

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

**ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ ΣΤΗΝ
ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ :

**ΕΡΕΥΝΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΣΕ ΕΝΑ ΙΑΜΑΤΙΚΟ
ΚΕΝΤΡΟ ΤΗΣ ΡΟΥΜΑΝΙΑΣ : LACU SARAT**

ΑΝΤΖΕΛΑ Π. ΤΣΙΓΚΑΡΙΔΗ

ΠΕΙΡΑΙΑΣ, ΑΠΡΙΛΙΟΣ 2005

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η διπλωματική εργασία : Έρευνα τουριστικής αγοράς σε ένα ιαματικό κέντρο της Ρουμανίας :LACU SARAT υποβλήθηκε στο Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων του Πανεπιστημίου Πειραιώς ως μέρος των απαιτήσεων για την απόκτηση του Μεταπτυχιακού Διπλώματος ειδίκευσης στην Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων.

Η παρούσα διπλωματική εργασία έχει ως σκοπός την ανάλυση της κατάστασης του ιαματικού τουρισμού τα τελευταία χρόνια στην Ρουμανία, συγκεκριμένα στην περιοχή του ιαματικού κέντρου Lacu Sarat και την ανακάλυψη των κατάλληλων προτάσεων για την ανάπτυξη της περιοχής.

Η εργασία περιλαμβάνει δυο μέρη. Το πρώτο μέρος είναι το θεωρητικό κομμάτι, το οποίο αποτελείται από τα πρώτα πέντε κεφαλαία της παρούσας εργασίας. Το δεύτερο μέρος είναι η τουριστική έρευνα που πραγματοποιήθηκε στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat και αποτελείται από τα τελευταία τρία κεφαλαία της εργασίας. Συνολικά η εργασία περιέχει : τα περιεχόμενα, την εισαγωγή, οχτώ κεφαλαία, την βιβλιογραφία και τα παραρτήματα.

Το πρώτο κεφαλαίο περιλαμβάνει γενικά θέματα για το τουρισμό :ορισμοί του τουρισμού, ο ρόλος του τουρισμού στην παγκόσμια οικονομία, τελευταίες εξελίξεις του παγκόσμιου τουρισμού.

Στο δεύτερο κεφαλαίο γίνεται μια ανάλυση του τουριστικού δυναμικού της Ρουμανίας και των αφίξεων, αναχωρήσεων, διανυκτερεύσεων στην χώρα τα τελευταία χρόνια.

Το τρίτο κεφαλαίο κάνει αναφορά στο ιαματικό τουρισμό σε διεθνές επίπεδο και στην Ρουμανία : ιστορικό του ιαματικού τουρισμού, ιαματικές πηγές, ιαματικά κέντρα.

Το τέταρτο κεφαλαίο περιλαμβάνει θεωρητικά θέματα για την έρευνα μάρκετινγκ. Στο επόμενο κεφαλαίο γίνεται μια ανάλυση του τουριστικού προϊόντος του ιαματικού κέντρου Lacu Sarat, της τουριστικής προσφοράς και ζήτησης.

Τα τελευταία τρία κεφαλαία περιγράφουν την τουριστική έρευνα αγοράς του διεξάχθηκε στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat : τον τρόπο πως διεξάχθηκε η έρευνα, την αναλυτική παρουσίαση των αποτελεσμάτων της έρευνας, τα προβλήματα που υπάρχουν, τις δυνατότητες που έχει η περιοχή για ανάπτυξη και τις προτάσεις για την βελτίωση την σημερινής κατάστασης.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Επιθυμώ να εκφράσω τις ευχαριστίες μου σε όλους αυτούς που με βοήθησαν και υποστήριξαν όλο αυτό τον καιρό που σπούδασα στο Πανεπιστήμιο Πειραιώς : στους καθηγητές μου, στη Γραμματεία του Τμήματος Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων και σε όλους τους υπαλλήλους του Πανεπιστημίου.

Θα ήθελα να ευχαριστήσω ιδιαίτερα τον κύριο Αθανάσιος Κουρεμένος, Πρόεδρος του Τμήματος Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων, επιβλέπων καθηγητής, για την μεγάλη κατανόηση και υποστήριξη που μου έχει δείξει όλο αυτό το χρονικό διάστημα.

Επίσης επιθυμώ να εκφράσω τις ευχαριστίες μου προς το Υπουργείο Εξωτερικών και τον κύριο Ιωάννης Δέδες για την οικονομική υποστήριξη και την κατανόησή τους.

Θα ήθελα να ευχαριστήσω τους γονείς μου, τις αδελφές μου, τους φίλους μου για την ψυχολογική υποστήριξη, γιατί ήταν πάντα δίπλα μου και με βοήθησαν στις δύσκολες στιγμές.

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΑ

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ	13
1. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ - Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ ΣΤΟ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ ΕΠΙΠΕΔΟ	
1.1. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ - ΟΡΙΣΜΟΙ.....	16
1.2. Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ.....	18
1.3. ΕΙΔΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	21
1.4. ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ – ΤΕΛΕΥΤΑΙΕΣ ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ ΚΑΙ ΤΑΣΕΙΣ	23
2. Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΡΟΥΜΑΝΙΑ	
2.1. ΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΤΗΣ ΡΟΥΜΑΝΙΑΣ	28
2.2. Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΤΗΣ ΡΟΥΜΑΝΙΑΣ ΤΑ ΤΕΛΕΥΤΑΙΑ ΧΡΟΝΙΑ.....	31
2.3. ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΟ ΑΚΑΘΑΡΙΣΤΟ ΕΓΧΩΡΙΟ ΠΡΟΙΟΝ	34
2.4. ΕΙΣΡΟΗ ΣΥΝΑΛΛΑΓΜΑΤΟΣ ΑΠΟ ΤΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ.....	35
2.5. ΟΙ ΔΕΙΚΤΕΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΤΗΣ ΡΟΥΜΑΝΙΑΣ.....	36
2.5.1. Οι αφίξεις των τουριστών στην Ρουμανία.....	36
2.5.2. Οι αναχωρήσεις των ρουμάνων τουριστών στο εξωτερικό	40
2.5.3. Οι διανυκτερεύσεις των τουριστών στην Ρουμανία	40
2.5.4. Ξενοδοχειακό δυναμικό και λοιπά καταλύματα που υπάρχουν στην Ρουμανία	42
2.5.5. Μέσος όρος πληρότητας στα εν λειτουργία τουριστικά καταλύματα.....	44
3. Ο ΙΑΜΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΣΤΗΝ ΡΟΥΜΑΝΙΑ	

3.1. Ο ΙΑΜΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΥΓΕΙΑΣ	
3.1.1. Γενικά – ορισμός, ρόλος, ιστορικό του ιαματικού τουρισμού.....	46
3.1.2. Ο ιαματικός τουρισμός σε διεθνές επίπεδο.....	51
3.2. Ο ΙΑΜΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΡΟΥΜΑΝΙΑΣ	
3.2.1. Το ιστορικό του ιαματικού τουρισμού στην Ρουμανία.....	53
3.2.2. Οι ιαματικές πηγές της Ρουμανίας.....	56
3.2.3. Τα ιαματικά κέντρα της Ρουμανίας.....	60
3.2.4. Η κατάσταση του ιαματικού τουρισμού της Ρουμανίας σήμερα.....	63
4. ΕΡΕΥΝΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ	
4.1. ΟΡΙΣΜΟΣ, Ο ΡΟΛΟΣ ΚΑΙ Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ.....	70
4.2. ΕΡΕΥΝΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ.....	73
4.3. Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ.....	75
4.4. ΣΤΑΔΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ.....	78
4.5. ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΟΟΡΙΣΜΩΝ	82
4.5.1. Τι είναι ο τουριστικός προορισμός;.....	82
4.5.2. Πόροι τουριστικών προορισμών.....	84
4.5.3. Η εικόνα του τουριστικού προορισμού.....	85
5. ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΤΗΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ΤΟΥ ΙΑΜΑΤΙΚΟΥ ΚΕΝΤΡΟΥ LACU SARAT	
5.1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	87
5.2. ΣΥΝΤΟΜΗ ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΟΥ ΙΑΜΑΤΙΚΟΥ ΚΕΝΤΡΟΥ LACU SARAT.....	88
5.3.ΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΙΟΝ ΤΟΥ LACU SARAT	
5.3.1. Πολιτικό περιβάλλον.....	93

A. Περιφέρεια Νοτια-Ανατολική της Ρουμανίας- αναπτυξιακά χαρακτηριστικά	93
B. Νομός Braila.....	100
5.3.2. Περιβαλλοντικό προϊόν.....	107
5.3.3. Πολιτιστικό προϊόν.....	110
5.3.4. Οικονομικό περιβάλλον.....	111
5.3.5. Κοινωνικό περιβάλλον.....	112
5.4. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΣΦΟΡΑ	
5.4.1. Ξενοδοχειακά καταλύματα.....	112
5.4.2. Μεταφορικά μέσα.....	114
5.4.3. Υπηρεσίες.....	116
5.4.4. Θεραπευτικές υπηρεσίες που προσφέρει το ιαματικό κέντρο.....	116
5.4.5. Χώροι εστίασεως.....	117
5.4.6. Εμπορικά τουριστικά καταλύματα.....	118
5.4.7. Αθλητικές εγκαταστάσεις.....	118
5.5. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΖΗΤΗΣΗ	
5.5.1. Τουριστική κίνηση του ιαματικού κέντρου.....	119
5.5.2. Εποχικότητα επισκέψεων.....	119
5.5.3. Στατιστικά στοιχεία αφίξεων στο νόμο Braila και στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat.....	120
5.5.4. Στατιστικά στοιχεία διανυκτερεύσεων στο νόμο Braila και στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat.....	124
6. ΕΡΕΥΝΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΣΤΟ ΙΑΜΑΤΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ LACU SARAT	
6.1. ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΟΣ – ΣΤΟΧΟΙ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	127
6.2. ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ – ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ	
6.2.1. Τύπος και μέθοδος έρευνας.....	129
6.2.2. Ορισμός πληθυσμού.....	130

6.2.3. Μέθοδος Δειγματοληψίας- μέγεθος δείγματος...	130
6.3. ΔΟΜΗ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ.....	132
6.4. ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ ΓΙΑ ΑΝΑΛΥΣΗ.....	135
6.5. ΣΥΝΟΠΤΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ.....	137
7. ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ	162
8. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	
8.1. ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΕΙΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΙΑΜΑΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΡΟΥΜΑΝΙΑ.....	235
8.2. ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΟΧΗ ΤΟΥ ΙΑΜΑΤΙΚΟΥ ΚΕΝΤΡΟΥ LACU SARAT.....	242
8.3. ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ΤΟΥ ΙΑΜΑΤΙΚΟΥ ΚΕΝΤΡΟΥ LACU SARAT.....	247
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	254
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ.....	261

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΠΙΝΑΚΩΝ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1.

Πίνακας 1.1. Προβλέψεις εισερχόμενου τουρισμού Διεθνές τουριστικές αφίξεις κατά περιοχή υποδοχής.....	24
Πίνακας 1.2. Προβλέψεις εισερχομένου τουρισμού Διεθνές τουριστικές αφίξεις στην Ευρώπη κατά περιοχή υποδοχής.....	26
Πίνακας 1.3. Προβλέψεις διεθνών τουριστικών αφίξεων κατά περιοχή υποδοχή και χώρες προορισμούς.....	27

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2.

Πίνακας 2.1. Οι αφίξεις των τουριστών στην Ρουμανία κατά την περίοδο 1997-2001 για κάθε τουριστικό προορισμό της χώρας.....	38
Πίνακας 2.2. Οι αφίξεις των ξένων τουριστών στην Ρουμανία από τις κυριότερες χώρες.....	39
Πίνακας 2.3. Οι διανυκτερεύσεις τουριστών στα τουριστικά καταλύματα της Ρουμανίας.....	41
Πίνακας 2.4. Τα ξενοδοχειακό δυναμικό και λοιπά καταλύματα που υπάρχουν στην Ρουμανία.....	42
Πίνακας 2.5. Συγκροτήματα που λειτουργούν ως τουριστικά καταλύματα	43
Πίνακας 2.6. Συγκροτήματα που λειτουργούν ως τουριστικά καταλύματα ανά κατηγορία για το 2001.....	44
Πίνακας 2.7. Μέσος όρος πληρότητας στα εν λειτουργία τουριστικά καταλύματα.....	45

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5.

Πίνακας 5.1. Η τουριστική δυναμικότητα και δραστηριότητα στη Νότια – Ανατολική Περιφέρεια της Ρουμανίας για το 2001.....	99
Πίνακας 5.2. Ο πληθυσμός του νομού Braila για την περίοδο 1998– 2002.....	101
Πίνακας 5.3. Τα τουριστικά καταλύματα εν λειτουργία στη Νότια –	

Ανατολική Περιφέρεια της Ρουμανίας για το 2001.....	106
Πίνακας 5.4. Τα ξενοδοχειακά καταλύματα εν λειτουργία στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat στο τέλος του 2002.....	113
Πίνακας 5.5. Αφίξεις τουριστών στα τουριστικά καταλύματα του νομού Braila για το 1997- 2001.....	120
Πίνακας 5.6. Αφίξεις ημεδαπών τουριστών στα τουριστικά καταλύματα του νομού Braila για το 1997- 2001.....	121
Πίνακας 5.7. Αφίξεις τουριστών στο νομό Braila κατά περιοχές.....	123
Πίνακας 5.8. Διανυκτερεύσεις τουριστών στο νομό Braila κατά περιοχές.....	126

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7.

Πίνακας 7.1. Κατανομή των τουριστών κατά τόπο κατοικίας.....	162
Πίνακας 7.2. Από που είστε και φύλο.....	163
Πίνακας 7.3. Από που είστε και ηλικία.....	164
Πίνακας 7.4. Κατανομή των τουριστών κατά νομούς.....	164
Πίνακας 7.5. Η επίσκεψή τους ήταν η πρώτη στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat.....	165
Πίνακας 7.6. Ήρθατε για πρώτη φορά στο ιαματικό κέντρο και φύλο.....	165
Πίνακας 7.7. Ήρθατε για πρώτη φορά στο ιαματικό κέντρο και ηλικία.....	166
Πίνακας 7.8. Ήρθατε για πρώτη φορά στο ιαματικό κέντρο και πόσο ικανοποιημένοι είστε από το ιαματικό κέντρο.....	167
Πίνακας 7.9. Ήρθατε για πρώτη φορά στο ιαματικό κέντρο και θα επισκεφθείτε ξανά το ιαματικό κέντρο.....	168
Πίνακας 7.10. Ήρθατε για πρώτη φορά στο ιαματικό κέντρο και θα προτείνατε το ιαματικό κέντρο στους φίλους για διακοπές.....	169
Πίνακας 7.11. Ήρθατε για πρώτη φορά στο ιαματικό κέντρο και θα προτείνατε το ιαματικό κέντρο στους φίλους για θεραπεία.....	170

Πίνακας 7.12. Επισκέψεις σε άλλα ιαματικά κέντρα της Ρουμανίας.....	171
Πίνακας 7.13. Κατανομή προηγούμενων επισκέψεων στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat.....	172
Πίνακας 7.14. Ο λόγος επίσκεψης στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat.....	173
Πίνακας 7.15. Για πιο λόγο ήρθατε στο ιαματικό κέντρο και φύλο.....	174
Πίνακας 7.16. Για πιο λόγο ήρθατε στο ιαματικό κέντρο και ηλικία.....	175
Πίνακας 7.17. Για πιο λόγο ήρθατε στο ιαματικό κέντρο και ήρθατε για πρώτη φορά στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat.....	176
Πίνακας 7.18. Για πιο λόγο ήρθατε στο ιαματικό κέντρο και πόσες μέρες έχουν μείνει στο ιαματικό κέντρο.....	177
Πίνακας 7.19. Για πιο λόγο ήρθατε στο ιαματικό κέντρο και πόσο ικανοποιημένοι είστε από το ιαματικό κέντρο.....	178
Πίνακας 7.20. Για πιο λόγο ήρθατε στο ιαματικό κέντρο και θα επισκεφθείτε ξανά το ιαματικό κέντρο Lacu Sarat.....	179
Πίνακας 7.21. Για πιο λόγο ήρθατε στο ιαματικό κέντρο και θα προτείνετε το ιαματικό κέντρο Lacu Sarat στους φίλους σας για θεραπεία.....	180
Πίνακας 7.22. Για πιο λόγο ήρθατε στο ιαματικό κέντρο και πόσο ικανοποιημένοι είστε από την ποιότητα των θεραπευτικών υπηρεσιών στο ιαματικό κέντρο.....	182
Πίνακας 7.23. Για πιο λόγο ήρθατε στο ιαματικό κέντρο και πόσο σημαντικό κριτήριο επιλογής του ιαματικού κέντρου ήταν το νερό και η λάσπη της λίμνης.....	183
Πίνακας 7.24. Για πιο λόγο ήρθατε στο ιαματικό κέντρο και πόσο σημαντικό κριτήριο επιλογής του ιαματικού κέντρου ήταν η σύσταση του ιατρού.....	184
Πίνακας 7.25. Πότε επισκεφτήκανε τελευταία φορά το ιαματικό κέντρο Lacu Sarat.....	185
Πίνακας 7.26. Μέση διάρκεια παραμονής των ερωτηθέντων στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat.....	186
Πίνακας 7.27. Με ποιον ήρθανε στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat.....	186

Πίνακας 7.28. Γενική ικανοποίηση για το ιαματικό κέντρο Lacu Sarat..	187
Πίνακας 7.29 Πόσο ικανοποιημένοι είστε από τις υπηρεσίες που σας προσφέρει το ιαματικό κέντρο και φύλο.....	188
Πίνακας 7.30. Πόσο ικανοποιημένοι είστε από τις υπηρεσίες που σας προσφέρει το ιαματικό κέντρο και ηλικία.....	189
Πίνακας 7.31. Πόσο ικανοποιημένοι είστε από τις υπηρεσίες που σας προσφέρει το ιαματικό κέντρο και θα επισκεφθείτε ξανά το ιαματικό κέντρο.....	190
Πίνακας 7.32. Πόσο ικανοποιημένοι είστε από τις υπηρεσίες που σας προσφέρει το ιαματικό κέντρο και θα προτείνετε το ιαματικό κέντρο στους φίλους σας για διακοπές.....	192
Πίνακας 7.33. Πόσο ικανοποιημένοι είστε από τις υπηρεσίες που σας προσφέρει το ιαματικό κέντρο και θα προτείνετε το ιαματικό κέντρο στους φίλους σας για θεραπεία.....	193
Πίνακας 7.34. Πόσοι θα επισκεφθούν ξανά το ιαματικό κέντρο Lacu Sarat.....	194
Πίνακας 7.35. Πόσοι θα προτείνουν το ιαματικό κέντρο στους φίλους για διακοπές.....	194
Πίνακας 7.36. Πόσοι θα προτείνουν το ιαματικό κέντρο στους φίλους για θεραπεία.....	195
Πίνακας 7.37. Πόσο ικανοποιημένοι ήταν από το νερό και την λάσπη της λίμνης.....	196
Πίνακας 7.38. Πόσο ικανοποιημένοι ήταν από την καθαριότητα της παραλίας.....	196
Πίνακας 7.39. Πόσο ικανοποιημένοι ήταν από την καθαριότητα του ιαματικού κέντρου.....	197
Πίνακας 7.40. Πόσο ικανοποιημένοι ήταν από τον φυσικό περιβάλλον.....	198
Πίνακας 7.41. Πόσο ικανοποιημένοι ήταν από τα εστιατόρια.....	198

Πίνακας 7.42. Πόσο ικανοποιημένοι ήταν από την ποιότητα των θεραπευτικών υπηρεσιών.....	199
Πίνακας 7.43. Πόσο ικανοποιημένοι ήταν από τις συνθήκες διαμονής.....	199
Πίνακας 7.44. Πόσο ικανοποιημένοι ήταν από τις εκδρομές.....	200
Πίνακας 7.45. Πόσο ικανοποιημένοι ήταν από τα μέσα μεταφοράς.....	201
Πίνακας 7.46. Πόσο ικανοποιημένοι ήταν από τις υπηρεσίες του ταξί.....	201
Πίνακας 7.47. Πόσο ικανοποιημένοι ήταν από την ποιότητα του φαγητού.....	202
Πίνακας 7.48. Πόσο ικανοποιημένοι ήταν από την ποικιλία του φαγητού.....	202
Πίνακας 7.49. Πόσο ικανοποιημένοι ήταν από τους δρόμους.....	203
Πίνακας 7.50. Πόσο ικανοποιημένοι ήταν από την διασκέδαση.....	204
Πίνακας 7.51. Πόσο ικανοποιημένο ήταν από την φιλοξενία των ανθρώπων.....	204
Πίνακας 7.52. Πόσο σημαντικό κριτήριο επιλογής του ιαματικού κέντρου ήταν η φήμη του ιαματικού κέντρου.....	205
Πίνακας 7.53. Πόσο σημαντικό κριτήριο επιλογής του ιαματικού κέντρου ήταν το νερό και η λάσπη της λίμνης.....	206
Πίνακας 7.54. Πόσο σημαντικό κριτήριο επιλογής του ιαματικού κέντρου ήταν η σύσταση των φίλων.....	206
Πίνακας 7.55. Πόσο σημαντικό κριτήριο επιλογής του ιαματικού κέντρου ήταν η σύσταση του γιατρού.....	207
Πίνακας 7.56. Πόσο σημαντικό κριτήριο επιλογής του ιαματικού κέντρου ήταν το χαμηλό κόστος.....	207
Πίνακας 7.57. Πόσο σημαντικό κριτήριο επιλογής του ιαματικού κέντρου ήταν οι καλές υπηρεσίες.....	208

Πίνακας 7.58. Πόσο σημαντικό κριτήριο επιλογής του ιαματικού κέντρου ήταν η ησυχία της περιοχής.....	208
Πίνακας 7.59. Πόσο σημαντικό κριτήριο επιλογής του ιαματικού κέντρου ήταν η ποικιλία των θεραπευτικών υπηρεσιών.....	209
Πίνακας 7.60. Κριτήρια επιλογής του ιαματικού κέντρου.....	210
Πίνακας 7.61. Από που κλείσανε τα εισιτήρια.....	210
Πίνακας 7.62. Από που κλείσατε τα εισιτήρια και που μείνατε στο ιαματικό κέντρο.....	212
Πίνακας 7.63. Πόσο καιρό πριν κλείσανε τα εισιτήρια.....	212
Πίνακας 7.64. Τύπος καταλύματος διαμονής στο ιαματικό κέντρο.....	213
Πίνακας 7.65. Κατανομή τουριστών ανάλογα με το ξενοδοχείο που μείνανε.....	213
Πίνακας 7.66. Ποίες ήταν οι ανέσεις που είχαν στο τουριστικό κατάλυμα που μείνανε.....	214
Πίνακας 7.67. Πόσοι έχουν επισκεφθεί την πόλη Braila.....	214
Πίνακας 7.68. Κατανομή τουριστών ανάλογα με το μέσο μεταφοράς που χρησιμοποίησαν για να έρθουν στο ιαματικό κέντρο.....	215
Πίνακας 7.69. Ποιες ήταν οι θεραπευτικές υπηρεσίες που δεχτήκανε στο ιαματικό κέντρο.....	217
Πίνακας 7.70. Ποιες ήταν οι θεραπευτικές υπηρεσίες που δεχτήκανε στο ιαματικό κέντρο και φύλο.....	218
Πίνακας 7.71. Ποιες ήταν οι θεραπευτικές υπηρεσίες που παρακολουθήσατε στο ιαματικό κέντρο και πόσο ικανοποιημένοι είστε από την ποιότητα των θεραπευτικών υπηρεσιών.....	220
Πίνακας 7.72. Ποιες ήταν οι θεραπευτικές υπηρεσίες που παρακολουθήσατε στο ιαματικό κέντρο και θα προτείνατε το ιαματικό κέντρο για θεραπεία.....	221
Πίνακας 7.73. Κατανομή των ερωτηθέντων για το χώρο που	

γευμάτησαν.....	222
Πίνακας 7.74. Η γνώμη των ερωτηθέντων για το φαγητό.....	223
Πίνακας 7.75. Πώς ήταν το φαγητό και φύλο.....	224
Πίνακας 7.76. Πώς ήταν το φαγητό και πόσο ικανοποιημένοι είστε από την ποιότητα του φαγητού.....	225
Πίνακας 7.77. Κατανομή τουριστών με τι πρόπο πέρασαν τον ελεύθερο χρόνο στο ιαματικό κέντρο.....	226
Πίνακας 7.78. Πώς έχετε περάσει τον ελεύθερο χρόνο και φύλο.....	227
Πίνακας 7.79. Πώς έχετε περάσει τον ελεύθερο χρόνο και ηλικία.....	228
Πίνακας 7.80. Πόσο ακριβή ήταν η παραμονή τους στο ιαματικό κέντρο.....	229
Πίνακας 7.81. Η γνώμη των ερωτηθέντων για τι ήταν πιο ακριβό κατά την διάρκεια παραμονή τους στο ιαματικό κέντρο.....	230
Πίνακας 7.82. Τι τους άρεσε περισσότερο κατά την διάρκεια παραμονή τους στο ιαματικό κέντρο.....	231
Πίνακας 7.83. Τι τους άρεσε λιγότερο κατά την διάρκεια παραμονή τους στο ιαματικό κέντρο.....	232
Πίνακας 7.84. Κατανομή τουριστών ανάλογα με την ηλικία.....	232
Πίνακας 7.85. Κατανομή τουριστών ανάλογα με το φύλο.....	233
Πίνακας 7.86. Κατανομή τουριστών ανάλογα με το επάγγελμα.....	233
Πίνακας 7.87. Κατανομή τουριστών ανάλογα με το εισόδημα.....	234

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

Διάγραμμα 6.1. Κατανομή των τουριστών κατά τόπο κατοικίας.....	137
Διάγραμμα 6.2. Η επίσκεψη τους ήταν η πρώτη στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat.....	138
Διάγραμμα 6.3. Κατανομή προηγούμενων επισκέψεων στο ιαματικό κέντρο.....	140
Διάγραμμα 6.4. Μέση διάρκεια παραμονής των ερωτηθέντων στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat.....	142
Διάγραμμα 6.5. Γενική ικανοποίηση για το ιαματικό κέντρο Lacu Sarat.....	143
Διάγραμμα 6.6. Πόσοι θα επισκεφθούν ξανά το ιαματικό κέντρο Lacu Sarat.....	144
Διάγραμμα 6.7. Πόσοι θα προτείνουν το ιαματικό κέντρο Lacu Sarat στους φίλους για διακοπές.....	145
Διάγραμμα 6.8. Πόσοι θα προτείνουν το ιαματικό κέντρο Lacu Sarat στους φίλους για θεραπεία.....	146
Διάγραμμα 6.9. Από που κλείσανε τα εισιτήρια.....	152
Διάγραμμα 6.10. Πόσο καιρό πριν κλείσανε τα εισιτήρια.....	153
Διάγραμμα 6.11. Η γνώμη των ερωτηθέντων για το φαγητό.....	156
Διάγραμμα 6.12. Πόσο ακριβή ήτανη παραμονή των τουριστών στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat.....	157
Διάγραμμα 6.13. Ηλικία.....	160
Διάγραμμα 6.14. Επάγγελμα.....	161

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΩΝ

Παράρτημα 1. Ερωτηματολόγιο.....	261
Παράρτημα 2. Κωδικοποίηση	267

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Υπάρχουν σήμερα άνθρωποι που να είναι απόλυτα υγιείς;

Η απάντηση στην ερώτηση αυτή δεν είναι δύσκολο να δοθεί. Αν κοιτάμε λίγο τους ανθρώπους γύρω μας, τους φίλους, τους γνωστούς, διαπιστώνουμε ότι, οι περισσότεροι είχαν στο παρελθόν ή έχουν σήμερα κάποιο πρόβλημα υγείας, σοβαρό ή όχι, και μάλιστα από αρκετές νέες ηλικίες. Αυτό είναι αναμενόμενο, αν λάβουμε υπόψη την ζωή που ζούμε σήμερα: με τις μεγαλύτερες απαιτήσεις της σύγχρονης κοινωνίας, με το γρήγορο ρυθμό που έχει η καθημερινή ζωή, το άγχος, το στρες, με την αυξημένη ρύπανση του περιβάλλοντος, με τις μεταλλαγμένες τροφές, κ.λ.τ.

Η ιατρική, η οποία αναπτύσσεται συνεχώς με γρήγορους ρυθμούς, προσφέρει απαντήσεις και λύσεις σε πολλά προβλήματα υγείας. Υπάρχουν όμως, αρκετές περιπτώσεις που, η ιατρική μόνη της, χρησιμοποιώντας μόνο τα φάρμακα και τις παραδοσιακές ιατρικές μεθόδους δεν μπορεί να πετύχει θετικά αποτελέσματα στην βελτίωση της κατάστασης της υγείας των ανθρώπων. Τότε, χρειάστηκε να βρεθούν εναλλακτικές λύσεις για τα προβλήματα της υγείας του αντιμετωπίζουν οι άνθρωποι, που με το καιρό γίνανε και πιο πολλές.

Από την αρχαιότητα οι άνθρωποι χρησιμοποίησαν και άλλες μεθόδους, έκτος από τις ιατρικές για να αποκτήσουν την καλή υγεία τους: τα βότανα, το νερό, το κλίμα, οι ιαματικές πηγές. Ο ιαματικός τουρισμός είναι μια μορφή τουρισμού, ο οποίος χρησιμοποιεί τις ιαματικές πηγές με σκοπό την πρόληψη, επανάκτηση και διατήρηση της υγείας των ανθρώπων.

Διεθνώς, τα τελευταία χρόνια, λόγω του γεγονότος ότι, ο πληθυσμός του πλανήτη γερνάει, υπάρχει μια τάση για αύξηση του ενδιαφέροντος των πελατών- καταναλωτών για το ιαματικό τουρισμό.

Η Ρουμανία είναι μια από τις πιο πλούσιες χώρες σε φυσικούς παράγοντες ιατρικής θεραπείας (natural factors of cure): μεταλλικά και

θερμομεταλλικά νερά, λίμνες και θεραπευτικοί πηλοί, φυσικές θεραπευτικές αναθυμιάσεις, αλατωρυχεία, το κλίμα, οι οποίοι είναι σκορπισμένοι σε όλη την έκταση της χώρας.

Ο ιαματικός τουρισμός αποτελεί ένα σημαντικό πλούτο της χώρας, που δυστυχώς, τα τελευταία χρόνια δεν εκμεταλλεύεται όπως θα έπρεπε. Η ανάπτυξη του ιαματικού τουρισμού στην Ρουμανία θα συμβάλλει στην οικονομική, κοινωνική, πολιτιστική ανάπτυξη της χώρας.

Ο σκοπός της παρούσας τουριστικής έρευνας, η οποία διεξάχθηκε στα πλαίσια του Μεταπτυχιακού Προγράμματος: Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων, είναι η ανάλυση της κατάστασης του ιαματικού τουρισμού που επικρατεί τα τελευταία χρόνια στην Ρουμανία και, συγκεκριμένα στην περιοχή του ιαματικού κέντρου Lacu Sarat, και η ανακάλυψη των κατάλληλων προτάσεων για την βελτίωση την σημερινής κατάστασης.

Η παρούσα εργασία περιλαμβάνει δυο μέρη: το πρώτο μέρος είναι το θεωρητικό κομμάτι και το δεύτερο μέρος είναι η έρευνα που πραγματοποιήθηκε στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat. Συνολικά η εργασία περιέχει: την εισαγωγή, οχτώ κεφαλαία, την βιβλιογραφία και τα παρατήματα.

Στο πρώτο κεφαλαίο γίνεται μια αναφορά στο τουρισμό, ο ρόλος του σε παγκόσμιο επίπεδο. Περιλαμβάνει γενικά θέματα για το τουρισμό: ορισμοί του τουρισμού, η σημασία του τουρισμού στην οικονομία, ειδικές μορφές τουρισμού και τελευταίες εξελίξεις του παγκοσμίου τουρισμού.

Το δεύτερο κεφαλαίο περιλαμβάνει μια ανάλυση του τουρισμού της Ρουμανίας: το τουριστικό δυναμικό της χώρας, η εξέλιξή του τα τελευταία χρόνια, οι δείκτες του τουρισμού της χώρας (αφίξεις, αναχωρήσεις, διανυκτερεύσεις, ξενοδοχειακό δυναμικό).

Το τρίτο κεφαλαίο αναφέρεται στο ιαματικό τουρισμό. Στην πρώτο υποκεφάλαιο μιλάμε γενικά για το ιαματικό τουρισμό: ορισμός, ρόλος, ιστορικό

του ιαματικού τουρισμού, η κατάσταση σε διεθνές επίπεδο. Πιο ενδιαφέρον είναι το δεύτερο υποκεφάλαιο, όπου γίνεται μια ανάλυση του ιαματικού τουρισμού της Ρουμανίας: ιστορικό του ιαματικού τουρισμού, ιαματικές πηγές, ιαματικά κέντρα, η κατάσταση που επικρατεί σήμερα.

Το τέταρτο κεφάλαιο περιλαμβάνει θεωρητικά θέματα για την έρευνα μάρκετινγκ: ο ρόλος της για τον τουρισμό, τα στάδια έρευνας τουριστικού μάρκετινγκ, μάρκετινγκ τουριστικών προορισμών.

Στο πέμπτο κεφάλαιο παρουσιάζονται τα χαρακτηριστικά στοιχεία του τουρισμού στην περιοχή του ιαματικού κέντρου Lacu Sarat. Εδώ γίνεται μια ανάλυση του τουριστικού προϊόν του Lacu Sarat, της τουριστικής προσφοράς και ζήτησης του ιαματικού κέντρου Lacu Sarat.

Στο έκτο κεφάλαιο περιγράφουμε τον τρόπο πως διεξάχθηκε η έρευνα τουριστικής αγοράς στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat: ορισμός του προβλήματος και στόχοι της έρευνας, τύπος και μέθοδος έρευνας, μέθοδος δειγματοληψίας.

Στο έβδομο κεφάλαιο έχουμε την αναλυτική παρουσίαση των αποτελεσμάτων της έρευνας.

Τα συμπεράσματα της εργασίας συγκεντρώνονται στις πολιτικές που πρέπει να παρακολουθεί η Ρουμανία για την ανάπτυξη του ιαματικού τουρισμού, στα προβλήματα και στις δυνατότητες για ανάπτυξη που έχει η περιοχή του ιαματικού κέντρου Lacu Sarat και στις προτάσεις για ανάπτυξη αυτής της περιοχής.

1. ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ - Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ ΣΤΟ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ ΕΠΙΠΕΔΟ

1.1. ΟΡΙΣΜΟΙ

Ο τουρισμός είναι σήμερα μια βιομηχανία που αναπτύσσεται με ένα γρήγορο ρυθμό σε όλο τον κόσμο. Ο τουρισμός είναι ένας πολύπλοκος και σημαντικός τομέας για την οικονομία, ο οποίος εμφανίζεται με διάφορες μορφές και είναι δύσκολο να οριστεί με ακρίβεια.

Ένας από τους πρώτους ορισμούς του τουρισμού ήταν αυτός που δόθηκε από τον Hunziker και Kraft. Κατά την άποψη τους ο τουρισμός είναι ¹: "το σύνολο των φαινομένων και σχέσεων που προκύπτουν από την πραγματοποίηση ενός ταξιδιού και την διαμονή μη μόνιμων κατοίκων, εφόσον αυτά οδηγούν σε μόνιμη διαμονή και δεν συνδέονται με καμία κερδοσκοπική δραστηριότητα".

Πολλοί συγγραφείς προσπάθησαν να δώσουν ένα ορισμό για το τουρισμό. Οι Burkart και Medlik προτείνουν τον εξής ορισμό ²: "ο τουρισμός είναι το φαινόμενο που προκύπτει από τις προσωρινές επισκέψεις (η διαμονές) μακριά από το κανονικό τόπο διαμονής για οποιοδήποτε λόγο, εκτός της επαγγελματικής απασχόλησης στον τόπο επίσκεψης".

Ο τουρισμός είναι ένας ετερογενής κλάδος, ο οποίος αποτελείται από πολλούς υποκλάδους, οι οποίοι συνδέονται και επηρεάζονται μεταξύ τους. Ο τουρισμός περιλαμβάνει όλη την τουριστική βιομηχανία που σημαίνει: τα θέρετρα, τα καταλύματα, τα μεταφορικά μέσα, γενικότερα όλα τα υλικά και άυλα προϊόντα που ικανοποιούν τις τουριστικές ανάγκες και επιθυμίες των ανθρώπων.

¹ Hunziker, W. Kraft, Allgemeine Fremdenverkehrslehre, Zurich, 1942, pg. 22

² Burkart, Medlik, Tourism: Past, Present and Future, Heimmann, London, 1981

Ο Νίκος Γ. Ηγουμενακής δίνει το παρακάτω ορισμό³: “ ο τουρισμός με τη σύγχρονη του μορφή μπορεί να οριστεί, σε γενικές γραμμές, σαν η πρόσκαιρη μετακίνηση ανθρώπων από τον τόπο της μόνιμης διαμονής τους σε έναν άλλο, με αποκλειστικό σκοπό την ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών τους, που όμως δεν είναι πάντα ανάγκες ή επιθυμίες ξεκούρασης και αναψυχής και η οργανωμένη προσπάθεια για την προσέλκυση, υποδοχή και καλύτερη δυνατή εξυπηρέτηση αυτών των ανθρώπων “.

Το πρώτο μέρος του ορισμού αυτού αναφέρεται στη μετακίνηση ανθρώπων για τουριστικούς λόγους, αντιπροσωπεύει το καταναλωτικό μέρος του τουρισμού και είναι η ζήτηση. Το δεύτερο μέρος αναφέρεται στη υποδοχή και εξυπηρέτηση των ανθρώπων που μετακινούνται για τουριστικούς λόγους και αντιπροσωπεύει το παραγωγικό μέρος του τουρισμού, την πρόσφορα.

Ο τουρισμός είναι μια βιομηχανία που αποτελείται από επιχειρήσεις διαφορετικές από άποψη μεγέθους, τόπου εγκατάστασης, γκάμας παρεχομένων υπηρεσιών και μεθόδων που χρησιμοποιούν για την παραγωγή του τουριστικού προϊόντος. Οι κλάδοι και οι επιχειρήσεις, που εμπλέκονται στη τουριστική βιομηχανία για την παραγωγή των τουριστικών προϊόντων, είναι πολλοί και ποικίλοι. Ο Ηγουμενακής, προτείνει την κατηγοριοποίηση των κλάδων που εμπλέκονται στην τουριστική βιομηχανία στις εξής κατηγορίες⁴ :

- ιδιωτικώς τομέας, ο οποίος μπορεί να προσφέρει διαφορές υπηρεσίες: υπηρεσίες ξενάγησης, ταξιδιωτική ασφάλιση, χρηματοπιστωτικές υπηρεσίες, τουριστικές εκδόσεις, μάρκετινγκ, διαφήμιση, κ.λ.τ
- μεταφορές ατόμων : αεροπορικά, θαλάσσια, σιδηροδρομικά, οδικά μεταφορικά μέσα και άλλα.
- καταλύματα: ξενοδοχεία, μοτέλ, μπανγκαλόου, ξενώνες, βίλες, κάμπινγκ, κ.λ.τ.

³ Νίκος Γ. Ηγουμενακής, Τουριστικό μάρκετινγκ, Interbooks, Αθήνα, 1996, σελ. 72

⁴ Νίκος Γ. Ηγουμενακής, Τουριστική Οικονομία, Τόμος Α, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα, 1991

- Θέλητρα: ιστορικοί χώροι, μουσεία, πινακοθήκες, ζωολογικοί κήποι, ενυδρεία, χώροι αναψυχής, χιονοδρομικά κέντρα, οργανωμένες πλαζ, μεγάλα καταστήματα,

- δημόσιος τομέας που μπορεί να είναι : εθνικοί τουριστικοί οργανισμοί, περιφερειακοί και τοπικοί τουριστικοί οργανισμοί, υπηρεσίες λιμανιών – αερολιμένων, κέντρα τουριστικής κατάρτισης, οργανισμοί φεστιβαλικών εκδηλώσεων.

1.1. Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

Ο τουρισμός αποτελεί ένα δυναμικό κλάδο οικονομικής δραστηριότητας, ο οποίος παίζει σημαντικό ρόλο σε διεθνές και εθνικό επίπεδο, τόσο στις αναπτυγμένες, όσο και στις αναπτυσσόμενες χώρες του πλανήτη.

Σε διεθνές επίπεδο, ο τουρισμός έχει δυο σημαντικά αποτελέσματα⁵:

1. The Trade Effect – επίπτωση στον εμπορικό τομέα, που είναι χαρακτηριστικό της τουριστικής ζήτησης. Αν ο τουρίστας ταξιδεύει σε άλλες χώρες, η πράξη του προκαλεί το εμπόριο.

2. The Redistributive Effect – Οι τουρίστες συνήθως προέρχονται από χώρες με υψηλότερο εισόδημα από την χώρα προορισμού και ξοδεύουν χρήματα όταν κάνουν τις διακοπές σε αυτές τις χώρες. Έτσι γίνεται μεταφορά εισοδημάτων από τις πλούσιες χώρες σε χώρες με μικρότερο εισόδημα και αυξάνει το εθνικό εισόδημα των χωρών υποδοχής.

⁵ L. Lickorich, C. Jenkins, An Introduction in tourism, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα 1999, σελ. 63-64.

Ο τουρισμός αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους οικονομικούς τομείς σε παγκόσμιο κλίμακα, η συμβολή του οποίου στα πλαίσια μιας εθνικής οικονομίας μετριέται από τον όγκο των συναλλαγματικών εισροών, από το βαθμό εξισορρόπησης του ισοζυγίου πληρωμών, την δημιουργία θέσεων εργασίας, την περιφερειακή και τοπική ανάπτυξη.

Σε πολλές χώρες, και ιδιαίτερα στις αναπτυσσόμενες, ο τουρισμός αποτελεί μια από τις σημαντικότερες συναλλαγματοφόρα πηγή τους. Το συνάλλαγμα που εισρέει μια χώρα από τον τουρισμό, καλύπτει σε πολλές περιπτώσεις ένα μεγάλο ποσοστό του παθητικού του ισοζυγίου τρεχουσών συναλλαγών τους. Με τον τουρισμό μπαίνει συνάλλαγμα στην χώρα και βοήθα στην ισοσκέλιση του ισοζυγίου πληρωμών και αύξηση συναλλαγματικών διαθέσιμων στην χώρα.

Ο τουρισμός συμβάλει στην ανάπτυξη σχεδόν όλων των άλλων κλάδων της οικονομίας. Τα χρήματα που ξοδεύουν οι τουρίστες σε έναν τουριστικό προορισμό, διοχετεύονται μέσω των τουριστικών επιχειρήσεων σε άλλους κλάδους της οικονομίας, γεωργία, βιομηχανία, για αγορά διαφορών προϊόντων. Έτσι ο τουρισμός συμβάλει στην εθνική παραγωγή και στο Ακαθάριστο Εθνικό Προϊόν.

Η ανάπτυξη του τουρισμού σε τοπικό, περιφερειακό ή εθνικό επίπεδο, προκαλεί μια αύξηση των θέσεων εργασίας, παρόλο που αυτές έχουν τις περισσότερες φορές εποχιακό χαρακτήρα. Ο τουρισμός έχει επιδράσεις στην απασχόληση στην υποδοχή, στις μεταφορές, στα τουριστικά καταλύματα, στα γραφεία ταξιδιών, στις δραστηριότητες αναψυχής, στους τουριστικούς οργανισμούς, στις διοικητικές υπηρεσίες, στους χρηματοδοτικούς φορείς, καθώς και στην απασχόληση στους υποστηρικτικούς προς τον τουρισμό τομείς, όπως η γεωργία, κτηνοτροφία, βιομηχανία.

Ο τουρισμός μπορεί να δημιουργεί θέσεις εργασίας εκεί που συνήθως άλλοι κλάδοι της οικονομίας δεν μπορούν να δημιουργούν, για λόγους που

έχουν σχέση με εξωτερικές οικονομίες του τόπου. Με τις νέες θέσεις εργασίας, ο τουρισμός δημιουργεί και έσοδα για τον πληθυσμό των περιοχών που αναπτύσσεται, και συμβάλει στην αύξηση του εισοδήματος, τόσο σε προσωπικό, όσο και σε περιφερειακό επίπεδο και για το κράτος. Όσο πιο εξαρτημένη από τις τουριστικές ροές είναι μια χώρα ή μια περιοχή υποδοχής, τόσο πιο σημαντικές είναι οι επιδράσεις της τουριστικής δραστηριότητας στην συνολική απασχόληση.

Επίσης, ο τουρισμός έχει σημαντική συμβολή στο Δημόσιο Τομέα. Οι συναλλακτικές πράξεις στο τουρισμό φέρνουν σημαντικά φορολογικά έσοδα στην τοπική αυτοδιοίκηση και στο κράτος. Ένα μέρος από αυτά επιστρέφεται εκ μέρους της τοπικής αυτοδιοίκησης και του κράτους στους τουριστικούς τόπους με την μορφή κοινωνικών επενδύσεων που πραγματοποιούνται.

Ο τουρισμός παίζει σημαντικό ρόλο και στην περιφερειακή ανάπτυξη μιας χώρας. Υπάρχουν περιοχές όπου η φύση δεν επιτρέπει την ανάπτυξη της γεωργίας, βιομηχανίας, όποτε ο τουρισμός είναι η μόνη λύση. Ο τουρισμός αποτελεί ένα σημαντικό παράγοντα της οικονομικής, κοινωνικής, πολιτιστικής ανάπτυξης των χωρών του πλανήτη και ιδιαίτερα των αναπτυσσόμενων χωρών.

1.3. ΕΙΔΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Τα είδη τουρισμού είναι πολλά και διαφέρουν ανάλογα με το κριτήριο που κάθε φορά λαμβάνεται υπόψη. Υπάρχουν διάφορα κριτήρια που μας δίνουν την δυνατότητα να ταξινομήσουμε τους διάφορους τύπους τουρισμού. Αυτά τα κριτήρια είναι διαφορετικά από συγγραφέα σε συγγραφέα, άλλα σε γενικές γραμμές τα σημαντικά μπορούμε να πούμε ότι είναι τα εξής:

- τα κίνητρα του ταξιδιού
- το μεταφορικό μέσο
- τον προορισμό
- το μέγεθος της ομάδας
- την διάρκεια
- το τουριστικό κατάλυμα
- την ηλικία

Πάντως, η επικρατέστερη κατηγοριοποίηση των ειδών τουρισμού, είναι σύμφωνα με τα κίνητρα που ενεργοποιούν τα άτομα να συμμετέχουν στις τουριστικές μετακινήσεις και να καταναλώνουν τα τουριστικά προϊόντα. Έτσι έχουμε τρεις κύριες κατηγορίες-είδη τουρισμού⁶:

-1. Ο τουρισμός της αναψυχής. Αυτός ο τύπος τουρισμού χαρακτηρίζεται αρκετά ετερογενής, γιατί η επιλογή του τουρίστα εξαρτάται μόνο από υποκειμενικά κίνητρα. Αυτή είναι μια σημαντική κατηγορία του τουρισμού και χαρακτηρίζεται από μεγάλη ποικιλία μορφών τουρισμού: αναζωογόνησης και ανάπαυσης, πολιτιστικός, αθλητικός, θρησκευτικός, κυνηγετικός τουρισμός.

-2. Ο επαγγελματικός τουρισμός: συνεδριακός, εκθεσιακός,

⁶ Κατηγοριοποίηση σύμφωνα με το σύγγραμμα του Στέλιος Βαρβαρέσος, Τουρισμός-έννοιες, μεγέθη, δομές- η ελληνική πραγματικότητα, Εκδόσεις Προπομπός, Αθήνα, 1998, σελ. 72-73

επιστημονικός, τουρισμός σεμιναρίων. Αυτός ο τύπος τουρισμού περιλαμβάνει όλες εκείνες τις κατηγορίες ατόμων που μετακινούνται για επαγγελματικούς λόγους.

-3. Ο τουρισμός υγείας : τουρισμός ανάπαυσης, ιαματικός- θεραπευτικός, θαλασσοθεραπεία, για άτομα με ειδικές ανάγκες. Αυτός ο τουρισμός αφορά όλα τα άτομα που μετακινούνται για λόγους υγείας, θεραπείας, αναζωογόνησης, υγιεινής διαβίωσης, κ.τ.λ.

Από αυτά τα είδη του τουρισμού προκύπτουν άλλες υποκατηγορίες, που ονομάζονται εναλλακτικά είδη τουρισμού.

Οι ειδικές μορφές τουρισμού προσδιορίζονται από τα επιμέρους ειδικά κίνητρα που ωθούν τα άτομα στην τουριστική μετακίνηση. Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού, αποτελούν τμήμα των ειδικών μορφών, ερμηνεύονται από τα κίνητρα των ατόμων που σχετίζονται με τον τρόπο οργάνωσης του ταξιδιού και τον προσανατολισμό της τουριστικής κατανάλωσης σε περιβαλλοντικά προϊόντα.

Οι κυριότερες ειδικές μορφές τουρισμού είναι τα εξής:

- Κοινωνικός τουρισμός
- Αγροτουρισμός
- Τουρισμός στην ύπαιθρο
- Αθλητικός τουρισμός
- Θαλάσσιος τουρισμός
- Ιαματικός- θεραπευτικός τουρισμός
- Τουρισμός υγείας
- Πολιτιστικός τουρισμός
- Θρησκευτικός τουρισμός
- Συνεδριακός- εκθεσιακός τουρισμός
- Ορεινός τουρισμός
- Χειμερινός τουρισμός

- Τουρισμός περιπέτειας
- Επαγγελματικός τουρισμός

1.4. ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ – ΤΕΛΕΥΤΑΙΕΣ ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ ΚΑΙ ΤΑΣΕΙΣ

Σήμερα ο τουρισμός αποτελεί ένα αυτοδύναμο φαινόμενο, ο οποίος παρουσίασε τα τελευταία χρόνια μια γρήγορη ανάπτυξη, μια εξάπλωση σε πολλές χώρες και μια κοινωνική αποδοχή σε παγκόσμιο επίπεδο.

Από το 1950, ο τουρισμός αντιπροσωπεύει ένα από τους τομείς της παγκοσμίας οικονομίας που παρουσιάζει την ταχύτερη ανάπτυξη. Οι συνολικές παγκόσμιες αφίξεις αυξήθηκαν κατά 4,3% μεταξύ του 1989 και 1998. Ο τουρισμός, ο οποίος αντιπροσωπεύει το 10-12% του Παγκόσμιου Ακαθάριστου Προϊόντος, αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους τομείς της οικονομίας, με επιπτώσεις στην κοινωνία, στο φυσικό και πολιτιστικό περιβάλλον.

Σύμφωνα με την έρευνα-μελέτη “Tourism 2020 Vision “ του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού, θα συνεχιστεί και στον μέλλον η ανάπτυξη του τουρισμού σε παγκόσμιο επίπεδο. Οι προβλέψεις του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού δείχνει ότι συνολικά οι διεθνείς αφίξεις των τουριστών θα διπλασιαστούν μεταξύ του 2000 και 2020. Όμως η αύξηση των τουριστών δεν θα είναι σε όλες τις περιοχές του πλανήτη ίδια.

Στο Πίνακα 1.1 βλέπουμε ότι η Ευρώπη θα συνεχίζει να έχει και το 2010 και το 2020 τον μεγαλύτερο αριθμό αφίξεων σε παγκόσμιο επίπεδο. Το 2010, σύμφωνα με αυτές τις προβλέψεις, οι τουριστικές αφίξεις της Ευρώπης θα είναι 527,3 εκατομμύρια τουρίστες και το 2020 θα φτάσουν στα 717 εκατομμύρια τουρίστες. Αλλά, ο μέσος ετήσιος ρυθμός αύξησης των αφίξεων της Ευρώπης θα είναι 3%, ο μικρότερος όλων των υπολοίπων περιοχών του κόσμου. Ο

μεγαλύτερος μέσος ετήσιος ρυθμός αύξησης θα έχει η περιοχή της Ανατολικής Ασίας με 7,7 % για την περίοδο 2000-2010 και 7,4 % για το 2010-2020. Σε ότι αφορά το μερίδιο αγοράς, αυτό θα μειωθεί για την Ευρώπη και θα είναι 45,9% το 2020.

**Πίνακας 1.1. Προβλέψεις εισερχόμενου τουρισμού
Διεθνές τουριστικές αφίξεις κατά περιοχή υποδοχής**

ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ
(000.000)

	1985	1990	1995	2000	2010	2020
ΣΥΝΟΛΟ	327.1	457.2	565.4	667.7	1.006.4	1.561.1
Αφρική	9.7	15.0	20.2	27.4	47.0	77.3
Αμερική	64.3	92.8	108.9	130.2	190.4	282.3
Ανατολική Ασία	31.1	54.6	81.4	92.9	195.2	397.2
ΕΥΡΩΠΗ	212.0	282.7	338.4	393.4	527.3	717.0
Μέση Ανατολή	7.5	9.0	12.4	18.3	35.9	68.5
Νότια Ασία	2.5	3.2	4.2	5.5	10.6	18.8
Intraregional	266.3	377.5	464.1	544.1	790.9	1.183.3
Long-Haul	60.8	79.8	101.3	123.7	215.5	377.9

ΜΕΡΙΔΙΟ ΑΓΟΡΑΣ %

	1985	1990	1995	2000	2010	2020
ΣΥΝΟΛΟ	100	100	100	100	100	100
Αφρική	3.0	3.3	3.6	4.1	4.7	5.0
Αμερική	19.7	20.3	19.3	19.5	18.9	18.1
Ανατολική Ασία	9.5	11.9	14.4	13.9	19.4	25.4
ΕΥΡΩΠΗ	64.8	61.8	59.8	58.9	52.4	45.9
Μέση Ανατολή	3.3	2.0	2.2	2.7	3.6	4.4
Νότια Ασία	0.8	0.7	0.7	0.8	1.1	1.2
Intraregional	81.4	82.6	82.1	81.5	78.6	75.8
Long-Haul	18.6	17.4	17.9	18.5	21.4	24.2

ΜΕΣΟΣ ΕΤΗΣΙΟΣ ΡΥΘΜΟΣ ΑΥΞΗΣΗΣ %

ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ

Συνολικά

	1985- 1990	1990- 1995	1995- 2020	1995- 2000	2000- 2010	2010- 2020
ΣΥΝΟΛΟ	6.9	4.3	4.1	3.4	4.2	4/5
Αφρική	9.0	6.1	5.5	6.3	5.6	5.1
Αμερική	7.6	3.3	3.9	3.6	3.9	4.0
Ανατολική Ασία	11.9	8.3	6.5	2.7	7.7	7.4
ΕΥΡΩΠΗ	5.9	3.7	3.0	3.1	3.0	3.1
Μέση Ανατολή	3.7	6.6	7.1	8.1	7.0	6.7
Νότια Ασία	4.8	5.9	6.2	5.7	6.7	5.8

Πηγή: WTO, Tourism 2020 Vision, vol 4, σελ..35

Στον Πίνακα 1.2 παρατηρούμε ότι η περιοχή στην οποία κατατάσσεται η Ρουμανία (Κεντρική- Ανατολική Ευρώπη), θα έχει τα επόμενα χρόνια τις μεγαλύτερες τουριστικές αφίξεις. Προβλέπεται αυτές οι αφίξεις να φτάσουν το 2020 στα 223,3 εκατομμύρια τουρίστες. Ο μέσος ετήσιος ρυθμός αύξησης των αφίξεων της Κεντρικής- Ανατολικής Ευρώπης θα είναι 4,6%, για την περίοδο 2000-2020. Αυτή η περιοχή θα έχει τον μεγαλύτερο ρυθμό αύξησης από τις περιοχές της Ευρώπης, ενώ για την περιοχή της Νότιας και Δυτικής Ευρώπης προβλέπεται μόνο 2% ετήσιος ρυθμός αύξησης, ο οποίος θα είναι ο μικρότερος στην Ευρώπη. Σε ότι αφορά το μερίδιο αγοράς, βλέπουμε ότι η Κεντρική-Ανατολική Ευρώπη θα έχει μια συνεχή αύξηση και θα κατακτήσει και εδώ την πρώτη θέση στην Ευρώπη, με 31,1% μερίδιο αγοράς το 2020.

**Πίνακας 1.2. Προβλέψεις εισερχομένου τουρισμού
Διεθνές τουριστικές αφίξεις στην Ευρώπη κατά περιοχή υποδοχής**

ΠΡΟΒΛΕΨΗ

	1985	1990	1995	2000	2010	2020
ΣΥΝΟΛΟ ΕΥΡΩΠΗΣ	212.0	282.7	338.4	393.4	527.3	717.0
ΒΟΡΕΙΑ	24.2	29.1	37.6	44.8	65.1	96.6
ΔΥΤΙΚΗ	85.2	113.8	116.7	126.1	152.1	185.2
ΚΕΝΤΡΙΚΗ/ΑΝΑΤΟΛΙΚΗ	26.8	43.8	78.9	90.2	141.8	223.3
ΝΟΤΙΑ	71.5	88.6	93.7	117.5	145.2	177.0
ΑΝΑΤΟΛΙΚΗ ΜΕΣΟΓΕΙΟΣ	4.3	7.4	11.4	14.9	23.2	34.8
Intraregional	178.1	247.2	298,1	349.2	459.2	608.7
Long - Haul	34.0	35.5	40.3	44.2	68.1	108.3
ΜΕΡΙΔΙΟ ΑΓΟΡΑΣ (%)						
ΣΥΝΟΛΟ ΕΥΡΩΠΗΣ	100	100	100	100	100	100
ΒΟΡΕΙΑ	11.4	10.3	11.1	11.4	12,3	13.5
ΔΥΤΙΚΗ	40.2	40.3	34.5	32.1	28.8	25.8
ΚΕΝΤΡΙΚΗ/ΑΝΑΤΟΛΙΚΗ	12.6	15.5	23.3	22.9	26.9	31.1
ΝΟΤΙΑ	33.7	31.3	27.7	29.9	27.5	24.7
ΑΝΑΤΟΛΙΚΗ ΜΕΣΟΓΕΙΟΣ	2.0	2.6	3.4	3.8	4.4	4.9
Intraregional	84.0	87.4	88.1	88,8	87.1	84.9
Long - Haul	16.0	12.6	11.9	11.2	12.9	15.1

ΜΕΣΟΣ ΕΤΗΣΙΟΣ ΡΥΘΜΟΣ ΑΥΞΗΣΗΣ (%)

**ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ
ΠΡΟΒΛΕΨΗ**

	1985- 1990	1990- 1995	1995- 2020	1995- 2000	2000- 2010	2010- 2020
ΣΥΝΟΛΟ ΕΥΡΩΠΗΣ	5.9	3.7	3.0	3.1	3.0	3.1
ΒΟΡΕΙΑ	3.7	5.3	3.8	3.5	3.8	4.0
ΔΥΤΙΚΑ	6.0	0.5	1.9	1.6	1.9	2.0
ΚΕΝΤΡΙΚΗ/ΑΝΑΤΟΛΙΚΗ	10.4	12.5	4.2	2.7	4.6	4.6
ΝΟΤΙΑ	4.4	1.1	2.6	4.6	2.1	2.0
ΑΝΑΤΟΛΙΚΗ ΜΕΣΟΓΕΙΟΣ	11.7	9.0	4.6	5.5	4.5	4.2
Intraregional	6.8	3.8	2.9	3.2	2.8	2.9
Long -Haul	Q.9	2.6	4.0	1.9	4.4	4.7

Πηγή: WTO, Tourism 2020 Vision, vol 4, Europe, σελ 37

Τους μεγαλύτερους μέσους ετήσιους ρυθμούς ανάπτυξης θα έχουν η Κροατία με 8.4%, η Ρωσία με 6,8%, η Σλοβενία με 6,0%, η Τουρκία με 5,5% , η Βουλγαρία και η Ρουμανία με 4,6%.

Πίνακας 1.3. Προβλέψεις διεθνών τουριστικών αφίξεων κατά περιοχή υποδοχή και χώρες προορισμούς

	Πρόβλεψη		Μερίδιο αγοράς		Μέσος ετήσιος ρυθμός ανάπτυξης 1995-2020
	1995	2020	1995	2020	
ΣΥΝΟΛΟ ΕΥΡΩΠΗ	338.4	17.0	100	100	3.0
ΒΟΡΕΙΑ	37.6	96.6	11.1	13.5	3.8
ΔΥΤΙΚΗ	116.7	185.2	34.5	25.8	1.9
ΚΕΝΤΡΙΚΗ / ΑΝΑΤΟΛΙΚΗ	78.9	223.3	23.3	31.1	4.2
Ρωσία	9.3	48.0	2.7	6.7	6.8
Τσεχία	16.5	44.0	4.9	6.1	4.0
Ουγγαρία	20.7	24.7	6.1	3.5	0.7
Βουλγαρία	3.5	10.6	1.0	1.5	4.6
Ρουμανία	2.8	8.5	0.8	1.2	4.6
ΝΟΤΙΑ	93.7	177.0	27.7	24.7	2.6
Ισπανία	38.8	73.9	11.5	10.3	2.6
Ιταλία	31.1	52.5	9.2	7.3	2.1
Ελλάδα	10.1	17.1	3.0	2.4	2.1
Πορτογαλία	9.5	16.0	2.8	2.2	2.1
Κροατία	1.3	10.0	0.4	1.4	8.4
Σλοβενία	0.7	3.1	0.2	0.4	6.0
Μάλτα	1.1	1.8	0.3	0.3	2.0
ΑΝΑΤΟΛΙΚΗ ΜΕΣΟΓΕΙΟΣ	11.4	34.8	3.4	4.9	4.6
Τουρκία	7.1	27.0	2.1	3.8	5.5
Ισραήλ	2.2	3.9	0.7	0.5	2.3
Κύπρος	2.1	3.9	0.6	0.5	2.5

Πηγή: WTO, Tourism 2020 Vision, vol 4, Europe, σελ 65

2. Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΡΟΥΜΑΝΙΑ

2.1. ΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΤΗΣ ΡΟΥΜΑΝΙΑΣ

Η διαφορετική δομή του εδάφους της Ρουμανίας και η ιστορία του ρουμανικού λάου, είναι σημαντικοί παράγοντες που κάνουν την Ρουμανία να είναι μια χώρα με ένα πολύπλοκο και σπουδαίο τουριστικό δυναμικό, το οποίο είναι διεθνώς αναγνωρισμένο.

Μεταξύ των χωρών της Κεντρικής και Ανατολικής Ευρώπης, η Ρουμανία διαθέτει τους πιο πλουσίους και πολύμορφους πόρους, οι οποίοι κάνουν την χώρα να έχει μεγάλη δυνατότητα για το τουρισμό. Αυτό το σημαντικό τουριστικό δυναμικό περιλαμβάνει διαφορές και θεαματικές μορφές του ανάγλυφου, γραφικά τοπία, αρμονικά σκορπισμένα σε όλη την επιφάνεια της χώρας, ιαματικά νερά, ένα κλίμα ευνοϊκό για το τουρισμό για όλη την διάρκεια του χρόνου, πλούσια χλωρίδα, μια πανίδα που έχει μεγάλο ενδιαφέρον για το κυνήγι, αρχιτεκτονικά και ιστορικά μνημεία και έργα τέχνης που έχουν διεθνή αξία. Το τουριστικό δυναμικό της Ρουμανίας έχει εξαιρετική αξία και μπορεί να ικανοποιεί διαφορές ανάγκες των ξένων και ρουμάνων τουριστών.

Η τοποθεσία της Ρουμανίας, νότιο-ανατολικά της Ευρώπης, είναι καθοριστική και παίζει σημαντικό ρόλο για το τουρισμό της χώρας. Η Ρουμανία, λόγω της τοποθεσίας της, εξασφαλίζει την σύνδεση μεταξύ των χωρών της Κεντρικής, Βόρειας, Ανατολικής Ευρώπης και της Νότιας ηπείρου και της Εγγύς και Μέσης Ανατολής. Η Ρουμανία διαθέτει τρία σημαντικά φυσικά στοιχεία, τα οποία χαρακτηρίζουν την τοπογραφική δομή του εδάφους και το τουριστικό δυναμικό της χώρας. Αυτά τα στοιχεία είναι: τα Καρπάθια, ο πόταμος Δούναβης και η Μαύρη Θάλασσα.

Παρόλο της διαφοροποίησης του ανάγλυφου και της γεωλογικής δομής της χώρας, το έδαφος της Ρουμανίας είναι ενιαίο. Οι μεγάλες μορφές του ανάγλυφου: τα βουνά, οι λόφοι, τα οροπέδια, οι πεδιάδες, η Δέλτα του Δούναβη, είναι αρμονικά και συμμετρικά σκορπισμένες σε όλο το έδαφος της χώρας. Στο κέντρο της χώρας, βρίσκεται η Τρανσυλβανία, περικυκλωμένη σαν ένα κάστρο από την ορεινή σειρά των Καρπάθιων. Στα Καρπάθια υπάρχουν πολλά μεταλλικά και θερμομεταλλικά νερά, ιαματικές λίμνες και πολλοί άλλοι φυσικοί παράγοντες που είναι γνωστοί για τις θεραπευτικές ικανότητές τους και στο εξωτερικό. Αυτά τα στοιχεία αποτελούν την βάση για την ανάπτυξη του ιαματικού τουρισμού και των ιαματικών κέντρων στην Ρουμανία. Επίσης, το κλίμα, με τα χιονιά που επικρατούν παραπάνω από 3-4 μήνες το χρόνο, είναι ευνοϊκό για την ανάπτυξη του χειμερινού τουρισμού. Υπάρχουν διάσημα χιονοδρομικά κέντρα όπου μπορεί να κάνει κανείς σκι και άλλα χειμερινά σπορ.

Από την μια και την άλλη πλευρά των Καρπάθιων βρίσκονται λόφοι και οροπέδια, με καρποφόρα αμπέλια και περιβόλια, που κατεβαίνουν μέχρι τις πεδιάδες της χώρας, η Δέλτα του Δούναβη και την ακτή. Σε αυτές τις μορφές του ανάγλυφου αντιστοιχούν διάφορα είδη πετρωμάτων, κλιμάτων, χλωρίδων και πανίδων, ποτάμια, λίμνες, τα οποία δίνουν ομορφιά και αξία στο τοπίο. Όλα αυτά είναι σημαντικοί πόροι, οι οποίοι ενθαρρύνουν διάφορες τουριστικές δραστηριότητες. Οι σημαντικοί τουριστικοί πόροι της Ρουμανίας βρίσκονται στην ορεινή περιοχή, στην ακτή της Μαύρης Θάλασσας, στην Δέλτα και μετά στους λόφους, στα οροπέδια, στις πεδιάδες.

Το φυσικό περιβάλλον της Ρουμανίας είναι ένα βασικό και σχεδόν σταθερό στοιχείο της τουριστικής προσφοράς, το οποίο καθορίζει και επηρεάζει το μέγεθος, την δομή και τις κατευθύνσεις της τουριστικής δραστηριότητας σε όλη την χώρα ή σε τοπικό και περιφερειακό επίπεδο.

Έκτος από το φυσικό τουριστικό δυναμικό, η Ρουμανία διαθέτει και ένα σημαντικό ανθρωπινό τουριστικό δυναμικό. Η Ρουμανία διαθέτει ένα πλούσιο

θησαυρό από αρχαιολογικά και ιστορικά μνημεία, αρχιτεκτονικά μνημεία και έργα τέχνης, μια ανεκτίμητη εθνογραφική και λαογραφική κληρονομιά.

Παντού στην Ρουμανία υπάρχουν ιστορικά μνημεία, δακικά, ρωμαϊκά και μεσαιωνικά κάστρα, εκκλησιές και μοναστήρια, μεσαιωνικά παλάτια, σύγχρονα κτίρια, πόλεις και χωριά όπου διατηρούνται οι παλιές λαϊκές παραδόσεις. Όλα αυτά δείχνουν την εξέλιξη και ανάπτυξη του πολιτισμού και της κουλτούρας του ρουμανικού λαού. Από δω βγαίνει και ένα βασικό χαρακτηριστικό του ρουμανικού τουρισμού – σε μια περιορισμένη έκταση μπορεί να έχουμε πολλές μορφές τουρισμού. Όλο αυτό το πολιτιστικό και ιστορικό απόθεμα αποτελεί ένα σημαντικό μέρος της τουριστικής προσφοράς και ένα στοιχείο της τουριστικής εικόνας της Ρουμανίας στο εξωτερικό.

Πολλά από τα νέα οικοδομήματα αποτελούν πραγματικά τουριστικά θέρετρα όπως: τα φράγματα, οι τεχνικές λίμνες, οι υδροηλεκτρικοί σταθμοί: Portile de Fier στο Δούναβη, το Κανάλι Δούναβη – Μαύρη Θάλασσα, οι γέφυρες πάνω στο Δούναβη από την Cernavoda, Fetesti.

Η τέχνη – οικονομική πρόοδος, η ανάπτυξη της επιστήμης, του πολιτισμού και της εκπαίδευσης στην Ρουμανία, επιτρέπουν την ανάπτυξη των εξωτερικών σχέσεων, αυξάνοντας το ενδιαφέρον των ξένων για να επισκεφτούν την Ρουμανία.

2.2. Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΤΗΣ ΡΟΥΜΑΝΙΑΣ ΤΑ ΤΕΛΕΥΤΑΙΑ ΧΡΟΝΙΑ

Μεταξύ των χώρων της Ανατολικής και Κεντρικής Ευρώπης, η Ρουμανία έχει το πιο σημαντικό τουριστικό δυναμικό, ανώτερο από αυτό που διαθέτουν οι χώρες τις περιοχής. Όμως η έλλειψη μιας κατάλληλης πολιτικής για την αξιοποίηση του τουριστικού δυναμικού που διαθέτει, την έχει βάλει σε μια κατώτερη θέση. Παρόλο που η Ρουμανία είναι μια χώρα με ένα σπουδαίο τουριστικό δυναμικό, εξαιτίας μιας ακατάλληλης στρατηγικής στο τομέα του τουρισμού και της έλλειψης των απαιτούμενων κεφαλαίων για επενδύσεις, έχει ένα τουρισμό της επιβίωσης. Η υποδομή της Ρουμανίας είναι τόσο υποτυπώδης, που απειλεί την οτιδήποτε προσπάθεια για την δημιουργία μιας ευνοϊκής εικόνας για μια τουριστική χώρα.

Αυτό που χαρακτηρίζει το τουρισμό της Ρουμανίας μετά το 1989, είναι η έλλειψη της σαφήνειας σε ότι αφορά τους κατάλληλους τρόπους αξιοποίησης του τουριστικού δυναμικού, και αυτό διότι, η Ρουμανία περνάει τώρα μια μεταβατική περίοδο, από το κομμουνιστικό καθεστώς σε μια δημοκρατική χώρα.

Οι άλλες πρώην κομμουνιστικές χώρες από την περιοχή που βρίσκεται και η Ρουμανία, και οι οποίες δεν έχουν το τουριστικό δυναμικό της Ρουμανίας, έχουν καταφέρει να πετύχουν σημαντικά αποτελέσματα στο τομέα του τουρισμού, ενώ η Ρουμανία κατέβηκε σε αυτή την ιεραρχία. Από ένα παράγοντας ισορροπίας της οικονομίας στην χώρα, ο τουρισμός έγινε ένα στοιχείο της ανισορροπίας της εθνικής οικονομίας.

Η δύσκολη κατάσταση του τουρισμού στην Ρουμανία, εξηγείτε και από το γεγονός ότι πολλά χρόνια δεν έγιναν καθόλου επενδύσεις στο τουρισμό, επειδή δεν υπήρχαν κεφαλαία. Μετά το 1985 δεν έγιναν σχεδόν καθόλου επενδύσεις, δεν αγοράστήκανε καινούργια λεωφορεία, δεν φτιάχτηκε ούτε ένα χιλιόμετρο αυτοκινητόδρομοι, δεν χτίστηκαν πολλά ξενοδοχεία. Εξαιτίας της κρίσης και

τον τρόπο που αντιλαμβάνονταν οι οικονομικές προτεραιότητες, τα επενδυτικά κεφαλαία για το τουρισμό είχαν εντελώς σταματήσει.

Η κατάσταση του τουρισμού δεν έχει βελτιωθεί ούτε μετά το 1990, όταν εξαιτίας της οικονομικής κατάρρευσης της χώρας, δεν υπήρχε η δυνατότητα των αμέσων επενδύσεων στο τομέα του τουρισμού. Η Ρουμανία απέδειξε ότι δεν είναι ικανή να ξεπεράσει τον περιορισμό των 500 χιλιάδων \$ σε εισπράξεις από το τουρισμό, που είχε το 2001, το οποίο είναι πολύ λιγότερο σε σχέση με τις πραγματικές δυνατότητες της χώρας.

Ο βαθύς ληθαργικός βαθμός της ανάπτυξης στον τομέα του τουρισμού τον αποδεικνύει και ο τρόπος με τον οποίο ανεγείρονται ή ανακαινίζονται οι ξενοδοχειακές μονάδες. Έτσι, έργα, τα οποία θα μπορούσαν να είναι έτοιμα μέσα σε 1-2 χρόνια, δεν έχουν ολοκληρωθεί εδώ και 7-8 χρόνια. Όλα αυτά δημιούργησαν σημαντικές οικονομικές και υλικές ζημίες για τις τουριστικές μονάδες. Η εικόνα που παρουσιάζεται στο εξωτερικό για την χώρα, είναι μια ανικανότητα στην οργάνωση στο τομέα του τουρισμού.

Αν, την δεκαετία του '60, η Ρουμανία αποτελούσε ένα πετυχημένο τουριστικό προορισμό, στα επόμενα χρόνια η ρουμανική τουριστική βιομηχανία γνώρισε μια περίοδο ύφεσης, η οποία άρχισε με την πολιτική της διεθνούς απομόνωσης του κομμουνιστικού καθεστώτος. Η κατάρρευση του κομμουνιστικού καθεστώτος, όμως δεν επέφερε την αναμενόμενη αλλαγή προς το κάλο στο τομέα του τουρισμού.

Σήμερα, η ρουμανική τουριστική βιομηχανία μετρίεται με κάποιους παραμέτρους, που αποδεικνύουν την περιφερειακή θέση που διαθέτει διεθνώς⁷:

- η απότομη παρακμή της εσωτερικής ζήτησης, από το 40 εκατομμύρια διανυκτερεύσεις στις αρχές του '80 στο 18 εκατομμύρια το 2001,

⁷ Στατιστική Επετηρίδα της Ρουμανίας, 2002

- η παρακμή της εξωτερικής ζήτησης από τα 4 εκατομμύρια διανυκτερεύσεις το 1990, στα 2,4 εκατομμύρια το 2001,
- ένα παλιό τουριστικό προϊόν, με μια συμβολική και ασήμαντη προσφορά από την πλευρά της διασκέδασης, που αντανακλάει την έλλειψη της διατήρησης του εξοπλισμού και των εγκαταστάσεων και έλλειψη των επενδύσεων,
- η αρνητική εικόνα της Ρουμανίας, η οποία είχε επικρατήσει στις κυριότερες τουριστικές αγορές,
- το χαμηλό στάνταρ των υπηρεσιών, οι οποίες δεν ικανοποιούν τις απαιτήσεις των ξένων τουριστών,
- ένα μεγάλο ποσοστό των τουριστικών μονάδων βρίσκεται ακόμα στην ιδιοκτησία του κράτους

Εκτιμάται, ότι, αν τα πράγματα θα πάνε με το ίδιο τρόπο, τα έσοδα του τουρισμού θα μειωθούν πάρα πολύ στην επομένη δεκαετία.

Τα τελευταία δύο χρόνια γίνονται προσπάθειες για την ανάκαμψη του ρουμανικού τουρισμού διεθνώς και για την έλξη των ξένων τουριστών στην Ρουμανία. Αυτά πραγματοποιούνται μέσα από μερικά προγράμματα της κυβέρνησης όπως είναι: να τελειώσει η ιδιωτικοποίηση του τουρισμού, η εκπόνηση ενός καινούργιου νόμου για τον τουρισμό, αναζωογόνηση του τουρισμού geriatric θεραπεία, στρατηγικές για την ανάπτυξη του ιαματικού, ορεινού και θαλασσιού τουρισμού, βελτίωση της δραστηριότητας των ρουμανικών τουριστικών γραφείων στο εξωτερικό.

Έτσι, το 2003, δηλώθηκε από την κυβέρνηση, με σκοπό να ενθαρρύνει την ανάπτυξη και άλλων μορφών τουρισμού, ότι είναι : « Η Χρόνια του Κρασιού » και « Η Χρόνια του ιαματικού τουρισμού » στην Ρουμανία. Παρόλο που είχαμε μερικά θετικά αποτελέσματα: η αύξηση των εισπράξεων από το τουρισμό σε 5-

6% σε σχέση με το 2000, μεγάλοι τουρ οπερατόρ ενδιαφέρθηκαν για επενδύσεις στην Ρουμανία (TUI στην Mamaia και THOMAS COOK στο Neptun- Olimp), αυτά τα προγράμματα δεν είχαν πετύχει τον στόχο τους και δεν είχαν την αναμενόμενη επιτυχία.

Βλέπουμε, όμως μια αλλαγή στο τρόπο με το οποίο η Ρουμανία αντιλαμβάνεται τον τουρισμό και αρχίζει να γίνεται κατανοητή η σημασία αυτής της βιομηχανίας για την χώρα, η οποία είναι μια από της ελπίδες για οικονομική ανάκαμψη.

2.3. Η ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΟ ΑΚΑΘΑΡΙΣΤΟ ΕΓΧΩΡΙΟ ΠΡΟΪΩΝ

Παρόλο που η Ρουμανία διαθέτει ένα σημαντικό τουριστικό δυναμικό, η συμμετοχή του ρουμανικού τουρισμού στο Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν (Α.Ε.Π.) δεν είναι πολύ μεγάλη. Αυτή η συμμετοχή ήταν τα τελευταία χρόνια, μετά το 1989, περίπου 2% για την Ρουμανία. Στις περισσότερες ευρωπαϊκές χώρες, ο τουρισμός συμμετέχει περίπου με 8% στο Α.Ε.Π.: 8% στην Αυστρία, 6% στην Πορτογαλία και Ισπανία, 5% στην Ελλάδα και 4% στην Ελβετία.

Το 2001 σημειώθηκε αύξηση της συμμετοχής του ρουμανικού τουρισμού στο Α.Ε.Π. στο 3,4% σε σχέση με 1,6% που ήταν το 2000 (σύμφωνα με τα στοιχεία που παρουσίασε η Εθνική Στατιστική Υπηρεσία της Ρουμανία το 2002). Αυτό ήταν ένα από τα θετικά αποτελέσματα των μέτρων για την ανάκαμψη του τουρισμού της Ρουμανίας που είχαν εφαρμοστεί το 2001.

2.4. ΕΙΣΡΟΗ ΣΥΝΑΛΛΑΓΜΑΤΟΣ ΑΠΟ ΤΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Έτσι όπως βγαίνουν από τις αξιολογήσεις της Εθνικής Τράπεζας της Ρουμανίας, για το 2001, έχουμε τα παρακάτω στοιχεία:

- οι εισπράξεις από το τουρισμό ήταν 490 εκατομμύρια USD, μεγαλύτερες από το 2000, κατά το οποίο ήταν 419 εκατομμύρια USD. Το 2001 είχαμε μια αύξηση των εισπράξεων από το τουρισμό με 72 εκατομμύρια USD.
- οι ξενοδοχειακές εισπράξεις ήταν 325 εκατομμύρια USD, σε σχέση με το 2000 που ήταν μόνο 271,3 εκατομμύρια USD.
- η προμήθεια των τουριστικών γραφείων το 2001 ήταν 20 εκατομμύρια USD, σε σχέση με το 2000, που ήταν 16 εκατομμύρια USD.

Από τα στοιχεία που παρουσιάζονται παραπάνω βλέπουμε ότι το 2001 είχαμε μια αύξηση των εισροών συναλλάγματος από το τουρισμό, αλλά αυτή δεν ήταν αρκετή μεγάλη, σε σχέση με τις τουριστικές δυνατότητες για ανάπτυξη που έχει η Ρουμανία.

2.5. ΟΙ ΔΕΙΚΤΕΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΤΗΣ ΡΟΥΜΑΝΙΑΣ

Θα παρουσιάσουμε στην συνέχεια και θα αναλύσουμε την εξέλιξη των δεικτών του ρουμανικού τουρισμού τα τελευταία πέντε χρόνια για να δούμε πραγματικά πώς έχει εξελιχθεί ο τουρισμός της Ρουμανίας μετά από την κατάρρευση του κομμουνιστικού καθεστώτος.

Παρόλο που, το 1989, δεν ήταν η καλύτερη χρονιά για το τουρισμό στην Ρουμανία, υπήρχε μια Εθνική Στατιστική Υπηρεσία και Τοπικές Στατιστικές Υπηρεσίες, οι οποίες ήταν καλά οργανωμένες και είχαν αρκετά στοιχεία για την τουριστική βιομηχανία. Μετά το 1989, οι οικονομικές και πολιτικές συνθήκες της χώρας και η εικόνα της Ρουμανίας στο εξωτερικό δεν ήταν ευνοϊκές για την ανάπτυξη του τουρισμού. Οι Στατιστικές Υπηρεσίες δεν ήταν καλά οργανωμένες, γινόταν συνέχεια αλλαγές και δεν μπορούσαν να αντεπεξέλθουν στις απαιτήσεις του Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμό σε αυτό το τομέα. Έτσι, τα στατιστικά στοιχεία μετά το 1989 δεν περιλαμβάνουν πολλά πράγματα και δεν είναι τόσο ακριβείς.

Η ανάλυση που ακολουθεί στηρίζεται στα στατιστικά στοιχεία του Εθνικού Στατιστικού Ινστιτούτου της Ρουμανίας και τα οποία είχαν δημοσιευθεί στο Στατιστικό Κατάλογο της Ρουμανίας το 2002.

2.5.1. Οι αφίξεις των τουριστών στην Ρουμανία

Το 2001 επισκέφτηκαν την Ρουμανία περίπου 4.938 χιλιάδες ξένων τουριστών, δηλαδή μια μείωση με 6,2% σε σχέση με το 2000 (πίνακας 2.1.). Αυτή η εξέλιξη εξηγείται λόγω της μείωσης των αφίξεων τουριστών από την Μολδαβία, Τουρκία, Ελλάδα, Γιουγκοσλαβία, Ουγγαρία (πίνακας 2.2.)

Ο αριθμός των τουριστών από την Μολδαβία μειώθηκε κατά 28,1%. Αυτό διότι, από το 2001 οι πολίτες της Μολδαβίας ήταν υποχρεωμένοι να

παρουσιάζουν το διαβατήριο στα ρουμανικά σύνορα, ενώ από το 1989, και μέχρι το 2001, ήταν ελεύθερη η είσοδος στην Ρουμανία για τους πολίτες της Μολδαβίας. Αυτοί μπορούσαν να έρθουν στην Ρουμανία μόνο με την ταυτότητά τους, χωρίς να χρειάζεται να παρουσιάζουν το διαβατήριο στα ρουμανικά σύνορα. Ταυτόχρονα, ο αριθμός των τουριστών από την Τουρκία μειώθηκε κατά 9,2%, από την Ελλάδα μειώθηκε κατά 3,9% σε σχέση με το 2000.

Ο αριθμός των τουριστών από την Ευρωπαϊκή Ένωση αυξήθηκε με 17,7% το 2001 και έφτασε στους 981.000 τουρίστες. Οι αφίξεις των ξένων τουριστών από την Ευρωπαϊκή Ένωση το 2001 αντιστοιχούσαν στο 19,9% του συνόλου των αφίξεων στην Ρουμανία. Από τους ξένους τουρίστες των χωρών μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης, οι περισσότεροι ήταν οι γερμανοί 328.000 τουρίστες, μετά οι ιταλοί 219.000 τουρίστες, γάλλοι 88.000 και οι αυστριακοί 85.000 τουρίστες.

Οι αφίξεις τουριστών στα τουριστικά καταλύματα (tourists accommodation) στην Ρουμανία παρουσίασαν μια συνεχή μείωση τα τελευταία χρόνια. Έτσι από τους 5.727 χιλιάδες τουρίστες το 1997, φτάσανε το 2001 μόνο στους 4.875 χιλιάδες τουρίστες. Οι περισσότεροι από αυτούς ήταν όμως ρουμάνοι τουρίστες. Και όμως, ο αριθμός αυτών μειώθηκε από 4.894 χιλιάδες τουρίστες το 1997, στους 3.960 χιλιάδες τουρίστες το 2001 (πίνακας 2.1.).

Σε ότι αφορά τον τουριστικό προορισμό των τουριστών, το μεγαλύτερο ποσοστό συνεχίζει να το έχει όλα αυτά τα χρόνια η πρωτεύουσα και οι μεγάλες πόλεις. Αυτές είχαν το 2001 ένα ποσοστό 44,5% του συνόλου αφίξεων στα τουριστικά καταλύματα, με 4,7% μεγαλύτερο από το 2000.

Ένας άλλος σημαντικός τουριστικός προορισμός ήταν η ορεινή περιοχή, η οποία σημείωσε μια συνεχή αύξηση. Το 2001, η ορεινή περιοχή είχε ένα ποσοστό 15,2% του συνόλου των αφίξεων, με 5,6% μεγαλύτερο από το 2000.

Ο ιαματικός τουρισμός παρουσίασε και αυτός μια αύξηση, άλλα όχι πολύ μεγάλη. Το 2001, ο ιαματικός τουρισμός αντιστοιχούσε σε 13,9% του συνόλου των αφίξεων, που σημαίνει μια αύξηση με 7,7% σε σχέση με το 2000 (πίνακας 2.1.).

Πίνακας 2.1. – Οι αφίξεις των τουριστών στην Ρουμανία κατά την περίοδο 1997-2001 για κάθε τουριστικό προορισμό της χώρας

χιλιάδες άτομα

	1997	1998	1999	2000	2001
1. Αφίξεις τουριστών στα σύνορα	5.149	4.831	5.224	5.264	4.938
2. Αναχωρήσεις ρουμάνων στο εξωτερικό	6.243	6.893	6.274	6.388	6.408
3. Αφίξεις στα τουριστικά καταλύματα στην Ρουμανία:					
- ρουμάνοι τουρίστες	4.894	4.742	4.314	4.053	3.960
- ξένοι τουρίστες	832	810	795	867	915
4. Αφίξεις στα ιαματικά κέντρα: ρουμάνοι και ξένοι	612	621	665	677	690
- ποσοστό των ιαματικών κέντρων του συνόλου	10,7	11,2	12,0	12,9	13,9
5. Στην περιοχή της Μαύρης Θάλασσας	767	806	679	672	659
- ποσοστό της περιοχής της Μαύρης Θάλασσας του συνόλου	13,4	14,5	12,2	12,8	13,3
6. Στην ορεινή περιοχή	796	821	790	756	750
- ποσοστό της ορεινής περιοχής του συνόλου	13,9	14,8	14,2	14,4	15,2
7. Στην περιοχή της Δέλτα του Δούναβης	51	51	40	34	46
- ποσοστό της Δέλτα του Δούναβης του συνόλου	0,9	0,9	0,7	0,7	0,9
8. Στην πρωτεύουσα Βουκουρέστι και τις μεγάλες πόλεις	2.683	2.471	2.261	2.238	2.199
- ποσοστό της πρωτεύουσα Βουκουρέστι και τις μεγάλες πόλεις του συνόλου	46,8	44,5	40,7	42,5	44,5
9. Άλλες πόλεις και τουριστικές διαδρομές	818	782	675	543	531
- ποσοστό των άλλων πόλεων και τουριστικών διαδρομών του συνόλου	14,3	14,1	20,2	16,7	12,2

Πηγή: Στατιστική Επετηρίδα της Ρουμανίας, 2002

Πίνακας 2.2. Οι αφίξεις των ξένων τουριστών στην Ρουμανία από τις κυριότερες χώρες

Χιλιάδες αφίξεις

Country	1997	1998	1999	2000	2001
Total	5.149	4.831	5.224	5.264	4.938
Europe	4.923	4.601	5.006	5.024	4.696
European Union	766	761	765	834	981
Austria	58	56	63	66	85
Belgium	18	17	18	19	23
Denmark	8	9	9	10	12
France	62	64	62	76	88
Germany	272	259	249	255	328
Greece	74	71	71	70	67
Ireland	4	3	3	4	5
Italy	140	151	158	189	219
Netherlands	43	48	47	56	58
United Kingdom	55	54	52	53	56
Spain	9	10	10	12	14
Sweden	16	14	16	17	18
Belarus	80	71	40	28	26
Bulgaria	604	464	489	363	392
Czech Republic	74	57	70	71	78
Yugoslavia	137	112	152	143	127
Macedonia	8	8	39	15	11
Republic of Moldova	1.080	1.192	1.455	1.436	1.033
Poland	112	105	103	102	106
Russian Federation	136	124	78	83	86
Slovakia	104	107	92	80	84
Turkey	302	263	281	253	230
Ukraine	622	424	319	330	324
Hungary	796	829	1.031	1.203	1.131
Africa	11	10	10	10	8
America	81	90	84	95	96
United States of America	65	74	69	79	78
Asia	125	122	116	126	130
Israel	47	49	43	51	61
Oceania	7	7	6	7	6

Source: Romanian Statistical Yearbook, 2002

2.5.2. Οι αναχωρήσεις των ρουμάνων τουριστών στο εξωτερικό

Η δυνατότητα των ρουμάνων να ταξιδεύουν στο εξωτερικό αυξήθηκε πολύ μετά το 1989. Ο αριθμός των ρουμάνων που ταξίδεψαν στο εξωτερικό αυξήθηκε με ένα μεγάλο ρυθμό στα πρώτα χρόνια μετά το 1989, που άνοιξαν τα ρουμανικά σύνορα και όλοι είχαν την επιθυμία να φύγουν στο εξωτερικό. Αυτό κράτησε για μερικά χρόνια, αλλά η κατάσταση άλλαξε λόγω της μείωσης των εισοδημάτων του πληθυσμού και αύξησης των τιμών για τα τουριστικά πακέτα.

Το 2001 οι αναχωρήσεις στο εξωτερικό των ρουμάνων ήταν 6.408 χιλιάδες, μόνο με 0,31% μεγαλύτερες από το 2000 (πίνακας 2.1.).

2.5.3. Οι διανυκτερεύσεις των τουριστών στην Ρουμανία

Οι διανυκτερεύσεις των τουριστών στην Ρουμανία παρουσίαζαν όλα αυτά τα χρόνια μια συνεχή μείωση. Μόνο το 2001 οι διανυκτερεύσεις αυξήθηκαν κατά 2,7% από το 2000 (πίνακας 2.3.). Το 2001, ο αριθμός των διανυκτερεύσεων των ρουμάνων τουριστών ήταν 15.731 χιλιάδες, δηλαδή το 86,8% του συνόλου των διανυκτερεύσεων στην Ρουμανία. Οι διανυκτερεύσεις των ξένων τουριστών ήταν μόνο 2.391 χιλιάδες, δηλαδή 13,2% του συνόλου. Όπως βλέπουμε, οι διανυκτερεύσεις των ξένων τουριστών όλα αυτά τα χρόνια ήταν μικρές σε σχέση με τις διανυκτερεύσεις των ρουμάνων τουριστών. Άλλα, τα τελευταία δύο χρόνια έχουμε μια αύξηση των διανυκτερεύσεων ξένων τουριστών με 8,55% το 2000 σε σχέση με το 1999, και με 11,26% το 2001 σε σχέση με το 2000.

Σε ότι αφορά το τουριστικό προορισμό, το μεγαλύτερο ποσοστό του συνόλου των διανυκτερεύσεων είχε ο ιαματικός τουρισμός. Το 2001, αυτό ήταν 32,5% του συνόλου των διανυκτερεύσεων, που σημαίνει μια αύξηση κατά 6,2% από το 2000.

Μια σημαντική θέση είχε το 2001 η περιοχή της Μαύρης Θάλασσας, με ένα ποσοστό 25% του συνόλου των διανυκτερεύσεων. Από τα στατιστικά στοιχεία βλέπουμε όμως, ότι το 2001, αυτή η περιοχή παρουσίασε πραγματικά μια μείωση με 1,2% των διανυκτερεύσεων, σε σχέση με το 2000.

Οι διανυκτερεύσεις στην πρωτεύουσα και τις μεγάλες πόλεις ήταν το 2001, 23,16% του συνόλου των διανυκτερεύσεων. Είχε όμως μια μείωση κατά 2,3% από το 2000.

Οι διανυκτερεύσεις στην ορεινή περιοχή, που αντιστοιχούν στο 11,11% του συνόλου των διανυκτερεύσεων το 2001, είχαν μείωση κατά 8,2% από το 2000.

Πίνακας 2.3. Οι διανυκτερεύσεις τουριστών στα τουριστικά καταλύματα της Ρουμανίας

χιλιάδες

		1997	1998	1999	2000	2001
1.	Διανυκτερεύσεις στα τουριστικά καταλύματα στην Ρουμανία: - ρουμάνοι τουρίστες - ξένοι τουρίστες	19.611 17.106 2.505	19.183 16.976 2.207	17.670 15.689 1.981	17.647 15.497 2.149	18.122 15.731 2.391
2.	Στα ιαματικά κέντρα: ρουμάνοι και ξένοι - ποσοστό των ιαματικών κέντρων του συνόλου	4.874 24,9	5.099 26,6	5.300 30,0	5.407 30,6	5.882 32,5
3.	Στην περιοχή της Μαύρης Θάλασσας - ποσοστό της περιοχής της Μαύρης Θάλασσας του συνόλου	5.103 26	5.159 26,9	4.337 24,5	4.459 25,3	4.530 25
4.	Στην ορεινή περιοχή - ποσοστό της ορεινής περιοχής του συνόλου	2.628 13,4	2.524 13,2	2.317 13,1	2.137 12,1	2.014 11,1
5.	Στην περιοχή της Δέλτα του Δούναβης - ποσοστό της Δέλτα του Δούναβης του συνόλου	133 0,7	104 0,5	86 0,5	85 0,5	98 0,5
6.	Στην πρωτεύουσα Βουκουρέστι και τις μεγάλες πόλεις - ποσοστό της πρωτεύουσα Βουκουρέστι και τις μεγάλες πόλεις του συνόλου	4.900 25	4.472 23,3	4.022 22,8	4.190 23,7	4.198 23,2
7.	Άλλες πόλεις και τουριστικές διαδρομές - ποσοστό των άλλων πόλεων και τουριστικών διαδρομών του συνόλου	1.973 10,1	1.826 9,5	1.607 9,1	1.368 7,8	1.400 7,7

Πηγή: Στατιστική Επετηρίδα της Ρουμανίας, 2002

2.5.4. Ξενοδοχειακό δυναμικό και λοιπά καταλύματα που υπάρχουν στην Ρουμανία

Τα τελευταία χρόνια, το τουριστικό δυναμικό της χώρας μειώθηκε συνεχώς για διάφορους λόγους: πολλά τουριστικά καταλύματα δεν ήταν κατάλληλα για την τουριστική δραστηριότητα και σταμάτησαν την λειτουργία τους, αλλά καταλύματα άλλαξαν την χρήση τους και χρησιμοποιούνται για άλλους σκοπούς.

Στο τέλος του 2001, τα τουριστικά καταλύματα της χώρας ήταν 277.047 κλίνες, σε σχέση με το 1996, που ήταν 288.656 κλίνες (πίνακας 2.4.) .Από τα στατιστικά στοιχεία βλέπουμε, ότι οι περισσότερες κλίνες βρισκόταν στην περιοχή της Μαύρης Θάλασσας 117.428 κλίνες, μετά στις λουτροπόλεις 43.624 κλίνες και στο Βουκουρέστι και στις μεγάλες πόλεις 43.624 κλίνες. Η ορεινή περιοχή έχει μόνο 34.012 κλίνες, πολύ λίγες σε σχέση με το τουριστικό δυναμικό που διαθέτει. Οι λιγότερες κλίνες υπήρχαν στην Δέλτα Δούναβη, μόνο 2.478 κλίνες.

Πίνακας 2.4. Το ξενοδοχειακό δυναμικό και λοιπά καταλύματα που υπάρχουν στην Ρουμανία

		1997	1998	1999	2000	2001
1	Τουριστικό δυναμικό της χώρας Σύνολο	287.943	287.268	282.806	280.005	277.047
2	Στα ιαματικά κέντρα	48.401	48.460	45.768	43.186	43.624
3	Στην περιοχή της Μαύρης Θάλασσας	118.318	118.051	118.228	119.410	117.428
4	Στην ορεινή περιοχή	34.063	34.784	34.129	35.626	34.012
5	Στην περιοχή της Δέλτα του Δούναβη	2.942	2.829	2.692	2.485	2.478
6	Στην πρωτεύουσα Βουκουρέστι και τις μεγάλες πόλεις	44.300	44.660	43.760	42.617	43.194
7	Άλλες πόλεις και τουριστικές διαδρομές	39.919	38.484	38.229	36.681	36.311

Πηγή: Στατιστική Επετηρίδα της Ρουμανίας, 2002

Αυτές οι κλίνες βρισκόταν σε 3.266 τουριστικά καταλύματα. Από αυτά 968 είναι ξενοδοχεία και μοτέλ, 158 τουριστικές αγροικίες, 132 κάμπινγκ, 1016 βίλες και μπουγκαλο, 168 κατασκηνώσεις για τους μαθητές, 437 τουριστικά πανσιόν, 343 αγροτουριστικά καταλύματα (πίνακας 2.5.).

Πίνακας 2.5. Συγκροτήματα που λειτουργούν ως τουριστικά καταλύματα

	Number of units				
	1997	1998	1999	2000	2001
Total	3.049	3.127	3.250	3.121	3.266
Hotels and motels	935	933	931	943	968
Hotels for youth				1	3
Hostels				2	7
Tourist inns	20	19	22	23	18
Tourist chalets	174	167	165	161	158
Camping and house let-type units	137	138	142	140	132
Tourist villas and bungalows	1.375	1.203	1.145	1.066	1.016
School and pre-school camps	184	179	176	172	168
Tourists boarding houses	160	270	322	361	437
Agro-tourists boarding houses	159	213	341	240	343
Tourist halting places				6	10
Holiday villages	1	1	1	1	1
Ships accommodation spaces	4	4	5	5	5

Source: Romanian Statistical Yearbook, 2002

Από το 3.266 τουριστικά καταλύματα το 2001, έχουμε μόνο 7 μονάδες 5 αστέρων (4 ξενοδοχεία και 3 βίλες) και 92 μονάδες είναι 4 αστέρων (16 ξενοδοχεία, 65 βίλες 10 τουριστικά πανσιόν). Οι περισσότερες ξενοδοχειακές μονάδες είναι 2 αστέρων 1206 και 1 αστέρων 1080 μονάδες (πίνακας 2.6.).

Πίνακας 2.6. Συγκροτήματα που λειτουργούν ως τουριστικά καταλύματα ανά κατηγορία για το 2001

	Category of comfort						
	Total	5 stars	4 stars	3 stars	2 stars	1 star	Not classified
Hotels	3.266	7	92	332	1.206	1.080	549
Motels	829	4	16	111	403	243	52
Hotels for youth	3				1	2	
Hostels	10			3	5	2	
Tourist inns	18						18
Tourist chalets	152			4	16	63	75
Camping and houselet-type units	132			2	14	62	54
Tourist villas and bungalows	1.016	3	65	95	208	473	172
School and pre-school camps	168						168
Tourists boarding houses	437		10	79	271	76	1
Agro-tourists boarding houses	343			21	220	102	
Tourist halting places	10				3	6	1
Holiday villages	1				1		
Ships accommodation spaces	5		1	1	1	2	

Source : Romanian Statistical Yearbook, 2002

2.5.5. Μέσος όρος πληρότητας στα εν λειτουργία τουριστικά καταλύματα

Αυτός ο δείκτης ήταν πολύ χαμηλό για το 2001 για όλη την χώρα, μόνο 34,9%. Από την ανάλυση των στοιχείων του πίνακα 2.7., βλέπουμε ότι αυτός ο δείκτης μειώθηκε τα τελευταία πέντε χρόνια. Το 1996 ήταν 40,7%, ενώ το 2001, παρουσίασε μια μείωση με 14,25% σε σχέση με το 1996.

Η καλύτερη αξιοποίηση των τουριστικών καταλυμάτων που λειτουργούν στην χώρα, το 2000, πραγματοποιήθηκε στην περιοχή της Μαύρης Θάλασσας, όπου ο δείκτης αυτός ήταν 51,1%, πάνω από το μέσο όρο της χώρας. Πάνω από το μέσο όρο της χώρας ήταν ο δείκτης το 2000, και στα ιαματικά κέντρα 47,7%. Χαμηλότερος ήταν αυτός ο δείκτης για τους άλλους τουριστικούς προορισμούς της χώρας.

Πίνακας 2.7. Μέσος όρος πληρότητας στα εν λειτουργία τουριστικά καταλύματα

	Ποσοστά				
	1996	1997	1998	1999	2000
Μέσος όρος πληρότητας στα εν λειτουργία τουριστικά καταλύματα για όλη την χώρα	40,7%	37,7%	36,1%	34,5%	35,2%
Στα ιαματικά κέντρα	41,1%	41,4%	41,1%	46,1%	47,7%
Στην περιοχή της Μαύρης Θάλασσας	51,8%	47,6%	49,0%	45,9%	51,1%
Στην ορεινή περιοχή	38,5%	33,6%	29,4%	26,3%	23,7%
Στην περιοχή της Δέλτα του Δούναβης	21,1%	24,6%	22,8%	21,2%	19,9%
Στην πρωτεύουσα Βουκουρέστι και τις μεγάλες πόλεις	40,4%	36,5%	33,1%	29,6%	30,9%
Άλλες πόλεις και τουριστικές διαδρομές	28,2%	25,5%	23,9%	21,4%	19,2%

Πηγή: Στατιστική Επετηρίδα της Ρουμανίας, 2001

3.1. Ο ΙΑΜΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΥΓΕΙΑΣ

3.1.1. ΓΕΝΙΚΑ ΓΙΑ ΤΟ ΙΑΜΑΤΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ- ΟΡΙΣΜΟΣ, ΡΟΛΟΣ, ΙΣΤΟΡΙΚΟ

Ο ιαματικός τουρισμός είναι μια μορφή κοινωνικού τουρισμού που χρησιμοποιεί τις ιαματικές πηγές κυρίως για θεραπευτικούς σκοπούς. Στην διεθνή ορολογία χρησιμοποιούνται οι όροι: θερμαλισμός (thermalism) και υδροθεραπεία (hydrotherapy), χωρίς να είναι όμως συνώνυμα.

Ο θερμαλισμός περιλαμβάνει το σύνολο των ενεργειών που χρησιμοποιούνται για την θεραπεία του ανθρωπίνου οργανισμού με την χρήση των θερμομεταλλικών νερών των ιαματικών πηγών. Η υδροθεραπεία είναι μια ιατρική θεραπευτική μέθοδος και μπορεί να είναι εσωτερική ή εξωτερική, δηλαδή είναι εξωτερική με λουτρά ή εσωτερική με κατανάλωση αυτών των υγρών.

Στην Ευρώπη χρησιμοποιείται για την περιγραφή των μονάδων που χρησιμοποιούν φυσικά μεταλλικά νερά, θερμά νερά και πηλό για θεραπευτικούς σκοπούς, ο όρος “sra”. Στα ελληνικά αυτό δηλώνει ιαματική πηγή. Στην Αμερική, ο όρος “sra”, χρησιμοποιείται για να περιγράψει όλες τις μορφές υδροθεραπείας και δεν είναι απαραίτητο να χρησιμοποιεί ιαματικό νερό ή να αποτελεί αυτόνομη μονάδα. Μπορεί να είναι τμήμα ενός μεγάλου ξενοδοχειακού συγκροτήματος ή να είναι και υπηρεσίες που προσφέρονται στους τουρίστες στα πλαίσια μιας κρουαζιέρας μαζί με άλλες μορφές τουρισμού.

Ο όρος που χρησιμοποιείται έως σήμερα στην Ελλάδα για τις ιαματικές πηγές με κατάλληλες εγκαταστάσεις για λουτροθεραπεία είναι «λουτρά». Αυτός ο όρος δεν είναι και πολύ σύγχρονος, γιατί δεν μπορεί να περιγράψει την

φύση των υπηρεσιών που παρέχονται στους τουρίστες. Ο ίδιος ορός χρησιμοποιείται μέχρι και σήμερα και στην Ρουμανία.

Η λουτροθεραπεία είναι μια μορφή εξωτερικής υδροθεραπείας που χρησιμοποιεί τα ιαματικά νερά ή το πηλό για την θεραπεία πολλών ασθενειών: ρευματικά, αρθρικά, γυναικολογικά, νευρικά, καρδιαγγειακά, κ.λ.τ. Στις περιοχές που βρίσκονται ιαματικές πηγές αναπτύχθηκαν κατά καιρό πόλεις, όπου τα ιαματικά θέρετρα αποτελούν τον κύριο λόγο έλξης τουριστών. Αυτές οι πόλεις ονομάζονται λουτροπόλεις ή ιαματικά κέντρα.

Από την αρχαιότητα οι άνθρωποι γνώρισαν τις θεραπευτικές ιδιότητες των ιαματικών νερών και τις χρησιμοποιούσαν για την θεραπεία διαφόρων ασθενειών. Στην ελληνική μυθολογία αναφέρονται συχνά οι θαυματουργές θεραπευτικές ιδιότητες πολλών ιαματικών πηγών. Το 50 π.χ. κτίζονται κοντά στις ιαματικές πηγές τα Ασκληπεία, όπου ερχόταν πολλοί άνθρωποι για να θεραπευθούν από διάφορες αρρώστιες.

Ο Ηρόδοτος ήταν ο πρώτος, που παρατηρεί τα ιαματικά νερά και συνιστά την λουτροθεραπεία, ενώ ο Ιπποκράτης μελέτα τις παθήσεις για τις οποίες ενδείκνυται η χρήση των ιαματικών νερών. Κατά την Ρωμαϊκή εποχή, έλληνες γιατροί ασχολούνται με την υδροθεραπεία για την αντιμετώπιση διαφόρων παθήσεων.

Από τη Ρωμαϊκή εποχή υπάρχουν πολλά κέντρα ιαματικού τουρισμού στην Κεντρική Ευρώπη και στην Ρουμανία. Αναφέρουμε εδώ τα ιαματικά κέντρα της Ρουμανίας, τα οποία χρονολογούνται να είναι πιο παλιά από εποχή των ρωμαίων: Herculane. Πολλά από αυτά τα ιαματικά κέντρα λειτουργούν και σήμερα.

Πολύς κόσμος ταξίδευε στα ποτάμια και στις θερμές πηγές για θεραπευτικούς λόγους, άλλα και για αναψυχή. Είναι πολύ γνωστό ότι οι άνθρωποι ερχόταν από μακρινές περιοχές για να κολυμπήσουν στο Νείλο και

στον Ιορδάνη ποταμό, με σκοπό τον σωματικό και ψυχικό εξαγνισμό. Άλλο ένα θέρετρο υγείας ήταν η Νεκρή Θάλασσα, όπου τα νερά της, εξαιτίας των χημικών ενώσεων : χλωριούχο νάτριο, βρώμιο, που περιέχουν, έχουν θεραπευτικές ιδιότητες. Τόσο οι ρωμαίοι, όσο και οι αρχαίοι έλληνες πίστευαν στις θεραπευτικές ιδιότητες του θαλασσιού νερού.

Το Μεσαίωνα ο θερμαλισμός παρακμάζει και αναβιώνει πάλι στις αρχές του 16 ου αιώνα. Μέχρι το 15 ου αιώνα καμία πρόοδος δεν σημειώθηκε όσον αφορά την λουτροθεραπεία. Πολλοί άνθρωποι ερχόταν στις λουτροπόλεις περισσότερα για διασκέδαση και όχι για θεραπεία. Η χρήση των ιαματικών νερών ήταν εμπειρική, ανάλογα με την φήμη της πηγής ή της λουτρόπολης, και δεν υπήρχαν επίσημοι κανονισμοί λουτροθεραπείας. Το πρώτο βιβλίο αναφερόμενο στα λουτρά εμφανίζεται στα γερμανικά κατά το έτος 1480. Το έτος 1498 παρουσιάστηκε η πρώτη επιστημονική εργασία στην Ιταλία για τα μεταλλικά νερά.

Στις αρχές του 16 ου αιώνα επαναεμφανίζεται η υδροθεραπεία στην Ευρώπη και τοποθετούνται γιατροί στις ιαματικές πηγές της Γαλλίας. Το 17 ου αιώνα μεγάλη ανάπτυξη έχει η ποσιθεραπεία μεταλλικών νερών και η θαλασσοθεραπεία. Η έκδοση, το 1753, της μελέτης του Dr Charles Russell, για την θαλασσοθεραπεία, έφερε την ανάκαμψη της ζήτησης γι'αυτή την μορφή υδροθεραπείας. Το 1791, στο Margate της Αγγλίας, ιδρύθηκε το πρώτο νοσοκομείο κοντά στη θάλασσα. Μετά ακολούθησαν και άλλα κέντρα στη Γερμανία και Γαλλία. Όμως, για ένα χρονικό διάστημα αυτά τα κέντρα γνώρισαν ένα μαρασμό μέχρι τα τέλη του 19 ου αιώνα.

Η σταθερή εξέλιξη των ιαματικών πηγών της Ευρώπης αρχίζει από το 19 ον αιώνα. Το 1964 άνοιξε το πρώτο σύγχρονο κέντρο θαλασσοθεραπείας στο Quibern και ακολούθησαν και άλλα. Το 1993 υπήρχαν 45 κέντρα θαλασσοθεραπείας στην Ευρώπη και σήμερα αυξήθηκε ο αριθμός τους.

Τα τελευταία χρόνια έχουμε και την εξέλιξη του ιαματικού τουρισμού και ως τουρισμός υγείας (health tourism). Ο τουρισμός υγείας αποτελεί το σύγχρονο τύπο του ιαματικού τουρισμού, που γνωρίζει μεγάλη εξειδίκευση και επέκταση των δραστηριοτήτων, με νέες τεχνολογίες που προστέθηκαν στα ιαματικά μπάνια. Ο τουρισμός υγείας εξελίσσεται συνεχώς σε πολλές ευρωπαϊκές χώρες: Ελβετία, Γερμανία, Αυστρία. Πολλές εγκαταστάσεις τουρισμού υγείας στις χώρες αυτές έχουν αναπτυχθεί σε περιοχές με θέρμες πηγές.

Ως τουρισμός υγείας προσδιορίζεται η προσπάθεια μιας τουριστικής υπηρεσίας ή τοποθεσίας να προσελκύσει τουρίστες προβάλλοντας τις υπηρεσίες και τις εγκαταστάσεις υγείας που διαθέτει, σε συνδυασμό με τις συνήθειες τουριστικές υπηρεσίες και εγκαταστάσεις. Αυτές οι υπηρεσίες υγείας περιλαμβάνουν: το ιατρικό έλεγχο από εξειδικευμένους ιατρούς και νοσοκόμες στο θέρετρο ή στο ξενοδοχείο, την ειδική διαίτα, την θεραπεία με βιταμίνες, τις βοτανοθεραπείες, την γυμναστική, τον βελονισμό, τις ειδικές θεραπείες όπως αντικαπνιστική, θεραπεία κατά του άγχους, ψυχοθεραπεία, κινησιοθεραπεία, χαλάρωση, κ.λ.τ.⁸.

Παρόλο που ο ιαματικός τουρισμός και ο τουρισμός υγείας έχουν κοινό σκοπό την πρόληψη, την επανάκτηση και την διατήρηση της υγείας, δεν είναι το ίδιο πράγμα.

Αν έχουμε σαν κριτήριο το προϊόν που προσφέρουν στο συγκεκριμένο θέρετρο, τα τουριστικά κέντρα κατατάσσονται σε δύο κατηγορίες:⁹

1. - τα κέντρα ιαματικού τουρισμού (spa)
2. - τα κέντρα τουρισμού υγείας (health resorts)

⁸ Σ. Κ. Σπαθή , Ο ιαματικός τουρισμός και η ανάπτυξη του τουρισμού υγείας στην Ελλάδα, του Κέντρου Προγραμματισμού και Οικονομικών Ερευνών, Αθήνα, 2000, σελ. 22.

⁹ Σ. Κ. Σπαθή , Ο ιαματικός τουρισμός και η ανάπτυξη του τουρισμού υγείας στην Ελλάδα, του Κέντρου Προγραμματισμού και Οικονομικών Ερευνών, Αθήνα, 2000, σελ. 22.

Στα κέντρα ιαματικού τουρισμού, το προϊόν που προσφέρουν έχει ως σκοπό περισσότερο την θεραπεία σε περιβάλλον ποιότητας για ξεκούραση και αναψυχή. Στα κέντρα τουρισμού υγείας, το προϊόν που προσφέρουν έχει ως σκοπό περισσότερο την ξεκούραση- αναψυχή και όχι την θεραπεία. Το συγκεκριμένο τουριστικό θέρετρο πρέπει να διαθέτει όλες τις εγκαταστάσεις, να αναπτύξει και να επεκτείνει τις δραστηριότητές τους για να μπορέσει να πετύχει αυτό το σκοπό.

Ο τουρισμός υγείας περιλαμβάνει βασικά δύο τμήματα:

- το τμήμα της θεραπείας, που χρησιμοποιεί ιατρικές μεθόδους, όπως υδροθεραπεία, κλιματοθεραπεία, στα πλαίσια μιας θεραπευτικής και προληπτικής διάστασης της υγείας.
- το τμήμα που αποσκοπεί στην επανάκτηση της καλής φυσικής κατάστασης του οργανισμού, στην αναζωογόνηση και συντήρηση της σωματικής και ψυχικής κατάστασης του ατόμου. Εδώ έχουμε περισσότερο την έννοια διακοπές και υγεία παρά την θεραπεία του σώματος. Χρησιμοποιούνται τόσο ιατρικές μεθόδους, όσο και άλλες μεθόδους όπως: θαλασσοθεραπεία, φυτοθεραπεία, αισθητική, κ.λ.τ.

Η βιομηχανία τουρισμού υγείας περιλαμβάνει και τα διάφορα προϊόντα υγείας, τα οποία παρουσιάζουν αυξημένη ζήτηση τα τελευταία χρόνια. Αυτά μπορούν να είναι φυσικά προϊόντα ή προϊόντα που περιέχουν στις συνταγές τους φυσικές ή φυτικές ύλες (βότανα, αρωματικά φυτά, άνθη, φυτικά εκχυλίσματα, φυτικά έλαια, φύκια, ιχθυέλαια, βιταμίνες, μέταλλα , ιχνοστοιχεία).

3.1.2. Ο ΙΑΜΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΕ ΔΙΕΘΝΕΣ ΕΠΙΠΕΔΟ

Σήμερα, σε διεθνές επίπεδο, οι λουτροπόλεις είναι οι τόποι όπου προσφέρονται διάφορες υπηρεσίες που έχουν σαν σκοπό την πρόληψη, την επανάκτηση και την διατήρηση της υγείας του άνθρωπου. Αυτές οι λουτροπόλεις χρησιμοποιούν τις θεραπευτικές ιδιότητες των ιαματικών πηγών τους, σε συνδυασμό με τις εγκαταστάσεις και τον κατάλληλο εξοπλισμό.

Σήμερα λειτουργούν πολλά οργανωμένα κέντρα στην Ευρώπη, στις Η.Π.Α., σε ορισμένα νησιά της Καραϊβικής. Οι κυριότεροι προορισμοί στην Κεντρική Ευρώπη είναι : Γερμανία, Ιταλία, Γαλλία, Ελβετία, Αυστρία και λιγότερο το Βέλγιο, η Ισπανία, Πορτογαλία, Ελλάδα, Ολλανδία, Σουηδία.

Η πιο σημαντική αγορά για τον ιαματικό τουρισμό και τουρισμό υγείας στη Ευρώπη είναι η Γερμανία. Στη Γερμανία πραγματοποιείται το μεγαλύτερο ποσοστό, πάνω από 50% του συνόλου των διανυκτερεύσεων στην Ευρώπη, στα ιαματικά θέρετρα. Μετά την Γερμανία, άλλες χώρες που αποτελούν σημαντικές αγορές για τον ιαματικό τουρισμό είναι η Ιταλία και η Γαλλία. Ενώ οι Γερμανοί επισκέπτονται και προορισμούς εκτός της χώρας τους, πολύ λίγοι Ιταλοί ταξιδεύουν στο εξωτερικό για το ίδιο σκοπό, και τότε θα επισκεφθούν συνήθως, κέντρα θαλασσοθεραπείας, και οι Γάλλοι γενικά δεν ταξιδεύουν στο εξωτερικό για θεραπευτικούς σκοπούς.

Επίσης και στις χώρες της Ανατολικής Ευρώπης λειτουργούν πολλά ιαματικά κέντρα όπως στην : Ουγγαρία, Τσεχία, Σλοβακία, Ρουμανία, Ρωσία, Γιουγκοσλαβία, Βουλγαρία. Σε αυτές τις χώρες, ο ιαματικός τουρισμός αποτελεί σημαντικό κομμάτι της οικονομίας τους και είναι ένας αναπτυσσόμενος τομέας. Ένα μεγάλο πληθυσμού των χώρων αυτών και ξένων τουριστών επισκέπτεται τα κέντρα ιαματικού τουρισμού.

Ο ιαματικός τουρισμός και τουρισμός υγείας έχει αναπτυχθεί και στις χώρες της Μεσογείου : Ισραήλ, Τουρκία, Μαρόκο, Κύπρος. Η Τουρκία είναι ένας προορισμός με αυξανόμενη ζήτηση για τουρισμός υγείας τα τελευταία χρόνια, η οποία προσελκύει τόσο ημεδαποί, όσο και ξένοι τουρίστες.

Στην Ευρώπη πολλές λουτροπόλεις (ιαματικά κέντρα) έχουν αναπτυχθεί σε περιοχές με θερμές πηγές όπως: Baden, Lausanne, St. Moritz και Interlaken στην Ελβετία, Baden-Baden, Wiesbaden στην Γερμανία, Βιέννη στην Αυστρία, Βουδαπέστη στην Ουγγαρία. Σε άλλες χώρες, οι λουτροπόλεις έχουν αναπτυχθεί σε βουνά ή σε περιοχές με λίμνες, όπως στην Σουηδία : Loeche-les-Bains Sillon, Yverdon-les-Bains. Στο παρελθόν γνωστά ιαματικά κέντρα υπήρχαν στην Αγγλία, στο Βέλγιο, στο Λουξεμβούργο, τα οποία σήμερα φθίνουν. Στην Ανατολική Ευρώπη, αντίστοιχα, ένας σημαντικός αριθμός ιαματικών θέρετρων εκσυγχρονίζονται και ανακαινίζονται : παράδειγμα η πόλη Karlovy Vary της Τσεχοσλοβακίας, πολύ γνωστή για τις ιαματικές πηγές της από τις αρχές του 18 ου αιώνα.

Σήμερα τα ιαματικά κέντρα, εκτός των ασθενών, προσελκύουν νέους και άτομα όλων των ηλικιών, λόγω της στροφής που παρατηρείται τα τελευταία χρόνια προς τις παραδοσιακές μορφές φυσικής θεραπείας. Σε αυτά τα ιαματικά κέντρα, τα πακέτα διακοπών συνδυάζονται πολλές φορές και με την προσφορά άλλων τουριστικών υπηρεσιών αναψυχής, αναζωογόνησης, σπορ (σκι, ιππασία, τένις) και πολιτιστικών δραστηριοτήτων (κινηματογράφο, θέατρο, φεστιβάλ μουσικής).

Ο ιαματικός τουρισμός και τουρισμός υγείας αναμένεται να εξαπλωθεί διεθνώς, καθώς αυξάνονται τα εισοδήματα και ο ελεύθερος χρόνος που διατίθεται για δραστηριότητες αναψυχής και αναζητείται ένας πιο υγιεινός τρόπος ζωής.

3.2. Ο ΙΑΜΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΡΟΥΜΑΝΙΑ

3.2.1. ΤΟ ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΤΟΥ ΙΑΜΑΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΡΟΥΜΑΝΙΑ

Μερικοί φυσικοί παράγοντες ιατρικής θεραπείας (natural factors of cure), και ειδικότερα τα μεταλλικά νερά, χρησιμοποιήθηκαν για θεραπεία στην Ρουμανία από την αρχαιότητα. Οι Δάκοι γνώριζαν και χρησιμοποιούσαν για θεραπευτικούς σκοπούς και τα θερμομεταλλικά νερά.

Οι Ρωμαίοι, μετά την κατάκτηση της Δακίας, εκμεταλλεύτηκαν έντονα για θεραπευτικούς σκοπούς, τις θερμές ιαματικές πηγές από τα λουτρά Herculanæ. Οι Ρωμαίοι έκτισαν εδώ δημοτικά λουτρά γνωστά εκείνη την εποχή και πολλά χρόνια μετά ως: “Ad aquas Herculi Sacras ad Mediam” (Τα Αγία Λουτρά του Herculi κοντά στην Mehadia) ή Thermal Hercules. Αυτή η ονομασία έχει σχέση με τον θεό Herculi, θεός, ο οποίος ήταν ο προστάτης των ιαματικών λουτρών.

Οι έρευνες που έγιναν στην περιοχή Calimanesti- Bivolari, έδειχναν ότι τα μεταλλικά και θερμομεταλλικά νερά από τις δύο όχθες του ποταμίου Olt, τα εκμεταλλεύτηκαν οι Δάκοι- Ρωμαίοι. Οι Δάκοι-Ρωμαίοι εκμεταλλεύτηκαν για θεραπευτικούς σκοπούς και τα θερμά νερά από τα λουτρά Felix και 1 Mai, τα ανθρακικά νερά από το Buzias, Valcele, Cristu Secuiesc. Επίσης, οι Δάκοι-Ρωμαίοι χρησιμοποίησαν και τα αλμυρά νερά. Η εκμετάλλευση του αλατιού, ένας σημαντικός πλούτος της Δακίας, οδήγησε και στην χρήση των αλμυρών λιμνών από τις πόλεις Ocna Sibiului, Sovata, Turda.

Στο Εύξεινο Πόντο υπήρχαν δύο μεγάλες εμπορικές και πολιτιστικές πόλεις : Tomis και Calatis, οι οποίες ήταν πολύ γνώστες και ως λουτροπόλεις. Η πόλη Tomis, σήμερα Constanta, ήταν πολύ γνώστη για τα λουτρά που μπορούσε να κάνει κάνεις στην θάλασσα (θαλασσοθεραπεία). Η πόλη Calatis, σήμερα Mangalia, ήταν γνώστη, έκτος από την θαλασσοθεραπεία και για τις θειούχες πηγές, οι οποίες χρησιμοποιούνται και σήμερα.

Οι Ρωμαίοι ήταν καλοί κατασκευαστές και είχαν ειδικές γνώσεις στην υδρομάστευση και στην εκμετάλλευση των μεταλλικών πηγών. Η εποχή των Ρωμαίων ήταν μια από τις πιο ευνοϊκές περιόδους για την αξιοποίηση των ιαματικών πηγών.

Μετά από την εγκατάλειψη της Δακίας από τους Ρωμαίους, αυτές οι ιαματικές πηγές και τα λουτρά χρησιμοποιήθηκαν από τον ιθαγενή πληθυσμό, ο οποίος είχε μείνει στην Δακία.

Τον Μεσαίωνα, οι οικονομικές, κοινωνικές και πολιτικές συνθήκες δεν ήταν τόσο ευνοϊκές για την αξιοποίηση των ιαματικών πηγών. Οι εισβολές των βαρβάρων, οι μετακινήσεις των λαών, οι πόλεμοι που γινόταν συνεχεία, οι μεταδοτικές ασθένειες και ειδικά η πανώλης, η χολέρα, είχαν οδηγήσει στην καταστροφή και στην προσωρινή εγκατάλειψη πολλών ιαματικών πηγών.

Ο 18ος αιώνας ήταν για την Ευρώπη μια περίοδος αναζοπύρωσης του ενδιαφέροντος για την λουτροθεραπεία. Από τις αρχές του 18ου αιώνα μπορούμε να μιλήσουμε πραγματικά για την αξιοποίηση των ιαματικών πηγών για θεραπευτικούς σκοπούς στην Ρουμανία. Αυτή την περίοδο ανακαλύπτονται και ξαναβρίσκονται πολλές ιαματικές πηγές, γίνονται έρευνες και δοκιμασίες των μεταλλικών νερών και αναγνωρίζονται οι θεραπευτικές ιδιότητες και τα καλά αποτελέσματα που έχουν για την υγεία των ανθρώπων. Χτίστηκαν αυτή την εποχή μερικοί χώροι για τα λουτρά, οι οποίοι ήταν όμως αρκετά υποτυπώδεις. Εμφανίζονται καινούργιες λουτροπόλεις όπως: Baile Tusnad, Borsec, Valcele, Baile Olanesti, αλλά συνεχίζουν να υπάρχουν και οι πιο παλιές: Herculane, Baile 1 Mai – Felix, Geogiu Bai.

Από τον 19ο αιώνα, μπορούμε να μιλήσουμε για την οργάνωση και ανάπτυξη της λουτροθεραπείας στην Ρουμανία. Έγινε η υδρομάστευση των περισσότερων ιαματικών πηγών και επέθησαν οι επιστημονικές βάσεις της αξιοποίησης των ιαματικών πηγών για θεραπευτικούς σκοπούς. Ιδρύθηκαν και χτίστηκαν οι λουτροπόλεις: Cozia, Baile Calimanesti, Govora, Borsec, Buzias,

Moneasa, Sangeorz- Bai, Tusnad. Άλλα παλιά ιαματικά κέντρα αναπτύθηκαν και εκσυγχρονίσθηκαν. Επίσης, αυτή την περίοδο, αρχίζει η εκμετάλλευση της θεραπευτικής λάσπης και των αλμυρών λιμνών από την πεδινή και θαλασσινή περιοχή : Balta Alba, Lacu Sarat, Techirghiol. Τώρα αρχίζει να χρησιμοποιείται στην πηλοθεραπεία και ο πηλός τυρφοειδής στα ιαματικά κέντρα :Vatra Dornei, Byzias, Bazna, Slanic.

Κατά την περίοδο του Πρώτου Παγκόσμιου Πολέμου, πολλές λουτροπόλεις καταστράφηκαν: Slanic Moldova, Tusnad, Vatra Dornei, Sovata, Borsec, Baile Olanesti. Η ανοικοδόμηση τους αρχίζει το 1923, όταν ιδρύθηκε πάλι η Ιατρική Εταιρία της Κλιματολογίας και της Υδρολογίας (Medical Society of Hydrology and Climatology).

Την περίοδο 1926-1928 υπήρχαν στην Ρουμανία περίπου 80 λουτροπόλεις και σε πολλές από αυτές γινόταν μεταξύ 80.000 και 100.000 μπάνια ετησίως¹⁰. Η εμφιάλωση του μεταλλικού νερού γινόταν σε 26 σημεία που είχαν διαφορετικές δυναμικότητες.¹¹

Τα χρόνια του Δεύτερου Παγκόσμιου Πολέμου ήταν δύσκολα και ο ιαματικός τουρισμός γνώριζε μεγάλη παρακμή. Μετά το πόλεμο, τα ιαματικά κέντρα αναπτύχθηκαν και πάλι σιγά σιγά. Σημαντική ανάπτυξη είχε ο ιαματικός τουρισμός στη Ρουμανία μετά το 1960. Εκείνα τα χρόνια ο ιαματικός τουρισμός γνώριζε μεγάλη ανάπτυξη σε ότι αφορά την οργάνωση, την έρευνα, την εξερεύνηση, την εκμετάλλευση και αξιοποίηση των ιαματικών πηγών. Ένα μεγάλο μέρος του εξοπλισμού που είχαν τα ιαματικά κέντρα, αντικαταστάθηκε με άλλο πιο σύγχρονο, καινούργιο και διαφοροποιημένο.

Σε πολλά ιαματικά κέντρα χτίστηκαν σύγχρονα ξενοδοχεία, όπου η διαμονή, η διατροφή, η ιατρική εξέταση και η θεραπεία παρέχονται στο ίδιο κτίριο. Δημιουργήθηκαν σε αυτά τα ιαματικά κέντρα καλύτερες συνθήκες για

¹⁰ Vasile Glavan, Turismul in Romania, Editura Economica, Bucuresti, 2000, pg.94

¹¹ Vasile Glavan, Turismul in Romania, Editura Economica, Bucuresti, 2000, pg. 95

την πολυσύνθετη χρήση των ιατρικών πηγών, χρησιμοποιώντας διαφορετικά είδη θεραπειών: λουτροθεραπεία, ποσιθεραπεία, πηλοθεραπεία, εισπνοθεραπεία, κλιματοθεραπεία, κινησιοθεραπεία, φυσιοθεραπεία.

Δυστυχώς, μετά την Επανάσταση του 1989, πολλά από αυτά τα σύγχρονα ιαματικά κέντρα, χρησιμοποιήθηκαν χωρίς κανένα έλεγχο και εξαιτίας της χαοτικής ιδιωτικοποίησης, καταστράφηκαν. Μερικά από αυτά τα ιαματικά κέντρα σταμάτησαν την λειτουργία τους και εξαφανίστηκαν από τον τομέα του ιαματικού τουρισμού, παράδειγμα του ιαματικού κέντρου Boisec που έκλεισε. Η κατάσταση του ιαματικού τουρισμού της Ρουμανίας θα την αναλύσουμε στο κεφαλαίο 3.2.4.

3.2.2. ΟΙ ΙΑΜΑΤΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ ΤΗΣ ΡΟΥΜΑΝΙΑΣ

Η Ρουμανία είναι μια από τις πιο πλούσιες χώρες σε φυσικούς παράγοντες ιατρικής θεραπείας (natural factors of cure) : μεταλλικά νερά, λίμνες και θεραπευτικοί πηλοί, οι οποίοι είναι σκορπισμένοι σε όλη την έκταση της χώρας. Στην Ρουμανία βρίσκονται :

- πολλές μορφές κλίματος , από το κλίμα της στέπας μέχρι το ορεινό κλίμα, του μεγάλου ύψους,
- οι έντεκα κατηγορίες των μεταλλικών νερών που συμπεριλαμβάνονται στις διεθνείς κατατάξεις, από τα ολιγομεταλλικά νερά και μέχρι τις πηγές με μεγάλη πυκνότητα σε άλατα,
- όλες οι κατηγορίες των θεραπευτικών πηλών που υπάρχουν στο κόσμο: τυρφοειδής, μεταλλικός και sapropelic

Αυτοί οι φυσικοί παράγοντες είναι αρμονικά σκορπισμένοι σε όλη την επιφάνεια της Ρουμανίας. Έτσι, η ίδια κατηγορία των μεταλλικών νερών ή των

πηλών, μπορεί να βρίσκεται σε διαφορές κλιματικές περιοχές της χώρας. Αυτό το πράγμα συμβάλει στην εξατομίκευση των ιαματικών κέντρων και στον σωστό καθορισμό της θεραπευτικής αγωγής και της πρόληψης, λαμβάνοντας υπόψη και το κλίμα, ένας πολύ σημαντικό παράγοντας.

Θα παρουσιάσουμε στην συνέχεια τους σημαντικούς φυσικούς παράγοντες ιατρικής θεραπείας που βρίσκονται στην Ρουμανία και την διανομή τους στην χώρα, όπως τους έχει ταξινομήσει ο Vasile Glavan :¹²

1. Οι μεταλλικές και θερμομεταλλικές πηγές είναι οι κύριες ιαματικές πηγές της Ρουμανίας. Εξαιτίας της πολύπλοκης γεωλογικής δομής του εδάφους της, η Ρουμανία έχει σημαντικές μεταλλικές πηγές με εξαιρετικές θεραπευτικές ιδιότητες. Οι ιαματικές πηγές της Ρουμανίας περιέχουν πολύ διαφορετικά χημικά στοιχεία και παρουσιάζουν μεγάλη πολυπλοκότητα και ποικιλία από την άποψη των φυσικών χημικών μεταλλειολογιών θερμικών ιδιοτήτων. Στην Ρουμανία υπάρχουν όλες οι μορφές ιαματικών πηγών γνώστες σε διεθνές επίπεδο : ολιγομεταλλικές πηγές, ανθρακικές, αλκαλικές, σιδηρούχες, θειούχες, χλωριονατριούχες, ιωδιούχες.

Οι θερμομεταλλικές πηγές θεωρούνται οι πηγές που το νερό τους χαρακτηρίζεται ή από υψηλή θερμοκρασία, ή από διαλυμένα άλατα ή αέρια, ή περιέχουν έστω και σε μικρά ποσά ενώσεις ή στοιχεία που δεν απαντώνται στα νερά των συνήθων πηγών όπως : θείο, υδρόθειο, ιώδιο, αρσενικό, ραδιενεργές ουσίες.

Τα φυσικά χημικά χαρακτηριστικά των ιαματικών πηγών επιτρέπουν να χρησιμοποιούνται για την θεραπεία όλων των ασθενειών που περιλαμβάνονται στον κατάλογο της Παγκοσμίας Οργάνωσης Υγείας. Οι ιαματικές πηγές μπορούν να χρησιμοποιούνται για θεραπεία, πρόληψη και ανάκτηση.

Οι ιαματικές πηγές βρίσκονται τόσο στις ορεινές περιοχές, όσο και στις περιοχές των λόφων και του οροπεδίου, άλλα και στη πεδιάδα. Πρέπει να

¹² Vasile Glavan, Turismul in Romania, Editura Economica, Bucuresti, 2000, pg.93-94

σημειώσουμε, ότι σε μικρές εκτάσεις βρίσκονται πολλές ιαματικές πηγές με διαφορετικές πυκνότητες και διαφορετικό περιεχόμενο σε χημικά στοιχεία. Αυτό επιτρέπει την ταυτόχρονη θεραπεία των διαφόρων κατηγοριών ασθενειών, όπως γίνεται στα ιαματικά κέντρα: Covasna, Baile Herculane, Vatra Dornei, Calimanesti, Caciulata.

Οι ιαματικές πηγές της Ρουμανίας έχουν σημαντικές θεραπευτικές ιδιότητες και είναι παρόμοιες ή και ανώτερες με τις πολύ γνωστές ιαματικές πηγές του εξωτερικού. Οι ιαματικές πηγές της Ρουμανίας έχουν μια πολύπλοκη αξιοποίηση : εσωτερική θεραπεία, εισπνοθεραπεία, εξωτερική θεραπεία σε μπάνια, πισινές, υδρομασάζ, φυσιοθεραπεία.

2. Οι λίμνες με θεραπευτικές ιδιότητες έχουν μεγάλο ενδιαφέρον για την θεραπεία πολλών ασθενειών. Γενικά, τα νερά τους είναι χλωριούχα, ιωδιούχα ή θειούχα. Οι λίμνες που έχουν την μεγαλύτερη χρήση για θεραπευτικούς σκοπούς βρίσκονται : στο κάμπο Campia Romana, όπου έχουμε τις λίμνες Balta Alba, Lacu Sarat, Lacu Amara, κ.λ.τ., στην περιοχή της Μαύρης Θάλασσας την λίμνη Techirghiol με αλμυρό νερό, Mangalia, στο οροπέδιο και στους λόφους έχουμε τις λίμνες Sovata, Slanic, Ogha Sibiului.

3. Ο θεραπευτικός πηλός έχει μεγάλη σημασία για το ιαματικό τουρισμό της Ρουμανίας και χρησιμοποιείται πάρα πολύ στα ιαματικά κέντρα μόνος του ή σε συνδυασμό με άλλες μεθόδους θεραπείας. Αν έχουμε σαν κριτήριο την καταγωγή του πηλού και τις φυσικό - χημικές ιδιότητές του, ο πηλός μπορεί να ταξινομηθεί σε τρεις κατηγορίες:

- sapropelic, ο οποίος βρίσκεται στις ιαματικές λίμνες Techirghiol, Amara, Lacu Sarat
- μεταλλικός στα ιαματικά κέντρα Felix, Sangeorz Bai
- πηλός τυρφοειδής στα ιαματικά κέντρα Tusnad, Mangalia

4. Οι φυσικές θεραπευτικές αναθυμιάσεις είναι ειδικά χαρακτηριστικά της Ρουμανίας, η οποία είναι μια από τις λίγες χώρες της Ευρώπης που

διαθέτουν μια μεγάλη περιοχή όπου βρίσκονται αυτοί οι φυσικοί παράγοντες. Οι φυσικές θεραπευτικές αναθυμιάσεις βρίσκονται στην ορεινή περιοχή, οι περισσότερες στα Ανατολικά Καρπάθια και έχουν μεγάλη θεραπευτική αξία.

Χρησιμοποιούνται πιο πολύ και είναι και πιο γνώστες οι αναθυμιάσεις του διοξειδίου του άνθρακα και οι θειούχες αναθυμιάσεις. Οι φυσικές αναθυμιάσεις του διοξειδίου του άνθρακα βρίσκονται στα ηφαιστειακά βουνά Oas- Calimani- Harghita, στα Ανατολικά Καρπάθια και χρησιμοποιούνται στα ιαματικά κέντρα Baile Tusnad, Borsec, Balvanyos, Byzias, Covasna, Vatra Dornei, Sangeorz- Bai, κ.λ.τ, στην θεραπεία των καρδιαγγειακών ασθενειών και του κινητικού συστήματος με πολύ καλά αποτελέσματα.

Οι θειούχες αναθυμιάσεις βρίσκονται στα ιαματικά κέντρα Sugas Bai, Turia, Samtimbru Bai και είναι μοναδικές στην Ευρώπη. Δεν είναι γνώστη όμως, πολύ καλά η θεραπευτική τους δραστηριότητα και δεν χρησιμοποιούνται πολύ για θεραπευτικούς σκοπούς.

5. Τα αλατωρυχεία είναι ένας σημαντικός φυσικός παράγοντας για την θεραπεία χρόνιων αναπνευστικών ασθενειών, του άσματος. Πολύ γνωστά είναι και στο εξωτερικό τα ιαματικά κέντρα : Targu Ocna, Slanic, Praid.

6. Θεραπευτικά βότανα είναι σκορπισμένα σε όλη την χώρα. Τα τελευταία χρόνια παρουσιάζουν αυξημένη ζήτηση τόσο για την φυτοθεραπεία, μαζί με άλλους φυσικούς παράγοντες, όσο και για την παρασκευή διαφόρων φαρμάκων. Υπάρχουν αρκετές φαρμακευτικές εταιρίες που παρασκευάζουν φάρμακα από βότανα και τα οποία έχουν εξαιρετικά αποτελέσματα στην θεραπεία πολλών ασθενειών.

7. Το κλίμα αποτελεί άλλο ένα φυσικό παράγοντα που μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την διατήρηση ή την βελτίωση της κατάστασης της υγείας του ανθρωπίνου οργανισμού με την μορφή της κλιματοθεραπείας.

8. Αερο-ιοντισμός (ιονισμός) . Οι φαρμακευτικές έρευνες έχουν αποδείξει ότι ένας πλούσιος φυσικός ιοντισμός, κυρίως αρνητικός, έχει καλές καταπραϋντικές επιπτώσεις σε διαφορές αρρώστιες όπως : οι νευρώσεις, το άσθμα, η αρτηριακή υπέρταση.

Στην Ρουμανία, στα περισσότερα ιαματικά κέντρα, ο ιονισμός έχει αξίες μεταξύ 700 – 1000 ιονι / cm. Υπάρχουν και ιαματικά κέντρα που έχουν μεγαλύτερες αξίες ¹³ : Sangeorz Bai 1479 ιονι/cm, Baile Felix 1320 , Moneasa 1229, Borsa 1212, Baile Felix 1320.

Όλοι αυτοί οι φυσικοί παράγοντες που αναφέραμε πιο πάνω, αξιοποιούνται σε ένα πολύ μεγάλο αριθμό ιαματικών κέντρων ή λουτροπόλεις, που έχουν αναπτυχθεί στην Ρουμανία κατά καιρό. Στην συνέχεια θα μιλήσουμε για τα σημαντικότερα ιαματικά κέντρα και λουτροπόλεις της Ρουμανίας.

3.2.3. ΤΑ ΙΑΜΑΤΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ ΤΗΣ ΡΟΥΜΑΝΙΑΣ

Η Ρουμανία διαθέτει σήμερα περίπου 160 ιαματικά κέντρα και λουτροπόλεις που χρησιμοποιούν τους φυσικούς παράγοντες ιατρικής θεραπείας. Από αυτά μόνο τα 24 είναι ιαματικά κέντρα διεθνή τουριστικής σημασίας, περίπου 60 είναι ιαματικά κέντρα γενικής και τοπικής σημασίας¹⁴.

Από τα ιαματικά κέντρα διεθνούς σημασίας αναφέρουμε τα παρακάτω: Baile Herculane, Baile Felix, Sovata, Baile Tusnad, Covasna, Calimanesti-Caciulata, Sangeorz Bai, Mangalia, Slanic Moldova, Vatra Dornei, Eforie Sud, Neptun, Govora, Baile Olanesti, Balvanyos, Buzias.

¹³ Vasile Glavan, Turismul in Romania, Editura Economica, Bucuresti, 2000, pg. 94

¹⁴ Vasile Glavan, Turismul in Romania, Editura Economica, Bucuresti, 2000, pg.95

Από τα ιαματικά κέντρα γενικής και τοπικής σημασίας αναφέρουμε : Balta Alba, Harghita Bai, Lacu Sarat, Ocna Mures, Ocnele Mari, Soveja, Ogna Sibiului, κ.λ.τ.

Στα περισσότερα ιαματικά κέντρα της Ρουμανίας συναντάται μόνο η μορφή της θεραπείας και όχι η προσφορά υπηρεσιών που έχουν σχέση με την αναζωογόνηση του οργανισμού. Τα κέντρα που λειτουργούν στην Ρουμανία είναι περισσότερα κέντρα ιαματικού τουρισμού (spa) και όχι κέντρα τουρισμού υγείας (health resorts).

Τα ιαματικά κέντρα αναπτύχθηκαν στις περιοχές που είχαν ανακαλυφθεί σημαντικοί φυσικοί παράγοντες όπως: μεταλλικά και θερμομεταλλικά νερά, θεραπευτικοί πηλοί, λίμνες με θεραπευτικές ιδιότητες, αλατωρυχεία. Οι φυσικοί παράγοντες είναι σκορπισμένοι σε όλο το έδαφος της Ρουμανίας και βρίσκονται τόσο στις ορεινές περιοχές, όσο και στους λόφους, στα οροπέδια, στην πεδιάδα. Επομένως και τα ιαματικά κέντρα βρίσκονται σε όλες τις περιοχές της χώρας: στα βουνά, στην πεδιάδα, στους λόφους.

Στην ορεινή περιοχή τα σημαντικότερα ιαματικά κέντρα είναι:

- Στα Ανατολικά Καρπάθια έχουμε τα ιαματικά κέντρα : Vatra Dornei, Baile Tusnad, Covasna, Slanic Moldova, Sangeorz Bai, Brad. Αυτά εκμεταλλεύονται για θεραπευτικούς σκοπούς τις πλούσιες πολυμεταλλικές πηγές, τις ανθρακικές μεταλλικές πηγές, θερμομεταλλικές (23 - 30 C), τον τυρφοειδή πηλό, τις φυσικές θεραπευτικές αναθυμιάσεις, από την περιοχή των ηφαιστειακών βουνών.
- Στα Νότια Καρπάθια έχουμε τα ιαματικά κέντρα : Calimanesti- Caciulata, Baile Olanesti, τα οποία αξιοποιούν τα μεταλλικά νερά, θειούχα, χλωριούχα, βρομιούχα, νατριούχα, ασβεστούχα, μαγνησιούχα, ολιγομεταλλικά νερά και το Baile Herculane, γνωστό από την αρχαιότητα για τα θερμομεταλλικά νερά.
- Στα Δυτικά Καρπάθια έχουμε : Geoagiu- Bai, Vata de Jos, Moneasa, που χρησιμοποιούν τις μεταλλικές και θερμομεταλλικές πηγές για την θεραπεία ασθενειών όπως: ρευματικών, της πέψης, στομαχοεντερικών.

Πολλά από αυτά τα ιαματικά κέντρα από την ορεινή περιοχή είναι γνωστά και σε διεθνές επίπεδο. Εξαιτίας της τοποθεσίας τους, των φυσικών συνθηκών που επικρατούν σε αυτές τις περιοχές, του κλίματος, σε πολλά ιαματικά κέντρα μπορεί να συνδυάζεται ο ιαματικός τουρισμός με άλλες μορφές τουρισμού: ορεινός τουρισμός, αθλητικός, πολιτιστικός, χειμερινός.

Τα κύρια ιαματικά κέντρα από την περιοχή των λόφων και του οροπεδίου είναι: Govora, Ocnele Mari, Baile Olanesti, Targu Ocna, Pucioasa, Cozia, τα οποία χρησιμοποιούν τις μεταλλικές πηγές, Sovata, Ocnele Mari, Slanic, Teleaga, όπου χρησιμοποιείται ο πηλός στην θεραπεία των γυναικολογικών και ρευματικών ασθενειών. Το κλίμα αυτών των περιοχών, με μέτριες θερμοκρασίες (10 - 8 C), και λίγες βροχές (600 – 700 mm / χρόνο), είναι ευνοϊκά για το τουρισμό σε όλες τις εποχές του χρόνου.

Σε ότι αφορά την πεδιάδα, τα πιο σημαντικά ιαματικά κέντρα βρίσκονται στο Δυτικό Κάμπιο (Campia de Vest), όπου υπάρχουν ιαματικές πηγές με σπουδαίες θεραπευτικές ιδιότητες. Εδώ έχουμε τα ιαματικά κέντρα : Baile Felix-1 Mai, γνωστά και στο εξωτερικό για τις θερμομεταλλικές πηγές, Buzias, Lirona, όπου θεραπεύονται ειδικότερα οι ρευματικές ασθένειες, καρδιαγγειακές και του περιφερειακού νευρικού συστήματος.

Η περιοχή της ακτής της Μαύρης Θάλασσας είναι αναγνωρισμένη για τα ιαματικά κέντρα της, διεθνώς σημασίας: Eforie Nord, Eforie Sud, Neptun, Mangalia, Techirghiol. Η ιατρική θεραπεία στην περιοχή της Μαύρης Θάλασσας αποτελεί μια ειδική μορφή θεραπείας, επειδή χρησιμοποιεί όλους τους φυσικούς παράγοντες : το θαλασσινό νερό, το θαλασσινό βιοκλιματισμό, τα θερμομεταλλικά νερά, το θεραπευτικό πηλό.

3.2.4. Η ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΟΥ ΙΑΜΑΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΤΗΣ ΡΟΥΜΑΝΙΑΣ ΣΗΜΕΡΑ

Διεθνώς, τα τελευταία χρόνια, λόγω του γεγονότος ότι ο πληθυσμός του πλανήτη γερνάει, υπάρχει μια τάση για αύξηση του ενδιαφέροντος των πελατών- καταναλωτών για το ιαματικό τουρισμό.

Η Ρουμανία είναι μια από τις πιο πλούσιες χώρες σε φυσικούς παράγοντες ιατρικής θεραπείας, με πολλά στοιχεία που είναι μοναδικά στην Ευρώπη, πολύ γνωστά για τις θεραπευτικές ιδιότητές τους και στο εξωτερικό. Διαθέτει ένα μεγάλο αριθμό ιαματικών κέντρων, όπου αυτοί οι φυσικοί παράγοντες αξιοποιούνται όχι μόνο για θεραπευτικούς σκοπούς, αλλά και για κοινωνικούς και οικονομικούς σκοπούς.

Ο ιαματικός τουρισμός εκπροσωπεί ένα ποσοστό 30% από την τουριστική προσφορά της Ρουμανίας. Η αξιοποίηση του ιαματικού τουρισμού, οι κούρες αντιγηρανσης, η χρήση των προϊόντων Gerovital και των θεραπειών της Ana Aslan, τόσο διάσημες στο εξωτερικό, αποτελούν ένα μεγάλο πλεονέκτημα για την Ρουμανία, το οποίο, δυστυχώς, δεν το εκμεταλλεύονται όπως πρέπει.

Ο ιαματικός τουρισμός μπορεί να φέρνει ένα οικονομικό κέρδος, τόσο από την πλευρά της πρόληψης, όσο και της θεραπείας, τις οποίες μπορεί να προσφέρει. Ο ιαματικός τουρισμός μπορεί να συμβάλει στην μείωση της προσωρινής εργατικής ανικανότητας, μείωση της κατανάλωσης των φαρμάκων αύξηση της φυσικής και της πνευματικής αποτελεσματικότητας.

Τα τελευταία δέκα χρόνια, παρά την έντονη ιατρική προσπάθεια, διαπιστώθηκε ότι τα ιαματικά κέντρα γνωρίζουν μεγάλη παρακμή και πολλά από αυτά σταμάτησαν την λειτουργία τους. Τα ιαματικά κέντρα σε πολλές

περιοχές της χώρας έχουν την τάση να γίνουν πιο πολύ τουριστικά κέντρα, για ψυχαγωγία και διασκέδαση, πάρα θεραπευτικά και προληπτικά κέντρα.

Οι εγκαταστάσεις και ο εξοπλισμός των ιαματικών κέντρων, το ξενοδοχειακό δυναμικό που διαθέτει η χώρα, παρουσίαζαν μια συνεχώς αλλοίωση αυτά τα χρόνια. Γενικά μπορούμε να πούμε, ότι τα ιαματικά κέντρα της Ρουμανίας, παρουσιάζουν σήμερα σημαντικά μειονεκτήματα από άποψη εγκαταστάσεων και γενικής υποδομής. Πολλά ιαματικά κέντρα διαθέτουν εγκαταστάσεις και εξοπλισμό που θεωρείται ελλιπής ή πεπαλαιωμένος. Άλλα ιαματικά κέντρα, παρόλο που είναι πολύ γνωστά λόγω γεωγραφικής θέσης, σύστασης και ποσότητας των ιαματικών νερών τους, διαθέτουν εγκαταστάσεις παλιές που δημιουργούν προβλήματα στην λειτουργία τους και στην μη καλή αξιοποίηση των ιαματικών πηγών. Υπήρχε αυτά τα τελευταία χρόνια μια πλήρης έλλειψη ενδιαφέροντος για την διατήρηση και την αξιοποίηση των ιαματικών πηγών.

Σήμερα, στα ιαματικά κέντρα, ο ιατρικός εξειδικευμένος τομέας, αντιμετωπίζει σοβαρά προβλήματα συντήρησης και επιβίωσης. Μέχρι το 1990, τα ιαματικά κέντρα λειτουργούσαν σε ικανοποιητικά στάνταρ.

Μέχρι το 1970, στα ιαματικά κέντρα λειτουργούσαν ιατρικές μονάδες με κρεβάτια τύπου σανατορίου, όπου υπήρχε ο κατάλληλος εξοπλισμός, εγκαταστάσεις, και εξειδικευμένο προσωπικό. Τα ιαματικά κέντρα και οι ιαματικές πηγές ήταν στην κληρονομιά του Υπουργείου Υγείας και Οικογένειας και διαχειριζόταν από τις Λουτρικές Ιατρικές Υπηρεσίες (Watering medical Service). Η δραστηριότητα των ιαματικών κέντρων ήταν συντονισμένη από το Υπουργείο Υγείας μαζί με τις τοπικά Ιατρικά Κέντρα.

Μέχρι τα τέλη του 1980 στην Ρουμανία είχαμε ένα σύστημα κοινωνικού τουρισμού, όπου η κυβέρνηση έδινε τη δυνατότητα στους ρουμάνους να επισκέπτονται τα ιαματικά κέντρα. Η παροχή συμπεριλάμβανε και τη διαμονή. Ταυτόχρονα τους προμήθευε με κουπόνια, τα οποία εξαργύρωναν στους

χώρους που κάνουνε την θεραπεία. Οι πολιτικές αλλαγές που ακολούθησαν, οδήγησαν σε μια σημαντική μείωση όλων των παροχών.

Τα ιαματικά κέντρα αναδιοργανώθηκαν το 1990, με βάση τον νόμο 31 του 1990, όποτε και ιδρύθηκαν οι Balneary Commercial Societies, υπεύθυνες για την γενικότερη λειτουργία των ιαματικών κέντρων. Αυτές οι εταιρίες διοικούν και τις ιατρικές μονάδες στα ιαματικά κέντρα, την ιατρική δραστηριότητα και τις ιαματικές πηγές. Κάθε Ένωση έρχεται σε επαφή με το Υπουργείο Υγείας και τους τουριστικούς πράκτορες για τη μεμονωμένη προώθηση των πηγών. Συνήθως η προβολή ενός ιαματικού κέντρου γινόταν με την εκτύπωση κάποιο διαφημιστικού φυλλαδίου.

Το Υπουργείο Υγείας και Οικογενείας διόριζε και πλήρωνε το ιατρικό προσωπικό που παρείχε ιατρικές υπηρεσίες στα ιαματικά κέντρα. Προβλήματα όμως, ανέκυψαν κατά καιρούς, καθώς το Υπουργείο Υγείας έχει την ευθύνη για το διορισμό του προσωπικού στα κέντρα.

Από τις 24 Ιουλίου 1997 ισχύει ο Νόμος Κοινωνικής Ασφαλείας για την Υγεία και οι ιατρικές υπηρεσίες που παρέχονται στα ιαματικά κέντρα πληρώνονται από τα Τοπικά Κέντρα Ασφάλειας Υγείας.

Ο νόμος 343 / 2003 για την λειτουργία των λουτροπόλεων και του ιατρικού προσωπικού, δυσκολεύει πιο πολύ τα πράγματα και αποτελεί στην πραγματικότητα ένα εμπόδιο στην ανάπτυξη του ιαματικού τουρισμού στην Ρουμανία. Αυτός ο νόμος παραλείπει εντελώς την ύπαρξη των ιδιωτικών εμπορικών εταιριών στο τομέα του ιαματικού τουρισμού. Ο νόμος δεν αναγνωρίζει αυτές τις εταιρες σαν προμηθευτές των ιατρικών θεραπευτικών υπηρεσιών . Ο νόμος καθορίζει ότι, ιατρικές θεραπείες μπορούν να παρέχουν μόνο υγειονομικές εξειδικευμένες μονάδες, εξειδικευμένα ιατρεία ή ιατρικές θεραπευτικές μονάδες. Δεν καθορίζεται σε κανένα νόμο ότι, μια εταιρία ιαματικού τουρισμού μπορεί να έχει το δικαίωμα να προσφέρει πλήρες πακέτα με υπηρεσίες διαμονής, διατροφής και ιατρικές θεραπείες.

Όλη αυτή η αστάθεια της νομοθεσίας και οι αλλαγές που γίνονται συνεχώς σε αυτό το τομέα, η έλλειψη του κατάλληλου νόμου, δυσκόλευαν και δυσκολεύουν την ανάπτυξη των ιαματικών κέντρων στην Ρουμανία, μετά το 1989.

Ένα άλλο γεγονός που θα έπρεπε να υποστηρίζει και να αυξάνει το ρόλο των ιαματικών κέντρων, ήταν η ιδιωτικοποίηση. Δυστυχώς, η πραγματικότητα των τελευταίων δέκα χρόνια, δεν έδειχνε αυτό το πράγμα. Η ιδιωτικοποίηση που έγινε στα ιαματικά κέντρα, χωρίς κανένα έλεγχο, είχε σαν αποτέλεσμα την καταστροφή τους και οι φυσικοί παράγοντες δεν αξιοποιήθηκαν κατάλληλα.

Οι οικονομικές, πολιτικές, κοινωνικές συνθήκες που επικρατούσαν στην Ρουμανία, μετά το 1989, προκάλεσαν την φθίνουσα πορεία του ιαματικού τουρισμού όλα αυτά τα χρόνια. Έτσι, η δραστηριότητα του ιαματικού τουρισμού της Ρουμανίας έχει σημαντικά μειονεκτήματα:

- Η μεγαλύτερη ζήτηση προέρχεται από τον εσωτερικό τουρισμό, ενώ η ζήτηση που παρατηρείται σε ορισμένα κέντρα από ξένους τουρίστες είναι συνήθως πρόσκαιρη και η διεθνής πελατεία είναι περιορισμένη.
- Μεγάλο μέρος της εσωτερικής αγοράς προέρχεται από επιδοτούμενα εισιτήρια του Υπουργείου Εργασίας.
- Όσον αφορά την ηλικία των λουομένων, είναι περισσότερα άτομα της τρίτης ηλικίας, συνταξιούχοι, δηλαδή έχουμε μια αγορά με μεγάλο μέσο όρο ηλικίας.
- Η ποιότητα διαμονής είναι φτωχή.
- Μείωση των εγκαταστάσεων θεραπείας.

- Έλλειψης της σχετικής διαφήμισης και πληροφόρησης του κοινού από την τηλεόραση, ραδιόφωνο, εφημερίδες, περιοδικά, τόσο στο εσωτερικό, όσο και στο εξωτερικό.

- Δεν υπάρχουν εγκαταστάσεις και ξενοδοχειακές μονάδες υψηλών προδιαγραφών κατά το πρότυπο ανάλογων κέντρων του εξωτερικού, με την απαραίτητη ειδική υποδομή.

- Έλλειψη καταρτισμένου προσωπικού.

- Δεν υπάρχουν στα ιαματικά κέντρα εστιατόρια που να μπορέσουν να προσφέρουν ποιοτική διατροφή για διεθνή πελατεία, που να περιλαμβάνει και τις δίαιτες. Λόγω της αποδιοργάνωσης των εστιατόριων που λειτουργούσαν στα ιαματικά κέντρα, έχουμε ως αποτέλεσμα την εξαφάνιση των διαίτων από το καθημερινό μενού.

- Δεν υπάρχει καλή υποδομή στην χώρα, γεγονός που κάνει πολύ δύσκολη την πρόσβαση σε μερικά ιαματικά κέντρα.

- Υπάρχει μεγάλος ανταγωνισμός που προέρχεται από το χώρο της φαρμακοβιομηχανίας και ελάχιστη αναγνώριση του ιαματικού τουρισμού ως προσπάθεια διατήρησης της καλής υγείας και της φυσικής κατάστασης των ανθρώπων.

- Οι τιμές, οι οποίες είναι αρκετές μεγάλες, δεν διαμορφώνονται από τους κανόνες της αγοράς.

- Χρειάζονται μεγάλες επενδύσεις και η χώρα δεν διαθέτει τα απαιτούμενα κεφάλαια.

Πρέπει να σημειώσουμε, ότι έγιναν προσπάθειες για την βελτίωση αυτής της κατάστασης που επικρατεί τα τελευταία χρόνια στο τομέα του ιαματικού

τουρισμού στην Ρουμανία. Σε μερικά ιαματικά κέντρα πραγματοποιήθηκαν επενδύσεις για την δημιουργία σύγχρονων ιαματικών κέντρων ή κέντρων θαλασσοθεραπείας, που διαθέτουν ξενοδοχειακές μονάδες υψηλών προδιαγραφών.

Στην συνέχεια παρουσιάζουμε μερικά στοιχεία της συμβολής του ιαματικού τουρισμού στον τομέα του τουρισμού της Ρουμανίας. Τα στοιχεία προέρχονται από τα δημοσιεύματα του Εθνικού Στατιστικού Ινστιτούτου της Ρουμανίας.

Το 2001, ο ιαματικός τουρισμός κατέχει την τρίτη θέση στο αριθμό των τουριστών που ήρθαν στην Ρουμανία και την πρώτη θέση στις διανυκτερεύσεις

Το 2001 οι αφίξεις στα ιαματικά κέντρα της Ρουμανίας ήταν 690.000 τουρίστες, δηλαδή 13,9% του συνόλου των αφίξεων σε όλη την χώρα (πίνακας 2.1.). Το 2001 οι αφίξεις των τουριστών αυξηθήκανε με 7,7 % σε σχέση με το 2000 στα ιαματικά κέντρα. Από το 1996 μέχρι και το 2001, οι αφίξεις των τουριστών στα ιαματικά κέντρα παρουσίαζαν μια συνεχώς αύξηση, από το 1,5 % του συνόλου των αφίξεων το 1996, σε 13.9 % το 2001 (πίνακας 2.1.). Περίπου 94% των επισκεπτών ήταν όμως ημεδαποί, και από αυτούς, ένα μεγάλο ποσοστό συμμετείχε με κουπόνια που χορήγησε το Υπουργείο Εργασίας. Η εγχώρια αγορά του ιαματικού τουρισμού είναι λιγότερο εποχιακή από ότι η αντίστοιχη διεθνώς αγορά, δυστυχώς όμως με μεγάλο όρο ηλικίας.

Οι διανυκτερεύσεις το 2001 στα ιαματικά κέντρα αποτελούσαν 32,5 % των συνολικών διανυκτερεύσεων στην Ρουμανία (πίνακας 2.3.) και παρουσίασαν μια αύξηση 22,6 % των συνολικών διανυκτερεύσεων του 1996. Το ποσοστό αυτό οφείλεται και ως ένα βαθμό στην μεγάλη διάρκεια της θεραπευτικής αγωγής, μέση διάρκεια παραμονής 18 μέρες.

Το 2001 οι κλίνες στα διάφορα καταλύματα στα ιαματικά κέντρα αποτελούσαν το 15,75 % του συνόλου, δηλαδή 43.624 κλίνες (πίνακας 2.4.). Ο αριθμός των κλινών στα διάφορα καταλύματα στα ιαματικά κέντρα το 1996 ήταν 16,62 % του συνόλου, δηλαδή 47.972. κλίνες. Οι επενδύσεις που έχουν πραγματοποιηθεί στον τομέα της διαμονής στα ιαματικά κέντρα από το 1980 ήταν πολύ λίγες. Τα περισσότερα καταλύματα δεν είναι κατάλληλα να δεχτούν ξένους τουρίστες. Σε πολλά ιαματικά κέντρα, γενικά υπάρχουν ένα- δύο ξενοδοχεία όπου είχαν γίνει ανακαινίσεις, και τα οποία είναι σύμφωνα με τα κριτήρια της ποιότητας των υπηρεσιών. Αυτό δεν φτάνει όμως για όλη την χώρα.

Οι ξένοι τουρίστες που έρχονται στα ιαματικά κέντρα της Ρουμανίας είναι από την: Μολδαβία, Ουγγαρία, Ισραήλ, Γερμανία. Τα ιαματικά κέντρα με μεγάλη τουριστική κίνηση είναι: Baile Felix, Slanic Moldova, Baile Herculane, Calimanesti-Caciulata, Baile Olanesti, Govora, Vatra Dornei, Baile Tusnad, Mangalia.

4. ΕΡΕΥΝΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

4.1. ΟΡΙΣΜΟΣ, Ο ΡΟΛΟΣ ΚΑΙ Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΑΓΟΡΑΣ.

Κάθε επιχείρηση που λειτουργεί στην αγορά έχει σαν βασικό αντικειμενικό στόχο το κέρδος. Η αύξηση του κέρδους είναι το πρώτο πράγμα που θέλει να πετύχει κάθε επιχείρηση. Για να πετύχει αυτό το στόχο, η διοίκηση της επιχείρησης πρέπει να είναι ικανή να πάρει τις σωστές αποφάσεις στην κατάλληλη στιγμή. Τα στελέχη πρέπει να ξέρουν τι ακριβώς συμβαίνει στην αγορά και γι'αυτό χρειάζονται πληροφορίες για να μπορέσουν να μειώσουν το ρίσκο. Το ρίσκο στην λήψη αποφάσεων θα μπορούσε να μειωθεί με την βοήθεια της διαδικασίας της έρευνας αγοράς.

Η έρευνα αγοράς είναι ένα σημαντικό εργαλείο για τα διοικητικά στελέχη, το οποίο παρέχει απαντήσεις σε σημαντικά ερωτήματα και βοηθάει στην λήψη αποφάσεων. Η έρευνα αγοράς θεωρείται ένα μέσο για την μείωση της αβεβαιότητας και του κινδύνου που προκύπτει από την επιλογή μεταξύ πολλών εναλλακτικών λύσεων που αφορά μια απόφαση.

Παρουσιάζουμε στην συνέχεια διάφορους ορισμούς για την έρευνα μάρκετινγκ.

Ο Philip Kotler δίνει τον εξής ορισμό για την έρευνα του μάρκετινγκ ¹⁵: “έρευνα μάρκετινγκ είναι ο συστηματικός σχεδιασμός, συλλογή, ανάλυση και αναφορά δεδομένων και στοιχείων που σχετίζονται με μια ειδική κατάσταση μάρκετινγκ που αντιμετωπίζει η επιχείρηση”.

Η Αμερικανική Εταιρία Μάρκετινγκ ορίζει την έρευνα μάρκετινγκ σαν ¹⁶ :την συστηματική συλλογή, καταχώρηση και ανάλυση στοιχείων για

¹⁵ Άγγελος Α. Τσακλαγκανός, Βασικές αρχές του μάρκετινγκ – ανάλυση και έρευνα της αγοράς, Εκδοτικός Οίκος Αδελφών Κυριακίδη, Αθήνα, 1996, Τομέας 1, σελ. 201

¹⁶ Committee of Definitions of the American Association, Marketing Definitions, Chicago, A.M.A., 1960

προβλήματα που έχουν σχέση με το μάρκετινγκ των αγαθών και των υπηρεσιών.

Ο γενικός στόχος της έρευνας μάρκετινγκ είναι να συλλέξει τις πληροφορίες που έχουν ανάγκη τα στελέχη μιας επιχείρησης. Η έρευνα μάρκετινγκ αναφέρεται τόσο σε πληροφορίες που έχουν σχέση με την αγορά: πελάτες, ανταγωνιστές, επιχειρήσεις, όσο και σε πληροφορίες που έχουν σχέση με το μάρκετινγκ : πολιτική προϊόντος, πολιτική διαμονής και προώθησης, τιμολογιακή πολιτική.

Οι οροί Έρευνα μάρκετινγκ και Έρευνα της αγοράς χρησιμοποιούνται πολλές φορές σαν να είναι ταυτόσημοι, γι'αυτό χρειάζεται να δώσουμε τον ορισμό για την έρευνα αγοράς, όπως δίνεται από την Αμερικανική Εταιρία Μάρκετινγκ¹⁷ : Η έρευνα αγοράς είναι η λειτουργία η οποία συνδέει τον καταναλωτή, τον πελάτη και το περιβάλλον με την επιχείρηση μέσω πληροφοριών που απαιτούνται για να εντοπιστούν και να προσδιοριστούν ευκαιρίες και προβλήματα του μάρκετινγκ, για να σχεδιαστούν, να αναθεωρηθούν και να αξιολογηθούν τα προγράμματα μάρκετινγκ, για να ελεγχθεί η αποτελεσματικότητα των στρατηγικών του μάρκετινγκ και για να κατανοήσουμε καλύτερα το μάρκετινγκ ως διαδικασία λήψης αποφάσεων.

Έρευνα μάρκετινγκ είναι η συνεχής συλλογή, καταγραφή και ανάλυση στοιχείων, είτε πρόκειται για προϊόντα, είτε για υπηρεσίες με κερδοσκοπική χρήση. Η έρευνα της αγοράς είναι μέρος της έρευνας μάρκετινγκ και ασχολείται με το μέγεθος την σύνθεση και τα άλλα χαρακτηριστικά μιας αγοράς.

Η έρευνα αγοράς μπορεί να δίνει πληροφορίες στην επιχείρηση για:

- το μέγεθος της αγοράς για τα ήδη υπάρχοντα προϊόντα, τα χαρακτηριστικά των καταναλωτών της αγοράς σχετικά με την ηλικία, την κοινωνική τάξη, το γεωγραφικό διαμέρισμα διαμονής τους

¹⁷ Bennett Peter, 1988, Glossary of Marketing Terms, Chicago, American Marketing Association, pg. 117-118

- την ζήτηση για ολόκληρη την αγορά και κατά περιοχές, αν υπάρχει ζήτηση για νέα προϊόντα και σε πιο βαθμό
- πληροφορίες για την αγορά των ανταγωνιστικών προϊόντων και συγκρίνονται με την αγορά της δικής μας επιχείρησης
- για την σημερινή θέση της επιχείρησης στην αγορά, για το μέγεθος του μεριδίου της επιχείρησης στην αγορά, οι μελλοντικές τάσεις και εξελίξεις της αγοράς
- για την συμπεριφορά των καταναλωτών της αγοράς, ποια είναι τα κίνητρα που επηρεάζουν της προτιμήσεις και τις συνήθειες του καταναλωτή.

Συχνά η έρευνα αγοράς χρησιμοποιείται για να προσδιορίσει το ακριβές μέγεθος της συνολικής αγοράς. Η έρευνα αγοράς παίζει σημαντικό ρόλο στη διαδικασία του διοικητικού μάρκετινγκ επειδή:

- μπορεί να περιλαμβάνει την εξέταση του ανταγωνιστικού, του κοινωνικού, πολιτικού και τεχνολογικού περιβάλλοντος ,επιτρέποντας στην επιχείρηση να αναγνωρίζει και εκτιμήσει σωστά το επιχειρησιακό περιβάλλον,
- βοήθα στην αναγνώριση, εκτίμηση και επιλογή των καταναλωτικών αναγκών,
- βοήθα στον σχεδιασμό και στην ανάπτυξη στρατηγικών μάρκετινγκ,
- αναζητά αλλαγές στο επιχειρησιακό περιβάλλον της επιχείρησης.

4.2. ΕΡΕΥΝΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Πολλοί συγγραφείς προσπάθησαν και προσπαθούν να δώσουν ένα σωστό ορισμό για το τουριστικό μάρκετινγκ. Θα παρουσιάσουμε στην συνέχεια μερικούς από τους ορισμούς που έχουν δοθεί για τον τουριστικό μάρκετινγκ.

Κατά την άποψη του Morrison¹⁸ : “ Το μάρκετινγκ είναι μια διαρκής, διαδοχική διαδικασία μέσα από την οποία η διοίκηση των επιχειρήσεων του τομέα της φιλοξενίας και των ταξιδιών (hospitality and travel industry) σχεδιάζει, ερευνά, αναπτύσσει, ελέγχει και αξιολογεί δραστηριότητες σχεδιασμένες να ικανοποιούν εξίσου και τις ανάγκες και επιθυμίες των πελατών και τους δικούς της επιχειρησιακούς στόχους “.

Αυτός ο ορισμός βασίζεται πάνω στις παρακάτω αρχές του μάρκετινγκ:

- Η ικανοποίηση των αναγκών και επιθυμιών των πελατών
- Ο διαρκής χαρακτήρας του μάρκετινγκ
- Τα διαδοχικά βήματα του μάρκετινγκ
- Ο βασικός ρόλος της έρευνας μάρκετινγκ
- Η αλληλεξάρτηση των οργανισμών του τομέα της φιλοξενίας και των ταξιδιών
- Η προσπάθεια όλων των τμημάτων ή μονάδων της εταιρείας για καλύτερα αποτελέσματα

Σύμφωνα με την American Marketing Association, η έρευνα μάρκετινγκ ορίζεται ως¹⁹:” Η λειτουργία η οποία ενώνει τον καταναλωτή πελάτη και κοινό με τον υπεύθυνο μάρκετινγκ διαμέσου πληροφοριών, οι οποίες χρησιμοποιούνται για την αναγνώριση και τον ορισμό ευκαιριών και προβλημάτων της αγοράς, την παραγωγή, εκτέλεση και εκτίμηση πράξεων

¹⁸ Alastair M. Morrison, Ph.D, Τουριστικό και ταξιδιωτικό μάρκετινγκ, Εκδόσεις ΕΛΛΗΝ, Δεύτερη Έκδοση, 1999, σελ.16

¹⁹ American Marketing Association, Report of the Definitions Committee, AMA, Chicago, 1961

του μάρκετινγκ, την παρακολούθηση της απόδοσης και την βελτίωση της κατανόησης της διαδικασίας του μάρκετινγκ.

Η έρευνα μάρκετινγκ συγκεκριμενοποιεί τις πληροφορίες που χρειάζονται για να καλυφθούν οι παραπάνω έννοιες, σχεδιάζει τις μεθοδολογίες συλλογής πληροφοριών, εφαρμόζει τη διαδικασία συλλογής δεδομένων, αναλύει τα αποτελέσματα και κοινωνεί τη σημασία τους “.

Η American Marketing Association, δίνει και τον παρακάτω ορισμό για την έρευνα μάρκετινγκ (marketing research) , η οποία είναι ²⁰: η λειτουργία, η οποία ενώνει τον καταναλωτή, τον πελάτη και τον κοινό με τον μάρκετερ μέσα από πληροφορίες .

Ο ορισμός της American Marketing Association αναφέρει επίσης, ότι, η έρευνα μάρκετινγκ προσδιορίζει τις πληροφορίες, που απαιτούνται για να αντιμετωπιστούν θέματα, σχεδιάζει και εφαρμόζει την διαδικασία συλλογής δεδομένων, αναλύει τα αποτελέσματα και κοινοποιεί τα συμπεράσματα και τις επιδράσεις τους.

Για να μπορέσουμε να καταλάβουμε το μάρκετινγκ στο τομέα του τουρισμού, πρέπει να ξέρουμε πια είναι τα χαρακτηριστικά των οργανισμών από τους οποίους αποτελείται ο τομέας του τουρισμού. Αυτά τα χαρακτηριστικά είναι ²¹ :

- Ο τομέας του τουρισμού είναι ένα ανοιχτό σύστημα, είναι δικανισμός και υποβάλλεται σε συνεχή αλλαγή
- Υπάρχει μια μεγάλη πολυπλοκότητα και ποικιλία οργανισμών στον τομέα του τουρισμού

²⁰ Alastair M. Morrison, Ph.D, Τουριστικό και ταξιδιωτικό μάρκετινγκ, Εκδόσεις ΕΛΛΗΝ, Δεύτερη Έκδοση, 1999, σελ.164

²¹ Alastair M. Morrison, Ph.D, Τουριστικό και ταξιδιωτικό μάρκετινγκ, Εκδόσεις ΕΛΛΗΝ, Δεύτερη Έκδοση, 1999, σελ.76-78

- Ευκαμψία – η αγορά μεταβάλλεται συνεχώς και όλοι οι οργανισμοί πρέπει να διαθέτουν μηχανισμούς ανάδρασης (feedback mechanism)
- Υπάρχει έντονος ανταγωνισμός
- Περιλαμβάνει επιχειρήσεις και οργανισμούς που αλληλεξαρτώνται από αμοιβαίες σχέσεις, οι οποίες εμπλέκονται στην εξυπηρέτηση των αναγκών των πελατών, που βρίσκονται μακριά από τα σπίτια τους
- Μεταξύ των οργανισμών και επιχειρήσεων του τουριστικού τομέα υπάρχουν πολλά σημεία συγκρούσεων, πιέσεων και εντάσεων.

4.3. Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Το μάρκετινγκ παίζει ένα σημαντικό ρόλο στο τομέα του τουρισμού, τομέα που έχει υποστεί γρήγορες αλλαγές τα τελευταία χρόνια. Ο ανταγωνισμός που αυξάνεται συνεχώς και γίνεται μεγαλύτερος κάθε χρόνο, η αγορά που είναι πιο πολύπλοκη, οι πελάτες που έχουν μεγαλύτερες απαιτήσεις, έχουν δημιουργήσει μια μεγαλύτερη έμφαση στο μάρκετινγκ, το οποίο έγινε πιο επαγγελματικό και επιθετικό.

Η αύξηση της τουριστικής προσφοράς : σήμερα υπάρχουν περισσότερα ξενοδοχεία, εστιατόρια, μπαρ, ταξιδιωτικά πρακτορεία, αεροπορικές εταιρίες, ναυτιλιακές εταιρίες, πάρκα θεάματος, η ανάπτυξη των τουριστικών αλυσίδων, που προσφέρουν μια μεγάλη γκάμα τουριστικών υπηρεσιών στους πελάτες: διαμονή, διατροφή, διασκέδαση, μεταφορές, κ.λ.τ., οι συγχωνεύσεις και οι αποκτήσεις άλλων εταιρειών, έχουν αυξηθεί τον ανταγωνισμό και επόμενος την σημασία του μάρκετινγκ στο τομέα του τουρισμού.

Η ανάπτυξη της οικονομίας, της τεχνολογίας, οι αλλαγές στην κοινωνία, στον πολιτισμό και στον τρόπο ζωής των ανθρώπων, δημιούργησαν πολλές

αλλαγές και στην πλευρά της τουριστικής ζήτησης και η αγορά έχει διασπασθεί σε περισσότερα τμήματα.

Το προφίλ του τουρίστα έχει αλλάξει και σήμερα υπάρχουν στην αγορά τουρίστες που είναι πιο απαιτητικοί, έχουν τα γούστα τους και μεγαλύτερη εμπειρία στην αξιολόγηση των οργανισμών που λειτουργούν στον τομέα του τουρισμού. Αυτοί οι τουρίστες, έχουν μεγαλύτερες απαιτήσεις σε ότι αφορά την ποιότητα των υπηρεσιών και προϊόντων που προσφέρονται στο τομέα του τουρισμού. Σήμερα δεν καθορίζει ο παραγωγός τι θα προσφέρει στο τουρίστα, αλλά ο τουρίστας τι απαιτεί και ο τουριστικός παραγωγός προσαρμόζεται στις απαιτήσεις και ανάγκες του τουρίστα.

Ο ρόλος του μάρκετινγκ στο τουριστικό τομέα, σε ανταπόκριση της φύσης και των ιδιοτήτων που παρουσιάζει η πρόσφορα τουριστικών υπηρεσιών είναι²²:

- να διαχειριστεί ή να επηρεάσει τις πωλήσεις τουριστικών υπηρεσιών επί μιας συστηματικής, συνεχούς ημερήσιας ή εβδομαδιαίας βάσης
- να εκμεταλλευτεί την κανονική ημερήσια ροή της διαθέσιμης και αδιαχώριστης παραγωγικής δυνατότητας
- να προκαλεί τις πρόσθετες ή οριακές πωλήσεις που δημιουργούν εισόδημα αντί πολύ μικρού επιπλέον κόστους.

Ένας οργανισμός παροχής τουριστικών υπηρεσιών για να ικανοποιήσει καλύτερα τις τουριστικές ανάγκες και επιθυμίες των πελατών του, πρέπει να έχει καλές και σωστές πληροφορίες για την αγορά και για τους πελάτες του. Το τουριστικό μάρκετινγκ, έχοντας υπόψη τις προτιμήσεις και τις επιθυμίες του τουρίστα, κατευθύνει την επιχείρηση να παράγει τις υπηρεσίες που θα ικανοποιήσουν τις ανάγκες των τουριστών, όπως αυτές παρουσιάζονται στην συγκεκριμένη στιγμή και να εξασφαλίζουν ένα κέρδος για την επιχείρηση.

²² Νίκος Γ. Ηγουμενακής, Τουριστικό μάρκετινγκ, Interbooks, Αθήνα, 1996, σελ. 93

Το τουριστικό μάρκετινγκ μπορεί να συμβάλει ουσιαστικά στην γρήγορη προσαρμογή της τουριστικής επιχείρησης στις μεταβολές της τουριστικής αγοράς και των τουριστικών αναγκών των πελατών. Επίσης, παίζει ένα δημιουργικό ρόλο: βοηθάει τον τουρίστα να συνειδητοποιήσει τις ανάγκες του, και την επιχείρηση να παράγει τις κατάλληλες υπηρεσίες που να μπορούν να ικανοποιήσουν τις ανάγκες των τουριστών.

Υπάρχουν σημαντικές διαφορές ανάμεσα στις αγορές υλικών αγαθών και τις τουριστικές αγορές, οι οποίες δίνουν μια ιδιαίτερη έννοια στο τουριστικό μάρκετινγκ, που έχει μοναδικό χαρακτήρα. Οι διαφορές των δύο αυτών αγορών είναι :

- στο τουρισμό έχουμε προσφορά ενός συνδυασμού αγαθών – υπηρεσιών,
- ενώ στις αγορές εμπορευμάτων έχουμε μεταφορά τους από τον τόπο παραγωγής τους, στο τόπο του πελάτη, στην τουριστική αγορά, ο τουρίστας – καταναλωτής μεταφέρεται στον τόπο παραγωγής,
- στην τουριστική αγορά ο πελάτης πρέπει να βρίσκεται ο ίδιος προσωπικά στον τόπο της παραγωγής για να χρησιμοποιήσει ή καταναλώνει τις τουριστικές υπηρεσίες,
- στον τουρισμό η παραγωγή, διάθεση, κατανάλωση λαμβάνουν χώρα ταυτόχρονα στον ίδιο τόπο,
- η προσθήκη μη τουριστικών αγαθών στο κύκλωμα της τουριστικής ζήτησης αποτελεί άλλη μια ιδιομορφία του τουρισμού.

4.4. ΣΤΑΔΙΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Για την διεξαγωγή μιας έρευνας τουριστικού μάρκετινγκ απαιτούνται κάποια βήματα που θα πρέπει να πραγματοποιηθούν. Ο αριθμός των βημάτων ποικίλει ανάλογα με τον συγγραφέα, από πέντε στάδια έως και εννέα. Στην ουσία, όλα περιέχουν τις ίδιες κατά βάση ερευνητικές δραστηριότητες και η πραγματική διαδικασία παραμένει η ίδια.

Τα στάδια της έρευνας είναι ²³:

1. Διατύπωση του προβλήματος
2. Σχεδιασμός της έρευνας και μέθοδος συλλογής των δεδομένων
3. Σχεδιασμός δείγματος και συλλογή δεδομένων
4. Ανάλυση και ερμηνεία των δεδομένων
5. Ετοιμασία της έκθεσης της έρευνας.

1. Διατύπωση του προβλήματος.

Το πρώτο βήμα στην διαδικασία της έρευνας μάρκετινγκ είναι να οριστεί το πρόβλημα της έρευνας, δηλαδή να περιγραφεί σε γενικές γραμμές τι πρέπει να ερευνηθεί. Το πρόβλημα πρέπει να αναγνωριστεί και να καθοριστεί με ακρίβεια για να υποβληθεί μια επιχείρηση στην δαπάνη της έρευνας.

Για να εντοπιστεί ένα πρόβλημα απαιτούν βασικά δύο προϋποθέσεις: ο καθορισμός των στόχων και η δυνατότητα μέτρησης των αποκλίσεων από τους στόχους που έχουν καθοριστεί. Αν ένας οργανισμός αποφασίζει ποίοι είναι οι στόχοι της έρευνας, μπορεί μετά να επιλέξει και την μέθοδο έρευνας που θα χρησιμοποιήσει και ποιές ερωτήσεις θα θέσει.

²³ Alastair M. Morrison, Ph.D, Τουριστικό και ταξιδιωτικό μάρκετινγκ, Εκδόσεις ΕΛΛΗΝ, Δεύτερη Έκδοση, 1999, σελ.172

2. Σχεδιασμός της έρευνας και μέθοδος συλλογής των δεδομένων.

Μετά την εντόπιση των στόχων της έρευνας και των σχετικών ερωτήσεων, το επόμενο βήμα είναι η επιλογή του σχεδίου της έρευνας και της συλλογής των στοιχείων.

Υπάρχουν διάφορα σχέδια έρευνας που μπορεί να χρησιμοποιήσει κάποιος που θέλει να κάνει μια έρευνα αγοράς. Τα σχέδια αυτά μπορούν να κατατάσσονται σε τρεις βασικές κατηγορίες, σύμφωνα με τον αντικειμενικό στόχο της έρευνας:

A. Εξερευνητική έρευνα (exploratory research) – αποσκοπεί στην συγκέντρωση προκαταρκτικών στοιχείων που θα διαφωτίσουν την πραγματική φύση του προβλήματος και πιθανότητα θα προτείνουν μερικές υποθέσεις ή καινούργιες ιδέες. Επίσης, βοηθάει τον ερευνητή να γνωρίζει καλύτερα το πρόβλημα που αντιμετωπίζει το διοικητικό στέλεχος.

B. Η περιγραφική έρευνα (descriptive research) – αποσκοπεί στην ακριβή περιγραφή των μεταβλητών που αποτελούν μέρος του προβλήματος. Η περιγραφική έρευνα χρησιμοποιείται για τους επόμενους λόγους:

- Για να σκιαγραφήσει το προφίλ των συγκεκριμένων τμημάτων της αγοράς.
- Για να υπολογιστεί το ποσοστό ή η αναλογία του πληθυσμού που θα συμπεριληφθεί με συγκεκριμένο τρόπο.
- Για να διατυπωθεί η γνώμη ή η στάση των πελατών απέναντι σε συγκεκριμένα θέματα
- Για να γίνουν προβλέψεις.

Γ. Αιτιολογική έρευνα (causal research) - επιδιώκει να καθορίσει το είδος της σχέσης μεταξύ δύο μεταβλητών.

Οι πηγές συλλογής στοιχείων ταξινομούνται σε δύο μεγάλες κατηγορίες:

- Σε εσωτερικές πηγές, δηλαδή στοιχεία που προέρχονται μέσα από την επιχείρηση
- Σε εξωτερικές πηγές, δηλαδή πηγές έξω από την επιχείρηση.

Από κάθε κατηγορία πηγών μπορούν να συγκεντρωθούν :

1. - Πρωτογενή στοιχεία - είναι στοιχεία που συλλέγονται αποκλειστικά και μόνο για την λύση του συγκεκριμένου προβλήματος. Αυτά τα στοιχεία δεν υπάρχουν ή τα δεδομένα είναι σε μορφή που δεν μπορούν να χρησιμοποιηθούν.
2. - Δευτερογενή στοιχεία – είναι στοιχεία που έχουν συγκεντρωθεί παλαιότερα για κάποιο άλλο σκοπό, για λύση άλλου προβλήματος και τα οποία μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την έρευνα μάρκετινγκ.

3. Σχεδιασμός δείγματος και συλλογή δεδομένων.

Σε αυτό το βήμα πρέπει να οργανωθεί το σχέδιο δείγματος και να συλλεχθούν οι πληροφορίες. Ένα σχέδιο δείγματος αποτελείται από τα τρία επόμενα στοιχεία: το πλαίσιο δείγματος, την διαδικασία επιλογής δείγματος και το μέγεθος του δείγματος.

Το πλαίσιο δείγματος καθορίζει ποιές ομάδες ατόμων πρόκειται να καλυφθούν από την έρευνα.

Για την επιλογή δείγματος μπορεί να χρησιμοποιηθεί η μέθοδος λήψης μη-τυχαίου και τυχαίου δείγματος. Η μη-τυχαία δειγματοληψία είναι μια υποκειμενική προσέγγιση επιλογής δείγματος, όπου κάθε άτομο στην ομάδα δεν έχει την ίδια πιθανότητα να είναι στο δείγμα. Στη τυχαία δειγματοληψία, κάθε άτομο στην ομάδα που πρόκειται να ερευνηθεί, έχει την ίδια πιθανότητα να είναι στο δείγμα. Τα μη- τυχαία δείγματα είναι λιγότερα σωστά και συλλέγονται με βάση την διευκόλυνση ή την κρίση.

Η επιλογή του μεγέθους του δείγματος εξαρτάται από το πόσο ακριβείς χρειάζεται να είναι οι πληροφορίες.

4. Ανάλυση και ερμηνεία των δεδομένων.

Τα στοιχεία που έχουν συλλέγει κατά την έρευνα πρέπει να αναλυθούν και να ερμηνευτούν προσεκτικά για να έχουν κάποια αξία. Για να γίνει μια σωστή ανάλυση πρέπει να ακολουθούνται οι επόμενες διεργασίες: επέμβαση, κωδικοποίηση, ταξινόμηση και εφαρμογή στατιστικών δοκιμών και διαδικασιών.

Η επέμβαση σημαίνει ο έλεγχος των δεδομένων για λάθη, παραλείψεις και ασάφειες.

Η κωδικοποίηση έχει σαν σκοπό την μετατροπή των δεδομένων σε αριθμούς ή γράμματα, ώστε ο ηλεκτρονικός υπολογιστής να μπορεί να κάνει τους διάφορους υπολογισμούς.

Η ταξινόμηση των στοιχείων έχει σκοπό την κατάταξη των στοιχείων σε κατηγορίες για λόγους ευκολίας, τόσο στην χρησιμοποίησή τους, όσο και για την εξαγωγή των συμπερασμάτων.

5. Ετοιμασία της έκθεσης της έρευνας.

Μεγάλη σημασία έχει ο τρόπος σύνταξης και παρουσίασης της έκθεσης. Το περιεχόμενο κάθε έκθεσης είναι διαφορετικό, όμως το γενικό πλαίσιο της έκθεσης περιγράφουμε: πρόλογος, περιγραφή του προβλήματος, προκαταρκτική έρευνα, μεθοδολογία έρευνας, κύριο μέρος, συμπεράσματα, προτάσεις, παράρτημα, εξώφυλλο.

4.5. ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ (DESTINATION MARKETING)

4.5.1. ΤΙ ΕΙΝΑΙ Ο ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΣ;

Το μάρκετινγκ τουριστικού προορισμού αποτελεί ένα πολύ σημαντικό κομμάτι του τουριστικού μάρκετινγκ. Ο τουριστικός προορισμός είναι ο καταλυτικός σύνδεσμος μεταξύ όλων των άλλων βιομηχανιών του τουριστικού κλάδου : ξενοδοχεία, μεταφορές, ανέσεις, θέλγητρα.

Ο τουριστικός προορισμός είναι το κυρίως τουριστικό προϊόν που προσελκύει τους τουρίστες, κινητοποιεί για επισκέψεις και ενεργοποιεί όλο το τουριστικό σύστημα. Ο τουριστικός προορισμός είναι ένα σύστημα περίπλοκο, το οποίο εμπεριέχει όλες τις όψεις του τουρισμού: ζήτηση, μεταφορές, προσφορά και μάρκετινγκ, σε ένα πολύ χρήσιμο πλαίσιο εργασίας.

Ο τουριστικός προορισμός συμπεριλαμβάνει κάθε είδος τουριστικού οργανισμού και επιχείρησης της γεωγραφικής περιοχής: ξενοδοχεία, εμπορικά καταστήματα, τουριστικά θέλγητρα, μεταφορικά μέσα, κ.λ.τ. Ο τουριστικός προορισμός συμπεριλαμβάνει τόσο την φυσική οντότητα :γεωγραφική τοποθεσία, φυσικές ιδιότητες, κλίμα, αξιοθέατα, όσο και την κοινωνικό-πολιτιστική οντότητα: ιστορία, πολιτισμό, παραδόσεις. Μπορεί να περιέχει οτιδήποτε υπάρχει στην χώρα ή στην περιφέρεια: τους ανθρώπους, τις βιομηχανίες, το τοπίο.

Ο τουριστικός προορισμός ορίζεται ως: « το συγκεκριμένο μέρος που επισκέπτεται κάποιος κατά την διάρκεια ενός ταξιδιού / παραμονής ». Η εικόνα του κάθε τουριστικού προορισμού είναι μια πολύ σημαντική έννοια για το τουριστικό μάρκετινγκ.

Ο τουριστικός προορισμός μπορεί επίσης να οριστεί ως: « το ανώτατο σημείο μακριά από το σπίτι (distance destination), το μέρος όπου περνά κανείς το μεγαλύτερο μέρος του ταξιδιού/ παραμονής (main destination), ή το μέρος που ο επισκέπτης θεωρεί ως το κύριο μέρος επίσκεψης (motivation destination)».

Οι τουριστικοί προορισμοί μπορεί να διαφέρουν μεταξύ τους σε αρκετά σημεία που αφορούν : το μέγεθος, τις φυσικές ομορφιές, αξιοθέατα, υποδομές, αλλά έχουν και κάποια κοινά χαρακτηριστικά. Παρουσιάζουμε στην συνέχεια, μερικά από αυτά τα κοινά χαρακτηριστικά του τουριστικού προορισμού ²⁴:

- Οι τουριστικοί προορισμοί αποτελούν συνδυασμό μεταξύ πολλών στοιχείων: αξιοθέατα, πρόσβαση, υποστηρικτικές υπηρεσίες όπως διαμονή, διατροφή.
- Οι τουριστικοί προορισμοί είναι αδιαχώριστοι, ο τουρισμός καταναλώνεται στο σημείο όπου παράγεται
- Είναι ένα είδος αποτίμησης της κουλτούρας
- Έχουν πολλαπλές χρήσεις – δεν εξυπηρετούν μόνο τους τουρίστες αλλά και τους κατοίκους, τους εργαζόμενους της περιοχής.
- Ένας τουριστικός προορισμός δεν είναι απλά κάτι που υπάρχει στην πραγματικότητα, αλλά μια νοερή έννοια στο μυαλό των τουριστών. Η εικόνα του κάθε τουριστικού προορισμού είναι πολύ σημαντική έννοια στο τουριστικό μάρκετινγκ.

²⁴ Cooper and al, Tourism: Principles and Practice, Second edition, Longman, New York , 1999, pg.102

4.5.2. ΠΟΡΟΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΟΟΡΙΣΜΩΝ

Ο τουριστικός προορισμός αποτελείται από ένα πολύπλοκο μείγμα φυσικών και ανθρωπινών φαινομένων, οι οποίοι είναι οι κυριότεροι τουριστικοί πόροι. Οι τουριστικοί πόροι διαιρούνται σε τέσσερις κατηγορίες:

1. Φυσικά αξιοθέατα, τα οποία περιλαμβάνουν το κλίμα, το φυσικό περιβάλλον, επίσης και όλα τα υπόλοιπα φυσικά και τεχνητά χαρακτηριστικά που μπορούν να αποτελούν τουριστικά κίνητρα.

2. Κοινωνικά – πολιτιστικά αξιοθέατα. Ένας τουριστικός προορισμός είναι κάτι παραπάνω από το άθροισμα των φυσικών και τουριστικών χαρακτηριστικών. Περιλαμβάνει κοινωνικά και πολιτιστικά χαρακτηριστικά, τα οποία συμπληρώνουν την εικόνα του, τον τρόπο ζωής των ανθρώπων, την ιστορία, τον πολιτισμό, κοινωνικές εκδηλώσεις, κ.λ.τ.

3. Υποδομές ; το οδικό δίκτυο, το σιδηροδρομικό δίκτυο, οι θαλάσσιες μεταφορές, οι αερομεταφορές. Περιλαμβάνονται εδώ και άλλοι υποστηρικτικοί παράγοντες που δεν είναι καθαρά τουριστικοί και δεν αποτελούν τουριστικά κίνητρα, αλλά αποτελούν ανασταλτικούς παράγοντες για πιθανές επισκέψεις τουριστών στον προορισμό.

4. Καταλύματα, τα οποία αποτελούν την τουριστική υποδομή για την εξυπηρέτηση των τουριστών σε ένα τουριστικό προορισμό. Περιλαμβάνει τα ξενοδοχεία, τα ενοικιαζόμενα αυτοκίνητα, τα τουριστικά εστιατόρια, τα καταστήματα με τουριστικά είδη .

4.5.3. Η ΕΙΚΟΝΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ

Στο μάρκετινγκ τουριστικού προορισμού είναι πολύ σημαντικό να ξέρουμε τι πιστεύει ο τουρίστας ότι υπάρχει στον προορισμό, δηλαδή, την εικόνα του τουρισμού.

Η εικόνα του τουριστικού προορισμού είναι το άθροισμα των ιδεών και αντιλήψεων που έχουν οι τουρίστες για το συγκεκριμένο προορισμό . Αυτή η εικόνα μπορεί να περιλαμβάνει πληροφορίες για την γεωγραφία του τουριστικού προορισμού, τους κατοίκους του, τις υποδομές, το κλίμα, την ιστορία του, το κόστος επίσκεψης, την ασφάλεια.

Η εικόνα που έχει δημιουργηθεί, για ένα τουριστικό προορισμό στο μυαλό των ανθρώπων, αποτελεί έναν σημαντικό παράγοντα για την επιλογή του τουριστικού προορισμού.

Μέσα από έρευνες και μελέτες τουριστικών οργανισμών για την εικόνα τουριστικών προορισμών, έχουν προκύψει τα παρακάτω:

- Η εικόνα για τον τουριστικό προορισμό είναι συνήθως τυποποιημένη ή στερεότυπη, επιλεκτικής αντίληψης και μπορεί να επηρεαστεί από τις προσδοκίες για κάτι διαφορετικό, το εξωτικό , το αντίθετο με την καθημερινή ρουτίνα του συνηθισμένου περιβάλλοντος.
- Η εικόνα για τον τουριστικό προορισμό είναι πιο διαφοροποιημένη και περίπλοκη για τους προηγούμενους επισκέπτες απ' ότι για τους μη επισκέπτες.
- Η εικόνα ενός μικρού τουριστικού προορισμού επηρεάζεται πιο εύκολα από την προώθηση των τουριστικών οργανισμών.
- Η εικόνα ενός τουριστικού προορισμού επηρεάζεται περισσότερο από την « στόμα σε στόμα» αναφορά. Η επιλογή των διακοπών επηρεάζεται

περισσότερο από την γνώμη συγγενών και φίλων, παρά από τα μέσα ενημέρωσης.

- Η ισχυρή και καθιερωμένη εικόνα για κάποιους προορισμούς είναι δύσκολο να αλλάξει.

- Η εικόνα για τον τουριστικό προορισμό μπορεί να διαφέρει για διάφορα τμήματα της τουριστικής αγοράς. Μπορεί να υπάρχουν περισσότερες από μια εικόνες για ένα τουριστικό προορισμό, και αυτές οι εικόνες είναι specifics για συγκεκριμένους τουρίστες.

Ο τουριστικός προορισμός, όπου θα επιλέξει να κάνει τις διακοπές ένας τουρίστας, εξαρτάται από την υπηκοότητα, την μόρφωση, την ηλικία, το εισοδήματά του, το λόγο του ταξιδιού.

5. ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΤΗΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ΤΟΥ ΙΑΜΑΤΙΚΟΥ ΚΕΝΤΡΟΥ LACU SARAT

5.1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ένα από τα πιο ωραία μέρη κοντά στην πόλη Braila, είναι η λίμνη Lacu Sarat. Ήταν γνωστή από το Μεσαίωνα για τις θεραπευτικές ιδιότητες του νερού και της λάσπης της. Στο τέλος του 19 ου αιώνα αναπτύσσεται εδώ το ιαματικό κέντρο Lacu Sarat.

Στο Συνέδριο για την Υδρολογία και Κλιματολογία στο Παρίσι το 1889, μετά από τις αναλύσεις που γίνανε για την λίμνη, επιβεβαιώθηκε ότι η λίμνη έχει εξαιρετικές θεραπευτικές ιδιότητες που ξεπερνούσαν πολλά γνωστά ιαματικά κέντρα της Ευρώπης εκείνης της εποχής από την Ιταλία, Γαλλία, Αυστρία.

Η πιο σημαντική ανάπτυξη την γνώρισε το ιαματικό κέντρο Lacu Sarat, πριν το Πρώτο Παγκόσμιο Πόλεμο, όποτε υπήρξαν πολλά ξενοδοχεία, βίλες, ένα γνωστό καζίνο. Τότε το ιαματικό κέντρο είχε μεγάλη φήμη όχι μόνο στην χώρα, αλλά και στο εξωτερικό και ήταν γνωστό ως : «Το Μαργαριτάρι του Baraganu».

5.2. ΣΥΝΤΟΜΗ ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΟΥ ΙΑΜΑΤΙΚΟΥ ΚΕΝΤΡΟΥ LACU SARAT²⁵

Οι θεραπευτικές ιδιότητες του νερού της λίμνης Lacu Sarat, μάλλον ήταν γνωστές από την αρχαιότητα. Τα πρώτα στοιχεία γι' αυτή την περιοχή της Braila, προέρχονται από την περίοδο του ηγεμόνα Vlad Tepes, γνωστός και ως Dracoula, ο οποίος σούβλισε τους τούρκους που πήρε ομήρους κατά την καμπανιά της Braila, το 1462.

Μετά την κυρίευση της πόλης Braila από τους τούρκους το 1540, μαθαίνοντας για τις θεραπευτικές ιδιότητες της λίμνης Lacu Sarat, οι τούρκοι την χρησιμοποίησαν για μπάνια, τόσο για τους ανθρώπους, όσο και για τα άλογα τους.

Μετά την απελευθέρωση της πόλης από τους τούρκους, η τοπική αυτοδιοίκηση έλαβε μερικά μέτρα για την ανάπτυξη της περιοχής. Το 1850 το νερό και η λάσπη της λίμνης ήταν πολύ γνωστές σε όλη την χώρα για τις θεραπευτικές ιδιότητές τους. Τα πρώτα λουτρά που έγιναν με ιατρική παρακολούθηση ήταν το 1870.

Το 1873, οι πολίτες Oprea Iliescu και I. Toma από την Braila, χτίσανε τα πρώτα εξειδικευμένα κτήρια για λουτρά. Τότε φτιάχτηκαν τα πρώτα ζέστα λουτρά, τα οποία ζεσταινόταν με ζεστά κοτρόνια.

Ο πρέσβης της Ρωσίας, Mellas, ήταν το πρώτο επίσημο πρόσωπο που έκανε ζέστα μπάνια στο Lacu Sarat. Αυτός θεραπεύτηκε μετά από την θεραπεία που ακολούθησε με το νερό και την λάσπη της λίμνης και έκανε μεγάλη διαφήμιση του τόπου, μιλώντας παντού για τις θαυμάσιες θεραπευτικές ιδιότητες της λίμνης αυτής.

²⁵ Η ιστορική παρουσίαση βασίζεται στα στοιχεία του συγγραφέα Ionel St. Alexandru, που τα αναφέρει στο βιβλίο Lacu Sarat, Εκδότης Libertatea S.A. Braila, 1997, pg. 19-37

Το 1879, ο γιατρός της πόλης Braila, Bernard Lenway, έκανε την πρώτη ανάλυση του νερού και της λάσπης της λίμνης. Το 1885, ο Bernard Lenway, δημοσιεύει τα αποτελέσματα της έρευνας για το νερό και την λάσπη της λίμνης στο Δελτίο του Υπουργείου νούμερο 5 το 1885.

Στα χρόνια 1884-1885, ο γεωγράφος Grigore Stefanescu και ο μηχανικός I.Bochet άρχιζαν την γεωλογική έρευνα της λίμνης και της περιοχής. Επίσης το 1885, έγινε η πρώτη στατιστική απογραφή των επισκεπτών του ιαματικού κέντρου, οι οποίοι ήταν περίπου 688 .

Το 1886 χτίζονται από την κυβέρνηση τα πρώτα κτήρια για ζέστα και κρύα λουτρά και ένα καζίνο, το οποίο θα κάνει γνωστό το ιαματικό κέντρο σε όλη την χώρα. Το ιαματικό κέντρο και η λίμνη αποκτούν εκείνα τα χρόνια μεγάλη διασημότητα και πολλοί ερευνητές παρουσίασαν ενδιαφέρον για την λίμνη. Γίνονται πολλές έρευνες για την λίμνη, το νερό και την λάσπη της. Μερικές έρευνες παρουσιάστηκαν και σε διεθνείς συνεδρία, όπως ήταν η έρευνα του dr. Ion Apostolescu, για τις θεραπευτικές ιδιότητες του νερού και της λάσπης της λίμνης. Αυτή η έρευνα παρουσιάστηκε στο Συνέδριο για την Υδρολογία και Κλιματολογία, στο Παρίσι το 1889.

Το ιαματικό κέντρο Lacu Sarat, ήταν πολύ γνωστό στη Ευρώπη τουλάχιστον 100 χρόνια πριν. Ο αριθμός των τουριστών, γνώριζε μια συνεχή αύξηση, εκτός από το 1886, όταν μειώθηκε στα 627 τουρίστες. Το 1887 είχε 1227 τουρίστες, το 1889 είχε 1312 τουρίστες, 1890 είχε 1538 τουρίστες.²⁶ Το 1888 οργανώνεται το πάρκο του ιαματικού κέντρου, σε μια έκταση 47 εκτάρια, από το μοντέλο των αγγλικών πάρκων. Χτίστηκε και μια πολύ όμορφη σκηνή για μουσική, όπου η φανφάρα της πόλης έδινε πολλές παραστάσεις.

Το 1889, κοντά στο ιαματικό κέντρο, σε μια απόσταση 2 χιλιομέτρων, αναπτύσσεται και το χωριό Lacu Sarat. Από τότε, το ιαματικό κέντρο θα έχει και μια οικονομική υποστήριξη, βρίσκοντας εκεί φθηνό εργατικό δυναμικό.

²⁶ Ionel St. Alexandru, Lacu Sarat, Εκδότης Libertatea S A. Braila, 1997, pg. 22

Το 1892, η κυβέρνηση της Ρουμανίας χρηματοδότησε την επένδυση για την πραγματοποίηση του δικτύου της ύδρευσης του ιαματικού κέντρου. Αυτό το σημαντικό έργο τερματίζεται το 1896, όταν το ιαματικό κέντρο απέκτησε την ύδρευση. Επίσης, τότε χτίστηκαν καινούργια και σύγχρονα λουτρά, πολλές βίλες, ένα κτήριο της διοίκησης και άλλα σημαντικά έργα, που άλλαξαν εντελώς την εμφάνιση του ιαματικού κέντρου.

Το 1897, όταν στην πόλη Braila άρχισε η λειτουργία του ηλεκτρικού τραμ, η τοπική αυτοδιοίκηση σχεδίασε να γίνει και μια σύνδεση του τραμ με το ιαματικό κέντρο Lacu Sarat. Αυτό το έργο ήταν για την εποχή εκείνη εθνική προτεραιότητα.

Η διαφήμιση που έγινε για το Lacu Sarat σε εθνικό και διεθνές επίπεδο, έκαναν το ιαματικό κέντρο να είναι στις αρχές το 20 ου αιώνα, ένα από το πιο γνωστό και πολυσύχναστο ιαματικό κέντρο της χώρας. Η τουριστική και οικονομική ανάπτυξη του ιαματικού κέντρου είναι αποδεδειγμένη και από την ύπαρξη των δύο εφημερίδων του ιαματικού κέντρου :”Cura “ και “ Curierul Lacului Sarat “ μεταξύ το 1902- 1906.

Σύμφωνα με τα στατιστικά στοιχεία, το 1899, ο αριθμός των τουριστών που επισκέφτηκαν το ιαματικό κέντρο ήταν 3.400 άτομα, άλλα το 1908 αυτός ο αριθμός διπλασιάστηκε. Τότε ήταν μια περίοδο πολύ ευνοϊκή για την ανάπτυξη του ιαματικού κέντρου Lacu Sarat.

Τα χρόνια του Πρώτου Παγκοσμίου Πολέμου δεν προκάλεσαν πολλές ζημιές στο ιαματικό κέντρο. Όταν τελείωσε ο πόλεμος, το ιαματικό κέντρο γνωρίζει πάλι μια μεγάλη ευημερία. Το 1921 ιδρύθηκε η « Ανώνυμη Εταιρία Lacu Sarat », η οποία θα μπορούσε να εκμεταλλευτεί την λίμνη για 40 χρόνια και τα μισά από τα κέρδη θα ήταν δικά της.

Το 1922 χτίζεται στο ιαματικό κέντρο ένα σχολείο, μια εκκλησία, διαφορά δημοσία κτήρια, ξενοδοχεία, εστιατόρια. Η ανάπτυξη του ιαματικού κέντρου

συνεχίζεται και τα επόμενα χρόνια, μέχρι τα χρόνια της Μεγάλης Κρίσης του 1929-1933, η οποία είχε σημαντικές συνέπειες και για την ευημερία του ιαματικού κέντρου Lacu Sarat. Μειώθηκαν σημαντικά ο αριθμός των επισκεπτών και τα οικονομικά κέρδη. Το 1933, τα άτομα που επισκέφτηκαν το ιαματικό κέντρο Lacu Sarat ήταν μόνο 754.

Η έξοδος από την Μεγάλη Οικονομική Κρίση, ισοσκέλισε τον προϋπολογισμό και η κατάσταση του ιαματικού κέντρου βελτιώνεται. Γνώρισε μια άλλη σημαντική περίοδο ανάπτυξης, όποτε χτίστηκαν καινούργια ξενοδοχεία, βίλες, βελτιώθηκε η κατάσταση των εγκαταστάσεων που υπήρχαν. Το ιαματικό κέντρο είναι πολύ διάσημο σε όλη την χώρα, αυξάνεται ο αριθμός των τουριστών, οργανώνονται πολλές πολιτικές συγκεντρώσεις, δεξιώσεις, συνεντεύξεις τύπου.

Αυτή η καινούργια ανάπτυξη δεν είχε μεγάλη διάρκεια λόγω της έναρξης του Δεύτερου Παγκοσμίου Πολέμου και της συμμετοχής της Ρουμανίας στο πόλεμο το 1941. Το ιαματικό κέντρο γνωρίζει τώρα μια περίοδο παρακμής, οι επισκέπτες και οι ασθενείς ήταν πολύ λίγοι. Το 1944, όταν τελείωσε ο πόλεμος, το ιαματικό κέντρο ήταν σε μια πολύ κακή κατάσταση.

Το 1947, αρχίζει να χτίζεται πάλι το ιαματικό κέντρο, αλλά η μεγάλη ανάπτυξη έρχεται μετά το 1960 . Λόγω των μεγάλων επενδύσεων που γίνανε, το ιαματικό κέντρο θα μπορεί να προσφέρει θεραπευτικές υπηρεσίες στους τουρίστες για όλο το χρόνο, όχι μόνο εποχιακά το καλοκαίρι, πως ήταν για πολλά χρόνια.

Έτσι, το 1977, αρχίζει την λειτουργία του ένα σύγχρονο ξενοδοχείο, με 250 κλίνες, με δίκλινα και τρίκλινα δωμάτια, εγκαταστάσεις για διάφορες θεραπείες, μια πολυκλινική, η οποία λειτουργούσε όλο το χρόνο και μπορούσε να πραγματοποιήσει πάνω από 2000 θεραπείες σε 8 ώρες.

Την ίδια χρόνια, η Εθνική Ένωση των Αγροτικών Συνεταιρισμών, έχτισε ένα ωραίο ξενοδοχείο με δυναμικότητα 250 κλίνες, το οποίο είχε το δικό του εστιατόριο και εγκαταστάσεις για θεραπεία. Εδώ ερχόταν για θεραπεία μέλη των Αγροτικών Συνεταιρισμών από όλη την χώρα. Το 1978, ο τοπικός συνεταιρισμός έχτισε το μοτέλ με 50 κλίνες Tourist, στην δυτική μεριά της λίμνης, το οποίο διαθέτει ένα εστιατόριο με 100 θέσεις, ένα μπαρ.

Η τελευταία σημαντική επένδυση έγινε το 1986, όταν δόθηκε σε λειτουργία ένα άλλο ξενοδοχείο με 137 κλίνες. Όλα αυτά τα ξενοδοχεία που χτίστηκαν από 1977 και μετά λειτουργούν ακόμα και σήμερα. Το 1986, αρχίζουν να χτίζονται άλλα δύο ξενοδοχεία, τα οποία, δυστυχώς, δεν έχουν τελειώσει και δεν λειτουργούν ούτε σήμερα, μετά από τόσα χρόνια.

Το 1988, η Τοπική Αυτοδιοίκηση είχε προβλέψει να χτίσει στο ιαματικό κέντρο άλλα δυο ξενοδοχεία, με μια δυναμικότητα 500 κλινών, με εγκαταστάσεις για θεραπεία, εστιατόριο, μπαρ. Ένα από τα ξενοδοχεία, άρχισε να χτίζεται το 1989, άλλα λόγω των πολιτικών αλλαγών που έγιναν στην χώρα, έμεινε ατελείωτο μέχρι σήμερα. Όπως ήταν αναμενόμενο, η πορεία που γνώριζε ο τουρισμός μετά το 1989, επηρέασε πάρα πολύ και την ανάπτυξη του ιαματικού κέντρου Lacu Sarat. Οι επενδύσεις που γίνανε μετά το 1989 ήταν πολύ λίγες, με αποτέλεσμα τα ξενοδοχεία, οι εγκαταστάσεις για θεραπεία, ο ιατρικός εξοπλισμός, τα εστιατόρια να είναι σε μια πολύ κακή κατάσταση.

5.3. ΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΪΩΝ ΤΟΥ LACU SARAT

Για την ανάλυση του τουριστικού προϊόντος του Lacu Sarat θα προσπαθήσουμε να κάνουμε μια ανάλυση τόσο του εξωτερικού, όσο και του εσωτερικού περιβάλλοντος.

Για την ανάλυση του μακρό περιβάλλοντος του Lacu Sarat, ως τουριστικού προορισμού, θα χρησιμοποιήσουμε την περιβαλλοντική ανάλυση P.E.ST. (Political, Economic, Social, Technological) και θα προσθέτουμε την δημογραφική διάσταση και το περιβάλλον.

5.3.1. ΠΟΛΙΤΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Για την ανάλυση του πολιτικού περιβάλλοντος του Lacu Sarat ως τουριστικού προορισμού, θα γίνει μια σύντομη αναφορά στην Νότια – Ανατολική Περιφέρεια της Ρουμανίας και στο νομό Braila, όπου ανήκει διοικητικά ο τουριστικός προορισμός.

A. Η Νότια – Ανατολική Περιφέρεια της Ρουμανίας – αναπτυξιακά χαρακτηριστικά

Γεωμορφολογικά στοιχεία

Η Νότια – Ανατολική Περιφέρεια της Ρουμανίας αποτελείται από έξι νομούς: Constanta, Tulcea, Braila, Galati, Buzau, Vrancea. Έχει συνολική επιφάνεια 35.762 τετραγωνικά χιλιόμετρα, που αντιστοιχεί σε 15% της συνολικής επιφάνειας της χώρας.

Τα 2/3 του ανάγλυφου της περιφέρειας αποτελείται από πεδιάδα και χαμηλούς λόφους. Εδώ βρίσκονται μορφές του ανάγλυφου που είναι μοναδικές στην Ρουμανία: η Δέλτα του Δούναβη, η ακτή της Μαύρης Θάλασσας,

Subcarpatii de Curbura και το κάμπο Campia Baraganului. Ο ποταμός Δούναβης διασχίζει την περιφέρεια από νότια προς βόρεια. Το υπέδαφος της περιοχής είναι πλούσιο σε κοιτάσματα πετρέλαιο και φυσικού αερίου στους νομούς Braila και Buzau , γρανίτης και ασβέστης στα βουνά της Dobrogea, άργιλος, κοιτάσματα μεταλλευμάτων.

Δημογραφικά χαρακτηριστικά

Η Νότια – Ανατολική Περιφέρεια της Ρουμανίας έχει πληθυσμό 2.943.256 κάτοικους (απογραφή 1 Ιουλίου 1997) και αντιστοιχεί σε 13,1 % του συνολικού πληθυσμού της χώρας.

Η πληθυσμιακή πυκνότητα είναι 82,3 κάτοικους ανά τετραγωνικό χιλιόμετρο, η οποία είναι μικρότερη από την πυκνότητα της χώρας, που είναι 95 κάτοικους ανά τετραγωνικό χιλιόμετρο. Ο αστικός πληθυσμός ανέρχεται σε 57,5% του συνολικού πληθυσμού της περιοχής.

Απασχόληση- Ανεργία

Το εργατικό δυναμικό ήταν 1,154 χιλιάδες άτομα το 1997, σύμφωνα με τα στατιστικά στοιχεία. Αυτό αντιστοιχεί σε 12,8% του συνόλου του εργατικού δυναμικού της χώρας. Από αυτούς το 40,4% εργαζόταν στην γεωργία και δασολογία και το 22,4% στην βιομηχανία.

Η ανεργία είναι ένα φαινόμενο που γνωρίζει αύξηση τα τελευταία χρόνια Στο τέλος του 1997, το επίπεδο της ανεργίας της περιοχής ήταν 9,4%, μεγαλύτερο από την ανεργία σε εθνικό επίπεδο που ήταν 8,9%.

Υποδομές

Εξαιτίας της τοποθεσίας της, η περιοχή επιτρέπει την σύνδεση μεταξύ της Ευρώπης, Ασίας, Αφρικής. Έχουμε εδώ το Κανάλι Δούναβη-Μαύρη Θάλασσα, το οποίο αποτελεί ένα κομμάτι του Ευρωπαϊκού Ποταμίσιου Διάδρομου Rhin – Main- Dunare, το οποίο συνδέει τα λιμάνια Rotterdam και Constanta μεταξύ τους. Η περιοχή έχει τρία μεγάλα λιμάνια στο Δούναβη :

Galati, Braila, Tulcea και ένα μεγάλο λιμάνι στην Μαύρη Θάλασσα: Constanta. Υπάρχουν εδώ τέσσερις ελεύθερες ζώνες : Constanta έχει δυο, Braila, Sulina.

Οι αερομεταφορές δεν είναι πολύ αναπτυγμένες. Στην περιοχή υπάρχουν μόνο δυο αεροδρόμια : στην Constanta, το οποίο είναι διεθνές αεροδρόμιο και στη Tulcea, που είναι τοπικού ενδιαφέροντος και όπου πραγματοποιούνται λίγες εσωτερικές πτήσεις.

Το σιδηροδρομικό δίκτυο είναι πολύ αναπτυγμένο και έχει μήκος 1.326 χιλιόμετρα. Το 1997 διατηρούσε την τέταρτη θέση στην χώρα. Η πυκνότητα των γραμμών είναι 37,1 στο 1000 τετραγωνικά χιλιόμετρα.

Το οδικό δίκτυο συμπληρώνει τα άλλα μεταφορικά μέσα της περιοχής και μπορεί να αναπτυχθεί και σε περιοχές όπου οι σιδηροδρομικές μεταφορές δεν έχουν την δυνατότητα πρόσβασης. Το μήκος του οδικού δικτύου είναι 9.992 χιλιόμετρα και από αυτά 1.963 χιλιόμετρα είναι σύγχρονοι δρόμοι.

Αστικά κέντρα

Τα αστικά κέντρα έχουν μια κατάλληλη υποδομή και συγκεντρώνουν όλους τους κλάδους της βιομηχανίας που υπάρχουν στην περιοχή. Τα κυριότερα αστικά κέντρα είναι: Constanta, με 400.000 κάτοικους, το μεγαλύτερο αστικό κέντρο της περιοχής, Galati, Braila, Buzau, Focsani, Tulcea. Οι πόλεις Constanta, Galati, Braila συγκεντρώνουν πάνω από 55% του αστικού πληθυσμού και 30% του συνολικού πληθυσμού της περιοχής. Η πόλη Braila , έχει μια πυκνότητα του πληθυσμού 7000 κάτοικους / τετραγωνικό χιλιόμετρο, και κατέχει την δεύτερη θέση στην χώρα, μετά το Βουκουρέστι.

Στην περιοχή υπάρχουν επίσης, 330 κοινότητες, οι οποίες περιλαμβάνουν 1.455 χωριά. Εδώ βρίσκονται οι περισσότεροι οικονομικοί πόροι της περιοχής: πρώτες ύλες για την βιομηχανία, γεωργικοί, δασικοί, ιχθυοτροφικοί, τουριστικοί και ιαματικοί πόροι.

Παραγωγή – τομείς- προϊόντα

Οι γεωργικές εκτάσεις της περιοχής είναι 65% της συνολικής έκτασης της περιοχής και αντιστοιχεί σε 15,7% του συνόλου της γεωργικής έκτασης της χώρας. Η γεωργία είναι ο σημαντικότερος τομέας της οικονομίας της περιοχής. Η περιοχή έχει φυσικούς πόρους που αποτελούν πλεονέκτημα γι' αυτή και ευνοούν την ανάπτυξη της γεωργίας. Το έδαφος είναι πολύ πλούσιο και ευνοϊκό για διαφορές καλλιέργειες, ιδιαίτερα στην Campia Romana. Τα αμπέλια: Murflatar, Odobesti, Panciu, Niculitel, Nicoresti είναι πολύ γνωστά σε όλο τον κόσμο και παράγουν κρασιά που έχουν μεγάλη φήμη στο εξωτερικό. Η περιοχή διαθέτει το 87% του συνόλου των αμπελιών της χώρας. Και η κτηνοτροφία είναι ένας τομέας αρκετά αναπτυγμένος στην περιοχή.

Η βιομηχανία και οι υπηρεσίες αναπτύσσονται περισσότερο στα αστικά κέντρα. Μπορούμε να βρούμε στην περιοχή σχεδόν όλους τους βασικούς κλάδους της βιομηχανίας. Οι πιο παραγωγικοί κλάδοι της βιομηχανίας είναι:

- η υφαντουργία με βιομηχανικές μονάδες στις πόλεις Braila, Focsani, Macin. Πολύ γνωστά είναι στο εξωτερικό τα εργοστάσια BRAINCONF, MISTRAL, NEO, VALMET από την Braila. Ένα μεγάλο μέρος της παραγωγής τους είναι εξαγόμενο.
- η βιομηχανία των τροφίμων, που βρίσκεται σχεδόν σε όλες πόλεις της περιοχής.

Άλλοι κλάδοι της βιομηχανίας που υπάρχουν στην περιοχή είναι: η πετροχημική βιομηχανία στο Navodari, Ramnicu Sarat, Marasesti, η μεταλλουργία : Galati, Tulcea, η βιομηχανία των οικοδομικών υλικών στη Medgidia .

Ο Τριτογενής τομέας στην Νότια – Ανατολική Περιφέρεια της Ρουμανίας

Αυτή η περιοχή της χώρας διαθέτει σημαντικούς φυσικούς πόρους, οι οποίοι είναι ευνοϊκοί για την ανάπτυξη του τουρισμού. Η ακτή της Μαύρης Θάλασσας, η Δέλτα του Δούναβη, με τα πολύ πλούσια οικοσυστήματα, τα Καρπάθια, είναι μερικοί διάσημοι τουριστικοί προορισμοί της περιοχής.

Πολύ σημαντικό ρόλο για τη ανάπτυξη του τουρισμού της περιφέρειας παίζει η Μαύρη Θάλασσα, η οποία έχει 14 λουτροπόλεις, σε ένα μήκος 70 χιλιομέτρων στην ακτή της. Εδώ έρχονται τουρίστες από όλο τον κόσμο, τόσο για ξεκούραση, διασκέδαση και ανάπαυση, όσο και για θεραπεία. Υπάρχουν δυνατότητες και προοπτικές για ανάπτυξη του ιαματικού τουρισμού, θαλάσσιου, της κρουαζιέρας, πολιτιστικού, αθλητικού τουρισμού.

Η περιοχή αναπτύχθηκε πολύ τα τελευταία χρόνια και υπάρχουν εδώ σύγχρονα ξενοδοχεία, με εστιατόρια, μπαρ, εγκαταστάσεις για διάφορες θεραπείες, τα οποία καλύπτουν τις υψηλές απαιτήσεις και ανάγκες των ξένων και ρουμάνων τουριστών. Πολύ γνωστές είναι οι λουτροπόλεις: Mamaia, Neptun, Eforie Nord, Eforie Sud, Mangalia.

Επίσης, η περιφέρεια διαθέτει πολύτιμες ιαματικές λίμνες αναγνωρισμένες σε όλη την χώρα και στο εξωτερικό για τις θεραπευτικές ιδιότητες του νερού και της λάσπης τους : Lacu Sarat, Techirghiol, Mangalia.

Το Δέλτα του Δούναβη είναι ένας άλλος τουριστικός προορισμός με μεγάλο ενδιαφέρον για όλη την χώρα. Διαθέτει ένα μοναδικό οικοσύστημα, όπου βρίσκονται σπανία είδη της πανίδας και χλωρίδας, πολλά από αυτά μοναδικά στο κόσμο, Είναι ένα μέρος που έχει σημαντική επιστημονική και τουριστική αξία για την Ρουμανία. Σήμερα το Δέλτα είναι Εθνικός Φυσικός Δρυμός της Βιόσφαιρας και προσφέρει μεγάλες δυνατότητες για την ανάπτυξη του οικολογικού τουρισμού.

Εκτός από τους φυσικούς τουριστικούς πόρους, η περιοχή διαθέτει και ανθρωπινούς πόρους, μια πλούσια πολιτιστική –ιστορική κληρονομιά. Υπάρχουν εδώ δακικά, ελληνικά, ρωμαϊκά, βυζαντινά κάστρα, ιστορικά μνημεία που χτίστηκαν στην μνήμη μεγάλων ρωμαίων αυτοκρατόρων, μοναστήρια, εκκλησίες. Όλοι αυτοί οι φυσικοί πόροι, το ανθρωπινό δυναμικό, η ιστορία και η κουλτούρα της περιοχής, κάνουν αυτή η περιφέρεια να είναι μια από τις πιο αναπτυσσόμενες τουριστικές περιοχές της χώρας.

Έτσι, η Νότια-Ανατολική Περιφέρεια της Ρουμανίας κατέχει την πρώτη θέση στην χώρα σε ότι αφορά τον αριθμό των αφίξεων, των διανυκτερεύσεων και των τουριστικών καταλυμάτων.

Σύμφωνα με τα στατιστικά στοιχεία, (πίνακας 5.1.), η περιφέρεια είχε το 2001 μια δυναμικότητα 132.053 κλινών. Από αυτά, όμως, οι περισσότερες κλίνες βρίσκονται στην περιοχή της Μαύρης Θάλασσας, 120.650 κλίνες, δηλαδή το ποσοστό 91% του συνόλου των κλινών της περιοχής.

Οι αφίξεις το 2001 ήταν 994 χιλιάδες τουρίστες. Όμως, και εδώ οι περισσότερες αφίξεις ήταν στην περιοχή της Μαύρης Θάλασσας, 746 χιλιάδες τουρίστες, δηλαδή 75% του συνόλου των αφίξεων.

Από τις 5.602 χιλιάδες διανυκτερεύσεις τουριστών, που ήταν το σύνολο το 2001 για όλη την περιφέρεια, τις 4.901 χιλιάδες διανυκτερεύσεις είχαμε στην περιοχή της Μαύρης Θάλασσας. Όπως βλέπουμε, την πρώτη θέση, την κατέχει η Νότια-Ανατολική Περιφέρεια της Ρουμανίας λόγω της ισχυρής ανάπτυξη του τουρισμού στην περιοχή της Μαύρης Θάλασσας.

**Πίνακας 5.1. Η τουριστική δυναμικότητα και δραστηριότητα στη
Νότια – Ανατολική Περιφέρεια της Ρουμανίας για το 2001**

χιλιάδες

	Νομός	Δυναμικότητα (θέσεις)	Αφίξεις	Διανυκτερεύσεις
1.	Braila	2.452	77	298
2.	Buzau	2.596	48	130
3.	Constanta	120.650	746	4.901
4.	Galati	1.273	49	90
5.	Tulcea	2.824	46	101
6.	Vrancea	2.258	28	82
7.	Σύνολο	132.053	994	5.602

Πηγή: Στατιστική Επετηρίδα του νομού Braila, 2002

Προβλήματα και δυνατότητες για ανάπτυξη

Τα συγκριτικά πλεονεκτήματα που κατέχει η Νότια-Ανατολική Περιφέρεια της Ρουμανίας είναι:

- οι σημαντικοί φυσικοί πόροι που διαθέτει: τοποθεσία, κλίμα, ιαματικές πηγές, τον Δούναβη, το Δέλτα, η Μαύρη Θάλασσα, τα Καρπάθια.
- οι πολιτιστικοί πόροι: ιστορικά και αρχαιολογικά μνημεία, μοναστήρια, εκκλησίες, μουσεία.
- το ανθρωπινό δυναμικό, που αποτελεί ένα από τους σημαντικούς πόρους της περιοχής. Υπάρχει ένα εργατικό δυναμικό καλά εξειδικευμένο για πολλούς κλάδους της βιομηχανίας.
- υπάρχουν εκπαιδευτικά ιδρύματα: πανεπιστήμια, λύκεια, τεχνικές σχολές, όπου εκπαιδεύονται οι νέοι για διάφορα επαγγέλματα: μηχανικούς, γιατρούς, οικονομολόγους, ηλεκτρολόγους, κ.τ.λ.
- η μεγάλη ανάπτυξη της γεωργίας, κτηνοτροφίας.
- η δυνατότητα αξιοποίησης ανεπτυγμένων μεταφορικών υποδομών: λιμάνια, το Κανάλι Δούναβη- Μαύρη Θάλασσα, σιδηρόδρομοι.

Τα κυριότερα προβλήματα είναι:

- η ύπαρξη υψηλής ανεργίας
- η περιβαλλοντική υποβάθμιση σε ορισμένες περιοχές.

B. Νομός Braila

Γενική αναφορά στο νομό Braila

Ο νομός Braila βρίσκεται νότια – ανατολικά της Ρουμανίας και συνορεύει με τους νομούς Galati, Tulcea, Ialomita, Buzau. Η έκταση του νομού είναι 4.766 τετραγωνικά χιλιόμετρα που αντιστοιχούν στο 2% του συνόλου της έκτασης της χώρας.

Το έδαφος του είναι πεδινό και καταλαμβάνει ένα μέρος της πεδιάδας Campia Romana, Lunca Siretului και την Insula Mare a Brailei. Ο νομός διασχίζεται από τον ποταμό Δούναβη, ο οποίος έχει δυο μπράτσα: ο Παλιός Δούναβης και ο Καινούργιος Δούναβης, τα οποία κλείνουν ανάμεσα τους τον Βάλτο της Braila.

Ο Δούναβης παίζει σημαντικό ρόλο στην οικονομική, κοινωνική και πολιτιστική ανάπτυξη του νομού. Το έδαφος του νομού διασχίζεται και από άλλους μικρότερους ποταμούς: Siret, Buzau, Calmatui. Στον νομό βρίσκονται και πολλές λίμνες: Ianca, Plopu, Blasova, Caineni, Movila Miresii, Lacu Sarat. Μερικές από αυτές τις λίμνες είναι γνωστές για τις θεραπευτικές ιδιότητες των νερών τους, αλλά για θεραπευτικούς σκοπούς εκμεταλλεύονται μόνο οι λίμνες Lacu Sarat και Caineni, όπου αναπτύχθηκαν ιαματικά κέντρα.

Το κλίμα είναι εύκρατο ηπειρωτικό. Επειδή βρίσκεται κοντά στην Μαύρη Θάλασσα, ο νομός Braila έχει τις μέσες θερμοκρασίες υψηλότερες κατά 1,5 C βαθμούς από την υπόλοιπη πεδιάδα της χώρας.

Το έδαφος του νομού είναι πλούσιο σε κοιτάσματα πετρελαίου και φυσικού αερίου στις περιοχές Ianca, Bordei Verde, Ulmu, Jugureanu. Τα

εύφορα εδάφη αντιστοιχούν σε 75% του συνόλου της έκτασης του νομού και αποτελούν ένα σημαντικό πλούτο για την γεωργία. Η χλωρίδα και η πανίδα του νομού είναι χαρακτηριστικές της πεδινής περιοχής.

Δημογραφικά στοιχεία

Ο πληθυσμός του νομού ανέρχεται σε 373.174 κάτοικους το 2002. Από αυτό, οι 239.108 κάτοικοι αντιπροσωπεύουν τον αστικό πληθυσμό και οι 134.066 κάτοικοι αποτελούν τον αγροτικός πληθυσμό. Όπως βλέπουμε, ο πληθυσμός του νομού Braila μειώθηκε τα τελευταία πέντε χρόνια (1998- 2002) από 388.606 κατοίκους το 1998 σε 373.174 κάτοικους το 2002 (πίνακας 5.2.). Αυτό εξηγείται από το γεγονός ότι μειώθηκε πολύ η γεννητικότητα. Περίπου 66% του πληθυσμού του νομού Braila είναι αστικός πληθυσμός.

Πίνακας 5.2. Ο πληθυσμός του νομού Braila για την περίοδο 1998 -2002

Χρόνια	Αριθμός του πληθυσμού				Ποσοστά	
		Σύνολο νομού	Αστικό	Αγροτικός	Αστικό	Αγροτικός
1998	388.606	258.698	129.908	66,6	33,4	
1999	387.070	257.398	129.672	66,5	33,5	
2000	385.749	255.949	129.800	66,4	33,6	
2001	385.066	255.532	129.534	66,4	33,6	
2002	373.174	239.108	134.066	66,1	35,9	

Πηγή: Στατιστική Επετηρίδα του νομού Braila, 2002

Απασχόληση- Ανεργία

Το εργατικό δυναμικό του νομού το 2000 ήταν 225.392 άτομα, και από αυτά, οι 117.470 ήταν άντρες και οι 107.470 ήταν γυναίκες. Το 2000, ο απασχολημένος πληθυσμός του νομού ήταν 144.200 άτομα, που αντιστοιχεί σε 63,97% του συνόλου του εργατικού δυναμικού και σε 37,4% του συνόλου του πληθυσμού του νομού.

Οι κατηγορίες κοινωνικό-επαγγελματικής απασχόλησης του πληθυσμού ήταν για το 2000 ²⁷:

- το 38,8% του πληθυσμού ασχολήθηκε με τα αγροτικά,
- 30,5% ασχολήθηκε με την βιομηχανία,
- 8,7% ασχολήθηκε με το εμπόριο,
- 4,7% δούλεψαν στις οικοδομές,
- 4,2% ασχολήθηκε με την εκπαίδευση,
- 4,1% με την υγεία,
- 9,1% ασχολήθηκε με μεταφορές, δημοσία διοίκηση, ταχυδρομείο και επικοινωνία, κ.τ.λ.

Η ανεργία είναι ένα πολύ σημαντικό πρόβλημα του νομού Braila. Η ανεργία είναι πολύ μεγάλη 15, 5% το 2001 ²⁸, μεγαλύτερη από την ανεργία της χώρας.

Η ανεργία είναι μεγαλύτερη στους νέους, οι οποίοι μετά που τελειώνουν τις σχόλες, είναι πολύ δύσκολο να βρουν δουλειά και μένουν άνεργοι για πολύ καιρό. Λόγω αυτής της κατάστασης, πολλοί νέοι και άνεργοι αναγκάστηκαν να δεχτούν δουλείες για τις οποίες δεν έχουν καμία εκπαίδευση και ο μισθός είναι πολύ χαμηλός.

Ο νομός Braila γνωρίζει τα τελευταία χρόνια μια μεγάλη οικονομική παρακμή, η οποία είχε επιδράσει και επηρεάζει όλους τους τομείς της κοινωνικής ζωής : απασχόληση, υγεία, εκπαίδευση, πολιτισμός. Αυτό είχε σαν αποτέλεσμα πολλοί νέοι να εγκαταλείπουν την περιοχή όπου γεννήθηκαν και μεγάλωσαν και να ψάχνουν μια ευκαιρία σε άλλες περιοχές της χώρας και στο εξωτερικό.

²⁷ Στατιστική Επετηρίδα του νομού Braila, 2001

²⁸ Στατιστική Επετηρίδα του νομού Braila, 2002

Αστικά κέντρα

Το μεγαλύτερο αστικό κέντρο είναι η Braila, που συγκεντρώνει όλες τις διοικητικές υπηρεσίες. Ο νομός έχει και άλλα τρία αστικά κέντρα Faurei, Ianca, Insuratei και 39 κοινότητες: Baraganul, Bordei Verde, Chiscani, Ciresu, Dudesti, Gemenele, κ.λ.τ.

Η οικονομία

Η οικονομία του νομού βασίζεται στον πρωτογενή τομέα και κυρίως στην γεωργία, η οποία παίζει ένα σημαντικό ρόλο.

Ο νομός Braila διαθέτει συνολικά 381.278 εκτάρια έκταση. Από αυτά έχουμε ²⁹: 336.672 εκτάρια οργώσιμο έδαφος, 34.417 εκτάρια βοσκότοπους, 380 εκτάρια με άχυρο, 1.457 εκτάρια περιβόλια, 8.352 εκτάρια αμπέλια. Η αρδεύσιμη έκταση ήταν 379.579 εκτάρια, αλλά τα τελευταία χρόνια, μετά το 1989, πολλά από τα αρδευτικά έργα καταστράφηκαν. Τα κυριότερα προϊόντα της γεωργίας είναι : το σιτάρι, η σίκαλη, η βρώμη, το κριθάρι, το καλαμπόκι, το ζαχαρότευτλο, οι πατάτες, τα φρούτα, τα σταφύλια.

Η κτηνοτροφία παίζει και αυτή σημαντικό ρόλο στην οικονομία του νομού. Είναι πολύ γνωστά τα θετικά αποτελέσματα που απέκτησαν τα χοιροτροφεία, πτηνοτροφεία, βοιδοτροφεία, προβατοτροφεία.

Η βιομηχανία ήταν πολύ αναπτυγμένη πριν το 1989, μετά όμως πολλές βιομηχανικές μονάδες σταμάτησαν την λειτουργία τους. Σήμερα οι κυριότεροι κλάδοι της βιομηχανίας του νομού που υπάρχουν είναι: η υφαντουργία και η βιομηχανία των τροφίμων.

Υγεία – Υπηρεσίες

Στο νομό Braila υπάρχουν πέντε νοσοκομεία, που έχουν πάνω από 2700 κλίνες, 99 ιατρικά κέντρα και από αυτά 39 είναι κοινοτικά, 10 πολυκλινικές, 21 φαρμακεία. Έκτος από αυτά τα κρατικά έχουμε και αρκετά ιδιωτικά

²⁹ Οι πληροφορίες που παρουσιάζουμε βασίζονται στα δημοσιευμένα στοιχεία της Στατιστικής Υπηρεσίας του νομού Braila για το 2001

φαρμακεία, πολυκλινικές, ιατρικά κέντρα. Υπάρχουν πάνω από 700 ιατροί και 2000 προσωπικό μέσης εκπαίδευσης που προσφέρουν ιατρικές υπηρεσίες στο πληθυσμό του νομού .

Πρέπει να αναφέρουμε, ότι σήμερα η κατάσταση των υπηρεσιών στο τομέα της υγείας δεν είναι ικανοποιητική: υπάρχουν πολλές ελλείψεις στα νοσοκομεία, ιατρικά κέντρα και σε ότι αφορά το ιατρικό εξοπλισμό και τις εγκαταστάσεις, τα φάρμακα, την καθαριότητα, την διατροφή των ασθενών, το προσωπικό. Η οικονομική κρίση που περνάει ο νομός Braila και γενικά η χώρα, έχει επηρεάσει και τον τομέα της υγείας.

Στο νομό Braila, ο τομέας των υπηρεσιών έχει αναπτυχθεί περισσότερο από άλλους τομείς. Υπάρχουν αρκετές μονάδες που προσφέρουν υπηρεσίες με βιομηχανικό χαρακτήρα, στο τομέα των οικοδομών, τηλεπικοινωνιών, ταχυδρομείου, μεταφορικών μέσων.

Υποδομές

Το σιδηροδρομικό δίκτυο του νομού έχει μήκος 168 χιλιόμετρα, με μια πυκνότητα 36 χιλιόμετρα στα 1000 τετραγωνικά χιλιόμετρα³⁰. Οι πόλεις Braila και Faurei είναι οι σημαντικοί σιδηροδρομικοί κόμβοι του νομού, οι οποίοι συνδέουν αυτή την περιοχή με την πρωτεύουσα και όλη την χώρα.

Το οδικό δίκτυο περιλαμβάνει 1.150 χιλιόμετρα, αλλά μόνο 211 χιλιόμετρα είναι σύγχρονοι δρόμοι³¹. Από δω περνάνε εθνικοί οδοί που κάνουν την σύνδεση της πόλης Braila με άλλες μεγάλες πόλεις της χώρας και περιοχές. Υπάρχουν και περιφερειακοί και τοπικοί δρόμοι, όχι τόσο αναπτυγμένοι.

Η πόλη Braila είναι ένα μεγάλο λιμάνι στο Δούναβη, που παλιά έπαιζε σημαντικό ρόλο στην οικονομική ανάπτυξη της πόλης και γενικά στην ζωή των

³⁰ Στοιχεία της Στατιστικής Υπηρεσίας του νομού Braila από την Στατιστική Επετηρίδα του νομού Braila για το 2001

³¹ Στοιχεία της Στατιστικής Υπηρεσίας του νομού Braila από την Στατιστική Επετηρίδα του νομού Braila για το 2001

ανθρώπων. Δυστυχώς, τα τελευταία χρόνια, και το λιμάνι της πόλης Braila γνωρίζει μια πτώση με αποτέλεσμα να κινδυνεύει να μην υπάρχει πια. Αν παλιά, η ήταν ένα πολύ γνωστό λιμάνι της χώρας, με ένα πολύ πλούσιο εμπόριο, όπου ερχόταν κάθε χρόνο χιλιάδες πλοία από όλο τον κόσμο, σήμερα έχει γίνει ένα λιμάνι χωρίς ζωή, όπου έρχονται πολύ λίγα πλοία .

Ο τουρισμός στο νομό Braila

Ο νομός Braila διαθέτει φυσικούς και ιστορικούς-πολιτιστικούς πόρους που επιτρέπουν την ανάπτυξη πολλών μορφών τουρισμού στην περιοχή. Η λίμνη Lacu Sarat είναι πολύ γνωστή για τις θεραπευτικές ιδιότητες του νερού και της λάσπης της, που επιτρέπουν την ανάπτυξη του ιαματικού τουρισμού και τουρισμού υγείας.

Ο Δούναβης προσφέρει δυνατότητες για την ανάπτυξη του τουρισμού της κρουαζιέρας, όπου οι τουρίστες μπορούν να γνωρίζουν γραφικά τοπία της περιοχής και του αθλητικού τουρισμού με την μορφή του αθλητικού ψαρέματος και κυνήγι. Μπορεί να αναπτυχθεί και ο οικολογικός τουρισμός στο Μικρό Νησί της Braila, το οποίο είναι Φυσικός Βιολογικός και Ζωολογικός Δρυμός, όπου υπάρχουν τρία είδη της χλωρίδας που χαρακτηρίζουν την περιοχή της στέπας, του δάσους και του έλους.

Τα αρχιτεκτονικά μνημεία της πόλης, τα μουσεία, τα θέατρα, τα φεστιβάλ που οργανώνονται κάθε χρόνο : Το φεστιβάλ των μειονοτήτων, Το φεστιβάλ Darclee, μπορούν να προσελκύσουν πολλούς τουρίστες . Σημαντικό ρόλο για την κουλτούρα της πόλης Braila έχουν : το θέατρο Maria Filoti, το οποίο είναι ένα κόσμημα της αρχιτεκτονικής τέχνης, από τα ωραιότερα θέατρα της χώρας, το Παιδικό θέατρο, το Ιστορικό Μουσείο της πόλης, το οποίο έχει ανακαινίσει πρόσφατα. Το μουσείο έχει εξαιρετικές ιστορικές και αρχαιολογικές συλλογές, εκθέματα μεγάλης αξίας και θεωρείται ένα από τα σημαντικότερα ιστορικά μουσεία της χώρας.

Άλλα σημαντικά σημεία της πόλης είναι: Το Σπίτι των Τεχνών Συλλογών, Το Μουσείο του συγγραφέα Panait Istrati, Μουσείο του κριτικού Perrepressicius, Το Εθνογραφικό Μουσείο, Το Μουσείο της Φύσης στο πάρκο Monument, Ο ζωολογικός κήπος, Η Ελληνική Εκκλησία, Ο Δημόσιος Κήπος.

Παρόλο που, ο νομός Braila έχει πολλές δυνατότητες για την ανάπτυξη του τουρισμού, δεν μπορούμε να πούμε ότι ο τουρισμός έχει αναπτυχθεί πάρα πολύ στη περιοχή.

Ο νομός διαθέτει 2.452 κλίνες σε 51 τουριστικά καταλύματα. Από αυτά 15 είναι ξενοδοχεία και μοτέλ, 1 τουριστικό χάνι, 7 κάμπινγκ, 26 βίλες, 2 κατασκηνώσεις για μαθητές (πίνακας 5. 3.). Ο νομός Braila κατέχει την δεύτερη θέση στην Περιφέρεια Νότια- Ανατολικά της Ρουμανίας σε ότι αφορά τον αριθμό των αφίξεων τουριστών και των διανυκτερεύσεων για το 2001 (πίνακας 5.1.).

Πίνακας 5.3. Τα τουριστικά καταλύματα εν λειτουργία στη Νότια – Ανατολική της Ρουμανίας για το 2001

	Total	Hotels and motels	Tourists inns	Tourist Ghalets	Campings	Tourists villas and bungalows	School and preschool camps
Braila	51	15	1		7	26	2
Buzau	34	17			2	4	3
Constanta	818	284			45	449	13
Galati	16	5				7	3
Tulcea	85	18	2	3	1	42	3
Vrancea	43	11		2	2	2	3
Total	1047	350	3	5	57	530	27

Πηγή: Στατιστική Επετηρίδα του νομού Braila, 2002

5.3.2. ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΟ ΠΡΟΪΩΝ

Γεωγραφική θέση

Το ιαματικό κέντρο Lacu Sarat βρίσκεται στην νότιο-ανατολική Ρουμανία, στην βόρεια-ανατολική πεδιάδα Campia Romana, 5,5 χιλιόμετρα από την πόλη Braila . Απέχει μόνο 3 χιλιόμετρα από το Δούναβη. Το ιαματικό κέντρο βρίσκεται σε ένα χαμηλό ύψος, 20 μέτρα, στο περιγιάλι της λίμνης Lacu Sarat. Στην περιοχή υπάρχουν και άλλα ιαματικά κέντρα, τα οποία έχουν τοπικό ενδιαφέρον για το ιαματικό τουρισμό: Balta Alba στο νομό Buzau σε μια απόσταση 18 χιλιόμετρα από την πόλη Ramnicu Sarat, Amara στο νομό Ialomita, μόνο 7 χιλιόμετρα από την πόλη Slobozia. Υπάρχουν και τα ιαματικά κέντρα Mamaia, Mangalia, Techirghiol που βρίσκονται στο νομό Constanta και έχουν πολύ μεγάλο ενδιαφέρον για το ιαματικό τουρισμό και σε διεθνές επίπεδο.

Τοπογραφία

Το ιαματικό κέντρο Lacu Sarat βρίσκεται στην πεδιάδα. Στα βόρεια βρίσκεται το ποτάμι Siret, στα νότια το ποτάμι Calmatui και ανατολικά ο Δούναβης. Ο Δούναβης χωρίζει το ιαματικό κέντρο από το Μεγάλο Νησί της Braila , μια από τις μεγαλύτερες αγροτικές περιοχές της χώρας.

Η λίμνη Lacu Sarat είχε στη αρχή ένα μήκος 2,5 χιλιόμετρα και πλάτος 400 μέτρα. Στο τέλος του 19^{ου} αιώνα, η λίμνη διαχωρίζεται σε δυο κομμάτια: η βόρεια λίμνη, η οποία έχει ένα μήκος 1,5 χιλιόμετρα και η νότια λίμνη με μήκος 1 χιλιόμετρο. Αυτές οι λίμνες επικοινωνούν μεταξύ τους μέσω των υπόγειων καναλιών. Μόνο η βόρεια λίμνη περικυκλώνεται από δάσος και εδώ βρίσκεται το ιαματικό κέντρο.

Η αρχιτεκτονική

Γενικά, μπορούμε να μιλήσουμε για μια ομοιομορφία στην αρχιτεκτονική των σπιτιών του χωριού Lacu Sarat. Τα περισσότερα σπίτια ανήκουν στο

παραδοσιακό αρχιτεκτονικό στυλ, που χαρακτηρίζει την πεδινή περιοχή της χώρας.

Φυσικοί πόροι

Ο Δούναβης είναι ένας από τους σημαντικότερους φυσικούς πόρους της περιοχής. Η λίμνη Lacu Sarat, με το νερό και την λάσπη της, που έχουν θεραπευτικές ιδιότητες, αποτελούν το σημαντικό φυσικό πλούτο για την περιοχή. Υπάρχουν και άλλες λίμνες με λάσπη και νερό που έχουν θεραπευτικές ιδιότητες, όπως Monila Miresii, Căineni, αλλά αυτές δεν εκμεταλλεύθηκαν παρά πολύ μέχρι σήμερα. Οι θεραπείες που γίνονται εκεί είναι τα κρύα μπάνια στην λίμνη, επίθεμα με λάσπη και έχουν εποχιακό χαρακτήρα, μόνο το καλοκαίρι.

Η καλλιέργεια της γης και η κτηνοτροφία αποτελούν πηγές εισοδήματος των κατοίκων. Τα κυριότερα αγροτικά προϊόντα είναι : το σιτάρι, το καλαμπόκι, το ηλιοτρόπιο, οι πατάτες.

Το κλίμα

Το κλίμα χαρακτηρίζεται ως ηπειρωτικό της στέπας. Τα καλοκαίρια είναι ζεστά, με μεγάλη ξηρασία και οι χειμώνες με πολύ κρύο και λίγα χιόνια.

Σύμφωνα με την Εθνική Μετεωρολογική Υπηρεσία, το κλίμα της περιοχής του Lacu Sarat έχει τα εξής χαρακτηριστικά:

- Η μέση ετήσια θερμοκρασία 11 C , η μέση θερμοκρασία τον Ιούλιο είναι 23 C και τον Ιανουάριο – 2,3 C.
- Το μέσο επίπεδο βροχοπτώσεων είναι χαμηλό, κάτω των 400 χιλιοστά.
- Το μέσο επίπεδο υγρασίας είναι 33%.

- Ο αριθμός ημερών με ήλιο είναι 60 το καλοκαίρι και χαμηλότερος το χειμώνα. Μόνο 75 ημέρες ετησίως είναι χωρίς ήλιο από τα 365 ημέρες.
- Ο άνεμος είναι σημαντικό στοιχείο του κλίματος. Οι πιο συχνοί άνεμοι είναι : οι βοριάδες, οι νοτιάδες. Η μέση ταχύτητα των ανέμων είναι 3,1 μέτρα/ δευτερόλεπτο, αλλά μπορεί να φτάσει και στην μέγιστη ταχύτητα 100 χιλιομέτρων την ώρα. Οι άνεμοι φυσάνε περισσότερα την άνοιξη και το χειμώνα. Ο πιο σημαντικός άνεμος της περιοχής είναι ο Crivatul, ο οποίος φυσάει μόνο το χειμώνα και φέρνει πολύ κρύο και ξηρασία.
- Ο μέσος αριθμός ημερών με χιόνι είναι 30-40 ημέρες ετησίως.

Η λίμνη Lacu Sarat : θεραπευτικές ιδιότητες του νερού και της λάσπης της

Οι θεραπευτικές ιδιότητες του νερού και της λάσπης της λίμνης είναι πολύ γνωστές από 19 ου αιώνα σε όλη την χώρα.

Το νερό της λίμνης είναι υπερτονικό, πολυμεταλλικό: η συνολική ποσότητα των στοιχείων που περιέχει είναι 83.955 mg/kg. Το νερό της λίμνης περιέχει μεγάλες ποσότητες ενώσεων του χλωρίου, του θείου, του νάτριου, του μαγνησίου, του βρόμιου. Το νερό έχει μια γλυφή και πικρή γεύση και μια δυσάρεστη μυρωδιά του θειούχου υδρογόνου.

Ο sapropelic πηλός της λίμνης έχει μαύρο χρώμα, με μια έντονη μυρωδιά, όπως έχει και το νερό. Περιέχει σημαντικές μεταλλικές ουσίες 46 %, φυτικές ουσίες σε μεγάλες ποσότητες, οι οποίες κάνουν να έχει ανώτερες θεραπευτικές ιδιότητες, και ζωικές ουσίες σε μικρότερες ποσότητες.

Το νερό και η λάσπη της λίμνης χρησιμοποιούνται για θεραπεία, πρόληψη και ανάκτηση του ανθρωπίνου οργανισμού. Οι θεραπευτικές ιδιότητες

του νερού και της λάσπης της λίμνης επιτρέπουν την χρήση τους για την θεραπεία των ασθενειών:

- του κινητικού συστήματος (καλά αποτελέσματα στην θεραπεία των ρευματικών ασθενειών)
- του περιφερειακού νευρικού συστήματος
- του αναπνευστικού συστήματος
- γυναικολογικά
- δερματολογικά
- οφθαλμολογικά
- ενδοκρινολογικά

5.3.3. ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΪΩΝ

Στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat δεν υπάρχουν πολλά αξιοθέατα, που να μπορούν να αποτελούν πολιτιστικά προϊόντα και να προσελκύσουν τους τουρίστες. Εκτός από το Μοναστήρι, που χτίστηκε τα τελευταία χρόνια και το πάρκο, δεν υπάρχει κάτι άλλο στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat.

Το Μοναστήρι Άγιος Παντελεήμονος, χτίστηκε μετά το 1995 και λειτουργεί ως μοναστήρι για καλόγριες από το Ιούλιο 1999, όταν έγινε και ο αγιασμός. Είναι ένα πολύ ωραίο μοναστήρι, φτιαγμένο από ξύλο. Σε ότι αφορά την αρχιτεκτονική, δεν έχει καμία σχέση με το αρχιτεκτονικό στυλ που επικρατεί στην περιοχή όπου χτίστηκε. Ανήκει στο αρχιτεκτονικό στυλ που χαρακτηρίζει τα μοναστήρια από το Maramures, μια πολύ διάσημη περιοχή της Ρουμανίας . Το Μοναστήρι είναι το κυριότερο πόλο έλξης των τουριστών που έρχονται στο ιαματικό κέντρο αλλά και των κατοίκων της πόλης Braila και της γύρο περιοχής.

Το πάρκο του ιαματικό κέντρου Lacu Sarat είναι ένας φυσικός πόρος, το οποίο είναι και αυτό ένα πόλο έλξης των τουριστών. Είναι ένα πολύ όμορφο

πάρκο, έχει έκταση 7 εκτάρια, με μια χαρακτηριστική χλωρίδα και πανίδα και το στυλ που έχουν τα αγγλικά πάρκα. Έχει μια ειδική ομορφιά σε όλες της εποχές του χρόνου και ο οποίος το επισκέπτεται μπορεί να βρει εκεί ησυχία, καθαρό αέρα, ξεκούραση και αναζωογόνηση.

Λόγω μικρής απόστασης από την πόλη Braila, όλα τα τουριστικά θέρετρα της πόλης, (τα έχουμε αναφέρει στο κεφαλαίο που μιλάμε για τον τουρισμό στο νομό Braila) προσελκύουν πολλούς τουρίστες που έρχονται στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat.

5.3.4. ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Σε ότι αφορά τα οικονομικά του τουρισμού στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat μιλήσαμε στην ενότητα για το πολιτικό περιβάλλον. Εδώ θα μιλήσουμε για το μέσο ημερήσιο κόστος επίσκεψης στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat.

Το μέσο ημερήσιο κόστος παραμονής ενός τουρίστα στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat κυμαίνεται περίπου στις 400.000 – 1.000.000 lei (περίπου 15 έως 30 ευρώ). Οι τιμές που αναφέρουμε είναι για το έτος 2002:

- Για διατροφή 100.000 – 150.000 lei (3 έως 5 ευρώ)
- Για διαμονή ξενοδοχείο από 350.000 έως 600.000 lei για ένα δίκλινο δωμάτιο την ημέρα (10 έως 20 ευρώ)
- Για διαμονή στο κάμπινγκ 150.000 lei το σπιτάκι (5 ευρώ)
- Για κάθε είδος θεραπεία από 35.000 έως 60.000 lei (1 έως 2 ευρώ)
- Το εισιτήριο για την είσοδο στην παραλία 20.000 – 30.000 lei (έως 1 ευρώ).

Ισοτιμία leu / ευρώ ήταν για το 2002 περίπου: 1 ευρώ = 32.500 lei.

Πρέπει να σημειώσουμε, ότι οι συνταξιούχοι, οι οποίοι είναι και οι περισσότεροι πελάτες του ιαματικού κέντρου, έρχονται με εισιτήρια από το

Υπουργείο Εργασίας. Οι συνταξιούχοι πληρώνουν ένα μικρό ποσοστό από το κόστος παραμονής τους στο ιαματικό κέντρο, το οποίο εξαρτάται από την σύνταξη που παίρνουν. Το μεγαλύτερο ποσοστό του κόστους παραμονής το καλύπτει το Υπουργείο Εργασίας.

Στο κόστος που προαναφέρθηκε δεν συμπεριλαμβάνονται τα έξοδα μεταφοράς από και προς το ιαματικό κέντρο, ούτε οι αγορές που μπορούν να γίνουν κατά την διάρκεια παραμονής.

5.3.5. ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Επειδή, το ιαματικό κέντρο Lacu Sarat, βρίσκεται πολύ κοντά στην πόλη Braila, μόνο 5,5 χιλιόμετρα, ανήκει στην πόλη Braila και όλοι αυτοί που εργάζονται στο ιαματικό κέντρο μένουν στην πόλη ή στα κοντινά χωριά. Το ιαματικό κέντρο δεν έχει μόνιμους κατοίκους, όλοι έρχονται μόνο για την δουλειά. Μπορούμε να πούμε ότι τα δημογραφικά χαρακτηριστικά είναι αυτά που αναφέραμε για το νομό και την πόλη Braila.

5.4. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΣΦΟΡΑ

5.4.1. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ

Οι κυριότεροι τύποι καταλύματος στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat είναι:

A. Ξενοδοχειακά καταλύματα.

Υπάρχουν τέσσερα ξενοδοχεία εν λειτουργία στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat, τα οποία είναι ενός και δυο αστεριά. Δεν υπάρχουν ξενοδοχεία πολλών αστεριών ή Lux. Τα ξενοδοχεία που υπάρχουν στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat

είναι : Flora, Lacu Sarat, Perla, Diana. Την κατηγορία και ο αριθμός των κλινών που διαθέτει κάθε ξενοδοχείο τα παρουσιάζουμε στο πίνακα 5.4.

Πίνακας 5.4. Τα ξενοδοχειακά καταλύματα εν λειτουργία στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat στο τέλος του 2002

A/A	ΟΝΟΜΑ	ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΚΛΙΝΩΝ
1.	FLORA	**	210
2.	LACU SARAT	*	137
3.	PERLA	*	66
4.	DIANA	*	40
5.	ΣΥΝΟΛΟ		453

Τα ξενοδοχεία Flora και Lacu Sarat ανήκουν σήμερα στην τουριστική εταιρεία S C Traian SA, ανώνυμη εταιρεία. Ο κύριος μέτοχος της εταιρείας S C Traian SA είναι η γερμανική ασφαλιστική εταιρεία UNITA με 95% των μετόχων. Το ξενοδοχείο Flora λειτουργεί από το 1977 και το Lacu Sarat από το 1986.

Το ξενοδοχείο Perla ανήκει στην Εθνική Ένωση των Αγροτικών Συνεταιρισμών και αυτοί που έρχονται στο ιαματικό κέντρο είναι μέλη των Αγροτικών Συνεταιρισμών. Αυτό το ξενοδοχείο λειτουργεί από το 1977.

Το ξενοδοχείο Diana είναι ένα πολύ καινούργιο τουριστικό κατάλυμα που λειτουργεί από το 2001 και ανήκει σε μια ιδιωτική επιχείρηση, στην εταιρεία SC FORTUNA, η οποία έχει την έδρα στην πόλη Braila.

Όλα τα ξενοδοχεία έχουν δωμάτια με δους και τουαλέτα, τηλέφωνο και τηλεόραση στο δωμάτιο. Τα ξενοδοχεία διαθέτουν μπαρ και δικό τους εστιατόριο. Εγκαταστάσεις για θεραπεία έχουν μόνο τα ξενοδοχεία Flora και Perla.

Β. Κάμπινγκ, το οποίο διαθέτει μόνο 50 θέσεις και δεν προσφέρει και πολλά πράγματα .

Γ. Κατασκήνωση για τους μαθητές, μια από τις μεγαλύτερες τις χώρας, με 600 θέσεις. Βρίσκεται σε ένα πολύ ωραίο τοπίο, μέσα στο δάσος και έχει δική της εστιατόριο, ιατρείο, παραλία και εγκαταστάσεις για θεραπεία, χώρους για πολιτιστικές και αθλητικές εκδηλώσεις, Εδώ έρχονται παιδιά για τις καλοκαιρινές διακοπές από όλη την χώρα. Λειτουργεί μόνο το καλοκαίρι, στους μήνες που τα παιδιά έχουν διακοπές από το σχολείο.

Δ. Βίλες, οι οποίες είναι κατηγορία δύο αστέρων : Narcisa, Crizantema Camelia, Lacramioara, Violeta, Nufarul. Όμως τα τελευταία χρόνια δεν τα νοικιάζουν τόσο πολύ.

5.4.2. ΜΕΤΑΦΟΡΙΚΑ ΜΕΣΑ

Οι άξονες πρόσβασης ευρύτερης περιοχής στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat είναι:

- Η Εθνική οδός D N 21 Slobozia –Braila 91 χιλιόμετρα
- Η Εθνική οδός D N 2 Buzau – Braila 108 χιλιόμετρα
- Η Εθνική οδός D N 2 B Galati – Braila 32 χιλιόμετρα
- Η τοπική οδός D H 22 Ramanicu Sarat – Braila 85 χιλιόμετρα
- Οι σιδηροδρομικές γραμμές Bucuresti – Braila 270 χιλιόμετρα, Brasov Braila 270 χιλιόμετρα , Galati- Braila32 χιλιόμετρα
- Μέσα στο Δούναβη από τα λιμάνια Galati, Tulcea, Harsova.

Τα μέσα μεταφοράς με τα οποία μπορεί κάποιος να πηγαίνει στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat είναι:

Οδικώς: με ιδιωτικό αυτοκίνητο, με αστικό λεωφορείο από την πόλη Braila, με υπεραστικό λεωφορείο. Με το αυτοκίνητο από την πόλη Braila είναι περίπου 15-20 λεπτά, ενώ με το αστικό λεωφορείο 35-40 λεπτά. Η απόσταση με το αυτοκίνητο είναι περίπου : από το Bucuresti 3 και ½ ώρες, από την πόλη Buzau 2 ώρες (με υπεραστικό λεωφορείο 3 ώρες), από την πόλη Slobozia 1 και ½ ώρα (με λεωφορείο 3 ώρες), από Ramanicu Sarat 1 ώρα (με λεωφορείο 2 ώρες), από το Galati περίπου 30 λεπτά.

Σιδηροδρομικώς: μπορούμε να φτάσουμε στο ιαματικό κέντρο με το τρένο από όλες τις περιοχές της χώρας. Υπάρχουν πολλές γραμμές που συνδέουν το ιαματικό κέντρο με όλη την χώρα.

Υπάρχει ένα μικρό σιδηροδρομικός σταθμός στο χωρίο Lacu Sarat, αλλά είναι μακριά από το ιαματικό κέντρο, 7 χιλιόμετρα, και δεν υπάρχει από εκεί κανένα μεταφορικό μέσο. Είναι ένας σταθμός τοπικής σημασίας, όπου σταματάνε μόνο λίγα τρένα, που εξυπηρετούν την γύρο περιοχή. Συνιστάται κάποιος να έρθει με το τρένο μέχρι το σταθμό της Braila, και από εκεί να φτάσει στο ιαματικό κέντρο ή με το αστικό λεωφορείο, ή με το τραμ που συνδέει την πόλη με το ιαματικό κέντρο. Το τραμ είναι το πιο εύκολο μέσο και έχει τακτικά δρομολόγια.

Με το πλοίο από άλλα λιμάνια της χώρας. Από το λιμάνι της πόλης Braila, μπορεί να φτάσει στο ιαματικό κέντρο με το αστικό λεωφορείο που σταματάει στο κέντρο και μετά με το τραμ. Για να ξεφύγει όλη αυτή την ταλαιπωρία μπορεί να πάρει από το λιμάνι ένα ταξί. Τα τελευταία χρόνια, όμως, πολλοί λίγοι χρησιμοποιούν αυτό το μέσο μεταφοράς, επειδή είναι χρονοβόρο και πολλά δρομολόγια των πλοίων δεν εκτελούνται πια. Πιο πολύ χρησιμοποιούν το πλοίο ακόμα, αυτοί που μένουν σε περιοχές που δεν έχουν εύκολη πρόσβαση με άλλα μέσα μεταφοράς: Δέλτα, το Μεγάλο Νησί της Braila.

Αεροπορικώς : δεν υπάρχει εύκολη πρόσβαση με το αεροπλάνο, επειδή δεν υπάρχει στην περιοχή κανένα αεροδρόμιο. Τα πιο κοντινά

αεροδρόμια είναι : Tulcea (120 χιλιόμετρα), τοπικής σημασίας, το διεθνές αεροδρόμιο Otopeni, το οποίο βρίσκεται 20 χιλιόμετρα από την πρωτεύουσα Bucuresti και το αεροδρόμιο Mihail Kogalniceanu στην Constanta.

Στο νομό Braila υπάρχει ένα στρατιωτικό αεροδρόμιο στην πόλη Ianca, που απέχει 60 χιλιόμετρα από την πόλη Braila.

5.4.3. ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ

Στο ιαματικό κέντρο μπορεί να βρει κανείς τις επόμενες υπηρεσίες:

- Γραφείο Τοπικής Αστυνομίας
- Γραφείο υπηρεσιών μεταφοράς: λεωφορείο και τραμ

5.4.4. ΘΕΡΑΠΕΥΤΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΠΟΥ ΠΡΟΣΦΕΡΕΙ ΤΟ ΙΑΜΑΤΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ

Το ιαματικό κέντρο Lacu Sarat προσφέρει στους πελάτες πολλές θεραπευτικές υπηρεσίες, οι οποίες χρησιμοποιούν διάφορες ιατρικές μεθόδους, το νερό και την λάσπη της λίμνης, τα μεταλλικά νερά, τα βότανα, κ.λ.τ. Το ιαματικό κέντρο μπορεί να προσφέρει παραπάνω των 2000 θεραπείες σε 8 ώρες.

Οι θεραπευτικές υπηρεσίες που προσφέρει το ιαματικό κέντρο είναι:

- Ζέστα μπάνια σε μεταλλικά νερά
- Επίθεμα με ζεστό πηλό και ζέστα μπάνια
- Επίθεμα με κρύο πηλό και μπάνια στην λίμνη
- Πηλοθεραπεία
- Ηλεκτροθεραπεία
- Υδροθεραπεία

- Κινησιοθεραπεία
- Γυμναστική
- Μασάζ
- Αεροχελιοθεραπεία
- Aerosoli
- Εγκαταστάσεις για ηλεκτρο και υδροθεραπεία
- Άλλες θεραπείες

Το ιαματικό κέντρο διαθέτει και μια μεγάλη παραλία, όπου μπορούν να κάνουν μπάνια και θεραπεία με λάσπη από την λίμνη χιλιάδες άτομα κατά την διάρκεια του καλοκαιριού. Η κατασκήνωση για τους μαθητές διαθέτει δική της παραλία στη λίμνη και εγκαταστάσεις για θεραπεία.

5.4.5. ΧΩΡΟΙ ΕΣΤΙΑΣΕΩΣ

Οι περισσότεροι τουρίστες τρώνε στα εστιατόρια που διαθέτουν όλα τα ξενοδοχεία που υπάρχουν στο ιαματικό κέντρο. Εκτός από τα εστιατόρια των ξενοδοχείων υπάρχουν στο ιαματικό κέντρο άλλα 2,3 εστιατόρια, τα οποία είναι ανοιχτά συνήθως το καλοκαίρι. Αυτά παρέχουν ρουμανική κουζίνα και λίγα από την διεθνή κουζίνα. Δεν υπάρχουν μεγάλα εστιατόρια ή ταβέρνες και όχι με διεθνή κουζίνα.

Υπάρχουν και λίγες μικρές καφετερίες, οι οποίες δεν λειτουργούν ούτε αυτές όλο το χρόνο. Το χειμώνα, λόγω ότι κάνει πολύ κρύο και οι τουρίστες είναι λίγοι, είναι κλειστά όλα τα εστιατόρια και οι καφετερίες και λειτουργούν μόνο αυτά των ξενοδοχείων.

5.4.6. ΕΜΠΟΡΙΚΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ

Δεν υπάρχουν εμπορικά τουριστικά καταστήματα στο ιαματικό κέντρο, μόνο 2-3 μικρά περίπτερα, που πουλάνε πολλά πράγματα και έχουν και λίγα τουριστικά είδη: κάρτες, κοσμήματα, τουριστικά αναμνηστικά, παιχνίδια. Αυτά τα περίπτερα έχουν ελεύθερο ωράριο λειτουργίας, που εξαρτάται από την τουριστική κίνηση. Το καλοκαίρι είναι ανοιχτά όλη την ημέρα, μέχρι αργά το βράδυ, ενώ στις εποχές χωρίς κίνηση είναι οι περισσότερες μέρες κλειστά.

5.4.7. ΑΘΛΗΤΙΚΕΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ

Το ιαματικό κέντρο έχει ένα στάδιο, το οποίο βρίσκεται κοντά στην είσοδο του ιαματικού κέντρου, γήπεδα για τένις, βόλει, όπου οι τουρίστες μπορούν να κάνουν διάφορα σπορ. Η είσοδος στο στάδιο και στα γήπεδα είναι ελεύθερη για το κοινό.

Τα ξενοδοχεία διαθέτουν αίθουσες γυμναστικής, όπου πηγαίνουν και κάνουν γυμναστική πολλοί τουρίστες.

5.5. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΖΗΤΗΣΗ

Τα στοιχεία που παρουσιάζονται στην συνέχεια προέρχονται από τα δημοσιεύματα στοιχεία της Στατιστικής Υπηρεσίας του νομού Braila για τον τουρισμό του νομού.

5.5.1. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΚΙΝΗΣΗ ΤΟΥ ΙΑΜΑΤΙΚΟΥ ΚΕΝΤΡΟΥ LACU SARAT

Αν παλιά, το ιαματικό κέντρο Lacu Sarat ήταν πολύ γνωστό και είχε μεγάλη φήμη όχι μόνο στην χώρα, αλλά και στο εξωτερικό, η κατάσταση άλλαξε εντελώς με τα χρόνια που πέρασαν. Ο αριθμός των τουριστών που επισκέπτονται το ιαματικό κέντρο μειώθηκε συνεχώς κάθε χρόνο. Αν λάβει υπόψη κανείς ότι στο ιαματικό κέντρο τα τελευταία χρόνια δεν έχουν γίνει έργα ή σημαντικές επενδύσεις για την βελτίωση της υποδομής, των συνθηκών διαμονής και της ποιότητας των θεραπευτικών υπηρεσιών, τότε εξηγείται η μείωση των τουριστών που έρχονται στο ιαματικό κέντρο.

5.5.2. ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑ ΕΠΙΣΚΕΨΕΩΝ

Οι μεγαλύτεροι αριθμοί επισκεπτών παρατηρούνται στους μήνες του καλοκαιριού : Ιούλιο, Αύγουστο, όταν είναι και οι διακοπές. Το ιαματικό κέντρο λειτουργεί όλο το χρόνο, αλλά το χειμώνα οι επισκέπτες είναι λίγοι και αυτοί μόνο συνταξιούχοι.

5.5.3. ΣΤΑΤΙΣΤΗΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΑΦΙΞΕΩΝ ΣΤΟ ΝΟΜΟ BRAILA ΚΑΙ ΣΤΟ ΙΑΜΑΤΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ LACU SARAT

Αφίξεις των ημεδαπών και ξένων τουριστών στο νομό Braila

Οι αφίξεις των ημεδαπών και ξένων τουριστών στο νομό Braila μειώθηκαν τα τελευταία χρόνια, από τα 72.150 άτομα το 1997, στα 64.516 άτομα το 2000. Ο μεγαλύτερος αριθμός των αφίξεων για το 2000 ήταν στα ξενοδοχεία του νομού, 58.311 άτομα. Μετά ήταν οι αφίξεις στις κατασκηνώσεις για μαθητές, 3.853 άτομα, στα κάμπινγκ ήταν 1.889 άτομα και στα μοτέλ μόνο 463 άτομα (πίνακας 5.5.).

Το 2001, οι αφίξεις των τουριστών στο νομό Braila αυξήθηκαν σε 77.109 τουρίστες. Αυτό έγινε λόγω της πολύς μεγάλης αύξησης που γνώρισαν οι αφίξεις στις κατασκηνώσεις για τους μαθητές, οι οποίες φτάσανε στα 17.460 άτομα. Οι αφίξεις σε άλλα τουριστικά καταλύματα του νομού γνώρισαν και το 2001 μείωση : στα ξενοδοχεία ήταν 58.305 τουρίστες , στα μοτέλ ήταν 108 τουρίστες και στα κάμπινγκ 1.156 τουρίστες (πίνακας 5.5.).

Πίνακας 5.5. Αφίξεις τουριστών στα τουριστικά καταλύματα του νομού Braila για το 1997- 2001

άτομα

	1997	1998	1999	2000	2001
ΣΥΝΟΛΟ	72.150	71.347	65.643	64.516	77.109
Ξενοδοχεία	67.587	68.312	62.514	58.311	58.305
Μοτέλ	435	310	244	463	108
Κάμπινγκ	1.884	1.286	1.311	1.889	1.156
Κατασκηνώσεις για μαθητές	2.244	1.439	1.574	3.853	17.460

Πηγή: Στατιστική Επετηρίδα του νομού Braila, 2002

Αφίξεις των ημεδαπών τουριστών στο νομό Braila

Παρατηρούμε όμως, ότι, οι περισσότερες τουρίστες που ήρθαν στο νομό Braila ήταν ημεδαποί τουρίστες, το 95% του συνόλου των αφίξεων, ενώ οι ξένοι τουρίστες ήταν πολύ λίγοι και αυτοί διέμεναν στα ξενοδοχεία. Οι αφίξεις των ημεδαπών τουριστών, τα τελευταία πέντε χρόνια είχαν την ίδια πορεία με τις αφίξεις του συνόλου των τουριστών που την παρουσιάσαμε πιο πάνω. Έτσι οι αφίξεις των ημεδαπών τουριστών μειώθηκαν από τα 70.389 άτομα το 1997 στα 62.261 άτομα το 2000. Αυξήθηκαν το 2001 στα 73.394 άτομα επειδή ήταν μεγαλύτερες οι αφίξεις στις κατασκηνώσεις για τους μαθητές, 17.460 άτομα (πίνακας 5.6.).

Πίνακας 5.6. Αφίξεις ημεδαπών τουριστών στα τουριστικά καταλύματα του νομού Braila για το 1997- 2001

	1997	1998	1999	2000	2001
ΣΥΝΟΛΟ	70.389	69.954	63.720	62.261	73.394
Ξενοδοχεία	65.826	67.020	60.744	56.228	54.694
Μοτέλ	435	310	244	463	108
Κάμπινγκ	1.884	1.185	1.158	1.889	1.058
Κατασκηνώσεις για μαθητές	2.244	1.439	1.574	3.853	17.460

Πηγή: Στατιστική Επετηρίδα του νομού Braila, 2002

Αφίξεις των ξένων τουριστών στο νομό Braila

Σύμφωνα με τα στοιχεία της Στατιστικής Υπηρεσίας του νομού Braila, οι αφίξεις των ξένων τουριστών, για το 2001 στο νομό Braila, ήταν 3.715 άτομα, μεγαλύτερες από το 2000, όταν ήταν 2.255 άτομα. Στο σύνολο των αφίξεων τουριστών του νομού, αυτές ήταν πολύ μικρές, μόνο το 5%.

Οι κυριότερες χώρες από τις οποίες ήρθαν οι τουρίστες ήταν από την Ευρώπη : Ιταλία 591 άτομα, δηλαδή το 15,9% του συνόλου των αφίξεων ξένων τουριστών, Τουρκία, 417 άτομα, το 11,2% , Γερμανία 380 άτομα, το 10,2%, ΗΠΑ 237 άτομα, το 6,4% , Μολδαβία 131 άτομα, το 6,3% , Ελλάδα 189 άτομα, το 5,1% .

Αφίξεις στο νομό κατά τουριστικές περιοχές

Ο παρακάτω πίνακας παρουσιάζει τις αφίξεις ημεδαπών και ξένων τουριστών που ήρθαν σε τουριστικούς προορισμούς του νομού Braila από το 1999 μέχρι το 2001.

Βλέπουμε ότι, ο κύριος τουριστικός προορισμός ήταν τα τελευταία τρία χρόνια η πόλη Braila, με ένα ποσοστό 48,9% του συνόλου των αφίξεων το 2001. Παρόλο που, αυτός ο τουριστικός προορισμός κατέχει την πρώτη θέση, παρατηρούμε ότι, οι αφίξεις στην πόλη Braila μειώθηκαν από τα 40.888 άτομα, δηλαδή το 62,2% του συνόλου το 1999, σε 37.696 άτομα, το 48,9% το 2001.

Στην δεύτερη θέση ήταν οι αφίξεις στα ιαματικά κέντρα (εδώ έχουμε στοιχεία για το ιαματικό κέντρο Lacu Sarat και Caineni, το οποίο λειτουργεί εποχιακά), με ένα ποσοστό 43,2% του συνόλου το 2001. Βλέπουμε ότι, οι αφίξεις στα ιαματικά κέντρα αυξηθήκανε από τα 23.332 άτομα, δηλαδή το 35,5% το 1999 στα 33.302 άτομα το 2001.

Οι αφίξεις σε άλλες τουριστικές περιοχές είχαν μεγάλη αύξηση, από τα 1.523 άτομα το 1999, δηλαδή το 2,3% του συνόλου των αφίξεων, στα 6.111 άτομα, δηλαδή το 7,9% του συνόλου.

Παρατηρούμε ότι, σε όλους τους τουριστικούς προορισμούς, το μεγαλύτερο ποσοστό το κατέχουν οι αφίξεις των ημεδαπών τουριστών. Έτσι, οι αφίξεις των ημεδαπών τουριστών στην πόλη Braila ήταν το 2001 το 90,8%

του συνόλου των αφίξεων στην πόλη Braila, οι αφίξεις των ημεδαπών τουριστών στα ιαματικά κέντρα ήταν το 99,5% του συνόλου των αφίξεων στα ιαματικά κέντρα, οι αφίξεις των ημεδαπών τουριστών σε άλλες περιοχές ήταν 98,3% του συνόλου των αφίξεων σε άλλες περιοχές. Βλέπουμε ότι, στα ιαματικά κέντρα έχουμε τις πιο μικρές αφίξεις ξένων τουριστών.

Πίνακας 5.7. Αφίξεις τουριστών στο νομό Braila κατά περιοχές

Τουριστικές περιοχές	άτομα		
	1999	2000	2001
Όλες τις περιοχές			
Σύνολο αφίξεων	65.743	64.516	77.109
Ημεδαποί τουρίστες	63.720	62.261	73.394
Ξένοι τουρίστες	1.923	2.255	3.715
Ιαματικά κέντρα			
Σύνολο αφίξεων	23.332	23.262	33.302
Ημεδαποί τουρίστες	23.215	23.069	33.150
Ξένοι τουρίστες	117	193	152
Η πόλη Braila			
Σύνολο αφίξεων	40.888	39.528	37.696
Ημεδαποί τουρίστες	39.235	37.638	34.237
Ξένοι τουρίστες	1.653	1.890	3.459
Άλλες τουριστικές περιοχές			
Σύνολο αφίξεων	1.523	1.726	6.111
Ημεδαποί τουρίστες	1.370	1.554	6.007
Ξένοι τουρίστες	153	172	104

Πηγή: Στατιστική Επετηρίδα του νομού Braila, 2002

5.5.4. ΣΤΑΤΙΣΤΗΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΩΝ ΣΤΟ ΝΟΜΟ BRAILA ΚΑΙ ΣΤΟ ΙΑΜΑΤΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ LACU SARAT

Διανυκτερεύσεις των ημεδαπών και ξένων τουριστών στο νομό Braila

Από τον πίνακα 5.8. βλέπουμε ότι, οι διανυκτερεύσεις των ημεδαπών και ξένων τουριστών στο νομό Braila αυξήθηκαν στα τελευταία τρία χρόνια, αλλά όχι με πολύ μεγάλο ποσοστό. Το 2000 οι διανυκτερεύσεις στο νομό Braila ήταν 231.464 τουρίστες και αυξήθηκαν κατά 2,4% σε σχέση με το 1999, όταν ήταν 226.075 τουρίστες. Μεγαλύτερη αύξηση είχαν οι διανυκτερεύσεις το 2001, όταν φτάσανε στους 297.881 τουρίστες, δηλαδή είχαμε μια αύξηση κατά 28,7% σε σχέση με το 2000.

Διανυκτερεύσεις των ημεδαπών τουριστών στο νομό Braila

Οι διανυκτερεύσεις των ημεδαπών τουριστών κατέχουν τον μεγαλύτερο ποσοστό το 97,5% του συνόλου των διανυκτερεύσεων στο νομό Braila. Οι διανυκτερεύσεις των ημεδαπών τουριστών αυξήθηκαν κάθε χρόνο. Έτσι, το 2000, οι διανυκτερεύσεις των ημεδαπών τουριστών αυξήθηκαν κατά 2,8% σε σχέση με το 1999, και το 2001 αυξήθηκαν κατά 27,6% σε σχέση με το 2000. Οι διανυκτερεύσεις των ημεδαπών τουριστών αυξήθηκαν από τους 220.450 τουρίστες το 1999, στους 289.291 τουρίστες το 2001 (πίνακας 5.8.).

Διανυκτερεύσεις των ξένων τουριστών στο νομό Braila

Οι διανυκτερεύσεις των ξένων τουριστών έχουν ένα πολύ μικρό ποσοστό, μόνο το 2,5% του συνόλου διανυκτερεύσεων στο νομό Braila. Οι διανυκτερεύσεις των ξένων τουριστών το 2000 ήταν 4.790 τουρίστες και μειώθηκαν κατά 14,8% σε σχέση με το 1999, όταν ήταν 5.625 τουρίστες. Το 2001, όμως θα έχουν μια μεγάλη αύξηση, κατά 79,3% σε σχέση με το 2000, και θα φτάσουν στους 8.590 τουρίστες (πίνακας 5.8.).

Διανυκτερεύσεις στο νομό κατά τουριστικές περιοχές

Σε ότι αφορά τις διανυκτερεύσεις, βλέπουμε ότι η πρώτη θέση την κατέχουν τα ιαματικά κέντρα, με ένα ποσοστό το 75,1% του συνόλου των διανυκτερεύσεων για το 2001. Αυτό επειδή, οι τουρίστες μένουν στα ιαματικά κέντρα πολλές μέρες για να κάνουν την θεραπεία τους, από 14 μέχρι 18 και περισσότερες μέρες. Βλέπουμε ότι, οι διανυκτερεύσεις στα ιαματικά κέντρα αυξήθηκαν από τις 160.861 διανυκτερεύσεις το 1999, δηλαδή το 71,1% του συνόλου, στις 223.766 διανυκτερεύσεις το 2001.

Οι διανυκτερεύσεις στην πόλη Braila ήταν το 2001 το 20,76% του συνόλου, δηλαδή 61.857 διανυκτερεύσεις. Αυτές όμως, είχαν το 2001 μια μείωση σε σχέση με το 1999, από το 27,5% του συνόλου το 1999, δηλαδή 58.046 διανυκτερεύσεις.

Οι διανυκτερεύσεις σε άλλες περιοχές αυξήθηκαν κάθε χρόνο. Έτσι, από 2.193 διανυκτερεύσεις το 1999, δηλαδή το 0,9% του συνόλου, φτάσανε στις 12.258 διανυκτερεύσεις το 2001, δηλαδή το 4,1% του συνόλου (πίνακας 5.8.)

Παρατηρούμε ότι και στις διανυκτερεύσεις, το μεγαλύτερο ποσοστό το έχουν οι διανυκτερεύσεις των ημεδαπών τουριστών, ενώ οι ξένοι είναι πολύ λίγοι.

**Πίνακας 5.8. Διανυκτερεύσεις τουριστών στο νομό Braila
κατά περιοχές**

Τουριστικές περιοχές	1999	2000	2001
Όλες τις περιοχές			
Σύνολο διανυκτερεύσεων	226.075	231.464	297.881
Ημεδαποί τουρίστες	220.450	226.674	289.291
Ξένοι τουρίστες	5.625	4.790	8.590
Ιαματικά κέντρα			
Σύνολο διανυκτερεύσεων	160.861	165.447	223.766
Ημεδαποί τουρίστες	160.354	165.074	223.512
Ξένοι τουρίστες	507	373	254
Η πόλη Braila			
Σύνολο διανυκτερεύσεων	62.301	60.303	61.857
Ημεδαποί τουρίστες	58.046	56.428	53.739
Ξένοι τουρίστες	4.255	3.875	8.118
Άλλες τουριστικές περιοχές			
Σύνολο διανυκτερεύσεων	2.913	5.714	12.258
Ημεδαποί τουρίστες	2.050	5.172	12.040
Ξένοι τουρίστες	863	542	218

Πηγή: Στατιστική Επετηρίδα του νομού Braila, 2002

6. ΕΡΕΥΝΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΣΤΟΝ ΙΑΜΑΤΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ LACU SARAT

6.1. ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΟΣ - ΣΤΟΧΟΙ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Η λίμνη Lacu Sarat είναι ένα από τα πιο ωραία μέρη, που βρίσκεται κοντά στην πόλη Braila. Από το Μεσαίωνα, η λίμνη ήταν πολύ γνωστή για τις θεραπευτικές ιδιότητες του νερού και της λάσπης της. Στο τέλος του 19 ου αιώνα αναπτύσσεται εδώ το ιαματικό κέντρο Lacu Sarat, το οποίο θα γίνει γρήγορα πολύ γνωστό σε όλη την χώρα και στο εξωτερικό.

Το 1886 χτίστηκαν τα πρώτα κτήρια για ζέστα και κρύα μπάνια και ένα καζίνο, το οποίο θα κάνει γνωστό το ιαματικό κέντρο σε όλη την χώρα. Το ιαματικό κέντρο και η λίμνη αποκτούν εκείνη την περίοδο μεγάλη διασημότητα και γίνονται πολλές έρευνες για την λάσπη και το νερό της λίμνης.

Μεγάλη οικονομική και τουριστική ανάπτυξη είχε το ιαματικό κέντρο στις αρχές του 20 ου αιώνα, όταν ήταν πολύ γνωστό στην χώρα και στο εξωτερικό και ως : το Μαργαριτάρι του Baraganu.

Μετά από μια περίοδο παρακμής, που κράτησε αρκετά χρόνια, το ιαματικό κέντρο αναπτύσσεται πάλι μετά το 1960. Χτίστηκαν καινούργια ξενοδοχεία, με εγκαταστάσεις για διάφορες θεραπείες, εστιατόρια, μια πολυκλινική. Το ιαματικό κέντρο Lacu Sarat έγινε ένα σημαντικό τουριστικό προορισμό του ιαματικού τουρισμού της περιοχής, αλλά πότε δεν απέκτησε ξανά την μεγάλη φήμη και διασημότητα που είχε παλιά και στο εξωτερικό.

Όμως, τα έργα που έγιναν και γίνονται για την τουριστική ανάπτυξη του ιαματικού κέντρου και της γύρω περιοχής είναι πολύ λίγα. Έτσι, η ανάγκη μελέτης προέκυψε από το γεγονός ότι, ενώ η λίμνη Lacu Sarat είναι γνωστή για τις θεραπευτικές ιδιότητες του νερού και της λίμνης της, οι οποίες είναι

ανώτερες πολλών αντιστοιχών ιαματικών πηγών του εξωτερικού, εντούτοις είναι ένας πόρος, ο οποίος δεν έχει σωστά αξιοποιηθεί ούτε για την τουριστική, ούτε για την οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη της περιοχής.

Αυτή η κατάσταση που επικρατεί τα τελευταία χρόνια στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat και γενικά, τα προβλήματα που αντιμετωπίζει ο ιαματικός τουρισμός σε όλη την χώρα δημιουργούν εύλογα ερωτήματα για το μέλλον του συγκεκριμένου τουριστικού προορισμού.

Η παρούσα μελέτη έχει ως σκοπό να ερευνά τις τάσεις, τις προτιμήσεις, τις συμπεριφορές των τουριστών, να καταγράψει τους προβληματισμούς των τουριστών που επισκέπτονται το ιαματικό κέντρο Lacu Sarat και να αποτελέσει ένα χρήσιμο βοήθημα για την τουριστική ανάπτυξη του ιαματικού κέντρου και της περιοχής.

Η παρούσα μελέτη ερευνά την στάση και την συμπεριφορά των επισκεπτών του ιαματικού κέντρου όπως προκύπτουν από την πρωτογενή περιγραφική έρευνα μάρκετινγκ (Descriptive research). Οι στόχοι της περιγραφικής έρευνας μάρκετινγκ είναι:

- Να σκιαγραφήσει το προφίλ των τουριστών, με βάση τα δημογραφικά τους χαρακτηριστικά: ηλικία, φύλο, επάγγελμα, εισόδημα.

- Να διερευνήσει τις λεπτομέρειες του ταξιδιού των τουριστών στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat

- Να ανακαλύψει τις δραστηριότητες και τα ενδιαφέροντα των τουριστών κατά την διάρκεια παραμονής τους στο ιαματικό κέντρο.

- Να διαπιστώσει την γνώμη και την στάση των τουριστών για την διαμονή τους σε τουριστικά καταλύματα του ιαματικού κέντρου Lacu Sarat: το όνομα και τύπο καταλύματος που μείνανε, γνώμη για το κατάλυμα.

- Να διαπιστώσει την γνώμη τους για την διατροφή στο ιαματικό κέντρο: που γευμάτισαν κατά την διάρκεια παραμονής στο ιαματικό κέντρο, γνώμη για το φαγητό.

- Να διαπιστώσει την γνώμη τους για τις θεραπευτικές υπηρεσίες που ακολουθήσανε κατά την διάρκεια παραμονής τους στο ιαματικό κέντρο.

- Να διαπιστώσει πια είναι η συνολική εικόνα που έχουν οι τουρίστες για το ιαματικό κέντρο Lacu Sarat ως τουριστικό προορισμό.

- Να ανακαλύψει πια είναι τα στοιχεία που θα μπορούσαν να αποτελέσουν πόλο έλξης για τους τουρίστες και εκείνα που θεωρούνται μειονεκτήματα για το συγκεκριμένο τουριστικό προορισμό από τους τουρίστες.

Οι στόχοι αυτοί ερευνούνται ξεχωριστά στις οκτώ ενότητες του ερωτηματολογίου.

6.2. ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ - ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

6.2.1. Τύπος και μέθοδος έρευνας

Η εμπειρική έρευνα με τίτλο : Έρευνα τουριστικής αγοράς σε ένα ιαματικό κέντρο της Ρουμανίας, Lacu Sarat, είναι μια έρευνα τύπου δημοσκόπησης με προσωπικές συνεντεύξεις. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε με την διανομή αυτοσυμπληρούμενων ερωτηματολογίων σε διάφορα σημεία του ιαματικού κέντρου : στα ξενοδοχεία Flora, Lacu Sarat, Diana, Perla, στο κάμπινγκ.

6.2.2. Ορισμός Πληθυσμού

Η έρευνα έχει σκοπό να καλύψει ημεδαπούς τουρίστες άνω των 18 ετών που βρίσκονταν στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat (στοιχείο – element) και οι οποίοι κάνανε κάποια θεραπεία (μονάδα δειγματοληψίας- sampling unit).

Η έρευνα αφορά μόνο ρουμάνους τουρίστες επειδή οι ξένοι τουρίστες είναι παρά πολύ λίγοι που έρχονται στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat.

6.2.3. Μέθοδος Δειγματοληψίας - μέγεθος δείγματος

Η έρευνα πραγματοποιήθηκε μεταξύ 1 Αύγουστου και 15 Σεπτεμβρίου 2002. Η δειγματοληψία ήταν απλή τυχαία.

Η διανομή και συμπλήρωση των ερωτηματολογίων έγινε με τα ακόλουθα κριτήρια:

1. Τον μέσο απαιτούμενο χρόνο συμπλήρωσης του ερωτηματολογίου, ο οποίος είναι περίπου 20 λεπτά.
2. Την διάρκεια παραμονής στο ιαματικό κέντρο, η οποία είναι μεγάλη για τους περισσότερους τουρίστες, 18 μέρες.
3. Τις μέρες που είχαμε αναχωρήσεις και αφίξεις στο ιαματικό κέντρο για το κάθε τουριστικό κατάλυμα.
4. Τις ώρες που οι τουρίστες είχαν ελεύθερο χρόνο και την διάθεση να συμπληρώσουν τα ερωτηματολόγια. Επιλέξαμε τις απογευματινές ώρες, μετά τις 5, όταν οι τουρίστες είχαν ελεύθερο χρόνο, γιατί το πρωί κάνανε τις θεραπείες τους και ήταν αδύνατον να τους πλησιάσουμε.

Η διανομή των ερωτηματολογίων γινόταν ανάλογα με τις μέρες που είχαμε αναχωρήσεις από το ιαματικό κέντρο, μια ή δυο μέρες πριν φύγουν οι τουρίστες από το Lacu Sarat. Η διεξαγωγή των συνεντεύξεων γινόταν δύο ή τρεις φορές την εβδομάδα για 2 ή 3 ώρες κάθε φορά, από τις 17.30 έως 20.30. Ανά 20 λεπτά επιλέγονταν δύο ερωτώμενοι στους οποίους δείχνονταν μια κάρτα όπου αναφερόταν ο σκοπός της έρευνας και το ερωτηματολόγιο.

Την ώρα συμπληρώνονταν περίπου 6 ερωτηματολόγια και συνολικά στις 34 ώρες 200 ερωτηματολόγια.

Η συμπλήρωση των ερωτηματολογίων γίνονταν κατά τον χρόνο παραμονής τους στο σαλόνι του ξενοδοχείου ή έξω στο κήπο, είτε πριν είτε μετά τον βραδινό γεύμα.

Μέγεθος δείγματος

Η έρευνα προτίθετο να καλύψει επισκέπτες όλων των ηλικιών (άνω των 18 ετών) για την περίοδο 1 Αυγούστου 15 Σεπτεμβρίου 2002. Το δείγμα ήταν 200 επισκέπτες του ιαματικού κέντρου Lacu Sarat, τελικά αναλήθηκαν 127 ερωτηματολόγια, ενώ 72 ερωτηματολόγια κρίθηκαν είτε ελλιπή, είτε ελαττωματικά, γιατί υπήρχαν λανθασμένες απαντήσεις ή δεν είχαν συμπληρωθεί όλες οι ερωτήσεις.

Για την επεξεργασία των στοιχείων χρησιμοποιήθηκε το πρόγραμμα SPSS 11.0 for Windows .

6.3. ΔΟΜΗ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

Το ερωτηματολόγιο αποτελείται από 26 ερωτήσεις. Αυτές οι ερωτήσεις αποσκοπούν στην συλλογή στοιχείων που αφορούν :

1. Τις γενικές λεπτομέρειες του ταξιδιού στην περιοχή του ιαματικού κέντρου Lacu Sarat.:

-Ο τόπος καταγωγή τους

-Αν είναι η πρώτη φορά που επισκέπτονται το ιαματικό κέντρο Lacu Sarat, πόσες φορές το έχουν επισκεφτεί στο παρελθόν.

-Πότε ήταν η τελευταία επίσκεψη στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat.

-Η διάρκεια διαμονής στην περιοχή.

-Ο τύπος του ταξιδιού (μόνος, με την οικογένεια, με φίλους).

-Ο τρόπος που κλείσανε τα εισιτήρια (από ταξιδιωτικό γραφείο, από το ιαματικό κέντρο, Συνδικάτο, Υπουργείο Εργασίας).

-Χρόνος προετοιμασίας αυτού του ταξιδιού στο Lacu Sarat.

-Κατάταξη των 3 σημαντικότερων λόγων που επηρέασαν την επιλογή του ιαματικού κέντρου Lacu Sarat.

2. Τις λεπτομέρειες του προορισμού και της μετακίνησης:

-Σε ποια άλλα ιαματικά κέντρα της Ρουμανίας είχαν πάει.

-Ο λόγος για το οποίο ήρθανε στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat.

-Το μεταφορικό μέσο που χρησιμοποιήθηκε για την άφιξη στην περιοχή.

-Αν έχουν επισκεφτεί τα μέρη γύρο στην περιοχή.

3. Τη διαμονή σε καταλύματα του ιαματικού κέντρου Lacu Sarat :

-Ο τύπος και το όνομα του καταλύματος που μείνανε στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat.

-Τι ανέσεις είχαν στο τόπο διαμονής.

4. Θέματα διατροφής στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat:

- Χώρος που γευματίσανε κατά την διάρκεια παραμονής τους στο ιαματικό κέντρο (στο εστιατόριο του ξενοδοχείου, στο δωμάτιο, σε εστιατόρια έξω από τον χώρο διαμονής, κάπου αλλού).

- Τι γνώμη έχουν για το φαγητό, πόσο καλό ήταν το φαγητό (πολύ, καλό, αρκετά, λίγο, καθόλου καλό).

5. Τον τρόπο πως περάσανε τον ελεύθερο χρόνο κατά την διάρκεια παραμονής τους στο ιαματικό κέντρο.

6. Τις θεραπευτικές υπηρεσίες που τους προσέφεραν στο ιαματικό κέντρο: ηλεκτροθεραπεία, πηλοθεραπεία, υδροθεραπεία, μασάζ, κ.λ.τ.

7. Τη γενική εντύπωση από την παραμονή στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat:

- Πόσο ακριβή ήταν η παραμονή τους στο ιαματικό κέντρο.

- Τι θεωρούν ότι ήταν πιο ακριβό κατά την παραμονή τους στο ιαματικό κέντρο: η διαμονή, το φαγητό, οι μετακινήσεις, η θεραπεία.

- Σε τι βαθμό ήταν ικανοποιημένοι από τις υπηρεσίες που τους είχαν προσφέρει στο ιαματικό κέντρο.

- Αν θα έρθουν ξανά στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat.

- Θα προτείνανε στους φίλους τους να επισκεφτούν το ιαματικό κέντρο για διακοπές ή για θεραπεία.

- Βαθμός ικανοποίησής τους για κάθε παράγοντα του τουριστικού προϊόντος του ιαματικού κέντρου (το νερό της λίμνης, η καθαριότητα της παραλίας, το φυσικό περιβάλλον, οι συνθήκες διαμονής, κ.λ.τ.).

- Τι τους άρεσε περισσότερο ή λιγότερο κατά την διάρκεια παραμονής τους στο ιαματικό κέντρο.

8. Δημογραφικά στοιχεία:

- Ηλικία
- Φύλο
- Επάγγελμα
- Εισόδημα.

6.4. ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ ΤΩΝ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ ΓΙΑ ΑΝΑΛΥΣΗ

Έλεγχοι στο πεδίο

Έλεγχοι στο πεδίο έχουν ως σκοπό τον περιορισμό των λαθών που μπορούν να γίνουν κατά την περίοδο της συλλογής των στοιχείων από το δείγμα. Για τον περιορισμό των λαθών πρέπει να γίνει επίβλεψη των ατόμων που κάνουν την συλλογή των στοιχείων, αλλά και επιβεβαίωση ότι στην πραγματικότητα τα στοιχεία έχουν συγκεντρωθεί από το επιλεγμένο δείγμα.

Για την έρευνα που κάνουμε δεν χρειάστηκαν να γίνουν έλεγχοι στο πεδίο, επειδή ο ερευνητής ήταν ο ίδιος που μάζεψε και τα στοιχεία από τους ερωτώμενους.

Επεξεργασία ερωτηματολογίων

Σε μια έρευνα τουριστικής αγοράς συνήθως έχουμε την περίπτωση επιστροφής σημαντικού αριθμού ερωτηματολογίου που δεν είναι πλήρως συμπληρωμένα.

Στην έρευνα που κάναμε υπήρξαν ερωτηματολόγια που δεν είχαν συμπληρωθεί ολόκληρες ενότητες ή κάποιες ερωτήσεις. Στην περίπτωση που δεν είχαν συμπληρωθεί ολόκληρες ενότητες, τα ερωτηματολόγια δεν χρησιμοποιήθηκαν στην ανάλυση. Στην περίπτωση που μερικές ερωτήσεις δεν είχαν συμπληρωθεί, τα ερωτηματολόγια συμπεριλήφθησαν στην ανάλυση, χωρίς να τους δώσουμε κανένα κωδικό για άρνηση απάντησης.

Για την πραγματοποίηση της έρευνας μοιράστηκαν 200 ερωτηματολόγια, ενώ το απαιτούμενο δείγμα που είχε προβλεφθεί ήταν 150 άτομα. Από τα 200 ερωτηματολόγια που επιστράφηκαν, χρησιμοποιήθηκαν στην ανάλυση τα 127, που αποτελούν και τον τελικό αριθμό του δείγματος.

Κωδικοποίηση

Οι κωδικοί που χρησιμοποιήθηκαν για την κωδικοποίηση διάφορων περιπτώσεων απαντήσεων είναι:

Στις κλειστές ερωτήσεις δόθηκε ένας κωδικός (αριθμητική τιμή) για κάθε κατηγορία απαντήσεων (μεταβλητή).

Στις ανοιχτές ερωτήσεις ομαδοποιήθηκαν οι απαντήσεις των ερωτηματολογίων σε κατηγορίες και δόθηκε ένας κωδικός (αριθμητική τιμή) για κάθε κατηγορία απαντήσεων (μεταβλητή).

Για την περίπτωση που δεν απάντησαν σε κάποια ερώτηση δεν δόθηκε κανένας αριθμός .

Στο παράρτημα δίδεται η κωδικοποίηση της έρευνας με όλες τις περιπτώσεις που υπήρξαν.

Συναλλαγματικές ισοτιμίες

Για την περίοδο που έγινε η έρευνα (1.08.2002 – 15.09. 2002) οι ισοτιμίες των νομισμάτων ήταν:

1 Δολάριο Αμερικής = 32.500 Lei (το νόμισμα της Ρουμανίας)

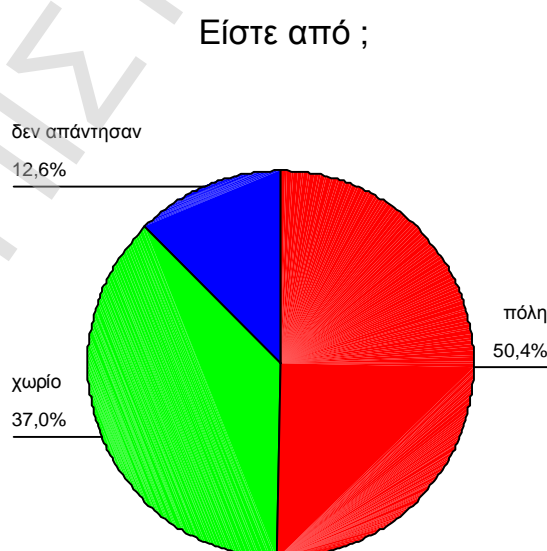
6.5. ΣΥΝΟΠΤΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Παρακάτω γίνεται μια συνοπτική παρουσίαση των αποτελεσμάτων της έρευνας, η οποία περιλαμβάνει μόνο τα βασικότερα συμπεράσματα που μπορούν να εξαχθούν. Αναλυτική παρουσίαση των αποτελεσμάτων της έρευνας γίνεται στο επόμενο κεφαλαίο.

Κατανομή των τουριστών κατά τόπο κατοικίας

Από τα 127 άτομα, ένα ποσοστό 12,6% (16 άτομα) δεν απαντήσανε σε αυτή την ερώτηση. Από τα 111 άτομα που απάντησαν, το 57,7% δηλώσανε ότι έρχονται από αστικά κέντρα (64 απαντήσεις), ενώ το 42,3% δηλώσανε ότι είναι από χωρίο (47 απαντήσεις).

Διάγραμμα 6.1. Κατανομή των τουριστών κατά τόπο κατοικίας



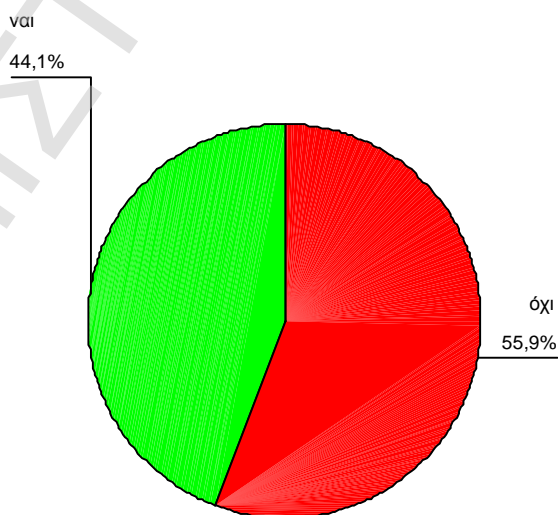
Σε ότι αφορά την κατανομή των τουριστών κατά νομούς, οι περισσότεροι έρχονται στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat από τις γύρο περιοχές και νομούς: από το νομό Galati 18,1% , από το νομό Vrancea 11,0%, από το νομό Braila 10,2%. Οι πιο λίγοι από τους τουρίστες που απάντησαν ήταν από το νόμο Arges 2,4% και από την πρωτεύουσα 3,1%.

Η επίσκεψη τους ήταν η πρώτη στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat ;

Οι περισσότεροι τουρίστες, 71 άτομα από τα 127, δεν ήρθαν για πρώτη φορά στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat. Το 55,9% των ερωτηθέντων απάντησαν ότι είχαν επισκεφθεί και άλλη φορά το ιαματικό κέντρο και το 44,1% ήρθαν για πρώτη φορά.

Διάγραμμα 6.2. Η επίσκεψη τους ήταν η πρώτη στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat;

Έρθατε για πρώτη φορά;



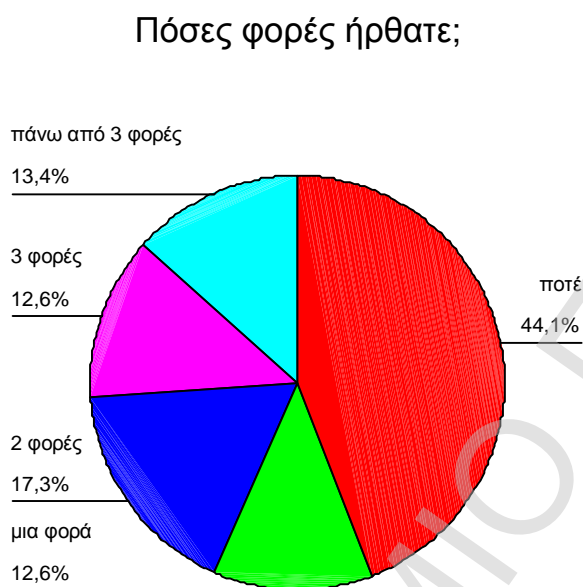
Επισκέψεις σε άλλα ιαματικά κέντρα της Ρουμανίας

Οι περισσότεροι, δηλαδή 108 άτομα δηλώσανε ότι πήγανε και σε άλλα ιαματικά κέντρα της Ρουμανίας. Όμως πολλά άτομα δηλώσανε ότι πήγανε σε περισσότερα από ένα ιαματικό κέντρο, δηλαδή σε 2, 3 ιαματικά κέντρα. Έτσι σε αυτή την ερώτηση έχουμε πολλαπλές απαντήσεις. Οι περισσότερες θετικές απαντήσεις έχουμε για τα ιαματικά κέντρα Mamaia, Eforie, Neptun και Amara 28 απαντήσεις, Slanic Moldova 25 απαντήσεις, Calimanesti, Caciulata, Govora 22 απαντήσεις, Techirghiol 21 απαντήσεις.

Κατανομή προηγούμενων επισκέψεων στο ιαματικό κέντρο

Ο μέσος ορός επισκέψεων τουριστών στο ιαματικό κέντρο είναι 1,39 φορές. Το 17,3 % του συνόλου των τουριστών που απαντήσανε ήρθανε 2 φορές (22 άτομα) και 13,4% ήρθαν περισσότερα από 3 φορές στο ιαματικό κέντρο (17 άτομα).

Διάγραμμα 6.3. Κατανομή προηγούμενων επισκέψεων στο ιαματικό κέντρο



Ο λόγος επίσκεψης του ιαματικού κέντρου Lacu Sarat

Η πλειοψηφία των επισκεπτών του ιαματικού κέντρου Lacu Sarat δήλωσε ότι ο κύριος λόγος του ταξιδιού τους ήταν η θεραπεία. Έτσι το 70,9% του δείγματος (90 άτομα) δήλωσαν ότι ο λόγος για το οποίο ήρθανε στο ιαματικό κέντρο ήταν η θεραπεία και το 29% του δείγματος (29 άτομα) ήρθανε για θεραπεία και ξεκούραση ταυτόχρονα. Ένα πολύ μικρό ποσοστό δηλώσανε ότι ήρθανε μόνο για ξεκούραση 3,9% ή για άλλο λόγο 1,6% του δείγματος

Πότε επισκεφτήκανε τελευταία φορά το ιαματικό κέντρο Lacu Sarat

Οι περισσότεροι τουρίστες, 31 άτομα, επισκεφτήκανε το ιαματικό κέντρο πριν ένα χρόνο και 24 άτομα πριν 2 χρόνια. Αυτοί που επισκεφτήκανε το ιαματικό κέντρο πριν από τρία χρόνια είναι 10 άτομα και παραπάνω από τρία χρόνια είναι μόνο 6 άτομα. Από τους 127 ερωτηθέντους, δεν απαντήσανε σε αυτή την ερώτηση 56 άτομα, οι οποίοι είναι αυτοί που ήρθαν για πρώτη φορά στο ιαματικό κέντρο.

Μέση διάρκεια παραμονής των ερωτηθέντων στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat

Η μέση διάρκεια παραμονής των ερωτηθέντων στο ιαματικό κέντρο είναι μεγάλη, 18 μέρες. Από τα 127 άτομα, τα 91 άτομα, δηλαδή το 71,7% απαντήσανε ότι μέινανε στο ιαματικό κέντρο για 18 μέρες, 21 άτομα, δηλαδή το 16,5% μέινανε για 7 μέρες και λιγότερες και μόνο 15 άτομα, ποσοστό 11,8% για 14 μέρες.

Διάγραμμα 6.4. Μέση διάρκεια παραμονής των ερωτηθέντων στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat



Ήρθανε μόνοι τους στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat;

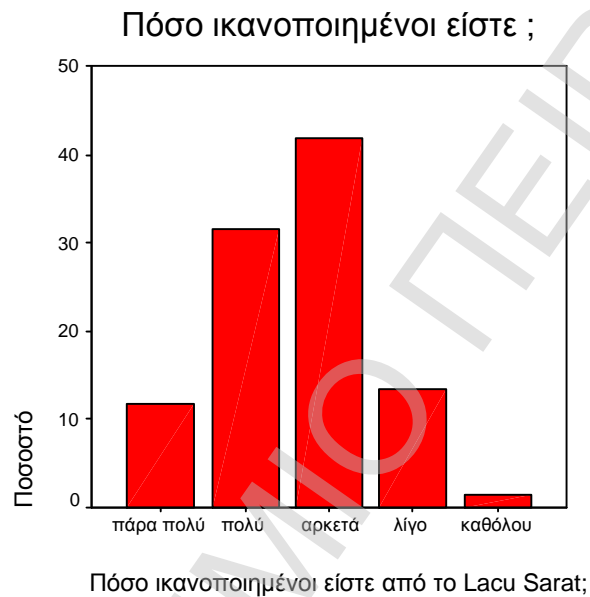
Στην ερώτηση: με ποιον ήρθατε φέτος στο ιαματικό κέντρο, η πλειοψηφία των επισκεπτών, 40,9% δήλωσε ότι ήρθανε μόνοι τους. Αμέσως μετά είναι αυτοί που ήρθανε με τον (την) σύζυγο στο ιαματικό κέντρο, 37,8 % και αυτοί που ήρθανε με την οικογένεια μαζί με τα παιδιά 15%. Ένα μικρό ποσοστό δήλωσε ότι ήρθανε με τους φίλους, μόνο 3,1% ή με τους φίλους και με την οικογένεια 3,2%.

Γενική ικανοποίηση για το ιαματικό κέντρο Lacu Sarat

Το 41,7% του δείγματος (53 άτομα) δήλωσε ότι, γενικά είναι αρκετά ικανοποιημένοι από τις υπηρεσίες που τους πρόσφερε το ιαματικό κέντρο Lacu Sarat, το 31,5% του δείγματος (40 άτομα) δήλωσε ότι είναι πολύ ικανοποιημένοι, 13,4% του δείγματος (17άτομα) δήλωσε ότι είναι λίγο

ικανοποιημένοι, το 11,8% του δείγματος (15 άτομα) δήλωσε ότι είμαι πολύ ικανοποιημένοι και μόνο 1,6% δεν ήταν καθόλου ικανοποιημένοι.

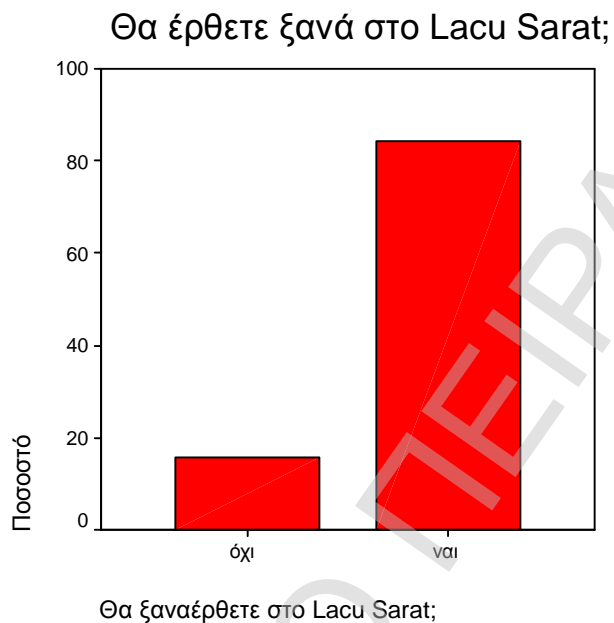
Διάγραμμα 6.5. Γενική ικανοποίηση για το ιαματικό κέντρο Lacu Sarat



Πόσοι θα επισκεφθούν ξανά το ιαματικό κέντρο Lacu Sarat;

Η πλειοψηφία των ερωτηθέντων 84,3% του δείγματος, δηλαδή 107 άτομα, απάντησε ότι θα ξαναέρθει στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat. Μόνο το 15,7% απάντησε ότι δεν θα ξαναέρθει στο ιαματικό κέντρο.

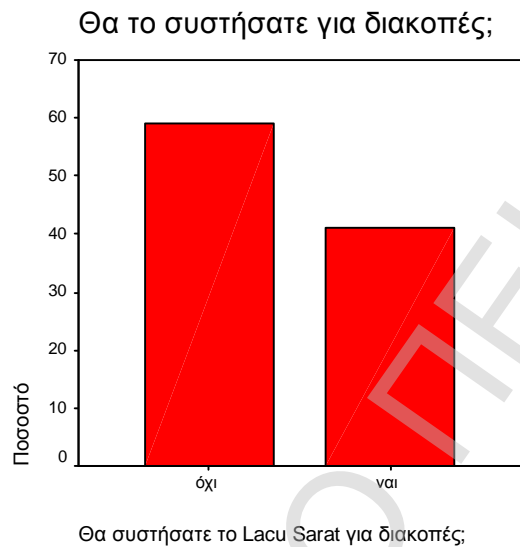
Διάγραμμα 6.6. Πόσοι θα επισκεφθούν ξανά το ιαματικό κέντρο;



Πόσοι θα προτείνουν το ιαματικό κέντρο Lacu Sarat στους φίλους για διακοπές

Το 59,1% του δείγματος (75 άτομα) δήλωσε ότι δεν θα προτείνουν το ιαματικό κέντρο Lacu Sarat στους φίλους για διακοπές. Οι υπόλοιποι, 52 άτομα, το 40,9% του δείγματος δηλώσανε ότι θα προτείνουν το ιαματικό κέντρο στους φίλους για διακοπές.

Διάγραμμα 6.7. Πόσοι θα προτείνουν το ιαματικό κέντρο Lacu Sarat στους φίλους για διακοπές



Πόσοι θα προτείνουν το ιαματικό κέντρο Lacu Sarat στους φίλους για θεραπεία

Η πλειοψηφία των ερωτηθέντων 84,3% του δείγματος, δηλαδή 107 άτομα, απάντησε ότι θα προτείνουν το ιαματικό κέντρο Lacu Sarat στους φίλους για θεραπεία. Μόνο το 15,7% του δείγματος, δηλαδή 20 άτομα, απάντησε ότι δεν θα προτείνουν το ιαματικό κέντρο Lacu Sarat στους φίλους για θεραπεία.

Διάγραμμα 6.8. Πόσοι θα προτείνουν το ιαματικό κέντρο Lacu Sarat στους φίλους για θεραπεία



Ικανοποίηση ως προς συγκεκριμένους παράγοντες του ιαματικού κέντρου Lacu Sarat

Τα αποτελέσματα που έδειξε η έρευνα για κάθε μία πρόταση είναι τα εξής:

Από το νερό και την λάσπη της λίμνης οι περισσότεροι δηλώσανε ότι ήταν πολύ ικανοποιημένοι, το 37,8% του δείγματος. Το 31,5% του δείγματος δήλωσε ότι ήταν ικανοποιημένοι, το 18,1% του δείγματος δήλωσε ότι ήταν ούτε ικανοποιημένοι, ούτε δυσαρεστημένοι και μόνο 5,5% του δείγματος δήλωσε ότι ήταν αρκετά δυσαρεστημένοι. Ένα ποσοστό 7,1% του δείγματος δεν δήλωσε τίποτα για το βαθμό ικανοποίησή τους από αυτό το παράγοντα.

Από την καθαριότητα της παραλίας οι περισσότεροι, δηλαδή το 44,9% του δείγματος, δήλωσαν ότι ήταν ούτε ικανοποιημένοι, ούτε δυσαρεστημένοι. Το 13,4% του δείγματος δήλωσε ότι ήταν ικανοποιημένοι, το 12,6% του

δείγματος δήλωσε ότι ήταν αρκετά δυσαρεστημένοι και μόνο 2,4% του δείγματος δήλωσε ότι ήταν πολύ ικανοποιημένοι. Ένα ποσοστό 26,8% του δείγματος δεν δήλωσε τίποτα για το βαθμό ικανοποίησή τους από αυτό το παράγοντα.

Από την καθαριότητα του ιαματικού κέντρου οι περισσότεροι δηλώσανε ότι ήταν πολύ ικανοποιημένοι, το 44,9% του δείγματος. Το 42,5% του δείγματος δήλωσε ότι ήταν ικανοποιημένοι, το 11,0% του δείγματος δήλωσε ότι ήταν ούτε ικανοποιημένοι, ούτε δυσαρεστημένοι και μόνο 0,8% του δείγματος δήλωσε ότι ήταν πολύ δυσαρεστημένοι. Μόνο 1 άτομο, 0,8% του δείγματος δεν δήλωσε τίποτα για το βαθμό ικανοποίησή τους από αυτό το παράγοντα.

Από το φυσικό περιβάλλον οι περισσότεροι δηλώσανε ότι ήταν πολύ ικανοποιημένοι, το 48,8% του δείγματος. Το 38,6% του δείγματος δήλωσε ότι ήταν ικανοποιημένοι και το 12,6% του δείγματος δήλωσε ότι ήταν ούτε ικανοποιημένοι, ούτε δυσαρεστημένοι.

Από τα εστιατόρια, τις τεράσες οι περισσότεροι, το 59,8% του δείγματος, δεν δήλωσαν τίποτα για το βαθμό ικανοποίησή τους από αυτό το παράγοντα. Το 29,9% του δείγματος δήλωσε ότι ήταν πολύ δυσαρεστημένοι, το 22,0% του δείγματος δήλωσε ότι ήταν αρκετά δυσαρεστημένοι. Ένα μικρό ποσοστό, το 6,3% του δείγματος δήλωσε ότι ήταν ούτε ικανοποιημένοι, ούτε δυσαρεστημένοι και μόνο 1,6% του δείγματος δήλωσε ότι ήταν ικανοποιημένοι.

Από την ποιότητα των θεραπευτικών υπηρεσιών το 39,4% του δείγματος, δηλώσανε ότι ήταν ούτε ικανοποιημένοι, ούτε δυσαρεστημένοι. Το 17,3% του δείγματος δήλωσε ότι ήταν ικανοποιημένοι, το 15% του δείγματος δήλωσε ότι ήταν αρκετά δυσαρεστημένοι και μόνο 9,4% του δείγματος δήλωσε ότι ήταν πολύ ικανοποιημένοι. Το 6,3% δήλωσε ότι ήταν πολύ δυσαρεστημένοι. Ένα ποσοστό 12,6% του δείγματος δεν δήλωσε τίποτα για το βαθμό ικανοποίησή τους από αυτό το παράγοντα.

Από τις συνθήκες διαμονής το 38,6% του δείγματος δήλωσε ότι ήταν ούτε ικανοποιημένοι, ούτε δυσαρεστημένοι, το 26,8% του δείγματος δήλωσε ότι ήταν αρκετά δυσαρεστημένοι, το 18,1% δήλωσε ότι ήταν πολύ δυσαρεστημένοι. Μόνο το 14,2% του δείγματος δήλωσε ότι ήταν ικανοποιημένοι και το 2,4% πολύ ικανοποιημένοι.

Από τις εκδρομές οι περισσότεροι, το 51,2% του δείγματος, δεν δήλωσαν τίποτα για το βαθμό ικανοποίησή τους από αυτό το παράγοντα. Το 27,6% του δείγματος δήλωσε ότι ήταν ούτε ικανοποιημένοι, ούτε δυσαρεστημένοι, το 10,2% του δείγματος δήλωσε ότι ήταν πολύ δυσαρεστημένοι, το 8,7% του δείγματος δήλωσε ότι ήταν αρκετά δυσαρεστημένοι. Μόνο το 2,4% του δείγματος δήλωσε ότι ήταν ικανοποιημένοι.

Από τα μέσα μαζικής μεταφοράς το 33,1% του δείγματος δήλωσε ότι ήταν αρκετά δυσαρεστημένοι, το 21,3% του δείγματος δήλωσε ότι ήταν ούτε ικανοποιημένοι, ούτε δυσαρεστημένοι, το 17,3% του δείγματος δήλωσε ότι ήταν πολύ δυσαρεστημένοι. Ένα ποσοστό 27,6% του δείγματος δεν δήλωσε τίποτα για το βαθμό ικανοποίησή τους από αυτό το παράγοντα.

Από τις υπηρεσίες του ταξί οι περισσότεροι, το 81,9% του δείγματος, δεν δήλωσαν τίποτα για το βαθμό ικανοποίησή τους από αυτό το παράγοντα. Το 9,4% του δείγματος δήλωσε ότι ήταν πολύ δυσαρεστημένοι και το 7,9% του δείγματος δήλωσε ότι ήταν αρκετά δυσαρεστημένοι.

Από την ποιότητα του φαγητού οι περισσότεροι, το 46,5% του δείγματος δήλωσε ότι ήταν ούτε ικανοποιημένοι, ούτε δυσαρεστημένοι. Το 22% του δείγματος δήλωσε ότι ήταν αρκετά δυσαρεστημένοι, το 15,7% του δείγματος δήλωσε ότι ήταν ικανοποιημένοι. Ότι ήταν πολύ δυσαρεστημένοι δηλώσανε το 9,4% του δείγματος και πολύ ικανοποιημένοι μόνο το 6,3% του δείγματος.

Από την ποικιλία του φαγητού οι περισσότεροι, το 44,1% του δείγματος δήλωσε ότι ήταν ούτε ικανοποιημένοι, ούτε δυσαρεστημένοι. Το

22,8% του δείγματος δήλωσε ότι ήταν αρκετά δυσαρεστημένοι, το 16,5% του δείγματος δήλωσε ότι ήταν ικανοποιημένοι. Ότι ήταν πολύ δυσαρεστημένοι δηλώσανε το 8,7% του δείγματος και πολύ ικανοποιημένοι μόνο το 5,5% του δείγματος.

Από τους δρόμους το 46,5% του δείγματος δήλωσε ότι ήταν αρκετά δυσαρεστημένοι, το 31,5% του δείγματος ήταν πολύ δυσαρεστημένοι και το 15% του δείγματος δήλωσε ότι ήταν ούτε ικανοποιημένοι, ούτε δυσαρεστημένοι. Το 6,3% του δείγματος δεν δήλωσαν τίποτα για το βαθμό ικανοποίησή τους από αυτό το παράγοντα.

Από την διασκέδαση οι περισσότεροι, το 42,5% του δείγματος δήλωσε ότι ήταν πολύ δυσαρεστημένοι και το 21,3% του δείγματος δήλωσε ότι ήταν αρκετά δυσαρεστημένοι. Λίγοι δηλώσανε ότι ήταν ούτε ικανοποιημένοι, ούτε δυσαρεστημένοι, το 5,5% του δείγματος. Αρκετοί, το 29,1% του δείγματος δεν δήλωσαν τίποτα για το βαθμό ικανοποίησή τους από αυτό το παράγοντα.

Από την φιλοξενία των ανθρώπων οι περισσότεροι δηλώσανε ότι ήταν πολύ ικανοποιημένοι, το 31,5% του δείγματος. Το 29,1% του δείγματος δήλωσε ότι ήταν ικανοποιημένοι και το 23,6% του δείγματος δήλωσε ότι ήταν ούτε ικανοποιημένοι, ούτε δυσαρεστημένοι. Λίγοι δήλωσαν ότι ήταν αρκετά δυσαρεστημένοι, το 8,7% του δείγματος και πολύ δυσαρεστημένοι το 7,1% του δείγματος.

Κριτήρια επιλογής του ιαματικού κέντρου Lacu Sarat

- Για την φήμη του ιαματικού κέντρου δηλώσανε μόνο 43 άτομα, δηλαδή 33,9% του δείγματος ότι ήταν ένα κριτήριο επιλογής του ιαματικού κέντρου. Το 8,7% του δείγματος δηλώσανε ότι ήταν ένα πολύ σημαντικό κριτήριο, το 7,9% ότι ήταν σημαντικό και το 17,3% ότι ήταν το λιγότερο σημαντικό κριτήριο για το οποίο επιλέξανε το ιαματικό κέντρο Lacu Sarat. Για ένα μεγάλο ποσοστό, το 66,1% του δείγματος, η φήμη του ιαματικού κέντρου δεν ήταν ένα κριτήριο επιλογής.

- Για το νερό και την λάσπη της λίμνης δηλώσανε 112 άτομα, δηλαδή 88,2% του δείγματος ότι ήταν ένα κριτήριο επιλογής του ιαματικού κέντρου. Το 44,9% του δείγματος δηλώσανε ότι ήταν ένα πολύ σημαντικό κριτήριο, το 35,4% ότι ήταν σημαντικό και μόνο το 7,9% ότι ήταν το λιγότερο σημαντικό κριτήριο για το οποίο επιλέξανε το ιαματικό κέντρο Lacu Sarat. Μόνο για το 11,8% του δείγματος, το νερό και η λάσπη της λίμνης δεν ήταν κριτήριο επιλογής του ιαματικού κέντρου.

- Η σύσταση των φίλων ήταν ένα κριτήριο επιλογής που το δηλώσανε μόνο 19 άτομα, δηλαδή 15% του δείγματος, ενώ για την πλειοψηφία του δείγματος, 108 άτομα, δηλαδή 85%, δεν ήταν κριτήριο επιλογής. Το 0,8% του δείγματος δηλώσανε ότι ήταν ένα πολύ σημαντικό κριτήριο, το 5,5% ότι ήταν σημαντικό και μόνο το 8,7% ότι ήταν το λιγότερο σημαντικό κριτήριο για το οποίο επιλέξανε το ιαματικό κέντρο Lacu Sarat.

- Η σύσταση του ιατρού ήταν ένα κριτήριο επιλογής που το δηλώσανε 93 άτομα, δηλαδή 73,2% του δείγματος, ενώ για 34 άτομα, δηλαδή 26,8% δεν ήταν κριτήριο επιλογής. Το 35,4% του δείγματος δηλώσανε ότι ήταν ένα πολύ σημαντικό κριτήριο, το 31,5% ότι ήταν σημαντικό και μόνο το 6,3% ότι ήταν το λιγότερο σημαντικό κριτήριο για το οποίο επιλέξανε το ιαματικό κέντρο Lacu Sarat.

- Για το χαμηλό κόστος δηλώσανε μόνο 29 άτομα, δηλαδή 22,8% του δείγματος ότι ήταν ένα κριτήριο επιλογής του ιαματικού κέντρου. Το 2,4% του δείγματος δηλώσανε ότι ήταν ένα πολύ σημαντικό κριτήριο, το 8,7% ότι ήταν σημαντικό και το 11,8% ότι ήταν το λιγότερο σημαντικό κριτήριο για το οποίο επιλέξανε το ιαματικό κέντρο Lacu Sarat. Για ένα μεγάλο ποσοστό, το 77,2% του δείγματος, το χαμηλό κόστος δεν ήταν ένα κριτήριο επιλογής.

- Για τις καλές υπηρεσίες δηλώσανε μόνο 10 άτομα, δηλαδή 7,9% του δείγματος ότι ήταν ένα κριτήριο επιλογής του ιαματικού κέντρου, ενώ για την πλειοψηφία του δείγματος, 117 άτομα, δηλαδή 92,1% δεν ήταν κριτήριο επιλογής.

- Για την ησυχία της περιοχής δηλώσανε μόνο 30 άτομα, δηλαδή 23,6% του δείγματος ότι ήταν ένα κριτήριο επιλογής του ιαματικού κέντρου. Ένα πολύ μικρό ποσοστό 1,6 % του δείγματος δηλώσανε ότι ήταν ένα πολύ σημαντικό κριτήριο, το 3,1% ότι ήταν σημαντικό και το 18,9% ότι ήταν το λιγότερο σημαντικό κριτήριο για το οποίο επιλέξανε το ιαματικό κέντρο Lacu Sarat. Για ένα μεγάλο ποσοστό, το 76,4% του δείγματος, η ησυχία της περιοχής δεν ήταν ένα κριτήριο επιλογής.

- Η ποικιλία των θεραπευτικών υπηρεσιών του προσφέρει το ιαματικό κέντρο ήταν ένα κριτήριο επιλογής που το δηλώσανε 44 άτομα, δηλαδή 34,6% του δείγματος, ενώ για 83 άτομα, δηλαδή 65,4% δεν ήταν κριτήριο επιλογής. Το 4,7% του δείγματος δηλώσανε ότι ήταν ένα πολύ σημαντικό κριτήριο, το 7,9% ότι ήταν σημαντικό και μόνο το 22,0% ότι ήταν το λιγότερο σημαντικό κριτήριο για το οποίο επιλέξανε το ιαματικό κέντρο Lacu Sarat.

Από που κλείσανε τα εισιτήρια

Σε αυτή την ερώτηση, το 55,9% του δείγματος απάντησε πως έκλεισε τα εισιτήρια από το Υπουργείο Εργασίας, το 22,9% απάντησε πως έκλεισε τα

εισιτήρια από το ιαματικό κέντρο, το 15,7% από το Συνδικάτο και μόνο 5,5% έκλεισε τα εισιτήρια μεσώ ταξιδιωτικών γραφείων.

Διάγραμμα 6.9. Από που κλείσανε τα εισιτήρια



Από που κλείσατε τα εισιτήρια;

Πόσο καιρό πριν κλείσανε τα εισιτήρια

Η πλειοψηφία των επισκεπτών (41,7%) δήλωσε πως είχε κλείσει τα εισιτήρια για το ιαματικό κέντρο Lacu Sarat πριν 2 με 3 μήνες. Αμέσως μετά είναι αυτοί που κλείσανε τα εισιτήρια πριν μια εβδομάδα ή λιγότερο (25,2%). Με ποσοστό 20,5% ακολουθούν αυτοί που κλείσανε τα εισιτήρια για ένα διάστημα μεταξύ των 2 εβδομάδων και του ενός μήνα. Αυτοί που κλείσανε τα εισιτήρια για διάστημα μεγαλύτερο των 3 μηνών είναι 12,6%.

Διάγραμμα 6.10. Πόσο καιρό πριν κλείσανε τα εισιτήρια



Τύπος καταλύματος διαμονής στο ιαματικό κέντρο

Οι περισσότεροι δηλώσανε ότι μέινανε σε ένα ξενοδοχείο στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat. Έτσι το 79,5% του δείγματος, δηλαδή 101 άτομα, μέινανε σε ένα από τα ξενοδοχεία που υπάρχουν στο ιαματικό κέντρο, και μόνο το 20,5% του δείγματος μέινανε στο κάμπινγκ. Στις βίλες ή κάπου άλλου δεν δήλωσε κανείς ότι έμεινε.

Σε ποιο ξενοδοχείο μέινανε;

Από τα άτομα που μέινανε σε ξενοδοχείο, 101 άτομα, τα 21 άτομα δηλώσανε ότι μέινανε στο ξενοδοχείο Flora, τα 29 άτομα ότι μέινανε στο Perla, τα 26 άτομα μέινανε στο Lacu Sarat και 25 άτομα μέινανε στο Diana.

Ποιες ήταν οι ανέσεις που είχαν στο τουριστικό κατάλυμα που μείνανε

Σε αυτή την ερώτηση απάντησαν 101 άτομα, δηλαδή 79,5% του δείγματος. Όμως συνολικά έχουμε 414 θετικές απαντήσεις σε αυτή την ερώτηση, δηλαδή πολλαπλές απαντήσεις. Έτσι έχουμε 87 απαντήσεις ότι είχαν τηλεφωνο, 77 θετικές απαντήσεις για τηλεόραση στο δωμάτιο και μόνο 48 θετικές απαντήσεις για μπαρ στο ξενοδοχείο. Όλοι αυτοί που απαντήσανε, 101 άτομα, δηλώσανε ότι είχαν εστιατόριο στο τουριστικό κατάλυμα και δους και τουαλέτα στο δωμάτιο.

Κατανομή τουριστών ανάλογα με το μέσο μεταφοράς που χρησιμοποίησαν για να έρθουν στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat

Το 36,2% που απάντησε στην ερώτηση αυτή δήλωσε πως ήρθε στο ιαματικό κέντρο με το δικό του αυτοκίνητο, ένα 24,4% δήλωσε ως δεύτερο μεταφορικό μέσο το λεωφορείο, και το 17,3% ότι ήρθε με το τρένο και άλλο μεταφορικό μέσο. Ένα ποσοστό 10,2% δήλωσε ότι ήρθε με το τρένο και μόνο 3,9% ότι χρησιμοποίησε άλλα μέσα μεταφοράς.

Πόσοι έχουν επισκεφθεί την πόλη Braila;

Οι περισσότεροι, δηλαδή το 70,1% του δείγματος (89 άτομα) δήλωσε ότι επισκεφτήκανε την πόλη Braila και το 29,9% του δείγματος (38 άτομα) ότι δεν την επισκεφτήκανε.

Κατανομή των ερωτηθέντων για τις θεραπευτικές υπηρεσίες που δεχτήκανε στο ιαματικό κέντρο

Στην ερώτηση που αφορά τις θεραπευτικές υπηρεσίες που δεχτήκανε κατά την διάρκεια παραμονής των τουριστών στο ιαματικό κέντρο, απαντήσανε 124 άτομα, ενώ μόνο 3 άτομα δεν απαντήσανε. Αυτοί μάλλον δεν ήρθαν για να κάνουν θεραπεία στο ιαματικό κέντρο, αλλά για άλλο λόγο. Οι περισσότεροι που απαντήσανε δηλώσανε ότι κάνανε παραπάνω από μια θεραπεία, έχουμε πολλαπλές απαντήσεις. Έτσι, συνολικά έχουμε 300 θετικές απαντήσεις σε αυτή την ερώτηση.

Οι περισσότεροι δηλώσανε ότι κάνανε μασάζ (61 απαντήσεις), μετά είναι αυτοί που κάνανε πηλοθεραπεία (49 απαντήσεις). Έχουμε στην τρίτη θέση την θεραπεία με ζεστό πηλό (46 απαντήσεις). Για την ηλεκτροθεραπεία έχουμε 39 θετικές απαντήσεις, για την θεραπεία με κρύο πηλό έχουμε 29 θετικές απαντήσεις, για γυμναστική 24 απαντήσεις, για ζέστα μπάνια σε μεταλλικά νερά 20 απαντήσεις και για την υδροθεραπεία μόνο 14 απαντήσεις. Για τις άλλες θεραπείες οι θετικές απαντήσεις ήταν πολύ λίγες, κάτω από το 10.

Κατανομή των ερωτηθέντων για το χώρο που γευμάτισαν

Οι περισσότεροι γευμάτισαν στο τόπο διαμονής κατά την διάρκεια που μείνανε στο ιαματικό κέντρο. Έτσι το 74% του δείγματος, 94 άτομα, γευμάτισανε στο εστιατόριο του ξενοδοχείου που διέμειναν. Το 12,6% του δείγματος γευμάτισανε κάπου άλλου, το 4,7% γευμάτισανε και στο εστιατόριο του ξενοδοχείου και κάπου άλλου, το 3,1% γευμάτισανε και στα εστιατόρια έξω και κάπου άλλου.

Η γνώμη των ερωτηθέντων για το φαγητό

Στην ερώτηση: πώς ήταν το φαγητό, το 38,6% του δείγματος, δηλαδή 49 άτομα δηλώσανε ότι το φαγητό ήταν αρκετά καλό. Αμέσως μετά έρχονται αυτοί που δηλώσανε ότι το φαγητό ήταν καλό, το 30,7% του δείγματος, και στην τρίτη θέση αυτοί που δηλώσανε ότι το φαγητό ήταν λίγο καλό, δηλαδή το 15% του δείγματος. Το 11,8% του δείγματος δήλωσε ότι το φαγητό ήταν πολύ καλό και μόνο το 3,9% ότι ήταν καθόλου καλό.

Διάγραμμα 6.11. Η γνώμη των ερωτηθέντων για το φαγητό



Πώς έχουν περάσει τον ελεύθερο χρόνο;

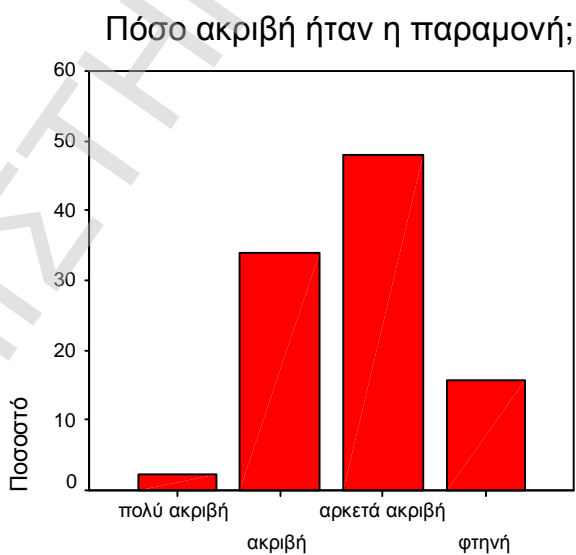
Στην ερώτηση που αφορά τον τρόπο πως πέρασαν τον ελεύθερο χρόνο στο ιαματικό κέντρο απαντήσανε 62 άτομα, οι οποίοι δώσανε πολλαπλές απαντήσεις. Έτσι συνολικά έχουμε για την ερώτηση αυτή 79 θετικές απαντήσεις. Η πλειοψηφία των ερωτηθέντων δήλωσε ότι πέρασε τον ελεύθερο χρόνο πηγαίνοντας βόλτα στο πάρκο του ιαματικού κέντρου ή επισκεπτόντας στο μοναστήρι (45 απαντήσεις). Μερικοί δηλώσανε ότι πέρασαν το ελεύθερο

χρόνο πηγαίνοντας στα εστιατόρια έξω και στις τεράσες (17 απαντήσεις), και μόνο 6 απάντησαν ότι πήγανε εκδρομές.

Πόσο ακριβή ήταν η παραμονή των τουριστών στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat

Το 48,0% του δείγματος, δηλαδή 61 άτομα, δήλωσε ότι η παραμονή τους στο ιαματικό κέντρο ήταν αρκετά ακριβή. Το 33,9% του δείγματος (43 άτομα) δήλωσε ότι ήταν ακριβή η παραμονή τους, το 15,7% του δείγματος (20 άτομα) ότι ήταν φτηνή και μόνο το 2,4% ότι ήταν πολύ ακριβή.

Διάγραμμα 6.12. Πόσο ακριβή ήταν η παραμονή των τουριστών στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat



Η γνώμη των ερωτηθέντων για τι ήταν πιο ακριβό κατά την παραμονή τους στο ιαματικό κέντρο

Στην ερώτηση: τι νομίζετε ότι ήταν ποιο ακριβό κατά την διάρκεια παραμονής στο ιαματικό κέντρο απαντήσανε 121 άτομα, τα οποία δώσανε παραπάνω από μια θετική απάντηση. Έτσι έχουμε συνολικά 194 θετικές πολλαπλές απαντήσεις.

Στην πρόταση που έλεγε ότι η διαμονή ήταν πιο ακριβή έχουμε 53 θετικές απαντήσεις.

Στην πρόταση που έλεγε ότι το φαγητό ήταν πιο ακριβό έχουμε 50 θετικές απαντήσεις.

Στην πρόταση που έλεγε ότι οι μετακινήσεις ήταν πιο ακριβές έχουμε 20 θετικές απαντήσεις.

Στην πρόταση που έλεγε ότι η θεραπεία ήταν πιο ακριβή έχουμε 56 θετικές απαντήσεις.

Στην πρόταση που έλεγε ότι η διασκέδαση ήταν πιο ακριβή έχουμε 15 θετικές απαντήσεις.

Τι τους άρεσε περισσότερο κατά την διάρκεια παραμονή τους στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat

Σε αυτή την ερώτηση απάντησαν 100 άτομα, τα οποία όμως, δώσανε παραπάνω από μια απάντηση, έχουμε πολλαπλές απαντήσεις. Έτσι συνολικά έχουμε σε αυτή την ερώτηση 192 θετικές απαντήσεις. Οι περισσότεροι δηλώσανε ότι τους άρεσε πιο πολύ το πάρκο, το φυσικό περιβάλλον (50 θετικές απαντήσεις). Αμέσως μετά είναι αυτοί που δηλώσανε ότι τους άρεσε το μοναστήρι (48 θετικές απαντήσεις), η καθαριότητα του ιαματικού κέντρου με 40 θετικές απαντήσεις και η ησυχία του ιαματικού κέντρου με 37 απαντήσεις. Λιγότερες θετικές απαντήσεις έχουμε για την φιλοξενία των ανθρώπων, μόνο

10 απαντήσεις και πολύ λίγες για το ξενοδοχείο, το φαγητό (4 θετικές απαντήσεις) και για τις θεραπευτικές υπηρεσίες (3 θετικές απαντήσεις).

Τι τους άρεσε λιγότερο κατά την διάρκεια παραμονή τους στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat

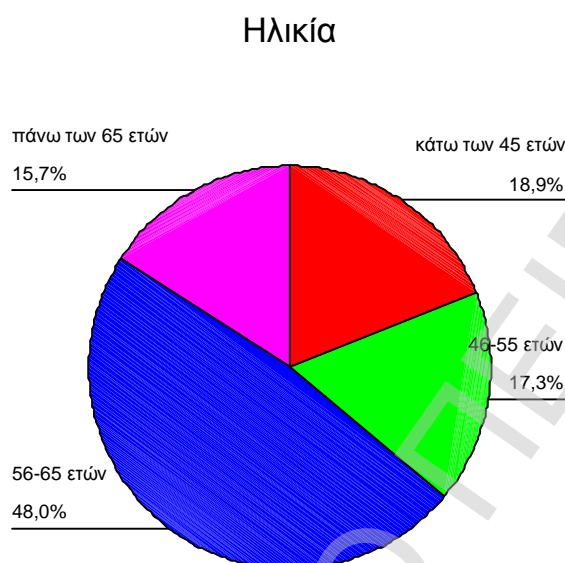
Σε αυτή την ερώτηση απάντησαν 80 άτομα, τα οποία όμως, δώσανε παραπάνω από μια απάντηση. Έτσι συνολικά έχουμε σε αυτή την ερώτηση 104 θετικές απαντήσεις. Οι περισσότεροι δηλώσανε ότι αυτό που τους άρεσε λιγότερο κατά την διάρκεια παραμονή τους στο ιαματικό κέντρο ήταν η έλλειψη διασκέδαση, σινεμά, χορός για τα παιδιά, με 37 θετικές απαντήσεις. Αμέσως μετά είναι αυτοί που δηλώσανε ότι δεν τους άρεσε το φαγητό, τα εστιατόρια, το ξενοδοχείο, με 29 θετικές απαντήσεις, η φιλοξενία των ανθρώπων με 17 απαντήσεις και η ποιότητα των θεραπευτικών υπηρεσιών με 11 θετικές απαντήσεις.

Δημογραφικά στοιχεία

Ηλικία

Από την επεξεργασία των ερωτηματολογίων προέκυψε ότι οι περισσότεροι τουρίστες που επισκέφθηκαν το ιαματικό κέντρο Lacu Sarat, δηλαδή το 63,7% του δείγματος, ήταν άτομα μεγάλης ηλικίας, πάνω των 56 ετών. Η πλειοψηφία των ερωτηθέντων, το 48,0% του δείγματος, ήταν μεταξύ 56 και 65 ετών και το 15,7% του δείγματος ήταν πάνω των 65 ετών. Το 18,9% του δείγματος ήταν κάτω των 45 ετών και το 17,3% μεταξύ των 46 και 55 ετών.

Διάγραμμα 6.13. Ηλικία



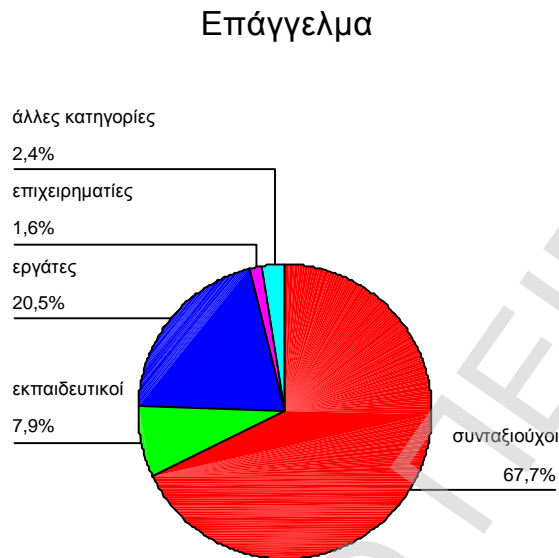
Το φύλο

Από την κατά φύλο επεξεργασία των ερωτηματολογίων προέκυψε ότι 51,2% των ερωτηθέντων ήταν γυναίκες(65 άτομα) και το υπόλοιπο 48,8% ήταν άντρες (62 άτομα).

Επάγγελμα

Από την έρευνα που πραγματοποιήθηκε και έλαβε χώρα στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat προέκυψε ότι το 67,7% των ερωτηθέντων είναι συνταξιούχοι, το 20,5% είναι εργάτες, το 7,9% εκπαιδευτικοί. Μόνο το 2,4% είναι φοιτητές ή μαθητές και το 1,6% επιχειρηματίες.

Διάγραμμα 6.14. Επάγγελμα



Εισόδημα

Στοιχεία για το εισόδημα συμπληρώσανε 71 άτομα, δηλαδή 55,9% του δείγματος. Το 44,1% των ερωτηθέντων, 56 άτομα δεν δηλώσανε τι εισόδημα έχουν.

Από τα στοιχεία της έρευνας προέκυψε ότι, οι περισσότεροι τουρίστες από αυτούς που απάντησαν στη ερώτηση αυτή, το 54,9%, έχουν ένα εισόδημα μεταξύ 1.500.000 και 3.000.000 lei. Το 11,3% του δείγματος έχουν εισόδημα μεταξύ 3.000.000 και 5.000.000 lei και το 33,8% κάτω των 1.500.000 lei.

Ισοτιμία lei / ευρώ ήταν για το 2002 περίπου: 1 ευρώ = 32.500 lei

Αν κάνουμε την μετατροπή σε ευρώ, τότε οι κατηγορίες εισοδημάτων θα είναι:

1. Μέχρι 46 ευρώ (μέχρι 1.500.000 lei)
2. 46 - 92 ευρώ (1.500.000 - 3.000.000 lei)
3. 92 - 155 ευρώ (3.000.000 - 5.000.000 lei)

7. ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Κατανομή των τουριστών κατά τόπο κατοικίας

Από τα 127 άτομα, απαντήσανε σε αυτή την ερώτηση 111 άτομα, δηλαδή το 87,4% του δείγματος (πίνακας 7.1.). Ένα ποσοστό 12,6% (16 άτομα) δεν απαντήσανε. Από τα 111 άτομα που απάντησαν, το 57,7% δηλώσανε ότι έρχονται από αστικά κέντρα (64 απαντήσεις), ενώ το 42,3% δηλώσανε ότι είναι από χωριό (47 απαντήσεις).

Πίνακας 7.1. Κατανομή των τουριστών κατά τόπο κατοικίας

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Πόλη	64	50,4	57,7	57,7
Χωριό	47	37,0	42,3	100,0
Σύνολο	111	87,4	100,0	
Missing System	16	12,6		
Σύνολο	127	100,0		

Από τα 111 άτομα που απαντήσανε στην ερώτηση αυτή τα 55 ήταν άντρες, δηλαδή το 49,5% και 56 ήταν γυναίκες, δηλαδή το 50,5% του συνόλου των ατόμων που δώσανε απάντηση (πίνακας 7.2.).

Από τα 64 άτομα που δηλώσανε ότι έρχονται από αστικά κέντρα τα 31 ήταν άντρες, δηλαδή το 48,4% και 33 ήταν γυναίκες, το 51,6%. Από τα 47 άτομα που δηλώσανε ότι έρχονται από χωριό, άντρες ήταν 24 άτομα, δηλαδή το 51,1% και γυναίκες ήταν 23 άτομα, δηλαδή 48,9%. Όπως βλέπουμε δεν υπάρχει μεγάλη διάφορα κατά φύλο και κατά τόπο κατοικίας των ερωτηθέντων.

Πίνακας 7.2. Από που είστε και φύλο

Είστε από ;	Φύλο		Σύνολο
	Άντρες	Γυναίκες	
Πόλη Αριθμός Ποσοστό : είστε από;	31 48,4%	33 51,6%	64 100,0%
Χωριό Αριθμός Ποσοστό: είστε από;	24 51,1%	23 48,9%	47 100,0%
Σύνολο Αριθμός Ποσοστό: είστε από;	55 49,5%	56 50,5%	111 100,0%

Η πλειοψηφία των ατόμων που απαντήσανε στην ερώτηση αυτή, το 48,6% ήταν άτομα μεγάλης ηλικίας, μεταξύ 56 και 65 ετών (54 άτομα). Μετά ήταν 23 άτομα ηλικίας μέχρι 45 ετών, το 20,7% και μεταξύ 46 και 55 ετών ήταν το 16,2% (18 άτομα). Οι λιγότεροι ήταν άτομα πάνω των 65 ετών, το 14,4% (16 άτομα). Όμως παρατηρούμε ότι συνολικά, οι περισσότεροι, το 63% ήταν άτομα πάνω των 56 ετών και μόνο το 37% ήταν άτομα κάτω των 55 ετών (πίνακας 7.3.).

Από τα 64 άτομα που δηλώσανε ότι έρχονται από αστικά κέντρα οι περισσότεροι, το 31,5% ήταν μεταξύ 56 και 65 ετών (24 άτομα). Μετά ήταν τα άτομα μέχρι 45 ετών, το 26,6%, τα άτομα μεταξύ 46 και 55 ετών το 21,9% και πάνω των 65 ετών το 14,1% (πίνακας 7.3.).

Από τα 47 άτομα που δηλώσανε ότι έρχονται από χωριό, ένα μεγάλο ποσοστό, το 63,8% ήταν μεταξύ 56 και 65 ετών, και το 14,9% ήταν πάνω των 65 ετών. Βλέπουμε ότι οι περισσότεροι, το 78,7% αυτών που έρχονται από χωριό ήταν πάνω των 56 ετών και μόνο το 21,3% ήταν κάτω των 55 ετών (πίνακας 7.3.).

Παρατηρούμε ότι υπάρχει διάφορα μεταξύ των τουριστών που έρχονται από αστικά κέντρα και αυτών που έρχονται από χωριό σε ότι αφορά την ηλικία. Ενώ, αυτοί που έρχονται από χωριό είναι οι περισσότεροι πάνω των 56 ετών, αυτοί που έρχονται από αστικά κέντρα είναι 51,6% πάνω των 56 ετών και 48,4% κάτω των 55 ετών.

Πίνακας 7.3. Από που είστε και ηλικία

Είστε από;		Ηλικία				Σύνολο
		Μέχρι 45 ετών	46-55 ετών	56-65 ετών	Πάνω των 65 ετών	
Πόλη	Αριθμός	17	14	24	9	64
	Ποσοστό : είστε από;	26,6%	21,9%	37,5%	14,1%	100,0%
Χωρίο	Αριθμός	6	4	30	7	47
	Ποσοστό: είστε από;	12,8%	8,5%	63,8%	14,9%	100,0%
Σύνολο	Αριθμός	23	18	54	16	111
	Ποσοστό: είστε από;	20,7%	16,2%	48,6%	14,4%	100,0%

Κατανομή των τουριστών κατά νομούς

Σε ότι αφορά την κατανομή των τουριστών κατά νομούς, οι περισσότεροι έρχονται στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat από τις γύρο περιοχές και νομούς: από το νομό Galati το 18,1% του δείγματος, από το νομό Vrancea το 11,0%, από το νομό Braila και Calarasi το 10,2%. Στο ιαματικό κέντρο έρχονται όμως και τουρίστες από νομούς και περιοχές που δεν είναι και τόσο κοντά: Neamt το 9,4% του δείγματος, Tulcea το 7,9%, Bacau το 7,1%, Botosani 6,3%, Vaslui το 5,5%, άλλους νομούς (Brasov, Ialomita, Giurgiu, Iasi, Buzau) το 8,7%. Οι λιγότεροι τουρίστες που απάντησαν ήταν από το νόμο Arges 2,4% και από την πρωτεύουσα 3,1% του δείγματος (πίνακας 7.4.).

Πίνακας 7.4. Κατανομή των τουριστών κατά νομούς

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Galati	23	18,1	18,1	18,1
Vrancea	14	11,0	11,0	29,1
Braila	13	10,2	10,2	39,3
Calarasi	13	10,2	10,2	49,5
Neamt	12	9,4	9,4	58,9
Άλλους	11	8,7	8,7	67,6
Tulcea	10	7,9	7,9	75,5
Bacau	9	7,1	7,1	82,6
Botosani	8	6,3	6,3	88,9
Vaslui	7	5,5	5,5	94,5
Bucuresti	4	3,1	3,1	97,6
Arges	3	2,4	2,4	100,0
Σύνολο	127	100,0	100,0	

**Η επίσκεψη τους ήταν η πρώτη στο ιαματικό κέντρο
Lacu Sarat;**

Οι περισσότεροι τουρίστες, 71 άτομα από τα 127, δεν ήρθαν για πρώτη φορά στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat. Το 55,9% των ερωτηθέντων απάντησαν ότι είχαν επισκεφθεί και άλλη φορά το ιαματικό κέντρο και το 44,1% ήρθαν για πρώτη φορά (πίνακας 7.5.).

**Πίνακας 7.5. Η επίσκεψη τους ήταν η πρώτη στο ιαματικό κέντρο
Lacu Sarat;**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Όχι	71	55,9	55,9	55,9
Ναι	56	44,1	44,1	100,0
Σύνολο	127	100,0		

Από τα 71 άτομα που δεν ήρθαν για πρώτη φορά στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat, το 46,5% ήταν άντρες, δηλαδή 33 άντρες και το 53,5%, δηλαδή 38 γυναίκες (πίνακας 7.6). Από τα 56 άτομα που ήρθαν για πρώτη φορά στο ιαματικό κέντρο, άντρες ήταν 51,8% (29 άτομα) και γυναίκες 48,2% (27 άτομα).

Πίνακας 7.6. Ήρθατε για πρώτη φορά στο ιαματικό κέντρο και φύλο

Ήρθατε για πρώτη φορά στο ιαματικό κέντρο;	Αριθμός Ποσοστό: Ήρθατε για πρώτη φορά στο ιαματικό κέντρο;	Φύλο		Σύνολο
		Άντρες	Γυναίκες	
Όχι	71 46,5%	33 46,5%	38 53,5%	71 100,0%
Ναι	56 44,1%	29 51,8%	27 48,2%	56 100,0%
Σύνολο	127 100,0%	62 48,8%	65 51,2%	127 100,0%

Σε ότι αφορά την ηλικία υπάρχει κάποια διάφορα μεταξύ τουριστών που ήρθαν για πρώτη φορά στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat και τουριστών που δεν ήρθαν για πρώτη φορά. Από τα 56 άτομα που ήρθαν για πρώτη φορά στο ιαματικό κέντρο, οι περισσότεροι, το 67,9% ήταν πάνω των 56 ετών (το 55,4% ήταν μεταξύ 56 και 65 ετών και το 12,5% πάνω των 65 ετών) και μόνο το 32,1% ήταν κάτω των 55 ετών (πίνακας 7.7.).

Από τα 71 άτομα που δεν ήρθαν για πρώτη φορά στο ιαματικό κέντρο, ένα μικρότερο ποσοστό ήταν πάνω των 56 ετών, το 53,5% και μεγαλύτερο ποσοστό ήταν κάτω των 55 ετών, το 46,5%, σε σχέση με αυτοί που ήρθαν για πρώτη φορά.

Πίνακας 7.7. Ήρθατε για πρώτη φορά στο ιαματικό κέντρο και ηλικία

Ηλικία		Ήρθατε για πρώτη φορά στο ιαματικό κέντρο		Σύνολο
		Όχι	Ναι	
Μέχρι 45 ετών	Αριθμός	13	11	24
	Ποσοστό: Ήρθατε για πρώτη φορά στο ιαματικό κέντρο;	18,3%	19,65%	18,9%
46-55 ετών	Αριθμός	15	7	22
	Ποσοστό: Ήρθατε για πρώτη φορά στο ιαματικό κέντρο;	21,1%	12,5%	17,3%
56-65 ετών	Αριθμός	30	31	61
	Ποσοστό: Ήρθατε για πρώτη φορά στο ιαματικό κέντρο;	42,3%	55,4%	48,0%
Πάνω των 65	Αριθμός	13	7	20
	Ποσοστό: Ήρθατε για πρώτη φορά στο ιαματικό κέντρο;	18,3%	12,5%	15,7%
Σύνολο	Αριθμός	71	56	127
	Ποσοστό: Ήρθατε για πρώτη φορά στο ιαματικό κέντρο;	100,0%	100,0%	100,0%

Σε ότι αφορά τον βαθμό γενικής ικανοποίησης των τουριστών από τις υπηρεσίες του ιαματικού κέντρου, υπάρχει μεγάλη διάφορα μεταξύ τουριστών που ήρθαν για πρώτη φορά (56 άτομα) και αυτών που δεν ήρθαν για πρώτη φορά στο ιαματικό κέντρο (71 άτομα).

Ένα μεγάλο ποσοστό των τουριστών που δεν ήρθαν για πρώτη φορά, το 57,8% δηλώσανε ότι ήταν πολύ και πάρα πολύ ικανοποιημένοι από το ιαματικό κέντρο, ενώ μόνο το 25% από αυτούς που ήρθαν για πρώτη φορά δηλώσανε το ίδιο πράγμα. Αρκετά ικανοποιημένοι δηλώσανε το 38% από αυτούς που δεν ήρθαν για πρώτη φορά και το 46,4% από αυτούς που ήρθαν για πρώτη φορά. Ενώ, μόνο το 4,2% από αυτούς που δεν ήρθαν για πρώτη φορά δηλώσανε ότι ήταν λίγο ικανοποιημένοι από τις υπηρεσίες του ιαματικού κέντρου, ένα μεγαλύτερο ποσοστό από αυτούς που ήρθαν για πρώτη φορά, το 28,6% δηλώσανε ότι ήταν λίγο και καθόλου ικανοποιημένοι (πίνακας 7.8.).

Πίνακας 7.8. Ήρθατε για πρώτη φορά στο ιαματικό κέντρο και πόσο ικανοποιημένοι είστε από το ιαματικό κέντρο

Πόσο ικανοποιημένοι είστε από το ιαματικό κέντρο		Ήρθατε για πρώτη φορά στο ιαματικό κέντρο		Σύνολο
		Όχι	Ναι	
Πάρα πολύ	Αριθμός Ποσοστό: Ήρθατε για πρώτη φορά στο ιαματικό κέντρο;	10	5	15
		14,1%	8,9%	11,8%
Πολύ	Αριθμός Ποσοστό: Ήρθατε για πρώτη φορά στο ιαματικό κέντρο;	31	9	40
		43,7%	16,1%	31,5%
Αρκετά	Αριθμός Ποσοστό: Ήρθατε για πρώτη φορά στο ιαματικό κέντρο;	27	26	53
		38%	46,4%	41,7%
Λίγο	Αριθμός Ποσοστό: Ήρθατε για πρώτη φορά στο ιαματικό κέντρο;	3	14	17
		4,2%	25,0%	13,4%
Καθόλου	Αριθμός Ποσοστό: Ήρθατε για πρώτη φορά στο ιαματικό κέντρο;	0	2	2
		0	3,6%	1,6%
Σύνολο	Αριθμός Ποσοστό: Ήρθατε για πρώτη φορά στο ιαματικό κέντρο;	71	56	127
		100,0%	100,0%	100,0%

Από αυτούς που ήρθανε για πρώτη φορά στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat, οι περισσότεροι, το 71,4% δηλώσανε ότι θα επισκεφθούν ξανά το

ιαματικό κέντρο. Οι υπόλοιποι, το 28,6% δηλώσανε ότι δεν θα επισκεφθούν ξανά το ιαματικό κέντρο, μάλλον επειδή ήταν λίγο ή καθόλου ικανοποιημένοι από τις υπηρεσίες του ιαματικού κέντρου . Από αυτούς που δεν ήρθανε για πρώτη φορά στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat, το μεγαλύτερο ποσοστό, το 94,4% δήλωσε ότι θα επισκεφθούν ξανά το ιαματικό κέντρο και μόνο το 5,6% ότι δεν θα έρθουν ξανά (πίνακας 7.9.).

Πίνακας 7.9. Ήρθατε για πρώτη φορά στο ιαματικό κέντρο και θα επισκεφθείτε ξανά το ιαματικό κέντρο

Ήρθατε για πρώτη φορά στο ιαματικό κέντρο;	Θα επισκεφθείτε ξανά το ιαματικό κέντρο;	Σύνολο	
		Όχι	Ναι
Όχι Αριθμός: 4 Ποσοστό: Ήρθατε για πρώτη φορά στο ιαματικό κέντρο; 5,6%		67 94,4%	71 100,0%
Ναι Αριθμός: 16 Ποσοστό: Ήρθατε για πρώτη φορά στο ιαματικό κέντρο; 28,6%		40 71,4%	56 100,0%
Σύνολο Αριθμός: 20 Ποσοστό: Ήρθατε για πρώτη φορά στο ιαματικό κέντρο; 15,7%		107 84,3%	127 100,0%

Από την έρευνα προέκυψε ότι, από αυτούς που δεν ήρθανε για πρώτη φορά στο ιαματικό κέντρο, οι μισοί, το 50,7% θα συστήσουν το ιαματικό κέντρο στους φίλους για διακοπές. Διαφορετικά δηλώσανε αυτοί που ήρθαν για πρώτη φορά στο ιαματικό κέντρο. Οι περισσότεροι από αυτούς, το 71,4% δηλώσανε ότι δεν θα συστήσουν το ιαματικό κέντρο στους φίλους για διακοπές και μόνο το 28,6% ότι θα το συστήσουν για διακοπές (πίνακας 7.10.).

Πίνακας 7.10. Ήρθατε για πρώτη φορά στο ιαματικό κέντρο και θα προτείνετε το ιαματικό κέντρο στους φίλους για διακοπές

Ήρθατε για πρώτη φορά στο ιαματικό κέντρο;		Θα συστήσετε το ιαματικό κέντρο στους φίλους για διακοπές;		Σύνολο
		Όχι	Ναι	
Όχι	Αριθμός Ποσοστό: Ήρθατε για πρώτη φορά στο ιαματικό κέντρο;	35 49,3%	36 50,7%	71 100,0%
Ναι	Αριθμός Ποσοστό: Ήρθατε για πρώτη φορά στο ιαματικό κέντρο;	40 71,4%	16 28,6%	56 100,0%
Σύνολο	Αριθμός Ποσοστό: Ήρθατε για πρώτη φορά στο ιαματικό κέντρο;	75 59,1%	52 40,9%	127 100,0%

Στην ερώτηση: θα συστήσετε το ιαματικό κέντρο στους φίλους για θεραπεία, οι περισσότεροι δηλώσανε ναι. Υπάρχει όμως διάφορα μεταξύ αυτών που ήρθαν για πρώτη φορά και αυτών που δεν ήρθαν για πρώτη φορά στο ιαματικό κέντρο. Ενώ, η μεγάλη πλειοψηφία τουριστών που δεν ήρθαν για πρώτη φορά, το 95,8% δηλώσανε ότι θα συστήσουν το ιαματικό κέντρο στους φίλους για θεραπεία, από αυτούς που ήρθαν για πρώτη φορά, το 69,6% θα συστήσουν το ιαματικό κέντρο για θεραπεία και το 30,4% δηλώσανε ότι δεν θα το συστήσουν (πίνακας 7.11.).

Πίνακας 7.11. Ήρθατε για πρώτη φορά στο ιαματικό κέντρο και θα προτείνετε το ιαματικό κέντρο στους φίλους για θεραπεία

Ήρθατε για πρώτη φορά στο ιαματικό κέντρο	Θα συστήσατε το ιαματικό κέντρο στους φίλους για θεραπεία;		Σύνολο
	Όχι	Ναι	
Όχι Αριθμός Ποσοστό: Ήρθατε για πρώτη φορά στο ιαματικό κέντρο;	3 4,2%	68 95,8%	71 100,0%
Ναι Αριθμός Ποσοστό: Ήρθατε για πρώτη φορά στο ιαματικό κέντρο;	17 30,4%	39 69,6%	56 100,0%
Σύνολο Αριθμός Ποσοστό: Ήρθατε για πρώτη φορά στο ιαματικό κέντρο;	20 15,7%	107 84,3%	127 100,0%

Επισκέψεις σε άλλα ιαματικά κέντρα της Ρουμανίας

Οι περισσότεροι, δηλαδή 108 άτομα δηλώσανε ότι πήγανε και σε άλλα ιαματικά κέντρα της Ρουμανίας. Όμως πολλά άτομα δηλώσανε ότι πήγανε σε περισσότερα από ένα ιαματικό κέντρο, δηλαδή σε 2, 3 ιαματικά κέντρα. Έτσι σε αυτή την ερώτηση έχουμε πολλαπλές απαντήσεις. Οι περισσότερες θετικές απαντήσεις έχουμε για τα ιαματικά κέντρα: Mamaia, Eforie, Neptun, τα οποία βρίσκονται στην ακτή της Μαύρης Θάλασσας 28 απαντήσεις και Amara 28 απαντήσεις. Μετά έχουμε τα ιαματικά κέντρα: Slanic Moldova 25 απαντήσεις, Calimanesti, Caciulata, Govora 22 απαντήσεις, Techirghiol 21 απαντήσεις, Herculane 20 απαντήσεις, Vatra Dornei 16 απαντήσεις, Covasna 15 απαντήσεις, Sovata 14 απαντήσεις, Felix, 1 Mai 13 απαντήσεις. Λιγότερες απαντήσεις έχουμε για τα ιαματικά κέντρα: Geoagiu και Tusnad με 5 απαντήσεις, Borsec 2 απαντήσεις (πίνακας 7.12.).

Σημασία έχουν για μας τα ιαματικά κέντρα: Amara, Techirghiol, Felix,

1 Μαί, Mamaia, όπου υπάρχουν λίμνες με νερό και λάσπη, που έχουν θεραπευτικές ιδιότητες όμοιες με αυτές της λίμνης Lacu Sarat. Παρατηρούμε ότι, αυτά τα ιαματικά κέντρα, που αναφέραμε πιο πάνω, τα είχαν επισκεφθεί στο παρελθόν πολλοί από τους τουρίστες που ήρθαν στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat .

Πίνακας 7.12. Επισκέψεις σε άλλα ιαματικά κέντρα της Ρουμανίας

	Name	Count	Pct. of response	Pct. of Cases
Calimanesti,Caciulata,Govora	Q.03.01	22	9,4	20,4
Herculane	Q.03.02	20	8,6	18,5
Amara	Q.03.03	28	12,0	25,9
Techirghiol	Q.03.04	21	9,0	19,4
Geoagiu	Q.03.05	5	2,1	4,6
Vatra Dornei	Q.03.06	16	6,9	14,8
Tusnad	Q.03.07	5	2,1	4,6
Felix, 1 Mai	Q.03.08	13	5,6	12,0
Slanic Moldova	Q.03.09	25	10,7	23,1
Covasna	Q.03.10	15	6,4	13,9
Slanic Prahova	Q.03.11	6	2,6	5,6
Borsec	Q.03.12	2	0,9	1,9
Sovata	Q.03.13	14	6,0	13,0
Soveja	Q.03.14	11	4,7	10,2
Mamaia,Eforie,Neptun	Q.03.15	28	12,0	25,9
Άλλα ιαματικά κέντρα	Q.03.16	2	0,9	1,9
19 missing cases ,108 valid cases	Σύνολο	233	100,0	215,7

Κατανομή προηγούμενων επισκέψεων στο ιαματικό κέντρο

Ο μέσος ορός επισκέψεων τουριστών στο ιαματικό κέντρο είναι 1,39 φορές. Το 17,3 % του συνόλου των τουριστών που απαντήσανε ήρθαν 2 φορές (22 άτομα) και 13,4% του δείγματος ήρθαν περισσότερα από 3 φορές στο ιαματικό κέντρο (17 άτομα). Το 12,6% του συνόλου των ερωτηθέντων δηλώσανε ότι ήρθαν μια φορά και το ίδιο ποσοστό δήλωσε ότι ήρθε τρεις φορές στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat (πίνακας 7.13.).

Πίνακας 7.13. Κατανομή προηγούμενων επισκέψεων στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat

Valid	127
Missing	0
Μέσος όρος	1,39
Μέση απικηλισή τετράγωνα	1,480

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ποτέ	56	44,1	44,1	44,1
Μια φορά	16	12,6	12,6	56,7
Δυο φορές	22	17,3	17,3	74,0
Τρεις φορές	16	12,6	12,6	86,6
Παραπάνω από τρεις φορές	17	13,4	13,4	100,0
Σύνολο	127	100,0	100,0	

Ο λόγος επίσκεψης του ιαματικού κέντρου Lacu Sarat

Η πλειοψηφία των επισκεπτών του ιαματικού κέντρου Lacu Sarat δήλωσε ότι ο κύριος λόγος του ταξιδιού τους ήταν μόνο η θεραπεία. Έτσι το 70,9% του δείγματος (90 άτομα) δήλωσαν ότι ο λόγος για το οποίο ήρθαν στο ιαματικό κέντρο ήταν μόνο η θεραπεία και το 29% του δείγματος (29 άτομα) ήρθαν για θεραπεία και ξεκούραση . Μπορούμε να πούμε ότι ο κύριος λόγος επίσκεψης του ιαματικού κέντρου ήταν η θεραπεία για το 93,7% του δείγματος, δηλαδή 119 άτομα.

Ένα πολύ μικρό ποσοστό δηλώσανε ότι ήρθαν μόνο για ξεκούραση 3,9% ή για άλλο λόγο 1,6% του δείγματος (πίνακας 7.14.). Για την έρευνα που κάνουμε σημαντικό είναι να διαπιστώσουμε τις εντυπώσεις και την γνώμη που έχουν για το ιαματικό κέντρο οι τουρίστες που ήρθαν για θεραπεία.

Πίνακας 7.14. Ο λόγος επίσκεψης στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Θεραπεία	90	70,9	70,9	70,9
Θεραπεία και Ξεκούραση	29	22,8	22,8	93,7
Ξεκούραση	5	3,9	3,9	97,6
Άλλο λόγο	2	1,6	1,6	99,2
Ξεκούραση και άλλο λόγο	1	0,8	0,8	100,0
Σύνολο	127	100,0	100,0	

Από αυτούς που ήρθαν μόνο για θεραπεία, 90 άτομα, το 53,3% ήταν γυναίκες (48 γυναίκες) και το 46,7% ήταν άντρες (42 άντρες). Από αυτούς που ήρθαν για θεραπεία και ξεκούραση, 29 άτομα, το 44,8% ήταν γυναίκες (13 γυναίκες) και 55,2% ήταν άντρες (16 άντρες). Συνολικά, από τα 119 άτομα που ήρθαν για θεραπεία τα 61 ήταν γυναίκες και 58 ήταν άντρες (πίνακας 7.15).

Πίνακας 7.15. Για πιο λόγο ήρθατε στο ιαματικό κέντρο και φύλο

Για πιο λόγο ήρθατε στο ιαματικό κέντρο;		Φύλο		Σύνολο
		Αντρες	Γυναίκες	
Θεραπεία	Αριθμός	42	48	90
	Ποσοστό: Για πιο λόγο ήρθατε στο ιαματικό κέντρο	46,7%	53,3%	100,0%
Ξεκούραση	Αριθμός	1	4	5
	Ποσοστό: Για πιο λόγο ήρθατε στο ιαματικό κέντρο	20,0%	80,0%	100,0%
Άλλο λόγο	Αριθμός	2	0	2
	Ποσοστό: Για πιο λόγο ήρθατε στο ιαματικό κέντρο	100,0%	0	100,0%
Θεραπεία και ξεκούραση	Αριθμός	16	13	29
	Ποσοστό: Για πιο λόγο ήρθατε στο ιαματικό κέντρο	55,2%	44,8%	100,0%
Ξεκούραση και άλλο λόγο	Αριθμός	1	0	1
	Ποσοστό: Για πιο λόγο ήρθατε στο ιαματικό κέντρο	100,0%	0	100,0%
Σύνολο	Αριθμός	62	65	127
	Ποσοστό: Για πιο λόγο ήρθατε στο ιαματικό κέντρο	48,8%	51,2%	100,0%

Από τους τουρίστες που ήρθαν για θεραπεία, 90 άτομα, οι περισσότεροι, τα 54 άτομα ήταν πάνω των 56 ετών, δηλαδή το 58,9% (το 43,3% ήταν μεταξύ 56 και 65 ετών και το 15,6% πάνω των 65 ετών) (πίνακας 7.16.). Το 27,8% ήταν μεταξύ 46 και 55 ετών και οι λιγότεροι ήταν κάτω των 45 ετών, το 13,3%. Από αυτούς που δηλώσανε ότι ήρθανε για θεραπεία και ξεκούραση, το 34,5% ήταν κάτω των 45 ετών (10 άτομα), το 27,6% ήταν μεταξύ 56 και 65 ετών (8 άτομα), το 24,1% ήταν μεταξύ 46 και 55 ετών και μόνο το 13,8% πάνω των 65 ετών (4 άτομα).

Πίνακας 7.16. Για πιο λόγο ήρθατε στο ιαματικό κέντρο και ηλικία

Για πιο λόγο ήρθατε στο ιαματικό κέντρο;		Ηλικία				Σύνολο
		Μέχρι 45 ετών	46 55 ετών	56 65 ετών	Πάνω των 65	
Θεραπεία	Αριθμός	12	25	39	14	90
	Ποσοστό: Για πιο λόγο ήρθατε στο ιαματικό κέντρο	13,3%	27,8%	43,3%	15,6%	100,0%
Ξεκούραση	Αριθμός	3	1	1	0	5
	Ποσοστό: Για πιο λόγο ήρθατε στο ιαματικό κέντρο	60,0%	20,0%	20,0%	0	100,0%
Άλλο λόγο	Αριθμός	1	1	0	0	2
	Ποσοστό: Για πιο λόγο ήρθατε στο ιαματικό κέντρο	50,0%	50,0%	0	0	100,0%
Θεραπεία και ξεκούραση	Αριθμός	10	7	8	4	29
	Ποσοστό: Για πιο λόγο ήρθατε στο ιαματικό κέντρο	34,5%	24,1%	27,6%	13,8%	100,0%
Ξεκούραση και άλλο λόγο	Αριθμός	1	0	0	0	1
	Ποσοστό: Για πιο λόγο ήρθατε στο ιαματικό κέντρο	100,0%	0	0	0	100,0%
Σύνολο	Αριθμός	27	34	48	18	127
	Ποσοστό: Για πιο λόγο ήρθατε στο ιαματικό κέντρο	21,3%	26,8%	37,8%	14,2%	100,0%

Από τα 119 άτομα που ήρθαν για θεραπεία, οι περισσότεροι, τα 68 άτομα είχαν έρθει και άλλη φορά στο ιαματικό κέντρο και τα 51 άτομα ήρθαν για πρώτη φορά. Το 54,4% των τουριστών που ήρθαν μόνο για θεραπεία είχαν έρθει και άλλη φορά στο ιαματικό κέντρο και το 45,6% από αυτούς ήταν για πρώτη φορά στο ιαματικό κέντρο. Από αυτούς που ήρθαν για θεραπεία και ξεκούραση, 29 άτομα, το 65,5% είχαν έρθει και άλλη φορά στο ιαματικό κέντρο και μόνο το 34,5% ήρθαν για πρώτη φορά (πίνακας 7.17.).

Πίνακας 7.17. Για πιο λόγο ήρθατε στο ιαματικό κέντρο και ήρθατε για πρώτη φορά στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat

Για πιο λόγο ήρθατε στο ιαματικό κέντρο;		Ήρθατε για πρώτη φορά στο ιαματικό κέντρο		Σύνολο
		Όχι	Ναι	
Θεραπεία	Αριθμός	49	41	90
	Ποσοστό: Για πιο λόγο ήρθατε στο ιαματικό κέντρο	54,4%	45,6%	100,0%
Ξεκούραση	Αριθμός	3	2	5
	Ποσοστό: Για πιο λόγο ήρθατε στο ιαματικό κέντρο	60,0%	40,0%	100,0%
Άλλο λόγο	Αριθμός	0	2	2
	Ποσοστό: Για πιο λόγο ήρθατε στο ιαματικό κέντρο	0	100,0%	100,0%
Θεραπεία και ξεκούραση	Αριθμός	19	10	29
	Ποσοστό: Για πιο λόγο ήρθατε στο ιαματικό κέντρο	65,5%	34,5%	100,0%
Ξεκούραση και άλλο λόγο	Αριθμός	0	1	1
	Ποσοστό: Για πιο λόγο ήρθατε στο ιαματικό κέντρο	0	100,0%	100,0%
Σύνολο	Αριθμός	71	56	127
	Ποσοστό: Για πιο λόγο ήρθατε στο ιαματικό κέντρο	55,9%	44,1%	100,0%

Η πλειοψηφία των τουριστών που ήρθαν μόνο για θεραπεία, το 87,8% μείνανε 18 μέρες στο ιαματικό κέντρο (79 άτομα). Το 6,7% από αυτούς (6 άτομα) μείνανε 14 μέρες και μόνο το 5,6% (5 άτομα) μείνανε 7 μέρες ή λιγότερες. Από αυτούς που ήρθανε για θεραπεία και ξεκούραση, το 37,9% μείνανε 18 μέρες και το 31% μείνανε 14 μέρες και 7 μέρες (πίνακας 7.18.). Βλέπουμε, ότι, για τους περισσότερους τουρίστες που ήρθαν για θεραπεία, η μέση διάρκεια παραμονής τους στο ιαματικό κέντρο είναι μεγάλη, 18 μέρες, πράγμα που ήταν αναμενόμενο.

Πίνακας 7.18. Για πιο λόγο ήρθατε στο ιαματικό κέντρο και πόσες μέρες έχουν μείνει στο ιαματικό κέντρο

Για πιο λόγο ήρθατε στο ιαματικό κέντρο;		Πόσες μέρες μείνατε στο ιαματικό κέντρο;			Σύνολο
		7 μέρες ή λιγότερες	14 μέρες	18 μέρες	
Θεραπεία	Αριθμός Ποσοστό: Για πιο λόγο ήρθατε στο ιαματικό κέντρο	5 5,6%	6 6,7%	79 87,8%	90 100,0%
Ξεκούραση	Αριθμός Ποσοστό: Για πιο λόγο ήρθατε στο ιαματικό κέντρο	4 80,0%	0 0	1 20,0%	5 100,0%
Άλλο λόγο	Αριθμός Ποσοστό: Για πιο λόγο ήρθατε στο ιαματικό κέντρο	2 100,0%	0 0	0 0	2 100,0%
Θεραπεία και ξεκούραση	Αριθμός Ποσοστό: Για πιο λόγο ήρθατε στο ιαματικό κέντρο	9 31,0%	9 31,0%	11 37,9%	29 100,0%
Ξεκούραση και άλλο λόγο	Αριθμός Ποσοστό: Για πιο λόγο ήρθατε στο ιαματικό κέντρο	1 100,0%	0 0	0 0	1 100,0%
Σύνολο	Αριθμός Ποσοστό: Για πιο λόγο ήρθατε στο ιαματικό κέντρο	21 16,5%	15 11,8%	91 71,7%	127 100,0%

Θα αναλύσουμε στην συνέχεια τον βαθμό γενικής ικανοποίησης από τις υπηρεσίες του ιαματικού κέντρου Lacu Sarat των τουριστών που ήρθαν για θεραπεία στο ιαματικό κέντρο. Το 43,3% των τουριστών που ήρθαν μόνο για θεραπεία δήλωσε ότι ήταν πολύ και πάρα πολύ ικανοποιημένοι από τις υπηρεσίες του ιαματικού κέντρου. Το 42,2% δήλωσε ότι ήταν αρκετά ικανοποιημένοι και μόνο το 14,4% ότι ήταν λίγοι ικανοποιημένοι. Σχεδόν τον ίδιο

βαθμό ικανοποίησης έχουμε και γι'αυτούς που ήρθαν για θεραπεία και ξεκούραση, μόνο που ήταν περισσότεροι αυτοί που δηλώσανε ότι ήταν λίγο και καθόλου ικανοποιημένοι, το 20,7%. Το 41,3% των τουριστών που ήρθαν για θεραπεία και ξεκούραση δηλώσανε ότι ήταν πολύ και πάρα πολύ ικανοποιημένοι και το 37,9% ότι ήταν αρκετά ικανοποιημένοι (πίνακας 7.19.).

Πίνακας 7.19. Για πιο λόγο ήρθατε στο ιαματικό κέντρο και πόσο ικανοποιημένοι είστε από το ιαματικό κέντρο

Για πιο λόγο ήρθατε στο ιαματικό κέντρο;		Πόσο ικανοποιημένοι είστε από το ιαματικό κέντρο;					Σύνολο
		Πάρα πολύ	Πολύ	Αρκετά	Λίγο	Καθόλου	
Θεραπεία	Αριθμός Ποσοστό: Για πιο λόγο ήρθατε στο ιαματικό κέντρο	10 11,1%	29 32,2%	38 42,2%	13 14,4%	0 0	90 100,0%
Ξεκούραση	Αριθμός Ποσοστό: Για πιο λόγο ήρθατε στο ιαματικό κέντρο	1 20,0%	1 20,0%	3 60,0%	0 0	0 0	5 100,0%
Άλλο λόγο	Αριθμός Ποσοστό: Για πιο λόγο ήρθατε στο ιαματικό κέντρο	1 50,0%	0 0	1 50,0%	0 0	0 0	2 100,0%
Θεραπεία και ξεκούραση	Αριθμός Ποσοστό: Για πιο λόγο ήρθατε στο ιαματικό κέντρο	3 10,3%	9 31,0%	11 37,9%	4 13,8%	2 6,9%	29 100,0%
Ξεκούραση και άλλο λόγο	Αριθμός Ποσοστό: Για πιο λόγο ήρθατε στο ιαματικό κέντρο	0 0	1 100,0%	0 0	0 0	0 0	1 100,0%
Σύνολο	Αριθμός Ποσοστό: Για πιο λόγο ήρθατε στο ιαματικό κέντρο	15 11,8%	40 31,5%	53 41,7%	17 13,4%	2 1,6%	127 100,0%

Η πλειοψηφία των τουριστών που ήρθαν μόνο για θεραπεία, το 83,3%, δήλωσε ότι θα ξαναέρθει στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat. Παρατηρούμε ότι, παρόλο που, μόνο το 43,3% δήλωσε ότι ήταν πολύ και πάρα πολύ ικανοποιημένοι από τις υπηρεσίες του ιαματικού κέντρου, θα ξαναέρθει ένα μεγαλύτερο ποσοστό, το 83,3%, δηλαδή και από αυτούς που ήταν αρκετά ικανοποιημένοι από τις υπηρεσίες του ιαματικού κέντρου (πίνακας 7.20.).

Ένα μεγάλο ποσοστό τουριστών που ήρθανε για θεραπεία και ξεκούραση, το 82,8% δήλωσε ότι θα ξαναέρθει στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat. Όμως, από αυτούς, το 3,5% δήλωσαν ότι ήταν λίγο ή καθόλου ικανοποιημένοι από τις υπηρεσίες του ιαματικού κέντρου.

Πίνακας 7.20. Για πιο λόγο ήρθατε στο ιαματικό κέντρο και θα επισκεφθείτε ξανά το ιαματικό κέντρο Lacu Sarat

Για πιο λόγο ήρθατε στο ιαματικό κέντρο;		Θα επισκεφθείτε ξανά το ιαματικό κέντρο		Σύνολο
		Όχι	Ναι	
Θεραπεία	Αριθμός	15	75	90
	Ποσοστό: Για πιο λόγο ήρθατε στο ιαματικό κέντρο	16,7%	83,3%	100,0%
Ξεκούραση	Αριθμός	0	5	5
	Ποσοστό: Για πιο λόγο ήρθατε στο ιαματικό κέντρο	0	100,0%	100,0%
Άλλο λόγο	Αριθμός	0	2	2
	Ποσοστό: Για πιο λόγο ήρθατε στο ιαματικό κέντρο	0	100,0%	100,0%
Θεραπεία και ξεκούραση	Αριθμός	5	24	29
	Ποσοστό: Για πιο λόγο ήρθατε στο ιαματικό κέντρο	17,2%	82,8%	100,0%
Ξεκούραση και άλλο λόγο	Αριθμός	0	1	1
	Ποσοστό: Για πιο λόγο ήρθατε στο ιαματικό κέντρο	0	100,0%	100,0%
Σύνολο	Αριθμός	20	107	127
	Ποσοστό: Για πιο λόγο ήρθατε στο ιαματικό κέντρο	15,7%	84,3%	100,0%

Η πλειοψηφία των τουριστών που ήρθαν μόνο για θεραπεία, το 83,3%, δήλωσε ότι θα προτείνουν το ιαματικό κέντρο στους φίλους για θεραπεία. Βλέπουμε ότι, αυτοί που δηλώσανε ότι θα ξαναέρθουν στο ιαματικό κέντρο, θα προτείνουν και στους φίλους το ιαματικό κέντρο για θεραπεία (πίνακας 7.21.).

Ένα μεγάλο ποσοστό από αυτούς που ήρθαν για θεραπεία και ξεκούραση, το 86,2% δήλωσαν ότι θα προτείνουν το ιαματικό κέντρο στους φίλους για θεραπεία. Όμως, μόνο το 82,8% από αυτούς δηλώσανε ότι θα ξαναέρθουν στο ιαματικό κέντρο, δηλαδή το 3,5% θα προτείνουν το ιαματικό κέντρο για θεραπεία χωρίς αυτοί να ξαναέρθουν στο ιαματικό κέντρο.

Πίνακας 7.21. Για πιο λόγο ήρθατε στο ιαματικό κέντρο και θα προτείνετε το ιαματικό κέντρο Lacu Sarat στους φίλους σας για θεραπεία

Για πιο λόγο ήρθατε στο ιαματικό κέντρο;		Θα προτείνετε το ιαματικό κέντρο στους φίλους για θεραπεία		Σύνολο
		Όχι	Ναι	
Θεραπεία	Αριθμός	15	75	90
	Ποσοστό: Για πιο λόγο ήρθατε στο ιαματικό κέντρο	16,7%	83,3%	100,0%
Ξεκούραση	Αριθμός	0	5	5
	Ποσοστό: Για πιο λόγο ήρθατε στο ιαματικό κέντρο	0	100,0%	100,0%
Άλλο λόγο	Αριθμός	1	1	2
	Ποσοστό: Για πιο λόγο ήρθατε στο ιαματικό κέντρο	50,0%	50,0%	100,0%
Θεραπεία και ξεκούραση	Αριθμός	4	25	29
	Ποσοστό: Για πιο λόγο ήρθατε στο ιαματικό κέντρο	13,8%	86,2%	100,0%
Ξεκούραση και άλλο λόγο	Αριθμός	0	1	1
	Ποσοστό: Για πιο λόγο ήρθατε στο ιαματικό κέντρο	0	100,0%	100,0%
Σύνολο	Αριθμός	20	107	127
	Ποσοστό: Για πιο λόγο ήρθατε στο ιαματικό κέντρο	15,7%	84,3%	100,0%

Το 42,4% των τουριστών που ήρθαν μόνο για θεραπεία δήλωσε ότι ήταν ούτε ικανοποιημένοι, ούτε δυσαρεστημένοι από την ποιότητα των θεραπευτικών υπηρεσιών. Το 30,6% από αυτούς δήλωσε ότι ήταν ικανοποιημένοι και πολύ ικανοποιημένοι. Όμως το 20,0% δήλωσε ότι ήταν αρκετά δυσαρεστημένοι και το 7,1% ότι ήταν πολύ δυσαρεστημένοι από την ποιότητα των θεραπευτικών υπηρεσιών (πίνακας 7.22.).

Το μεγαλύτερο ποσοστό των τουριστών που ήρθαν για θεραπεία και ξεκούραση, το 58,3% δήλωσε ότι ήταν ούτε ικανοποιημένοι, ούτε δυσαρεστημένοι από την ποιότητα των θεραπευτικών υπηρεσιών. Το 30,6% από αυτούς δήλωσε ότι ήταν ικανοποιημένοι και πολύ ικανοποιημένοι. Όμως το 17,2% δήλωσε ότι ήταν αρκετά δυσαρεστημένοι και το 7,1% ότι ήταν πολύ δυσαρεστημένοι από την ποιότητα των θεραπευτικών υπηρεσιών.

Πίνακας 7.22. Για πιο λόγο ήρθατε στο ιαματικό κέντρο και πόσο ικανοποιημένοι είστε από την ποιότητα των θεραπευτικών υπηρεσιών στο ιαματικό κέντρο

Για πιο λόγο ήρθατε στο ιαματικό κέντρο;		Πόσο ικανοποιημένοι είστε από την ποιότητα των θεραπευτικών υπηρεσιών					Σύνολο
		Πολύ ικανοποι ημένος	Ικανοποι ημένος	Ούτε ικανοποι ημένος, ούτε δυσανεσ τημένος	Αρκετά δυσανεσ τημένος	Πολύ δυσανεσ τημένος	
Θεραπεία	Αριθμός Ποσοστό: Για πιο λόγο ήρθατε στο ιαματικό κέντρο	8 9,4%	18 21,2%	36 42,4%	17 20,0%	6 7,1%	85 100 %
Ξεκούραση	Αριθμός Ποσοστό: Για πιο λόγο ήρθατε στο ιαματικό κέντρο	2 100,0%	0 0%	0 0%	0 0	0 0	2 100 %
Θεραπεία και ξεκούραση	Αριθμός Ποσοστό: Για πιο λόγο ήρθατε στο ιαματικό κέντρο	2 8,3%	4 16,7%	14 58,3%	2 8,3%	2 8,3%	24 100%
Σύνολο	Αριθμός Ποσοστό: Για πιο λόγο ήρθατε στο ιαματικό κέντρο	12 10,8%	22 19,8%	50 45,0%	19 17,1%	8 7,2%	111 100 %

Από αυτούς που ήρθαν μόνο για θεραπεία, οι περισσότεροι, το 87,8% είχαν σαν σημαντικό και πολύ σημαντικό κριτήριο επιλογής του ιαματικού κέντρου, το νερό και την λάσπη της λίμνης. Το νερό και η λάσπη της λίμνης ήταν σημαντικό και πολύ σημαντικό κριτήριο επιλογής για όλους τους τουρίστες που ήρθαν για θεραπεία και ξεκούραση: για το 84,6% ήταν πολύ σημαντικό κριτήριο επιλογής και για το 15,4% ήταν σημαντικό κριτήριο (πίνακας 7.23.) .

Πίνακας 7.23. Για πιο λόγο ήρθατε στο ιαματικό κέντρο και πόσο σημαντικό κριτήριο επιλογής του ιαματικού κέντρου ήταν το νερό και η λάσπη της λίμνης

Για πιο λόγο ήρθατε στο ιαματικό κέντρο;		Πόσο σημαντικό κριτήριο επιλογής ήταν το νερό και η λάσπη της λίμνης			Σύνολο
		Πολύ σημαντικό	Σημαντικό	Λιγότερο σημαντικό	
Θεραπεία	Αριθμός Ποσοστό: Για πιο λόγο ήρθατε στο ιαματικό κέντρο	33 40,2%	39 47,6%	10 12,2%	82 100,0%
Ξεκούραση	Αριθμός Ποσοστό: Για πιο λόγο ήρθατε στο ιαματικό κέντρο	2 50,0%	2 50,0%	0 0%	4 100,0%
Θεραπεία και ξεκούραση	Αριθμός Ποσοστό: Για πιο λόγο ήρθατε στο ιαματικό κέντρο	22 84,6%	4 15,4%	0 0%	26 100,0%
Σύνολο	Αριθμός Ποσοστό: Για πιο λόγο ήρθατε στο ιαματικό κέντρο	57 50,9%	45 40,2%	10 8,9%	112 100,0%

Η σύσταση του ιατρού ήταν ένα πολύ σημαντικό και σημαντικό κριτήριο επιλογής του ιαματικού κέντρου για το 93,4% των τουριστών που ήρθαν μόνο για θεραπεία και για το 81,3% των τουριστών που ήρθαν για θεραπεία και ξεκούραση (πίνακας 7.24.).

Πίνακας 7.24. Για πιο λόγο ήρθατε στο ιαματικό κέντρο και πόσο σημαντικό κριτήριο επιλογής του ιαματικού κέντρου ήταν η σύσταση του ιατρού

Για πιο λόγο ήρθατε στο ιαματικό κέντρο;		Πόσο σημαντικό κριτήριο επιλογής ήταν η σύσταση του ιατρού			Σύνολο
		Πολύ σημαντικό	Σημαντικό	Λιγότερο σημαντικό	
Θεραπεία	Αριθμός Ποσοστό: Για πιο λόγο ήρθατε στο ιαματικό κέντρο	41 54,7%	29 38,7%	5 6,7%	75 100,0%
Ξεκούραση	Αριθμός Ποσοστό: Για πιο λόγο ήρθατε στο ιαματικό κέντρο	1 50,0%	1 50,0%	0 0%	2 100,0%
Θεραπεία και ξεκούραση	Αριθμός Ποσοστό: Για πιο λόγο ήρθατε στο ιαματικό κέντρο	3 18,8%	10 62,5%	3 18,8%	16 100,0%
Σύνολο	Αριθμός Ποσοστό: Για πιο λόγο ήρθατε στο ιαματικό κέντρο	45 48,4%	40 43,0%	8 8,6%	93 100,0%

Πότε επισκεφτήκατε τελευταία φορά το ιαματικό κέντρο Lacu Sarat

Οι περισσότεροι τουρίστες, 31 άτομα, το 24,4% του δείγματος, επισκεφτήκατε το ιαματικό κέντρο πριν ένα χρόνο και 24 άτομα, το 18,9% του δείγματος, πριν 2 χρόνια. Αυτοί που επισκεφτήκατε το ιαματικό κέντρο πριν από τρία χρόνια είναι 10 άτομα, το 7,9% του δείγματος και παραπάνω από τρία χρόνια είναι μόνο 6 άτομα, το 4,7% (πίνακας 7.25.).

Από τους 127 ερωτηθέντους, δεν απαντήσανε σε αυτή την ερώτηση 56 άτομα, δηλαδή το 55,9% του δείγματος, οι οποίοι είναι αυτοί που ήρθαν για πρώτη φορά στο ιαματικό κέντρο.

Από αυτούς που ήρθανε και άλλη φορά στο ιαματικό κέντρο, 71 άτομα, η μεγάλη πλειοψηφία, το 77,5%, ήρθανε τα τελευταία δύο χρόνια στο ιαματικό κέντρο και μόνο το 22,5% ήρθανε πριν από τρία χρόνια και παραπάνω.

Ο μέσος χρόνος επίσκεψης του ιαματικού κέντρου είναι περίπου 1 χρόνο και 9 μήνες πριν.

Πίνακας 7.25. Πότε επισκεφτήκανε τελευταία φορά το ιαματικό κέντρο Lacu Sarat

Valid	71
Missing	56
Mean	1,87
Std.Deviation	0,955

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Πριν 1 χρόνο	31	24,4	43,7	43,7
Πριν 2 χρόνια	24	18,9	33,8	77,5
Πριν 3 χρόνια	10	7,9	14,1	91,5
Παραπάνω από 3 χρόνια	6	4,7	8,5	100,0
Σύνολο	71	55,9	100,0	

Μέση διάρκεια παραμονής των ερωτηθέντων στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat

Η μέση διάρκεια παραμονής των ερωτηθέντων στο ιαματικό κέντρο είναι μεγάλη, 18 μέρες. Αυτό γιατί οι περισσότεροι ήρθανε για θεραπεία στο ιαματικό κέντρο και χρειαζόταν να μείνουν πολλές μέρες στο ιαματικό κέντρο για να κάνουν την κατάλληλη θεραπεία, εστί ως στο τέλος να έχουν θετικά αποτελέσματα και να δουν μια βελτίωση της κατάσταση της υγεία τους . Από τα 127 άτομα, τα 91 άτομα, δηλαδή το 71,7% απαντήσανε ότι μείνανε στο

ιαματικό κέντρο για 18 μέρες, 21 άτομα, δηλαδή το 16,5% μείνανε για 7 μέρες και λιγότερες και μόνο 15 άτομα, ποσοστό 11,8% για 14 μέρες (πίνακας 7.26.).

Πίνακας 7.26. Μέση διάρκεια παραμονής των ερωτηθέντων στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 7 μέρες ή λιγότερες	21	16,5	16,5	16,5
14 μέρες	15	11,8	11,8	28,3
18 μέρες	91	71,7	71,7	100,0
Σύνολο	127	100,0	100,0	

Ήρθανε μόνοι τους στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat;

Στην ερώτηση: με ποιον ήρθατε φέτος στο ιαματικό κέντρο, η πλειοψηφία των επισκεπτών, 40,9% δήλωσε ότι ήρθανε μόνοι τους. Αμέσως μετά είναι αυτοί που ήρθανε με τον (την) σύζυγο στο ιαματικό κέντρο, 37,8 % και αυτοί που ήρθανε με την οικογένεια μαζί με τα παιδιά 15%. Ένα μικρό ποσοστό δήλωσε ότι ήρθανε με τους φίλους, μόνο 3,1% ή με τους φίλους και με την οικογένεια 3,2% (πίνακας 7.27.).

Πίνακας 7.27. Με ποιον ήρθανε στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Μόνος(η)	52	40,9	40,9	40,9
Με τον(την) σύζυγο	48	37,8	37,8	78,7
Με την οικογένεια και παιδιά	19	15,0	15,0	93,7
Με τους φίλους	4	3,1	3,1	96,8
Με οικογένεια και φίλους	3	2,4	2,4	99,2
Με τον σύζυγο και φίλους	1	0,8	0,8	100,0
Σύνολο	127	100,0	100,0	

Γενική ικανοποίηση για το ιαματικό κέντρο Lacu Sarat

Το 41,7% του δείγματος (53 άτομα) δήλωσε ότι, γενικά, είναι αρκετά ικανοποιημένοι από τις υπηρεσίες που τους πρόσφερε το ιαματικό κέντρο Lacu Sarat, το 31,5% του δείγματος (40 άτομα) δήλωσε ότι είναι πολύ ικανοποιημένοι, 13,4% του δείγματος (17 άτομα) δήλωσε ότι είναι λίγο ικανοποιημένοι, το 11,8% του δείγματος (15 άτομα) δήλωσε ότι είμαι πολύ ικανοποιημένοι και μόνο 1,6% δεν ήταν καθόλου ικανοποιημένοι.

Παρατηρούμε, ότι οι περισσότεροι τουρίστες, το 43,3% δηλώσανε ότι είναι πολύ και πάρα πολύ ικανοποιημένοι, ενώ μόνο το 15% δηλώσανε ότι είναι λίγο και καθόλου ικανοποιημένοι από τις υπηρεσίες του ιαματικού κέντρου (πίνακας 7.28.).

Πίνακας 7.28. Γενική ικανοποίηση για το ιαματικό κέντρο Lacu Sarat

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Καθόλου	2	1,6	1,6	1,6
Λίγο	17	13,4	13,4	15,0
Αρκετά	53	41,7	41,7	56,7
Πολύ	40	31,5	31,5	88,2
Πάρα πολύ	15	11,8	11,8	100,0
Σύνολο	127	100,0	100,0	

Από αυτούς που δηλώσανε πάρα πολύ ικανοποιημένοι, 15 άτομα, το 60,0% (9 άτομα) ήταν άντρες και το 40% ήταν γυναίκες (6 άτομα) (πίνακας 7.29.). Το ποσοστό των αντρων που δηλώσανε ότι ήταν πολύ ικανοποιημένοι είναι ίσον με το ποσοστό των γυναικών που δηλώσανε το ίδιο πράγμα, 50%, δηλαδή 20 άντρες και 20 γυναίκες. Από αυτούς που δηλώσανε αρκετά ικανοποιημένοι, 53 άτομα, το 52,8% ήταν γυναίκες και το 47,2% ήταν άντρες. Οι γυναίκες ήταν πιο πολλές (11 γυναίκες) αυτές που δηλώσανε ότι ήταν λίγο και καθόλου ικανοποιημένες από τις υπηρεσίες του ιαματικού κέντρου, ενώ οι άντρες ήταν 8.

Πίνακας 7.29 Πόσο ικανοποιημένοι είστε από τις υπηρεσίες που σας προσφέρει το ιαματικό κέντρο και φύλο

Πόσο ικανοποιημένοι είστε από το ιαματικό κέντρο;		Φύλο		Σύνολο
		Άντρες	Γυναίκες	
Πάρα πολύ	Αριθμός	9	6	15
	Ποσοστό: Πόσο ικανοποιημένοι είστε από το ιαματικό κέντρο	60,0%	40,0%	100,0%
Πολύ	Αριθμός	20	20	40
	Ποσοστό: Πόσο ικανοποιημένοι είστε από το ιαματικό κέντρο	50,0%	50,0%	100,0%
Αρκετά	Αριθμός	25	28	53
	Ποσοστό: Πόσο ικανοποιημένοι είστε από το ιαματικό κέντρο	47,2%	52,8%	100,0%
Λίγο	Αριθμός	8	9	17
	Ποσοστό: Πόσο ικανοποιημένοι είστε από το ιαματικό κέντρο	47,1%	52,9%	100,0%
Καθόλου	Αριθμός	0	2	2
	Ποσοστό: Πόσο ικανοποιημένοι είστε από το ιαματικό κέντρο	0%	100,0%	100,0%
Σύνολο	Αριθμός	62	65	127
	Ποσοστό: Πόσο ικανοποιημένοι είστε από το ιαματικό κέντρο	48,8%	51,2%	100,0%

Σε ότι αφορά την ηλικία, οι περισσότεροι, τα 11 άτομα, από αυτούς που δηλώσανε πάρα πολύ ικανοποιημένοι, ήταν μεταξύ 46 και 65 ετών (το 73,3%), τα 3 άτομα πάνω των 65 ετών (20%) και μόνο 1 άτομο κάτω των 45 ετών. Από αυτούς που δηλώσανε πολύ ικανοποιημένοι, 40 άτομα, έχουμε διαφορετικό ποσοστό μόνο για τα άτομα πάνω των 65 ετών, το 17,5%, ενώ για τις άλλες κατηγορίες ηλικιών έχουμε το ίδιο ποσοστό, το 27,5%. Όπως βλέπουμε, οι περισσότεροι που δηλώσανε πάρα πολύ και πολύ ικανοποιημένοι ήταν μεταξύ 46 και 65 ετών, 33 άτομα (πίνακας 7.30.).

Από αυτούς που ήταν αρκετά ικανοποιημένοι (53 άτομα), το 43,4% ήταν μεταξύ 56 και 65 ετών, το 24,5% ήταν κάτω των 45 ετών, το 18,9% μεταξύ 46 και 55 ετών και το 13,2% πάνω των 65 ετών. Και σε αυτή την κατηγορία

βλέπουμε ότι, οι περισσότεροι ήταν μεταξύ 46 και 65 ετών, το 62,3% από τα 53 άτομα που δηλώσανε αρκετά ικανοποιημένοι.

Αυτοί που δηλώσανε λίγο ικανοποιημένοι (17 άτομα), το 82,4% ήταν μεταξύ 46 και 65 ετών και μόνο το 11,8% κάτω των 45 ετών και 5,9% πάνω των 65 ετών.

Πίνακας 7.30. Πόσο ικανοποιημένοι είστε από τις υπηρεσίες που σας προσφέρει το ιαματικό κέντρο και ηλικία

		Ηλικία				Σύνολο
		Μέχρι 45 ετών	46 55 ετών	56 65 ετών	Πάνω των 65 ετών	
Πάρα πολύ	Αριθμός Ποσοστό: Πόσο ικανοποιημένοι είστε από το ιαματικό κέντρο	1 6,7%	6 40,0%	5 33,3%	3 20,0%	15 100,0%
Πολύ	Αριθμός Ποσοστό: Πόσο ικανοποιημένοι είστε από το ιαματικό κέντρο	11 27,5%	11 27,5%	11 27,5%	7 17,5%	40 100,0%
Αρκετά	Αριθμός Ποσοστό: Πόσο ικανοποιημένοι είστε από το ιαματικό κέντρο	13 24,5%	10 18,9%	23 43,4%	7 13,2%	53 100,0%
Λίγο	Αριθμός Ποσοστό: Πόσο ικανοποιημένοι είστε από το ιαματικό κέντρο	2 11,8%	7 41,2%	7 41,2%	19 5,9%	17 100,0%
Καθόλου	Αριθμός Ποσοστό: Πόσο ικανοποιημένοι είστε από το ιαματικό κέντρο	0 0%	0 0%	2 100,0%	0 0%	2 100,0%
Σύνολο	Αριθμός Ποσοστό: Πόσο ικανοποιημένοι είστε από το ιαματικό κέντρο	27 21,3%	34 26,8%	48 37,8%	18 14,2%	127 100,0%

Όλοι αυτοί που ήταν πάρα πολύ και πολύ ικανοποιημένοι από τις υπηρεσίες του ιαματικού κέντρου, 55 άτομα, δηλώσανε ότι θα έρθουν ξανά στο

Lacu Sarat. Από αυτούς που ήταν αρκετά ικανοποιημένοι, το 94,3%, (50 άτομα) δηλώσανε ότι θα έρθουν ξανά στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat και μόνο το 5,7% (3 άτομα) ότι δεν θα ξαναέρθουν (πίνακας 7.31.).

Οι περισσότεροι από αυτούς που ήταν λίγο ικανοποιημένοι, το 88,2%, δηλώσανε ότι δεν θα ξαναέρθουν στο ιαματικό κέντρο. Όμως, και ένα ποσοστό 11,8% δηλώσανε ότι θα έρθουν ξανά στο ιαματικό κέντρο, παρόλο που ήταν λίγο ικανοποιημένοι για τις υπηρεσίες του ιαματικού κέντρου. Όλοι αυτοί που ήταν καθόλου ικανοποιημένοι δεν θα ξαναέρθουν στο ιαματικό κέντρο, πράγμα που ήταν αναμενόμενο.

Πίνακας 7.31. Πόσο ικανοποιημένοι είστε από τις υπηρεσίες που σας προσφέρει το ιαματικό κέντρο και θα επισκεφθείτε ξανά το ιαματικό κέντρο

Πόσο ικανοποιημένοι είστε από το ιαματικό κέντρο;		Θα επισκεφθείτε ξανά το ιαματικό κέντρο		Σύνολο
		Όχι	Ναι	
Πάρα πολύ	Αριθμός	0	15	15
	Ποσοστό: Πόσο ικανοποιημένοι είστε από το ιαματικό κέντρο	0%	100,0%	100,0%
Πολύ	Αριθμός	0	40	40
	Ποσοστό: Πόσο ικανοποιημένοι είστε από το ιαματικό κέντρο	0%	100,0%	100,0%
Αρκετά	Αριθμός	3	50	53
	Ποσοστό: Πόσο ικανοποιημένοι είστε από το ιαματικό κέντρο	5,7%	94,3%	100,0%
Λίγο	Αριθμός	15	2	17
	Ποσοστό: Πόσο ικανοποιημένοι είστε από το ιαματικό κέντρο	88,2%	11,8%	100,0%
Καθόλου	Αριθμός	2	0	2
	Ποσοστό: Πόσο ικανοποιημένοι είστε από το ιαματικό κέντρο	100,0%	0%	100,0%
Σύνολο	Αριθμός	20	107	127
	Ποσοστό: Πόσο ικανοποιημένοι είστε από το ιαματικό κέντρο	15,7%	84,3%	100,0%

Στην ερώτηση αν θα προτείνουν το ιαματικό κέντρο στους φίλους για διακοπές ή θεραπεία, τα αποτελέσματα της έρευνα είναι διαφορετικά. Από τα 15 άτομα που ήταν πάρα πολύ ικανοποιημένοι από το ιαματικό κέντρο, όλοι δηλώσανε ότι θα προτείνουν στους φίλους τους το ιαματικό κέντρο για θεραπεία, ενώ για διακοπές το 73,3% δηλώσανε ότι θα το προτείνουν (πίνακας 7. 32.,7.33.).

Αυτοί που ήταν πολύ ικανοποιημένοι (40 άτομα) δηλώσανε όλοι ότι θα προτείνουν το ιαματικό κέντρο για θεραπεία στους φίλους, ενώ μόνο τα 25 άτομα, το 62,5%, θα το προτείνουν για διακοπές. Το 37,5% από αυτούς που ήταν παρά πολύ ικανοποιημένοι δεν θα το προτείνουν για διακοπές.

Από τα 53 άτομα που ήταν αρκετά ικανοποιημένα από το ιαματικό κέντρο, το 92,5% θα το προτείνουν για θεραπεία, ενώ, αντίθετα, η πλειοψηφία, το 69,8% δεν θα το προτείνουν για διακοπές (πίνακας 7.32.,7.33.). Βλέπουμε ότι, όσο ο βαθμός ικανοποίησης των τουριστών μειώνεται, τόσο λιγότεροι θα είναι αυτοί που θα προτείνουν το ιαματικό κέντρο για διακοπές. Έτσι, από αυτούς που ήταν λίγο ικανοποιημένοι το 100,0 δεν θα προτείνουν το ιαματικό κέντρο για διακοπές, ενώ ένα μικρό ποσοστό, το 17,6% θα το προτείνουν για θεραπεία.

Πίνακας 7.32. Πόσο ικανοποιημένοι είστε από τις υπηρεσίες που σας προσφέρει το ιαματικό κέντρο και θα προτείνατε το ιαματικό κέντρο στους φίλους σας για διακοπές

Πόσο ικανοποιημένοι είστε από το ιαματικό κέντρο;		Θα προτείνατε το ιαματικό κέντρο για διακοπές		Σύνολο
		Όχι	Ναι	
Πάρα πολύ	Αριθμός	4	11	15
	Ποσοστό: Πόσο ικανοποιημένοι είστε Από το ιαματικό κέντρο	26,7%	100,0%	100,0%
Πολύ	Αριθμός	15	25	40
	Ποσοστό: Πόσο ικανοποιημένοι είστε Από το ιαματικό κέντρο	37,5%	62,5%	100,0%
Αρκετά	Αριθμός	37	16	53
	Ποσοστό: Πόσο ικανοποιημένοι είστε Από το ιαματικό κέντρο	69,8%	30,2%	100,0%
Λίγο	Αριθμός	17	0	17
	Ποσοστό: Πόσο ικανοποιημένοι είστε Από το ιαματικό κέντρο	100,0%	0%	100,0%
Καθόλου	Αριθμός	2	0	2
	Ποσοστό: Πόσο ικανοποιημένοι είστε Από το ιαματικό κέντρο	100,0%	0%	100,0%
Σύνολο	Αριθμός	75	52	127
	Ποσοστό: Πόσο ικανοποιημένοι είστε Από το ιαματικό κέντρο	59,1%	40,9%	100,0%

Πίνακας 7.33. Πόσο ικανοποιημένοι είστε από τις υπηρεσίες που σας προσφέρει το ιαματικό κέντρο και θα προτείνατε το ιαματικό κέντρο στους φίλους σας για θεραπεία

Πόσο ικανοποιημένοι είστε από το ιαματικό κέντρο;		Θα προτείνατε το ιαματικό κέντρο για θεραπεία		Σύνολο
		Όχι	Ναι	
Πάρα πολύ	Αριθμός	0	15	15
	Ποσοστό: Πόσο ικανοποιημένοι είστε Από το ιαματικό κέντρο	0%	100,0%	100,0%
Πολύ	Αριθμός	0	40	40
	Ποσοστό: Πόσο ικανοποιημένοι είστε Από το ιαματικό κέντρο	0%	100,0%	100,0%
Αρκετά	Αριθμός	4	49	53
	Ποσοστό: Πόσο ικανοποιημένοι είστε Από το ιαματικό κέντρο	7,5%	92,5%	100,0%
Λίγο	Αριθμός	14	3	17
	Ποσοστό: Πόσο ικανοποιημένοι είστε Από το ιαματικό κέντρο	82,4%	17,6%	100,0%
Καθόλου	Αριθμός	2	0	2
	Ποσοστό: Πόσο ικανοποιημένοι είστε Από το ιαματικό κέντρο	100,0%	0%	100,0%
Σύνολο	Αριθμός	20	107	127
	Ποσοστό: Πόσο ικανοποιημένοι είστε Από το ιαματικό κέντρο	15,7%	84,3%	100,0%

Πόσοι θα επισκεφθούν ξανά το ιαματικό κέντρο Lacu Sarat;

Η πλειοψηφία των ερωτηθέντων 84,3% του δείγματος, δηλαδή 107 άτομα, απάντησε ότι θα ξαναέρθει στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat. Μόνο το 15,7% απάντησε ότι δεν θα ξαναέρθει στο ιαματικό κέντρο (πίνακας 7.34.).

Από αυτούς που θα ξαναέρθουν στο ιαματικό κέντρο, η πλειοψηφία, το 94,4% είναι αυτοί που ήρθαν και άλλη φορά στο ιαματικό κέντρο. Μπορούμε να πούμε ότι έχουμε ένα μεγάλο ποσοστό επαναλαμβανόμενων πελατών.

Όμως, μεγάλο είναι και το ποσοστό των τουριστών που ήρθανε για πρώτη φορά και θα ξαναέρθουν στο ιαματικό κέντρο, το 71,4%.

Πίνακας 7.34. Πόσοι θα επισκεφθούν ξανά το ιαματικό κέντρο Lacu Sarat;

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Όχι	20	15,7	15,7	15,7
Ναι	107	84,3	84,3	100,0
Σύνολο	127	100,0	100,0	

Πόσοι θα προτείνουν το ιαματικό κέντρο Lacu Sarat στους φίλους για διακοπές

Το 59,1% του δείγματος (75 άτομα) δήλωσε ότι δεν θα προτείνουν το ιαματικό κέντρο Lacu Sarat στους φίλους για διακοπές. Οι υπόλοιποι, 52 άτομα, το 40,9% του δείγματος δηλώσανε ότι θα προτείνουν το ιαματικό κέντρο στους φίλους για διακοπές (πίνακας 7.35.).

Παρόλο που, η πλειοψηφία των ερωτηθέντων 84,3% του δείγματος, δηλαδή 107 άτομα, απάντησε ότι θα ξαναέρθει στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat, βλέπουμε ότι, μόνο το 40,9% του δείγματος θα προτείνουν το ιαματικό κέντρο στους φίλους για διακοπές. Η περισσότεροι δεν θα το προτείνουν για διακοπές, επειδή, για διάφορους λόγους, δεν το θεωρούν το κατάλληλο μέρος για να περάσει κάποιος εδώ τις διακοπές τους.

Πίνακας 7.34. Πόσοι θα προτείνουν το ιαματικό κέντρο Lacu Sarat στους φίλους για διακοπές

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Όχι	75	59,1	59,1	59,1
Ναι	52	40,9	40,9	100,0
Σύνολο	127	100,0	100,0	

Πόσοι θα προτείνουν το ιαματικό κέντρο Lacu Sarat στους φίλους για θεραπεία

Η πλειοψηφία των ερωτηθέντων 84,3% του δείγματος, δηλαδή 107 άτομα, απάντησε ότι θα συστήσουν το ιαματικό κέντρο Lacu Sarat στους φίλους για θεραπεία. Μόνο το 15,7% του δείγματος, δηλαδή 20 άτομα, απάντησε ότι δεν θα συστήσουν το ιαματικό κέντρο Lacu Sarat στους φίλους για θεραπεία (πίνακας 7.36.).

Βλέπουμε, ότι το ίδιο ποσοστό που δήλωσε ότι θα ξαναέρθει στο ιαματικό κέντρο, το 84,3% του δείγματος, θα συστήσουν το ιαματικό κέντρο για θεραπεία, δηλαδή θεωρούν ότι το Lacu Sarat είναι κατάλληλο για θεραπεία και όχι τόσο πολύ για διακοπές.

Πίνακας 7.36. Πόσοι θα προτείνουν το ιαματικό κέντρο στους φίλους για θεραπεία

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Όχι	20	15,7	15,7	15,7
Ναι	107	84,3	84,3	100,0
Σύνολο	127	100,0	100,0	

Ικανοποίηση ως προς συγκεκριμένους παράγοντες του ιαματικού κέντρου Lacu Sarat

Τα αποτελέσματα που έδειξε η έρευνα για κάθε μία πρόταση είναι τα εξής:

Από το νερό και την λάσπη της λίμνης οι περισσότεροι δηλώσανε ότι ήταν πολύ ικανοποιημένοι, το 37,8% του δείγματος. Το 31,5% του δείγματος δήλωσε ότι ήταν ικανοποιημένοι, το 18,1% του δείγματος δήλωσε ότι ήταν ούτε ικανοποιημένοι, ούτε δυσαρεστημένοι και μόνο 5,5% του δείγματος δήλωσε ότι ήταν αρκετά δυσαρεστημένοι. Ένα ποσοστό 7,1% του δείγματος δεν

δήλωσε τίποτα για το βαθμό ικανοποίησή τους από αυτό το παράγοντα. Βλέπουμε ότι, οι περισσότεροι, το 69,3% του δείγματος δήλωσε ένα μεγάλο βαθμό ικανοποίησης από το νερό και την λάσπη της λίμνης (πίνακας 7.37.).

Πίνακας 7.37. Πόσο ικανοποιημένοι ήταν από το νερό και την λάσπη της λίμνης

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Πολύ ικανοποιημένος	48	37,8	40,7	40,7
Ικανοποιημένος	40	31,5	33,9	74,6
Ούτε ικανοποιημένος, ούτε δυσαρεστημένος	23	18,1	19,5	94,1
Αρκετά Δυσαρεστημένος	7	5,5	5,9	100,0
Σύνολο	118	92,9	100,0	
Missing System	9	7,1		
Σύνολο	127	100,0		

Από την καθαριότητα της παραλίας οι περισσότεροι, δηλαδή το 44,9% του δείγματος, δηλώσανε ότι ήταν ούτε ικανοποιημένοι, ούτε δυσαρεστημένοι. Το 13,4% του δείγματος δήλωσε ότι ήταν ικανοποιημένοι, το 12,6% του δείγματος δήλωσε ότι ήταν αρκετά δυσαρεστημένοι και μόνο 2,4% του δείγματος δήλωσε ότι ήταν πολύ ικανοποιημένοι. Ένα ποσοστό 26,8% του δείγματος (34 άτομα) δεν δήλωσε τίποτα για το βαθμό ικανοποίησή τους από αυτό το παράγοντα (πίνακας 7.38.).

Πίνακας 7.38. Πόσο ικανοποιημένοι ήταν από την καθαριότητα της παραλίας

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Πολύ ικανοποιημένος	3	2,4	3,2	3,2
Ικανοποιημένος	17	13,4	18,3	21,5
Ούτε ικανοποιημένος, ούτε δυσαρεστημένος	57	44,9	61,3	82,8
Αρκετά Δυσαρεστημένος	16	12,6	17,2	100,0
Σύνολο	93	73,2	100,0	
Missing System	34	26,8		
Σύνολο	127	100,0		

Από την καθαριότητα του ιαματικού κέντρου οι περισσότεροι δηλώσανε ότι ήταν πολύ ικανοποιημένοι, το 44,9% του δείγματος. Το 42,5% του δείγματος δήλωσε ότι ήταν ικανοποιημένοι, το 11,0% του δείγματος δήλωσε ότι ήταν ούτε ικανοποιημένοι, ούτε δυσαρεστημένοι και μόνο 0,8% του δείγματος δήλωσε ότι ήταν πολύ δυσαρεστημένοι. Μόνο 1 άτομο, 0,8% του δείγματος δεν δήλωσε τίποτα για το βαθμό ικανοποίησή τους από αυτό το παράγοντα. Βλέπουμε ότι, η μεγάλη πλειοψηφία των ερωτηθέντων, το 87,4% δήλωσε ότι ήταν ικανοποιημένοι και πολύ ικανοποιημένοι από την καθαριότητα του ιαματικού κέντρου (πίνακας 7.39.).

Πίνακας 7.39. Πόσο ικανοποιημένοι ήταν από την καθαριότητα του ιαματικού κέντρου

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Πολύ ικανοποιημένος	57	44,9	45,2	45,2
Ικανοποιημένος	54	42,5	42,9	88,1
Ούτε ικανοποιημένος, ούτε δυσαρεστημένος	14	11,0	11,1	99,2
Πολύ Δυσαρεστημένος	1	0,8	0,8	100,0
Σύνολο	126	99,2	100,0	
Missing System	1	0,8		
Σύνολο	127	100,0		

Από το φυσικό περιβάλλον οι περισσότεροι, το 87,4% των ερωτηθέντων, δηλώσανε ένα μεγάλο βαθμό ικανοποίησης. Το 48,8% του δείγματος (62 άτομα) δήλωσαν ότι ήταν πολύ ικανοποιημένοι και το 38,6% του δείγματος δήλωσε ότι ήταν ικανοποιημένοι (49 άτομα). Το 12,6% του δείγματος δήλωσε ότι ήταν ούτε ικανοποιημένοι, ούτε δυσαρεστημένοι (16 άτομα) (πίνακας 7.40.).

Πίνακας 7.40. Πόσο ικανοποιημένοι ήταν από τον φυσικό περιβάλλον

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Πολύ ικανοποιημένος	62	48,8	48,8	48,8
Ικανοποιημένος	49	38,6	38,6	87,4
Ούτε ικανοποιημένος, ούτε δυσαρεστημένος	16	12,6	12,6	100,0
Σύνολο	127	100,0	100,0	

Από τα εστιατόρια, τις τεράσες οι περισσότεροι, το 59,8% του δείγματος, δεν δήλωσαν τίποτα για το βαθμό ικανοποίησή τους από αυτό το παράγοντα (πίνακας 7.41.). Το 29,9% του δείγματος δήλωσε ότι ήταν πολύ δυσαρεστημένοι, το 22,0% του δείγματος δήλωσε ότι ήταν αρκετά δυσαρεστημένοι. Ένα μικρό ποσοστό, το 6,3% του δείγματος δήλωσε ότι ήταν ούτε ικανοποιημένοι, ούτε δυσαρεστημένοι και μόνο 1,6% του δείγματος δήλωσε ότι ήταν ικανοποιημένοι.

Πίνακας 7.41. Πόσο ικανοποιημένοι ήταν από τα εστιατόρια

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ικανοποιημένος	2	1,6	2,6	2,6
Ούτε ικανοποιημένος, ούτε δυσαρεστημένος	8	6,3	10,5	13,2
Αρκετά Δυσανεστημένος	28	22,0	36,8	50,0
Πολύ δυσαρεστημένος	38	29,9	50,0	100,0
Σύνολο	76	59,8	100,0	
Missing System	51	40,2		
Σύνολο	127	100,0		

Από την ποιότητα των θεραπευτικών υπηρεσιών οι περισσότεροι, το 39,4% του δείγματος δηλώσανε ότι ήταν ούτε ικανοποιημένοι, ούτε δυσαρεστημένοι. Το 17,3% του δείγματος δήλωσε ότι ήταν ικανοποιημένοι, το 15% του δείγματος δήλωσε ότι ήταν αρκετά δυσαρεστημένοι και μόνο 9,4% του

δείγματος δήλωσε ότι ήταν πολύ ικανοποιημένοι. Το 6,3% δήλωσε ότι ήταν πολύ δυσαρεστημένοι. Ένα ποσοστό 12,6% του δείγματος δεν δήλωσε τίποτα για το βαθμό ικανοποίησή τους από αυτό το παράγοντα (πίνακας 7.42.).

Πίνακας 7.42. Πόσο ικανοποιημένοι ήταν από την ποιότητα των θεραπευτικών υπηρεσιών

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Πολύ ικανοποιημένος	12	9,4	10,8	10,8
Ικανοποιημένος	22	17,3	19,8	30,6
Ούτε ικανοποιημένος, ούτε δυσαρεστημένος	50	39,4	45,0	75,7
Αρκετά Δυσαρεστημένος	19	15,0	17,1	92,8
Πολύ δυσαρεστημένος	8	6,3	7,2	100,0
Σύνολο	111	87,4	100,0	
Missing System	16	12,6		
Σύνολο	127	100,0		

Από τις συνθήκες διαμονής το 38,6% του δείγματος δήλωσε ότι ήταν ούτε ικανοποιημένοι, ούτε δυσαρεστημένοι, το 26,8% του δείγματος δήλωσε ότι ήταν αρκετά δυσαρεστημένοι, το 18,1% δήλωσε ότι ήταν πολύ δυσαρεστημένοι. Μόνο το 14,2% του δείγματος δήλωσε ότι ήταν ικανοποιημένοι και το 2,4% πολύ ικανοποιημένοι. Βλέπουμε ότι, αυτοί που δηλώσανε δυσαρεστημένοι ήταν περίπου το 45% του δείγματος, ενώ, αντίστοιχα αυτοί που δηλώσανε ικανοποιημένοι ήταν μόνο το 16,6% του δείγματος (πίνακας 7.43.).

Πίνακας 7.43. Πόσο ικανοποιημένοι ήταν από τις συνθήκες διαμονής

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Πολύ ικανοποιημένος	3	2,4	2,4	2,4
Ικανοποιημένος	18	14,2	14,2	16,5
Ούτε ικανοποιημένος, ούτε δυσαρεστημένος	49	38,6	38,6	55,1
Αρκετά Δυσαρεστημένος	34	26,8	26,8	81,9
Πολύ δυσαρεστημένος	23	18,1	18,1	100,0
Σύνολο	127	100,0	100,0	

Από τις εκδρομές οι περισσότεροι, το 51,2% του δείγματος, δεν δήλωσαν τίποτα για το βαθμό ικανοποίησή τους από αυτό το παράγοντα. Το 27,6% του δείγματος δήλωσε ότι ήταν ούτε ικανοποιημένοι, ούτε δυσαρεστημένοι, το 10,2% του δείγματος δήλωσε ότι ήταν πολύ δυσαρεστημένοι, το 8,7% του δείγματος δήλωσε ότι ήταν αρκετά δυσαρεστημένοι. Μόνο το 2,4% του δείγματος δήλωσε ότι ήταν ικανοποιημένοι (πίνακας 7.44.).

Πίνακας 7.44. Πόσο ικανοποιημένοι ήταν από τις εκδρομές

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ικανοποιημένος	3	2,4	4,8	4,8
Ούτε ικανοποιημένος, ούτε δυσαρεστημένος	35	27,6	56,5	61,3
Αρκετά Δυσαρεστημένος	11	8,7	17,7	79,0
Πολύ δυσαρεστημένος	13	10,2	21,0	100,0
Σύνολο	62	48,8	100,0	
Missing System	65	51,2		
Σύνολο	127	100,0		

Από τα μέσα μαζικής μεταφοράς το 33,1% του δείγματος δήλωσε ότι ήταν αρκετά δυσαρεστημένοι, το 21,3% του δείγματος δήλωσε ότι ήταν ούτε ικανοποιημένοι, ούτε δυσαρεστημένοι, το 17,3% του δείγματος δήλωσε ότι ήταν πολύ δυσαρεστημένοι. Ένα ποσοστό 27,6% του δείγματος δεν δήλωσε τίποτα για το βαθμό ικανοποίησή τους από αυτό το παράγοντα. Παρατηρούμε ότι, περίπου οι μισοί, το 50,4% ήταν δυσαρεστημένοι από τα μέσα μαζικής μεταφοράς (πίνακας 7.45.).

Πίνακας 7.45. Πόσο ικανοποιημένοι ήταν από τα μέσα μεταφοράς

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ικανοποιημένος	1	0,8	1,1	1,1
Ούτε ικανοποιημένος, ούτε δυσαρεστημένος	27	21,3	29,3	30,4
Αρκετά Δυσαρεστημένος	42	33,1	45,7	76,1
Πολύ δυσαρεστημένος	22	17,3	23,9	100,0
Σύνολο	92	72,4	100,0	
Missing System	35	27,6		
Σύνολο	127	100,0		

Από τις υπηρεσίες του ταξί οι περισσότεροι, το 81,9% του δείγματος, δεν δήλωσαν τίποτα για το βαθμό ικανοποίησή τους από αυτό το παράγοντα, μάλλον δεν χρησιμοποίησαν τις υπηρεσίες του ταξί. Το 9,4% του δείγματος δήλωσε ότι ήταν πολύ δυσαρεστημένοι και το 7,9% του δείγματος δήλωσε ότι ήταν αρκετά δυσαρεστημένοι, λόγω ότι το ταξί είναι πολύ ακριβό (πίνακας 7.46.).

Πίνακας 7.46. Πόσο ικανοποιημένοι ήταν από τις υπηρεσίες του ταξί

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ικανοποιημένος	1	0,8	4,3	4,3
Αρκετά Δυσαρεστημένος	10	7,9	43,5	47,8
Πολύ δυσαρεστημένος	12	9,4	52,2	100,0
Σύνολο	23	18,1	100,0	
Missing System	104	81,9		
Σύνολο	127	100,0		

Από την ποιότητα του φαγητού οι περισσότεροι, το 46,5% του δείγματος δήλωσε ότι ήταν ούτε ικανοποιημένοι, ούτε δυσαρεστημένοι. Το 22% του δείγματος δήλωσε ότι ήταν αρκετά δυσαρεστημένοι, το 15,7% του δείγματος

δήλωσε ότι ήταν ικανοποιημένοι. Ότι ήταν πολύ δυσαρεστημένοι δηλώσανε το 9,4% του δείγματος και πολύ ικανοποιημένοι μόνο το 6,3% του δείγματος (πίνακας 7.47.).

Πίνακας 7.47. Πόσο ικανοποιημένοι ήταν από την ποιότητα του φαγητού

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Πολύ ικανοποιημένος	8	6,3	6,3	6,3
Ικανοποιημένος	20	15,7	15,7	22,0
Ούτε ικανοποιημένος, ούτε δυσαρεστημένος	59	46,5	46,5	68,5
Αρκετά Δυσαρεστημένος	28	22,0	22,0	90,6
Πολύ δυσαρεστημένος	12	9,4	9,4	100,0
Σύνολο	127	100,0	100,0	

Από την ποικιλία του φαγητού οι περισσότεροι, το 44,1% του δείγματος δήλωσε ότι ήταν ούτε ικανοποιημένοι, ούτε δυσαρεστημένοι. Το 22,8% του δείγματος δήλωσε ότι ήταν αρκετά δυσαρεστημένοι, το 16,5% του δείγματος δήλωσε ότι ήταν ικανοποιημένοι. Ότι ήταν πολύ δυσαρεστημένοι δηλώσανε το 8,7% του δείγματος και πολύ ικανοποιημένοι μόνο το 5,5% του δείγματος (πίνακας 7.48.).

Πίνακας 7.48. Πόσο ικανοποιημένοι ήταν από την ποικιλία του φαγητού

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Πολύ ικανοποιημένος	7	5,5	5,6	5,6
Ικανοποιημένος	21	16,5	16,9	22,6
Ούτε ικανοποιημένος, ούτε δυσαρεστημένος	56	44,1	45,2	67,7
Αρκετά Δυσαρεστημένος	29	22,8	23,4	91,1
Πολύ δυσαρεστημένος	11	8,7	8,9	100,0
Σύνολο	124	97,6	100,0	
Missing System	3	2,4		
Σύνολο	127	100,0		

Από τους δρόμους το 46,5% του δείγματος δήλωσε ότι ήταν αρκετά δυσαρεστημένοι, το 31,5% του δείγματος ήταν πολύ δυσαρεστημένοι και το 15% του δείγματος δήλωσε ότι ήταν ούτε ικανοποιημένοι, ούτε δυσαρεστημένοι. Το 6,3% του δείγματος δεν δήλωσαν τίποτα για το βαθμό ικανοποίησή τους από αυτό το παράγοντα. Παρατηρούμε ότι, η πλειοψηφία των ερωτηθέντων, το 78%, δήλωσε δυσαρεστημένοι από τους δρόμους (πίνακας 7.49.).

Πίνακας 7.49. Πόσο ικανοποιημένοι ήταν από τους δρόμους

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ικανοποιημένος	1	0,8	0,8	0,8
Ούτε ικανοποιημένος, ούτε δυσαρεστημένος	19	15,0	16,0	16,8
Αρκετά Δυσαρεστημένος	59	46,5	49,6	66,4
Πολύ δυσαρεστημένος	40	31,5	33,6	100,0
Σύνολο	119	93,7	100,0	
Missing System	8	6,3		
Σύνολο	127	100,0		

Από την διασκέδαση οι περισσότεροι, το 42,5% του δείγματος δήλωσε ότι ήταν πολύ δυσαρεστημένοι και το 21,3% του δείγματος δήλωσε ότι ήταν αρκετά δυσαρεστημένοι. Συνολικά το 63,8% του δείγματος ήταν δυσαρεστημένοι από την διασκέδαση στο ιαματικό κέντρο. Λίγοι δηλώσανε ότι ήταν ούτε ικανοποιημένοι, ούτε δυσαρεστημένοι, το 5,5% του δείγματος. Αρκετοί, το 29,1% του δείγματος δεν δήλωσαν τίποτα για το βαθμό ικανοποίησή τους από αυτό το παράγοντα (πίνακας 7.50.).

Πίνακας 7.50. Πόσο ικανοποιημένοι ήταν από την διασκέδαση

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Πολύ ικανοποιημένος	1	0,8	1,1	1,1
Ικανοποιημένος	1	0,8	1,1	2,2
Ούτε ικανοποιημένος, ούτε δυσαρεστημένος	7	5,5	7,8	10,0
Αρκετά Δυσανεστημένος	27	21,3	30,0	40,0
Πολύ δυσαρεστημένος	54	42,5	60,0	100,0
Σύνολο	90	70,9	100,0	
Missing System	37	29,1		
Σύνολο	127	100,0		

Από την φιλοξενία των ανθρώπων οι περισσότεροι δηλώσανε ότι ήταν πολύ ικανοποιημένοι, το 31,5% του δείγματος. Το 29,1% του δείγματος δήλωσε ότι ήταν ικανοποιημένοι και το 23,6% του δείγματος δήλωσε ότι ήταν ούτε ικανοποιημένοι, ούτε δυσαρεστημένοι. Λίγοι δήλωσαν ότι ήταν αρκετά δυσαρεστημένοι, το 8,7% του δείγματος και πολύ δυσαρεστημένοι το 7,1% του δείγματος (πίνακας 7.51.).

Πίνακας 7.51. Πόσο ικανοποιημένοι ήταν από την φιλοξενία των ανθρώπων

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Πολύ ικανοποιημένος	40	31,5	31,5	31,5
Ικανοποιημένος	37	29,1	29,1	60,6
Ούτε ικανοποιημένος, ούτε δυσαρεστημένος	30	23,6	23,6	84,3
Αρκετά Δυσανεστημένος	11	8,7	8,7	92,9
Πολύ δυσαρεστημένος	9	7,1	7,1	100,0
Σύνολο	127	100,0	100,0	

Μπορούμε να πούμε ότι οι κυριότεροι παράγοντες από τους οποίους ήταν ικανοποιημένοι οι περισσότεροι τουρίστες είναι οι εξής: το φυσικό περιβάλλον, η καθαριότητα του ιαματικού κέντρου, το νερό και η λάσπη της λίμνης, η φιλοξενία των ανθρώπων.

Οι κυριότεροι παράγοντες από τους οποίους ήταν δυσαρεστημένοι οι περισσότεροι τουρίστες είναι τα εξής: οι δρόμοι, η διασκέδαση, τα μέσα μαζικής μεταφοράς, οι συνθήκες διαμονής, τα εστιατόρια και οι τερασες, οι υπηρεσίες του ταξί.

Για τους υπόλοιπους παράγοντες, οι περισσότεροι τουρίστες δηλώσανε ότι ήταν ούτε ικανοποιημένοι, ούτε δυσαρεστημένοι : η καθαριότητα της παραλίας, οι εκδρομές, η ποιότητα των θεραπευτικών υπηρεσιών, η ποιότητα και ή ποικιλία του φαγητού.

Κριτήρια επιλογής του ιαματικού κέντρου Lacu Sarat

- Για την φήμη του ιαματικού κέντρου δηλώσανε μόνο 43 άτομα, δηλαδή 33,9% του δείγματος ότι ήταν ένα κριτήριο επιλογής του ιαματικού κέντρου. Το 8,7% του δείγματος δηλώσανε ότι ήταν ένα πολύ σημαντικό κριτήριο, το 7,9% ότι ήταν σημαντικό και το 17,3% ότι ήταν το λιγότερο σημαντικό κριτήριο για το οποίο επιλέξανε το ιαματικό κέντρο Lacu Sarat. Για ένα μεγάλο ποσοστό, το 66,1% του δείγματος, η φήμη του ιαματικού κέντρου δεν ήταν ένα κριτήριο επιλογής του ιαματικού κέντρου (πίνακας 7.52.).

Πίνακας 7.52. Πόσο σημαντικό κριτήριο επιλογής του ιαματικού κέντρου ήταν η φήμη του ιαματικού κέντρου

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Πολύ σημαντικό	11	8,7	25,6	25,6
Σημαντικό	10	7,9	23,3	48,8
Λιγότερο σημαντικό	22	17,3	51,2	10,0
Σύνολο	43	33,9	100,0	
Missing System	84	66,1		
Σύνολο	127	100,0		

- Για το νερό και την λάσπη της λίμνης δηλώσανε 112 άτομα, δηλαδή 88,2% του δείγματος ότι ήταν ένα κριτήριο επιλογής του ιαματικού κέντρου.

Το 44,9% του δείγματος δηλώσανε ότι ήταν ένα πολύ σημαντικό κριτήριο, το 35,4% ότι ήταν σημαντικό και μόνο το 7,9% ότι ήταν το λιγότερο σημαντικό κριτήριο για το οποίο επιλέξανε το ιαματικό κέντρο Lacu Sarat. Μόνο για το 11,8% του δείγματος, το νερό και η λάσπη της λίμνης δεν ήταν κριτήριο επιλογής του ιαματικού κέντρου (πίνακας 7.53.).

Πίνακας 7.53. Πόσο σημαντικό κριτήριο επιλογής του ιαματικού κέντρου ήταν το νερό και η λάσπη της λίμνης

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Πολύ σημαντικό	57	44,9	50,9	50,9
Σημαντικό	45	35,4	40,2	91,1
Λιγότερο σημαντικό	10	7,9	8,9	100,0
Σύνολο	112	88,2	100,0	
Missing System	15	11,8		
Σύνολο	127	100,0		

- Η σύσταση των φίλων ήταν ένα κριτήριο επιλογής που το δηλώσανε μόνο 19 άτομα, δηλαδή 15% του δείγματος, ενώ για την πλειοψηφία του δείγματος, 108 άτομα, δηλαδή 85%, δεν ήταν κριτήριο επιλογής. Το 0,8% του δείγματος δηλώσανε ότι ήταν ένα πολύ σημαντικό κριτήριο, το 5,5% ότι ήταν σημαντικό και μόνο το 8,7% ότι ήταν το λιγότερο σημαντικό κριτήριο για το οποίο επιλέξανε το ιαματικό κέντρο Lacu Sarat (πίνακας 7.54.).

Πίνακας 7.54. Πόσο σημαντικό κριτήριο επιλογής του ιαματικού κέντρου ήταν η σύσταση των φίλων

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Πολύ σημαντικό	1	0,8	5,3	5,3
Σημαντικό	7	5,5	36,8	42,1
Λιγότερο σημαντικό	11	8,7	57,9	100,0
Σύνολο	19	15,0	100,0	
Missing System	108	85,0		
Σύνολο	127	100,0		

Η σύσταση του ιατρού ήταν ένα κριτήριο επιλογής που το δηλώσανε 93

άτομα, δηλαδή 73,2% του δείγματος, ενώ για 34 άτομα, δηλαδή 26,8% δεν ήταν κριτήριο επιλογής. Το 35,4% του δείγματος δηλώσανε ότι ήταν ένα πολύ σημαντικό κριτήριο, το 31,5% ότι ήταν σημαντικό και μόνο το 6,3% ότι ήταν το λιγότερο σημαντικό κριτήριο για το οποίο επιλέξανε το ιαματικό κέντρο Lacu Sarat (πίνακας 7.55.).

Πίνακας 7.55. Πόσο σημαντικό κριτήριο επιλογής του ιαματικού κέντρου ήταν η σύσταση του γιατρού

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Πολύ σημαντικό	45	35,4	48,4	48,4
Σημαντικό	40	31,5	43,0	91,4
Λιγότερο σημαντικό	8	6,3	8,6	100,0
Σύνολο	93	73,2	100,0	
Missing System	34	26,8		
Σύνολο	127	100,0		

- Για το χαμηλό κόστος δηλώσανε μόνο 29 άτομα, δηλαδή 22,8% του δείγματος ότι ήταν ένα κριτήριο επιλογής του ιαματικού κέντρου. Το 2,4% του δείγματος δηλώσανε ότι ήταν ένα πολύ σημαντικό κριτήριο, το 8,7% ότι ήταν σημαντικό και το 11,8% ότι ήταν το λιγότερο σημαντικό κριτήριο για το οποίο επιλέξανε το ιαματικό κέντρο Lacu Sarat. Για ένα μεγάλο ποσοστό, το 77,2% του δείγματος, το χαμηλό κόστος δεν ήταν ένα κριτήριο επιλογής (πίνακας 7.56.).

Πίνακας 7.56. Πόσο σημαντικό κριτήριο επιλογής του ιαματικού κέντρου ήταν το χαμηλό κόστος

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Πολύ σημαντικό	3	2,4	10,3	10,3
Σημαντικό	11	8,7	37,9	48,3
Λιγότερο σημαντικό	15	11,8	51,7	100,0
Σύνολο	29	22,8	100,0	
Missing System	98	77,2		
Σύνολο	127	100,0		

- Για τις καλές υπηρεσίες δηλώσανε μόνο 10 άτομα, δηλαδή 7,9% του δείγματος ότι ήταν ένα κριτήριο επιλογής του ιαματικού κέντρου, ενώ για την πλειοψηφία του δείγματος, 117 άτομα, δηλαδή 92,1% δεν ήταν κριτήριο επιλογής (πίνακας 7.57.).

Πίνακας 7.57. Πόσο σημαντικό κριτήριο επιλογής του ιαματικού κέντρου ήταν οι καλές υπηρεσίες

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Πολύ σημαντικό	1	0,8	10,0	10,0
Σημαντικό	1	0,8	10,0	20,0
Λιγότερο σημαντικό	8	6,3	80,0	100,0
Σύνολο	10	7,9	100,0	
Missing System	117	92,1		
Σύνολο	127	100,0		

- Για την ησυχία της περιοχής δηλώσανε μόνο 30 άτομα, δηλαδή 23,6% του δείγματος ότι ήταν ένα κριτήριο επιλογής του ιαματικού κέντρου. Ένα πολύ μικρό ποσοστό 1,6 % του δείγματος δηλώσανε ότι ήταν ένα πολύ σημαντικό κριτήριο, το 3,1% ότι ήταν σημαντικό και το 18,9% ότι ήταν το λιγότερο σημαντικό κριτήριο για το οποίο επιλέξανε το ιαματικό κέντρο Lacu Sarat. Για ένα μεγάλο ποσοστό, το 76,4% του δείγματος, η ησυχία της περιοχής δεν ήταν ένα κριτήριο επιλογής (πίνακας 7.58.).

Πίνακας 7.58. Πόσο σημαντικό κριτήριο επιλογής του ιαματικού κέντρου ήταν η ησυχία της περιοχής

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Πολύ σημαντικό	2	1,6	6,7	6,7
Σημαντικό	4	3,1	13,3	20,0
Λιγότερο σημαντικό	24	18,9	80,0	100,0
Σύνολο	30	23,6	100,0	
Missing System	97	76,4		
Σύνολο	127	100,0		

- Η ποικιλία των θεραπευτικών υπηρεσιών του προσφέρει το ιαματικό κέντρο ήταν ένα κριτήριο επιλογής που το δηλώσανε 44 άτομα, δηλαδή 34,6% του δείγματος, ενώ για 83 άτομα, δηλαδή 65,4% δεν ήταν κριτήριο επιλογής. Το

4,7% του δείγματος δηλώσανε ότι ήταν ένα πολύ σημαντικό κριτήριο, το 7,9% ότι ήταν σημαντικό και μόνο το 22,0% ότι ήταν το λιγότερο σημαντικό κριτήριο για το οποίο επιλέξανε το ιαματικό κέντρο Lacu Sarat (πίνακας 7.59.).

Πίνακας 7.59. Πόσο σημαντικό κριτήριο επιλογής του ιαματικού κέντρου ήταν η ποικιλία των θεραπευτικών υπηρεσιών

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Πολύ σημαντικό	6	4,7	13,6	13,6
Σημαντικό	10	7,9	22,7	36,4
Λιγότερο σημαντικό	28	22,0	63,6	100,0
Σύνολο	44	34,6	100,0	
Missing System	83	65,4		
Σύνολο	127	100,0		

Διαπιστώνουμε ότι, τα πιο σημαντικά κριτήρια επιλογής του ιαματικού κέντρου για τους τουρίστες ήταν το νερό και η λάσπη της λίμνης και η σύσταση του γιατρού. Το 80,3% των ερωτηθέντων δηλώσανε ως πολύ σημαντικό και σημαντικό κριτήριο επιλογής του ιαματικού κέντρου το νερό και την λάσπη της λίμνης. Το 66,9% των ερωτηθέντων δηλώσανε ως πολύ σημαντικό και σημαντικό κριτήριο επιλογής του ιαματικού κέντρου την σύσταση του γιατρού (πίνακας 7.60.).

Τα άλλα κριτήρια δεν παίζανε και πολύ σημαντικό ρόλο στην επιλογή του ιαματικού κέντρου, έτσι οι περισσότεροι τουρίστες δεν τα σημειώσανε στην λίστα. Το κριτήριο που το δηλώσανε οι λιγότεροι τουρίστες ήταν η καλές υπηρεσίες, το οποίο το σημειώσανε ως κριτήριο επιλογής του ιαματικού κέντρου μόνο το 7,9% του δείγματος. Μετά, άλλο κριτήριο που το δηλώσανε λίγοι τουρίστες ως κριτήριο επιλογής, ήταν η σύσταση των φίλων, με ένα ποσοστό 15% του δείγματος που το διαλέξανε. Το χαμηλό κόστος ήταν κριτήριο επιλογής του ιαματικού κέντρου μόνο για το 22,8% του δείγματος, η ησυχία της περιοχής ήταν κριτήριο επιλογής του ιαματικού κέντρου για το 23,6%, η φήμη του ιαματικού κέντρου για το 33,9% και η ποικιλία των θεραπευτικών υπηρεσιών για το 34,6% του δείγματος (πίνακας 7.60.).

Πίνακας 7.60. Κριτήρια επιλογής του ιαματικού κέντρου

Ποσοστά

	Πολύ σημαντικό	Σημαντικό	Λιγότερο σημαντικό
Η φήμη του ιαματικού κέντρου	8,7	7,9	17,3
Το νερό και η λάσπη της λίμνης	44,9	35,4	7,9
Σύσταση φίλων	0,8	5,5	8,7
Σύσταση γιατρού	35,4	31,5	6,3
Χαμηλό κόστος	2,4	8,7	11,8
Καλές υπηρεσίες	0,8	0,8	6,3
Ήσυχία της περιοχής	1,6	3,1	18,9
Η ποικιλία των θεραπευτικών υπηρεσιών	4,7	7,9	22

Από που κλείσανε τα εισιτήρια

Σε αυτή την ερώτηση, το 55,9% του δείγματος, (71 άτομα) απάντησε πως έκλεισε τα εισιτήρια από το Υπουργείο Εργασίας, το 22,8% του δείγματος, (29 άτομα) απάντησε πως έκλεισε τα εισιτήρια από το ιαματικό κέντρο, το 15,7% (20 άτομα) από το Συνδικάτο και μόνο 5,5% (7 άτομα) έκλεισε τα εισιτήρια μέσω ταξιδιωτικών γραφείων (πίνακας 7.61.). Βλέπουμε ότι μεγαλύτερη ζήτηση έχουν τα εισιτήρια από το Υπουργείο Εργασίας, τα οποία είναι αρκετά φτηνά, και πολύ μικρή ζήτηση τα εισιτήρια από το ταξιδιωτικά γραφεία, επειδή είναι και ποιο ακριβά. Από που έκλεισαν τα εισιτήρια, είχε άμεση σχέση με το εισόδημα που έχουν οι τουρίστες και με την τιμή του εισιτηρίου.

Πίνακας 7.61. Από που κλείσανε τα εισιτήρια

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ταξιδιωτικό γραφείο	7	5,5	5,5	5,5
Το ιαματικό κέντρο	29	22,8	22,8	28,3
Συνδικάτο	20	15,7	15,7	44,1
Υπουργείο Εργασίας	71	55,9	55,9	100,0
Σύνολο	127	100,0	100,0	

Αυτοί που κλείσανε τα εισιτήρια από το Υπουργείο Εργασίας είναι συνταξιούχοι. Αυτοί έρχονται στο ιαματικό κέντρο με εισιτήρια

χρηματοδοτούμενα από το Υπουργείο, όμως οι συνταξιούχοι πληρώνουν μόνο ένα μικρό ποσοστό από την τιμή του εισιτηρίου, το οποίο εξαρτάται από την σύνταξη που παίρνουν. Το Υπουργείο Εργασίας καλύπτει ένα μεγάλο ποσοστό του κόστους του εισιτηρίου, που περιλαμβάνει: την διαμονή σε ένα ξενοδοχείο, την διατροφή και την θεραπεία. Το 98,6% από αυτούς που ήρθαν με αυτά τα εισιτήρια, 70 άτομα μείνανε σε ξενοδοχείο και όχι στο κάμπινγκ (πίνακας 7.62.).

Για να πάρουν αυτά τα εισιτήρια, οι συνταξιούχοι χρειάζεται να έχουν ένα χαρτί με σύσταση από το γιατρό που τους παρακολουθεί και με την θεραπεία που πρέπει να παρακολουθεί στο ιαματικό κέντρο. Για το λόγο και δηλώσανε οι περισσότεροι ότι η σύσταση του γιατρού ήταν ένα σημαντικό κριτήριο επιλογής του ιαματικού κέντρου. Από αυτούς που ήρθαν με εισιτήρια από το Υπουργείο, οι περισσότεροι, το 61,4% τα κλείσανε 2 με 3 μήνες πριν και το 21,4% παραπάνω από 3 μήνες πριν. Βλέπουμε ότι χρειάζεται να κλείσουν τα εισιτήρια αρκετό καιρό πριν, λόγω ότι υπάρχουν λίγα εισιτήρια χρηματοδοτούμενα από το Υπουργείο Εργασίας.

Αυτοί που κλείσανε τα εισιτήρια από το ιαματικό κέντρο, το 22,8 % του δείγματος, είναι οι περισσότεροι αυτοί που έρχονται για λιγότερες μέρες και μένουν στο κάμπινγκ, το 86,2%. Είναι συνήθως εργαζόμενοι και δεν χρειάζεται να κλείσουν τα εισιτήρια πολύ καιρό πριν, μόνο μια εβδομάδα ή πολλές φορές την στιγμή που έρχονται στο ιαματικό κέντρο. Το 93,3% από αυτούς που κλείσανε τα εισιτήρια από το ιαματικό κέντρο, δήλωσε ότι τα κλείσανε μια εβδομάδα πριν.

Αυτοί που κλείσανε από το Συνδικάτο ήταν περισσότεροι εργαζόμενοι και έχουν και αυτοί κάποια έκπτωση από την τιμή του εισιτηρίου, η οποία εξαρτάται από το μισθό που παίρνουν. Όλοι, τα 20 άτομα μείνανε σε ξενοδοχείο. Οι μισοί από αυτούς κλείσανε τα εισιτήρια 2 εβδομάδες με ένα μήνα πριν και οι άλλοι μισοί πριν από 2 μήνες και παραπάνω.

**Πίνακας 7.62. Από που κλείσατε τα εισιτήρια και που μείνατε στο
ιαματικό κέντρο**

Από που κλείσατε τα εισιτήρια	Που μείνατε στο ιαματικό κέντρο		Σύνολο
	Ξενοδοχείο	Κάμπινγκ	
Ταξιδιωτικό γραφείο			
Αριθμό	7	0	7
Ποσοστό	100,0%	0	100,0%
Από το ιαματικό κέντρο			
Αριθμό	4	25	29
Ποσοστό	13,3%	86,2%	100,0%
Συνδικάτο			
Αριθμό	20	0	20
Ποσοστό	100,0%	0	100,0%
Υπουργείο Εργασίας			
Αριθμό	70	1	71
Ποσοστό	98,6%	1,4%	100,0%
Σύνολο			
Αριθμό	101	26	127
Ποσοστό	79,5%	20,5%	100,0%

Πόσο καιρό πριν κλείσανε τα εισιτήρια

Η πλειοψηφία των επισκεπτών (41,7%) δήλωσε πως είχε κλείσει τα εισιτήρια για το ιαματικό κέντρο Lacu Sarat πριν 2 με 3 μήνες. Αμέσως μετά είναι αυτοί που κλείσανε τα εισιτήρια πριν μια εβδομάδα ή λιγότερο (25,2%). Με ποσοστό 20,5% ακολουθούν αυτοί που κλείσανε τα εισιτήρια για ένα διάστημα μεταξύ των 2 εβδομάδων και του ενός μήνα. Αυτοί που κλείσανε τα εισιτήρια για διάστημα μεγαλύτερο των 3 μηνών είναι 12,6% (πίνακας 7.63.). Παρατηρούμε ότι, ο καιρός που χρειάζεται να κλείσουν τα εισιτήρια εξαρτάται από που θα τα κλείσουν: Υπουργείο Εργασίας, Συνδικάτο, από το ιαματικό κέντρο Lacu Sarat, ταξιδιωτικό γραφείο.

Πίνακας 7.63. Πόσο καιρό πριν κλείσανε τα εισιτήρια

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Μια εβδομάδα	32	25,2	25,2	25,2
2 εβδομάδες-1 μήνας	26	20,5	20,5	45,7
2-3 μήνες	53	41,7	41,7	87,4
Παραπάνω από 3 Μήνες	16	12,6	12,6	100,0
Σύνολο	127	100,0	100,0	

Τύπος καταλύματος διαμονής στο ιαματικό κέντρο

Οι περισσότεροι δηλώσανε ότι μέινανε σε ένα ξενοδοχείο στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat. Έτσι το 79,5% του δείγματος, δηλαδή 101 άτομα, μέινανε σε ένα από τα ξενοδοχεία που υπάρχουν στο ιαματικό κέντρο, και μόνο το 20,5% του δείγματος μέινανε στο κάμπινγκ, (26 άτομα) (πίνακας 7.64.). Στις βίλες ή κάπου άλλου δεν δήλωσε κανείς ότι έμεινε.

Πίνακας 7.64. Τύπος καταλύματος διαμονής στο ιαματικό κέντρο

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ξενοδοχείο	101	79,5	79,5	79,5
Κάμπινγκ	26	20,5	20,5	100,0
Σύνολο	127	100,0	100,0	

Κατανομή τουριστών ανάλογα με το ξενοδοχείο που μέινανε

Από τα άτομα που μέινανε σε ξενοδοχείο, 101 άτομα, τα 21 άτομα δηλώσανε ότι μέινανε στο ξενοδοχείο Flora, τα 29 άτομα ότι μέινανε στο Perla, τα 26 άτομα μέινανε στο Lacu Sarat και 25 άτομα μέινανε στο Diana (πίνακας 7.65.).

Πίνακας 7.65. Κατανομή τουριστών ανάλογα με το ξενοδοχείο που μέινανε

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Flora	21	16,5	20,8	20,8
Perla	29	22,8	28,7	49,5
Lacu Sarat	26	20,5	25,7	75,2
Diana	25	19,7	24,8	100,0
Σύνολο	101	79,5	100,0	
Missing System	26	20,5		
Σύνολο	127	100,0		

Ποιες ήταν οι ανέσεις που είχαν στο τουριστικό κατάλυμα που μέινανε

Σε αυτή την ερώτηση απάντησαν 101 άτομα, δηλαδή 79,5% του δείγματος. Αυτοί που δεν απαντήσανε τα 26 άτομα, το 20,5% του δείγματος μέινανε στο κάμπινγκ. Όμως συνολικά έχουμε 414 θετικές απαντήσεις σε αυτή την ερώτηση, δηλαδή πολλαπλές απαντήσεις. Έτσι έχουμε 87 απαντήσεις ότι είχανε τηλέφωνο, 77 θετικές απαντήσεις για τηλεόραση στο δωμάτιο και μόνο 48 θετικές απαντήσεις για μπαρ στο ξενοδοχείο. Όλοι αυτοί που απαντήσανε, 101 άτομα, δηλώσανε ότι είχαν εστιατόριο στο τουριστικό κατάλυμα και δους και τουαλέτα στο δωμάτιο (πίνακας 7.66.).

Πίνακας 7.66. Ποιες ήταν οι ανέσεις που είχαν στο τουριστικό κατάλυμα που μέινανε

	Name	Count	Pct. of response	Pct. of Cases
Τηλέφωνο	Q.17.01	87	21,0	86,1
Τηλεόραση στο δωμάτιο	Q.17.03	77	18,6	76,2
Δους και τουαλέτα	Q.17.05	101	24,4	100,0
Μπαρ	Q.17.07	48	11,6	47,5
Εστιατόριο	Q.17.08	101	24,4	100,0
26 missing cases, 101 valid cases	Σύνολο	414	100,0	409,9

Πόσοι έχουν επισκεφθεί την πόλη Braila

Οι περισσότεροι, δηλαδή το 70,1% του δείγματος (89 άτομα) δήλωσε ότι επισκεφτήκανε την πόλη Braila και το 29,9% του δείγματος (38 άτομα) ότι δεν την επισκεφτήκανε (πίνακας 7.67.).

Πίνακας 7.67. Πόσοι έχουν επισκεφθεί την πόλη Braila

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Όχι	38	29,9	29,9	
Ναι	89	70,1	70,1	100,0
Σύνολο	127	100,0	100,0	

Κατανομή τουριστών ανάλογα με το μέσο μεταφοράς που χρησιμοποίησαν για να έρθουν στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat

Το 36,2% που απάντησε στην ερώτηση αυτή δήλωσε πως ήρθε στο ιαματικό κέντρο με το δικό του αυτοκίνητο, ένα 24,4% δήλωσε ως δεύτερο μεταφορικό μέσο το λεωφορείο, και το 17,3% ότι ήρθε με το τρένο και άλλο μεταφορικό μέσο. Ένα ποσοστό 10,2% δήλωσε ότι ήρθε με το τρένο και μόνο 3,9% ότι χρησιμοποίησε άλλα μέσα μεταφοράς (πίνακας 7.68.).

Τα άλλα μέσα μεταφοράς περιλαμβάνουν : το πλοίο, επειδή η πόλη Braila είναι λιμάνι στο Δούναβη, το τραμ, που κάνει την σύνδεση της πόλης με το ιαματικό κέντρο και το χρησιμοποιούν πολλοί άνθρωποι, το αστικό λεωφορείο, το ταξί. Βέβαια, αυτά τα μέσα μεταφοράς, έκτος από το πλοίο, τα χρησιμοποιούσαν οι τουρίστες για τις μετακινήσεις τους από και προς την πόλη Braila, όχι από τον τόπο κατοικίας τους για να φτάσουν στο ιαματικό κέντρο.

Επίσης, αυτοί που δήλωσαν ότι ήρθαν με το τρένο, το 10,2%, μάλλον το χρησιμοποίησαν για να φτάσουν από τον τόπο κατοικίας τους μέχρι στο σταθμό του τρένου της πόλης Braila. Από εκεί , όμως για να φτάσουν στο ιαματικό κέντρο έπρεπε να χρησιμοποιούν άλλα μέσα μεταφοράς: τραμ, αστικό λεωφορείο, ταξί, κ.λ.τ. Υπάρχει ένα μικρό σταθμό του τρένου και στο χωρίο Lacu Sarat, αλλά σταματάνε λίγα τρένα και η πρόσβαση για το ιαματικό κέντρο είναι πολύ δύσκολη από εκεί, γιατί είναι 7 χιλιόμετρα μακριά και δεν υπάρχει κανένα μέσο μαζικής μεταφοράς.

Πίνακας 7.68. Κατανομή τουριστών ανάλογα με το μέσο μεταφοράς που χρησιμοποίησαν για να έρθουν στο ιαματικό κέντρο

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Αυτοκίνητο	46	36,2	36,2	36,2
Τρένο	13	10,2	10,2	46,5
Λεωφορείο	31	24,4	24,4	70,9
Άλλα	5	3,9	3,9	92,1
Τρένο και άλλα	22	17,3	17,3	100,0
Λεωφορείο και άλλα	10	7,9	7,9	
Σύνολο	127	100,0	100,0	

Ποιες ήταν οι θεραπευτικές υπηρεσίες που δεχτήκανε στο ιαματικό κέντρο

Στην ερώτηση που αφορά τις θεραπευτικές υπηρεσίες που δεχτήκανε κατά την διάρκεια παραμονής των τουριστών στο ιαματικό κέντρο, απαντήσανε 124 άτομα, ενώ μόνο 3 άτομα δεν απαντήσανε. Αυτοί μάλλον δεν ήρθαν για να κάνουν θεραπεία στο ιαματικό κέντρο, αλλά για άλλο λόγο. Οι περισσότεροι που απαντήσανε δηλώσανε ότι κάνανε παραπάνω από μια θεραπεία, έχουμε πολλαπλές απαντήσεις. Έτσι, συνολικά έχουμε 300 θετικές απαντήσεις σε αυτή την ερώτηση (πίνακας 7.69.).

Οι περισσότεροι δηλώσανε ότι κάνανε μασάζ (61 απαντήσεις), μετά είναι αυτοί που κάνανε πηλοθεραπεία (49 απαντήσεις). Έχουμε στην τρίτη θέση την θεραπεία με ζεστό πηλό (46 απαντήσεις). Για την ηλεκτροθεραπεία έχουμε 39 θετικές απαντήσεις, για την θεραπεία με κρύο πηλό έχουμε 29 θετικές απαντήσεις, για γυμναστική 24 απαντήσεις, για ζέστα μπάνια σε μεταλλικά νερά 20 απαντήσεις και για την υδροθεραπεία μόνο 14 απαντήσεις. Για τις άλλες θεραπείες οι θετικές απαντήσεις ήταν πολύ λίγες, κάτω από το 10.

Μπορούμε να πούμε ότι μεγάλη ζήτηση υπάρχει για το μασάζ, πηλοθεραπεία, επίθεμα με ζεστό πηλό, ηλεκτροθεραπεία, επίθεμα με κρύο νερό και μετά μπάνια στη λίμνη, γυμναστική, ζεστά μπάνια σε μεταλλικά νερά. Για τις υπόλοιπες θεραπείες η ζήτηση είναι μικρή.

Πρέπει να σημειώσουμε εδώ, ότι την θεραπεία που θα παρακολουθήσει κάθε τουρίστας την καθορίζει ο γιατρός που τον έστειλε στο ιαματικό κέντρο ή ο γιατρός του ιαματικού κέντρου. Επίσης, η θεραπεία εξαρτάται από την αρρώστια που έχει ο κάθε τουρίστας και από άλλους παράγοντες που έχουν σχέση με την υγεία των πελατών.

Πίνακας 7.69. Ποιες ήταν οι θεραπευτικές υπηρεσίες που δεχτήκανε στο ιαματικό κέντρο

	Name	Count	Pct. of response	Pct. of Cases
Ηλεκτροθεραπεία	Q.20.01	39	13,0	31,5
Πηλοθεραπεία	Q.20.02	49	16,3	39,5
Υδροθεραπεία	Q.20.03	14	4,7	11,3
Aerosoli	Q.20.04	7	2,3	5,6
Μασάζ	Q.20.05	61	20,3	49,2
Γυμναστική	Q.20.06	24	8,0	19,4
Αεροχελιοθεραπεία	Q.20.07	1	0,3	0,8
Πισίνα για κινησιοθεραπεία	Q.20.08	6	2,0	4,8
Επίθεμα με ζεστό πηλό	Q.20.09	46	15,3	37,1
Επίθεμα με κρύο πηλό και μετά μπάνια στην λίμνη	Q.20.10	29	9,7	23,4
Ζέστα μπάνια σε μεταλλικά νερά	Q.20.11	20	6,7	16,1
Εγκαταστάσεις για ηλεκτρο και υδροθεραπεία	Q.20.12	1	0,3	0,8
Άλλες θεραπείες	Q.20.13	3	1,0	2,4
26 missing cases, 101 valid cases	Σύνολο	300	100,0	241,9

Οι περισσότερες ήταν γυναίκες που κάνανε υδροθεραπεία (64,3%), επίθεμα με κρύο νερό και μετά μπάνια στην λίμνη (58,6%), μασάζ (το 55,7%), γυμναστική (54,2%), πηλοθεραπεία (53,1%), ηλεκτροθεραπεία (51,3%). Οι μισοί ήταν άντρες και μισές ήταν γυναίκες που κάνανε επίθεμα με ζεστό πηλό και ζέστα μπάνια σε μεταλλικά νερά (πίνακας 7.70.) .

**Πίνακας 7.70. Ποιες ήταν οι θεραπευτικές υπηρεσίες που δεχτήκανε στο
ιαματικό κέντρο και φύλο**

Θεραπευτικές υπηρεσίες που κάνανε		Φύλο		Σύνολο
		Αντρες	Γυναίκες	
Ηλεκτροθεραπεία	Αριθμός	19	20	39
	Ποσοστό	48,7%	51,3%	31,5%
Πηλοθεραπεία	Αριθμός	23	26	49
	Ποσοστό	46,9%	53,1%	39,5%
Υδροθεραπεία	Αριθμός	5	9	14
	Ποσοστό	35,7%	64,3%	11,3%
Aerosoli	Αριθμός	2	5	7
	Ποσοστό	28,6%	71,4%	5,6%
Μασάζ	Αριθμός	27	34	61
	Ποσοστό	44,3%	55,7%	49,2%
Γυμναστική	Αριθμός	11	13	24
	Ποσοστό	45,8%	54,2%	19,4%
Αεροχελιοθεραπεία	Αριθμός	0	1	1
	Ποσοστό	0	100,0%	0,8%
Πισίνα για κινησιοθεραπεία	Αριθμός	3	3	6
	Ποσοστό	50,0%	50,0%	4,8%
Επίθεμα με ζεστό πηλό	Αριθμός	23	23	46
	Ποσοστό	50,0%	50,0%	37,1%
Επίθεμα με κρύο πηλό και μπάνια στην λίμνη	Αριθμός	12	17	29
	Ποσοστό	41,4%	58,6%	23,4%
Ζεστά μπάνια σε μεταλλικά νερά	Αριθμός	10	10	20
	Ποσοστό	50,0%	50,0%	16,1%
Εγκαταστάσεις για ηλεκτρο και υδροθεραπεία	Αριθμός	0	1	1
	Ποσοστό	0	100,0%	0,8%
Άλλες θεραπείες	Αριθμός	1	2	2
	Ποσοστό	33,3%	66,7%	66,7%
Σύνολο	Αριθμός	59	65	65
	Ποσοστό	47,6%	52,4%	52,4%

Από αυτούς που κάνανε ηλεκτροθεραπεία, οι περισσότεροι, το 48,7% δήλωσαν ότι ήταν αρκετά ή πολύ δυσαρεστημένοι από αυτή την θεραπεία, το 28,2% ήταν ούτε ικανοποιημένοι, ούτε δυσαρεστημένοι και το 23,1% ήταν ικανοποιημένοι ή πολύ ικανοποιημένοι. Παρόλο που δεν δηλώσανε ένα μεγάλο βαθμό ικανοποίησης από αυτή την θεραπεία, το 79,5% δήλωσε ότι θα συστήσουν το ιαματικό κέντρο στους φίλους για θεραπεία (πίνακας 7.71 και 7.72).

Από αυτούς που κάνανε πηλοθεραπεία, το 30,6% δηλώσανε ένα μεγάλο βαθμό ικανοποίησης, αλλά το ίδιο ποσοστό δηλώσανε δυσαρεστημένοι από την

θεραπεία. Το 38,8% ήταν ούτε ικανοποιημένοι, ούτε δυσαρεστημένοι. Όμως, ένα μεγαλύτερο ποσοστό, το 79,6% δήλωσε ότι θα συστήσουν το ιαματικό κέντρο στους φίλους για θεραπεία.

Από αυτούς που κάνανε υδροθεραπεία, το 50,0% δηλώσαν ούτε ικανοποιημένοι, ούτε δυσαρεστημένοι, το 35,7% ήταν ικανοποιημένοι και μόνο το 14,3% δήλωσαν ότι ήταν αρκετά δυσαρεστημένοι. Το 85,7% δήλωσε ότι θα συστήσουν το ιαματικό κέντρο στους φίλους για θεραπεία.

Από αυτούς που κάνανε μασάζ, το 25% δηλώσανε ένα μεγάλο βαθμό ικανοποίησης, αλλά το ίδιο ποσοστό δηλώσανε δυσαρεστημένοι από την θεραπεία. Το 50 % ήταν ούτε ικανοποιημένοι, ούτε δυσαρεστημένοι. Όμως, ένα μεγαλύτερο ποσοστό, το 78,7% δήλωσε ότι θα συστήσουν το ιαματικό κέντρο στους φίλους για θεραπεία.

Από αυτούς που κάνανε γυμναστική, οι περισσότεροι, το 40,9% δηλώσανε ικανοποιημένοι, το 36,4% ήταν ούτε ικανοποιημένοι, ούτε δυσαρεστημένοι και το 22,7% ήταν δυσαρεστημένοι. Το 83,3% δήλωσε ότι θα συστήσουν το ιαματικό κέντρο στους φίλους για θεραπεία.

Από αυτούς που κάνανε επίθεμα με ζεστό πηλό, το 34,8% ήταν δυσαρεστημένοι, το 32,6% ήταν ούτε ικανοποιημένοι, ούτε δυσαρεστημένοι και το ίδιο ποσοστό ήταν ικανοποιημένοι. Όμως, ένα μεγαλύτερο ποσοστό, το 84,8% δήλωσε ότι θα συστήσουν το ιαματικό κέντρο στους φίλους για θεραπεία.

Από αυτούς που κάνανε επίθεμα με κρύο νερό και μετά μπάνια στην λίμνη, μόνο το 55,2% δήλωσαν ένα βαθμό ικανοποίησης από την θεραπεία. Από αυτοί που απάντησαν, το 68,8% ήταν ούτε ικανοποιημένοι, ούτε δυσαρεστημένοι, το 18,8% ικανοποιημένοι και 12,5% πολύ ικανοποιημένοι. Το 93,1% δήλωσε ότι θα συστήσουν το ιαματικό κέντρο στους φίλους για θεραπεία.

Από αυτούς που κάνανε ζεστά μπάνια σε μεταλλικά νερά το 45% ήταν ούτε ικανοποιημένοι, ούτε δυσαρεστημένοι, το 25% ικανοποιημένοι και το 30% ήταν δυσαρεστημένοι. Παρόλο που δεν δηλώσανε ένα μεγάλο βαθμό ικανοποίησης από αυτή την θεραπεία, το 90,0% δήλωσε ότι θα συστήσουν το ιαματικό κέντρο στους φίλους για θεραπεία.

Πίνακας 7.71. Ποιες ήταν οι θεραπευτικές υπηρεσίες που παρακολούθησατε στο ιαματικό κέντρο και πόσο ικανοποιημένοι είστε από την ποιότητα των θεραπευτικών υπηρεσιών

Θεραπευτικές υπηρεσίες που κάνανε	Πόσο ικανοποιημένοι είστε από την ποιότητα των θεραπευτικών υπηρεσιών					Σύνολο
	Πολύ ικανοποιημένος	Ικανοποιημένος	Ούτε ικανοποιημένος Ούτε δυσαρεστημένος	Αρκετά δυσαρεστημένος	Πολύ δυσαρεστημένος	
Ηλεκτροθεραπεία Αριθμός Ποσοστό	4 10,3%	5 12,8%	11 28,2%	13 33,3%	6 15,4%	39 35,1%
Πηλοθεραπεία Αριθμός Ποσοστό	6 12,2%	9 18,4%	19 38,8%	13 26,5%	2 4,1%	49 44,1%
Υδροθεραπεία Αριθμός Ποσοστό	0 0	5 35,7%	7 50,0%	2 14,3%	0 0	14 12,6%
Αerosoli Αριθμός Ποσοστό	0 0	1 14,3%	4 57,1%	0 0	2 28,6%	7 6,3%
Μασάζ Αριθμός Ποσοστό	6 10,0%	9 15,0%	30 50,0%	10 16,7%	5 8,3%	60 54,1%
Γυμναστική Αριθμός Ποσοστό	3 13,6%	6 27,3%	8 36,4%	2 9,1%	3 13,6%	22 19,8%
Αεροχελιοθεραπεία Αριθμός Ποσοστό	0 0	0 0	0 0	1 100,0%	0 0%	1 0,9%
Πισίνα για κινησιοθεραπεία Αριθμός Ποσοστό	1 16,7%	2 33,3%	1 16,7%	2 33,3%	0 0%	6 5,4%
Επίθεμα με ζεστό πηλό Αριθμός Ποσοστό	5 10,9%	10 21,7%	15 32,6%	9 19,6%	7 15,2%	46 41,4%
Επίθεμα με κρύο πηλό και μπάνια στην λίμνη Αριθμός Ποσοστό	2 12,5%	3 18,8%	11 68,8%	0 0	0 0	16 14,4%

Ζεστά μπάνια σε μεταλλικά νερά Αριθμός Ποσοστό	2 10,0%	3 15,0%	9 45,0%	4 20,0%	2 10,0%	20 18,0%
Εγκαταστάσεις για ηλεκτρο και υδροθεραπεία Αριθμός Ποσοστό	0 0	0 0	1 100,0%	0 0	0 0%	1 0,9%
Άλλες θεραπείες Αριθμός Ποσοστό	0 0	0 0	2 66,7%	1 33,3%	0 0	3 2,7%
Σύνολο Αριθμός Ποσοστό	12 10,8%	22 19,8%	50 45,0%	19 17,1%	8 7,2%	111 100,0%

Πίνακας 7.72. Ποιες ήταν οι θεραπευτικές υπηρεσίες που παρακολούθησατε στο ιαματικό κέντρο και θα προτείνατε το ιαματικό κέντρο για θεραπεία

Θεραπευτικές υπηρεσίες που κάνατε		Θα προτείνατε το ιαματικό κέντρο για θεραπεία		Σύνολο
		Όχι	Ναι	
Ηλεκτροθεραπεία	Αριθμός Ποσοστό	8 20,5%	31 79,5%	39 31,5%
Πηλοθεραπεία	Αριθμός Ποσοστό	10 20,4%	39 79,6%	49 39,5%
Υδροθεραπεία	Αριθμός Ποσοστό	4 28,6%	10 71,4%	14 11,3%
Aerosoli	Αριθμός Ποσοστό	1 14,3%	6 85,7%	7 5,6%
Μασάζ	Αριθμός Ποσοστό	13 21,3%	48 78,7%	61 49,2%
Γυμναστική	Αριθμός Ποσοστό	4 16,7%	20 83,3%	24 19,4%
Αεροχελιοθεραπεία	Αριθμός Ποσοστό	0 0	1 100,0%	1 0,8%
Πισίνα για κινησιοθεραπεία	Αριθμός Ποσοστό	1 16,7%	5 83,3%	6 4,8%
Επίθεμα με ζεστό πηλό	Αριθμός Ποσοστό	7 15,2%	39 84,8%	46 37,1%
Επίθεμα με κρύο πηλό και μπάνια στην λίμνη	Αριθμός Ποσοστό	2 6,9%	27 93,1%	29 23,4%
Ζεστά μπάνια σε μεταλλικά νερά	Αριθμός Ποσοστό	2 10,0%	18 90,0%	20 16,1%
Εγκαταστάσεις για ηλεκτρο και υδροθεραπεία	Αριθμός Ποσοστό	0 0	1 100,0%	1 0,8%
Άλλες θεραπείες	Αριθμός Ποσοστό	0 0	3 100,0%	2 66,7%
Σύνολο	Αριθμός Ποσοστό	19 15,3%	105 84,7%	124 100,0%

Κατανομή των ερωτηθέντων για το χώρο που γευματίσαν

Οι περισσότεροι γευματίσαν στο τόπο διαμονής κατά την διάρκεια που μέινανε στο ιαματικό κέντρο. Έτσι το 74% του δείγματος, 94 άτομα, γευματίσανε στο εστιατόριο του ξενοδοχείου που διέμειναν. Το 12,6% του δείγματος γευματίσανε κάπου άλλου, το 4,7% γευματίσανε και στο εστιατόριο του ξενοδοχείου και κάπου άλλου, το 3,1% γευματίσανε και στα εστιατόρια έξω και κάπου άλλου (πίνακας 7.73.).

Παρατηρούμε ότι, οι περισσότεροι γευματίσαν στο εστιατόριο του ξενοδοχείου που μέινανε, επειδή το μεγαλύτερο ποσοστό των τουριστών ήρθαν με εισιτήρια από το Υπουργείο Εργασίας και Συνδικάτο, τα οποία περιλαμβάνουν και την διατροφή μέσα στο τουριστικό πακέτο. Από την άλλη, οι περισσότεροι τουρίστες είναι συνταξιούχοι, οι οποίοι έχουν χαμηλό εισόδημα και δεν έχουν την δυνατότητα να πληρώσουν παραπάνω για να πάνε έξω να φάνε.

Αυτοί που δηλώσανε ότι γευματίσανε κάπου άλλου είναι από αυτούς που μέινανε στο κάμπινγκ, όπου δεν υπάρχει εστιατόριο. Οι περισσότεροι από αυτούς αγοράσανε φαγητό έτοιμο ή το φτιάξανε εκεί, άλλοι γευματίσανε σε ένα εστιατόριο έξω.

Πίνακας 7.73. Κατανομή των ερωτηθέντων για το χώρο που γευματίσαν

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Εστιατόριο του Ξενοδοχείου	94	74,0	74,0	74,0
Στο δωμάτιο	1	0,8	0,8	74,8
Στο εστιατόριο έξω	2	1,6	1,6	76,4
Κάπου άλλου	16	12,6	12,6	89,0
Εστιατόριο του ξενοδοχείου και έξω	1	0,8	0,8	89,8
Εστιατόριο του ξενοδοχείου και κάπου άλλου	6	4,7	4,7	94,5
Στο εστιατόριο έξω και κάπου άλλου	4	3,1	3,1	97,6
Στο δωμάτιο και έξω	3	2,4	2,4	100,0
Σύνολο	127	100,0	100,0	

Η γνώμη των ερωτηθέντων για το φαγητό

Στην ερώτηση: πώς ήταν το φαγητό, το 38,6% του δείγματος, δηλαδή 49 άτομα δηλώσανε ότι το φαγητό ήταν αρκετά καλό. Αμέσως μετά έρχονται αυτοί που δηλώσανε ότι το φαγητό ήταν καλό, το 30,7% του δείγματος, και στην τρίτη θέση αυτοί που δηλώσανε ότι το φαγητό ήταν λίγο καλό, δηλαδή το 15% του δείγματος. Το 11,8% του δείγματος δήλωσε ότι το φαγητό ήταν πολύ καλό και μόνο το 3,9% ότι ήταν καθόλου καλό (πίνακας 7.74.).

Βλέπουμε ότι, οι περισσότεροι, το 42,5% των ερωτηθέντων είχαν μια καλή γνώμη για το φαγητό (δήλωσαν ότι ήταν καλό και πολύ καλό), ενώ μόνο το 18,9% των ερωτηθέντων δεν είχαν καλή γνώμη για το φαγητό (δήλωσαν ότι ήταν λίγο και καθόλου καλό).

Πίνακας 7.74. Η γνώμη των ερωτηθέντων για το φαγητό

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Καθόλου καλό	5	3,9	3,9	3,9
Λίγο καλό	19	15,0	15,0	18,9
Αρκετά καλό	49	38,6	38,6	57,5
Καλό	39	30,7	30,7	88,2
Πολύ καλό	15	11,8	11,8	100,0
Σύνολο	127	100,0	100,0	

Από αυτούς που δηλώσανε ότι ήταν πολύ καλό το φαγητό, οι περισσότεροι ήταν άντρες, το 60,0% (9 άτομα) και το 40,0 % γυναίκες. Μεγάλη διάφορα κατά φύλο δεν υπήρξε γι'αυτούς που δηλώσανε ότι το φαγητό ήταν καλό και λίγο καλό. Μεγάλη διάφορα ήταν σε αυτούς που δήλωσαν ότι το φαγητό ήταν καθόλου καλό, το 80% ήταν γυναίκες. Αυτοί που δηλώσανε ότι το φαγητό ήταν αρκετά καλό ήταν 55,1% γυναίκες και 44,9% άντρες (πίνακας 7.75.).

Πίνακας 7.75. Πώς ήταν το φαγητό και φύλο

Πώς ήταν το φαγητό;		Φύλο		Σύνολο
		Άντρες	Γυναίκες	
Πολύ καλό	Αριθμός	9	6	15
	Ποσοστό: Πώς ήταν το φαγητό;	60,0%	40,0%	100,0%
Καλό	Αριθμός	20	19	39
	Ποσοστό: Πώς ήταν το φαγητό;	51,3%	48,7%	100,0%
Αρκετά Καλό	Αριθμός	22	27	49
	Ποσοστό: Πώς ήταν το φαγητό;	44,9%	55,1%	100,0%
Λίγο καλό	Αριθμός	10	9	19
	Ποσοστό: Πώς ήταν το φαγητό;	52,6%	47,4%	100,0%
Καθόλου καλό	Αριθμός	1	4	5
	Ποσοστό: Πώς ήταν το φαγητό;	20,0%	80,0%	100,0%
Σύνολο	Αριθμός	62	65	127
	Ποσοστό: Πώς ήταν το φαγητό;	48,8%	51,2%	100,0%

Από αυτούς που δήλωσαν ότι το φαγητό ήταν πολύ καλό είχαμε:
(πίνακας 7.76.)

- ικανοποιημένοι το 73,3% από την ποιότητα του φαγητού και το 86,7% από την ποικιλία του φαγητού,
- ούτε ικανοποιημένοι, ούτε δυσαρεστημένοι το 20% από την ποιότητα του φαγητού και το 6,7% από την ποικιλία του φαγητού,
- αρκετά δυσαρεστημένοι το 6,7% από την ποιότητα και την ποικιλία του φαγητού.

Από αυτούς που δήλωσαν ότι το φαγητό ήταν καλό είχαμε:

- ικανοποιημένοι το 35,9% από την ποιότητα του φαγητού και το 35,1% από την ποικιλία του φαγητού
- ούτε ικανοποιημένοι, ούτε δυσαρεστημένοι το 46,2% από την ποιότητα του φαγητού και το 51,4% από την ποικιλία του φαγητού,
- δυσαρεστημένοι το 18% από την ποιότητα και το 13,5% από την ποικιλία του φαγητού.

Από αυτούς που δήλωσαν ότι το φαγητό ήταν αρκετά καλό είχαμε:

- Οι περισσότεροι ήταν ούτε ικανοποιημένοι, ούτε δυσαρεστημένοι, το 73,5% από την ποιότητα του φαγητού και το 70,8% από την ποικιλία του φαγητού,
- δυσαρεστημένοι το 22,4% από την ποιότητα και το 27,1% από την ποικιλία του φαγητού.

Από αυτούς που δήλωσαν ότι το φαγητό ήταν λίγο καλό οι περισσότεροι ήταν δυσαρεστημένοι, το 89,5% από την ποιότητα και από την ποικιλία του φαγητού.

Πίνακας 7.76. Πώς ήταν το φαγητό και πόσο ικανοποιημένοι είστε από την ποιότητα του φαγητού

Πώς ήταν το φαγητό		Πόσο ικανοποιημένοι είστε από την ποιότητα του φαγητού					Σύνολο
		Πολύ ικανοποιημένος	Ικανοποιημένο	Ούτε ικανοποιημένος Ούτε δυσαρεστημένος	Αρκετά δυσαρεστημένος	Πολύ δυσαρεστημένος	
Πολύ καλό	Αριθμό Ποσοστό	8 53,3%	3 20,0%	3 20,0%	1 6,7%	0 0%	15 100,0%
Καλό	Αριθμό Ποσοστό	0 0%	14 35,9%	18 46,2%	6 15,4%	1 2,6%	39 100,0%
Αρκετά καλό	Αριθμό Ποσοστό	0 0%	2 4,1%	36 73,5%	10 20,4%	1 2,0%	49 100,0%
Λίγο καλό	Αριθμό Ποσοστό	0 0%	1 5,3%	1 5,3%	11 57,9%	6 31,6%	19 100,0%
Καθόλου καλό	Αριθμό Ποσοστό	0 0%	0 0%	1 20,0%	0 0%	4 80,0%	5 100,0%
Σύνολο	Αριθμό Ποσοστό	8 6,3%	20 15,7%	59 46,5%	28 22,0%	12 9,4%	127 100,0%

Κατανομή τουριστών με τι τρόπο περάσανε τον ελεύθερο χρόνο

Στην ερώτηση που αφορά τον τρόπο πως περάσανε τον ελεύθερο χρόνο στο ιαματικό κέντρο απαντήσανε 62 άτομα, οι οποίοι δώσανε πολλαπλές απαντήσεις. Έτσι συνολικά έχουμε για την ερώτηση αυτή 79 θετικές απαντήσεις. Η πλειοψηφικά των ερωτηθέντων δήλωσε ότι πέρασε τον ελεύθερο χρόνο πηγαίνοντας βόλτα στο πάρκο του ιαματικού κέντρου ή επισκέπτονται στο μοναστήρι (45 απαντήσεις). Μερικοί δηλώσανε ότι περάσανε το ελεύθερο χρόνο πηγαίνοντας στα εστιατόρια έξω και στις τεράσες (17 απαντήσεις), και μόνο 6 απάντησαν ότι πήγανε εκδρομές (πίνακας 7.77.).

Όπως βλέπουμε από τα αποτελέσματα της έρευνας, είναι πολλοί λίγοι αυτοί που δηλώσανε ότι είχαν πως να περάσουν τον ελεύθερο χρόνο στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat, μόνο 11 θετικές απαντήσεις. Το ιαματικό κέντρο δεν προσφέρει σχεδόν τίποτα στους τουρίστες που έρχονται εκεί για να μπορέσουν να περάσουν όμορφα τον ελεύθερο χρόνο και να διασκεδάσουν και λίγο. Έκτος από δύο, τρία εστιατόρια, που είναι αρκετά ακριβά, με μια μουσική που είναι πιο πολύ ενοχλητική, αντί να αρέσει, δεν υπάρχει τίποτα.

Πίνακας 7.77. Κατανομή τουριστών με τι τρόπο περάσανε τον ελεύθερο χρόνο στο ιαματικό κέντρο

	Name	Count	Pct. of response	Pct. of Cases
Είχατε πως να περάσετε τον ελεύθερο χρόνο	Q.23.01	11	13,9	17,7
Περάσατε στα εστιατόρια, τεράσες	Q.23.02	17	21,5	27,4
Πηγαίνοντας βόλτα στο πάρκο και στο μοναστήρι	Q.23.03	45	57,0	72,6
Πήγατε εκδρομές	Q.23.04	6	7,6	9,7
26 missing cases, 101 valid cases	Σύνολο	79	100,0	127,4

Από την έρευνα προέκυψε, ότι οι περισσότερες γυναίκες, από αυτοί που απάντησαν, περάσανε τον ελεύθερο χρόνο πηγαίνοντας στο μοναστήρι και κάνοντας βόλτες στο πάρκο, το 57,8%, και οι περισσότερες άντρες πήγανε στα

εστιατόρια και στις τερασες, το 58,8%. Μισοί άντρες και μισοί γυναίκες από αυτοί που απαντήσανε, πήγανε εκδρομές (πίνακας 7.78.).

Πίνακας 7.78. Πώς έχετε περάσει τον ελεύθερο χρόνο και φύλο

Πώς έχετε περάσει τον ελεύθερο χρόνο;		Φύλο		Σύνολο
		Άντρες	Γυναίκες	
Είχατε πώς να περάσετε τον ελεύθερο χρόνο	Αριθμός	4	7	11
	Ποσοστό	36,4%	63,6%	17,7%
Έχετε περάσει στα εστιατόρια, τερασες	Αριθμός	10	7	17
	Ποσοστό	58,8%	41,2%	27,4%
Έχετε κάνει βόλτες στο πάρκο και στο μοναστήρι	Αριθμός	19	26	45
	Ποσοστό	42,2%	57,8%	72,6%
Έχετε κάνει εκδρομές	Αριθμός	3	3	6
	Ποσοστό	50,0%	50,0%	9,7%
Σύνολο	Αριθμός	29	33	62
	Ποσοστό	46,8%	53,2%	100,0%

Από αυτούς που δηλώσανε ότι είχαν πως να περάσουν το ελεύθερο χρόνο, οι περισσότεροι ήταν κάτω των 45 ετών , το 54,5%, μεταξύ 46 και 55 ετών ήταν το 27,3% και μεταξύ 56 και 65 ετών ήταν το 18,2% (πίνακας 7.79.). Οι περισσότεροι το 52,9%, από αυτούς που πήγανε στα εστιατόρια, τερασες ήταν κάτω των 45 ετών και επίσης και αυτοί που κάνανε εκδρομές, το 100%. Όμως, αυτοί που περάσανε τον ελεύθερο χρόνο πηγαίνοντας στο μοναστήρι και κάνοντας βόλτες στο πάρκο ήταν οι περισσότεροι μεγάλης ηλικίας, το 48,9% μεταξύ των 56 και 65 ετών και το 17,8% πάνω των 65 ετών. Από τις άλλες κατηγορίες ηλικιών είχαμε το 17,8% μεταξύ των 46 και 55 ετών και το 15,6% κάτω των 45 ετών.

Πίνακας 7.79. Πώς έχετε περάσει τον ελεύθερο χρόνο και ηλικία

Πώς έχετε περάσει τον ελεύθερο χρόνο	Ηλικία				Σύνολο
	Μέχρι 45 ετών	46 55 ετών	56 65 ετών	Πάνω των 65	
Είχατε πώς να περάσετε τον ελεύθερο χρόνο	6 54,5%	3 27,3%	2 18,2%	0 0	11 17,7%
Έχετε περάσει στα εστιατόρια, τερασες	9 52,9%	6 35,3%	2 11,8%	0 0	17 27,4%
Έχετε κάνει βόλτες στο πάρκο και στο μοναστήρι	7 15,6%	8 17,8%	22 48,9%	8 17,8%	45 72,6%
Έχετε κάνει εκδρομές	6 100,0%	0 0	0 0	0 0%	6 9,7%
Σύνολο	17 27,4%	13 21,0%	24 38,7%	8 12,9%	62 100,0%

Πόσο ακριβή ήταν η παραμονή των τουριστών στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat

Το 48,0% του δείγματος, δηλαδή 61 άτομα, δήλωσε ότι η παραμονή τους στο ιαματικό κέντρο ήταν αρκετά ακριβή. Το 33,9% του δείγματος (43 άτομα) δήλωσε ότι ήταν ακριβή η παραμονή τους, το 15,7% του δείγματος (20 άτομα) ότι ήταν φτηνή και μόνο το 2,4% ότι ήταν πολύ ακριβή (πίνακας 7.80.).

Βλέπουμε ότι, η πλειοψηφία των ερωτηθέντων το 84,3%, δήλωσαν ότι, η παραμονή τους στο ιαματικό κέντρο ήταν ακριβή, παρόλο που, οι περισσότεροι ήρθαν με εισιτήρια από το Υπουργείο Εργασίας ή το Συνδικάτο και είχαν κάποια έκπτωση στην τιμή του εισιτηρίου. Συμπερασματικά θα μπορούσαμε να πούμε ότι οι περισσότεροι τουρίστες που έρχονται στο ιαματικό κέντρο είναι συνταξιούχοι και εργαζόμενοι που έχουν χαμηλό εισόδημα.

**Πίνακας 7.80. Πόσο ακριβή ήταν η παραμονή τους στο
ιαματικό κέντρο**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Πολύ ακριβή	3	2,4	2,4	2,4
Ακριβή	43	33,9	33,9	36,2
Αρκετά ακριβή	61	48,0	48,0	84,3
Φτηνή	20	15,7	15,7	100,0
Σύνολο	127	100,0	100,0	

**Η γνώμη των ερωτηθέντων για τι ήταν πιο ακριβό κατά την
παραμονή τους στο ιαματικό κέντρο**

Στην ερώτηση: τι νομίζετε ότι ήταν ποιο ακριβό κατά την διάρκεια παραμονής στο ιαματικό κέντρο απαντήσανε 121 άτομα, τα οποία δώσανε παραπάνω από μια θετική απάντηση. Έτσι έχουμε συνολικά 194 θετικές απαντήσεις, πολλαπλές απαντήσεις (πίνακας 7.81.).

Στην πρόταση που έλεγε ότι η διαμονή ήταν πιο ακριβή έχουμε 53 θετικές απαντήσεις.

Στην πρόταση που έλεγε ότι το φαγητό ήταν πιο ακριβό έχουμε 50 θετικές απαντήσεις.

Στην πρόταση που έλεγε ότι οι μετακινήσεις ήταν πιο ακριβές έχουμε 20 θετικές απαντήσεις.

Στην πρόταση που έλεγε ότι η θεραπεία ήταν πιο ακριβή έχουμε 56 θετικές απαντήσεις.

Στην πρόταση που έλεγε ότι η διασκέδαση ήταν πιο ακριβή έχουμε 15 θετικές απαντήσεις.

Πίνακας 7.81. Η γνώμη των ερωτηθέντων για τι ήταν πιο ακριβό κατά την διάρκεια παραμονή τους στο ιαματικό κέντρο

	Name	Count	Pct. of response	Pct. of Cases
Η διαμονή	Q.25.01	53	27,3	43,8
Το φαγητό	Q.25.02	50	25,8	41,3
Οι μετακινήσεις	Q.25.03	20	10,3	16,5
Η θεραπεία	Q.25.04	56	28,9	46,3
Η διασκέδαση	Q.25.05	15	7,7	12,4
6 missing cases, 121 valid cases	Σύνολο	194	100,0	160,3

Τι τους άρεσε περισσότερο κατά την διάρκεια παραμονή τους στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat

Σε αυτή την ερώτηση απάντησαν 100 άτομα, τα οποία όμως, δώσανε παραπάνω από μια απάντηση, έχουμε πολλαπλές απαντήσεις. Έτσι συνολικά έχουμε σε αυτή την ερώτηση 192 θετικές απαντήσεις (πίνακας 7.82.). Οι περισσότεροι δηλώσανε ότι τους άρεσε πιο πολύ το πάρκο, το φυσικό περιβάλλον (50 θετικές απαντήσεις). Αμέσως μετά είναι αυτοί που δηλώσανε ότι τους άρεσε το μοναστήρι (48 θετικές απαντήσεις), η καθαριότητα του ιαματικού κέντρου με 40 θετικές απαντήσεις και η ησυχία του ιαματικού κέντρου με 37 απαντήσεις. Λιγότερες θετικές απαντήσεις έχουμε για την φιλοξενία των ανθρώπων, μόνο 10 απαντήσεις και πολύ λίγες για το ξενοδοχείο, το φαγητό (4 θετικές απαντήσεις) και για τις θεραπευτικές υπηρεσίες (3 θετικές απαντήσεις).

Πίνακας 7.82. Τι τους άρεσε περισσότερο κατά την διάρκεια παραμονή τους στο ιαματικό κέντρο

	Name	Count	Pct. of response	Pct. of Cases
Το φυσικό περιβάλλον, το πάρκο, το νερό της λίμνης	Q.26.04	50	26,0	50,0
Το μοναστήρι	Q.26.02	48	25,0	48,0
Η καθαριότητα του ιαματικού κέντρου	Q.26.03	40	20,8	40,0
Η ησυχία	Q.26.01	37	19,3	37,0
Η φιλοξενία των ανθρώπων	Q.26.07	10	5,2	10,0
Το ξενοδοχείο, το φαγητό	Q.26.05	4	2,1	4,0
Οι θεραπευτικές υπηρεσίες	Q.26.06	3	1,6	3,0
27missing cases, 100 valid cases	Σύνολο	192	100,0	192,0

Τι τους άρεσε λιγότερο κατά την διάρκεια παραμονή τους στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat

Σε αυτή την ερώτηση απάντησαν 80 άτομα, τα οποία όμως, δώσανε παραπάνω από μια απάντηση. Έτσι συνολικά έχουμε σε αυτή την ερώτηση 104 θετικές απαντήσεις. Οι περισσότεροι δηλώσανε ότι αυτό που τους άρεσε λιγότερο κατά την διάρκεια παραμονή τους στο ιαματικό κέντρο ήταν η έλλειψη διασκέδαση, σινεμά, χορός για τα παιδιά, με 37 θετικές απαντήσεις. Αμέσως μετά είναι αυτοί που δηλώσανε ότι δεν τους άρεσε το φαγητό, τα εστιατόρια, το ξενοδοχείο, με 29 θετικές απαντήσεις, η φιλοξενία των ανθρώπων με 17 απαντήσεις και η ποιότητα των θεραπευτικών υπηρεσιών με 11 θετικές απαντήσεις (πίνακας 7.83.).

Πίνακας 7.83. Τι τους άρεσε λιγότερο κατά την διάρκεια παραμονή τους στο ιαματικό κέντρο

	Name	Count	Pct. of response	Pct. of Cases
Η έλλειψη διασκέδαση, σινεμά,	Q.26.10	37	35,6	46,3
Το φαγητό, το ξενοδοχείο, τα εστιατόρια	Q.26.14	29	27,9	36,3
Η φιλοξενία των ανθρώπων	Q.26.13	17	16,3	21,3
Η ποιότητα των θεραπευτικών υπηρεσιών	Q.26.08	11	10,6	13,8
Η έλλειψη εκδρομών	Q.26.11	6	5,8	7,5
Το ταξί, οι δρόμοι, τα μέσα μεταφοράς	Q.26.09	4	3,8	5,0
47 missing cases,80 valid cases	Σύνολο	104	100,0	130,0

Ηλικία

Από την επεξεργασία των ερωτηματολογίων προέκυψε ότι οι περισσότεροι τουρίστες που επισκέφθηκαν το ιαματικό κέντρο Lacu Sarat, δηλαδή το 63,7% του δείγματος, ήταν άτομα μεγάλης ηλικίας, πάνω των 56 ετών. Η πλειοψηφία των ερωτηθέντων, το 48,0% του δείγματος, ήταν μεταξύ 56 και 65 ετών και το 15,7% του δείγματος ήταν πάνω των 65 ετών. Το 18,9% του δείγματος ήταν κάτω των 45 ετών και το 17,3% μεταξύ των 46 και 55 ετών (πίνακας 7.84.).

Πίνακας 7.84. Κατανομή τουριστών ανάλογα με την ηλικία

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Μέχρι 45 ετών	24	18,9	18,9	18,9
46- 55 ετών	22	17,3	17,3	36,2
56 - 65 ετών	61	48,0	48,0	84,3
Πάνω από 65 ετών	20	15,7	15,7	100,0
Σύνολο	127	100,0	100,0	

Το φύλο

Από την κατά φύλο επεξεργασία των ερωτηματολογίων προέκυψε ότι 51,2% των ερωτηθέντων ήταν γυναίκες (65 άτομα) και το υπόλοιπο 48,8% ήταν άντρες (62 άτομα). Βλέπουμε ότι δεν υπάρχει μεγάλη διάφορα κατά φύλο των ερωτηθέντων (πίνακας 7.85.).

Πίνακας 7.85. Κατανομή τουριστών ανάλογα με τον φύλο

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Άντρας	62	48,8	48,8	48,8
Γυναίκα	65	51,2	51,2	100,0
Σύνολο	127	100,0	100,0	

Επάγγελμα

Από την έρευνα που πραγματοποιήθηκε και έλαβε χώρα στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat προέκυψε ότι το 67,7% των ερωτηθέντων είναι συνταξιούχοι, το 20,5% είναι εργάτες, το 7,9% εκπαιδευτικούς. Μόνο το 2,4% είναι φοιτητές ή μαθητές και το 1,6% επιχειρηματίες (πίνακας 7.86.).

Πίνακας 7.86. Κατανομή τουριστών ανάλογα με το επάγγελμα

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Συνταξιούχοι	86	67,7	67,7	67,7
Εκπαιδευτικοί	10	7,9	7,9	75,6
Εργάτες	26	20,5	20,5	96,1
Επιχειρηματίες	2	1,6	1,6	97,6
Άλλες κατηγορίες	3	2,4	2,4	100,0
Σύνολο	127	100,0	100,0	

Εισόδημα

Πολλοί τουρίστες δεν απάντησαν σε αυτή την ερώτηση, το 44,1%. Από αυτοί που απαντήσανε, 71 άτομα, οι περισσότεροι τουρίστες, το 54,9% (39

άτομα), έχουν ένα εισόδημα μεταξύ 1.500.000 και 3.000.000 lei. Το 33,8% (24 άτομα) έχουν εισόδημα κάτω των 1.500.000 lei και μόνο το 11,3% (8 άτομα) μεταξύ 3.000.000 και 5.000.000 lei. Όπως προέκυψε από την έρευνα, η πλειοψηφία των ερωτηθέντων, το 88,7% έχουν ένα χαμηλό εισόδημα, έως 3.000.000 lei (πίνακας 7.87.).

Ισοτιμία lei / ευρώ ήταν για το 2002 περίπου: 1 ευρώ = 32.500 lei

Αν κάνουμε την μετατροπή σε ευρώ, τότε οι κατηγορίες εισοδημάτων θα είναι:

4. Μέχρι 46 ευρώ (μέχρι 1.500.000 lei)
5. 46 - 92 ευρώ (1.500.000 - 3.000.000 lei)
6. 92 - 155 ευρώ (3.000.000 - 5.000.000 lei)

Πίνακας 7.87. Κατανομή τουριστών ανάλογα με το εισόδημα

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Μέχρι 1.500.000	24	18,9	33,8	33,8
Από 1.500.000. έως 3.000.000.	39	30,7	54,9	88,7
Από 3.000.000 έως 5.000.0000	8	6,3	11,3	100,0
Σύνολο	71	55,9	100,0	
Missing System	56	44,1		
Σύνολο	127	100,0		

8. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

8.1. ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΕΙΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΙΑΜΑΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΡΟΥΜΑΝΙΑ

Ο τουρισμός είναι ένας σημαντικός τομέας της οικονομίας, ο οποίος παίζει μεγάλο ρόλο σε διεθνές και εθνικό επίπεδο, τόσο στις αναπτυγμένες, όσο και στις αναπτυσσόμενες χώρες. Ο τουρισμός είναι σήμερα μια βιομηχανία που αναπτύσσεται με ένα γρήγορο ρυθμό σε όλο τον κόσμο, και αυτή η ανάπτυξη θα συνεχιστεί και στο μέλλον.

Ο τουρισμός είναι ένας πολύπλοκος και σημαντικός τομέας της οικονομίας, ο οποίος εμφανίζεται με πολλές και διάφορες μορφές. Μια μορφή κοινωνικού τουρισμού είναι και ο ιαματικός τουρισμός, ο οποίος χρησιμοποιεί τις ιαματικές πηγές κυρίως για θεραπευτικούς σκοπούς.

Ο ιαματικός τουρισμός έχει ως σκοπός την πρόληψη, την επανάκτηση και την διατήρηση της υγείας του ανθρώπινου οργανισμού και περιλαμβάνει το σύνολο των ενεργειών που χρησιμοποιούνται για την προσέγγιση του στόχου του, με την χρήση των ιαματικών πηγών (τα θερμομεταλλικά και μεταλλικά νερά, οι λίμνες με θεραπευτικές ιδιότητες, ο θεραπευτικός πηλός, το κλίμα, τα βότανα, κ.λ.τ.).

Τα τελευταία χρόνια έχουμε σε διεθνές επίπεδο την εξέλιξη του ιαματικού τουρισμού και ως τουρισμός υγείας (health tourism). Ο τουρισμός υγείας αποτελεί το σύγχρονο τύπο του ιαματικού τουρισμού, αλλά δεν είναι το ίδιο πράγμα με αυτό.

Ο τουρισμός υγείας προσφέρει στους τουρίστες έκτος από τις συνήθεις τουριστικές υπηρεσίες και υπηρεσίες και εγκαταστάσεις υγείας, που

περιλαμβάνουν: ιατρικό έλεγχο, ειδική διαίτα, θεραπεία με βιταμίνες, βοτανοθεραπείες, γυμναστική, βελονισμός, ψυχοθεραπεία, κινησιοθεραπεία, αισθητική, θεραπεία κατά τον άγχος, αντικαπνιστή θεραπεία, κ.λ.τ.

Διεθνώς, τα τουριστικά κέντρα που έχουν ως σκοπό την πρόληψη, την επανάκτηση και την διατήρηση της υγείας του ανθρώπινου οργανισμού, κατατάσσονται σε δύο κατηγορίες:

1. τα κέντρα ιαματικού τουρισμού (spa)
2. τα κέντρα τουρισμού υγείας (health resorts)

Τα κέντρα ιαματικού τουρισμού έχουν ως σκοπό περισσότερο την θεραπεία σε περιβάλλον ποιότητας για ξεκούραση και αναψυχή. Τα κέντρα τουρισμού υγείας έχουν ως σκοπό περισσότερο την ξεκούραση, αναψυχή και όχι την θεραπεία.

Διεθνώς, τα τελευταία χρόνια, λόγω του γεγονότος ότι ο πληθυσμός του πλανήτη γερνάει, υπάρχει μια τάση για αύξηση του ενδιαφέροντος των πελατών για το ιαματικό τουρισμό.

Σήμερα λειτουργούν πολλά οργανωμένα κέντρα ιαματικού τουρισμού στην Ευρώπη, στις Η.Π.Α., σε ορισμένα νησιά της Καραϊβικής. Οι κυριότεροι προορισμοί στην Κεντρική Ευρώπη είναι : Γερμανία, Ιταλία, Γαλλία, Ελβετία, Αυστρία και λιγότερο το Βέλγιο, η Ισπανία, Πορτογαλία, Ελλάδα, Ολλανδία, Σουηδία.

Ο ιαματικός τουρισμός και τουρισμός υγείας έχει αναπτυχθεί και στις χώρες της Μεσογείου : Ισραήλ, Τουρκία, Μαρόκο, Κύπρος. Από αυτές η Τουρκία έχει μεγάλη ζήτηση και στο εξωτερικό.

Επίσης και στις χώρες της Ανατολικής Ευρώπης λειτουργούν πολλά

ιαματικά κέντρα όπως στην : Ουγγαρία, Τσεχία, Σλοβακία, Ρουμανία, Ρωσία, Γιουγκοσλαβία, Βουλγαρία. Σε αυτές τις χώρες, ο ιαματικός τουρισμός αποτελεί σημαντικό κομμάτι της οικονομίας τους και είναι ένας αναπτυσσόμενος τομέας.

Η Ρουμανία είναι μια χώρα με πολλές δυνατότητες για την ανάπτυξη του ιαματικού τουρισμού και τουρισμού υγείας. Η Ρουμανία είναι μια από τις πιο πλούσιες χώρες σε φυσικούς παράγοντες ιατρικής θεραπείας, με πολλά στοιχεία που είναι μοναδικά στην Ευρώπη: μεταλλικά και θερμομεταλλικά νερά, λίμνες με θεραπευτικές ιδιότητες, ο θεραπευτικός πηλός, οι φυσικές θεραπευτικές αναθυμιάσεις, τα αλατωρυχεία, το κλίμα, βότανα.

Παρόλο που, η Ρουμανία διαθέτει ιαματικές πηγές, με θεραπευτικές ιδιότητες αναγνωρισμένες όχι μόνο σε εθνικό επίπεδο, αλλά και σε διεθνές επίπεδο, η χώρα δεν κατέχει μια καλή θέση στο παγκόσμιο τουρισμό. Η Ρουμανία διαθέτει ένα σημαντικό τουριστικό δυναμικό, με συγκριτικά πλεονεκτήματα στο τομέα του ιαματικού τουρισμού, όμως δεν κατάφερε να συγκεντρώσει τις προτιμήσεις των ξένων τουριστών.

Οι οικονομικές, πολιτικές, κοινωνικές συνθήκες που επικρατούσαν στην Ρουμανία μετά την Επανάσταση του 1989, όταν έγινε και η αλλαγή του κομμουνιστικού καθεστώτος στην χώρα, προκάλεσαν την φθίνουσα πορεία του ιαματικού τουρισμού όλα αυτά τα χρόνια.

Σήμερα, η Ρουμανία, μια πλούσια χώρα σε ιαματικές πηγές, έχει σημαντικά μειονεκτήματα στο τομέα του ιαματικού τουρισμού: οι περισσότεροι είναι ημεδαποί τουρίστες, οι ξένοι είναι λίγοι, τα περισσότερα άτομα είναι τρίτης ηλικίας, δεν υπάρχει καλή υποδοχή στην χώρα, η ποιότητα διαμονής είναι φτωχή, οι εγκαταστάσεις θεραπείας έχουν μειωθεί, δεν υπάρχει κατάλληλο εξοπλισμό και εγκαταστάσεις για θεραπείες, που είναι παλιές, έλλειψη καταρτισμένου προσωπικό, οι τιμές είναι αρκετές μεγάλες, έλλειψη διαφήμιση και πληροφόρηση του κοινού τόσο στο εσωτερικό, όσο και στο εξωτερικό.

Παρόλο που, ο ιαματικός τουρισμός της Ρουμανίας έχει αρκετά μειονεκτήματα, από τα στοιχεία που παρουσιάσαμε, βλέπουμε ότι υπάρχει μια προσπάθεια για βελτίωση της κατάστασης σε αυτό το τομέα του τουρισμού. Όπως αναφέραμε, υπάρχουν μερικά θετικά αποτελέσματα που αφορούν την αύξηση των διανυκτερεύσεων και των αφίξεων στα ιαματικά κέντρα. Αυτά όμως είναι ελάχιστα σε σχέση με τις μεγάλες δυνατότητες για ανάπτυξη που μπορεί να γίνει στο ιαματικό τουρισμό και τα οικονομικά οφέλη που μπορεί να προσφέρει.

Η Ρουμανία διαθέτει αξιόλογες πηγές, με εξαιρετικές θεραπευτικές ιδιότητες και συγκριτικά πλεονέκτημα στο χώρο του ιαματικού τουρισμού. Η σωστή και πλήρης αξιοποίηση της θεραπευτικής ικανότητας και δυναμικότητας των ιαματικών πηγών στην Ρουμανία, μπορούν να προσφέρουν μεγάλα οικονομικά κέρδη, τόσο σε εθνικό, όσο και σε τοπικό επίπεδο. Η αξιοποίηση των ιαματικών πηγών μπορεί να γίνει από ιδιώτες ή από την Τοπική Αυτοδιοίκηση.

Για την Τοπική Αυτοδιοίκηση, τα οικονομικά οφέλη θα είναι πολλά, γιατί με την ανάπτυξη των ιαματικών κέντρων θα υπάρχει και ανάπτυξη της τοπικής οικονομίας σε όλους τους τομείς της : γεωργία, βιομηχανία, υπηρεσίες, υποδοχές, υγεία, απασχόληση. Μερικά από τα οφέλη αυτά είναι:

- Η ανάπτυξη των ιαματικών κέντρων θα δημιουργήσει νέες θέσεις εργασίας, θα συμβάλει στην μείωση της ανεργίας της περιοχής και στη αύξηση των εισοδημάτων του πληθυσμού, δηλαδή καλύτερες συνθήκες ζωής.

- Η ανάπτυξη των ιαματικών κέντρων θα έχει ως αποτέλεσμα την αύξηση του αριθμού των ξένων τουριστών, οι οποίοι θα φέρνουν στην χώρα περισσότερο συνάλλαγμα. Η Τοπική Αυτοδιοίκηση θα εισπράξει περισσότερο συνάλλαγμα, το οποίο θα συμβάλλει στην ισοσκέλιση του ισοζυγίου πληρωμών και αύξηση συναλλαγματικών διαθέσιμων στην χώρα.

- Θα αυξηθούν τα φορολογικά και άλλα έσοδα για τις τοπικές αρχές, οι οποίες θα έχουν μεγαλύτερους οικονομικούς πόρους και την δυνατότητα να πραγματοποιούν σημαντικές επενδύσεις με κοινωνικό χαρακτήρα στους τουριστικούς τόπους.

- Θα υπάρχει βελτίωση και ανάπτυξη και στο τομέα μεταφορών: αεροδρόμια, οδικές συνδέσεις, σιδηροδρόμους, λιμάνια.

- Θα αυξηθεί η ζήτηση για ανάπτυξη υπηρεσιών αγοράς : τράπεζες, καταστήματα, εστιατόρια, κέντρα διασκέδασης.

Οι κατευθύνσεις πολιτικής για την βελτίωση και ανάπτυξη του ιαματικού τουρισμού στην Ρουμανία πρέπει να επικεντρωθούν κυρίως:

- Στην ανάπτυξη της υποδομής: δρόμοι, λιμάνια, αεροδρόμια. Οι περιοχές που προορίζονται για ανάπτυξη ιαματικών κέντρων πρέπει να βρίσκονται κοντά σε αεροδρόμια και να εξυπηρετούνται από καλό οδικό δίκτυο.

- Στην βελτίωση των εγκαταστάσεων των ιαματικών κέντρων με σύγχρονη υποδομή και εξοπλισμό: υδροθεραπευτήρια, εξειδικευμένες ιατρικές μονάδες, δεξαμενές, πισίνες, τμήματα φυσιοθεραπείας, χώρους για λασποθεραπεία, υδρομασάζ.

- Στην ένταξη των κέντρων σε ένα πλέγμα ποικίλων εγκαταστάσεων που να συνδυάζουν και άλλες δραστηριότητες: αθλητικές εγκαταστάσεις, πάρκα πρασίνου, εγκαταστάσεις αναψυχής για νέους και παιδιά.

- Στην προσέλκυση επενδύσεων για την βελτίωση της ποιότητας διαμονής, για την ανάπτυξη των ξενοδοχειακών μονάδων υψηλών προδιαγραφών, με όλη την απαραίτητη ειδική υποδομή: χώρους συνεδριάσεων, εκθέσεων, υποδοχής, γραφείων, ιατρείων, γυμναστηρίου, εστιατορίων.

- Στην προώθηση και διαφήμιση των ιαματικών κέντρων της Ρουμανίας στο εξωτερικό και εσωτερικό, χρησιμοποιώντας διάφορες μεθόδους διαφήμισης και πληροφόρησης του κοινού και, περισσότερο τα μέσα μαζικής ενημέρωσης: τηλεόραση, ραδιόφωνο, εφημερίδες, περιοδικά, διαδουκτείο.

Η έρευνα αγοράς και η διαφήμιση, που παίζουn τόσο σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη του ιαματικού τουρισμού, δεν χρησιμοποιούνται όπως πρέπει στην Ρουμανία, έτσι οι ιαματικές πηγές και τα ιαματικά κέντρα της χώρας δεν είναι και πολύ γνωστές διεθνώς.

- Στην προσέλκυση τουριστών όλων των ηλικιών, περισσότερο τους νέους.

- Στην ανάπτυξη και εξέλιξη των λουτροπόλεων σε κέντρα τουρισμού υγείας, δηλαδή, σε κέντρα θεραπείας που θα λειτουργούν και ως κέντρα αναψυχής και ξεκούρασης για όλες τις ηλικίες. Πολλά ιαματικά κέντρα βρίσκονται στα βουνά ή κοντά στην θάλασσα, σε περιοχές με ένα κλίμα που επιτρέπει την εφαρμογή της μορφής κλιματοθεραπείας και θαλασσοθεραπείας.

- Στον συνδυασμό της προσφοράς του ιαματικού τουρισμού με άλλες μορφές τουρισμού : συνεδριακού, πολιτιστικού, εκπαιδευτικού, αθλητικού, ορεινού, χειμερινού τουρισμού, που θα συμβάλουν στην πρόληψη, θεραπεία, ξεκούραση, δηλαδή διακοπές και θεραπεία μαζί σε ένα πρότυπο περιβάλλον.

- Στην προστασία, αποκατάσταση και αξιοποίηση του φυσικού περιβάλλοντος γύρο από τις πηγές. Η διατήρηση του γνήσιου φυσικού περιβάλλοντος αποτελεί κύριο μέλημα. Η προστασία των ιαματικών νερών, σημαντικών φυσικών πόρων αποτελεί βασικό σκοπό. Η υποβάθμιση του περιβάλλοντος δεν δημιουργεί μόνο την καταστροφή της φυσικής ομορφιάς του τόπου, άλλα προκαλεί και την μείωση της ανταγωνιστικότητας του συγκεκριμένου θέρετρου στην τουριστική αγορά.

- Στην αναγνώριση του σημαντικού ρόλου που παίζει ο ιαματικός τουρισμός για την πρόληψη, την επανάκτηση και την διατήρηση της καλής υγείας και φυσικής κατάστασης των ανθρώπων.

- Στην ανάπτυξη της εκπαίδευσης του εξειδικευμένου προσωπικού που να έχει τις κατάλληλες γνώσεις και ικανότητες για τις απαιτήσεις που έχει ο τομέας του ιαματικού τουρισμού.

Απαιτείται γι' αυτό το σκοπό να αναπτύσσονται καινούργιες σχολές και τμήματα στα πανεπιστήμια, όπου να διδάσκονται τις τελευταίες διεθνείς τάσεις που αφορούν τις ιατρικές μεθόδους, αλλά και τις εναλλακτικές μορφές και μεθόδους θεραπείας όπως: ο βελονισμός, φυσιοθεραπεία, βοτανοθεραπεία, ψυχοθεραπεία, ομοιοπαθητική, κινησιοθεραπεία, αισθητική.

- Να δώσει μεγαλύτερη έμφαση στις ερευνητικές εργασίες ιατρικού, κοινωνικού, οικονομικού περιεχομένου με θέμα το ιαματικό τουρισμό ή τουρισμό υγείας, και στις θετικές επιπτώσεις που έχουν για την υγεία του άνθρωπου.

- Να θέτουν καινούργιοι νόμοι, οι οποίοι να ενθαρρύνουν την ανάπτυξη του ιαματικού τουρισμού: μείωση φορών ή απαλλαγή κατάρτιση από την πληρωμή φόρους για μερικά χρόνια για τις επενδύσεις στο τομέα του ιαματικού τουρισμού.

8.2. ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΟΧΗ ΤΟΥ ΙΑΜΑΤΙΚΟΥ ΚΕΝΤΡΟΥ LACU SARAT

Από την ανάλυση που έγινε στα προηγούμενα κεφάλαια της παρούσας έρευνας φαίνεται ότι η περιοχή του ιαματικού κέντρου Lacu Sarat είναι μια περιοχή με πολλούς πόρους (φυσικούς και πολιτιστικούς), οι οποίοι όμως εκμεταλλεύονται ακατάλληλα και επαρκώς.

Τα βασικά προβλήματα που παρουσιάζονται στην περιοχή του ιαματικού κέντρου Lacu Sarat και σχετίζονται με τον τουρισμό είναι πολλά:

1. Υπάρχει μεγάλος ανταγωνισμός στο τομέα του ιαματικού τουρισμού. Υπάρχουν στην περιοχή και άλλα ιαματικά κέντρα που έχουν λίμνες με νερό και λάσπη με όμοιες θεραπευτικές ιδιότητες με την λίμνη Lacu Sarat: Amara, Techirghiol, Mamaia, Neptun, Balata Alba. Αυτά τα ιαματικά κέντρα έχουν μεγάλη ζήτηση από τους τουρίστες, ιδιαίτερα αυτά που βρίσκονται στην ακτή της Μαύρης Θάλασσας: Techirghiol, Mamaia, Neptun, Eforie. Πολλοί τουρίστες που ήρθαν στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat είχαν επισκεφθεί στο παρελθόν και άλλα ιαματικά κέντρα της χώρας και της περιοχής.

2. Οι τουρίστες που έρχονται είναι όλοι ημεδαποί τουρίστες. Δεν είχαμε καθόλου ξένους τουρίστες κατά την περίοδο που πραγματοποιήθηκε η έρευνα. Οι ξένοι που έρχονται στο ιαματικό κέντρο είναι παρά πολύ λίγοι, το 0,5% των τουριστών, σύμφωνα με τα στοιχεία της Τοπικής Στατιστικής Υπηρεσίας. Απαιτούνται μεγάλες προσπάθειες για την προσέλκυση ξένων τουριστών, χρησιμοποιώντας τους κατάλληλους τρόπους προβολής και διαφήμισης του ιαματικού κέντρου Lacu Sarat στο εξωτερικό.

3. Οι περισσότεροι τουρίστες που έρχονται στο ιαματικό κέντρο είναι άτομα μεγάλης ηλικίας, πάνω των 55 ετών. Οι νέοι που έρχονται είναι λίγοι και οι περισσότεροι αν έχουν σοβαρό πρόβλημα υγείας. Χρειάζεται να γίνουν

προσπάθειες για την προσέλκυση των νέων τουριστών, που να έρθουν στο ιαματικό κέντρο όχι μόνο για θεραπεία, αλλά και για την διατήρηση της καλής υγείας του ανθρώπινου σώματος, αναζωογόνηση και αναψυχή.

4. Η μεγάλη πλειοψηφία των τουριστών που επισκέπτονται το ιαματικό κέντρο Lacu Sarat είναι άτομα με χαμηλό εισόδημα, οι περισσότεροι συνταξιούχοι με χαμηλή σύνταξη και εργάτες με χαμηλό μισθό. Το χαμηλό εισόδημα που έχουν οι άνθρωποι: συντάξεις, μισθούς, είναι η ευθύνη της κυβέρνησης, η οποία πρέπει να λάβει μέτρα για την αύξηση των εισοδημάτων των κατοίκων της χώρας και την βελτίωση του επιπέδου ζωής.

5. Οι περισσότεροι τουρίστες που έρχονται στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat έχουν εισιτήρια χρηματοδοτούμενα από το Υπουργείο Εργασίας ή από το Συνδικάτο. Πολλοί λίγοι είναι αυτοί που έρχονται με εισιτήρια από ένα τουριστικό γραφείο, επειδή αυτά είναι πολύ πιο ακριβά και δεν έχουν έκπτωση όπως έχουν τα εισιτήρια από το Υπουργείο Εργασίας ή από το Συνδικάτο.

Αυτό εξηγείται και από το γεγονός ότι, η ανεργία της περιοχής είναι πολύ μεγάλη και οι άνθρωποι δεν έχουν την οικονομική δυνατότητα για να πληρώσουν πολλά λεφτά για να αγοράσουν εισιτήρια για το ιαματικό κέντρο και να παρακολουθούν κάποια θεραπεία για την βελτίωση της κατάστασης της υγείας τους.

6. Η ποιότητα των θεραπευτικών υπηρεσιών δεν είναι και τόσο καλή, οι περισσότεροι τουρίστες δεν ήταν ικανοποιημένοι από τις θεραπείες που κάνανε. Οι εγκαταστάσεις για θεραπεία και το ιατρικό εξοπλισμό είναι παλιά, δεν υπάρχει αρκετά εξειδικευμένο προσωπικό για να προσφέρει ποιοτικές θεραπευτικές υπηρεσίες.

7. Οι περισσότεροι τουρίστες δεν ήταν ικανοποιημένοι από τις συνθήκες διαμονής, που προσφέρουν τα ξενοδοχεία του ιαματικού κέντρου: τα δωμάτια δεν έχουν όλες τηλεφωνο, τηλεόραση, καθόλου κλιματισμό για τις καλοκαιρινές

μέρες που κάνει πολύ ζεστή, η καθαριότητα δεν είναι τόσο καλή στα ξενοδοχεία. Ακατάλληλες συνθήκες διαμονής έχει και το κάμπινγκ του ιαματικού κέντρου, και από την πλευρά της καθαριότητας. Απαιτείται να γίνουν σημαντικές επενδύσεις για την βελτίωση των συνθηκών διαμονής σε όλα τα ξενοδοχεία και στο κάμπινγκ.

8. Παρόλο που η πρόσβαση στο ιαματικό κέντρο είναι εύκολη, η υποδομή της περιοχής που είναι ακατάλληλη, δυσκολεύει των τουριστών να φτάσουν στο ιαματικό κέντρο. Στην περιοχή, όπως και στην όλη την χώρα δεν υπάρχουν καλοί δρόμοι, τα μέσα μαζικής μεταφοράς είναι πολύ παλιά, δεν προσφέρουν καθόλου ασφάλεια για την μετακίνηση στους δρόμους και άνεση στους πελάτες. Επίσης οι υπηρεσίες του ταξί είναι ακριβές και δεν προσφέρουν ποιοτικές υπηρεσίες.

9. Έλλειψη διασκέδασης, σινεμά, δεν προσφέρει τίποτα στους τουρίστες για να μπορέσουν να περάσουν τον ελεύθερο χρόνο. Οι τερασες και τα εστιατόρια του ιαματικού κέντρου δεν προσφέρουν ποιοτικές υπηρεσίες και είναι και ακριβές, έτσι οι περισσότεροι τουρίστες δεν ήταν ικανοποιημένοι από τις υπηρεσίες τους.

10. Η φήμη του ιαματικού κέντρου έχει μειωθεί πολύ τα τελευταία χρόνια. Δεν υπάρχει καλή διαφήμιση και πληροφόρηση του πληθυσμού για το ιαματικό κέντρο, για την ποικιλία των θεραπευτικών υπηρεσιών που προσφέρει το ιαματικό κέντρο, ούτε στο εσωτερικό, ούτε στο εξωτερικό.

11. Η παραμονή στο ιαματικό κέντρο είναι ακριβή για τους περισσότερους τουρίστες, σε σχέση με το εισόδημα που έχουν. Οι τιμές για την διαμονή, την θεραπεία, το φαγητό είναι αρκετές υψηλές σε σχέση με την ποιότητα των υπηρεσιών που προσφέρουν στους τουρίστες.

12. Έλλειψη βασικών υπηρεσιών όπως είναι : ταχυδρομείο, φαρμακείο, τράπεζα, σουπερ μαρκετ, χορός για παιδιά, ένα κατάστημα με βασικά είδη.

Βασική επιδίωξη της τουριστικής πολιτικής θα πρέπει να είναι η αναβάθμιση της ποιότητας των παρεχομένων υπηρεσιών: διαμονή, διατροφή, θεραπευτικές υπηρεσίες, και η διαφοροποίηση ή εμπλουτισμός του τουριστικού προϊόντος.

Για την τουριστική ανάπτυξη της περιοχής πρέπει να εντοπιστούν τα δυνατά σημεία – πλεονεκτήματα των γύρω περιοχών και να βρεθούν οι κατάλληλοι τρόποι για την αξιοποίηση και την προβολή τους. Παράλληλα θα πρέπει να εντοπιστούν τα αδύνατα σημεία και τα προβλήματα που υπάρχουν στην περιοχή και να γίνουν προσπάθειες για την βελτίωσή τους.

1. Στα δυνατά σημεία της περιοχής μπορούν να θεωρηθούν πρώτα το φυσικό περιβάλλον: το πάρκο, το δάσος, το κλίμα και η τοποθεσία κοντά στην πόλη Braila, όχι μακριά από το Δούναβη.

2. Ένα άλλο δυνατό σημείο της περιοχής, πολύ σημαντικό παράγοντα για την ανάπτυξη του ιαματικού κέντρου Lacu Sarat, είναι η λίμνη Lacu Sarat. Το νερό και η λάσπη της λίμνης έχουν εξαιρετικές θεραπευτικές ιδιότητες και χρησιμοποιούνται με πολύ καλά αποτέλεσμα για την θεραπεία πολλών ασθενειών.

3. Άλλο ένα δυνατό σημείο της περιοχής είναι οι πλούσιοι φυσικοί και πολιτιστικοί πόροι που υπάρχουν εδώ. Το υπέδαφος του νομού Braila είναι πλούσιο σε κοιτάσματα πετρέλαιο και φυσικού αερίου. Ο Δούναβης είναι ένας πολύς σημαντικός φυσικός πόρος, που παίζει μεγάλο ρόλο για την ανάπτυξη της περιοχής. Το Μοναστήρι Άγιος Παντελεήμονος του ιαματικού κέντρου, οι πολιτιστικοί πόροι της πόλης Braila: τα αρχιτεκτονικά μνημεία, τα μουσεία, οι εκκλησίες, το θέατρο, προσελκύουν πολλούς τουρίστες που έρχονται στο ιαματικό κέντρο.

4. Το σιδηροδρομικό δίκτυο, το οποίο είναι πολύ αναπτυγμένο, είναι ένας θετικός παράγοντας για τις μετακινήσεις τόσο εντός του νομού, όσο και την ευρύτερη περιοχή του ιαματικού κέντρου.

5. Η εύκολη πρόσβαση από την πόλη Braila με το αυτοκίνητο ή με το τραμ, το οποίο συνδέει το ιαματικό κέντρο με την πόλη από το 1897, είναι άλλα δυνατά σημεία για την ανάπτυξη της περιοχής.

6. Το ανθρωπινό δυναμικό αποτελεί ένα από τους σημαντικούς πόρους της περιοχής. Υπάρχει εργατικό δυναμικό φτηνό, λόγω της μεγάλης ανεργίας του επικρατεί στην περιοχή.

7. Θετικός παράγοντας πρέπει να θεωρείται και το γεγονός ότι οι περισσότεροι τουρίστες που απάντησαν στο ερωτηματολόγιο, το 84,3% δήλωσαν ότι θα επισκεφτούν ξανά το ιαματικό κέντρο στο μέλλον και θα συστήσουν το ιαματικό κέντρο στους φίλους για θεραπεία.

8. Οι περισσότεροι ήταν τουρίστες που είχαν επισκεφτεί και άλλη φορά το ιαματικό κέντρο στο παρελθόν και οι οποίοι θα έρθουν ξανά. Έχουμε δηλαδή μεγάλο ποσοστό επαναλαμβανόμενους πελάτες, το 94,4% του συνόλου των τουριστών που ήρθαν και άλλη φορά στο ιαματικό κέντρο.

9. Ένα άλλο δυνατό σημείο μπορεί να είναι η καλή γενική εικόνα που έχουν οι τουρίστες για το ιαματικό κέντρο: καθαριότητα του ιαματικού κέντρου, το φυσικό περιβάλλον, ησυχία της περιοχής, φιλοξενία των ανθρώπων.

8.3. ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ΤΟΥ ΙΑΜΑΤΙΚΟΥ ΚΕΝΤΡΟΥ LACU SARAT

Όπως, είδαμε μέχρι τώρα, η περιοχή του ιαματικού κέντρου Lacu Sarat έχει πολλά προβλήματα, αλλά και αρκετές δυνατότητες για ανάπτυξη. Χρειάζονται όμως, να γίνουν σημαντικές επενδύσεις για την βελτίωση της κατάστασης που υπάρχει σήμερα στο ιαματικό κέντρο.

Στην συνέχεια προτείνονται μερικές λύσεις για την ανάπτυξη του τουρισμού στην περιοχή του ιαματικού κέντρου Lacu Sarat, λαμβάνοντας υπόψη την ανάλυση που προηγήθηκε στα προηγούμενα κεφάλαια: υφιστάμενα επίπεδα τουριστικής ανάπτυξης της περιοχής, την χωρική διάρθρωση και της δυνατότητας των πόρων τουριστικής έλξης, τις γενικότερες διαπιστώσεις πληθυσμιακών και δημογραφικών εξελίξεων, κλπ.

Οι λύσεις που προτείνουμε για την ανάπτυξη του τουρισμού στην περιοχή του ιαματικού κέντρου Lacu Sarat είναι τα εξής:

1. Πρόγραμμα ποιοτικής αναβάθμισης, εκσυγχρονισμού και διεύρυνσης των τουριστικών καταλυμάτων του ιαματικού κέντρου.

Είναι απαραίτητο να γίνουν σημαντικές επενδύσεις για την βελτίωση των συνθηκών διαμονής στα ξενοδοχεία και στο κάμπινγκ, επειδή οι περισσότεροι τουρίστες δεν ήταν ικανοποιημένοι από τις συνθήκες διαμονής, που προσφέρουν τα τουριστικά καταλύματα του ιαματικού κέντρου.

Χρειάζεται να γίνει ποιοτική αναβάθμιση και εκσυγχρονισμό της υφιστάμενης ξενοδοχειακής υποδομής: πρέπει να γίνει ανακαίνιση σε όλα τα τουριστικά καταλύματα, ανανέωση και εμπλουτισμό μονάδων με εγκαταστάσεις και υπηρεσίες ειδικής τουριστικής υποδομής.

2. Πρόγραμμα ποιοτικής αναβάθμισης και διεύρυνσης των θεραπευτικών υπηρεσιών που προσφέρει το ιαματικό κέντρο στους πελάτες, αφού από την έρευνα προέκυψε ότι, οι περισσότεροι τουρίστες δεν ήταν ικανοποιημένοι από την ποιότητα των θεραπευτικών υπηρεσιών.

Χρειάζεται να γίνουν επενδύσεις για την ανανέωση και εκσυγχρονισμό του ιατρικού εξοπλισμού και των εγκαταστάσεων για θεραπείες που ήδη υπάρχουν, αλλά και εμπλουτισμό με καινούργιες και σύγχρονες εγκαταστάσεις. Με αυτό τον τρόπο θα προσφέρονται στους πελάτες περισσότερες και διάφορες θεραπευτικές υπηρεσίες και θα βελτιωθεί η ποιότητα των παρεχομένων υπηρεσιών. Αυτό θα έχει ως αποτέλεσμα την αύξηση της ανταγωνιστικότητας του ιαματικού κέντρου Lacu Sarat στο χώρο του ιαματικού τουρισμού και μείωση των προβλημάτων που υπάρχουν τώρα με την ποιότητα των θεραπευτικών υπηρεσιών .

3. Πρόγραμμα κατάρτισης του προσωπικού.

Η βελτίωση της ποιότητας των θεραπευτικών υπηρεσιών και η αύξηση της ανταγωνιστικότητας του ιαματικού κέντρου δεν είναι δυνατόν να πετύχουν χωρίς να υπάρχει το κατάλληλο εξειδικευμένο προσωπικό. Ο ανθρωπινός παράγοντας είναι πολύ σημαντικός και καθοριστικός για την ανάπτυξη της περιοχής.

Πρέπει να αναφέρουμε εδώ ότι, το ανθρωπινό δυναμικό αποτελεί ένα από τους σημαντικούς πόρους της περιοχής, λόγω και της μεγάλης ανεργίας που υπάρχει.

Χρειάζεται να γίνει η κατάλληλη εκπαίδευση και κατάρτιση του προσωπικού που δουλεύει στο ιαματικό κέντρο για να μπορέσει να προσφέρει στους πελάτες ποιοτικές τουριστικές υπηρεσίες και ιδικά, ποιοτικές θεραπευτικές υπηρεσίες. Σημειώνεται ότι για την κατάρτιση του προσωπικού, με σκοπό την βελτίωση των παρεχομένων υπηρεσιών, θα μπορούσε να

συμβάλει θετικά η ύπαρξη του Ιδιωτικού Οικονομικού Πανεπιστημίου «Constantin Brâncoveanu» και της Σχολής για την εκπαίδευση του νοσηλευτικού προσωπικού στην πόλη Braila.

Το Πανεπιστήμιο «Constantin Brâncoveanu» έχει τα τελευταία χρόνια και ένα τμήμα για την Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων, όπου εκπαιδεύονται τα μελλοντικά διοικητικά στελέχη των τουριστικών επιχειρήσεων. Η οργάνωση σεμιναρίων που να μπορέσουν να τα παρακολουθήσουν οι σημερινοί επαγγελματίες (ξενοδόχους, ξενοδοχο-υπάλληλους, καταστηματαρχες, κλπ.), οι οποίοι δεν είναι φοιτητές στο Πανεπιστήμιο, θα βοηθούσε σημαντικά στην βελτίωση των παρεχομένων τουριστικών υπηρεσιών.

Θα ήταν χρήσιμο να υπάρχει στην Σχολή για την εκπαίδευση του νοσηλευτικού προσωπικού ένα τμήμα ή μαθήματα που να εκπαιδεύουν προσωπικό σε ιδιότητες όπως :φυσιοθεραπευτές, masseur , γυμναστές, κλπ.

Για την επίτευξη αυτού του στόχου είναι απαραίτητη και η συμμετοχή της Τοπικής Αυτοδιοίκησης και της κυβέρνησης της χώρας, του Υπουργείου Παιδείας. Η κυβέρνηση και η Τοπική Αυτοδιοίκηση θα μπορούσαν να χρηματοδοτούν προγράμματα μέσα στο Ο.Α.Ε.Δ. για την επαγγελματική κατάρτιση των ανέργων στις ειδικότητες που αναζητούνται από το ιαματικό κέντρο.

4. Πρόγραμμα αναβάθμισης της υποδομής της περιοχής.

Πρέπει να γίνουν σημαντικές επενδύσεις από την κυβέρνηση της χώρας και την Τοπική Αυτοδιοίκηση, άλλα και από ιδιωτικές επιχειρήσεις για την αναβάθμιση της υποδομής της χώρας και της περιοχής: βελτίωση της κατάστασης στους δρόμους, εκσυγχρονισμό και αναβάθμιση των αεροδρομίων της περιοχής, των λιμανιών, των σιδηροδρομικών σταθμών, των μέσων μαζικών μεταφορών.

5. Ανάπτυξη στο ιαματικό κέντρο των βασικών υπηρεσιών.

Νομίζουμε ότι είναι απαραίτητο να υπάρχει στο ιαματικό κέντρο ένα φαρμακείο, ταχυδρομείο, σούπερ μαρκετ, κατάστημα με βασικά είδη, και μια τράπεζα όπου να γίνουν και συναλλαγματικές αλλαγές. Λόγω της εποχικότητας των επισκέψεων, ότι το χειμώνα έρχονται πολύ λίγοι τουρίστες, αυτές οι υπηρεσίες δεν θα μπορέσουν να λειτουργήσουν όλο το χρόνο και θα έχουν εποχιακό χαρακτήρα.

Προτείνουμε να υπάρχουν κάποια κίνητρα που να ενθαρρύνουν τις επενδύσεις στο ιαματικό κέντρο : διευκολύνσεις και μείωση φόρους για της επιχειρήσεις που θα επενδύσουν στο ιαματικό κέντρο για να προσφέρουν διαφορές υπηρεσίες στους τουρίστες.

Η ανάπτυξη αυτών των υπηρεσιών θα έχουν ως σκοπό την αύξηση τον βαθμό ικανοποίησης των τουριστών από το ιαματικό κέντρο, επειδή οι τουρίστες δεν θα ταλαιπωρηθούν για να πηγαίνουν στην πόλη Braila για την παραμικρή ανάγκη που έχουν, και την προσέλκυση και άλλων κατηγοριών τουριστών.

6. Ανάπτυξη ενός πολιτιστικού κέντρου στο ιαματικό κέντρο.

Κάνουμε αυτή την πρόταση λαμβάνοντας υπόψη ότι, οι περισσότεροι τουρίστες δηλώσανε ότι δεν είχαν πώς να περάσουν τον ελεύθερο χρόνο στο ιαματικό κέντρο και δεν ήταν καθόλου ικανοποιημένοι από την διασκέδαση που τους προσφέρει το ιαματικό κέντρο.

Αυτό το πολιτιστικό κέντρο θα πρέπει να περιλαμβάνει: μια αίθουσα που θα μπορέσουν να γίνουν διάφορες μουσικές και θεατρικές παραστάσεις των γνωστών καλλιτεχνών και συγκροτημάτων της περιοχής ή από άλλες περιοχές της χώρας, ένα κινηματογράφο, μια βιβλιοθήκη, μια αίθουσα που θα μπορούν να γίνουν διάφορες εκθέσεις ζωγραφικής, γλυπτικής, ή άλλου είδους,

ένα χώρο όπου οι τουρίστες του ιαματικού κέντρου θα μπορούν να συγκεντρώνονται για να περάσουν ωραία τον ελεύθερο χρόνο παίζοντας τάβλες, χαρτιά, κλπ. ή να γιορτάζουν διάφορα γεγονότα.

Αυτή η πρόταση έχει ως σκοπό να αυξήσει τον βαθμό ικανοποίησης των τουριστών από το ιαματικό κέντρο και να προσελκύει και νέους τουρίστες, όχι μόνο συνταξιούχοι, οι οποίοι αποτελούν σήμερα η μεγάλη πλειοψηφία των επισκεπτών του ιαματικού κέντρου.

7. Ανάπτυξη του ιαματικού κέντρου και ως κέντρο τουρισμού υγείας.

Νομίζουμε ότι, αυτό θα συμβάλλει θετικά στην ανάπτυξη όχι μόνο του ιαματικού κέντρου, αλλά και της πόλης Braila και της γύρο περιοχής. Θα προσελκύονται με αυτό τον τρόπο οι ξένοι και οι νέοι τουρίστες, θα αυξηθεί η φήμη του ιαματικού κέντρου τόσο στην χώρα, όσο και στο εξωτερικό και η ανταγωνιστικότητά του.

Η περιοχή του ιαματικού κέντρου Lacu Sarat έχει πολλά πλεονεκτήματα για την ανάπτυξη του τουρισμού υγείας: το φυσικό περιβάλλον, το δάσος που βρίσκεται κοντά, το πάρκο, το κλίμα, που αποτελούν ένα από τα δυνατά σημεία της περιοχής για το οποίο δηλώσανε πολύ ικανοποιημένοι οι περισσότεροι τουρίστες, η λίμνη Lacu Sarat με το νερό και την λάσπη που έχουν εξαιρετικές θεραπευτικές ιδιότητες.

Βεβαία, για την ανάπτυξη ενός τέτοιου κέντρου χρειάζονται πολύ υψηλά επενδυτικά κεφαλαία, τα οποία είναι δύσκολο να βρεθούν από τους ντόπιους επενδυτές. Για την λύση αυτού του προβλήματος είναι απαραίτητο την προσέλκυση των ξένων επενδυτών. Αυτό το βλέπουμε όμως, δύσκολο να γίνει, λόγω ότι δεν υπάρχουν καθόλου κίνητρα για τους ξένους επενδυτές και η Τοπική Αυτοδιοίκηση έχει ακόμα την παλιά νοοτροπία του κομμουνιστικού

καθεστώς και δεν ενδιαφέρεται πραγματικά για την ανάπτυξη της περιοχής.

8. Ανάπτυξη διαφόρων τύπων και ειδικών εναλλακτικών μορφών τουρισμού : οικολογικού τουρισμού, πολιτιστικού.

Επιδιώκεται μια ισόρροπη ανάπτυξη που ανταποκρίνεται στην χωρική διάρθρωση των πόρων τουριστικής έλξης. Ο οικολογικός τουρισμός θεωρείται ως ένα βασικό μέσο δημιουργίας άκρως απαραίτητης στήριξης και κινήτρων για την διατήρηση των φυσικών περιοχών. Υπάρχει ο κίνδυνος της καταστροφής των φυσικών πόρων της περιοχής και ιδιαίτερα της λίμνης, λόγω της ακατάλληλης χρήσης και εκμετάλλευσης.

Μεσώ του οικολογικού τουρισμού επιδιώκονται : η προσέλκυση κεφαλαίων για προστασία και διαχείριση των φυσικών περιοχών, η οικονομική ανάπτυξη της περιοχής, η παροχή ευκαιριών υπαίθριας αναψυχής σε ένα ελκυστικό φυσικό περιβάλλον και η προαγωγή της περιβαλλοντικής εκπαίδευσης.

Ο πολιτιστικός τουρισμός έχει μεγάλες δυνατότητες για ανάπτυξη επειδή η περιοχή διαθέτει σημαντικούς πολιτιστικούς πόρους: μουσεία, αρχιτεκτονικά μνημεία, εκκλησίες, μοναστήρια, θέατρα, που προσελκύουν πολλοί τουρίστες. Αυτό το πρόγραμμα έχει ως σκοπό την αναβάθμιση και διεύρυνση του τουριστικού προϊόντος και την προστασία του πολιτιστικού πλούτου της περιοχής.

Έκτος από την ανάπτυξη του πολιτιστικού κέντρου που έχουμε προτείνει, ένα άλλο τρόπο που θα μπορούσε να έχει θετικό αποτέλεσμα είναι η οργάνωση εκδρομών ήμερες ή διήμερες στις γύρω περιοχές. Θα μπορούσαν να οργανώνονται και κρουαζιέρες στο Δούναβη και στο Μικρό Νησί του Δούναβη, ένας πολύ ωραίος τρόπος να περάσει κάποιος τον ελεύτερο χρόνο όταν έρχεται στο ιαματικό κέντρο.

9. Πρόγραμμα για την προώθηση και διαφήμιση του ιαματικού κέντρου στην χώρα και στο εξωτερικό.

Χωρίς την επαρκή ενημέρωση του τουρίστα ως προς τις δυνατότητες και προσφερόμενες τουριστικές και θεραπευτικές υπηρεσίες στην περιοχή του ιαματικού κέντρου Lacu Sarat, η ανάπτυξη διάφορων δικτύων και αξιοποίηση των σχετικών πόρων έλξης δεν θα έχει τα επιθυμητικά κοινωνικοοικονομικά αποτελέσματα.

Είναι απαραίτητο να γίνει διαφήμιση και προώθηση του ιαματικού κέντρου χρησιμοποιώντας τα μέσα μαζικής ενημέρωσης: τηλεόραση, ραδιόφωνο, εφημερίδες, περιοδικά, διαδουκτιο, τόσο στο εσωτερικό , τόσο και στο εξωτερικό.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Στέλιος Βαρβάρεσος Τουρισμός - έννοιες, μεγέθη, δομείς - η ελληνική πραγματικότητα, Εκδόσεις Αθήνα, 1998
2. Prof. Dr. Karl Christian Behrens,(μετάφραση Κ. Ιορδάνιδης) Δημοσκοπική έρευνα της αγοράς, Β Έκδοση, Εκδόσεις Παπαζήση , Αθήναι, 199 , σελ. 14 - 143
3. E. Davies, B. J. Davies, Επιτυχημένο Μάρκετινγκ σε μια εβδομάδα, Εκδόσεις Anubis, Αθήνα, 1993
4. Νίκος Γ. Ηγουμενάκης, Τουριστικό μάρκετινγκ, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα, 1991, σελ. 24 -165
5. Νίκος Γ. Ηγουμενάκης, Τουριστική Οικονομία, Τόμος Α, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα , 1991
6. Σταύρος Καλφιωτη, Τουριστικό μάρκετινγκ, βασικές αρχές, Εκδόσεις Θεοδώρου Π. Τυροβολά, Αθήνα, 1978
7. Αθανάσιος Κουρεμένος, Τουριστική έρευνα μάρκετινγκ, Πανεπιστημιακές παραδόσεις, Πανεπιστήμιο Πειραιά, 2001
8. Π. Γ. Κυριαζοπουλός, Κ. Κ. Κιουλάφας, Έρευνα αγοράς, Σύγχρονη Εκδοτική, Αθήνα 1994

9. Alastair M. Morrison. Ph. D, Τουριστικό και ταξιδιωτικό μάρκετινγκ, Εκδόσεις μετάφραση Στέργιος Ρεκούδης, Έλλην, Δεύτερη Έκδοση, Αθήνα, 1999, σελ. 14 - 196
10. Σ. Κ. Σπαθή, Ο ιαματικός τουρισμός και η ανάπτυξη του τουρισμού υγείας στην Ελλάδα, του Κέντρου Προγραμματισμού και Οικονομικών Ερευνών, Αθήνα, 2000
11. Αγγέλος Α. Τσακλαγκανός, Καθηγητής Αριστοτέλειου Πανεπιστημίου Θεσσαλονίκης, Βασικές αρχές του μάρκετινγκ - ανάλυση και έρευνα της αγοράς, Εκδοτικός Οίκος Αδελφών Κυριακίδη, 1996, σελ. 201 - 255
12. Κώστας Μ. Τσωρτζάκη, Αρχές διοίκησης μάρκετινγκ, Εκδόσεις Rosili, Αθήνα, 1993, σελ. 99 – 125
13. Y. Fournis, Η έρευνα της αγοράς, Εγκυκλοπαίδεια της Επιχειρήσεως, Εκδόσεις Οίκος Παμισος, Αθήνα, 1972, σελ. 105 -144
14. Matthew Housden, Επιτυχημένη έρευνα αγοράς σε μια εβδομάδα, Εκδόσεις Anubis, Αθήνα, 1993

ΞΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Ionel St. Alexandru , Lacu Sarat, Editura Libertatea S A. Braila, 1997
2. Elena Berlescu, Enciclopedia de balneoclimatologie a României, Editia a doua, Editura All, Bucuresti, 1998
3. Burkart, Medlik, Tourism: Past, Present and Future, Heimmann, London, 1981
4. Peter Bennett, Glossary of Marketing Terms, Chicago, American Marketing Association, 1988, pg. 117-118
5. Melind Candea Potentialul turistic al Romaniei si amenajarea turistica a spatiului, Editura Universitara , Bucuresti, 2003
6. Chris Cooper, John Fletcher, David Gilbert , Stephen Wanhill, Tourism : Principles and Practice, Publishing House Longman, Second Edition, Athens, 1999
7. Mihaela Diaconu Management si marketing in turism, Editura Independenta Economica, Bucuresti, 1998
8. Mihaela Diaconu Turism: Aplicatii si studii de caz, Editura Independenta Economica, Bucuresti, 2002
9. Vasile Glavan, Geografia turismului în România, Editura Aden, Bucuresti, 1996

10. Vasile Glavan, Turismul în România, Editura Economica, Bucuresti, 2000
11. Hunziker, W. Kraft, Allgemeine Fremdenverkehrslehre, Zurich, 1942, pg. 22
12. Ion Ionescu Turismul: Fenomen social, econoamic si cultural, Editura Economica, Bucuresti, 2000
13. L. Lickorich, C. Jenkins, An introduction to tourism, Publication Athens, 1999
14. Laviniu Munteanu, Ignatie Berindei, Mic îndreptar turistic, Editura Sport – Turism, Bucuresti, 1980
15. Nicolae Neacsu, Turismul si dezvoltarea durabila, Editura Expert, Bucuresti, 1999

ΑΡΘΡΟΓΡΑΦΙΑ

ΕΛΛΗΝΙΚΗ

1. Έρευνα του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού για τις τάσεις και τις εξελίξεις στον τουρισμό, Τουρισμός Οικονομία, No. 166, Σεπτέμβριος 2001, σελ. 35 50

ENH

1. Traian Badulescu, Societatile balneare de turism trebuie sa ofere pachete complete de servicii, Ziua Turistica, Nr. 241, 01 August, 2002
2. Traian Badulescu, Turismul balnear si curele geriatrice sunt o mina de aur pentru România, Ziua Turistica, Nr. 243, 15 August, 2002
3. Traian Badulescu, Turismul devine prioritate nationala, Ziua Turistica, Nr. 252, 17 Octombrie, 2002
4. Gheorghe Al. Craciun, Termal Aquifers in Romania, Journal of Hydrology, Vol 145, 1993, pg. 111 - 123
5. Cooper CP., Fletcher J., Westake J. N, Changing Tourism Demand in Central Europe - The Case of Romanian Tourism Spas, The Journal of Tourism Studies, Vol. 6, No. 2, Dec. 1995, pg. 30 - 44
6. Vasile Glavan Resursele balneoturistice din România si valorificarea lor, Revista Româna de Turism, Nr.3, ICT, Bucuresti, 1995
7. Anne Mary Nichita, Sa promovam dar sa fim pregatiti, Ziua Turistica, Nr.245, 25 August, 2002
8. Anne Mary Nichita, Quatidiam Travel pune România fata în fata cu privatizarea, Ziua Turistica, Nr. 250, 03 Octombrie,

2002

9. Conf.Dr. Adriana Sarah Nica, Statiunile balneare si Triunghiul Bermudelor, Accente, Nr. 8, 2001
10. Constantin Priescu, Ultimul tren, Curierul National, Nr. 2758, 31 Martie, 2000
11. Alecsandru Sobaru, Turismul in România – Letargie si Sperante, Accente, Nr. 5, 2001
12. Liana Subtirelu, Statiunile balneare vor trece la Turism iar Ministerul Sanatatii va coordona doar activitatea policlinicilor balneare, Adevarul, 10 August, 2002
13. Turnock D., Tourism in Romania Rural Planning in the Carpathians, Annals of Tourism Research, Vol. 17, No. 1, 1990, pg. 79 - 102

ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

1. Romanian Statistical Yearbook, 2000
2. Romanian Statistical Yearbook, 2001
3. Romanian Statistical Yearbook, 2002
4. Braila's County Statistical Yearbook, 2000
5. Braila's County Statistical Yearbook, 2001
6. Braila's County Statistical Yearbook, 2002

ΠΗΓΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

1. World Tourism Organisation [http:// world.tourism.org](http://world.tourism.org).
2. World Travel Cancil [http:// wttc.org](http://wttc.org)
3. Υπουργείο Τουρισμού [http:// min.turism](http://min.turism)
4. [htt:// www. tourism. ro](http://www.tourism.ro)
5. [htt://www. spas.ro/lacu_sarat.html](http://www.spas.ro/lacu_sarat.html)
6. [htt://www.braila.org](http://www.braila.org)
7. [htt://www.braila.net](http://www.braila.net)
8. [htt://www.infoturism.ro/balneare](http://www.infoturism.ro/balneare)
9. [htt://www.mediauno.ro/rci](http://www.mediauno.ro/rci)
10. [htt:// crp.pntcd.ro/ turism.html](http://crp.pntcd.ro/turism.html)

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1. ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

Πανεπιστήμιο Πειραιώς

Τμήμα: Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων

Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα : Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων

Τουριστική έρευνα αγοράς στο ιαματικό κέντρο της Ρουμανίας Lacu Sarat-
Braila

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

1. Από που είστε ; (χώρα, πόλη- χωρίο, νομός)ερωτηματολογιο
2. Ήρθατε για πρώτη φορά στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat ;
Ναι Όχι
3. Σε ποια άλλα ιαματικά κέντρα της Ρουμανίας είχατε πάει;
4. Πόσες φορές ήρθατε στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat μέχρι τώρα;
5. Για πιο λόγο ήρθατε στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat ;
Θεραπεία Ξεκούραση Άλλο λόγο
6. Πότε επισκεφτήκατε τελευταία φορά το ιαματικό κέντρο Lacu Sarat ;
Πριν 1 χρόνο 2 χρόνια 3 χρόνια 4 χρόνια 5 χρόνια
7. Πόσες μέρες έχετε μείνει φέτος στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat ;

7 μέρες ή λιγότερες 14 μέρες 18 μέρες

8. Με ποιον ήρθατε φέτος στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat ;

Μόνος(η) με τον (την) με την οικογένεια με τους φίλους
σύζυγο και παιδιά

9. Πόσο ικανοποιημένοι είστε από τις υπηρεσίες που σας προσφέρει το ιαματικό κέντρο Lacu Sarat ;

Πάρα πολύ Πολύ Αρκετά Λίγο Καθόλου

10. Θα επισκεφθείτε ξανά το ιαματικό κέντρο Lacu Sarat ;

Ναι Όχι

11. Θα προτείνατε το ιαματικό κέντρο Lacu Sarat στους φίλους σας ;

Για διακοπές Για θεραπεία
Ναι Όχι Ναι Όχι

12. Τι σας έχει ικανοποιήσει περισσότερο κατά την διάρκεια παραμονής σας στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat ; (Σημειώστε από 1 μέχρι το 5 ποιοι από τους παρακάτω παράγοντες σας έχουν ικανοποίηση περισσότερο).

Κλίμακα : 1. Πολύ ικανοποιημένος
2. Ικανοποιημένος
3. Ούτε ικανοποιημένος, ούτε δυσαρεστημένος
4. Αρκετά δυσαρεστημένος
5. Πολύ δυσαρεστημένος

- Το νερό και η λάσπη της λίμνης
- Η καθαριότητα της παραλίας
- Η καθαριότητα του ιαματικού κέντρου
- Το φυσικό περιβάλλον
- Τα εστιατόρια

- Η ποιότητα των θεραπευτικών υπηρεσιών
- Οι συνθήκες διαμονής
- Οι εκδρομές
- Τα μέσα μαζικής μεταφοράς
- Οι υπηρεσίες του ταξί
- Η ποιότητα του φαγητού
- Η ποικιλία του φαγητού
- Οι δρόμοι
- Η διασκέδαση που σας προσφέρει
- Η φιλοξενία των ανθρώπων

13. Γιατί έχετε επιλέξει το ιαματικό κέντρο Lacu Sarat ;(Σημειώστε από 1 μέχρι 3, ποία ήταν τα κυριότερα κριτήρια για τα οποία επιλέξατε αυτό το ιαματικό κέντρο).

- Κλίμακα :
1. Το πολύ σημαντικό
 2. Σημαντικό
 3. Το λιγότερο σημαντικό

- Η φήμη του ιαματικού κέντρου Lacu Sarat
- Για το νερό και την λάσπη της λίμνης
- Σύσταση φίλων
- Σύσταση γιατρού
- Χαμηλό κόστος
- Καλές υπηρεσίες
- Ησυχία της περιοχής
- Η ποικιλία των θεραπευτικών υπηρεσιών που προσφέρει το ιαματικό κέντρο

14. Από που έχετε κλείσει τα εισιτήρια ;

- | | | | |
|--------------------------------------|--|---------------------------------|---|
| Ταξιδιωτικό <input type="checkbox"/> | Από το ιαματικό <input type="checkbox"/> | Από το <input type="checkbox"/> | Από το Υπουργείο <input type="checkbox"/> |
| γραφείο | κέντρο Lacu Sarat | Συνδικάτο | Εργασίας |

15. Πόσο καιρό πριν κλείσατε τα εισιτήρια ;

- μια εβδομάδα
- 2 εβδομάδες – 1 μήνας
- 2- 3 μήνες
- 4 – 6 μήνες
- 7 μήνες – 1 χρόνο

16. Που έχετε μείνει στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat ;

Ξενοδοχείο Βίλα Κάμπινγκ Κάπου αλλού

17. Τι ανέσεις είχατε στο τουριστικό κατάλυμα που μέινετε ;

- τηλέφωνο
- room- service
- τηλεόραση στο δωμάτιο
- κλιματισμός
- δους και τουαλέτα
- μινι μπαρ
- μπαρ
- εστιατόριο

18. Είχατε επισκεφτεί την πόλη Μπραιλα

Ναι Όχι

19. Με τι μέσο μεταφοράς ήρθατε στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat ;

Αυτοκίνητο Τρένο Λεωφορείο Άλλα

20. Ποιες ήταν οι θεραπευτικές υπηρεσίες που δεχτήκατε στο ιαματικό κέντρο;

- Ηλεκτροθεραπεία

- Πηλοθεραπεία
- Υδροθεραπεία
- Aerosoli
- Μασάζ
- Γυμναστική
- Αεροχελιοθεραπεία
- Πισίνα για κινησιοθεραπεία
- Επίθεμα με ζεστό πηλό
- Επίθεμα με κρύο πηλό και μετά μπάνια στην λίμνη
- Ζέστα μπάνια σε μεταλλικά νερά
- Εγκαταστάσεις για ηλεκτρο και υδροθεραπεία
- Άλλες θεραπείες

21. Που γευματίσατε κατά την διάρκεια παραμονής σας στο ιαματικό κέντρο ;

Εστιατόριο του ξενοδοχείου Στο δωμάτιο έξω Κάπου αλλού

22. Πώς ήταν το φαγητό;

Πολύ καλό Καλό Αρκετά καλό Λίγο καλό Καθόλου καλό

23. Πώς έχετε περάσει τον ελεύθερο χρόνο και που κατά την διάρκεια παραμονής σας στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat ;

24. Πόσο ακριβή ήταν για σας η παραμονή στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat ;

Πολύ ακριβή Ακριβή Αρκετά ακριβή Φτηνή Πολύ φτηνή

25. Τι νομίζετε ότι ήταν ποιο ακριβό κατά την διάρκεια παραμονής σας στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat ;

- Η διαμονή
- Το φαγητό

- Οι μετακινήσεις
- Η θεραπεία
- Η διασκέδαση

26. Τι σας άρεσε περισσότερο ή λιγότερο κατά την διάρκεια της παραμονής σας στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat ;

Δημογραφικά στοιχεία:

Ηλικία:

Φύλλο:

Επάγγελμα:

Εισόδημα:

1. Μέχρι 46 ευρώ (μέχρι 1.500.000 lei)
2. 46 - 92 ευρώ (1.500.000 - 3.000.000 lei)
3. 92 - 155 ευρώ (3.000.000 - 5.000.000 lei)

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2. ΚΩΔΙΚΟΠΟΙΗΣΗ

ΚΩΔΙΚΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΑΠΑΝΤΗΣΕΩΝ ΤΟΥ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ

ΚΩΔΙΚΟΠΟΙΗΣΗ

Q.01. Από που είστε;

Q.01.01. Είστε από;

1 πόλη

2 χωρίο

Q.01.02. Από πιο νομό είστε;

1. Galati

2. Braila

3. Vrancea

4. Tulcea

5. Calarasi

6. Neamt

7. Bacau

8. Vaslui

9. Botosani

10. Bucuresti

11. Arges

12. Άλλους νομούς

Q.02. Ήρθατε για πρώτη φορά στο ιαματικό κέντρο;

0 όχι

1 ναι

Q.03. Σε ποια άλλα ιαματικά κέντρα της Ρουμανίας έχετε πάει;

Q.03.01. Calimanesti, Caciulata
Govora, Olanesti

0 όχι

1 ναι

Q.03.02 Herculane

0 όχι

1 ναι

Q.03.03 Amara

0 όχι

1 ναι

Q.03.04 Techirghiol

0 όχι

1 ναι

Q.03.05 Geoagiu

0 όχι

1 ναι

Q.03.06 Vatra Dornei

0 όχι

1 ναι

Q.03.07 Tusnad

0 όχι

1 ναι

Q.03.08 Felix , 1 Mai

0 όχι

1 ναι

Q.03.09 Slanic Moldova

0 όχι

1 ναι

Q.03.10 Covasna

0 όχι

1. ναι

Q.03.11 Slanic Prahova

0 όχι

1 ναι

Q.03.12 Borsec

0 όχι

1 ναι

Q.03.13 Sovata

0 όχι

1 ναι

Q.03.14 Mamaia, Neptun, Eforie

0 όχι

1 ναι

Q.03.15 Άλλα ιαματικά κέντρα

0 όχι

1 ναι

Q.04. Πόσες φορές ήρθατε στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat ;

0 ποτέ

1 μια φορά

2 δυο φορές

3 τρεις φορές

4 περισσότερες από τρεις φορές

Q.05. Για πιο λόγο ήρθατε στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat ;

1 θεραπεία

2 ξεκούραση

3 άλλο λόγο

4 θεραπεία και ξεκούραση

5 θεραπεία και άλλο λόγο

6 ξεκούραση και άλλο λόγο

Q.06. Πότε επισκεφτήκατε τελευταία φορά το ιαματικό κέντρο Lacu Sarat ;

- 1 πριν ένα χρόνο
- 2 πριν δυο χρόνια
- 3 πριν τρία χρόνια
- 4 περισσότερα από 3 χρόνια

Q.07. Πόσες μέρες έχετε μείνει φέτος στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat ;

- 1 7 μέρες ή λιγότερες
- 2 14 μέρες
- 3 18 μέρες

Q.08. Με ποιον ήρθατε φέτος στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat ;

- 1 μόνος (η)
- 2 με τον (την) σύζυγο
- 3 με την οικογένεια και τα παιδιά
- 4 με τους φίλους
- 5 με τον σύζυγο και φίλους
- 6 με την οικογένεια και φίλους

Q.09. Πόσο ικανοποιημένοι είστε από τις υπηρεσίες που σας προσφέρει το ιαματικό κέντρο Lacu Sarat ;

- 1 πάρα πολύ
- 2 πολύ
- 3 αρκετά
- 4 λίγο
- 5 καθόλου

Q.10. Θα επισκεφθείτε ξανά το ιαματικό κέντρο Lacu Sarat ;

- 0 όχι
- 1 ναι

Q.11. Θα προτείνετε το ιαματικό κέντρο Lacu Sarat στους φίλους σας;

Q.11.01. Για διακοπές ;

0 όχι

1 ναι

Q.11.02. Για θεραπεία ;

0 όχι

1 ναι

Q.12. Τι σας έχει ικανοποιήσει περισσότερο κατά την διάρκεια παραμονής σας στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat ;

Q.12.01. Από το νερό και την λάσπη της λίμνης

1 πολύ ικανοποιημένος

2 ικανοποιημένος

3 ούτε ικανοποιημένος, ούτε δυσαρεστημένος

4 αρκετά δυσαρεστημένος

5 πολύ δυσαρεστημένος

Q.12.02. Από την καθαριότητα της παραλίας

1 πολύ ικανοποιημένος

2 ικανοποιημένος

3 ούτε ικανοποιημένος, ούτε δυσαρεστημένος

4 αρκετά δυσαρεστημένος

5 πολύ δυσαρεστημένος

Q.12.03. Από την καθαριότητα του
ιαματικού κέντρου

- 1 πολύ ικανοποιημένος
- 2 ικανοποιημένος
- 3 ούτε ικανοποιημένος, ούτε
δυσανεστημένος
- 4 αρκετά δυσανεστημένος
- 5 πολύ δυσανεστημένος

Q.12.04. Από το φυσικό περιβάλλον

- 1 πολύ ικανοποιημένος
- 2 ικανοποιημένος
- 3 ούτε ικανοποιημένος, ούτε
δυσανεστημένος
- 4 αρκετά δυσανεστημένος
- 5 πολύ δυσανεστημένος

Q.12.05. Από τα εστιατόρια, τερασες

- 1 πολύ ικανοποιημένος
- 2 ικανοποιημένος
- 3 ούτε ικανοποιημένος, ούτε
δυσανεστημένος
- 4 αρκετά δυσανεστημένος
- 5 πολύ δυσανεστημένος

Q.12.06. Από την ποιότητα των
θεραπευτικών υπηρεσιών

- 1 πολύ ικανοποιημένος
- 2 ικανοποιημένος
- 3 ούτε ικανοποιημένος, ούτε
δυσανεστημένος

4 αρκετά δυσαρεστημένος

5 πολύ δυσαρεστημένος

Q.12.07. Από τις συνθήκες διαμονής

1 πολύ ικανοποιημένος

2 ικανοποιημένος

3 ούτε ικανοποιημένος, ούτε δυσαρεστημένος

4 αρκετά δυσαρεστημένος

5 πολύ δυσαρεστημένος

Q.12.08. Από τις εκδρομές

1 πολύ ικανοποιημένος

2 ικανοποιημένος

3 ούτε ικανοποιημένος, ούτε δυσαρεστημένος

4 αρκετά δυσαρεστημένος

5 πολύ δυσαρεστημένος

Q.12.09. Από τα μέσα μαζικής μεταφοράς

1 πολύ ικανοποιημένος

2 ικανοποιημένος

3 ούτε ικανοποιημένος, ούτε δυσαρεστημένος

4 αρκετά δυσαρεστημένος

5 πολύ δυσαρεστημένος

Q.12.10. Από τις υπηρεσίες του ταξί

1 πολύ ικανοποιημένος

2 ικανοποιημένος

3 ούτε ικανοποιημένος, ούτε

δυσανεστημένος

4 αρκετά δυσανεστημένος

5 πολύ δυσανεστημένος

Q.12.11. Από την ποιότητα του φαγητού

1 πολύ ικανοποιημένος

2 ικανοποιημένος

3 ούτε ικανοποιημένος, ούτε δυσανεστημένος

4 αρκετά δυσανεστημένος

5 πολύ δυσανεστημένος

Q.12.12. Από την ποικιλία του φαγητού

1 πολύ ικανοποιημένος

2 ικανοποιημένος

3 ούτε ικανοποιημένος, ούτε δυσανεστημένος

4 αρκετά δυσανεστημένος

5 πολύ δυσανεστημένος

Q.12.13. Από τους δρόμους

1 πολύ ικανοποιημένος

2 ικανοποιημένος

3 ούτε ικανοποιημένος, ούτε δυσανεστημένος

4 αρκετά δυσανεστημένος

5 πολύ δυσανεστημένος

- Q.12.14. Από την διασκέδαση
- 1 πολύ ικανοποιημένος
 - 2 ικανοποιημένος
 - 3 ούτε ικανοποιημένος, ούτε δυσαρεστημένος
 - 4 αρκετά δυσαρεστημένος
 - 5 πολύ δυσαρεστημένος

- Q.12.15. Από την φιλοξενία των ανθρώπων
- 1 πολύ ικανοποιημένος
 - 2 ικανοποιημένος
 - 3 ούτε ικανοποιημένος, ούτε δυσαρεστημένος
 - 4 αρκετά δυσαρεστημένος
 - 5 πολύ δυσαρεστημένος

Q.13. Γιατί έχετε επιλέξει το ιαματικό κέντρο Lacu Sarat ;

- Q.13.01. Για την φήμη του ιαματικού κέντρου
- 1 πολύ σημαντικό
 - 2 σημαντικό
 - 3 λιγότερο σημαντικό

- Q.13.02. Για το νερό και την λάσπη της λίμνης
- 1 πολύ σημαντικό
 - 2 σημαντικό
 - 3 λιγότερο σημαντικό

Q.13.03. Σύσταση φίλων

- 1 πολύ σημαντικό
- 2 σημαντικό
- 3 λιγότερο σημαντικό

Q.13.04. Σύσταση γιατρού

- 1 πολύ σημαντικό
- 2 σημαντικό
- 3 λιγότερο σημαντικό

Q.13.05. Χαμηλό κόστος

- 1 πολύ σημαντικό
- 2 σημαντικό
- 3 λιγότερο σημαντικό

Q.13.06. Καλές υπηρεσίες

- 1 πολύ σημαντικό
- 2 σημαντικό
- 3 λιγότερο σημαντικό

Q.13.07. Ησυχία της περιοχής

- 1 πολύ σημαντικό
- 2 σημαντικό
- 3 λιγότερο σημαντικό

Q.13.08. Η ποικιλία των

θεραπευτικών υπηρεσιών που προσφέρει το ιαματικό κέντρο

- 1 πολύ σημαντικό
- 2 σημαντικό
- 3 λιγότερο σημαντικό

Q.14. Από που κλείσατε τα εισιτήρια ;

- 1 ταξιδιωτικό γραφείο
- 2 από το ιαματικό κέντρο Lacu Sarat
- 3 Συνδικάτο
- 4 Υπουργείο Εργασίας

Q.15. Πόσο καιρό πριν κλείσατε τα εισιτήρια ;

- 1 μια εβδομάδα
- 2 δυο εβδομάδες - 1 μήνας
- 3 2 - 3 μήνες
- 4 παραπάνω από 3 μήνες

Q.16. Που έχετε μείνει στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat ;

Q.16.01. Που έχετε μείνει ;

- 1 ξενοδοχείο
- 2 βίλα
- 3 κάμπινγκ
- 4 κάπου αλλού

Q.16.02. Σε ποιο ξενοδοχείο μείνατε

- 1 Flora
- 2 Perla
- 3 Lacu Sarat
- 4 Diana

Q.17. Τι ανέσεις είχατε στο τουριστικό κατάλυμα που μείνατε ;

Q.17.01. Τηλέφωνο

- 0 όχι
- 1 ναι

Q.17.02. Room service

0 όχι

1 ναι

Q.17.03. Τηλεόραση στο δωμάτιο

0 όχι

1 ναι

Q.17.04. Κλιματισμός

0 όχι

1 ναι

Q.17.05. Δους και τουαλέτα

0 όχι

1 ναι

Q.17.06. Μινι μπαρ

0 όχι

1 ναι

Q.17.07. Μπαρ

0 όχι

1 ναι

Q.17.08. Εστιατόριο

0 όχι

1 ναι

Q.18. Είχατε επισκεφθεί την πόλη Braila ;

0 όχι

1 ναι

Q.19. Με τι μέσο μεταφοράς ήρθατε στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat ;

- 1 αυτοκίνητο
- 2 τρένο
- 3 λεωφορείο
- 4 άλλο
- 5 τρένο και λεωφορείο
- 6 τρένο και άλλα
- 7 λεωφορείο και άλλα

Q.20. Ποιες ήταν οι θεραπευτικές υπηρεσίες που δεχτήκατε στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat ;

Q.20.01. Ηλεκτροθεραπεία

0 όχι

1 ναι

Q.20.02. Πηλοθεραπεία

0 όχι

1 ναι

Q.20.03. Υδροθεραπεία

0 όχι

1 ναι

Q.20.04. Aerosoli

0 όχι

1 ναι

Q.20.05. Μασάζ

0 όχι

1 ναι

Q.20.06. Γυμναστική

0 όχι

1 ναι

Q.20.07. Αεροχελιοθεραπεία

0 όχι

1 ναι

Q.20.08 Πισίνα για κινησιοθεραπεία

0 όχι

1 ναι

Q.20.09. Επίθεμα με ζεστό πηλό

0 όχι

1 ναι

Q.20.10. Επίθεμα με κρύο πηλό και
μετά μπάνια στην λίμνη

0 όχι

1 ναι

Q.20.11. Ζέστα μπάνια σε μεταλλικά
νερά

0 όχι

1 ναι

Q.20.12. Εγκαταστάσεις για ηλεκτρο
και υδροθεραπεία

0 όχι

1 ναι

Q.20.13. Άλλες θεραπείες

0 όχι

1 ναι

Q.21. Που γευματίσατε κατά την διάρκεια παραμονής σας στο ιαματικό κέντρο;

1 εστιατόριο του ξενοδοχείου

2 στο δωμάτιο

3 έξω

4 κάπου αλλού

5 εστιατόριο ξενοδοχείου και έξω

6 εστιατόριο έξω και κάπου αλλού

7 δωμάτιο και έξω

8 δωμάτιο και έξω

Q.22. Πως ήταν το φαγητό ;

1 πολύ καλό

2 καλό

3 αρκετά καλό

4 λίγο καλό

5 καθόλου καλό

Q.23. Πως έχετε περάσει τον ελεύθερο χρόνο και που κατά την διάρκεια παραμονής σας στο ιαματικό κέντρο Lacu Sarat ;

Q.23.01. Είχατε πως να περάσετε τον ελεύθερο χρόνο

0 όχι

1 ναι

Q.23.02. Περάσατε στα εστιατόρια,
στις τερασες

0 όχι

1 ναι

Q.23.03. Κάνοντας βόλτα στο πάρκο
και στο μοναστήρι

0 όχι

1 ναι

Q.23.04. Κάνοντας εκδρομές

0 όχι

1 ναι

Q.24. Πόσο ακριβή ήταν για σας η παραμονή σας στο ιαματικό κέντρο ;

1 πολύ ακριβή

2 ακριβή

3 αρκετά ακριβή

4 φτηνή

5 πολύ φτηνή

Q.25. Τι νομίζετε ότι ήταν ποιο ακριβό κατά την διάρκεια παραμονής σας στο
ιαματικό κέντρο Lacu Sarat ;

Q.25.01. Η διαμονή

0 όχι

1 ναι

Q.25.02. Το φαγητό

0 όχι

1 ναι

Q.25.03. Οι μετακινήσεις

0 όχι

1 ναι

Q.25.04. Η θεραπεία

0 όχι

1 ναι

Q.25.05. Η διασκέδαση

0 όχι

1 ναι

Q.26. Τι σας άρεσε περισσότερο ή λιγότερο κατά την διάρκεια παραμονής σας στο ιαματικό κέντρο;

Q.26.01. Σας άρεσε η ησυχία;

0 όχι

1 ναι

Q.26.02. Σας άρεσε το μοναστήρι;

0 όχι

1 ναι

Q.26.03. Σας άρεσε η καθαριότητα του ιαματικού κέντρου;

0 όχι

1 ναι

Q.26.04. Σας άρεσε το πάρκο, το φυσικό περιβάλλον, το νερό και ή λάσπη της λίμνης;

0 όχι

1 ναι

Q.26.05. Σας άρεσε το ξενοδοχείο, το φαγητό;

0 όχι

1 ναι

Q.26.06. Σας άρεσε οι θεραπευτικές υπηρεσίες;

0 όχι

1 ναι

Q.26.07. Σας άρεσε η φιλοξενία των ανθρώπων;

0 όχι

1 ναι

Q.26.08. Δεν σας άρεσε η ποιότητα των θεραπευτικών υπηρεσιών;

0 όχι

1 ναι

Q.26.09. Δεν σας άρεσε το ταξί, οι δρόμοι, τα μέσα μεταφοράς;

0 όχι

1 ναι

Q.26.10. Δεν σας άρεσε η έλλειψη διασκέδαση, σινεμά;

0 όχι

1 ναι

Q.26.11. Δεν σας άρεσε η έλλειψη εκδρομών;

0 όχι

1 ναι

Q.26.12. Δεν σας άρεσε η φιλοξενία των ανθρώπων;

0 όχι

1 ναι

Q.26.13. Δεν σας άρεσε η έλλειψη φαρμακείο, αγορά, ταχυδρομείο;

0 όχι

1 ναι

Q.26.14. Δεν σας άρεσε το φαγητό, το ξενοδοχείο;

0 όχι

1 ναι

Q.27. Ηλικία

1 μέχρι 45 ετών

2 46 - 55 ετών

3 56 - 65 ετών

4 πάνω των 65 ετών

Q.28. Φύλο

- 1 άντρας
- 2 γυναίκα

Q.29. Επάγγελμα

- 1 συνταξιούχος
- 2 εκπαιδευτικοί
- 3 εργάτες
- 4 επιχειρηματίας
- 5 άλλες κατηγορίες

Q.30. Εισόδημα

- 1 μέχρι 1.500.000 lei
- 2 1.500.000 - 3.000.000 lei
- 3 3.000.000 - 5.000.000 lei
- 4 κανένα

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΑ

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΑ

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΑ

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΑ