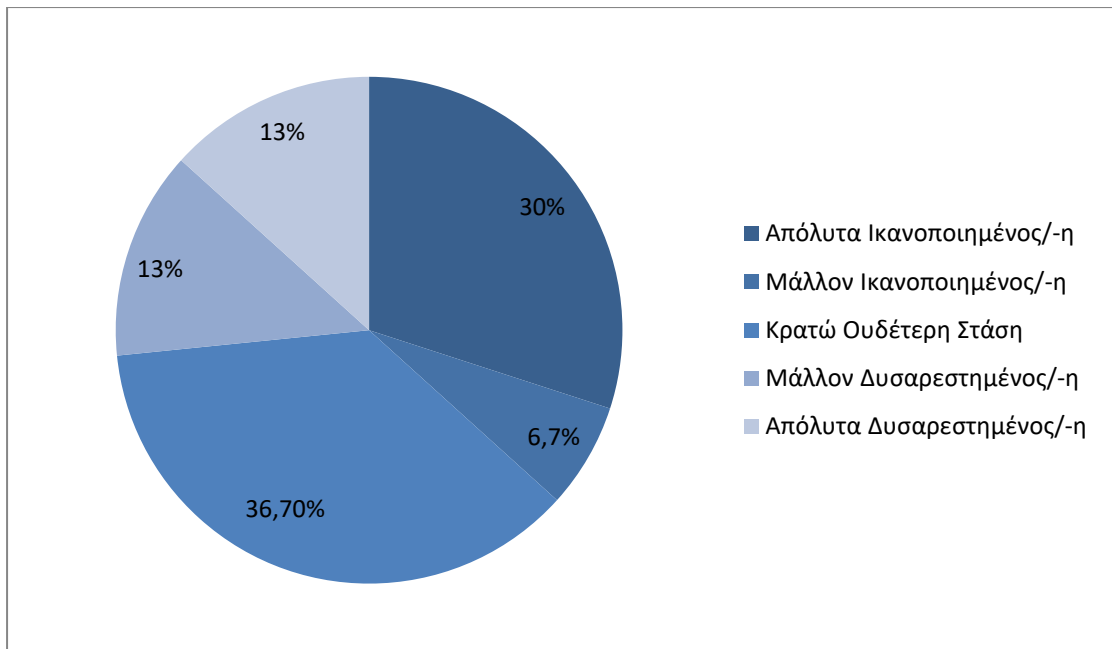
Διάγραμμα 9 : Ως προς την επιλογή των ερωτηθέντων σχετικά με το συγκεκριμένο “spa”, το 3% των ερωτηθέντων απάντησε θετικά στο ότι θεωρούν το συγκεκριμένο “spa” που επισκέπτονται ως πρώτη τους επιλογή ανάμεσα σε όσα υπάρχουν στη πόλη, ενώ το υπόλοιπο 97% απάντησε αρνητικά. Στο αν σκοπεύουν να συνεχίσουν να επισκέπτονται το συγκεκριμένο “spa”, το 9% απάντησε αρνητικά, ενώ το υπόλοιπο

91% απάντησε θετικά. Τέλος, στο αν θα προσπαθήσουν να συνεχίσουν να επισκέπτονται το συγκεκριμένο “spa”, το 8% απάντησε αρνητικά, ενώ το υπόλοιπο 92% απάντησε θετικά.



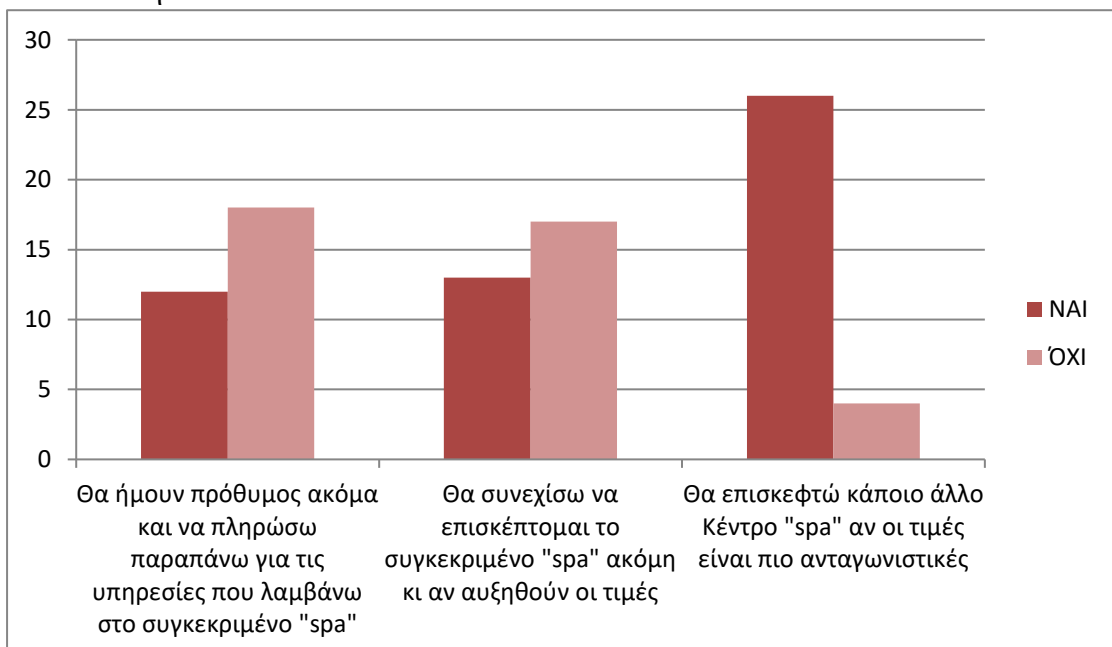
Διάγραμμα 10 : Πόσο ικανοποιημένος/-η έχετε μείνει από την επίσκεψή σας στο συγκεκριμένο Κέντρο Spa;

Το 30% των ερωτηθέντων απάντησε ότι είναι απόλυτα ικανοποιημένο από την επίσκεψή του στο κέντρο “spa”, το 6,7% απάντησε ότι πιθανόν είναι ικανοποιημένο, το 36,7% κρατάει ουδέτερη στάση, το 13,3% είναι πιθανόν δυσαρεστημένο από την επίσκεψή του στο συγκεκριμένο Κέντρο Spa και το υπόλοιπο 13,3% απάντησε ότι είναι απόλυτα δυσαρεστημένο με το συγκεκριμένο Κέντρο Spa.



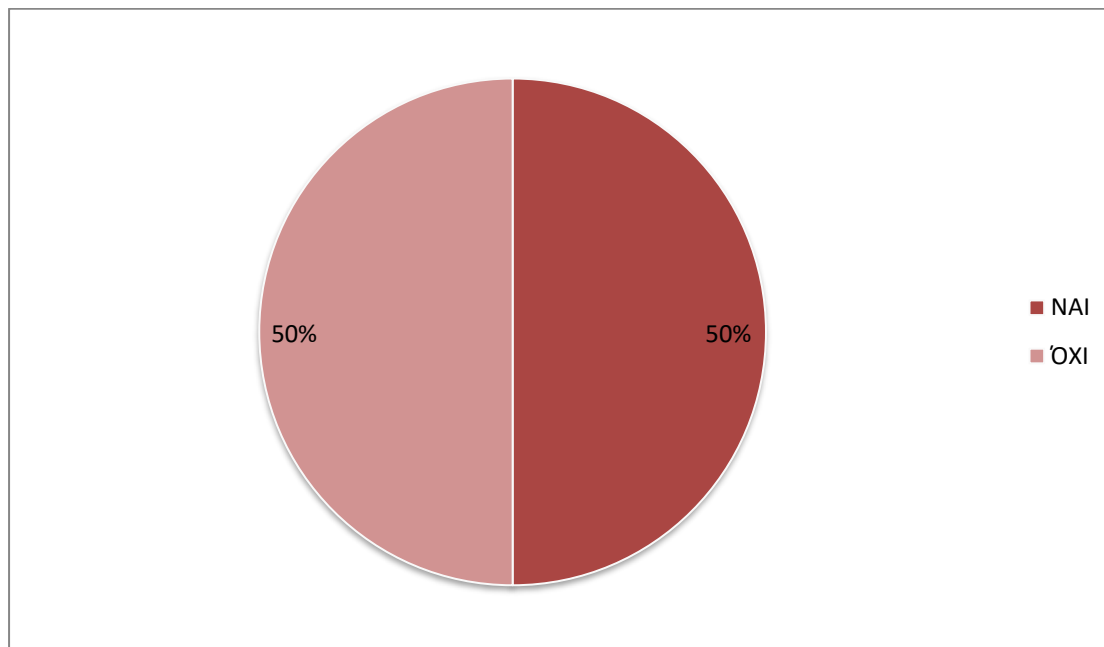
Διάγραμμα 11 : Αν αυξανόταν το κόστος της επίσκεψης των ερωτηθέντων στο συγκεκριμένο Κέντρο “sra”, πως θα αντιδρούσαν;

Στη πρώτη επιλογή το 12% απάντησε θετικά, ενώ το υπόλοιπο 88% απάντησε αρνητικά. Στη δεύτερη επιλογή, πάλι, το 12% απάντησε θετικά ενώ το υπόλοιπο 88% απάντησε αρνητικά και στη τρίτη επιλογή το 4% απάντησε αρνητικά και το υπόλοιπο 96% απάντησε θετικά.



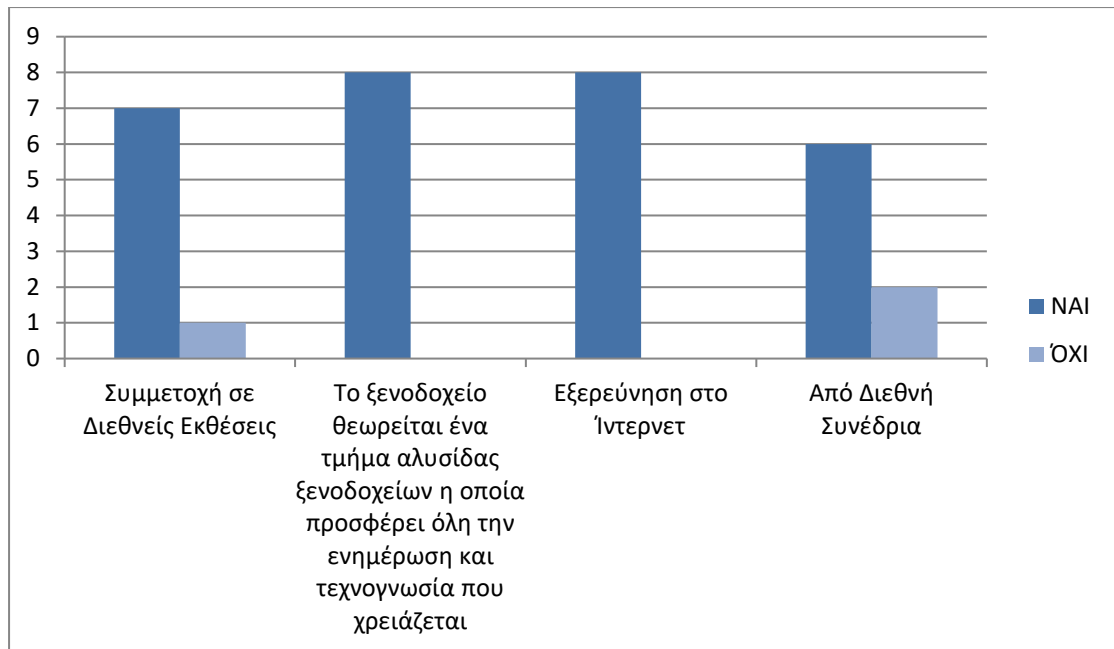
Β) Τα αποτελέσματα του ερωτηματολογίου που απευθύνθηκε στους ξενοδόχους είναι τα εξής :

Διάγραμμα 1 : Το ξενοδοχείο παρέχει υπηρεσίες ευεξίας από την ίδρυσή του : το 50% απάντησε θετικά και το άλλο 50% των ερωτηθέντων ξενοδόχων απάντησε αρνητικά.

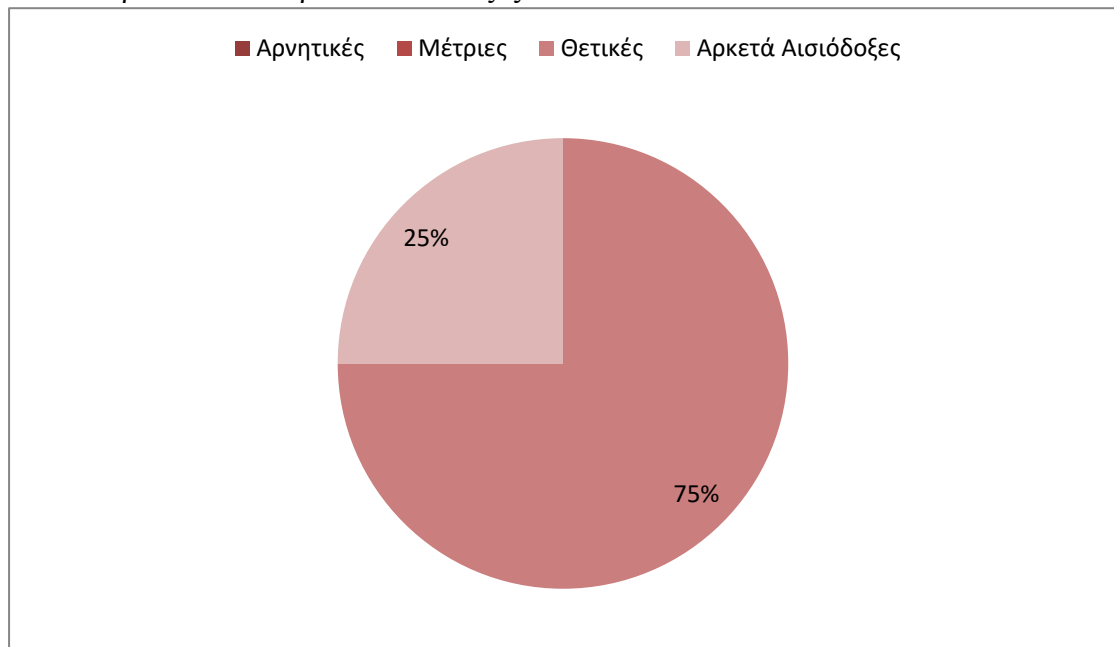


Διάγραμμα 2 : Πως πληροφορείστε για τις καινούργιες τάσεις της αγοράς σχετικά με τις νέες υπηρεσίες, την εφαρμογή καινούργιων τεχνολογιών και τα νέα προϊόντα στο κλάδο του τουρισμού ευεξίας;

Σχετικά με τη πρώτη επιλογή «Συμμετοχή σε Διεθνείς Εκθέσεις», θετικά απάντησε το 99%, ενώ μόνο το 1% απάντησε αρνητικά. Σύμφωνα με τη δεύτερη επιλογή «Το ξενοδοχείο θεωρείται ένα τμήμα αλυσίδας ξενοδοχείων, η οποία προσφέρει όλη την ενημέρωση και τεχνογνωσία που χρειάζεται», το 100% των ερωτηθέντων απάντησε θετικά. Όσον αφορά τη Τρίτη επιλογή «Εξερεύνηση στο Ίντερνετ», πάλι το 100% συμφώνησε και τέλος, σχετικά με τη τελευταία επιλογή «Από Διεθνή Συνέδρια», το 98% απάντησε θετικά, ενώ μόνο το 2% δεν συμφώνησε.

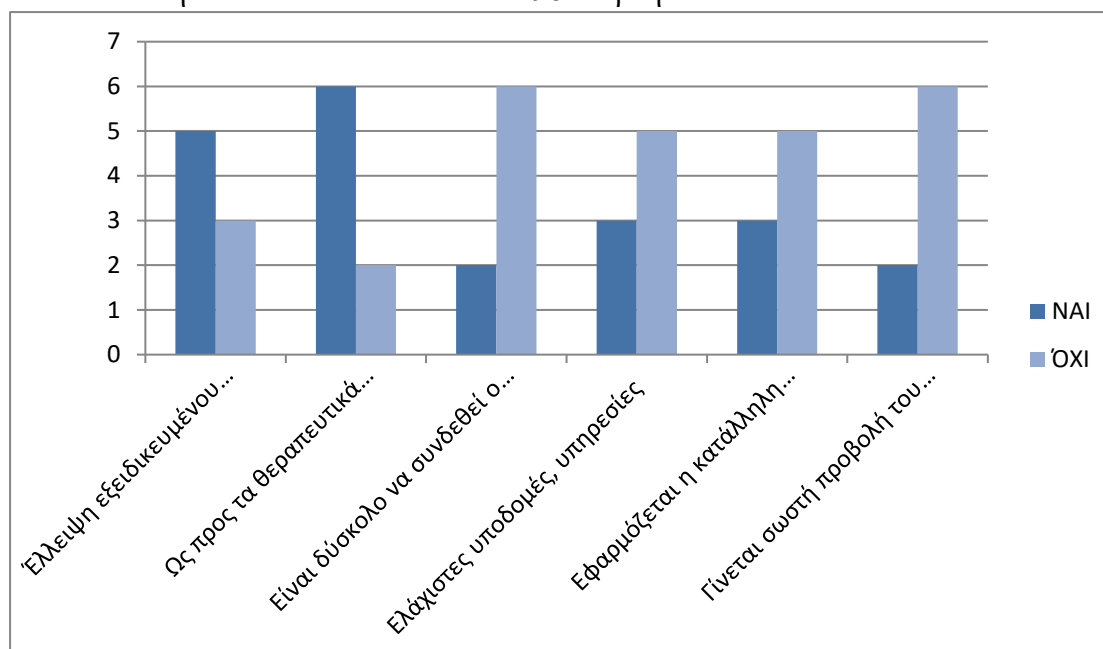


Διάγραμμα 3 : Όσον αφορά τις μελλοντικές προοπτικές και τάσεις του προϊόντος του τουρισμού ευεξίας στην Ελλάδα, θεωρούνται ότι οι εκτιμήσεις των ερωτηθέντων ότι είναι οι εξής : Το 75% των ερωτηθέντων θεωρεί ότι οι μελλοντικές προοπτικές και τάσεις του προϊόντος του τουρισμού ευεξίας στην Ελλάδα είναι θετικές και το άλλο 25% θεωρεί ότι είναι αρκετά αισιόδοξες.

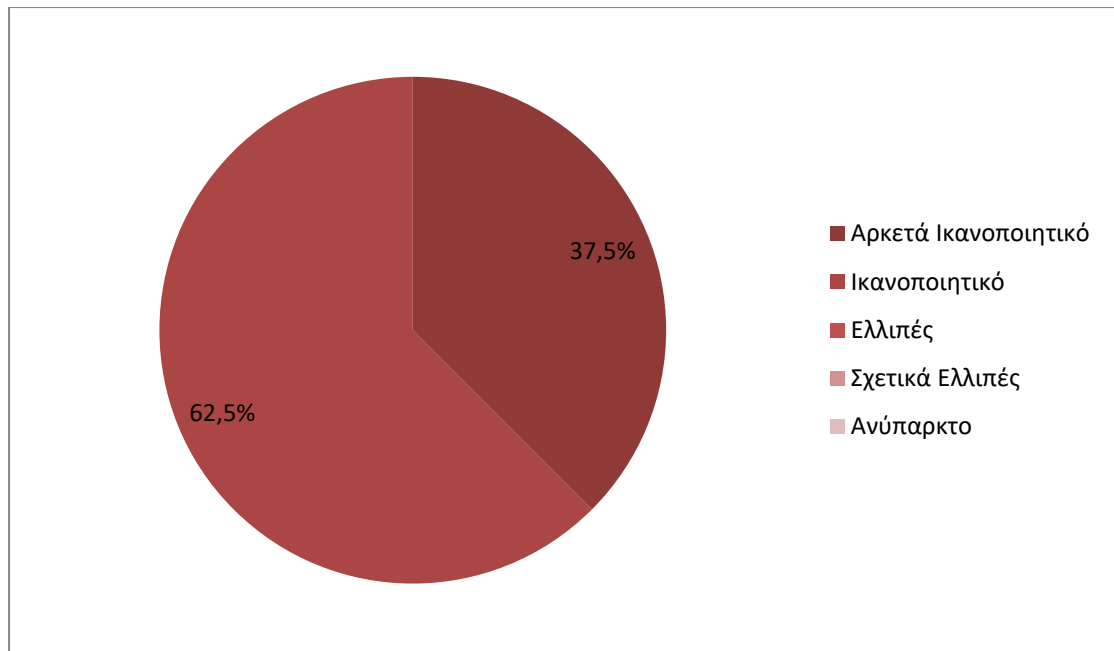


Διάγραμμα 4 : Κατά την άποψη των ερωτηθέντων, ποια προβλήματα αντιμετωπίζει το προϊόν του τουρισμού ευεξίας στην Ελλάδα;

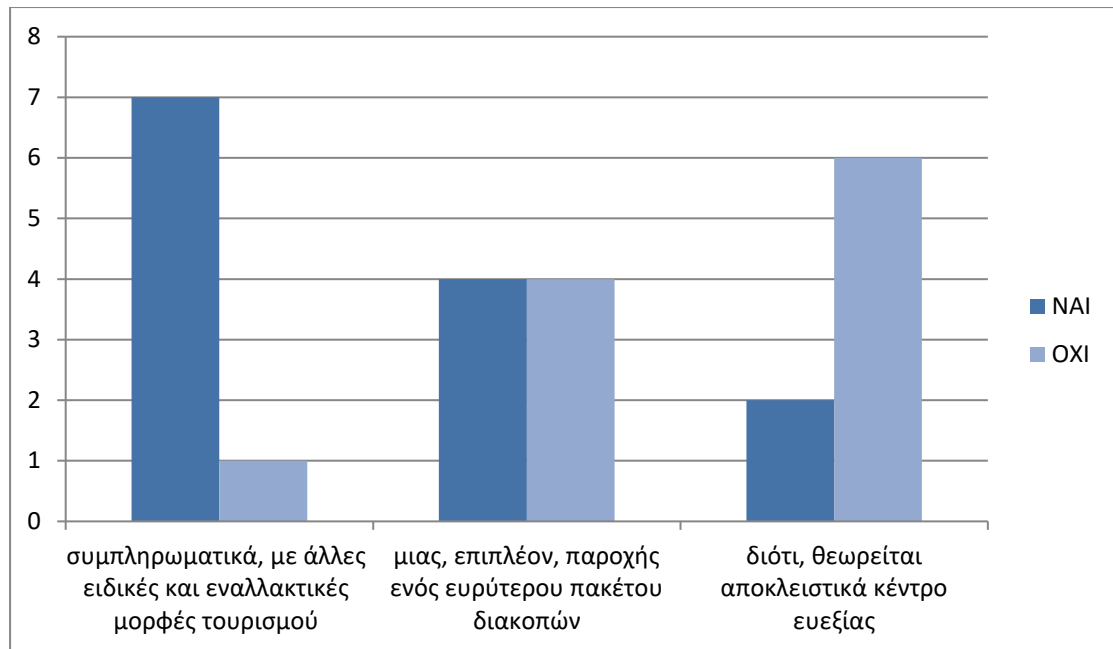
Σύμφωνα με την άποψη των ερωτηθέντων, όσον αφορά το πρόβλημα «Έλλειψη εξειδικευμένου προσωπικού», το 97% απάντησε θετικά και το υπόλοιπο 3% απάντησε αρνητικά. Σχετικά με το πρόβλημα «Ως προς τα θεραπευτικά αποτελέσματα του τουρισμού ευεξίας, επικρατεί, ακόμα το αίσθημα της δυσπιστίας», το 98% απάντησαν θετικά και το υπόλοιπο 2% απάντησε αρνητικά. Αναφορικά με το πρόβλημα «Είναι δύσκολο να συνδεθεί ο τουρισμός με βάση τα “spa” με τη ψυχαγωγική διάσταση του τουρισμού ευεξίας», οι δύο στους οχτώ απάντησαν θετικά και οι υπόλοιποι έξι απάντησε αρνητικά. Όσον αφορά το πρόβλημα «Ελάχιστες υποδομές, υπηρεσίες», το 3% απάντησε θετικά και το υπόλοιπο 97% απάντησε αρνητικά. Σχετικά με το πρόβλημα «Εφαρμόζεται η κατάλληλη προώθηση και προβολή του συγκεκριμένου τουριστικού προϊόντος», απάντησε θετικά το 3% πάλι ενώ το υπόλοιπο 97% απάντησε αρνητικά. Τέλος, όσον αφορά το πρόβλημα «Γίνεται σωστή προβολή του συγκεκριμένου τουριστικού προϊόντος από κεντρικούς και τοπικούς φορείς ώστε να στηριχθούν οι σχετικές, με αυτό το προϊόν, επιχειρήσεις», το 2% απάντησε θετικά και το υπόλοιπο 98% αρνητικά.



Διάγραμμα 5 : Σύμφωνα με τη κρίση των ερωτηθέντων, το ισχύον θεσμικό πλαίσιο σχετικά με τη λειτουργία των ξενοδοχείων που προσφέρουν υπηρεσίες “spa” είναι : το 62,5% των ερωτηθέντων θεωρεί ότι είναι ικανοποιητικό το ισχύον θεσμικό πλαίσιο σχετικά με τη λειτουργία των ξενοδοχείων που προσφέρουν υπηρεσίες “spa”, ενώ το υπόλοιπο 37,5% των ερωτηθέντων θεωρεί ότι είναι αρκετά ικανοποιητικό το συγκεκριμένο ισχύον θεσμικό πλαίσιο.

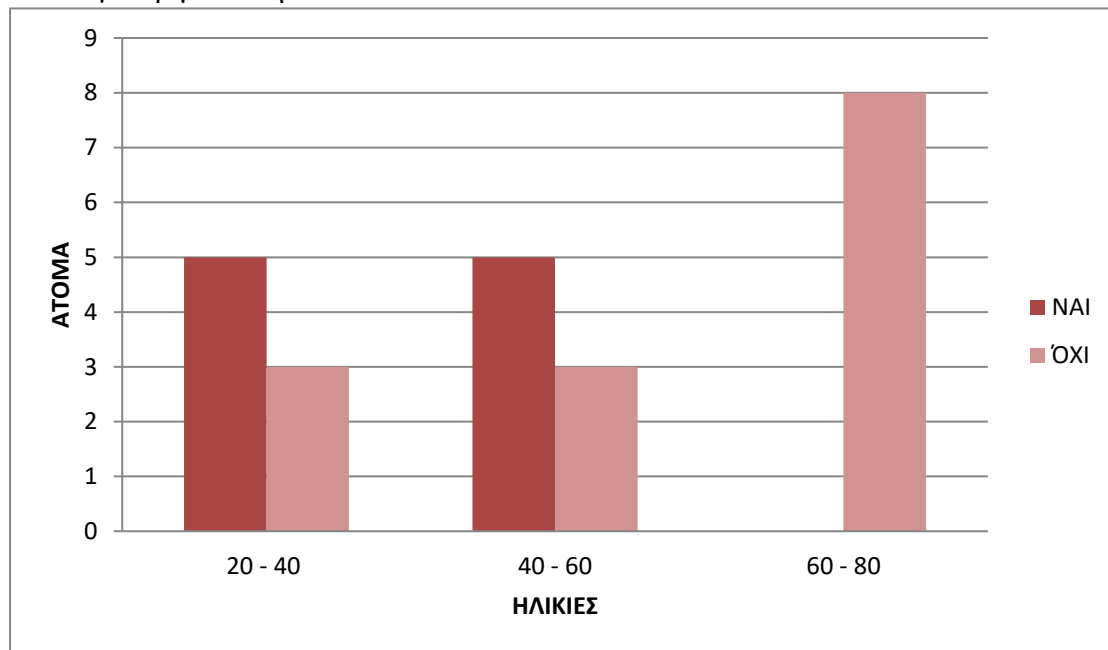


Διάγραμμα 6 : Σύμφωνα με τους ερωτηθέντες, το ξενοδοχείο περιλαμβάνει υπηρεσίες “spa” : Αναφορικά με τη πρώτη επιλογή «συμπληρωματικά, με άλλες ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού», θετικά απάντησε το 1% αρνητικά ενώ το υπόλοιπο 99% θετικά. Όσον αφορά τη δεύτερη επιλογή «μιας επιπλέον, παροχής, ενός ευρύτερου πακέτου», θετικά απάντησε το 50%, ενώ οι υπόλοιποι 50% απάντησε αρνητικά. Σχετικά με τη τρίτη επιλογή «διότι, θεωρείται αποκλειστικά κέντρο ευεξίας», το 2% απάντησε θετικά και το υπόλοιπο 98% απάντησε αρνητικά.

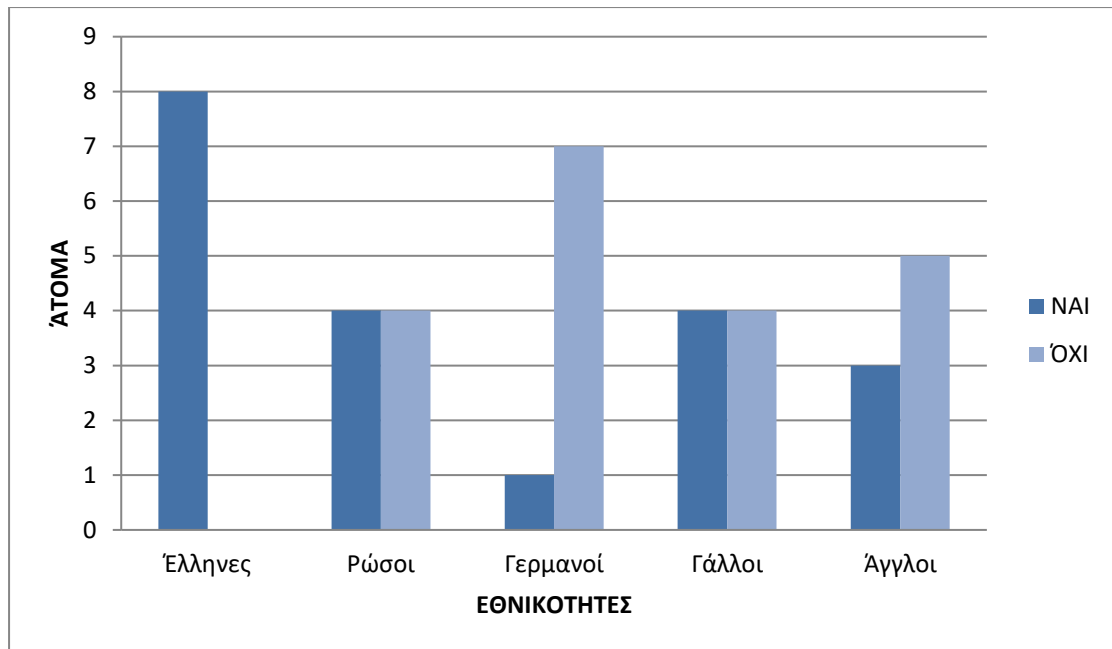


Διάγραμμα 7 : «Ποιες ηλικίες πραγματοποιούν πιο συχνά επισκέψεις στο Κέντρο “spa” σας;» Όσον αφορά τις ηλικίες των 20 – 40, το 97% των ερωτηθέντων απάντησε θετικά, ότι στους επισκέπτες που επιλέγουν να διαμείνουν στα ξενοδοχεία τους περιλαμβάνονται και αυτές οι ηλικίες, ενώ το 3% απάντησε αρνητικά. Σχετικά με τις ηλικίες των 40 – 60, πάλι το 97% απάντησε θετικά, ότι δηλαδή υπάρχουν επισκέπτες που κυμαίνονται σε αυτές τις ηλικίες, ενώ το υπόλοιπο 3% απάντησε αρνητικά. Τέλος, αναφορικά με τις ηλικίες των 60 – 80, το 100% των ξενοδόχων – διευθυντών ερωτηθέντων απάντησε αρνητικά, με το αν δηλαδή τους επισκέπτονται άτομα αυτών

των συγκεκριμένων ηλικιών.



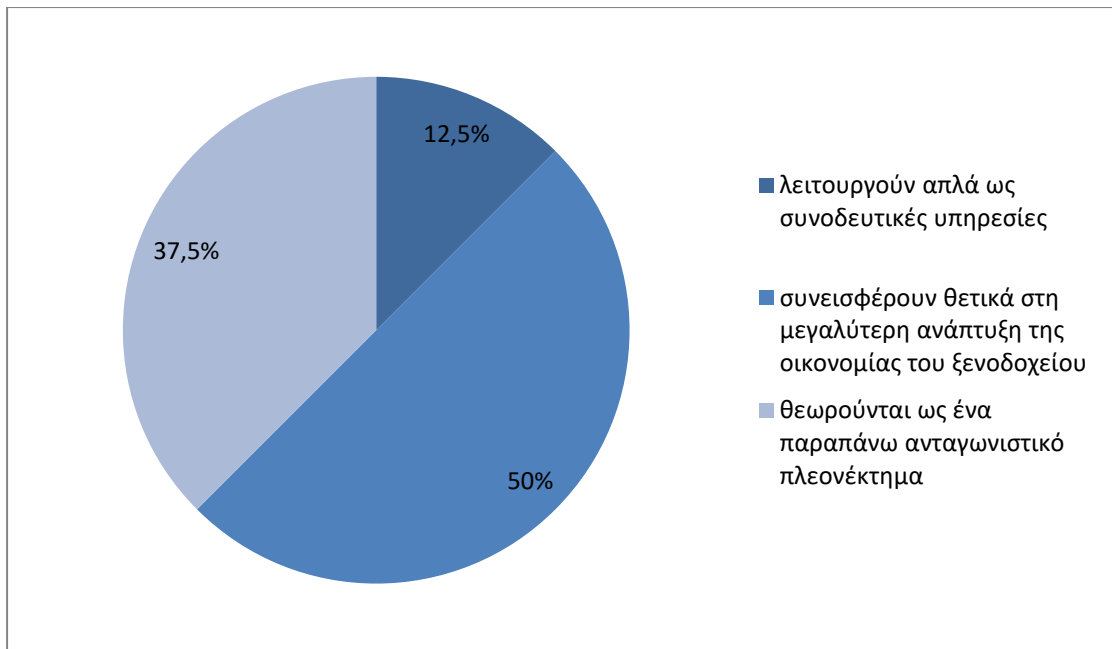
Διάγραμμα 8 : «Ποιες εθνικότητες τουριστών επισκέπτονται πιο συχνά το ξενοδοχείο – Κέντρο ευεξίας “spa” σας;» Σχετικά με τους Έλληνες, όλοι όσοι ρωτήθηκαν για τον αν τους επισκέπτονται Έλληνες, απάντησαν θετικά. Όσον αφορά τους Ρώσους, το 50% απάντησε θετικά, ότι δηλαδή έχουν επισκέψεις κάθε χρόνο που διαμένουν στα ξενοδοχεία τους από Ρωσία, το υπόλοιπο 50% των ερωτηθέντων απάντησε αρνητικά. Αναφορικά με την επισκεψιμότητα των Γερμανών τουριστών, το 1% των ερωτηθέντων απάντησε θετικά, ενώ το υπόλοιπο 99% απάντησε αρνητικά. Όσον αφορά τους Γάλλους επισκέπτες, το 50% απάντησε θετικά, ότι αρκετοί από τους πελάτες τους είναι από Γαλλία, ενώ το υπόλοιπο 50% απάντησε αρνητικά. Τέλος, σχετικά με τους Άγγλους επισκέπτες, το 3% απάντησε θετικά, ενώ το υπόλοιπο 97% απάντησε αρνητικά.



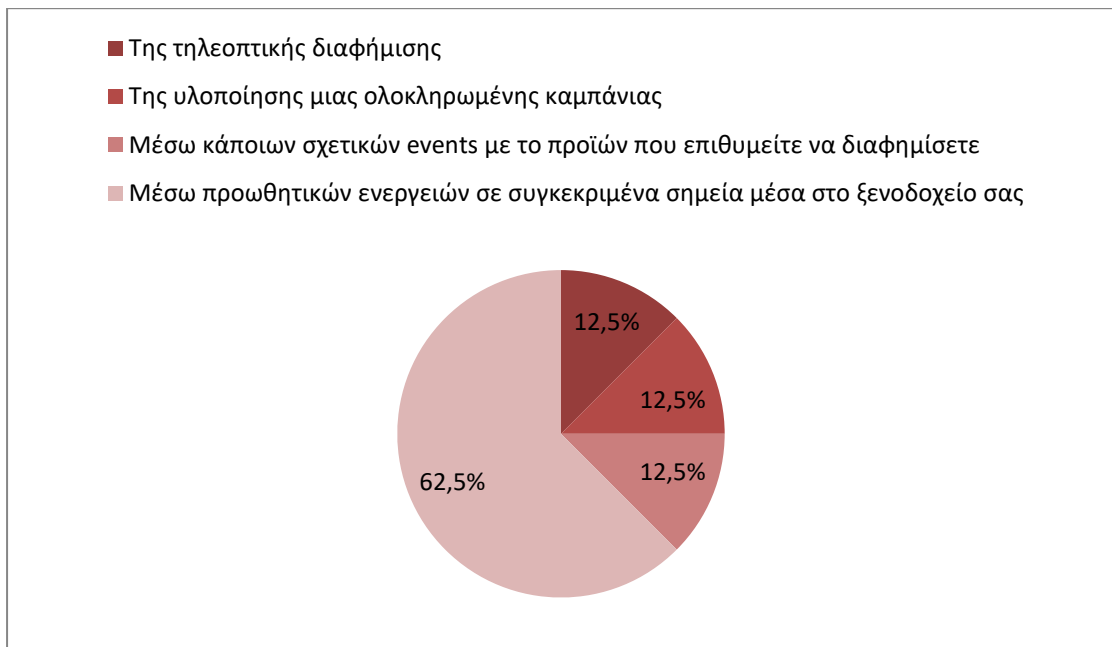
Διάγραμμα 9 : «Το μεγαλύτερο ποσοστό των πελατών που προτιμούν το ξενοδοχείο – Κέντρο ευεξίας “spa” σας» Το 50% των ξενοδόχων που ρωτήθηκαν απάντησε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των πελατών που προτιμούν το ξενοδοχείο – Κέντρο ευεξίας “spa” τους είναι υψηλού εισοδήματος, ενώ το άλλο 50% των ξενοδόχων απάντησε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των πελατών είναι μετρίου εισοδήματος.



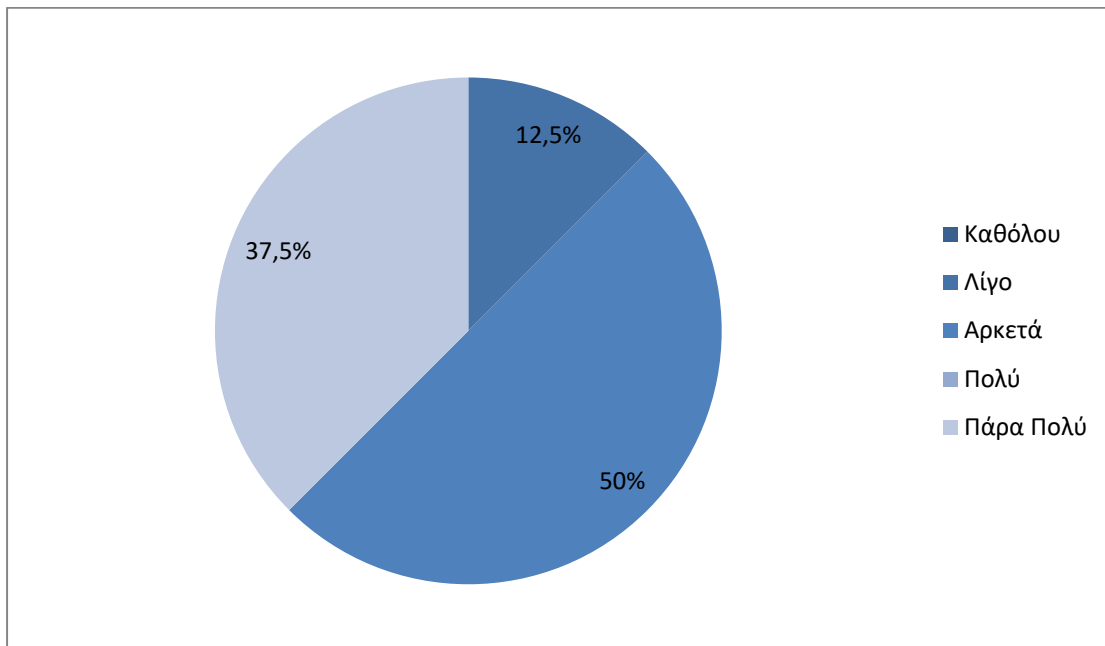
Διάγραμμα 10 : Σύμφωνα με τους ερωτηθέντες, το 12,5% των υπηρεσιών και των Κέντρων “spa” στα ξενοδοχεία λειτουργούν απλά ως συνοδευτικές υπηρεσίες, το 37,5% θεωρούνται ως ένα παραπάνω ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και το 50% συνεισφέρουν θετικά στη μεγαλύτερη ανάπτυξη της οικονομίας του ξενοδοχείου.



Διάγραμμα 11 : Ως προς τη προώθηση των υπηρεσιών “spa” των ξενοδοχείων των ξενοδόχων που ρωτήθηκαν, το 12,5% ανήκει στη μέθοδο της τηλεοπτικής διαφήμισης, το άλλο 12,5% ανήκει στην υλοποίηση μιας ολοκληρωμένης καμπάνιας, το άλλο 12,5% ανήκει στη μέθοδο των events μέσω των οποίων προωθείται το προϊόν και το υπόλοιπο 62,5% ανήκει στη μέθοδο των προωθητικών ενεργειών σε συγκεκριμένα σημεία μέσα στο ξενοδοχείο.



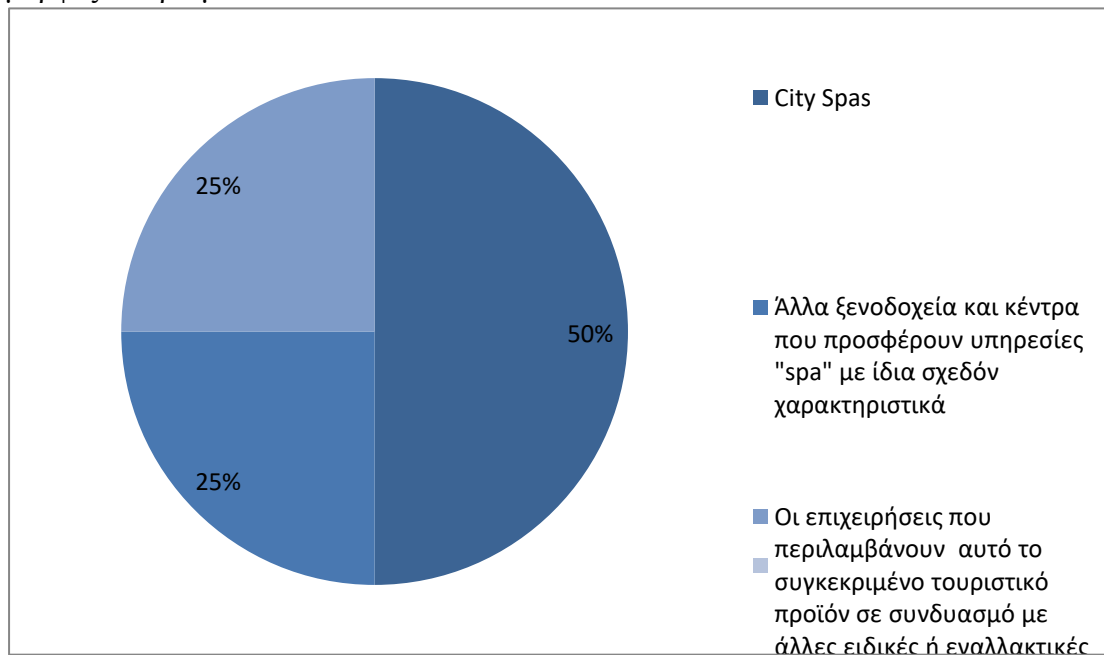
Διάγραμμα 12 : «Είστε θετικοί στο να επενδύσετε στο τομέα των “spa”»;» Το 37,5% των ερωτηθέντων απάντησε πάρα πολύ, το 12,5% των ερωτηθέντων απάντησε λίγο και το 50% απάντησε αρκετά.



Διάγραμμα 13 : «Όσον αφορά τον ανταγωνισμό, ποια στρατηγική ακολουθεί η επιχείρησή σας σχετικά με τις υπηρεσίες “spa”»;» Το 25% του ποσοστού των ερωτηθέντων απάντησε τη στρατηγική με σκοπό τη διαφοροποίηση για υπεροχή αναφορικά με τις υπηρεσίες “spa” που προσφέρουν και το 75% απάντησε τη στρατηγική χαμηλού κόστους, ώστε να κερδίσουν περισσότερη πελατεία.

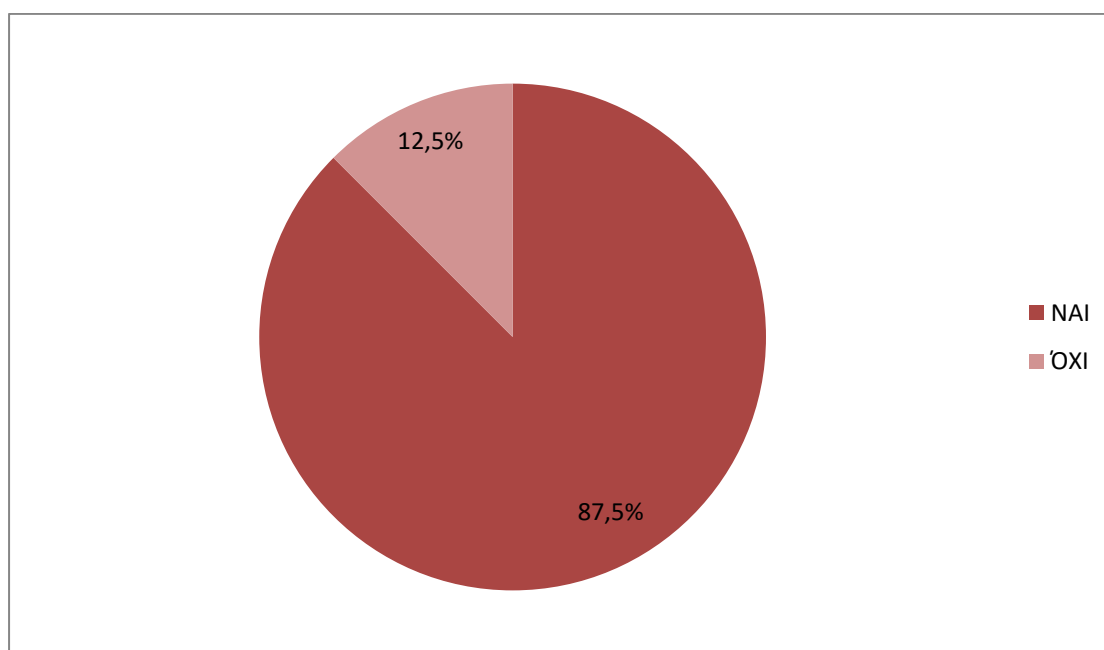


Διάγραμμα 14 : «Ποιοί πιστεύετε ότι είναι οι μεγαλύτεροι ανταγωνιστές σας σχετικά με το τομέα των “spa” που περιλαμβάνονται στη περιοχή σας;» Το 50% των ερωτηθέντων θεωρεί μεγαλύτερους ανταγωνιστές τα City Spas, το 25% άλλα ξενοδοχεία και κέντρα που προσφέρουν υπηρεσίες “spa” με ίδια σχεδόν χαρακτηριστικά και το υπόλοιπο 25% οι επιχειρήσεις που περιλαμβάνουν αυτό το συγκεκριμένο τουριστικό προϊόν σε συνδυασμό με άλλες ειδικές ή εναλλακτικές μορφές τουρισμού.



Διάγραμμα 15 : «Η επιχείρησή σας περιλαμβάνει κάποιο πιστοποιητικό ποιότητας;»

Το 50% απάντησε αρνητικά, ενώ το υπόλοιπο 50% απάντησε θετικά.



Κεφάλαιο 6

6.1 Συμπεράσματα – Προτάσεις

Σε δύο επίπεδα αναλύονται τα συμπεράσματα της παρούσας μεταπτυχιακής διπλωματικής εργασίας. Το πρώτο επίπεδο αφορά τα αποτελέσματα της έρευνας που προέκυψαν. Σχετίζεται, κυρίως, με τις απαντήσεις των ερωτηματολογίων με θέμα το τουρισμό ευεξίας και τα spa κατά κύριο λόγο που απαντήθηκαν από τουρίστες, που επισκέπτονται τη Θεσσαλονίκη και διαμένουν στα ξενοδοχεία της, και από ξενοδόχους – διευθυντές ξενοδοχειακών μονάδων. Στο δεύτερο επίπεδο, επισημαίνεται η σημαντικότητα των αποτελεσμάτων και το κατά πόσο εξακριβώνουν την εγκυρότητα του θεωρητικού υπόβαθρου της εργασίας.

Στην έρευνα που πραγματοποιήθηκε μέσω ερωτηματολογίων στα πλαίσια της εργασίας, προέκυψαν κάποια σημαντικά συμπεράσματα. Οι περισσότεροι τουρίστες επιλέγουν να επισκεφτούν τη συγκεκριμένη πόλη λόγω του φυσικού και πολιτιστικού ενδιαφέροντος που κατέχει, επιδιώκοντας τη χαλάρωση, να απέχουν όσο μπορούν από τη καθημερινότητα και αποτελεί φυσιολογικό το γεγονός να ενδιαφέρονται για τον τουρισμό ευεξίας και με ότι σχετίζεται αυτός ο τομέας γενικότερα.

Το ξενοδοχειακό δυναμικό της Θεσσαλονίκης αποδείχτηκε αρκετά ικανοποιητικό μέσα από την έρευνα και τα περισσότερα ξενοδοχεία προσφέρουν υπηρεσίες ευεξίας. Οι δραστηριότητες που μπορούν να πραγματοποιήσουν οι επισκέπτες δημιουργούν ψυχική και σωματική ευημερία αλλά όχι τόσο εξελιγμένες όσο θα έπρεπε. Για να καλυτερέψει ο συγκεκριμένος τομέας και να βελτιωθεί σημαντικά, θα πρέπει οι τουρίστες να πληροφορούνται συχνά γι' αυτόν, το προσωπικό να είναι εκπαιδευμένο κατάλληλα με κατάλληλες υπηρεσίες και δραστηριότητες.

Η κεντρική ιδέα της εργασίας και του θεωρητικού υπόβαθρου της είναι το πως συνδυάζονται τα κέντρα spa με τις ξενοδοχειακές μονάδες και τον τουρισμό ευεξίας γενικότερα. Με την ύπαρξη των spa μέσα στα ξενοδοχεία οι επισκέπτες μπορούν να συνδυάσουν τη διαμονή τους με δραστηριότητες ευεξίας, οι οποίες έχουν τη δυνατότητα να τους προσφέρουν ανεκτίμητα οφέλη για την υγεία τους και τη ψυχολογία τους. Η επαφή των τουριστών με τα Κέντρα ευεξίας – Spa δίνει την ευκαιρία για χαλάρωση, ταυτόχρονα, κίνητρο άθληση και περισυλλογή.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας και τη βιβλιογραφία, γενικότερα, προέκυψαν ορισμένα συμπεράσματα. Αρχικά, συμφωνούν στο ότι όσοι επιλέγουν το τουρισμό ευεξίας και τα spa κατέχουν ένα υψηλό επίπεδο μόρφωσης, υψηλού και μετρίου εισοδήματος. Επιπλέον, καταλήγουμε, συμπερασματικά, στο ότι τα κέντρα spa και γενικά ο τουρισμό ευεξίας συμβάλλουν έτσι ώστε οι άνθρωποι να

αποδράσουν από τη δύσκολη και κουραστική καθημερινότητά τους, στη ψυχική και σωματική χαλάρωση τους και στη καλύτερευση της καλαισθησίας του σώματος τους. Ακόμη, όσον αφορά το θέμα του ανταγωνισμού στη χώρα μας, συμπίπτουν και οι δύο πλευρές θετικά, δηλαδή, στο ότι παρόλο που η Ελλάδα δεν μπορεί να θεωρηθεί τουριστικός προορισμός ευεξίας, η αγορά έχει τη ευκαιρία να χαρίσει ένα ανταγωνιστικό, εμπλουτισμένο και διαφοροποιημένο προϊόν και υπάρχει η δυνατότητα πραγματοποίησης υπεύθυνων επενδύσεων.

Επιπρόσθετα, αναφορικά με την ηλικία που επισκέπτεται τα spa και προτιμά το τουρισμό ευεξίας, περισσότερο η νεολαία αποδεικνύεται ότι τα επιθυμεί λόγω των παγκόσμιων, πλέον, απειλών σχετικά με την υγεία, τη θέλησή τους για την απόκτηση διαφορετικών εμπειριών αναψυχής, την επιδίωξή τους να ζήσουν όσα περισσότερα χρόνια γίνεται και η συνεχόμενη αναζήτησή τους όσον αφορά το θέμα, γενικότερα, της ευεξίας. Επίσης, η βιβλιογραφία και τα ερευνητικά αποτελέσματα που προέκυψαν συμφωνούν στο ότι οι ιδιοκτήτες και οι διευθυντές ξενοδοχειακών μονάδων υποστηρίζουν ότι πραγματοποιούνται επενδύσεις στο συγκεκριμένο τουριστικό τομέα, ανάλογα με τις ανάγκες των τουριστών, γεγονός που θεωρούν ότι κάνει τις συγκεκριμένες μονάδες όλο και περισσότερο ανταγωνιστικές και, συγχρόνως, αναδεικνύονται με αυτό το τρόπο διακοπές που συνδυάζονται με υπηρεσίες Spa, οι οποίες θεωρούνται μια πολύ σημαντική πηγή πρόσθετων κερδών και εσόδων για τον ξενοδοχειακό τομέα.

Παρατηρούμε, λοιπόν, όσον αφορά στα αποτελέσματα της έρευνας, ότι είναι θετικοί οι περισσότεροι ξενοδόχοι να πραγματοποιήσουν επενδύσεις στο συγκεκριμένο τουριστικό τομέα και ότι το μεγαλύτερο ποσοστό, όσων ερωτήθηκαν για τη μέθοδο στρατηγικής που ακολουθούν οι ξενοδοχειακές μονάδες σχετικά με τον ανταγωνισμό, απάντησαν τη μέθοδο του χαμηλού κόστους με αποτέλεσμα να κερδίσουν περισσότερη πελατεία και κατανοούμε ότι με τις επενδύσεις τις οποίες επιθυμούν να κάνουν και με τη μέθοδο του χαμηλού κόστους που ακολουθούν, υπάρχει μεγάλη δυνατότητα πολλαπλασιαστικών οφελών για τον τουρισμό ευεξίας και θα προσφέρει πνοή και περισσότερη ενθάρρυνση ώστε να αναπτυχθεί ακόμα πιο πολύ στη χώρα μας η συγκεκριμένη μορφή τουρισμού.

Είναι πολύ ευχάριστο το γεγονός ότι σχεδόν το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων ιδιοκτητών – διευθυντών ξενοδοχειακών μονάδων πιστεύουν ότι θα είναι αρκετά θετικές και αρκετά αισιόδοξες οι προοπτικές και οι τάσεις, μελλοντικά, σχετικά με τον τουρισμό ευεξίας στην Ελλάδα με τις διάφορες επενδύσεις που σκέφτονται να πραγματοποιήσουν. Αν και παρατηρούμε γενικά κι από τη βιβλιογραφία ότι ο τουρισμός ευεξίας πλέον επιλέγεται σχεδόν από το μεγαλύτερο μέγεθος της αγοράς, καθώς προκύπτουν συνεχώς νέα τουριστικά κέντρα τα οποία στοχεύουν σε πελάτες με περιορισμένες οικονομικές δυνατότητες, αντίθετα, στα αποτελέσματα της έρευνας το 50% των ερωτηθέντων απάντησε ότι τους περιλαμβάνουν υψηλού οικονομικού επιπέδου κυρίως πελάτες και το άλλο 50% μέτριας οικονομικής επιφάνειας πελάτες.

Επιπρόσθετα, είναι πολύ σημαντικό να τονιστεί ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων θεωρεί ότι επισκέψεις στα Κέντρα Spa πρέπει να πραγματοποιούνται περισσότερο για χαλάρωση, ανακούφιση από το στρες και για ολιστική ευεξία γενικότερα. Καταλαβαίνουμε, λοιπόν, ότι ο κύριος λόγος που αναπτύσσεται συνεχόμενα ο συγκεκριμένος αυτός τομέας, αποτελεί η σωματική και ψυχική ανάταση, η αποφόρτιση του οργανισμού από τις επιπτώσεις της κούρασης και του καθημερινού άγχους και εντείνει στη βελτίωση της ποιότητας των ανθρώπων και μ' αυτές όλες τις υπηρεσίες που προσφέρονται, πραγματοποιείται ολιστική φροντίδα του πνεύματος και του σώματος. Ακόμη, παρατηρούμε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων είναι αρκετά ευχαριστημένο με το ανθρώπινο δυναμικό από το οποίο αποτελούνται οι συγκεκριμένες εγκαταστάσεις τις οποίες επισκέπτονται αρκετά συχνά. Διαπιστώνουμε, δηλαδή, ότι ο πελάτης του spa θα πρέπει να βρίσκεται σε ένα οικείο περιβάλλον με ανθρώπους που ξέρουν τη δουλειά τους αλλά και τη σχέση που πρέπει να κατέχουν με τον πελάτη. Παρατηρούμε, αντίθετα, ότι δεν ισχύει το ίδιο με τη ποιότητα των εγκαταστάσεων που προσφέρονται, η οποία θεωρείται σημαντικός και βασικός παράγοντας. Χρειάζεται, πάντοτε, από το σχεδιασμό, ακόμα, της οποιασδήποτε ξενοδοχειακής μονάδας, μέριμνα για όλες τις απαιτούμενες εγκαταστάσεις. Αρκετά σημαντική θεωρείται η επάρκεια των χώρων και οι πελάτες πρέπει να την ευχαριστιούνται με κάθε τρόπο, ταυτόχρονα με τη πληρότητα και την άνεση που τους προσφέρεται από αυτά τα συγκεκριμένα κέντρα Spa. Τα άριστα, λοιπόν, υλικά κατασκευής και ο, πλέον, σύγχρονος εξοπλισμός αποτελούν τους συντελεστές από τους οποίους προκύπτουν οι σωστές εγκαταστάσεις.

Συμπερασματικά, και ως αναπτυσσόμενη οικονομική δραστηριότητα, λοιπόν, η καθιέρωση του Τουρισμού Ευεξίας προκύπτει, κυρίως, από τον εκμηδενισμό των αποστάσεων και τη κατάργηση των συνόρων στα πλαίσια της Ευρωπαϊκής Ένωσης, στη βελτίωση του μορφωτικού επιπέδου των τουριστών στην ανάπτυξη του κοινωνικού τουρισμού, στην αυξανόμενη μετακίνηση ατόμων τρίτης ηλικίας για περισσότερες υπηρεσίες υγείας, στη τάση για πιο υγιεινούς και εναλλακτικούς τρόπους διαβίωσης και στο ότι το 10% των Ευρωπαίων ψάχνει υπηρεσίες, εκτός εθνικών συνόρων, υγείας και σε λογικά οικονομικά πλαίσια κάθε εποχή του χρόνου.

Αναφορικά με την παραπάνω βιβλιογραφία και με τα αποτελέσματα των δύο ερωτηματολογίων, κατανοούμε το γεγονός ότι η γρηγορότερη ανάπτυξη μεταξύ των μορφών του Τουρισμού Υγείας επισημαίνεται στη περίπτωση του Τουρισμού Ευεξίας, η οποία μορφή θα βελτιώνεται μελλοντικά ακόμα περισσότερο με ικανοποιητικούς ρυθμούς, καθώς η ζήτηση που προκύπτει αποκτά κάθε χρόνο όλο και σημαντικότερη ανάπτυξη. Φαίνεται, λοιπόν, ότι η Ελλάδα δίνει τη βεβαιότητα για μια ευνοϊκή εξέλιξη όσον αφορά τη προβολή της ως πρότυπο προορισμό αναφορικά με το Τουρισμό Υγείας και κυρίως με το Τουρισμό Ευεξίας. Σχετικά με τη κατεύθυνση πάντα του Τουρισμού Ευεξίας, παράγοντες όπως η σύγχρονη υποδομή που υπάρχει σε όλη τη χώρα, οι καιρικές συνθήκες συνδυαστικά με το έμπειρο

ανθρώπινο δυναμικό, τις συμφέρουσες οικονομικά υπηρεσίες και το υψηλό επίπεδο των περιεχόμενων υπηρεσιών ενισχύουν αρκετά το συγκεκριμένο τουριστικό τομέα.

Με τον Τουρισμό Ευεξίας, γίνεται, επομένως, εύκολα αντιληπτό ότι πραγματοποιούνται ταξίδια που βελτιώνουν τη φυσική και πνευματική κατάσταση του ανθρώπου. Δεν πρέπει να είναι ίδιος με τον Τουρισμό Υγείας, ο οποίος αναφέρεται σε άτομα τα οποία ψάχνουν θεραπείες για συγκεκριμένες ασθένειες, ενώ ο Τουρισμός Ευεξίας απευθύνεται σε υγιή άτομα. Βασικός σκοπός του τομέα της πρόληψης αποτελεί η υποβολή σε θεραπείες και σε συγκεκριμένες αγωγές ώστε να αποφευχθούν συγκεκριμένες ενοχλήσεις. Η Ελλάδα φαίνεται να κατέχει τη βασική υποδομή, ώστε να εξελιχθεί ανταγωνιστικά ο Τουρισμός Ευεξίας. Λόγω του ότι διατηρούνται παραδοσιακές εγκαταστάσεις, εκφράζονται ιδιωτικές πρωτοβουλίες, σύμφωνα με τις οποίες θα μπορούσαμε να διαπιστώσουμε το γεγονός ότι, ταυτόχρονα με την τουριστική τοποθέτηση της Ελλάδας, ταυτίζονται απόλυτα με το ενιαίο τουριστικό πλαίσιο διαχείρισης και προώθησης του Τουρισμού Ευεξίας.

Ωστόσο, δεν έχει αναπτυχθεί όπως πρέπει, ούτε στο εξωτερικό, πόσο μάλλον εντός της Ελλάδας. Τα παραδοσιακά κέντρα Τουρισμού Ευεξίας στην Ελλάδα αφορούν άτομα μεγαλύτερης ηλικίας με συγκεκριμένα προβλήματα υγείας προσφέροντας έτσι μία εικόνα θεραπευτηρίων για ηλικιωμένους. Ταυτόχρονα, με τη γραφειοκρατία, με την έλλειψη τεχνογνωσίας σε αντίθεση με τις προηγμένες χώρες και με τα προβλήματα που προκύπτουν ποικίλης φύσεως στα ασφαλιστικά ταμεία, τα συγκεκριμένα κέντρα παρουσιάζονται μη ελκυστικά σε πάρα πολλούς πελάτες υψηλού εισοδήματος. Με αποτέλεσμα να υπάρχει μεγάλη απώλεια εσόδων και καθυστέρηση στο να αναπτυχθεί σωστά αυτή η μορφή τουρισμού, η οποία είχε τη δυνατότητα να επιλεγεί και από αρκετούς Έλληνες τουρίστες. Θα λέγαμε, λοιπόν, ότι για το μέσω Έλληνα πολίτη, η σκέψη και μόνο αυτών των παρεχόμενων υπηρεσιών από ελάχιστες σύγχρονες εγκαταστάσεις και μεμονωμένων ιδιωτικών πρωτοβουλιών, αποτελεί κάτι απόμακρο. Παρόλο που αυτές οι συγκεκριμένες πρωτοβουλίες έχουν κερδίσει πολλές διεθνείς βραβεύσεις, ο Έλληνας πολίτης πιστεύει ότι ο Τουρισμός Ευεξίας σε αυτά τα κέντρα αποτελεί μία ακριβή πολυτέλεια, η οποία αφορά λίγους. Σε αντίθεση με τους Ευρωπαίους πολίτες, οι οποίοι ανεξαρτήτως ηλικίας πραγματοποιούν Τουρισμό Ευεξίας ακόμη κι αν δεν βρίσκονται σε διακοπές ή χωρίς να τους ταλαιπωρεί κάποια ασθένεια για την οποία θα πρέπει οπωσδήποτε να ακολουθήσουν συγκεκριμένη θεραπεία σε τέτοιου είδους θεραπευτικά κέντρα.

Χρειάζεται, επίσης, να σημειωθεί ότι η διαφορετική αποδοχή της ιδέα του Τουρισμού Ευεξίας από τους Έλληνες υπάρχει η δυνατότητα να οδηγηθεί προς το καλύτερο μέσω των επενδύσεων που θα εξελίξουν θετικά τη ποιότητα ζωής του ανθρώπου και μέσω της προώθησης της ιδέας του Τουρισμού Ευεξίας. Η συγκεκριμένη προσπάθεια μπορεί να πετύχει μόνο με τη συνεργασία του κράτους με τους ιδιωτικούς φορείς. Επιπλέον, είναι πολύ σημαντικό να επισημανθεί ότι Τουρισμός Ευεξίας νοείται η αναβάθμιση της ποιότητας ζωής γενικότερα.

Τα τελευταία χρόνια, σε συνεργασία με μεγάλους ταξιδιωτικούς οργανισμούς του εξωτερικού, έχουν πραγματοποιηθεί αξιόλογες προσπάθειες όσον αφορά τη δημιουργία σύγχρονων κέντρων παροχής υπηρεσιών ευεξίας, ειδικά μέσα σε ξενοδοχειακές μονάδες που σχετίζονται κυρίως με τον Τουρισμό Ευεξίας. Μερικά από αυτά τα κέντρα θεωρούνται εξαιρετικά ανταγωνιστικά σε σχέση με τις τιμές αντίστοιχων ευρωπαϊκών. Παράλληλα, ο Τουρισμός Ευεξίας επισημαίνεται ως ο πλέον οργανωμένος στο τομέα της συνεργασίας και της προβολής με ταξιδιωτικούς οργανισμούς του εξωτερικού.

Επιπλέον, είναι φανερό ότι οι τάσεις της αγοράς καταλήγουν σε ένα δυναμικό και μακροχρόνιο μέλλον για το Τουρισμό Ευεξίας. Οι παράγοντες που καθορίζουν τη ζήτηση αυτής της μορφής Τουρισμού αποτελούν οι δημογραφικές αλλαγές και πιο συγκεκριμένα η γήρανση του πληθυσμού. Ο ΟΗΕ θεωρεί ότι το 2050 το 22% του παγκόσμιου πληθυσμού θα βρίσκεται ηλικιακά άνω των 60. Με αυξανόμενη, δηλαδή, ηλικία ελαχιστοποιείται η φυσική υγεία και αναπτύσσεται περισσότερο η ανάγκη για πνευματική και σωματική φροντίδα και για ευεξία. Επιπλέον παράγοντες ζήτησης θεωρούνται το εργασιακό άγχος που έχει δημιουργηθεί τελευταία μεταξύ των ανθρώπων, η αύξηση της ευσυνειδησίας για την υγεία, οι αλλαγές στη καταναλωτική αγορά και τις αξίες, με αποτέλεσμα να εκδηλωθεί η επιθυμία αναζήτησης διεξόδου σχετικά με την ευεξία και τη πρόληψη γενικότερα. Αναφορικά με τη προσφορά, οι διαφοροποιημένες στρατηγικές μάρκετινγκ, όσον αφορά τα τουριστικά προϊόντα, προβάλλουν την ανάπτυξη του Τουρισμού Ευεξίας, ενδυναμώνοντας μ' αυτό το τρόπο τον ανταγωνισμό μεταξύ των παγκόσμιων τουριστικών προορισμών.

Διεθνή ταξίδια για διακοπές ευεξίας πραγματοποιούνται ιδιαίτερα σε γειτονικές χώρες, παρά το γεγονός ότι σε προορισμούς όπως η Ινδονησία και η Ταϊλάνδη πιστεύεται ότι είναι επιτυχημένοι στη προσέλκυση τουριστών μακρινών αποστάσεων στα Spa και στα Κέντρα Ευεξίας τους. Η Ελλάδα, επίσης, κατέχει τις προϋποθέσεις ενός τουριστικού προορισμού για διακοπές σχετικές με τον Τουρισμό Ευεξίας. Η καταλληλότητα της Ελλάδας για διακοπές ευεξίας φαίνεται από τους εξής παράγοντες :

- Η εφαρμογή του εκσυγχρονισμένου εξοπλισμού των κέντρων ευεξίας και fitness
- Η πολιτιστική και φυσική κληρονομιά της χώρας
- Το ότι η Ελλάδα είναι μία χώρα ιδανική για Τουρισμό Ευεξίας κατά τη διάρκεια όλου του χρόνου, απολαμβάνοντας ταυτόχρονα θαλασσινό αέρα και κλίμα, κουλτούρα και ποιότητα ξενοδοχείων
- Η ύπαρξη παραθαλάσσιων ξενοδοχείων και Thalasso – Spa
- Ο τρόπος διατροφής και ζωής των κατοίκων της με, ταυτόχρονα, την υψηλή επισκεψιμότητα της χώρας ως τουριστικού προορισμού

- Η παροχή ποιοτικών πακέτων ξενοδοχείων πέντε αστέρων στη κατηγορία της ευεξίας και του πλήθους ξενοδοχείων που ασχολούνται με τον τομέα αυτό.

Επιπρόσθετα, ο κλασικός μη επεμβατικός Τουρισμός Ομορφιάς ανήκει στη κατηγορία του Τουρισμού Ευεξίας. Ο συγκεκριμένος τουρισμός θεωρείται η επικρατέστερη μορφή τουρισμού ομορφιάς στα σύγχρονα κέντρα αισθητικής, θαλασσοθεραπείας και Spa στην Ελλάδα. Περιέχονται θεραπείες που σχετίζονται με την ομορφιά όπως είναι η γυμναστική, η καταπολέμηση της κυτταρίτιδας, η απώλεια περιττού βάρους, κλπ, με τη σωματική και ψυχική υγεία, με τη γαστρονομία και τη διαιτολογία, το μασάζ, την υγιεινή διατροφή, τα διάφορα είδη θεραπειών, κλπ στα πολυτελή θέρετρα και στα σύγχρονα Spa. Ακόμη, στην Ελλάδα επισημαίνεται ένα αναπτυσσόμενο ενδιαφέρον στη κοσμητική αισθητική, αν και προς το παρόν ο τομέας αυτός βρίσκεται στην αρχή της ανάπτυξής του. Φαίνεται να έχουν πραγματοποιηθεί αρκετές προσπάθειες ώστε να δημιουργηθούν σύγχρονα κέντρα παροχής υπηρεσιών ομορφιάς και υγείας ήδη, δηλαδή, κάποιες εταιρείες προσφέρουν και ασχολούνται με τέτοιες υπηρεσίες, δημιουργούν συνεργασίες με μεγάλους ταξιδιωτικούς οργανισμούς με σκοπό να προσελκύσουν τουρίστες, δίνοντάς τους τη δυνατότητα να πραγματοποιήσουν διάφορα είδη θεραπειών ανανέωσης σώματος και προσώπου. Ωστόσο, δεν έχει διαμορφωθεί ακόμα ένα πλαίσιο στρατηγικής ανάπτυξης και ενθάρρυνσης αυτού του τομέα. Επίσης, η διανομή του προϊόντος εντάσσεται υπέρ του Τουρισμού Ομορφιάς, ο οποίος στρέφεται στο τομέα της αισθητικής και της αντιγήρανσης, της περιποίησης σώματος και προσώπου, με αποτέλεσμα να αναπτύσσεται δυναμικά και στο μέλλον.

Δεν πρέπει να λησμονούμε το γεγονός ότι παγκοσμίως και τα Spa θεωρούνται ένας κλάδος που εξελίσσεται συνεχώς στο τομέα του Τουρισμού Ευεξίας. Στην σημερινή εποχή, οι υπηρεσίες, που προσφέρονται στα διάφορα κέντρα Spa, σχετίζονται με προγράμματα ευεξίας του πνεύματος και του σώματος, δίνοντας περισσότερο ενδιαφέρον στις χαλαρωτικές θεραπείες αλλά και στις θεραπείες ομορφιάς, όπως τοπικού ή ολικού αδυνατίσματος, περιποίησης προσώπου, αισθητικής, σύσφιξης μυών, κομμωτικής, μανικιούρ και πεντικιούρ, αποτρίχωσης, αντιγήρανσης, μαθήματα κοινωνικής παρουσίας και ενδυματολογίας. Οι διακοπές για ευεξία, λοιπόν, σε Spa περιλαμβάνουν αυξητική τάση. Επιπλέον, και επειδή ο τρόπος ζωής των νέων είναι αρκετά έντονος υπάρχει έντονο το αίσθημα της ανάγκης για πιο μικρές και χαλαρωτικές διακοπές. Ακόμη, η ιδέα του γρήγορου αδυνατίσματος, της συντομότερης εξάσκησης και της γρήγορης ομορφιάς χαρακτηρίζεται, σιγά – σιγά, ως η κυρίαρχη τάση.

Πολλά ξενοδοχεία και resorts, τα τελευταία χρόνια διεθνώς, έχουν τη δυνατότητα να παρέχουν ένα συνδυασμό υγιεινής διατροφής και Spa, τα οποία ανταποκρίνονται απόλυτα με τις αυξανόμενες τάσεις και απαιτήσεις της αγοράς. Όσον αφορά την

Ελλάδα, αυτή η προσφορά αποτελεί μία πολύ καλή ευκαιρία γι' αυτήν, καθώς η μεσογειακή διατροφή χαρακτηρίζεται ως η πιο υγιεινή, παγκοσμίως.

Επιπρόσθετα, ο τομέας έρευνας αγοράς και ανάπτυξης των πωλήσεων στις υπηρεσίες Spa και ομορφιάς θεωρείται ένα αρκετά σημαντικό θέμα. Μερικές χώρες, όπως η Γαλλία, η Ελβετία, η Αυστρία, κ.α. έχουν εμβαθύνει σχετικά με το θέμα της διαφήμισης και της έρευνας αγοράς και παρέχουν πακέτα διακοπών καλής φυσικής κατάστασης και ομορφιάς στα κέντρα τουρισμού ευεξίας που βρίσκονται μέσα σε ξενοδοχειακά συγκροτήματα με ιδανικό περιβάλλον για ξεκούραση και θεραπεία. Τα τουριστικά αυτά πακέτα προκύπτουν από ειδικούς τουριστικούς πράκτορες σε διεθνή κλίμακα και αφορούν κυρίως πελάτες υψηλού εισοδηματικού επιπέδου. Στο συγκεκριμένο τομέα η χώρα μας μειονεκτεί σημαντικά, ενώ αποτελείται από το δυναμικό και τις προϋποθέσεις που χρειάζεται.

Είναι γεγονός ότι, οι τάσεις της σημερινής εποχής φανερώνουν ένα δυναμικό και μακροχρόνιο μέλλον για το τουρισμό Spa στη χώρα μας. Η Ελλάδα αποτελεί την ιδανική πρόταση για σωματική και ψυχική υγεία και αναζήτηση ομορφιάς και ευεξίας, αφού κατέχει ένα από τα καλύτερα κλίματα στον κόσμο, με μια μοναδική σε ποικιλία φύση, καθώς και με μία από τις πιο υγιεινές διατροφικές παραδόσεις.

Συμπερασματικά, έχει καταστεί σαφές, λοιπόν, ότι, η Ελλάδα κατέχει τη δυνατότητα ανάπτυξης ενός ποιοτικού τουρισμού ευεξίας και προσέλκυσης τουριστών ευεξίας από το εξωτερικό λόγω του υπέροχου μεσογειακού περιβάλλοντος, της πλούσιας ιστορικής και πολιτιστικής κληρονομιάς, του καταξιωμένου διεθνώς θεραπευτικού προσωπικού, της υγιεινής διατροφής, των σύγχρονων υποδομών και των καλών κλιματολογικών συνθηκών. Έχοντας σκοπό την ανάπτυξη του Τουρισμού Ευεξίας, συνδυαστικά, και με τις άλλες μορφές τουρισμού υγείας που περιλαμβάνουν την ευεξία όπως ο Τουρισμός Ομορφιάς, τα Spa, ο Θερμαλισμός, κλπ. θα κερδίσει πολλά θετικά και θα εξακολουθήσει να βρίσκεται στη κορυφή των σύγχρονων τουριστικών προορισμών. Ακόμη, η ύπαρξη οργανωμένων χώρων wellness και spa μέσα σε ήδη υπάρχουσες ξενοδοχειακές μονάδες διευκολύνει την ανάληψη πρωταγωνιστικού ρόλου στον ιδιαίτερο προσοδοφόρο αυτό τομέα τουρισμού ευεξίας, δίνοντας, κυρίως, προσοχή στο χαμηλότερο κόστος έναντι άλλων υπηρεσιών.

Βιβλιογραφία

Ελληνική Βιβλιογραφία

Πετρέας Χ., (2008), *Ιαματικός Τουρισμός και Τουρισμός Ευεξίας – Ο ανταγωνισμός πέρα από τα σύνορα*, Παρουσίαση HELEXPO 30-31/10/2008

Τσάρτας Ρ. (1996), *Τουρίστες, ταξίδια, τόποι: κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στον Τουρισμό*, Εξάντας, Αθήνα

Σφακιανάκης, Μ., 2000, «*Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού*», Έλλην, Αθήνα

Βενετσανοπούλου Μ. (2006), *Η κρατική συμβολή στον τουρισμό. Εναλλακτικές μορφές τουρισμού*, Εκδοτικός οίκος “Interbooks”, Αθήνα.

Σφακιανάκης Μ.(2000), *Εναλλακτικές μορφές τουρισμού*.

Κοκώσης, Χ και Τσάρτας, Π. (2001) *Βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη και περιβάλλον*. Αθήνα: Κριτική

Νικόλαος Ηρ. Γεωργιάδης, (2005), “*Ο Κλάδος των Ιαματικών Λουτρών και των “Spa” στην Ελλάδα*”, Investment Research & Analysis Journal, pp.1-4

Χατζηδάκης, Α. (2015) *Τάσεις της τουριστικής κίνησης 2008-2015*, Ε.Ο.Τ, Αθήνα

Ξένη Βιβλιογραφία

Becheri, E. (1989) “*From thermalism to health tourism*”, The Tourist Review, Vol. 44 Issue: 4, pp.15-19

Lee, C.G. (2010) *Health care and tourism: Evidence from Singapore*, Tourism Management 31, pp 486–488

Yang, J.Y., Paek, S., Kim, T., Lee, T. (2015) “*Health tourism: Needs for healing experience and intentions for transformation in wellness resorts in Korea*”, International Journal of Contemporary Hospitality Management, Vol. 27 Issue: 8, pp.1881-1904

Canadian Tourism Commission (2006), *Canadian Spa Sector Profile*, στο http://www.tourism.gov.on.ca/english/research/studies/2006_Canadian_Spa_Sector_Profile_eng%20final.pdf

Canadian Tourism Commission (2006), *Spa Health & Wellness Sector - Foreign Competitor Profiles (2006)*, στο

http://varaix.mit.tur.cu/tcsc/LibroWeb/Webturismo/Capitulo%2009/Capit%2009%20anexos/Spa_Health_Wellness%20canadian.pdf

Global Spa Summit (2007), *Global Spa Economy Report*, στο <http://www.globalspasummit.org/2009/resources/2007-Global-Spa-Economy-Report.php>

Beriatos, E. Papageorgioly, M. (2009), "*Towards sustainable Spa tourism activities in Greece*", WIT Transactions on Ecology and the Environment, volume 120, pp.773-781.

Voigt, C., Brown, G., Howat, G. (2011) "*Wellness tourists: in search of transformation*", *Tourism Review*, pp.16-30

Ιστότοποι

[Εναλλακτικός τουρισμός: τι είναι ακριβώς και ποιες οι σύγχρονες μορφές του; – Healthy Life Festival](#)

<https://etravelnews.gr/tag/%CF%80%CE%B1%CE%B3%CE%BA%CF%8C%CF%83%CE%BC%CE%B9%CE%BF%CF%82-%CE%BF%CF%81%CE%B3%CE%B1%CE%BD%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82-%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CE%BF%CF%8D/>

<http://www.visitgreece.gr/el/leisure/wellness>

https://www.alternativenaturally.com/event.asp?id_newsdata=1379

<http://www.travelandtourtworld.com/>

<http://www.fisiokinesis.gr/services/spa-therapy>

Παραρτήματα

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΓΙΑ ΠΕΛΑΤΕΣ

1. Φύλο: Γυναίκα _____ Άντρας _____
2. Ηλικία: _____
3. Οικογενειακή Κατάσταση: Ελεύθερος _____ Παντρεμένος _____
4. Εκπαίδευση: Απόφοιτος Δημοτικού _____ Απόφοιτος Γυμνασίου /
Λυκείου _____ Απόφοιτος ΙΕΚ _____
Πτυχιούχος Πανεπιστήμιου _____ Κάτοχος Μεταπτυχιακού _____
5. Επαγγελματική κατάσταση: Φοιτητής _____ Ιδιωτικός Υπάλληλος _____

ας _____

6. Πόσο συχνά έρχεστε στο συγκεκριμένο “spa”;

Κάποιες φορές

Συχνά

Αρκετά Συχνά

Συστηματικά

7. Σύμφωνα με τη κρίση σας, στο συγκεκριμένο Κέντρο “spa” :

	Διαφωνώ Απόλυτα	Έτσι Και Έτσι	Συμφωνώ Απόλυτα		
1. Το προσωπικό είναι φιλικό	1	2	3	4	5
2. Το προσωπικό είναι ευγενικό	1	2	3	4	5

3. Το προσωπικό είναι διακριτικό	1 2 3 4 5
4. Το προσωπικό ανταποκρίνεται άμεσα στα προβλήματα των πελατών	1 2 3 4 5
5. Το προσωπικό είναι πρόθυμο να επιλύσει άμεσα τις απορίες των πελατών	1 2 3 4 5
6. Το προσωπικό αντιμετωπίζει με σοβαρότητα και ενδιαφέρον τον κάθε πελάτη	1 2 3 4 5
7. Το προσωπικό γνωρίζει καλά το αντικείμενο της εργασίας του	1 2 3 4 5
8. Το προσωπικό είναι επαγγελματίες	1 2 3 4 5

9. Το προσωπικό έχει γνώσεις	1	2	3	4	5
10. Η διοίκηση του κέντρου τηρεί τις υποσχέσεις της απέναντι στους πελάτες	1	2	3	4	5
11. Η διοίκηση του κέντρου τηρεί το ωρολόγιο πρόγραμμα του Κέντρου “spa”	1	2	3	4	5
12. Η διοίκηση του κέντρου τηρεί τις προδιαγραφές για τη λειτουργία του spa	1	2	3	4	5
13. Οι εγκαταστάσεις του spa είναι ελκυστικές	1	2	3	4	5
14. Οι εγκαταστάσεις του spa τηρούν τις συνθήκες υγιεινής	1	2	3	4	5

15. Οι χώροι του spa είναι ευρύχωροι	1	2	3	4	5
16. Ο εξοπλισμός είναι σε καλή κατάσταση	1	2	3	4	5
17. Το προσωπικό είναι αξιόπιστο	1	2	3	4	5
18. Το προσωπικό είναι έμπιστο	1	2	3	4	5
19. Το εξειδικευμένο προσωπικό δίνει σωστές, ακριβείς οδηγίες και μπορούν να το εμπιστευτούν οι πελάτες	1	2	3	4	5
20. Το προσωπικό είναι εξηγηματικό σε κάθε απορία	1	2	3	4	5

21. Το προσωπικό δε χρησιμοποιεί δυσνόητη ιατρική ορολογία	1 2 3 4 5
22. Το προσωπικό είναι πρόθυμο να δώσει πληροφορίες	1 2 3 4 5
23. Η διοίκηση και το προσωπικό γνωρίζουν καλά τις ανάγκες των πελατών	1 2 3 4 5
24. Το επίπεδο των υπηρεσιών και το κόστος τους είναι συμβατό με τις απαιτήσεις του πελάτη και τις οικονομικές του δυνατότητες	1 2 3 4 5
25. Υπάρχει ελαστικότητα στο πρόγραμμα των υπηρεσιών ώστε να ικανοποιείται ο κάθε πελάτης	1 2 3 4 5

26. Η χρήση του χώρου και του εξοπλισμού είναι ασφαλή	1 2 3 4 5
27. Τηρούνται όλοι οι κανόνες ασφαλείας	1 2 3 4 5
28. Υπάρχουν κανονισμοί για την ορθή χρήση των χώρων του spa	1 2 3 4 5
29. Η πρόσβαση στο χώρο του spa είναι εύκολη	1 2 3 4 5
30. Η πρόσβαση στις συνοδευτικές υπηρεσίες είναι εύκολη	1 2 3 4 5
31. Η πρόσβαση στο spa είναι εύκολη	1 2 3 4 5

8. Εκτιμήστε πόσο σημαντικοί είναι οι παρακάτω λόγοι στην απόφασή σας να έρθετε εδώ.

	Καθόλου Σημαντικός	Έτσι Και Έτσι			Πάρα Πολύ Σημαντικός
Για να απαλλαγώ από τις καθημερινές εντάσεις	1	2	3	4	5
Για να χαλαρώσω	1	2	3	4	5
Για να ξεκουράσω το πνεύμα μου	1	2	3	4	5
Για να ξεφύγω από τις καθημερινές υποχρεώσεις	1	2	3	4	5
Για να ξεφύγω από τον					

συνωστισμό των πόλεων	1	2	3	4	5
Για να φύγω μακριά από τους άλλους ανθρώπους	1	2	3	4	5
Για να είμαι σε ένα ήσυχο μέρος	1	2	3	4	5
Για να αισθανθώ απομονωμένος	1	2	3	4	5
Για να μείνω μόνος και να σκεφτώ	1	2	3	4	5
Γιατί αισθάνομαι αναζωογονημένος	1	2	3	4	5
Γιατί αισθάνομαι πιο υγιείς	1	2	3	4	5

Γιατί αισθάνομαι ότι παίρνω δυνάμεις	1	2	3	4	5
Γιατί είναι μόδα	1	2	3	4	5
Γιατί πηγαίνουν οι φίλοι μου	1	2	3	4	5
Γιατί διάβασα για αυτό στα μέσα μαζικής επικοινωνίας	1	2	3	4	5
Γιατί έχω προβλήματα υγείας	1	2	3	4	5

<p>Γιατί θεραπεύει τα προβλήματα υγείας μου</p>	<p>1 2 3 4 5</p>
<p>Για να ασκηθώ ταυτόχρονα</p>	<p>1 2 3 4 5</p>
<p>Για να συμμετάσχω σε δραστηριότητες αθλητικής αναψυχής ταυτόχρονα</p>	<p>1 2 3 4 5</p>
<p>Για να γυμναστώ ταυτόχρονα</p>	<p>1 2 3 4 5</p>
<p>Για να περάσω χρόνο με την παρέα μου</p>	<p>1 2 3 4 5</p>

Για να επικοινωνήσω με την παρέα μου	1 2 3 4 5
Για να διασκεδάσω	1 2 3 4 5
Για να κάνω κάτι ευχάριστο	1 2 3 4 5

9. Ως προς την επιλογή σας σχετικά με το συγκεκριμένο “spa” :

Θεωρώ το συγκεκριμένο “spa” ως πρώτη μου επιλογή ανάμεσα σε όσα υπάρχουν στην πόλη **Ναι** **Όχι**

Σκοπεύω να συνεχίσω να επισκέπτομαι το συγκεκριμένο “spa”

Ναι **Όχι**

Θα προσπαθήσω να συνεχίσω να επισκέπτομαι το συγκεκριμένο “spa”

Ναι Όχι

10. Πόσο ικανοποιημένοι έχετε μείνει από την επίσκεψή σας στο συγκεκριμένο Κέντρο “spa”;

Απόλυτα Ικανοποιημένος / -η

Μάλλον Ικανοποιημένος / -η

Κρατώ Ουδέτερη Στάση

Μάλλον Δυσανεστημένος / -η

Απόλυτα Δυσανεστημένος / -η

11. Αν αυξανόταν το κόστος της επίσκεψής σας στο συγκεκριμένο Κέντρο “spa”, πώς θα αντιδρούσατε;

Θα ήμουν πρόθυμος ακόμη και να πληρώσω παραπάνω για τις υπηρεσίες που λαμβάνω στο συγκεκριμένο “spa” Ναι Όχι

Θα συνεχίσω να επισκέπτομαι το συγκεκριμένο “spa” ακόμη κι αν αυξηθούν οι τιμές **Ναι** **Όχι**

Θα επισκεφτώ κάποιο άλλο Κέντρο “spa” αν οι τιμές είναι πιο ανταγωνιστικές **Ναι** **Όχι**

Ερωτηματολόγιο – Ερωτήσεις σε Ξενοδόχους – Διευθυντές

1. Το ξενοδοχείο παρέχει υπηρεσίες ευεξίας από την ίδρυσή του;

Ναι

Όχι

2. Πως πληροφορείστε για τις καινούργιες τάσεις της αγοράς σχετικά με τις νέες υπηρεσίες, την εφαρμογή καινούργιων τεχνολογιών και τα νέα προϊόντα στο κλάδο του τουρισμού ευεξίας;

Συμμετοχή σε Διεθνείς Εκθέσεις

Ναι **Όχι**

Το ξενοδοχείο θεωρείται ένα τμήμα αλυσίδας ξενοδοχείων η οποία προσφέρει όλη την ενημέρωση και τεχνογνωσία που χρειάζεται

Ναι **Όχι**

Εξερεύνηση στο Internet

Ναι **Όχι**

Από Διεθνή Συνέδρια

Ναι **Όχι**

3. Όσον αφορά τις μελλοντικές προοπτικές και τάσεις του προϊόντος του τουρισμού ευεξίας στην Ελλάδα, θεωρείτε ότι οι εκτιμήσεις σας είναι :

Αρνητικές

Μέτριες

Θετικές

Αρκετά Αισιόδοξες

4. Κατά την άποψή σας, ποιά προβλήματα αντιμετωπίζει το προϊόν του τουρισμού ευεξίας στην Ελλάδα :

Έλλειψη εξειδικευμένου προσωπικού

Ναι **Όχι**

Ως προς τα θεραπευτικά αποτελέσματα του τουρισμού ευεξίας, επικρατεί, ακόμα, το αίσθημα της δυσπιστίας

Ναι **Όχι**

Είναι δύσκολο να συνδεθεί τουρισμός με βάση τα “spa” με τη ψυχαγωγική διάσταση του τουρισμού ευεξίας

Ναι **Όχι**

Ελάχιστες υποδομές, υπηρεσίες

Ναι **Όχι**

Εφαρμόζεται η κατάλληλη προώθηση και προβολή του συγκεκριμένου τουριστικού προϊόντος

Ναι **Όχι**

Γίνεται σωστή προβολή του συγκεκριμένου τουριστικού προϊόντος από κεντρικούς και τοπικούς φορείς ώστε να στηριχθούν οι σχετικές, με αυτό το προϊόν, επιχειρήσεις

Ναι Όχι

5. Θεωρείται ότι το ισχύον θεσμικό πλαίσιο σχετικά με τη λειτουργία των ξενοδοχείων που προσφέρουν υπηρεσίες “spa” είναι :

Αρκετά Ικανοποιητικό

Ικανοποιητικό

Ελλιπές

Σχετικά Ελλιπές

Ανύπαρκτο

6. Το ξενοδοχείο περιλαμβάνει υπηρεσίες “spa” :

συμπληρωματικά με άλλες ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού **Ναι** **Όχι**

μιας, επιπλέον, παροχής ενός ευρύτερου πακέτο διακοπών

Ναι **Όχι**

Διότι, θεωρείται αποκλειστικά κέντρο ευεξίας **Ναι** **Όχι**

7. Ποιες ηλικίες πραγματοποιούν πιο συχνά επισκέψεις στο κέντρο “spa” σας;

20 – 40 **Ναι** **Όχι**

40 – 60 **Ναι** **Όχι**

60 – 80 **Ναι** **Όχι**

8. Ποιές εθνικότητες τουριστών επισκέπτονται πιο συχνά το ξενοδοχείο - κέντρο ευεξίας “sra” σας;

Έλληνες **Ναι** **Όχι**

Ρώσοι **Ναι** **Όχι**

Γερμανοί **Ναι** **Όχι**

Γάλλοι **Ναι** **Όχι**

Αγγλοι **Ναι** **Όχι**

9. Το μεγαλύτερο ποσοστό των πελατών που προτιμούν το ξενοδοχείο – κέντρο ευεξίας “sra” σας είναι :

Υψηλού εισοδήματος

Μέτριου εισοδήματος

Χαμηλού εισοδήματος

10. Οι υπηρεσίες και τα κέντρα “sra” στο ξενοδοχείο σας :

λειτουργούν απλά ως συνοδευτικές υπηρεσίες

συνεισφέρουν θετικά στη μεγαλύτερη ανάπτυξη της οικονομίας του ξενοδοχείου

θεωρούνται ως ένα παραπάνω ανταγωνιστικό πλεονέκτημα

11. Ως προς τη προώθηση των υπηρεσιών “sra” του ξενοδοχείου σας χρησιμοποιείται τη μέθοδο :

Της τηλεοπτικής διαφήμισης

Της υλοποίησης μιας ολοκληρωμένης καμπάνιας

Μέσω κάποιων σχετικών events με το προϊόν που επιθυμείται να διαφημίσετε

Μέσω προωθητικών ενεργειών σε συγκεκριμένα σημεία μέσα στο ξενοδοχείο σας

12. *Είστε θετικοί στο να επενδύσετε στο τομέα των “spa”;*

Καθόλου

Λίγο

Αρκετά

Πολύ

Πάρα Πολύ

13. *Όσον αφορά τον ανταγωνισμό, ποια στρατηγική ακολουθεί η επιχείρησή σας σχετικά με τις υπηρεσίες “spa”;*

Στρατηγική με σκοπό τη διαφοροποίηση για υπεροχή αναφορικά με τις υπηρεσίες “spa” που προσφέρουν

Στρατηγική χαμηλού κόστους, ώστε να κερδίσουν περισσότεροι πελατεία

Στρατηγική εστίασης όσον αφορά τις εγκαταστάσεις που περιέχονται στο κέντρο “spa” στο ξενοδοχείο σας

14. *Ποιοι πιστεύεται ότι είναι οι μεγαλύτεροι ανταγωνιστές σας σχετικά με το τομέα των “spa” που περιλαμβάνεται στην επιχείρησή σας;*

City Spas

Άλλα ξενοδοχεία και κέντρα που προσφέρουν υπηρεσίες “spa” με ίδια σχεδόν χαρακτηριστικά

Οι επιχειρήσεις που περιλαμβάνουν αυτό το συγκεκριμένο τουριστικό προϊόν σε συνδυασμό με άλλες ειδικές ή εναλλακτικές μορφές τουρισμού

Άλλο _____

15. *Η επιχείρησή σας περιλαμβάνει κάποιο πιστοποιητικό ποιότητας;*

Ναι

Όχι