

**ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΥΓΕΙΑΣ:**

**ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΥΓΕΙΑΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ. Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ  
ΘΕΡΑΠΕΥΤΙΚΗΣ ΜΟΝΑΔΑΣ "ΜΕΣΟΓΕΙΟΣ" ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ.**

**Ελένη Ε. Σαβιολή**

**Πτυχίο Οικονομικών Επιστημών Πανεπιστημίου Κρήτης**

**Υποβληθείσα για το Μεταπτυχιακό Δίπλωμα  
στη Διοίκηση Επιχειρήσεων / Management Τουρισμού**

**Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων  
Πανεπιστήμιο Πειραιώς**

**2004**

## *ΑΦΙΕΡΩΣΗ*

*Στους γονείς μου Στρατή και Μαρία*

## ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΥΓΕΙΑΣ

### ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η εργασία αναφέρεται στις μορφές που παίρνει ο τουρισμός υγείας. Γίνεται εκτεταμένη αναφορά στις μορφές του τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό. Ακολουθεί έρευνα σε εξειδικευμένη μονάδα παροχής θεραπείας σε άτομα που πάσχουν από νεφροπάθεια και η οποία συνδυάζει την θεραπεία με την διαμονή στο νησί στο οποίο βρίσκεται καθώς και δραστηριότητες στις οποίες μπορούν να απασχοληθούν τα άτομα που πάσχουν από αυτή τη μορφή ασθένειας. Από την έρευνα αυτή εξάγονται θετικά συμπεράσματα για τουριστικό προϊόν "τουρισμός υγείας".

Σημαντικοί όροι : θεραπευτικός τουρισμός, ιαματικές πηγές, θαλασσοθεραπεία, κέντρο αιμοκάθαρσης.

## ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ .....	1
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 : Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	3
1.1) ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	5
1.2: ΕΝΑΛΜΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ .....	10
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΥΓΕΙΑΣ.....	25
2.1)ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΙΑΜΑΤΙΚΟΥ ΘΕΡΑΠΕΥΤΙΚΟΥ ΠΡΟΙΟΝΤΟΣ ΚΑΙ ΤΩΝ ΑΛΛΩΝ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΥΓΕΙΑΣ .....	37
2.2) ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΠΡΟΒΟΛΗ ΤΩΝ ΙΑΜΑΤΙΚΩΝ ΚΕΝΤΡΩΝ ΥΔΡΟΘΕΡΑΠΕΙΑΣ .....	42
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 ΕΙΔΗ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΥΓΕΙΑΣ .....	45
3.1) ΙΑΜΑΤΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ.....	45
3.1.1)ΓΕΝΙΚΕΣ ΔΙΑΤΑΞΕΙΣ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΤΩΝ ΙΑΜΑΤΙΚΩΝ ΠΗΓΩΝ .....	61
3.2) ΘΑΛΑΣΣΟΘΕΡΑΠΕΙΑ .....	66
3.3 )ΘΕΡΑΠΕΥΤΙΚΗ ΕΝΕΡΓΕΙΑ ΙΑΜΑΤΙΚΩΝ ΝΕΡΩΝ .....	81
) Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ ΟΣΟΝ ΑΦΟΡΑ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΥΓΕΙΑΣ.....	86
3.5) ΝΕΕΣ ΤΑΣΕΙΣ ΣΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΤΟΥ ΙΑΜΑΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	91
3.6) ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΕΙΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΤΟΜΕΑ.....	93
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΚΡΗΤΗ & ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	100
4.1) ΟΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ.....	100
4.1.1) Η ΠΑΡΟΥΣΙΑ ΤΗΣ ΚΡΗΤΗΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ .....	102
4.2) ΚΡΗΤΗ ΚΑΙ ΘΕΡΑΠΕΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	108
4.3) ΜΕΣΟΓΕΙΟΣ.....	109
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 ΕΡΕΥΝΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ .....	112
5.1) ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΕΡΕΥΝΑ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ.....	112
5.1.1) ΕΡΕΥΝΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΡΕΥΝΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ.....	113
5.1.2) Η ΧΡΗΣΙΜΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΣΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΓΟΡΑ.....	115
5.2) ΣΤΑΔΙΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ.....	116
5.3) ΣΥΝΟΠΤΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΕΡΕΥΝΑΣ .....	117
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ .....	119
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7 ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΕΡΕΥΝΑΣ .....	127
7.1) ΣΥΝΟΠΤΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΕΡΕΥΝΑΣ .....	127
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΑΝΑΦΟΡΕΣ.....	182
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ.....	186
ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΕΡΕΥΝΑΣ .....	186
I. ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΕΡΕΥΝΑΣ .....	187

ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΠΙΝΑΚΩΝ

	Σελίδα
ΠΙΝΑΚΑΣ 1α ΙΑΜΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΕ ΧΩΡΕΣ ΤΟΥ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ(ΧΩΡΕΣ ΚΕΝΤΡΙΚΗΣ ΕΥΡΩΠΗΣ)	33
ΠΙΝΑΚΑΣ 1β ΙΑΜΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΕ ΧΩΡΕΣ ΤΟΥ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ(ΧΩΡΕΣ ΑΝΑΤΟΛΙΚΗΣ ΕΥΡΩΠΗΣ)	34
ΠΙΝΑΚΑΣ 2 ΟΙ ΑΝΑΚΥΡΗΓΜΕΝΕΣ ΙΑΜΑΤΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ	54
ΠΙΝΑΚΑΣ 3 ΙΑΜΑΤΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΣΗΜΑΣΙΑΣ	59
ΠΙΝΑΚΑΣ 4 ΙΑΜΑΤΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ ΤΟΠΙΚΗΣ ΣΗΜΑΣΙΑΣ	61
ΠΙΝΑΚΑΣ 5 ΣΤΟΧΟΙ,ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ,ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ SPAS	81
ΠΙΝΑΚΑΣ 6 ΤΑ ΚΑΛΥΤΕΡΑ SPAS ΤΟΥ ΚΟΣΜΟΥ	81
ΠΙΝΑΚΑΣ 7 ΜΕΡΙΚΑ ΑΠΟ ΤΑ ΚΑΛΥΤΕΡΑ SPAS ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	82
ΠΙΝΑΚΑΣ 8 ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΤΩΝ ΑΣΘΕΝΩΝ ΚΑΤΑ ΗΛΙΚΙΕΣ	168

ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 1	Επίσκεψη της Κρήτης για πρώτη φορά ή όχι	σελ 125
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 2	Επίσκεψη του Μεσόγειος για πρώτη φορά ή όχι	σελ 126
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3	Συχνότητα ταξιδιών των νεφροπαθών	σελ 127
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 4	Επίσκεψη ή όχι σε άλλο κέντρο	σελ 130
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5	Σε ποια χώρα βρισκόταν το άλλο κέντρο	σελ 131
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 6	Ευχαρίστηση ή όχι από το άλλο κέντρο	σελ 132
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 7	Πως έγινε η ενημέρωση για το άλλο κέντρο	σελ 133
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 8	Ποιο κέντρο είναι καλύτερο	σελ 134
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 9	Σε τι διαφέρει το άλλο κέντρο	σελ 135
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 10	Ποιο κέντρο σας έκανε να νιώσετε ποίο άνετα	σελ 136
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 11	Χώρα προέλευσης κέντρου	σελ 137
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 12	Η γνώμη των γνωστών που επισκέφτηκαν το κέντρο	σελ 138
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 13	Ο ρόλος των προσπέκτους	σελ 139
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 14	Η φήμη του κέντρου	σελ 140
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 15	Η γνώμη του γιατρού μου	σελ 141
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 16	Ικανοποίηση από τον γιατρό του κέντρου	σελ 142
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 17	Ικανοποίηση από τα μηχανήματα του Μεσόγειος	σελ 143
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 18	Άλλος λόγος που επηρέασε στην επιλογή του κέντρου	σελ 143
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 19	Δραστηριότητες κατά τη διάρκεια της αιμοκάθαρσης	σελ 145
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 20	Ικανοποίηση από το ταξιδιωτικό γραφείο	σελ 146
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 21	Ικανοποίηση από τις πληροφορίες του Μεσόγειος που εστάλησαν πριν την κάλυψη	σελ 147

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 22	Ικανοποίηση από τη διαδικασία κράτησης	σελ 148
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 23	Ικανοποίηση από το ταμείο – κάλυψη εξόδων	σελ 148
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 24	Ικανοποίηση από τη Ρεσεψιόν	σελ 149
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 25	Ικανοποίηση από τη φιλοξενία	σελ 149
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 26	Ικανοποίηση από το κτίριο	σελ 150
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 27	Ικανοποίηση από τους κήπους	σελ 151
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 28	Ικανοποίηση από την καθαριότητα	σελ 151
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 29	Ικανοποίηση από τη θεραπεία της αιμοκάθαρσης	σελ 152
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 30	Ικανοποίηση από τις ικανότητες των νοσοκόμων	σελ 153
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 31	Ικανοποίηση από την επικοινωνία με νοσοκόμες	σελ 153
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 32	Ικανοποίηση από την ποιότητα μηχανημάτων	σελ 154
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 33	Ικανοποίηση από τις δραστηριότητες στο Μεσόγειο	σελ 155
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 34	Παράπονο για κάποιο μέλος του προσωπικού του Μεσόγειο	σελ 156
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 35	Πρόβλημα σχετικά με την ασφάλεια	σελ 157
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 36	Ικανοποίηση από το ξενοδοχείο	σελ 157
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 37	Ικανοποίηση από τις διακοπές στην Κρήτη	σελ 158
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 38	Κάλυψη των εξόδων της αιμοκάθαρσης	σελ 159
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 39	Πιθανότητα επίσκεψης του Μεσόγειο ξανά	σελ 160
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 40	Πιθανότητα επίσκεψης της Κρήτης ξανά	σελ 161
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 41	Τι προκάλεσε απογοήτευση στις διακοπές	σελ 165
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 42	Προτάσεις για να βελτιωθούν οι υπηρεσίες του Μεσόγειο	σελ 167
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 43	Παντρεμένος ή όχι	σελ 168

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 44	Ύπαρξη ή όχι	σελ	7
168			
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 45	Κατανομή των ασθενών κατά ηλικιακές ομάδες	σελ	169
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 46	Κατανομή των ασθενών κατά φύλο	σελ	170
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 47	Κατανομή των ασθενών κατά εκπαιδευτικό επίπεδο	σελ	171
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 48	Κατανομή των ασθενών κατά επαγγελματική ιδιότητα	σελ	172
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 49	Κατανομή των ασθενών κατά εθνικότητα	σελ	172



## III

*ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ*

Επιθυμώ να εκφράσω τις ευχαριστίες μου στον επιβλέποντα καθηγητή μου κο Κουρεμένο Αθανάσιο, για την πολύτιμη βοήθειά του κατά τη διάρκεια εκπόνησης της εργασίας. Οι συμβουλές που μου έδωσε ήταν χρήσιμες για την ολοκλήρωση της έρευνας-μελέτης. Επίσης θέλω να εκφράσω τις ευχαριστίες μου στον κο Στάθογλου Νικόλαο, διευθυντή της θεραπευτικής μονάδας “Μεσόγειος”, για την κατανόηση και βοήθεια που μου πρόσφερε κατά τη διάρκεια διεξαγωγής της έρευνας. Ευχαριστίες τέλος στην οικογένειά μου για την πολύτιμη συμπαράσταση καθόλη τη διάρκεια εκπόνησης της μελέτης και διεξαγωγής της έρευνας. Η συμπαράστασή τους και η ενθάρρυνσή τους σε κρίσιμες στιγμές ήταν αρκετά χρήσιμη.

## **ΕΙΣΑΓΩΓΗ**

Αντικείμενο της παρούσας διπλωματικής εργασίας είναι η παρουσίαση του φαινομένου τουρισμού υγείας, μιας εναλλακτικής μορφής τουρισμού. Παρουσιάζονται οι μορφές που μπορεί να πάρει ο τουρισμός υγείας καθώς και τι ισχύει στην Ελλάδα κάνοντας μια μικρή ανασκόπηση στο παρελθόν. Εκτός από την αναγνώριση της κατάστασης που επικρατεί στην Ελλάδα γίνεται μια σύντομη αναφορά του φαινομένου και σε άλλες χώρες.

Παράλληλα με την συλλογή στοιχείων για την παρουσίαση του φαινομένου έγινε και προσπάθεια συλλογής και επεξεργασίας στοιχείων από μονάδα που προσφέρει εξειδικευμένο τουριστικό προϊόν τουρισμού υγείας, το Μεσόγειος, που βρίσκεται στο Ηράκλειο Κρήτης. Σκοπός της έρευνας αυτής είναι η συλλογή στοιχείων με σκοπό τη διερεύνηση και εξαγωγή συμπερασμάτων σχετικά με την ποιότητα του προσφερόμενου προϊόντος και την αποδοχή που αυτό έχει από τους “χρήστες” του.

Όσον αφορά τη δομή της εργασίας αυτή χωρίζεται σε 5 κεφάλαια και το παράρτημα. Τα κεφάλαια αυτά έχουν χωριστεί με τέτοιο τρόπο, ώστε ο αναγνώστης να διευκολύνεται στη μελέτη των τμημάτων που τον ενδιαφέρουν.

Στην εισαγωγή της εργασίας γίνεται μια σύντομη αναφορά του τι θα επακολουθήσει στα κεφάλαια που ακολουθούν.

Στο πρώτο κεφάλαιο παρουσιάζονται ορισμοί του τουρισμού και χαρακτηριστικά γνωρίσματα αυτού στην Ελλάδα.

Στο δεύτερο κεφάλαιο παρουσιάζονται οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Ο τουρισμός παίρνει διάφορες μορφές και στην εν λόγω ενότητα γίνεται προσπάθεια παρουσίασης των κυριότερων εναλλακτικών μορφών του.

Το τρίτο κεφάλαιο είναι η μεγαλύτερη σε έκταση ενότητα καθώς παρουσιάζονται τα προϊόντα τουρισμού υγείας, τα ιαματικά κέντρα υδροθεραπείας, οι ιαματικές πηγές και οι γενικές διατάξεις οργάνωσης και λειτουργίας τους, η θαλασσοθεραπεία, η περίπτωση της Ελλάδας και τέλος κατευθύνσεις πολιτικής για την ανάπτυξη του τομέα.

Στο τέταρτο κεφάλαιο αρχικά γίνεται λόγος για την σπουδαιότητα του τουρισμού στην περιφέρεια της Κρήτης και στη συνέχεια για τις μορφές του τουρισμού υγείας σε αυτήν.

Στο πέμπτο κεφάλαιο παρουσιάζονται τα γενικά χαρακτηριστικά της έρευνας αγοράς.

Στο έκτο κεφάλαιο παρουσιάζεται η μεθοδολογία που ακολουθείται σε μια έρευνα αγοράς. Παρουσιάζονται τα στάδια που ακολουθούνται για τη διεξαγωγή της.

Στο έβδομο κεφάλαιο παρατίθενται τα αποτελέσματα της έρευνας που πραγματοποιήθηκε στη θεραπευτική μονάδα "Μεσόγειος". Η έρευνα πραγματοποιήθηκε μέσω χορήγησης ερωτηματολογίων και επιπλέον γίνεται μια σύντομη αναφορά των υπηρεσιών της μονάδας.

Τέλος στο παράρτημα παρατίθεται το ερωτηματολόγιο της έρευνας, ο πίνακας των αποτελεσμάτων της έρευνας και η κωδικοποίηση των ερωτήσεων του ερωτηματολογίου.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 : Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

Ένας αρκετά ευρύς ορισμός για τον τουρισμό δίνεται από την Ένωση Τουρισμού της Βρετανίας<sup>1</sup>: <<Τουρισμός σημαίνει την προσωρινή, μικρής διάρκειας, μετακίνηση των ανθρώπων σε προορισμούς εκτός του συνήθη τόπου διαμονής ή εργασίας τους καθώς και οι δραστηριότητες κατά τη διάρκεια της παραμονής τους στους προορισμούς αυτούς ...Ο παραπάνω ορισμός περιλαμβάνει τόσο τον εσωτερικό όσο και τον διεθνή τουρισμό, συμπεριλαμβανομένων και των ημερήσιων επισκέψεων, όπως και τις επισκέψεις παραμονής για έναν ή και περισσότερους από τους παρακάτω λόγους: διακοπές, ελεύθερος χρόνος και αναψυχή, επαγγελματικοί λόγοι, συνέδρια.>>

Ο τουρισμός αποτελεί μια οικονομική και κοινωνική δραστηριότητα που γνώρισε μεγάλη ανάπτυξη την τελευταία εικοσαετία. Η βελτίωση των όρων εργασίας και αμοιβής των εργαζομένων, η άνοδος του βιοτικού επιπέδου γενικά, καθώς και η πρόοδος στις μεταφορές συντέλεσε στο να μην θεωρείται πλέον το τουριστικό ταξίδι είδος πολυτελείας αλλά βασική ανάγκη του κάθε ανθρώπου. Στην Ελλάδα ο τουρισμός, τα τελευταία 20-30 χρόνια, γνώρισε ραγδαία εξέλιξη. Αποτελεί έναν από τους βασικούς τομείς της εθνικής οικονομίας, αφού συμβάλλει σημαντικά τόσο στην κάλυψη του συναλλαγματικού ελλείμματος της χώρας μας, όσο και στην αύξηση της απασχόλησης και του εισοδήματος. Από το 1950 ο τουρισμός αντιπροσωπεύει έναν από τους τομείς της παγκόσμιας οικονομίας που παρουσιάζει την ταχύτερη ανάπτυξη. Το 1998 οι διεθνείς τουριστικές αφίξεις

---

<sup>1</sup> Διδασκάλου Ε, "Θεραπευτικός τουρισμός: Προς ένα μοντέλο ανάπτυξης κέντρων θεραπευτικού τουρισμού και εκτίμηση των επιπτώσεων αυτών στους τομείς του τουρισμού και της υγείας", διδακτορική διατριβή, Πειραιάς 1999.

έφθασαν τα 625,2 εκατ. άτομα, δηλαδή αυξήθηκαν κατά 24,7 φορές στο διάστημα των τελευταίων 48 ετών.

Σύμφωνα με τα πρόσφατα στοιχεία της ΕΣΥΕ και τα στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού, το 2002 η Ελλάδα με 14.179.999 αφίξεις αλλοδαπών ταξιδιωτών στα σύνορά της καταλαμβάνει την 15η θέση στην παγκόσμια κατάταξη των χωρών υποδοχής, σημειώνοντας αύξηση +0,87% έναντι του 2001.

Οι αεροπορικές αφίξεις αλλοδαπών το 2002 ήταν μειωμένες κατά -3,72% έναντι του 2001 και αποτέλεσαν το 73,61% του συνόλου των αφίξεων. Επίσης μειωμένες εμφανίστηκαν οι αφίξεις θαλασσίως κατά -1,38%, ενώ οι αφίξεις οδικώς παρουσίασαν αύξηση κατά +16,52%, οφειλόμενη σε μεγάλο βαθμό στους ταξιδιώτες προερχόμενους από την Αλβανία.

Σύμφωνα με τα πιο πρόσφατα διαθέσιμα στοιχεία της ΕΣΥΕ για τις διανυκτερεύσεις στις ξενοδοχειακές μονάδες, το 2001 πραγματοποιήθηκαν συνολικά 61.567.209 διανυκτερεύσεις αλλοδαπών και ημεδαπών τουριστών (αύξηση 0,43% έναντι του 2000). Οι έλληνες εξακολουθούν να αποτελούν σημαντικό μέγεθος της ζήτησης, δεδομένου ότι πραγματοποίησαν 14.983.243 διανυκτερεύσεις, ενώ οι αλλοδαποί 46.636.293.

Οι εισπράξεις από τουριστικές υπηρεσίες κατά το 2002 έφθασαν τα 10.285 εκ. ευρώ, παρουσιάζοντας ελαφρά μείωση κατά -2,8% έναντι του 2001, σύμφωνα με τα στοιχεία της Τράπεζας της Ελλάδος. Με βάση τον σχετικό πίνακα του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού, η Ελλάδα κατατάσσεται έτσι στην 10η θέση από άποψη τουριστικών εισπράξεων.

Το ενεργό ξενοδοχειακό δυναμικό της χώρας το 2003 είναι 628.170 κλίνες σε 330.970 δωμάτια που ανήκουν συνολικά σε 8.550 ξενοδοχειακές μονάδες. Υπάρχουν ακόμη 30.241 θέσεις κατασκήνωσης και 1.005 οικισμοί σε 352 κάμπινγκς, που μπορούν να φιλοξενήσουν άλλα 93.738 άτομα.

Η απασχόληση στον τουριστικό τομέα εκτιμάται ότι ανέρχεται περίπου στο 10% της συνολικής απασχόλησης (6,1% άμεση - 3,9 έμμεση).

Σύμφωνα με τις προβλέψεις του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (Π.Ο.Τ.), το 2010 οι διεθνείς τουριστικές αφίξεις θα είναι 40,2 φορές μεγαλύτερες σε σχέση με εκείνες του 1950, ενώ οι συναλλαγματικές τουριστικές εισπράξεις 699,9 φορές υψηλότερες. Ο τουρισμός, ο οποίος αντιπροσωπεύει το 10-12% του Παγκόσμιου Ακαθάριστου Προϊόντος, αποτελεί ίσως τον σημαντικότερο τομέα της οικονομίας, με πολυεπίπεδες επιπτώσεις στην κοινωνία, στο φυσικό και πολιτιστικό περιβάλλον.

### **1.1) ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

Η τουριστική βιομηχανία αποτελεί έναν από τους βασικότερους τομείς της Ελληνικής οικονομίας. Βάσει στοιχείων του ισοζυγίου πληρωμών της Ελλάδος για το έτος 2001 το ύψος των εισπράξεων από τουριστικές υπηρεσίες ανερχόταν σε 10.248.000 ευρώ σε σχέση με 10.061.000 το 2000. Ακολουθούν οι εισπράξεις από Μεταφορές – Ναυτιλία (9.113.000 για το 2001) και οι λοιπές εισπράξεις (Δημόσιο, Ασφάλιστρα, προμήθειες κλπ).

Μεγάλη είναι η σημασία του τουρισμού στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας. Συγκεκριμένα από το 1995 έως και το 2000 τα ξενοδοχεία και η εστίαση προσέφεραν 28.976 νέες θέσεις εργασίας<sup>2</sup>. Την ίδια περίοδο δημιουργήθηκαν 740 νέες ξενοδοχειακές μονάδες και 30.400 τουριστικές επιχειρήσεις.

Η Ελληνική τουριστική βιομηχανία βρίσκεται στο στάδιο ανάπτυξης τόσο των τουριστικών προορισμών της αλλά και του είδους των παρεχόμενων υπηρεσιών σε αυτούς. Τα τελευταία χρόνια στη χώρα μας γίνονται προσπάθειες άμβλυνσης της εποχικότητας των αφίξεων αλλοδαπών

---

<sup>2</sup> Πηγή: Εφημερίδα «τα ΝΕΑ», Σάββατο 18/05/03

τουριστών αλλά και εμπλουτισμού των τουριστικών υπηρεσιών με την ανάπτυξη νέων ειδών τουρισμού όπως ο αγροτουρισμός, ο οικοτουρισμός και ο τουρισμός ομορφιάς. Η αναζήτηση εναλλακτικών ειδών τουρισμού είναι καθοριστική για την εξέλιξη της εγχώριας τουριστικής βιομηχανίας δεδομένου ότι η Ελλάδα αντιμετωπίζει έντονο ανταγωνισμό από γειτονικές χώρες όπως η Τουρκία και η Κύπρος οι οποίες τα τελευταία χρόνια διείσδυσαν δυναμικά στην τουριστική βιομηχανία.

Οι αφίξεις τουριστών στη χώρα μας, παρά τις διακυμάνσεις που σημείωσαν, ακολούθησαν ανοδική πορεία την περίοδο 1980-1999. Ένας σημαντικός παράγοντας που επηρέασε αρνητικά την πορεία των αφίξεων ήταν η συναλλαγματική πολιτική που ακολούθησε η χώρα μας στο μεγαλύτερο μέρος της προαναφερόμενης περιόδου. Οι παράγοντες ωστόσο που συνέβαλαν κυρίως στην αλματώδη ανάπτυξη του τουρισμού μεταπολεμικά, ήταν η αύξηση των εισοδημάτων και του ελεύθερου χρόνου στις ανεπτυγμένες χώρες, η μεγάλη ανάπτυξη των μεταφορών και τέλος η ανάπτυξη του οργανωμένου μαζικού και τελικά φτηνού τουρισμού.

Η Ευρώπη αποτελεί την κυρίαρχη πηγή άντλησης τουριστών (μερίδιο 89,9% το 1999) με τάση, μάλιστα, ανοδική τα τελευταία χρόνια. Αντίθετα, τα μερίδια των άλλων χωρών ιδιαίτερα των Η.Π.Α, μειώθηκαν δραστικά τις δύο τελευταίες δεκαετίες.

Ένα από τα αδύνατα σημεία του ελληνικού τουρισμού είναι η έντονη εποχικότητα που παρουσιάζει, η οποία επηρεάζει αρνητικά το κόστος και την ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών με αρνητικές συνέπειες στην ανταγωνιστικότητά του. Το περίπου 50% των επισκεπτών της χώρας μας έρχεται το τρίμηνο Ιούνιο–Αύγουστο. Επίσης παρατηρείται μεγάλη συγκέντρωση των τουριστών σε λίγες περιοχές της χώρας. Η συγκέντρωση αυτή είναι αποτέλεσμα της ασύμμετρης κατανομής της προσφοράς των

τουριστικών υπηρεσιών. Είναι φυσιολογικό να αναπτυχθούν τουριστικά γεωγραφικές περιοχές της χώρας, όπως είναι τα νησιά του Ν. Αιγαίου, η Κρήτη, η Αττική και τα νησιά του Ιονίου, οι οποίες διαθέτουν φυσικά, ιστορικά και άλλα πλεονεκτήματα (π.χ διαθέτουν αεροδρόμιο), τα οποία προσελκύουν τους τουρίστες.

Τα κύρια χαρακτηριστικά του ελληνικού τουριστικού προϊόντος είναι ο ήλιος και η θάλασσα, το ήπιο κλίμα, σε συνδυασμό με το μεγάλο αριθμό νησιών και τις απέραντες παραλίες, η πολιτιστική κληρονομιά και η ιστορία της χώρας μας. Η κουλτούρα και η φιλική διάθεση των κατοίκων της χώρας μας αποτελούν, επίσης θετικά στοιχεία για την εικόνα αυτή. Ωστόσο, η Ελλάδα επιλέγεται από τους τουρίστες κυρίως ως προορισμός που προσφέρει φθηνές διακοπές με κύρια χαρακτηριστικά τον ήλιο και την θάλασσα. Με άλλα λόγια, προσφέρεται ως τόπος αναψυχής, ενώ το πολιτιστικό στοιχείο αποτελεί κίνητρο για τους τουρίστες που θέλουν να συνδυάσουν την ψυχαγωγία με την επιμόρφωση. Προς την κατεύθυνση αυτή η χώρα μας θα πρέπει να προβεί στις απαραίτητες ενέργειες, έτσι ώστε το πολιτιστικό στοιχείο να αποτελεί ισχυρό κίνητρο επιλογής της. Τέλος, η γεωγραφική θέση της χώρας μας έναντι των ανταγωνιστριών χωρών Ισπανίας, Ιταλίας και Πορτογαλίας αποτελεί σημαντικό μειονέκτημα, αφού είναι απομακρυσμένη από τις ευρωπαϊκές πηγές τουρισμού.

Ο τουρισμός<sup>3</sup> είναι ο πλέον δυναμικός και αναπτυσσόμενος κλάδος της οικονομίας μας. Ιστορικά ο κλάδος του τουρισμού αναπτύχθηκε τις τελευταίες δεκαετίες (κυρίως από την ιδιωτική πρωτοβουλία) και κατέστησε την χώρα μας έναν από τους δημοφιλέστερους προορισμούς. Τα τελευταία χρόνια όμως παρουσιάζει μια αστάθεια στην αυξητική τάση (μείωση το 2002), που συνοδεύεται κυρίως από σμίκρυνση του χρόνου παραμονής και ταυτόχρονη

---

<sup>3</sup> 'Οικονομικά Χρονικά', τεύχος 120, Μάρτιος – Απρίλιος 2003, σελ 26 - 28.



πτώση της εισοδηματικής στάθμης και της ποιότητας του εισερχόμενου τουρισμού.

Οι παρεμβάσεις που έπρεπε να έχουν πραγματοποιηθεί σε επίπεδο επενδύσεων γενικών και ειδικών υποδομών, επικοινωνιακού σχεδιασμού (προβολή) και αναπτυξιακή τουριστική νομοθεσία, εγκαταλείφθηκαν ή καθυστερούν απαράδεκτα. Οι συνέπειες είναι :

- Η συνεχής πτώση της ποιότητας και της ανταγωνιστικότητας του τουριστικού προϊόντος.
- Η απουσία οργάνωσης και ανάδειξης των εναλλακτικών και ειδικών μορφών τουρισμού.
- Η μείωση του χρόνου τουριστικής εκμετάλλευσης (έντονη εποχικότητα).
- Η αδυναμία διεξόδου του προϊόντος σε νέες αγορές και η διαρκής πτώση του στις ήδη υπάρχουσες.
- Η έλλειψη ανθρώπινου δυναμικού στον τομέα κατάλληλα εκπαιδευμένου.
- Η πλειοψηφία των ξενοδοχειακών μονάδων είναι μικρού μεγέθους και ενδιάμεσης/χαμηλής ποιότητας με συνέπεια την αδυναμία διαπραγμάτευσής τους με ισχυρούς tours-operators.

Ο πόλεμος στο Ιράκ επιβάρυνε ακόμα περισσότερο το αρνητικό κλίμα στον κλάδο του τουρισμού.

Τα τελευταία χρόνια ωστόσο παρατηρείται μια σταδιακή μεταστροφή των προτιμήσεων των τουριστών – και αντίστοιχα της προσφοράς τουριστικών υπηρεσιών- προς πιο ειδικές και ανεξάρτητες μορφές, προσαρμοσμένες στα ιδιαίτερα ενδιαφέροντα του κάθε τουρίστα.

**ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ**

1. Διδασκάλου Ε, “Θεραπευτικός τουρισμός: Προς ένα μοντέλο ανάπτυξης κέντρων θεραπευτικού τουρισμού και εκτίμηση των επιπτώσεων αυτών στους τομείς του τουρισμού και της υγείας”, διδακτορική διατριβή, Πειραιάς 1999.
2. Πηγή: Εφημερίδα «τα ΝΕΑ», Σάββατο 18/05/03
3. “Οικονομικά Χρονικά”, τεύχος 120, Μάρτιος – Απρίλιος 2003, σελ 26 – 28

## **1.2 ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

Στην προσπάθεια παρουσίασης των εναλλακτικών μορφών τουρισμού παρουσιάζεται αρχικά μια ιστορική αναδρομή στις αλλαγές που επήλθαν στον τουρισμό ώστε να υπάρχει μια πιο σφαιρική άποψη επί του θέματος.

Από τη δεκαετία λοιπόν του 1980 άρχισαν να επισημαίνονται αλλαγές στα πλαίσια της παγκόσμιας αγοράς του τουρισμού. Πολλοί ήταν οι παράγοντες που συντέλεσαν στο γεγονός αυτό. Η άνοδος της κατά κεφαλήν τουριστικής δαπάνης, η αύξηση του ελεύθερου χρόνου και οι κοινωνικές και δημογραφικές μεταβολές που είχαν επέλθει στο δυτικό κόσμο αποτελούν τους σημαντικότερους. Τα άτομα είχαν πλέον περισσότερα χρήματα και περισσότερο ελεύθερο χρόνο ώστε να τα αξιοποιήσουν στον τουρισμό.

Ο ελληνικός τουρισμός αναπτύχθηκε αρχικά από το 1950 ως παραθεριστικός, περιηγητικός και πολιτιστικός. Στη συνέχεια, κατά τις δεκαετίες '60 και '70 έγιναν προσπάθειες ενίσχυσης του ορεινού, θαλάσσιου και θεραπευτικού τουρισμού. Προς την κατεύθυνση αυτή το τουριστικό προϊόν εμπλουτίστηκε με τη δημιουργία συμπληρωματικών έργων υποδομής, όπως ορεινά καταφύγια, υδροθεραπευτήρια και εγκαταστάσεις ελλιμενισμού και εφοδιασμού σκαφών.

Οι απόπειρες ωστόσο εμπλουτισμού του ελληνικού τουριστικού προϊόντος ήταν πολλές και δεν απέδωσαν τα αναμενόμενα αποτελέσματα. Το σημαντικότερο έτσι χαρακτηριστικό του ελληνικού μοντέλου ανάπτυξης ήταν η προώθηση του μαζικού τουρισμού χαμηλής συναλλαγματικής απόδοσης. Το γεγονός αυτό απέδωσε καθώς αίτημα της εποχής ήταν οι χαμηλές τιμές στις προσφερόμενες υπηρεσίες. Επιπλέον κατά την περίοδο αυτή υπήρχε υστέρηση σε έργα γενικής και ειδικής τουριστικής υποδομής<sup>4</sup>.

---

<sup>4</sup> Μελέτη ανάπτυξης εναλλακτικών μορφών τουρισμού Β' φάση, εκπόνηση μελέτης: εταιρία αναπτυξιακών μελετών (ETAM) στην Κρήτη, Οκτώβριος 2001.

Κατά τη δεκαετία ωστόσο του '90 τα πράγματα άρχισαν να αλλάζουν λόγω μεταστροφής των αντιλήψεων. Κρίθηκε αναγκαίο την περίοδο εκείνη η τουριστική πολιτική να αλλάξει κατεύθυνση και να προσανατολιστεί προς νέες μορφές τουρισμού. Αναγκαία θεωρείται λοιπόν η μεταβολή της τουριστικής πολιτικής στην κατεύθυνση της αναβάθμισης της ποιότητας και του εμπλουτισμού του ελληνικού τουριστικού προϊόντος με τη βελτίωση του επιπέδου των προσφερόμενων υπηρεσιών και το άνοιγμα προς τις νέες μορφές τουρισμού, έτσι ώστε αυτό να καθίσταται πιο ανταγωνιστικό. Τη στιγμή που ο τουρισμός στο εξωτερικό γνώριζε ραγδαία αύξηση η Ελλάδα έπρεπε να βρει τρόπους να τον βελτιώσει ώστε να προσελκύσει περισσότερους πελάτες<sup>5</sup>.

Ήδη από τη δεκαετία του 1980 είχαν επισημανθεί οι αλλαγές που συντελούνταν στα πλαίσια της παγκόσμιας αγοράς του τουρισμού. Πολλοί ερευνητές επεσήμαναν ότι η άνοδος της κατά κεφαλήν τουριστικής δαπάνης, η αύξηση του ελεύθερου χρόνου, καθώς και οι σημαντικές κοινωνικές και δημογραφικές μεταβολές που είχαν επέλθει στο δυτικό κόσμο, θα συνέβαλαν στη διαφοροποίηση της τουριστικής αγοράς στη δεκαετία του 1990.

Σύμφωνα με εκτιμήσεις ερευνητών εξαιτίας των κοινωνικών αλλαγών της εποχής εκείνης θα δημιουργούνταν νέες τουριστικές ανάγκες και νέα τουριστικά πρότυπα. Θα δημιουργούνταν νέες μορφές τουρισμού. Από το 1980 φαινόταν ότι ο τουρισμός ειδικών ενδιαφερόντων θα γνωρίσει ραγδαία εξάπλωση και θα συμβάλει στην αύξηση της τουριστικής ικανοποίησης.

Πέρα όμως από τις προηγούμενες προβλέψεις κατά τη δεκαετία του 1980 ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού διαπιστώνει «καινούργια life style και νέες αντιλήψεις για τη σπουδαιότητα των σχέσεων των ανθρώπων μεταξύ τους καθώς και της σχέσης τους με τη φύση. Ιδιαίτερη σημασία αποκτά η

---

<sup>5</sup> Σφακιανάκης Μ, "Εναλλακτικές μορφές τουρισμού", Αθήνα 2001.

συμμετοχή σε υπαίθριες δραστηριότητες, η βελτίωση των αισθητικών κριτηρίων, η άνοδος του μορφωτικού επιπέδου καθώς επίσης και η βελτίωση των ατομικών και κοινωνικών συνθηκών ζωής των ανθρώπων. Η αναζήτηση αυτή των νέων αξιών σε σχέση με τον τουρισμό αντικατοπτρίζεται στην οργάνωση του ελεύθερου χρόνου και στα νέα τουριστικά προϊόντα που έχουν εμφανιστεί όπως οι ενεργητικές διακοπές και ο τουρισμός ειδικών ενδιαφερόντων» (Π.Ο.Τ., 1985).

Η ανάπτυξη προγραμμάτων ειδικών μορφών τουρισμού διαφέρει ανάλογα με τον τύπο και το επίπεδο τουριστικής ανάπτυξης της χώρας υποδοχής. Αρκετές από τις ειδικές μορφές τουρισμού λειτούργησαν ως συμπληρωματικές του μαζικού τουρισμού. Ο μαζικός τουρισμός λοιπόν χαρακτηρίζεται από την ομαδική συμμετοχή των τουριστών στις διάφορες φάσεις της τουριστικής δραστηριότητας. Ο χαρακτήρας του μαζικού λοιπόν τουρισμού οφείλεται στον τρόπο οργάνωσης του ταξιδιού, καθώς και στον επιλεγμένο τόπο διακοπών. Μαζικός τουρισμός και χωροχρονικές συγκεντρώσεις ερμηνεύουν βασικά το σύγχρονο τουριστικό φαινόμενο<sup>6</sup>. Παράλληλα καθοριστικοί παράγοντες για την ανάπτυξή τους αποτέλεσαν οι τοπικές ιδιομορφίες κάθε περιοχής, και η συνύπαρξη δύο ή τριών ειδικών μορφών τουρισμού σε ένα κοινό μοντέλο ανάπτυξης<sup>7</sup>.

Μεταξύ των κριτηρίων που λαμβάνονται υπόψη προκειμένου να οδηγήσουν στην ανάπτυξη προγραμμάτων ειδικών μορφών περιλαμβάνονται:

- Η ύπαρξη συμπληρωματικότητας με το ήδη υπάρχον μοντέλο του μαζικού τουρισμού, κάτι που είναι ιδιαίτερα σημαντικό για τις ειδικές μορφές που αναπτύσσονται παράλληλα με τον μαζικό τουρισμό και στοχεύουν στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, είτε στην προσθήκη νέων

<sup>6</sup> Βαρβαρέσος Σ., "Τουρισμός: έννοιες, μεγέθη, δομές", Εκδόσεις Προπομπός, β' έκδοση, Αθήνα 2000.

<sup>7</sup> Τσάρτας Π, Μανώλογλου Ε, "Ποιοτικά χαρακτηριστικά και τάσεις ζήτησης εσωτερικού τουρισμού", Αθήνα 2001.

προϊόντων στα τουριστικά πακέτα (συνεδριακός, περιηγητικός, θαλάσσιος, αθλητικός, κλπ.)

- Η ύπαρξη τοπικών ιδιομορφιών που σχετίζονται είτε με γεωμορφολογικά χαρακτηριστικά, είτε με την ύπαρξη κάποιας παράδοσης σε ειδικές μορφές (φυσιολατρικός, οικολογικός, θαλάσσιος, θρησκευτικός, κλπ.)
- Η δυνατότητα συμπληρωματικότητας περισσότερων ειδικών μορφών προκειμένου να αναπτυχθούν προγράμματα που δίνουν έμφαση στο «πλέγμα» ειδικών μορφών. Η έννοια του πλέγματος περιλαμβάνει τα κοινά χαρακτηριστικά των ειδικών μορφών που το απαρτίζουν και την δυνατότητά τους να αναπτυχθούν είτε παράλληλα με τον μαζικό τουρισμό είτε σε συσχετισμό και στενή συνεργασία μαζί του.

Για να υλοποιηθούν όμως τα κριτήρια αυτά πρέπει να συντρέχουν οι προϋποθέσεις που θα αποτελέσουν την αναγκαία θεσμική, οργανωτική, οικονομική υποδομή για την υλοποίηση ενός προγράμματος ανάπτυξης ειδικών μορφών τουρισμού. Τα κριτήρια αυτά σημαίνουν ουσιαστικά αναπτυξιακές επιλογές.

Το σύγχρονο μοντέλο της εναλλακτικής πρότασης για τον τουρισμό παρουσιάζει παγκόσμιο ενδιαφέρον και προωθείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση καθώς θεωρείται ιδανικό για τις περιοχές που διαθέτουν αξιόλογο φυσικό τοπίο, πολιτιστικό περιβάλλον και παραδοσιακή ταυτότητα.

Η προώθηση του εναλλακτικού τουρισμού ενισχύεται, τόσο από κονδύλια της Κοινότητας δεδομένου ότι αποτελεί έναν από τους στόχους του τρέχοντος σχεδίου δράσης της για τον τουρισμό, όσο και από κίνητρα που παρέχονται από εθνικά, περιφερειακά, νομαρχιακά και άλλα προγράμματα. Για τον επαναπροσδιορισμό της τουριστικής πολιτικής πολλών χωρών, που επιβάλλεται να γίνει ώστε να μπορέσουν να ξεπεραστούν σοβαρά προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι τουριστικές τους οικονομίες, οι πολιτικές

τους εξουσίες αποφασίζουν να αναπτύξουν ορισμένες δυναμικές εναλλακτικές μορφές τουρισμού που σύμφωνα με τις εκτιμήσεις τους θα δώσουν διέξοδο στα αδιέξοδα των τουριστικών τους οικονομιών, ενδεχόμενα δε και οριστικές λύσεις σε χρόνια προβλήματα που αυτές αντιμετωπίζουν.

Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού αποτελούν, κατά κοινή ομολογία, την κατεξοχήν στρατηγική για το μέλλον αφού είναι βέβαιο ότι επιτυγχάνουν την ισορροπία μεταξύ των σύγχρονων οικονομικών, κοινωνικών και περιβαλλοντικών παραμέτρων και αναγκών, συνάδουν δηλαδή με την επιθυμητή αιεφόρο – διατηρήσιμη τουριστική ανάπτυξη.

Μεταξύ των ειδικών λοιπόν μορφών τουρισμού συγκαταλέγεται και ο ιαματικός τουρισμός, ο οποίος σήμερα αφορά ολοένα και περισσότερο τα υγιή άτομα που έχουν ως κίνητρο τη διατήρηση της καλής φυσικής τους κατάστασης και της ψυχικής και σωματικής τους αναζωογόνησης. Λόγω των μεταβολών των κοινωνικών και καταναλωτικών προτύπων στις ανεπτυγμένες χώρες, εμφανίζει μια συνεχή τάση ανανέωσης των παρεχόμενων υπηρεσιών και καθίσταται ένας από τους δυναμικότερους νέους κλάδους της τουριστικής αγοράς.

Στα πλαίσια αυτά, ο ιαματικός τουρισμός μπορεί να αναπτυχθεί παράλληλα με άλλες ειδικές μορφές τουρισμού, είτε ως τμήμα της ανάπτυξης προγραμμάτων με έμφαση στη δημιουργία «πλέγματος» ειδικών μορφών σε περιοχές με ιδιαίτερα γεωμορφολογικά χαρακτηριστικά (π.χ σε συνδυασμό με τον οικολογικό, τον αθλητικό, τον τουρισμό περιπέτειας) είτε συμπληρωματικά με τον μαζικό οργανωμένο τουρισμό, ως τμήμα του τουριστικού πακέτου, με στόχο την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου (π.χ σε συνδυασμό με τον θαλάσσιο, τον συνεδριακό, τον πολιτιστικό ή τον τουρισμό κινήτρων).

Η ανάπτυξη του θεματικού τουρισμού αποτελεί τον <<μοχλό>> για την επίτευξη βασικών στόχων όπως<sup>8</sup> :

- Ο εμπλουτισμός και η διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος, με κύριους άξονες τη διασύνδεση του τουρισμού με τους κλάδους της γεωργίας και της μεταποίησης, καθώς και με τους τομείς του πολιτισμού και του περιβάλλοντος.
- Η αξιοποίηση των συγκριτικών πλεονεκτημάτων(φυσικοί πόροι, πολιτιστικό, κοινωνικό, ανθρωπογενές-δομημένο περιβάλλον) ενθαρρύνοντας την ενδογενή ανάπτυξη.
- Η διάχυση της τουριστικής δραστηριότητας στο χώρο και στον χρόνο με στόχο την επίτευξη χώρο-χρονικής ισοκατανομής της τουριστικής κίνησης, ώστε να αποφευχθούν ή τουλάχιστον να ελαχιστοποιηθούν οι αρνητικές επιπτώσεις που πηγάζουν από την υπερβολική συγκέντρωση της τουριστικής δραστηριότητας.
- Η χρησιμοποίηση νέων οικολογικών μεθόδων τόσο στα παραγόμενα προϊόντα, όσο και στις παρεχόμενες υπηρεσίες.
- Η τόνωση της απασχόλησης, η δημιουργία νέων θέσεων εργασίας και η συγκράτηση του πληθυσμού στην ύπαιθρο.

Ο εναλλακτικός τουρισμός εκτός από τη συμβολική έννοια που έχει αποκτήσει ως μορφή τουρισμού, της οποίας τα κύρια χαρακτηριστικά είναι η αναζήτηση της αυθεντικότητας και της επαφής με τη φύση, η άρνηση των απρόσωπων τουριστικών πακέτων, η αποφυγή των κοσμικών παραλιών ή ο συνδυασμός των διακοπών με την προσφορά εθελοντικής εργασίας, αναφέρεται σε κάθε ειδική μορφή τουρισμού, η οποία προσελκύει τουρίστες με ειδικά ενδιαφέροντα, συμβάλλει στην προστασία του περιβάλλοντος και την

---

<sup>8</sup> Μελέτη ανάπτυξης εναλλακτικών μορφών τουρισμού Α΄φάση, Ιούλιος 2001, εκπόνηση μελέτης : εταιρία αναπτυξιακών μελετών (ETAM) στην Κρήτη.



ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς και τέλος προσφέρει λύσεις σε προβλήματα της τουριστικής εποχικότητας.

Ο θεματικός τουρισμός, όπως ονομάζονται αλλιώς οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού είχε αναπτυχθεί στην Ευρώπη πολύ πριν κάνει τα πρώτα του βήματα στην Ελλάδα. Στον ελλαδικό χώρο τα πράγματα είναι ακόμα σε αρχικά στάδια. Στην Ελλάδα δυστυχώς μόνο το 30% των επισκεπτών προτιμά το θεματικό τουρισμό, όπως προέκυψε από πρόσφατη μελέτη του ΕΟΤ. Μεγαλύτερη προτίμηση παρατηρείται στον περιηγητικό, στον τουρισμό διερεύνησης και στον φυσιολατρικό. Η μικρή αυτή ανάπτυξη παρατηρείται κυρίως σε περιοχές ιδιαίτερου φυσικού κάλλους και σε αμιγώς ορεινές ενότητες με συμπλέγματα από αξιόλογα παραδοσιακά οικιστικά σύνολα.

Έπειτα λοιπόν από την αναφορά που προηγήθηκε στην εμφάνιση του θεματικού τουρισμού, επιχειρείται μια σύντομη παρουσίαση των εναλλακτικών μορφών τουρισμού<sup>9</sup>. Συγκεκριμένα:

Αγροτουρισμός : αναφέρεται σε δραστηριότητες υπαίθριας αναψυχής και τουρισμού, οι οποίες αναπτύσσονται στον αγροτικό χώρο και εντάσσονται στο πλαίσιο του αγροτικού περιβάλλοντος και της αγροτικής ζωής.

Αθλητικός τουρισμός : απευθύνεται είτε σε απλούς επισκέπτες – περιηγητές που αγαπούν τα σπορ και θέλουν να συνδυάσουν την επίσκεψή τους σε έναν προορισμό με την ενασχόλησή τους με το άθλημα της αρεσκείας τους, είτε σε οργανωμένες ομάδες αθλητών που επιθυμούν να πραγματοποιήσουν την προετοιμασία τους σε περιοχές με κατάλληλες φυσικοκλιματολογικές συνθήκες. Αφορά λοιπόν ομάδες ατόμων με κοινά αθλητικά ενδιαφέροντα και ανάγκες άσκησης. Στον αθλητικό τουρισμό συμπεριλαμβάνονται ο

---

<sup>9</sup> Μελέτη ανάπτυξης εναλλακτικών μορφών τουρισμού Β' φάση, εκπόνηση μελέτης: εταιρία αναπτυξιακών μελετών (ΕΤΑΜ) στην Κρήτη, Οκτώβριος 2001.

περιπατητικός και ο ορειβατικός τουρισμός, η ορεινή ποδηλασία, ο αεραθλητισμός, ο ιπποτουρισμός και τα golfs.

Εκπαιδευτικός τουρισμός : στοχεύει στην ενημέρωση, στην έρευνα και στην εκπαίδευση σε θέματα γενικού και ειδικού επιστημονικού ενδιαφέροντος. Απευθύνεται κυρίως σε μαθητές, σπουδαστές και επαγγελματικές ομάδες. Ο εκπαιδευτικός τουρισμός εμπεριέχει δύο διαστάσεις, της μόρφωσης και της αναψυχής με τη μορφή επισκέψεων και διαμονής για μικρά χρονικά διαστήματα σε περιοχές ειδικού ενδιαφέροντος, που συνδυάζουν την ξενάγηση σε αρχαιολογικούς χώρους και λοιπά αξιοθέατα με τη διασκέδαση.

Θαλάσσιος τουρισμός : απευθύνεται κατά κανόνα σε τουρίστες υψηλής εισοδηματικής στάθμης. Αναφέρεται στο σύνολο των τουριστικών δραστηριοτήτων που διεξάγεται στη θαλάσσια ζώνη. Τέτοιες δραστηριότητες είναι οι κρουαζιέρες, το γιότινγκ (yachting), το boating-jet ski και το windsurfing. Όπως είναι φανερό η ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού απαιτεί την ύπαρξη των αναγκαίων λιμενικών εγκαταστάσεων, όπως για παράδειγμα μαρίνες.

Θρησκευτικός τουρισμός : απευθύνεται σε ομάδες επισκεπτών με ειδικά ενδιαφέροντα, όπως πιστοί, αγιογράφοι, ερευνητές και μελετητές. Η μορφή αυτή του τουρισμού αναπτύσσεται σε περιοχές που διαθέτουν ιστορικά μοναστήρια και βυζαντινές εκκλησίες ή λατρευτικούς χώρους.

Κοινωνικός τουρισμός : ορίζεται το σύνολο των σχέσεων και φαινομένων τουριστικού χαρακτήρα που διευκολύνουν τη συμμετοχή στον τουρισμό των ασθενέστερων οικονομικών τάξεων. Οι παροχές για κοινωνικό τουρισμό αποτελούν σήμερα για τις αναπτυσσόμενες οικονομικά χώρες υποχρέωση του κράτους. Συγκεκριμένα το σύγχρονο "κοινωνικό κράτος" έχει υποχρέωση πέρα από υγεία, καλά γηρατειά, παιδεία κ.λ.π. να εξασφαλίσει σε άτομα

χαμηλής εισοδηματικής στάθμης τη δυνατότητα να κάνουν διακοπές και με αυτόν τον τρόπο να ισορροπήσουν τόσο ψυχικά όσο και σωματικά.

Οικολογικός – φυσιολατρικός τουρισμός : απευθύνεται σε όσους σέβονται το περιβάλλον και τις τοπικές ιδιαιτερότητές του. Έχει ως επίκεντρο την τουριστική αξιοποίηση περιοχών που διαθέτουν πλούσιο φυσικό περιβάλλον με σπάνια είδη χλωρίδας και πανίδας, βιότοπους, προστατευμένες περιοχές ιδιαίτερου φυσικού κάλλους, φαράγγια, σπήλαια, ποτάμια και λίμνες.

Πολιτιστικός τουρισμός : στοχεύει στην επαφή του επισκέπτη με την ιστορία της περιοχής, την κληρονομιά, τη λαογραφία, την πνευματική και καλλιτεχνική ζωή. Μορφές του πολιτιστικού τουρισμού είναι η περιήγηση και διάσχιση πολιτιστικών διαδρομών και μονοπατιών, η επίσκεψη ιστορικών-λαογραφικών μουσείων και αρχαιολογικών χώρων, η έλευση ξένων ερευνητικών και μελετητικών αποστολών και η συμμετοχή σε πολιτιστικές εκδηλώσεις ευρέους περιεχομένου.

Συνεδριακός τουρισμός : απευθύνεται σε ομάδες ατόμων με κοινά ενδιαφέροντα και στόχους που συναντώνται, συσκέπτονται και συναποφασίζουν. Στον συνεδριακό τουρισμό υπάγονται κάθε είδους οργανωμένες εκδηλώσεις, όπως συνέδρια, συναντήσεις και σεμινάρια. Απαραίτητη προϋπόθεση για την ανάπτυξή του είναι η δημιουργία κατάλληλης-επαρκούς υποδομής.

Τουρισμός αναπήρων : απευθύνεται σε άτομα με ειδικές ανάγκες και στοχεύει στη δημιουργία κάθε είδους τουριστικών εγκαταστάσεων που διαθέτουν ανάλογο εξοπλισμό για την εξυπηρέτηση των αναπήρων τουριστών. Βασική προϋπόθεση επίσης για την ανάπτυξή του είναι η προσφορά τουριστικών πακέτων που θα απευθύνεται στην ειδική αυτή κατηγορία πελατείας και θα ικανοποιεί τις δικές της τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες. Πρόκειται επομένως

για μια ειδική μορφή τουρισμού, η ανάπτυξη της οποίας προωθείται τελευταία ολοένα και περισσότερο σε ορισμένες χώρες.

Τουρισμός εκθέσεων : σε αυτήν την μορφή τουρισμού υπάγονται κάθε είδους εκθέσεις που συνήθως οργανώνονται σε μεγάλα αστικά κέντρα, ώστε οι επισκέπτες τους να μπορούν να συνδυάσουν την επαγγελματική τους ενημέρωση με κάποια μορφή τουρισμού, όπως για παράδειγμα εκπαιδευτικό τουρισμό. Πρόκειται ουσιαστικά για μια μορφή τουρισμού που αναπτύσσεται ολοένα και περισσότερο τα τελευταία χρόνια.

Τουρισμός κινήτρων : απευθύνεται κυρίως σε στελέχη μιας επιχείρησης στους οποίους προσφέρεται τουριστικό πακέτο μικρής χρονικής διάρκειας, προκειμένου αυτό να λειτουργήσει ως κίνητρο για την αύξηση της αποδοτικότητας των εργαζομένων της επιχείρησης. Το ταξίδι, κατά κανόνα πραγματοποιείται στο εξωτερικό, ενώ από τα εξειδικευμένα ταξιδιωτικά γραφεία που το οργανώνουν δίδεται έμφαση στην ιδιαίτερη «ατμόσφαιρα» του τόπου προορισμού, στην άνεση και την πολυτέλεια. Όπως και στην προηγούμενη περίπτωση, στο περιθώριο του τουρισμού κινήτρων η σύγχρονη μορφή του ιαματικού τουρισμού μπορεί να αποτελέσει συμπληρωματικό συστατικό στοιχείο του τουριστικού πακέτου.

Τουρισμός παραχείμασης : απευθύνεται κυρίως σε άτομα τρίτης ηλικίας που αντιμετωπίζουν προβλήματα υγείας και που έχουν ελεύθερο χρόνο στη διάθεσή τους και σταθερό εισόδημα. Ο τουρισμός λοιπόν παραχείμασης αναφέρεται στις τουριστικές δραστηριότητες ατόμων που κατά τη διάρκεια του χειμώνα κάνουν διακοπές μικρής ή μεγάλης διάρκειας σε χώρες με ήπια κλίματα για να αποφύγουν τις αντίξοες καιρικές συνθήκες που επικρατούν στους τόπους της μόνιμης διαμονής τους.

Τουρισμός περιπέτειας : απευθύνεται κυρίως σε άτομα νεαρής ηλικίας και υψηλού εισοδηματικού επιπέδου που τους αρέσει να ζουν έντονα και

«επικίνδυνα». Τα άτομα αυτά επιζητούν νέες και μοναδικές εμπειρίες όπως αυτές που τους προσφέρει η εξερεύνηση μακρινών και δύσβατων περιοχών, η κωπηλασία σε ορμητικούς ποταμούς, η αναρρίχηση σε απόκρημνες πλαγιές και η υποβρύχια κατάδυση. Η ποικιλία και η ποιότητα του φυσικού περιβάλλοντος αποτελούν για τα άτομα αυτά στοιχεία ιδιαίτερα ελκυστικά. Με ορισμένες από τις δραστηριότητες του τουρισμού περιπέτειας μπορεί να συνδυαστεί ο ιαματικός τουρισμός στην σύγχρονη μορφή του.

Τουρισμός υγείας : απευθύνεται συνήθως σε άτομα μέσης και τρίτης ηλικίας που έχουν σαν κύριο κίνητρο, την αποκατάσταση και διατήρηση της υγείας τους, τη θεραπεία και ανάρρωσή τους από διάφορες ασθένειες σε συνδυασμό με δραστηριότητες αναψυχής. Η ανάπτυξη της εν λόγω μορφής τουρισμού, προϋποθέτει εκτός από ειδικές εγκαταστάσεις και καταλύματα αξιώσεων με συμπληρωματικές υποδομές όπως εστιατόρια και χώρους αναψυχής-άθλησης καθώς και ειδικές ιατρικές και φυσιοθεραπευτικές υπηρεσίες.

Ο Τουρισμός θεωρείται διεθνώς σημαντικός τομέας της Οικονομίας τόσο για τα συναλλαγματοφόρα οφέλη του όσο και για τον ανθρωποκεντρικό του χαρακτήρα. Ιδιαίτερα, για την Ελλάδα είναι αποφασιστικός παράγοντας διαμόρφωσης του Εθνικού Προϊόντος με καθοριστικό ρόλο στην ανάπτυξη της Εθνικής Οικονομίας. Με αυτό το δεδομένο ο σχεδιασμός της πολιτικής μας σήμερα στοχεύει στον επαναπροσδιορισμό της τουριστικής μας ταυτότητας, με αποφασιστική αλλαγή κατεύθυνσης προς τις επιλεκτικές μορφές Τουρισμού.

Ο εναλλακτικός τουρισμός πρέπει να είναι «ποιοτικός τουρισμός»<sup>10</sup>. Που σημαίνει ήπιος, περιορισμένος, και ελεγχόμενος. Σκοπός πρέπει να είναι η προσέλκυση μικρότερου αριθμού, οικονομικά ευκατάστατων τουριστών, που δαπανούν περισσότερα και μένουν για μεγαλύτερα χρονικά διαστήματα, από

---

<sup>10</sup> [www.ιαματικόςτουρισμός](http://www.ιαματικόςτουρισμός) ( Τουρισμός και περιβάλλον)

ότι οι συνήθεις τουρίστες. Η προσέγγιση αυτή μπορεί να φέρει σημαντικά οικονομικά οφέλη με μικρότερες περιβαλλοντικές και κοινωνικές επιπτώσεις.

Μία εναλλακτική μορφή τουρισμού που ελαχιστοποιεί τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις και αποδίδει οικονομικά οφέλη είναι ο "τουρισμός σε χωριά", οικοτουρισμός, αγροτουρισμός κτλ. Ο τουρισμός σε χωριά αφορά στην ανάπτυξη μικρής κλίμακας τουριστικών εγκαταστάσεων που ανήκουν στους ίδιους τους κατοίκους των χωριών, που είναι υπεύθυνοι και για την λειτουργία τους. Έχει μικρές περιβαλλοντικές επιπτώσεις λόγω της μικρής κλίμακας της και υπάρχει μόνο μέσα σε καλά διατηρούμενο φυσικό περιβάλλον.

Υπάρχει ένα όριο που πρέπει να τηρείται στην τουριστική ανάπτυξη μιας περιοχής και αυτό είναι «η φέρουσα ικανότητα». Ο οικοτουρισμός αντίθετα με τον μαζικό τουρισμό δεν πρέπει να υπερβαίνει την φέρουσα ικανότητα μιας περιοχής όπου εφαρμόζεται, ενώ ταυτόχρονα να προωθεί την προστασία του φυσικού και του πολιτιστικού περιβάλλοντος.

Καθοριστικό στοιχείο για την σωστή εφαρμογή του οικοτουρισμού και την μη διολίσθηση του σε μορφή μαζικού τουρισμού, είναι η τήρηση της φέρουσας ικανότητας.

Ο τουρισμός λοιπόν συνδέεται άμεσα με το περιβάλλον, το οποίο επηρεάζει ευθέως όπως και επηρεάζεται από αυτό. Πρόκειται για μια αμφίδρομη σχέση, ορατή με άμεσες και μακροχρόνιες επιπτώσεις. Κάθε επιστροφή λοιπόν στις εναλλακτικές μορφές του έχει θετικό αντίκτυπο στο περιβάλλον της χώρας μας και στη διατήρηση του πλούτου του. Παράλληλα ο εναλλακτικός τουρισμός, συμβάλει με διάφορους τρόπους στην τοπική ανάπτυξη, όχι μόνο με την ενεργοποίηση του δυναμικού κάθε περιοχής αλλά και με την ενίσχυση των τοπικών επιχειρηματικών πρωτοβουλιών. Έτσι, παράλληλα με την εκρηκτική ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού στη χώρα μας υπάρχει ήδη

μια ζωνηρή δραστηριοποίηση για την ανάπτυξη και τη βελτίωση της σχετικής υποδομής.

Για την εναλλακτικότητα των μορφών τουρισμού, από την οποία και ο όρος “εναλλακτικές μορφές”, πρέπει να διευκρινιστεί ότι δυνατότητα εναλλαγής υπάρχει, όταν μια μορφή τουρισμού μπορεί να αντικαταστήσει κάποια άλλη. Σε αυτήν την αντικατάσταση όμως πρέπει πάντοτε να λαμβάνεται υπόψη και η στενή και η ευρεία έννοια της μορφής τουρισμού. Γιατί, με την στενή έννοια, δύο μορφές τουρισμού είναι δυνατό να μην μπορεί να αλληλοαντικατασταθούν, ενώ με την ευρεία έννοια μπορούν. Για παράδειγμα ο ορεινός τουρισμός δεν εναλλάσσεται με τον θαλάσσιο, αφού με την στενή έννοια τα χαρακτηριστικά των δύο μορφών είναι διαφορετικά (τουριστικοί προορισμοί, ειδικές δραστηριότητες τουριστών, τουριστικά καταλύματα). Με την ευρεία όμως έννοια και ο ορεινός και ο θαλάσσιος τουρισμός έχουν πολλά κοινά στοιχεία (ταξίδι, διατροφή, κοινωνική δραστηριότητα) και μπορούν να αλληλοαντικατασταθούν. Γενικά γίνεται δεκτό ότι όλες οι μορφές τουρισμού δέχονται εναλλαγή, αφού είναι εκφράσεις του ενιαίου τουριστικού φαινομένου, έστω και αν οι πρακτικές εκδηλώσεις τους και εμφανίσεις διαφοροποιούνται<sup>11</sup>.

### **ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ / ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ**

Με τον όρο λοιπόν εναλλακτικές μορφές τουρισμού, εννοούμε διάφορες δραστηριότητες στις οποίες μπορεί ο ενδιαφερόμενος να συμμετέχει ομαδικά ή προσωπικά. Η συμμετοχή σε εναλλακτικές δραστηριότητες προσφέρεται για να γνωρίσει κανείς τα βουνά, τις κοιλάδες, τα απότομα φαράγγια, τα ορμητικά ποτάμια, τις ήρεμες λίμνες, τα διεθνή ορειβατικά μονοπάτια και παράλληλα τα ιστορικά μνημεία και τους αρχαιολογικούς χώρους των διαφόρων περιοχών

---

<sup>11</sup> Ηγουμενάκης Ν. “ Τουριστική οικονομία “, Τόμος Α’, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα 1991, σελ 149-150.

της Ελλάδας. Όλες οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού είναι λίγο ως πολύ "φιλικές" προς το περιβάλλον.

Ένα ακόμη όφελος είναι ότι σχεδόν όλοι οι φυσικοί χώροι όπου πραγματοποιούνται οι δραστηριότητες αυτές προστατεύονται διακριτικά με την ανάδειξη του φυσικού τοπίου, των παραδοσιακών οικισμών, την προστασία της χλωρίδας και της πανίδας της περιοχής συμβάλλοντας στο να διατηρούνται οι περιβαλλοντικές ισορροπίες.

Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού χαρακτηρίζονται από την ποικιλία που προσαρμόζεται στις προτιμήσεις και την οικονομική δυνατότητα κάθε επισκέπτη. Συνδυάζουν φυσική άσκηση, δράση, τόλμη, θάρρος και σεβασμό στη φύση. Απαραίτητες επίσης είναι σε αρκετές περιπτώσεις οι τεχνικές γνώσεις, καθώς και η σωστή οργάνωση και εξοπλισμός. Σήμερα στην Ελλάδα υπάρχουν ήδη αρκετοί σύλλογοι με ειδικά προγράμματα και εξειδικευμένο προσωπικό, όπου μπορεί να απευθυνθεί κάθε ενδιαφερόμενος.



**ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ**

1. Μελέτη ανάπτυξης εναλλακτικών μορφών τουρισμού Β' φάση, εκπόνηση μελέτης: εταιρία αναπτυξιακών μελετών (ΕΤΑΜ) στην Κρήτη, Οκτώβριος 2001.
2. Σφακιανάκης Μ, "Εναλλακτικές μορφές τουρισμού", Αθήνα 2001.
3. Βαρβαρέσος Σ, "Τουρισμός: έννοιες, μεγέθη, δομές", Εκδόσεις Προπομπός, β' έκδοση, Αθήνα 2000.
4. Τσάρτας Π, Μανώλογλου Ε, "Ποιοτικά χαρακτηριστικά και τάσεις ζήτησης εσωτερικού τουρισμού", Αθήνα 2001.
5. Μελέτη ανάπτυξης εναλλακτικών μορφών τουρισμού Α' φάση, Ιούλιος 2001, εκπόνηση μελέτης : εταιρία αναπτυξιακών μελετών (ΕΤΑΜ) στην Κρήτη.
6. Μελέτη ανάπτυξης εναλλακτικών μορφών τουρισμού Β' φάση, εκπόνηση μελέτης: εταιρία αναπτυξιακών μελετών (ΕΤΑΜ) στην Κρήτη, Οκτώβριος 2001.
7. [www.ιαματικός τουρισμός](http://www.ιαματικόςτουρισμός) ( Τουρισμός και περιβάλλον)
8. Ηγουμενάκης Ν. " Τουριστική οικονομία ", Τόμος Α', Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα 1991, σελ 149-150.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΥΓΕΙΑΣ**

Το τουριστικό προϊόν, όπως προσφέρεται σήμερα και όπως έχουμε αναφέρει σε προηγούμενη ενότητα, αντιμετωπίζει έντονο διεθνή ανταγωνισμό και χρειάζεται ανανέωση και διαφοροποίηση. Προς την κατεύθυνση αυτή παρουσιάζεται ο κλάδος του ιαματικού τουρισμού ως εναλλακτική μορφή τουρισμού.

Υπάρχουν πολλές έννοιες που σχετίζονται με τον τουρισμό υγείας, όπως για παράδειγμα θερμαλισμός, ιαματικός, θεραπευτικός τουρισμός και υδροθεραπεία. Οι έννοιες αυτές σχετίζονται αλλά δεν ταυτίζονται πλήρως.

Ο ιαματικός λοιπόν τουρισμός αποτελεί μορφή κοινωνικού τουρισμού που έχει ως σκοπό τη χρησιμοποίηση των ιαματικών πηγών κυρίως για θεραπευτικούς σκοπούς.

Ο όρος θερμαλισμός (thermalism), που έχει καθιερωθεί στη διεθνή ορολογία και πρακτική, περιλαμβάνει το σύνολο των ενεργειών για τη θεραπεία του ανθρώπινου οργανισμού με τη χρήση των θερμομεταλλικών νερών των ιαματικών πηγών.

Ως ισοδύναμος όρος χρησιμοποιείται επίσης η υδροθεραπεία (hydrotherapy), η οποία συναντάται πολύ συχνά και στην ελληνική βιβλιογραφία. Η υδροθεραπεία λοιπόν αναγνωρίζεται ως ιατρική θεραπευτική μέθοδος και μπορεί να είναι εσωτερική ή εξωτερική.

Η επαναληπτική μορφή της υδροθεραπείας, δεδομένου ότι απαιτείται ένας ορισμένος αριθμός λούσεων, που πρέπει να πραγματοποιηθούν σε ορισμένο χρονικό διάστημα, για να ολοκληρωθεί η θεραπεία, και οι πολλές ελεύθερες ώρες, που παρεμβάλλονται μεταξύ των λουτρών, εξασφάλισαν στον ασθενή πολύ χρόνο και για άλλες δραστηριότητες. Έτσι δημιουργήθηκαν τα θέρετρα του ιαματικού τουρισμού (spas), που συνδυάζουν τη θεραπεία με την

ψυχαγωγία (recreation), μετατρέποντας σταδιακά τον ασθενή σε τουρίστα.

Επομένως εξέλιξη του θερμαλισμού αποτελεί ο ιαματικός τουρισμός (spa tourism ή thermal spring tourism).

Τα τελευταία χρόνια έχουμε λοιπόν και την εξέλιξη του ιαματικού τουρισμού προς τον τουρισμό υγείας (health tourism), ο οποίος αποτελεί το σύγχρονο τύπο του θεραπευτικού τουρισμού με τη μεγάλη εξειδίκευση και επέκταση των δραστηριοτήτων, αφού νέες τεχνολογίες προστέθηκαν στα ιαματικά μπάνια. Ο ιαματικός τουρισμός και ο τουρισμός υγείας αν και έχουν σκοπό την πρόληψη, την επανάκτηση και διατήρηση της υγείας στοχεύουν σε εντελώς διαφορετικά πράγματα.

Ο τουρισμός υγείας περιλαμβάνει λοιπόν όλες τις υπηρεσίες που έχουν σχέση με την υγεία, όπως τον ιατρικό έλεγχο (medical check-ups), την ειδική διαιτητική (special diets), τη θεραπεία με βιταμίνες (vitamin-complex), τις βοτανοθεραπείες (herbal remedies), τη γυμναστική, τις ειδικές θεραπείες, όπως αντικαπνιστική, θεραπεία κατά του άγχους, ψυχοθεραπεία, κνησιοθεραπεία, χαλάρωση, εκμάθηση ύπνου, έρευνα της σωστής γραμμής του σώματος και αισθητική.

Από τα παραπάνω συνεπάγεται ότι τα τουριστικά κέντρα κατατάσσονται γενικά σε δύο κατηγορίες ανάλογα με το προσφερόμενο προϊόν στο συγκεκριμένο θέρετρο : α) στα κέντρα ιαματικού τουρισμού (spas) και β) στα κέντρα τουρισμού υγείας (health resorts). Αναλυτικότερα, αν το προϊόν έχει ως σκοπό περισσότερο τη θεραπεία σε περιβάλλον ποιότητας για ξεκούραση και αναψυχή, τότε οι λουτροπόλεις είναι γνωστές ως κέντρα ιαματικού τουρισμού (spas), από το όνομα της πόλης του Βελγίου όπου λειτούργησε επιτυχώς το πρώτο οργανωμένο κέντρο. Αν όμως το συγκεκριμένο τουριστικό θέρετρο διαθέτει όλες τις εγκαταστάσεις και έχει αναπτύξει και επεκτείνει τις δραστηριότητες του, ώστε το προσφερόμενο προϊόν εκτός της θεραπείας να

έχει ως σκοπό περισσότερο την ξεκούραση-αναψυχή, τότε έχουμε τα κέντρα τουρισμού υγείας (health resorts). Εξυπακούεται ότι ένα κέντρο υγείας μπορεί να δημιουργηθεί και σε χώρο όπου δεν υπάρχουν ιαματικές πηγές.

Επομένως, αυτό που κάνει τα κέντρα αυτά να διαφέρουν μεταξύ τους είναι η μορφή του προσφερόμενου τελικού προϊόντος. Έτσι ενώ όλα προσφέρουν προϊόντα των οποίων τα βασικά τους συστατικά προέρχονται από φυσικές πηγές και οι φροντίδες που δέχονται οι επισκέπτες γίνονται σε συνδυασμό με την απόλαυση και ψυχαγωγία ποιότητας (διατροφή, μουσική κλπ.) σε ατμόσφαιρα ενός καλού ξενοδοχείου και όχι νοσοκομείου, σ' αυτό που διαφέρουν είναι η θεραπεία και η ξεκούραση<sup>12</sup>.

Ο τουρισμός λοιπόν υγείας περιλαμβάνει δύο τμήματα:

α) το τμήμα της θεραπείας, που έχει ως βάση ιατρικές μεθόδους με σκοπό τη θεραπεία και την πρόληψη, όπως ο θερμαλισμός (με το νερό), και η κλιματοθεραπεία (με τον αέρα). Οι θεραπευτικές μέθοδοι βασίζονται στη χρήση των ουσιών όπως εξέρχονται από τη γη, την θάλασσα και τον αέρα. Εδώ αναφέρουμε και τη σπηλαιοθεραπεία που εφαρμόζεται σε χώρες εντός των σπηλαίων, όπου υπάρχει σταθερή θερμοκρασία κατά τη διάρκεια όλου του χρόνου, ιδίως για παθήσεις του αναπνευστικού συστήματος.

β) το τμήμα που στοχεύει στην επανάκτηση της καλής φυσικής κατάστασης του οργανισμού (remise en form) και γενικά στην αναζωογόνηση και στη συντήρηση της σωματικής και ψυχικής κατάστασης του ατόμου. Σε αυτήν την περίπτωση έχουμε περισσότερο την έννοια διακοπές και υγεία παρά την έννοια θεραπεία σώματος. Η παρακολούθηση γίνεται είτε με ιατρικές μεθόδους είτε με μεθόδους παράλληλες του ιατρικού επαγγέλματος, όπως στην περίπτωση της θαλασσοθεραπείας, της φυτοθεραπείας, της αισθητικής, του αδυνατίσματος, της διαιτητικής.

---

<sup>12</sup> <http://www.Thalasso-thermes.com>

Σημαντικό τμήμα του τουρισμού υγείας αποτελεί η εμφιάλωση και εμπορία του μεταλλικού νερού. Η χημική ανάλυση των ιαματικών νερών είναι πολύ διαδεδομένη όχι μόνο για τον θερμαλισμό αλλά και για την εμφιάλωση και εμπορία του μεταλλικού νερού. Πολλές βιομηχανίες επίσης καλλυντικών έχουν ως πρώτη ύλη το μεταλλικό νερό και τον άργιλο (προέρχεται από τον πηλό) για την παρασκευή καλλυντικών.

Πολλά φυσικά προϊόντα είτε σχετικά παράγωγα αυτών, των οποίων η παρασκευή βασίζεται σε παραδοσιακές συνταγές με στοιχεία που προέρχονται από φυσικές ή φυτικές ύλες υπάγονται στη βιομηχανία τουρισμού υγείας και ονομάζονται προϊόντα υγείας (health products). Φυσικές ή φυτικές ύλες αποτελούν τα βότανα, τα φυσικά θεραπευτικά, τα αρωματικά φυτά, τα άνθη, τα φυσικά εκχυλίσματα, τα φυτικά έλαια, τα φύκια, τα σφουγγάρια, τα ιχθυέλαια, τα φυτικά καλλυντικά, τα σαπούνια, οι βιταμίνες, τα μέταλλα και τα ιχνοστοιχεία, τα οποία παρουσιάζουν αυξημένη ζήτηση τα τελευταία χρόνια.

Η ύπαρξη πολύ σημαντικών πηγών στη χώρα, δίνει τη δυνατότητα με την κατάλληλη αξιοποίηση να μετατραπούν σε παραθεριστικά κέντρα υγείας. Πρότυπο των κέντρων αυτών μπορούν να αποτελέσουν τα μεγάλα κέντρα τουρισμού υγείας της Κεντρικής Ευρώπης, κέντρα υποδοχής λουόμενων όλων των ηλικιών, για θεραπεία, πρόληψη, ξεκούραση και αναψυχή.

Η ανάπτυξη του Ιαματικού, Θεραπευτικού Τουρισμού ή αλλιώς Τουρισμού Υγείας και Αναζωογόνησης προσελκύει κάθε χρόνο μεγάλο αριθμό επισκεπτών-λουόμενων<sup>13</sup>. Η Ελλάδα διαθέτοντας πληθώρα ιαματικών πηγών πλούσιων σε ιαματικά στοιχεία έχει καταφέρει να αναδείξει τον Τουρισμό Υγείας σε αντίθεση με άλλες χώρες που δεν είναι προικισμένες με αυτό το προνόμιο.

---

<sup>13</sup> Τουρισμός & Οικονομία, τεύχος 259, Ιανουάριος 2001, σελ 62-83.

Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται συχνά το φαινόμενο επιστροφής στα φυσικά θεραπευτικά μέσα σε συνδυασμό με τη φροντίδα της σωματικής και ψυχικής υγείας. Η τάση αυτή οδηγεί σε μια στροφή προς τον θεραπευτικό τουρισμό όχι μόνο στην Ελλάδα αλλά και στο εξωτερικό και είναι αποτέλεσμα της ζωής στις σύγχρονες μεγαλουπόλεις. Οι γρήγοροι ρυθμοί ζωής σε αυτές και το άγχος που προκαλείται δίνουν την ανάγκη επιστροφής στη φύση, την ανάγκη για αναψυχή και ξεκούραση. Ακόμα και χώρες του εξωτερικού, οι οποίες δεν διαθέτουν την πληθώρα των ιαματικών μας πηγών, εκσυγχρονίζονται και αναπτύσσονται σε σημαντικές λουτροπόλεις, στις οποίες κατευθύνονται ειδικευμένα τουριστικά προγράμματα.

Στις μέρες μας ο θεραπευτικός τουρισμός είναι δυνατό να στοχεύει στη θεραπεία ή απλά στην υγεία από άποψη γυμναστικής, διατροφής και φυσικής ζωής. Υπάρχουν πολλές πηγές οι οποίες μπορούν να συνδυαστούν με τις καλοκαιρινές μας διακοπές και να μας προσφέρουν χαλαρωτικές εμπειρίες. Στις πηγές αυτές λειτουργούν σύγχρονα υδροθεραπευτήρια με όλα τα αναγκαία μηχανήματα και εγκαταστάσεις, με φυσικοθεραπείες και πηλοθεραπείες. Αξίζει λοιπόν τον κόπο να αναζητήσει κάποιος αυτές τις λουτροπόλεις και μια επίσκεψη θα τον πείσει για τα οφέλη που μπορεί να αποκομίσει.

Στην Ελλάδα δυστυχώς παρά την άνθηση που γνωρίζει ο θεραπευτικός τουρισμός εντούτοις δεν έχει ακόμα οδηγήσει στη δημιουργία της αναγκαίας ειδικευμένης τουριστικής προσφοράς. Παρά την πληθώρα των ιαματικών πηγών και τις ευνοϊκότερες κλιματολογικές συνθήκες η προσφορά εγκαταστάσεων και λουτρών για ανθρώπους με αναπηρίες δεν είναι τόσο μεγάλη όσο θα περιμέναμε.

“Ο τουρισμός λοιπόν υγείας είναι η προσπάθεια ενός τόπου ή εγκατάστασης να προσελκύει τουρίστες με την ανάπτυξη υπηρεσιών και εγκαταστάσεων

υγείας, παράλληλα και επιπρόσθετα με τουριστικές περιοχές<sup>14</sup>. Ο τουρισμός υγείας ή θεραπευτικός τουρισμός, όπως ονομαζόταν παλιότερα, εξελίσσεται σε μια από τις βασικότερες μορφές τουρισμού, τα δε άτομα που μετέχουν σε αυτόν έχουν ως κύριο κίνητρο την αποκατάσταση και διατήρηση της υγείας τους, τη θεραπεία και ανάρρωσή τους από διάφορες ασθένειες. Ας σημειωθεί ότι τα άτομα αυτά, που κυρίως κατοικούν σε μεγαλουπόλεις και είναι κατά το πλείστον εύπορα, επενδύουν χρόνο και χρήματα στην υγεία τους και κατ' επέκταση στη μακροζωία τους.

Τα βασικά χαρακτηριστικά αυτής της μορφής τουρισμού αναφέρονται από τη μια πλευρά στη σύνθεση της πελατείας του, που αποτελείται αποκλειστικά από άτομα της δεύτερης και τρίτης ηλικίας και από την άλλη πλευρά στον τουριστικό προορισμό που προσφέρονται οι υπηρεσίες υγείας. Η μορφή αυτή τουρισμού απαιτεί από τη μια πλευρά ειδικές εγκαταστάσεις υδρο-λουτρο-θαλασσο-αεροθεραπείας και καταλύματα αξιώσεων σε συμπληρωματικές εγκαταστάσεις, όπως για παράδειγμα εστιατόρια, χώρους ψυχαγωγίας, χώρους άθλησης και από την άλλη πλευρά ειδικές ιατρικές και φυσιοθεραπευτικές υπηρεσίες.

Αυτή η μορφή τουρισμού μπορεί να συνδυαστεί και με άλλες μορφές τουρισμού (συνεδριακού, αθλητικού, εκπαιδευτικού, χειμερινού) και η χώρα να αποτελέσει τόπο προσέλκυσης τουριστών όλων των ηλικιών και τουριστών υψηλού εισοδήματος. Με αυτόν τον τρόπο επιτυγχάνεται επίσης και η επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου πέρα από τους καλοκαιρινούς μήνες.

---

<sup>14</sup> Τουριστική Αγορά, τεύχος 148, Μάιος 2002, σελ 146.

**ΕΜΠΕΙΡΙΕΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ  
ΙΑΜΑΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΟ ΔΙΕΘΝΗ ΧΩΡΟ**

Αξίζει στο σημείο αυτό να γίνει αναφορά στην κατάσταση που επικρατεί στις χώρες του εξωτερικού στον τομέα του ιαματικού τουρισμού. Πολλά κέντρα Τουρισμού Υγείας λειτουργούν στις χώρες της Κεντρικής Ευρώπης<sup>15</sup>.

**ΠΙΝΑΚΑΣ 1α**

**ΙΑΜΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΕ ΧΩΡΕΣ ΤΟΥ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ(ΧΩΡΕΣ  
ΚΕΝΤΡΙΚΗΣ ΕΥΡΩΠΗΣ)**

<b>Χώρα</b>	<b>Κατάσταση που επικρατεί</b>
Αγγλία	Οι φάρμες υγείας είναι γνωστές ως τόποι τουρισμού υγείας ενώ τα κέντρα ιαματικού τουρισμού έχουν ατονήσει. Μόνο δύο από τα κέντρα αυτά επαναλειτούργησαν το 1985.
Αυστρία	Λειτουργούν 100 ιαματικά κέντρα, εκ των οποίων τα 20 είναι αποκλειστικά για υδροθεραπεία. Μαζί με την Ελβετία αποτελούν μοναδικές χώρες όπου τα κέντρα τουρισμού υγείας τους εξειδικεύονται στην κλιματοθεραπεία.
Βέλγιο	Λειτουργούν λίγα κέντρα ιαματικού τουρισμού ενώ τα κέντρα τουρισμού υγείας είναι περισσότερα.
Γαλλία	Λειτουργούν γύρω στα 50 κέντρα τουρισμού υγείας, εκ των οποίων τα περισσότερα εξειδικεύονται στη θαλασσοθεραπεία και περίπου τα 20 τον Ιαματικό Τουρισμό.
Γερμανία	Διαθέτει 250-300 κέντρα ιαματικού τουρισμού υγείας. Το έτος 1988 ένας αριθμός 7 εκατ. ατόμων επισκέφθηκαν τα κέντρα αυτά. Εκ των ατόμων αυτών τα 2,3 εκατ. υποβλήθηκαν σε ιαματική θεραπεία (θερμαλισμό) και τα υπόλοιπα άτομα σε θαλασσοθεραπεία, σε κινησιοθεραπεία και σε κλιματοθεραπεία.

<sup>15</sup> Σπάθη Σ.Κ, "Ο ιαματικός τουρισμός και η ανάπτυξη του τουρισμού υγείας στην Ελλάδα", Αθήνα 2000,σελ 24-26.



Ελβετία	Λειτουργούν 22 ιαματικά κέντρα και εξειδικεύονται περισσότερο στην θεραπεία για πρόληψη. Το κλίμα, το υψόμετρο της τοποθεσίας όπου βρίσκονται ορισμένα από τα κέντρα αυτά είναι ιδανικά για την προσφορά προϊόντων που προορίζονται για ανάρρωση και χαλάρωση.
Ισπανία	Λειτουργούν 92 κέντρα ιαματικού τουρισμού και ένα κέντρο τουρισμού υγείας. Γενικά ο κλάδος του τουρισμού υγείας δεν είναι αναπτυγμένος και δεν προωθείται.
Ιταλία	Λειτουργούν γύρω στα 200 κέντρα τουρισμού υγείας, ενώ κατά το ίδιο έτος 1988 βρέθηκε ότι επισκέφθηκαν τα κέντρα αυτά 2,3 εκατ. άτομα.
Πορτογαλία	Λειτουργούν 40 κέντρα ιαματικού τουρισμού και για τον κλάδο του τουρισμού υγείας συμβαίνει το ίδιο με την Ισπανία, δηλαδή δεν υπάρχουν προοπτικές.

Πηγή: Σπάθη Σ.Κ, "Ο ιαματικός τουρισμός και η ανάπτυξη του τουρισμού υγείας στην Ελλάδα", Αθήνα 2000.

Επίσης λειτουργούν πολλά κέντρα στις χώρες της Ανατολικής Ευρώπης, όπου ο ιαματικός τουρισμός αποτελεί σημαντικό κομμάτι της οικονομίας τους π.χ. Ουγγαρία, Τσεχία, Σλοβακία, Ρουμανία, Ρωσία, Γιουγκοσλαβία, Βουλγαρία.

### **ΠΙΝΑΚΑΣ 1β**

#### **ΙΑΜΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΕ ΧΩΡΕΣ ΤΟΥ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ(ΧΩΡΕΣ ΑΝΑΤΟΛΙΚΗΣ ΕΥΡΩΠΗΣ)**

<b>Χώρα</b>	<b>Κατάσταση που επικρατεί</b>
Ουγγαρία	Διαθέτει 100-120 οργανωμένα κέντρα ιαματικού τουρισμού με πλήρη εξοπλισμό και υποδομή και γύρω στις 350ιαματικές πηγές με εγκαταστάσεις.
Ρωσία	Οι φυσικοί τρόποι θεραπείας ή όπως λέγεται της αφαρμάκου ιατρικής κερδίζουν συνεχώς έδαφος με τα νέα δεδομένα δηλαδή την επιβάρυνση του περιβάλλοντος, το άγχος της καθημερινής ζωής, το κάπνισμα, κλπ. που θεωρούνται υπεύθυνα για τις περισσότερες ασθένειες και το

	πρόωρο γήρας. Επιστημονικά έχει αποδειχθεί ότι τα προϊόντα του τουρισμού υγείας αποτελούν προϋπόθεση για καλή υγεία και έχουν επίσης σημαντική συμβολή στην προληπτική ιατρική.
Τσεχοσλοβακία	Διαθέτει και αυτή οργανωμένα κέντρα τουρισμού υγείας, το 3,5% (1988) του πληθυσμού της βρέθηκε ότι υποβλήθηκε σε ιαματική θεραπεία.

Στην Βόρεια Ευρώπη και συγκεκριμένα στη Σουηδία και τη Φιλανδία τα προϊόντα του τουρισμού υγείας που προσφέρονται είναι πολύ υψηλών προδιαγραφών, τόσο από άποψη κοινωνική όσο και ιατρική. Στο χώρο της Μεσογείου εκτός της Ιταλίας, Ισπανίας, Ελλάδας και Πορτογαλίας ιαματικό τουρισμό και τουρισμό υγείας έχουν επίσης αναπτύξει το Ισραήλ, η Τουρκία, η Τυνησία, το Μαρόκο και η Κύπρος.

Εξαιτίας της αναγκαστικής παραμονής των επισκεπτών για ορισμένο χρονικό διάστημα στα κέντρα του τουρισμού υγείας (π.χ. 21 ημέρες στη Γαλλία, 21-28 ημέρες στη Γερμανία, 12-18 ημέρες στην Ιταλία) απαιτείται η δημιουργία όχι μόνο της κατάλληλης ατμόσφαιρας για χαλάρωση και αναζωογόνηση του οργανισμού αλλά και η δημιουργία και άλλων δραστηριοτήτων και τόπων έλξης των τουριστών που θα τους απασχολούν κατά τις ελεύθερες ώρες. Επιπλέον τα κέντρα αυτά απευθύνονται όχι μόνο σε ασθενείς αλλά και στους συνοδούς των ασθενών, καθώς και σε άλλους επισκέπτες συνήθως ανωτέρου εισοδηματικού επιπέδου. Για τους λόγους αυτούς τα πακέτα διακοπών προορισμού σε αυτά τα κέντρα συνδυάζονται τις περισσότερες φορές και με προσφορά άλλων τουριστικών υπηρεσιών αναψυχής, αναζωογόνησης, σπορ (όπως σκι, ιστιοπλοΐα, ιππασία, τένις, κλπ.) και πολιτιστικών δραστηριοτήτων της υψηλής κοινωνικής ζωής (όπως κινηματογράφο, θέατρο, φεστιβάλ μουσικής κλπ.). Πολλές φορές απαιτείται η μακρά παραμονή των ατόμων σε αυτά τα θέρετρα, μεγαλύτερη από τα συνήθη τουριστικά θέρετρα,

προκειμένου να φανούν τα αποτελέσματα μιας ορισμένης θεραπείας στην οποία υποβάλλονται, ιδίως αν πρόκειται για ειδικές θεραπείες (όπως αντικαπνική θεραπεία, θεραπεία του άγχους, ψυχοθεραπεία, κινησιοθεραπεία, χαλάρωση, διαιτητική, εκμάθηση ύπνου, έρευνα της σωστής γραμμής-στάσης του σώματος, αισθητικής κλπ.).

Έτσι δημιουργούνται συγκροτήματα που διαθέτουν όλη τη γενική και ειδική υποδομή και το κατάλληλο περιβάλλον που απαιτείται για τον τουρισμό μακράς παραμονής όπως πάρκα πρασίνου, κήποι, ποταμοί, λίμνες, κλινικές, κέντρα θεραπείας, κατάλληλος εξοπλισμός, ειδικευμένοι γιατροί, στέγαση σχετική με τη θεραπεία, ελεγχόμενη δίαιτα κλπ. που βοηθά στην αποτελεσματικότητα της συγκεκριμένης θεραπείας.

Ορισμένες χώρες όπως η Αυστρία, η Ελβετία, η Γαλλία κλπ. έχουν προχωρήσει στο θέμα της έρευνας αγοράς και της διαφήμισης και προσφέρουν σε συνεργασία με τις εθνικές τους αεροπορικές εταιρείες "πακέτα διακοπών" για την ομορφιά και καλή φυσική κατάσταση στα κέντρα υγείας που αποτελούνται από συγκροτήματα ξενοδοχείων με θερμά λουτρά και όλη την υποδομή (γήπεδα τένις, χώρους αθλητισμού κλπ.) σε περιβάλλον ιδανικό (με πάρκα πρασίνου) για θεραπεία και ξεκούραση. Τα τουριστικά αυτά καταλύματα απευθύνονται συνήθως σε πελατεία υψηλού εισοδηματικού επιπέδου.

Τα κέντρα τουρισμού υγείας διακρίνονται σε κατηγορίες με βάση το χαρακτηρισμό και τη θερμοκρασία των ιαματικών νερών τους και με βάση την εξειδικευμένη υποδομή που διαθέτουν, το κλίμα κλπ. Έτσι άλλα προσφέρονται για λουτροθεραπεία (Ουγγαρία), άλλα για πηλοθεραπεία (ιδίως στην Ιταλία), άλλα για θαλασσοθεραπεία ιδίως αυτά που βρίσκονται κοντά στη θάλασσα (Γαλλία) και άλλα για κλιματοθεραπεία (Ελβετία, Αυστρία).

**ΑΜΦΙΣΒΗΤΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΞΙΑ ΤΟΥ ΘΕΡΜΑΛΙΣΜΟΥ**

Ο θερμαλισμός, ως θεραπευτική μέθοδος για την ίαση παθήσεων μέσω της χρήσης θερμομεταλλικών νερών και ιαματικών πηγών δεν είναι αποδεκτός από όλους. Υπάρχουν αρκετές αμφισβητήσεις με αποτέλεσμα τη φθίνουσα τάση του αριθμού των ατόμων που προσέρχονται στα ιαματικά κέντρα. Συγκεκριμένα<sup>16</sup> :

- Λόγω της ύπαρξης τουριστικών θερέτρων σε παραλίες και σε όρη του εσωτερικού και του εξωτερικού συχνά προσφέρονται τουριστικά πακέτα διακοπών με εναλλακτικές ευκαιρίες αναψυχής φθηνότερα από τα κέντρα τουρισμού υγείας.
- Υπάρχουν αρκετές αμφισβητήσεις για τη χρησιμότητα της υδροθεραπείας εξαιτίας των νέων μεθόδων που εφαρμόζουν οι φαρμακοβιομηχανίες για τη χημική θεραπεία των ασθενειών με τη χρήση φαρμάκων. Η υδροθεραπεία θεωρείται σε αρκετές περιπτώσεις απαρχαιωμένη μέθοδος. Στην Αμερική και την Αγγλία οι γιατροί είναι τελείως αρνητικοί για την αποτελεσματικότητα της υδροθεραπείας ως θεραπευτικής μεθόδου ενώ στις άλλες χώρες υπάρχει μια ενδιάμεση κατάσταση.
- Το ιατρικό σώμα αρνείται να αναγνωρίσει την υδροθεραπεία ως ιατρική μέθοδο.
- Η υδρολογία είναι παραμελημένη μέθοδος και δεν διδάσκεται συστηματικά στα περισσότερα πανεπιστήμια.

Το 1974 η Διεθνής Οργάνωση Θερμαλισμού λαμβάνοντας υπόψη τα παραπάνω εισήγαγε νέες αρχές και όρους για το χαρακτηρισμό των θεραπευτικών ιδιοτήτων των ιαματικών νερών και για την ταξινόμηση των θερμών πηγών. Σύμφωνα λοιπόν με την οργάνωση αυτή ο θερμαλισμός δεν

---

<sup>16</sup> Σπάθη Σ.Κ,ο.π., σελ 28-30.

είναι ανταγωνιστικός στις θεραπείες με φάρμακα αλλά συμπληρωματικός στην κλινική και χειρουργική. Προσφέρει στον ασθενή την ανακούφιση και φροντίδα που χρειάζεται για να επανέλθει στην κανονική ζωή.

Σε αντίθεση με τα παραπάνω, ο τομέας της Κοινωνικής Ασφάλισης σε πολλές χώρες, ιδίως της Ευρώπης, οδήγησε σε μια σχετικά αυξημένη ζήτηση των κέντρων του ιαματικού τουρισμού. Τελευταία πολλά άτομα αναζητούν τα προϊόντα που προσφέρονται στα κέντρα τουρισμού υγείας, επιτυγχάνοντας έτσι μια στροφή προς τις παραδοσιακές μεθόδους θεραπείας. Δεν είναι λίγοι αυτοί που αναγνωρίζουν την επανάκαμψη που επιτυγχάνεται στον οργανισμό λόγω της σωματικής άσκησης και της δοκιμασίας σε ειδικές θεραπείες που ακολουθούνται σε καθαρό και υγιεινό περιβάλλον ενός κέντρου τουρισμού υγείας.

Για να προσαρμοστεί λοιπόν ο τομέας αυτός υψηλών προδιαγραφών στις σύγχρονες απαιτήσεις του καιρού του έπρεπε να προσελκύσει αρκετές επενδύσεις σε σημαντικά κεφάλαια του ιδιωτικού τομέα. Με τον τρόπο αυτό κατάφερε την επέκταση και τον εκσυγχρονισμό των κέντρων τουρισμού υγείας.

## **2.1) ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΙΑΜΑΤΙΚΟΥ ΘΕΡΑΠΕΥΤΙΚΟΥ ΠΡΟΙΟΝΤΟΣ ΚΑΙ ΤΩΝ ΑΛΛΩΝ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΥΓΕΙΑΣ**

Υπάρχει μια πληθώρα υπηρεσιών υγείας που παρέχεται σε ξενοδοχεία και θέρετρα. Συγκεκριμένα :

- Αγωγές υδροθεραπείας
- Αγωγές αισθητικής, όπως προσώπου
- Βελονισμός
- Διάφορα λουτρά (π.χ. ευκαλύπτου, χαμάμ)
- Επιθέματα πηλού
- Επιθέματα και ροφήματα βοτάνων
- Ιατρικές εξετάσεις στο ξενοδοχείο ή στο θέρετρο (όπως επίπεδο χοληστερίνης, σακχάρου, πίεση)
- Καθημερινά προγράμματα άσκησης
- Καταπολέμηση κυτταρίτιδας
- Πισίνες κολύμβησης με θερμά νερά (εσωτερικές ή εξωτερικές)
- Προγράμματα καταπολέμησης καρκίνου
- Σάουνα
- Σκευάσματα βιταμινών
- Συνεδρίες ανάπτυξης μυών και τεχνικών χαλάρωσης
- Υδρομασάζ
- Yoga
- Χειρομασάζ
- Χορτοφαγία ή ειδική διαίτα
- Χρήση ακτινοβολίας

Διάφοροι ορισμοί ωστόσο έχουν χρησιμοποιηθεί για να αποδώσουν την έννοια του ιαματικού θεραπευτικού προϊόντος.

Ο όρος που χρησιμοποιείται έως σήμερα στην Ελλάδα για να περιγράψει τις παρεχόμενες υπηρεσίες τις σχετικές με τα θερμομεταλλικά νερά είναι <<λουτρά>>. Ο όρος όμως αυτός είναι πλέον παρωχημένος, καθώς σε καμιά περίπτωση δεν μπορεί να περιγράψει τη φύση των παρεχόμενων υπηρεσιών.

Ο όρος που έχει αρχίσει πλέον να καθιερώνεται είναι "Κέντρο Υδροθεραπείας Ιαματικού Ύδατος". Η χρήση των θερμομεταλλικών νερών για υδροθεραπεία μπορεί να είναι εσωτερική ή εξωτερική. Με τον όρο εσωτερική θεραπεία εννοείται η πόση ιαματικών νερών (Ποσιθεραπεία), η εισπνοή των αερίων ή των σταγονιδίων των μεταλλικών νερών (εισπνοθεραπεία) και οι πλύσεις (ρινικές, στοματικές, γυναικολογικές). Με τον όρο εξωτερική υδροθεραπεία εννοούνται τα λουτρά (ολόκληρο το σώμα ή μέρος του σώματος σε άμεση επαφή με το θερμομεταλλικό νερό σε πισίνα ή μπανιέρα), οι καταιονήσεις (για ορισμένο χρόνο το σώμα δέχεται το θερμομεταλλικό νερό που δέχεται μη ψηλή ή χαμηλή πίεση), οι υδρομαλάξεις (το σώμα που βρίσκεται ήδη σε νερό δέχεται πίεση του νερού), η υδροκινησιοθεραπεία (συνδυασμός λουτροθεραπείας και κινησιοθεραπείας όσο το σώμα βρίσκεται μέσα σε νερό). Τέλος σαν εξωτερική υδροθεραπεία θεωρείται και η πηλοθεραπεία. Στην πηλοθεραπεία εφαρμόζεται πηλός, που έχει ωριμάσει, στα σημεία που ενδείκνυται για τις διάφορες παθήσεις. Ο πηλός προέρχεται από ανάμειξη συνήθως αργίλου με μεταλλικό νερό σε ορισμένη αναλογία, εφαρμόζεται συγκεκριμένη μεθοδολογία και ειδικές τεχνικές.

Χρησιμοποιείται επίσης συχνά ο όρος "ιαματικό κέντρο υδροθεραπείας" ή "ιαματικό θέρετρο" για την περιγραφή των μονάδων που χρησιμοποιούν φυσικά μεταλλικά νερά, θερμά νερά και πηλό (λάσπη) για θεραπευτικούς λόγους. Ο όρος που χρησιμοποιείται στην Ευρώπη είναι ο όρος "spa" που

στα Ελληνικά όμως δηλώνει ιαματική πηγή. Ο ίδιος όρος στην Αμερική χρησιμοποιείται για να περιγράψει όλες τις μορφές υδροθεραπείας, ανεξάρτητα εάν χρησιμοποιείται ιαματικό νερό ή όχι, και χωρίς κατ' ανάγκη να αποτελεί αυτόνομη μονάδα, αλλά μπορεί να είναι τμήμα ενός μεγάλου ξενοδοχειακού συγκροτήματος ή να είναι και υπηρεσίες παρεχόμενες στα πλαίσια μιας κρουαζιέρας.

Ο όρος "ιαματική θεραπευτική αγωγή" προσδιορίζει την αγωγή που στηρίζεται στη χρήση ιαματικών νερών και πηλού. Ως λουτροπόλεις χαρακτηρίζονται οι πόλεις εκείνες όπου τα "ιαματικά θέρετρα" αποτελούν τον κύριο πόλο έλξης επισκεπτών.

Σύμφωνα με Κοινή Υπουργική Ανάπτυξης και Περιβάλλοντος, Χωροταξίας και Δημοσίων Έργων :

Οι εγκαταστάσεις αξιοποίησης ιαματικών πηγών είναι εγκαταστάσεις ειδικής τουριστικής υποδομής, οι οποίες :

1. Διαθέτουν δυνατότητα χρήσης ιδιόκτητου ή όχι Φυσικού Ιαματικού Πόρου, δηλαδή Ιαματικής Πηγής, Ιαματικού Τόπου, Ιαματικών Πηλοειδών, Ιαματικών Συντελεστών, όπως οι τελευταίοι ορίζονται στο Β.Δ. 23/4-3/5/1923.
2. Προσφέρουν υπηρεσίες ειδικής θεραπευτικής και προληπτικής αγωγής, και συναφών ευεργετημάτων, τα οποία προκύπτουν από τη χρήση του Ιαματικού Ρευστού.
3. Αξιοποιούν προϊόντα Ιαματικών Πόρων και Συντελεστών, όπως το Ιαματικό Ρευστό και τα υποπροϊόντα του, το κλίμα, την τοποθεσία, το ύψος και τη θάλασσα.
4. Εξασφαλίζουν την ικανοποιητική (με την έννοια της αειφορίας) εκμετάλλευση του φυσικού ιαματικού πόρου και την εναρμονισμένη συνύπαρξη των κτιριακών εγκαταστάσεων με το φυσικό περιβάλλον των περιοχών όπου δημιουργούνται.



Για να είναι έγκυρες οι εγκαταστάσεις αυτές, σύμφωνα με την ίδια υπουργική απόφαση πρέπει να ικανοποιούν τις ανάγκες των ακόλουθων κατηγοριών της πελατείας τους :

- Λουόμενοι με παθήσεις στις οποίες ενδείκνυται η χρησιμοποίηση των Ιαματικών Υδάτων (Λουτροθεραπεία, Ποσιθεραπεία και Εισπνοθεραπεία).
- Λουόμενοι Προληπτικής Υδροθεραπείας, άτομα δηλαδή που υπόκεινται σε υδροθεραπεία ώστε να προλάβουν τυχόν παθήσεις.
- Επισκέπτες (χρήστες), που ενδιαφέρονται για εξωιατρικές δραστηριότητες (όπως περιποίηση σώματος, προσώπου). Στις εγκαταστάσεις αυτές τους δίνεται η δυνατότητα για χαλάρωση και ξεκούραση.

Κάθε ενδιαφερόμενος λοιπόν καλείται να επιλέξει μεταξύ μιας πληθώρας κέντρων. Το κέντρο που τελικά θα επιλέξει θα είναι αυτό που θα τον θεραπεύσει, που ανταποκρίνεται δηλαδή στη φύση της ασθένειάς του. Τα προβλήματα υγείας που μπορούν να θεραπευτούν είναι πολλά, όπως δερματολογικά, κυκλοφορικά, αρθρική, δερματολογικά, μεταχειριστικές καταστάσεις και προβλήματα αναπνευστικού συστήματος.

Το τελευταίο διάστημα στο κέντρο της προσοχής είναι η θαλασσοθεραπεία και η οποία συχνά σχετίζεται με τη χρήση φυκιών. Η θαλασσοθεραπεία, όπως και οι άλλες μορφές υδροθεραπείας, έχει τις ρίζες της στο παρελθόν. Τόσο οι Ρωμαίοι όσο και οι αρχαίοι Έλληνες πίστευαν στις θεραπευτικές ιδιότητες του θαλασσινού νερού. Το πρώτο νοσοκομείο κοντά στη θάλασσα ιδρύθηκε το 1791 στο Mergate της Αγγλίας, και πολύ σύντομα ακολούθησαν η Γερμανία και η Γαλλία. Επειδή όμως η ζήτηση για αντίστοιχες θεραπείες σχετίζεται άμεσα με τις τάσεις της μόδας που επικρατούν κάθε εποχή, η αλλαγή της μόδας οδήγησε τα κέντρα που είχαν ανοίξει σε μαρασμό. Η κατάσταση αυτή κράτησε ως τα τέλη του 19<sup>ου</sup> αιώνα. Το 1964 άνοιξε το πρώτο σύγχρονο κέντρο στη Γαλλία, το Quiberon. Ο αριθμός των κέντρων, το 1993 έφτασε τα

45. Σήμερα λειτουργούν 43 κέντρα, εκ των οποίων τα 24 έχουν εγκριθεί από την Federation Mer et Sante. Σήμερα στην Ευρώπη υπάρχουν περίπου 80 κέντρα.

Γίνεται τόσο μεγάλη προβολή για τη συγκεκριμένη μορφή υδροθεραπείας που υπάρχουν και κέντρα, τα οποία βρίσκονται χιλιόμετρα μακριά από τη θάλασσα, και ισχυρίζονται ότι προσφέρουν “θαλασσοθεραπεία”. Αυτό ωστόσο απέχει κατά πολύ από την πραγματικότητα, καθώς για την διατήρηση των θεραπευτικών στοιχείων φυσικού θαλασσινού νερού απαιτείται να χρησιμοποιείται αμέσως μετά την άντλησή του, αφού προηγουμένως θερμανθεί στους 34-36οC.

Γενικά είναι αποδεκτό ότι απαιτούνται τουλάχιστον τρεις εβδομάδες θεραπείας για να υπάρξουν τα οποιαδήποτε οφέλη στον οργανισμό, και σε ορισμένες περιπτώσεις η παραμονή λιγότερων ημερών, μπορεί να επιφέρει τα αντίθετα αποτελέσματα. Οι θεραπευτικές αγωγές μπορούν να εφαρμοσθούν σε όλα τα άτομα ανεξαρτήτως ηλικίας, ενώ ορισμένα κέντρα στην Ευρώπη έχουν ειδικευτεί στα παιδιά<sup>17</sup>.

---

<sup>17</sup> Διδασκάλου Ε., ο.π., σελ 44-46, πίνακας σελ 40.

## **2.2) ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΠΡΟΒΟΛΗ ΤΩΝ ΙΑΜΑΤΙΚΩΝ ΚΕΝΤΡΩΝ ΥΔΡΟΘΕΡΑΠΕΙΑΣ**

Εξαιτίας της πληθώρας των ιαματικών κέντρων, έμφαση πρέπει να δοθεί στην προβολή αυτών μέσω Internet, τη στιγμή που το ποσοστό των αγορών που πραγματοποιείται ηλεκτρονικά αυξάνεται όλο και περισσότερο. Κάθε ιαματικό λοιπόν κέντρο θα πρέπει να δημιουργήσει τη δική του ιστοσελίδα μέσα από την οποία θα γνωστοποιεί στο κοινό του, τόσο στην τοπική αγορά όσο και στους ενδιαφερόμενους εκτός αυτής, τις υπηρεσίες που παρέχονται, τις οικονομικές διευκολύνσεις που μπορούν να γίνουν καθώς και τον τρόπο με τον οποίο μπορεί κάποιος να έρθει σε επαφή με το εκάστοτε κέντρο. Η διαφήμιση έχει μεγάλη ισχύ στις μέρες μας και ένα καλό marketing είναι συχνά “καταλυτικό” για μια επιχείρηση.

Για να μην αναλώνεται όμως ένα κέντρο σε άσκοπη διαφήμιση καλό θα ήταν να λάβει αρχικά υπόψη του δύο παράγοντες: το εισόδημα και την υγεία. Έτσι θα μπορεί να προσδιορίσει καλύτερα την αγορά-στόχο και έτσι να μην γίνεται σπατάλη χρημάτων σε ανθρώπους που δεν έχουν καμιά πιθανότητα να επισκεφτούν ιαματικά κέντρα υδροθεραπείας. Με βάση λοιπόν το χαρακτηριστικό της υγείας οι προσπάθειες προβολής και προώθησης θα πρέπει να απευθύνονται σε ανθρώπους με κάποια ασθένεια όπως υψηλή χοληστερίνη, παχυσαρκία και αρθριτικά. Ενδιαφέρον όμως μπορεί να δείξουν και τα άτομα που θέλουν να διατηρήσουν την καλή φυσική τους κατάσταση και την εμφάνισή τους. Όσον αφορά τον παράγοντα εισόδημα, ένα θέρετρο μπορεί να απευθύνεται σε άτομα με υψηλά εισοδήματα, ενώ άλλο στη μεσαία τάξη, μειώνοντας έτσι το στοιχείο της πολυτέλειας στις υπηρεσίες του.

Οι σύγχρονοι ρυθμοί ζωής και τα προβλήματα που αντιμετωπίζουμε καθημερινά κάνουν ολοένα και πιο επιτακτική την ανάγκη για σωστή

διατροφή, για άσκηση και προληπτική ιατρική. Το γεγονός αυτό εκμεταλλεύεται η βιομηχανία τουρισμού υγείας με τη δημιουργία θερέτρων υγείας που προσφέρουν αναψυχή, θεραπευτικές αγωγές και ποικιλία δραστηριοτήτων. Την τάση αυτή μπορούν και πρέπει να εκμεταλλευτούν περιοχές με αξιόλογο δυναμικό ιαματικών νερών. Ο ιαματικός τουρισμός είναι σε θέση να προσφέρει παραδοσιακή ιατρική θεραπεία και προγράμματα προσανατολισμένα στην πρόληψη, τη φυσική κατάσταση και την περιποίηση προσώπου και σώματος.

Οι παράγοντες που κυρίως επηρεάζουν την επιλογή ενός ενδεχόμενου επισκέπτη να μεταβεί σε ένα κέντρο υδροθεραπείας, θεωρώντας το ως τουριστικό προορισμό είναι :

1. Το περιβάλλον και η γενικότερη ατμόσφαιρα του προορισμού (συνήθως τα άτομα προτιμούν για τις διακοπές τους ένα κοσμοπολίτικο νησί καθώς αυτό τους υπόσχεται καλύτερες διακοπές)
2. Η τοποθεσία στην οποία βρίσκεται και η πρόσβαση σε αυτό, αν μπορεί δηλ κάποιος εύκολα να το επισκεφτεί.
3. Τα παρεχόμενα προγράμματα υδροθεραπείας και οι συναφείς υπηρεσίες
4. Τα χαρακτηριστικά των επισκεπτών (π.χ. μόνο για γυναίκες, μέσος όρος ηλικίας)

Για να θεωρείται ωστόσο ένα ιαματικό κέντρο υδροθεραπείας επιτυχημένο πρέπει να διαθέτει τα εξής χαρακτηριστικά :

1. Υψηλής στάθμη θεραπευτική αγωγή από ικανό και εξειδικευμένο προσωπικό
2. Ευχάριστη και καλά οργανωμένη διατροφή, καλής ποιότητας, αλλά με πολλές γευστικές επιλογές.
3. Προγράμματα άσκησης σε ελκυστικό περιβάλλον
4. Ποικιλία προγραμμάτων άσκησης, και τέλος

5. Συνδυασμός αναψυχής και ξεκούρασης με πραγματοποίηση κοινωνικών εκδηλώσεων.

Για να μπορέσουν λοιπόν τα ιαματικά θέρετρα να επιτύχουν το σκοπό τους και να αποκτήσουν όλο και περισσότερους πελάτες πρέπει να ακολουθήσουν ένα πρόγραμμα δράσης: Αρχικά η διοίκηση θα πρέπει να προσδιορίσει τη μορφή της επιχείρησης, όπως για παράδειγμα η εξειδίκευσή της σε ορισμένες παθήσεις. Να γίνει ο σχεδιασμός ενός κατάλληλου συστήματος υγείας καθώς και ο σχεδιασμός ευέλικτων, άνετων και αποτελεσματικών εγκαταστάσεων όπου θα λαμβάνονται υπόψη διάφοροι παράγοντες αισθητικής. Έμφαση επίσης πρέπει να δοθεί στην οικονομική διαχείριση γιατί τα κέντρα αυτά παρουσιάζουν υψηλό κόστος λειτουργίας και σε προγράμματα συνεχούς εκπαίδευσης του προσωπικού. Τέλος όπως αναφέρθηκε πρέπει να γίνει κατάλληλη προβολή της μονάδας (διαφήμιση, προσωπική πώληση, δημοσιότητα και δημόσιες σχέσεις) και προσαρμογή στις νέες τάσεις (παροχή εξειδικευμένων προγραμμάτων)<sup>18</sup>.

---

<sup>18</sup> Διδασκάλου Ε.,ο.π., σελ 67-69.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 ΕΙΔΗ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΥΓΕΙΑΣ**

### **3.1) ΙΑΜΑΤΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ**

#### **ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ**

Το θέμα των ιαματικών πηγών ξεκινά από πολύ παλιά, το 1830 συγκεκριμένα, όταν η κυβέρνηση Καποδίστρια στέλνει επιτροπή στις ιαματικές πηγές της Κύθου για τη διεξαγωγή χημικών αναλύσεων των υδάτων. Ενώ λοιπόν πολλές από τις ιαματικές πηγές χρησιμοποιούνταν κατά την Τουρκοκρατία, οι πηγές αυτές βρισκόντουσαν σε κατάσταση εγκατάλειψης. Στη συνέχεια αναφέρονται ημερομηνίες-κλειδιά κατά τις οποίες σημειώθηκαν σημαντικά γεγονότα στην ιστορία των ιαματικών πηγών. Συγκεκριμένα :

1921 : προβάλλονται σε εμπορικό οδηγό οι πηγές στις Γιάννες, στο Δεμίρ Ισάρ και Δερέ Μαλέ των Σερρών, στο Εκσή Σου (Ξινό Νερό), στο Εγρή Μπουζάκ, στον Λαγκαδά, στην Νιγρίτα και στο Σέδες.

1927 : δημιουργείται ο κλάδος των μονίμων υδρολόγων ιατρών, οι οποίοι προσλαμβάνονται στις κυριότερες ιαματικές πηγές. Σύμφωνα με σημειώματα της Υπηρεσίας Ξένων και Εκθέσεων οι ιαματικές πηγές του Λαγκαδά τυγχάνουν ευρείας αποδοχής, ενώ τα λουτρά του Σέδες και των Ελευθερών είναι περισσότερο λιτά, διατηρούν, όμως, ικανοποιητικό επίπεδο. Αντίθετα, τα Μπάνια Εδέσσης, η Αγία Παρασκευή Χαλκιδικής και η Βελβενδός είναι ακόμη ανεκμετάλλευτα ενώ στην Νιγρίτα, στο Εγρή Μπουζάκ και στο Πόζαρ η προσπέλαση είναι προβληματική.

1928 : ιδρύεται η Υδρολογική και Κλιματολογική Εταιρεία Ελλάδος, με πρόεδρο τον ιατρό Ι. Φουστάνο.

1929 : συστηματοποιείται στη Σάριζα Άνδρου η εμπορία εμφιαλωμένου ύδατος, ενώ ο Καϊάφας διαφημίζει τα ανακαινισμένα ξενοδοχεία της περιοχής,

το λουτροθεραπευτήριο με ατομικούς λουτήρες και την ύπαρξη διαφόρων δυνατοτήτων ψυχαγωγίας (θέατρο, χορούς, κινηματογράφο).

1930: εγκαινιάζονται οι νέες εγκαταστάσεις στο Πλατύστομο Φθιώτιδος, ενώ τα Καμμένα Βούρλα αξιοποιούνται πλήρως από το 1932.

1938: δημιουργείται η έδρα της Κλινικής υδροθεραπείας και Ιατρικής κλιματολογίας στο Πανεπιστήμιο Αθηνών.

Η αξιοποίηση και η σταδιακή οργάνωση των ιαματικών πηγών της χώρας ξεκινά στα τέλη του 19<sup>ου</sup> και συνεχίζεται στις αρχές του 20<sup>ου</sup> αιώνα. Μεταξύ των πρώτων πηγών που αναπτύχθηκαν συμπεριλαμβάνονται αυτές της Υπάτης, της Αιδηψού, της Κύθνου, της Κυλλήνης, του Λουτρακίου και του Καϊάφα. Πολλές από αυτές τις περιοχές εξελίχθηκαν σε μεγάλα παραθεριστικά κέντρα που γνώρισαν ιδιαίτερη ακμή κατά τη διάρκεια του μεσοπολέμου, καθώς σε αυτά σύχναζαν μέλη της ανώτερης αστικής τάξης της εποχής.

Η περίοδος του μεσοπολέμου θα σηματοδοτήσει μια νέα περίοδο όσον αφορά την λουτροθεραπεία, καθώς το κράτος αναδιοργανώνεται, η μεσαία τάξη αναπτύσσεται, και οι επιλογές διευρύνονται με την προσάρτηση νέων εδαφών. Οι ελληνικοί ιαματικοί πόροι καταγράφονται με ακρίβεια στα χρόνια του μεσοπολέμου από τον χημικό Μ. Περτέκη, ο οποίος από το 1923 προβαίνει σε λεπτομερή φυσικοχημική ανάλυση των υδάτων επτακοσίων πενήντα περίπου πηγών.

Κατά την περίοδο του 30' στην Θεσσαλία την πρώτη θέση κατέχουν οι πηγές του Σμοκόβου όπου υπάρχει νέο υδροθεραπευτήριο, ξενοδοχείο και λοιπές εγκαταστάσεις, ενώ επαρκή εξοπλισμό διαθέτουν επίσης και οι πηγές της Δρανίσσας Καΐσας. Σημαντική οικονομική σημασία έχει το Τσάγεζι (Κόκκινο Νερό) το μεταλλικό νερό του οποίου εμφιαλώνεται και πωλείται στην ελληνική και ξένη αγορά. Στις ιαματικές πηγές της Ηπείρου η κατάσταση την εποχή εκείνη είναι προβληματική καθώς τα Καβάσιλα Κόνιτσας διαθέτουν ανεπαρκή

εξοπλισμό, ενώ οι πίδακες ατμού του Ισβόρου-Αμαράντου έχουν εγκαταλειφθεί. Μοναδική εξαίρεση αποτελούν οι ιδιωτικές πηγές του Βρωμονερίου.

Οι θεραπευτικές ιδιότητες του νερού ήταν γνωστές από πολύ παλιά. Το 2.000 π.χ. οι Βαβυλώνιοι είχαν συνδέσει την έννοια του γιατρού με "αυτόν που γνώριζε πολύ καλά το νερό". Στην Ελληνική μυθολογία αναφέρονται συχνά οι θαυματουργές θεραπευτικές ιδιότητες πολλών πηγών και το 5ο π.χ. αιώνα η εμπιστοσύνη αυτή προς το ιαματικό νερό εκφράζεται με την ίδρυση των Ασκληπιείων που κτίζονται κοντά στις Ιαματικές Πηγές.

Ο Ηρόδοτος είναι ο πρώτος παρατηρητής των Ιαματικών νερών που αναφέρει και συνιστά την λουτροθεραπεία ενώ ο Ιπποκράτης καθορίζει τις παθήσεις για τις οποίες ενδείκνυται η χρήση των Ιαματικών νερών. Κατά τη Ρωμαϊκή εποχή Έλληνες γιατροί, οπαδοί της Ιατρικής του Ιπποκράτη, ασχολούνται με την Υδροθεραπεία. Ο Στράβων, ο Πλούταρχος, ο Πausανίας περιγράφουν πολλές Ιαματικές Πηγές και την εμφάνιση αυτών. Κατά τα Βυζαντινά χρόνια μέχρι και τον 6ο μ.χ. αιώνα εξακολουθεί να γίνεται χρήση των Ιαματικών Υδάτων. Το Μεσαίωνα ο Θερμαλισμός παρακμάζει και αναβιώνει πάλι στις αρχές του 16ου αιώνα.

Η αξιοποίηση των περισσότερων Λουτροπόλεων που λειτουργούν και σήμερα έγινε την δεκαετία του 1930. Ο Χημικός Περγίτης κατά το χρονικό διάστημα από 1923-1953 μελέτησε την φυσικοχημική σύσταση των μεταλλικών νερών των περισσότερων πηγών της Ελλάδος.

Η εξέλιξη των Ιαματικών Πηγών είναι στενά συνδεδεμένη με τις αντιλήψεις της Ιατρικής Παθολογίας. Σε εποχές όπου η Ιατρική επιστήμη εφαρμόζει φυσικά μέσα θεραπείας των διαφόρων παθήσεων παρατηρούμε και ανάπτυξη των ιαματικών Πηγών. Με την έκρηξη της Χημικής Φαρμακολογίας και την εξέλιξη της χειρουργικής, εγκαταλείπεται και η αντίληψη περί Ιαματικότητας των



πηγών. Αποτέλεσμα αυτών των ισορροπιών είναι η παρακμή των λουτροπόλεων μας, οι οποίες άνθισαν μετά το 1930 και η μετατροπή τους σε "γερουντοπόλεις παραδοσιακής πελατείας".

Στην σημερινή εποχή η "Λουτροθεραπεία" εξελίσσεται και λαμβάνει τη μορφή του "Ιαματικού Τουρισμού" ο δε ασθενής γίνεται σταδιακά και τουρίστας. Η επαναληπτική μορφή που έχει η Υδροθεραπεία (ορισμένος αριθμός λούσεων σε ορισμένο χρονικό διάστημα), για να ολοκληρωθεί η θεραπεία, θέτει στη διάθεση του ασθενούς πολύ χρόνο και για άλλες δραστηριότητες. Έτσι δημιουργήθηκαν τα θέρετρα του Ιαματικού Τουρισμού (SPAS) που συνδυάζουν εκτός της υγείας και την ψυχαγωγία<sup>19</sup>.

---

<sup>19</sup> [www.spa.gr](http://www.spa.gr)

## **ΥΠΑΡΧΟΥΣΑ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ**

Η Ελλάδα είναι μία από τις πλουσιότερες χώρες σε φυσικές πηγές. Πηγαία νερά αναβλύζουν στη χώρα μας από 752 διαφορετικά γεωγραφικά σημεία<sup>20</sup>. Σύμφωνα με στοιχεία του Ινστιτούτου Γεωλογικών και Μεταλλευτικών Ερευνών (ΙΓΜΕ) υπάρχουν καταγεγραμμένες 822 Πηγές Θερμομεταλλικών Νερών στην Ελλάδα, από αυτές οι 752 δύναται να αξιοποιηθούν. Σήμερα από τις 752 πηγές χρησιμοποιούνται οι 348 (42%) σε μεγάλο ή μικρό βαθμό, είναι δε επίσημα ανακηρυγμένες οι 77 από αυτές.

Οι Γεωγραφική κατανομή των Ι.Π. έχει ως εξής.

- Θράκη 25
- Ήπειρος 56
- Θεσσαλία 57
- Πελοπόννησος 114
- Μακεδονία 115
- Στερεά Ελλάδα 156
- Νησιά 229

## **ΙΣΧΥΟΥΣΑ ΝΟΜΟΘΕΣΙΑ ΓΙΑ ΤΑ ΘΕΡΜΟΜΕΤΑΛΛΙΚΑ ΝΕΡΑ.**

Α) Βασικός Νόμος είναι ο 2188/20, ο οποίος αναφέρεται στα εξής:

α. Χαρακτηρισμός- ανακήρυξη Ιαματικών Πηγών και ανάκληση ανακήρυξης.

β Κανονισμός λειτουργίας Υδροθεραπευτηρίων.

γ. Άδεια λειτουργίας καταστημάτων Ιαματικών Πηγών

δ Κατάταξη των Πηγών σε Δημόσιες και Ιδιωτικές.

---

<sup>20</sup> Στοιχεία από ΕΟΤ.

Β) Ο Ν 4844/30 αναφέρεται σε διατάξεις που αφορούν την Εκμ/ση των Ιαματικών Πηγών. Επίσης ο Νόμος αυτός καθορίζει την ζώνη προστασίας των Ιαματικών Πηγών ως κύκλο με κέντρο την Πηγή και ακτίνα 1.000 μ. Εντός της ζώνης προστασίας γίνονται μόνο έργα και εκμεταλλεύσεις του εδάφους τέτοια που δεν παραβιάζουν τον Ιαματικό Υδροφορέα. Ο ίδιος Νόμος προβλέπει τη συγκρότηση Τεχνικής Επιτροπής, έργο της οποίας είναι η γνωμοδότηση επί των έργων που προβλέπεται να γίνουν εντός της ζώνης προστασίας.

Γ) Ν 4086/60. Ο Νόμος αυτός διαχωρίζει τις Ιαματικές Πηγές σε Τουριστικής και Τοπικής σημασίας. Οι Ι.Π. Τουριστικής σημασίας υπάγονται στην άμεση αρμοδιότητα του ΕΟΤ.

Τις Ιαματικές Πηγές Τοπικής Σημασίας ο ΕΟΤ υποχρεούται να παραχωρεί κατά εκμετάλλευση στους ΟΤΑ στα Διοικητικά όρια των οποίων αναβλύζουν.

Οι θερμομεταλλικές πηγές είναι ένας φυσικός πόρος που είναι κατανεμημένος σε πολλές περιοχές της Ελλάδας. Από τις περίπου 400 πηγές που έχουν καταγραφεί από το Ινστιτούτο Γεωλογικών και Μεταλλευτικών Ερευνών (Ι.Γ.Μ.Ε), ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (Ε.Ο.Τ) έχει ανακηρύξει ως Ιαματικές τις 74 (πίνακας 1), από τις οποίες το 1997 λειτούργησαν οι 58. Η ανακήρυξη των πηγών σε ιαματικές γίνεται από τον Ε.Ο.Τ. κατόπιν αίτησης του ενδιαφερόμενου. Συγκεκριμένα, τα δικαιολογητικά για την ανακήρυξη μιας πηγής ως ιαματικής είναι τα ακόλουθα<sup>21</sup> :

1. Αίτηση του ενδιαφερόμενου.
  2. Τίτλος κυριότητας επί του εδάφους που αναβλύζει η πηγή.
  3. Σχεδιαγράμματα, σε κλίμακα 1/5000 της περιοχής όπου βρίσκεται η πηγή.
- Αν υπάρχουν κτίρια ή άλλα έργα πρέπει να είναι σημειωμένα στο διάγραμμα το οποίο πρέπει να έχει συνταχθεί από επιστήμονα Μηχανικό.

---

<sup>21</sup> Πηγή : ΕΤΑ ( ελληνικά τουριστικά ακίνητα ), 2003

4. Ιστορική και επιστημονική Έκθεση για τις φυσικοϊατρικές έρευνες της πηγής, του κλίματος και γενικά για τις συνθήκες υγιεινής του τόπου που βρίσκεται.

5. Έκθεση χημικής ανάλυσης του νερού της πηγής που θα γίνει σε επίσημο Κρατικό Χημείο. Για το σκοπό αυτό όποιος ενδιαφέρεται μπορεί να απευθυνθεί στο Ινστιτούτο Γεωλογικών Μεταλλευτικών Ερευνών (ΙΓΜΕ)–Μεσογείων 70 Αθήνα ή στο Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο.

6. Για πόσιμο νερό πρέπει να αποσταλεί και ανάλυση του Υγειονομικού Κέντρου της περιφέρειας.

Τα πιο πάνω πρέπει να υποβάλλονται στον ΕΟΤ για τις σύμφωνα με το νόμο ενέργειες. Βασικό στοιχείο ανακήρυξης αποτελεί η έκθεση της χημικής ανάλυσης του νερού ως πηγής από επίσημο Κρατικό Χημείο.

Η μεγάλη ποικιλία στη χημική σύσταση των πηγών της Ελλάδας, δίνει τη δυνατότητα αντιμετώπισης διαφόρων παθήσεων. Θα πρέπει βέβαια να επισημανθεί πως οι σοβαρά τεκμηριωμένες ιατρικές έρευνες γύρω από το θέμα αυτό, είναι πολύ λίγες τόσο στην Ευρώπη όσο και στην Ελλάδα. Από την άλλη όμως οι έρευνες που διενεργούνται στο Ινστιτούτο Pasteur στο Παρίσι, οδηγούν σε σοβαρές ενδείξεις επιστημονικής αποδοχής για τις θεραπευτικές ιδιότητες των θερμομεταλλικών νερών. Σημαντικές ενέργειες προς την κατεύθυνση αυτή στην Ελλάδα, γίνονται από την Ιατρική Ομάδα του Συνδέσμου Δήμων και Κοινοτήτων Ιαματικών Πηγών Ελλάδας σε συνεργασία με το Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης.

Ακολουθεί πίνακας με τις ανακηρυγμένες ιαματικές πηγές της Ελλάδος :

**ΠΙΝΑΚΑΣ 2****Οι ανακηρυγμένες Ιαματικές Πηγές**

<u>Ιαματική Πηγή</u>	<u>Νομός</u>	<u>Ιαματική Πηγή</u>	<u>Νομός</u>
1. Αγ. Αποστόλων	Χαλκιδικής	38. Κρινίδες	Καβάλας
2. Αγ. Βαρβάρου	Αιτωλοακαρνανίας	39. Κύθνου	Κυκλάδων
3. Αγ. Ιωάννου	Λέσβου	40. Κυλλήνης	Ηλείας
4. Αγ. Νικολάου	Χαλκιδικής	41. Λαγκαδά	Θεσσαλονίκης
5. Αγ. Φωκά-Κω	Δωδεκανήσου	42. Λιμπιναρέ	Χανίων
6. Αγιασμάτων Κεράμου	Χίου	43. Λιτσέκι	Αιτωλοακαρνανίας
7. Αγριδοκάμπου	Αιτωλοακαρνανίας	44. Λουτρακίου	Κορινθίας
8. Αδάμαντος- Μήλου	Κυκλάδων	45. Λουτρακίου	Πέλλας
9. Αιδηψού	Εύβοιας	46. Λουτρών Ωραίας Ελένης	Κορινθίας
10. Αμάραντου	Ιωαννίνων	47. Μανδρακίου- Νισύρου	Δωδεκανήσου
11. Αμμουδάρας	Καστοριάς	48. Μεθάνων	Πειραιώς
12. Αραχωβίτικων	Αχαΐας	49. Μουρσιανού	Αιτωλοακαρνανίας
13. Βουλιαγμένης	Αττικής	50. Ν. Απολλωνίας	Θεσσαλονίκης
14. Βρωμονερίου	Μεσσηνίας	51. Νιγρίτας	Σερρών
15. Γενησαίας	Ξάνθης	52. Ξυγκιά	Ζακύνθου
16. Γιάλτρων	Ευβοίας	53. Ξυλοκέρας	Ηλείας
17. Γιαννές	Κιλκίς	54. Παλαιοβράχας	Φθιώτιδας
18. Δρανίσας Καΐτσας	Καρδίτσας	55. Πανασσού	Ηρακλείου
19. Ελευθέρων	Καβάλας	56. Πικρολίμνη	Κιλκίς
20. Ευθαλούς- Μυτιλήνης	Λέσβου	57. Πλατύστομου	Φθιώτιδας
21. Ευρυάλλη	Αττικής	58. Πολυχνίτου	Λέσβου

Γλυφάδας			
22. Εχινού	Ξάνθης	59. Ποταμιού	Σάμου
23. Ηραίας	Αρκαδίας	60. Πουρνάρι Πελοπίου	Ηλείας
24. Θερμή – Καλύμνου	Δωδεκανήσου	61. Πρεβέζης	Πρεβέζης
25. Θερμή – Μυτιλήνης	Λέσβου	62. Σέδες	Θεσσαλονίκης
26. Θερμοπυλών	Φθιώτιδας	63. Σελιανίτικων- Αιγαίου	Αχαΐας
27. Ικαρίας	Σάμου	64. Σιδηροκάστρου	Σερρών
28. Καβασίλων Πυξαρίας	Ιωαννίνων	65. Σμοκόβου	Καρδίτσας
29. Καϊάφα	Ηλείας	66. Σουβάλας – Αίγινας	Πειραιώς
30. Καλλιθέας- Ρόδου	Δωδεκανήσου	67. ΣτάχτηΠοριάρη	Αιτωλοακαρνανίας
31. Καμένα Βούρλα	Φθιώτιδος	68. Τζακουνιανών	Χανίων
32. Κίρρας	Φωκίδος	69. Τραϊνανουπόλεως	Έβρου
33. Κόκκινο Νερό	Λαρίσης	70. Υπάτης	Φθιώτιδος
34. Κόκκινο Στεφάνι	Αιτωλοακαρνανίας	71. Φρασινιάς	Ηλείας
35. Κόλπου Γέρας-Μυτιλήνης	Λέσβου	72. Χανοπούλου	Άρτας
36. Κουνουπελίου	Ηλείας	73. ΧελοβάΜπτανιώτη	Αιτωλοακαρνανίας
37. Κρεμαστών Βάλτου	Αιτωλοακαρνανίας	74. Ψαροθερμών- Σαμοθράκης	Έβρου

Πηγή : Διδακτορική διατριβή Διδασκάλου Ελένης, σελ 110-111.

## **ΠΗΓΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΤΟΠΙΚΗΣ ΣΗΜΑΣΙΑΣ**

Στον τομέα της αξιοποίησης των ιαματικών πηγών και της ανάπτυξης υποστηρικτικής υποδομής δραστηριοποιείται κυρίως ο Δημόσιος τομέας συνεπικουρούμενος από την Τοπική Αυτοδιοίκηση.

Πρέπει να διευκρινιστεί ότι οι πηγές χαρακτηρίζονται σε πηγές Τουριστικής ή Τοπικής Σημασίας και στην πραγματικότητα είναι λουτροπόλεις ή απλώς λουτρικοί σταθμοί που είναι δυνατόν να περιλαμβάνουν περισσότερες της μιας των παραπάνω πηγών που αναφέρθηκαν.

Επίσημα από το Κράτος, μέσω του ΕΟΤ, έχουν ανακηρυχθεί ως ιαματικές μόνο 76 πηγές. Από αυτές σύμφωνα με το νόμο 4086/1960, οι 23 πηγές χαρακτηρίζονται ως “Τουριστικής Σημασίας” και οι 53 πηγές ως “Τοπικής Σημασίας”. Με τον Ν. 2636/98 τα δικαιώματα κυριότητας και εκμετάλλευσης των πηγών που ανήκαν στον ΕΟΤ εκχωρήθηκαν στην Α.Ε. Ελληνικά Τουριστικά Ακίνητα<sup>22</sup>.

Οι λουτρικές εγκαταστάσεις λειτουργούν στη χώρα μας συνήθως έξι μήνες το χρόνο, από τον Μάιο μέχρι τον Οκτώβριο. Στις ιαματικές πηγές η μέση πληρότητα των υδροθεραπευτηρίων στο σύνολο της εξαμήνης λειτουργίας των εγκαταστάσεων τους, παρουσιάζεται αρκετά χαμηλή και δεν ξεπερνά το 35%.

1. Ο Νόμος 4086/60 διαχωρίζει τις Ιαματικές Πηγές σε Τουριστικής και Τοπικής σημασίας. Οι Ι.Π. Τουριστικής σημασίας υπάγονται στην άμεση αρμοδιότητα του ΕΟΤ. Τις Ιαματικές Πηγές Τοπικής Σημασίας ο ΕΟΤ υποχρεούται να παραχωρεί κατά εκμετάλλευση στους ΟΤΑ<sup>23</sup> στα Διοικητικά όρια των οποίων αναβλύζουν.

<sup>22</sup> Μελέτη θερμαλιστικού-ιαματικού τουρισμού, πρόγραμμα αξιοποίησης περιουσίας Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού, Ελληνική Δημοκρατία-Υπουργείο Ανάπτυξης, Ελληνικά Τουριστικά Ακίνητα, σελ 45-46.

<sup>23</sup> ΟΤΑ : Οργανισμοί Τοπικής Αυτοδιοίκησης

Σημαντική είναι επίσης η δραστηριοποίηση των Ο.Τ.Α, τόσο στον τομέα της επιχειρηματικής δραστηριότητας όσο και στην γενικότερη ανάπτυξη του θερμαλισμού στη χώρα μας. Στην κατεύθυνση αυτή επικεντρώνεται ο Σύνδεσμος Δήμων και Κοινοτήτων Ιαματικών Πηγών Ελλάδας, στο δυναμικό του οποίου ανήκουν 48 Δήμοι της χώρας. Ο Σύνδεσμος, ο οποίος ιδρύθηκε το 1981 με πρωτοβουλία Δήμων και Κοινοτήτων που είχαν θερμομεταλλικές πηγές εντός των διοικητικών τους ορίων, έχει ως στόχους<sup>24</sup>:

- Την μεταβίβαση της πλήρους και αποκλειστικής κυριότητας των πηγών στην Τοπική Αυτοδιοίκηση.
- Την θεσμοθετημένη καθιέρωση του Συνδέσμου ως του μοναδικού υπεύθυνου αναπτυξιακού φορέα για την αξιοποίηση του θερμομεταλλικού πλούτου.
- Τον εκσυγχρονισμό των λουτροπόλεων και την στελέχωσή τους με εξειδικευμένο προσωπικό προκειμένου να βελτιωθεί η παροχή των υπηρεσιών τους προς το κοινό και να συμβάλλουν ενεργά στην αναβάθμιση του συστήματος περίθαλψης.
- Την προβολή του ιαματικού πλούτου της χώρας.
- Την έρευνα όλων των δυνατοτήτων αξιοποίησης της γεωθερμίας προς όφελος της πολύπλευρης ανάπτυξης της περιφέρειας.

---

<sup>24</sup> Σπάθη Σ.Κ. , ο.π., σελ 47-48.



**ΠΗΓΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΣΗΜΑΣΙΑΣ**

Πρώτη κατά σειρά προτίμησης έρχεται η Αιδηψός, η οποία κατέχει την πρώτη θέση στα ποσοστά συμμετοχής στο σύνολο των ατόμων και των λούσεων με αυξητικούς ετήσιους ρυθμούς μεταβολής από 10ετία σε 10ετία. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι λόγοι συνήθειας και παράδοσης εδώ και πολλά χρόνια καθώς και οι επενδύσεις που έχουν γίνει τελευταία (επιτυχής λειτουργία του νέου υδροθεραπευτηρίου του ΕΟΤ με σύγχρονες εγκαταστάσεις) έχουν καθιερώσει την Αιδηψό ως το σημαντικότερο κέντρο λουτροθεραπείας και τόπο έλξης των περισσότερων λουόμενων.

Δεύτερη κατά σειρά προτίμησης έρχεται η πηγή των Καμένων Βούρλων που διατηρεί τα ποσοστά συμμετοχής της (γύρω στο 10%) κατά τη 10ετία του 90 έναντι της προηγούμενης δεκαετίας του 80 στο σύνολο ατόμων και λούσεων. Ακολουθεί η Υπάτη, με ποσοστά συμμετοχής που μειώνονται τα τελευταία χρόνια, δηλ από 10,58% και 10,96% κατά τη δεκαετία 1981-90 μειώθηκαν στο 8,37% και 8,83% κατά την 7ετία 1991-97 για τα άτομα και τις λούσεις αντίστοιχα.

Σε επίπεδο περιφέρειας την πρώτη θέση από παλιά, που τη διατηρεί μέχρι σήμερα έχει η περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας και Εύβοιας. Η μεγαλύτερη προσέλευση ατόμων και λούσεων στις πηγές αυτές για το σύνολο της χώρας παρατηρήθηκε στη δεκαετία 1971-80. Στη συνέχεια παρατίθενται οι ιαματικές πηγές τουριστικής σημασίας στην Ελλάδα :

## ΠΙΝΑΚΑΣ 3

## ΙΑΜΑΤΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΣΗΜΑΣΙΑΣ

<i>Περιοχή</i>	<i>Ιδιοκτησία</i>	<i>Λειτουργεί ή όχι</i>
Αιδηψός-Ευβοίας	Ιδιοκτησίας ΕΟΤ	Λειτουργεί με Αυτεπιστασία.
Βουλιαγμένη Αττικής	Ιδιοκτησίας ΕΟΤ	Βρίσκεται σε διαδικασία παραχώρησης στην Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση Καβάλας.
<b>Ικαρία – Σάμου:</b>		
Α)"Ασκληπιός"(πρώην Μουσταφά)	Ιδιοκτησίας Δήμου Αγ. Κηρύκου.	
Β)"Απόλλων",Θερμά Ικαρίας	Ιδιοκτησίας Δήμου Αγ. Κηρύκου.	
Γ)"Σπήλαιο",Θερμά Ικαρίας	Ιδιοκτησίας Δήμου Αγ. Κηρύκου.	
Δ)"Κράτσα",Θερμά Ικαρίας	Ιδιωτική	
Ε)"Θερμό", Λευκάδος	Ιδιοκτησίας ΕΟΤ	Δεν λειτουργεί
Καϊάφας Ηλείας	Ιδιοκτησίας ΕΟΤ	Λειτουργεί με αυτεπιστασία ΕΟΤ
Καλλιθέα Ρόδου	ιδιοκτησίας ΕΟΤ	παραχωρημένη στη Κοινότητα Κοσκινούς
Κουνουπέλι Ηλείας	ιδιοκτησίας ΕΟΤ	παραχωρημένη στις Κοινότητες Μανωλάδας, Κουνουπελίου, Βάρδας δεν λειτουργεί.
Κύθος Κυκλάδων	ιδιοκτησίας ΕΟΤ	Λειτουργεί με αυτεπιστασία.
Κυλλήνη Ηλείας	ιδιοκτησίας ΕΟΤ	Μισθωμένη στον όμιλο "Δασκαλαντωνάκη" για 40 χρόνια
<b>Λουτράκι Κορινθίας:</b>		
Α).Υδροθεραπευτήριο ΕΟΤ		Δεν λειτουργεί
Β).Ποσιθεραπευτήριο ΕΟΤ		Λειτουργεί με αυτεπιστασία ΕΟΤ
Γ).Υδροθεραπευτήριο του Δήμου		Λειτουργεί από την Δημοτική Επιχείρηση ΔΕΤΑΛΠ.
<b>Νιγρίτα Σερρών:</b>	ιδιοκτησίας ΕΟΤ	
Α). Υδροθεραπευτήριο		Λειτουργεί με Αυτεπιστασία ΕΟΤ.
Β). Εμφιαλωτήριο		Δεν λειτουργεί.

Μέθανα Πειραιώς	ιδιοκτησίας ΕΟΤ	Λειτουργεί με Αυτεπιστασία ΕΟΤ.
Σμόκοβο Καρδίτσας	ιδιοκτησίας ΕΟΤ	Παραχωρημένη στην κοινότητα Λουτροπηγής
Σουρωτή Θεσσαλονίκης	ιδιοκτησίας ΕΟΤ	Παραχωρημένη στην κοινότητα Σουρωτής μέχρι του έτους 2028
Ξινό Νερό Φλώρινας	ιδιοκτησίας ΕΟΤ	Παραχωρημένη στην Κοινότητα Ξύνου Νερού μέχρι του έτους 2028
Κίρρα Φωκίδας	ιδιοκτησίας ΕΟΤ	Δεν υπάρχουν εγκαταστάσεις δεν αξιοποιήθηκε ποτέ.
Ποτάμιο Σάμου	ιδιοκτησίας ΕΟΤ	Δεν αξιοποιήθηκε ποτέ
Λαγκαδάς Θεσσαλονίκη	ιδιοκτησίας ΕΟΤ	Παραχωρημένη στην "ΑΞΕ ΑΣΤΗΡ" μέχρι του 2015.
Θερμοπυλών		
Πλατύστομου		
Κονιαβίτη		

Πηγή : ΕΟΤ, 1997.

### **ΠΗΓΕΣ ΤΟΠΙΚΗΣ ΣΗΜΑΣΙΑΣ**

Οι λειτουργούσες Ιαματικές πηγές Τοπικής Σημασίας είναι 44, μεταξύ των οποίων συμπεριλαμβάνονται οι Ιαματικοί Πηλοί της Πικρολίμνης Κιλκίς και των Κρηνίδων Καβάλας, οι οποίες πρόσφατα ανακηρύχθηκαν και λειτουργούν για πρώτη φορά στην Ελλάδα. Επίσης στη διαδικασία ανακήρυξης (υπογραφή Π.Δ. ανακήρυξης), βρίσκεται το "Σπήλαιο Αγίου Γεωργίου Κιλκίς", ως χώρος θεραπείας για ασθένειες του αναπνευστικού συστήματος. Μεταξύ των 44 Ιαματικών Πηγών Τοπικής Σημασίας περιλαμβάνονται τα Ατμόλουτρα Αμαράντου Ιωαννίνων μοναδικά του είδους στην Ελλάδα.

Τα άτομα που χρησιμοποιούν τις πηγές Τοπικής Σημασίας προέρχονται κατά το 48% περίπου από τους άλλους νομούς της χώρας, κατά το 49% περίπου από το νομό της πηγής και σχεδόν κατά το 3% από το εξωτερικό. Γενικά, παρατηρείται ότι η κίνηση των μικρών πηγών αυξάνεται κατά τις δύο

τελευταίες δεκαετίες. Αυτό μπορεί να αποδοθεί στη συστηματικότερη συλλογή των στοιχείων, κυρίως όμως στη βελτίωση της οργάνωσης των πηγών και των εγκαταστάσεων τους, με αποτέλεσμα να γίνουν περισσότερο γνωστές και προσιτές στον κόσμο. Επήλθε κατά αυτόν τον τρόπο αλλαγή των προτιμήσεων των κατοίκων να επισκέπτονται τις πηγές της περιοχής τους και έτσι έγινε στροφή των ατόμων προς τις μικρές πηγές Τοπικής Σημασίας.

Στη συνέχεια παρατίθενται οι ιαματικές πηγές τοπικής σημασίας με στοιχεία πάντα του ΕΟΤ:

#### **ΠΙΝΑΚΑΣ 4**

##### **ΙΑΜΑΤΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ ΤΟΠΙΚΗΣ ΣΗΜΑΣΙΑΣ**

Ιαματική πηγή Πρέβεζας
Ιαματική πηγή Αγ. Βαρβάρου
Ιαματική πηγή Αγ. Ιωάννου Λέσβος
Ιαματική πηγή Αγ. Φωκά Κως
Ιαματική πηγή Αγ. Νικολάου Χαλκιδικής
Ιαματική πηγή Αδάμαντος Μήλος
Ιαματική πηγή Αμμουδάρας Αμμουδάρα
Ιαματική πηγή Αμαράντου Αμάραντος
Ιαματική πηγή Αραχωβίτικων Αραχωβίτικα
Ιαματική πηγή Αγιασμάτων Χίος
Ιαματική πηγή Λουτρακίου Πέλλας
Ιαματική πηγή Ξυλοκέρας
Ιαματική πηγή Παλαιοβράχας
Ιαματική πηγή Γενησαίας
Ιαματική πηγή Γιάλτρων
Ιαματική πηγή Δράνιτσας Μακρυράχη
Ιαματική πηγή Εχινού, θερμά Ξάνθης
Ιαματική πηγή Ευθαλούς Λέσβου
Ιαματική πηγή Θέρμης Λέσβου
Ιαματική πηγή Θερμών Καλύμνου
Ιαματική πηγή Κόκκινο στεφάνι

Ιαματική πηγή Κόκκινο Νερό, Καρδίτσα Λαρίσης
Ιαματική πηγή Καβασίλων Πυξαρίας Ιωάννινα
Ιαματική πηγή Κόλπου Γέρας Μυτιλήνη
Ιαματική πηγή Λιτσεκίου Λιτσέκι Αιπ/νίας
Ιαματική πηγή Θέρμη Θεσ/νικης
Ιαματική πηγή Σιδηροκάστρου Σιδηρόκαστρο
Ιαματική πηγή Μανδρακίου Νίσυρος Δωδ/νησου
Ιαματική πηγή Μουρστιανού Μεσολόγγι
Ιαματική πηγή Ν. Απολλωνίας Ν.Απολλώνια Θεσ/νικη
Ιαματική πηγή Τραιανούπολης Τραιανούπολης-Έβρου
Ιαματική πηγή Χανοπούλου Χανόπουλο-Άρτας
Ιαματική πηγή Χελοβά Μπανιώτη Λυσιμαχεία Αιπ/ναι
Ιαματική πηγή Σουβάλας Βαθύ Αίγινας
Ιαματική πηγή Ψαροθέρμων Σαμοθράκη Έβρου
Ιαματική πηγή Σελιανίτικων Αίγιο Ν. Αχαΐας
Ιαματική πηγή Στάχτης Ποριάρη Δήμος Πυλλήνης
Ιαματική πηγή Πικρολίμνη Κιλκίς
Ιαματική πηγή Κρηνίδων Καβάλας

Πηγή : Ε.Ο.Τ., έτος 1997.

Στη διαδικασία της ανακήρυξης τους ως ιαματικές βρίσκονται οι ακόλουθες πηγές :

- Ιαματική πηγή Κιβωτού Γρεβενών
- Ιαματική πηγή Λουτροχωρίου Πετραίας Πέλλας
- Ιαματική πηγή Θερμία Παρανέστι Δράμας
- Ιαματική πηγή Αγραπιδιών και Λιμνοχωρίου Φλωρίνης

### **3.1.1) ΓΕΝΙΚΕΣ ΔΙΑΤΑΞΕΙΣ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΤΩΝ ΙΑΜΑΤΙΚΩΝ ΠΗΓΩΝ**

Υπάρχουν διάφοροι νόμοι και διατάξεις που ρυθμίζουν την λειτουργία των ιαματικών πηγών<sup>25</sup>. Κατά χρονολογική σειρά ισχύουν τα ακόλουθα :

- Με τον **N. 2188/1920** θεμελιώνεται η κατάρτιση του νομοθετικού πλαισίου που διέπει την οργάνωση και την λειτουργία των ιαματικών πηγών. Ο νόμος αυτός καθορίζει την απαιτούμενη διαδικασία για τον χαρακτηρισμό, την ανακήρυξη και την λειτουργία των Ιαματικών Πηγών.

Σύμφωνα με τον νόμο αυτό οι ιαματικές πηγές που τελούσαν σε εκμετάλλευση μέχρι τη δημοσίευσή του, ανήκουν στον ιδιοκτήτη του εδάφους στο οποίο αναβλύζουν. Αντίθετα, οι ιαματικές πηγές που δεν τελούσαν σε εκμετάλλευση μέχρι την 1/1/1920, καθώς και όσες αναβλύσουν μετά την ανωτέρω ημερομηνία περιέρχονται στην κυριότητα του Δημοσίου. Όπως αναφέρεται, η διαχείριση και η εκμετάλλευση των πηγών ανατίθεται στο Υπουργείο Εθνικής Οικονομίας.

- Το **B.Δ 21/28.8.1920** «Περί του τρόπου ενεργείας δημοπρασίας προς ενοικίασιν των ιαματικών πηγών του Κράτους και περί υποχρεώσεων των αναδεικνυόμενων ενοικιαστών» ορίζει διεξοδικά τη διαδικασία των δημοπρασιών και τις υποχρεώσεις που αναλαμβάνουν οι ενοικιαστές.
- Το **B.Δ 7/21.8.1920**, «Περί ανακηρύξεως μιας πηγής υδάτων μεταλλικών ή μη εις ιαματικήν πηγήν και αδείας εκμεταλλεύσεως αυτής», το οποίο εξεδόθη βάσει του άρθρου 7 του Ν. 2188/1920, καθορίζει την διαδικασία με τον οποία χορηγείται άδεια εκμετάλλευσης σε μια πηγή μετά την ανακήρυξή της ως

<sup>25</sup> Μελέτη θερμαλιστικού-ιαματικού τουρισμού, ο.π., σελ 134-139.

ιαματικής, με την έκδοση Β. Διατάγματος, και τα απαιτούμενα δικαιολογητικά για την ανακήρυξή της. Με το ίδιο διάταγμα καθορίζονται επίσης τα καθήκοντα των ιατρών και οι υποχρεώσεις των λουομένων και των επιχειρήσεων εκμετάλλευσης των πηγών.

- Το **Β.Δ 23.4/3.5.1923** «Περί αδείας ανοίγματος και εκμεταλλεύσεως καταστημάτων Ιαματικών Πηγών, υδροθεραπείας, φυσικής και παραπλήσιας θεραπείας», ορίζει τη διαδικασία για την παροχή άδειας εκμετάλλευσης καθώς επίσης και τους όρους και τον κανονισμό λειτουργίας των υδροθεραπευτηρίων. Όπως επισημαίνεται, τα σχέδια των ανεγειρόμενων καταστημάτων σε ιδιωτικές ή κοινοτικές πηγές πρέπει να υποβάλλονται προηγουμένως για έγκριση από το αρμόδιο Υπουργείο Τουρισμού. Το Β.Δ διακρίνει τις ακόλουθες κατηγορίες καταστημάτων:
  - ▶ Υδροθεραπευτικά δια μεταλλικού ύδατος καταστήματα, στα οποία χρησιμοποιούνται για θεραπευτικούς σκοπούς ιαματικά ύδατα, ιλύες φυσικώς ή τεχνητώς παρασκευαζόμενες και ατμοθεραπείες φυσικές ή τεχνητές
  - ▶ Υδροθεραπευτικά καταστήματα με κοινό ύδωρ
  - ▶ Καταστήματα φυσικής ή παραπλήσιας θεραπείας, στα οποία ενεργείται γενικό ή μερικό μασάζ, κινησιοθεραπεία, και λοιπές θεραπείες βασιζόμενες σε ειδικούς κανονισμούς.
- Ο **Ν. 4844/30** «Περί διατάξεων αφορωσών την εκμετάλλευση των Ιαματικών Πηγών» ορίζει ότι γύρω από κάθε δημόσια ή ιδιωτική Ιαματική Πηγή σχηματίζεται προστατευτική περιοχή σε ακτίνα χιλίων μέτρων. Στην περιοχή αυτή, η ακτίνα της οποίας μπορεί να επεκταθεί ή να μειωθεί με απόφαση του

Υπουργικού Συμβουλίου διαμορφώνονται περιορισμοί όσον αφορά την εκτέλεση έργων.

Επίσης, ο ιδιοκτήτης ή ο ενοικιαστής των πηγών έχει τη δυνατότητα να ζητήσει την παύση εκτελούμενων έργων ακόμα και εκτός της ζώνης των χιλίων μέτρων εάν υπάρχει σοβαρός κίνδυνος για την Ιαματική Πηγή.

- Με τον **A.N 1169/6/8.4.1938** «Περί συμπληρώσεως κειμένων διατάξεων αφορωσών αρμοδιότητας του Υφυπουργείου Τύπου και Τουρισμού», μεταξύ άλλων ορίζεται ότι το 50% των εσόδων που λαμβάνουν οι Δήμοι και οι Κοινότητες από την φορολογία λουομένων, επιχειρήσεων εκμετάλλευσης λουτροπόλεων, ξενοδοχειακών ή άλλων επιχειρήσεων, καταγράφονται σε ειδικό κεφάλαιο του προϋπολογισμού τους και διατίθενται για την εκτέλεση έργων ή για την εξυπηρέτηση άλλων αναγκών γύρω από την περιοχή της ιαματικής πηγής.
- Ο **A.N. 828/48** «Περί διαλύσεως, τροποποιήσεως ή αναμορφώσεως συμβάσεων εκμεταλλεύσεως δημοσίων ιαματικών πηγών» αναφέρεται στην τροποποίηση, διάλυση ή αναμόρφωση συμβάσεων εκμετάλλευσης δημοσίων ιαματικών πηγών.
- Ο **A.N. 1813/51** συμπληρώνει τον A.N. 828/48 και ορίζει τον Ελληνικό Οργανισμό Τουρισμού ως φορέα εποπτείας και ελέγχου των ιαματικών πηγών της χώρας.
- Ο **N. 2804/7/14.4.1954** ορίζει ότι εντός ενός έτους από την δημοσίευσή του, και μετά από σύμφωνη γνώμη της Ειδικής Επιτροπής μπορούν να διαλυθούν, να τροποποιηθούν, συνολικά ή εν μέρει οι συμβάσεις που έληξαν μέχρι την



ημερομηνία δημοσίευσής του, ενώ ρυθμίζει επίσης θέματα που αφορούν την σύνθεση και την λειτουργία της Ειδικής Επιτροπής.

- Σύμφωνα με τον **N. 4086/1960** «Περί τροποποιήσεων και συμπληρώσεως διατάξεων τινών περί Ιαματικών Πηγών» οι ιαματικές πηγές κατατάσσονται σε:
  - Πηγές Τουριστικής σημασίας, οι οποίες υπάγονται στην άμεση αρμοδιότητα του Ε.Ο.Τ
  - Πηγές Τοπικής σημασίας, η εκμετάλλευση των οποίων παραχωρείται υποχρεωτικά στους Δήμους και τις Κοινότητες ή τα Νομαρχιακά Ταμεία στα διοικητικά όρια των οποίων αναβλύζουν, με τη σύμφωνη γνώμη του οικείου Νομάρχη. Η λειτουργία των ιαματικών πηγών τοπικής σημασίας τελεί υπό την αρμοδιότητα του Υπουργού Εσωτερικών και ασκείται από τους κατά τόπους Νομάρχες.

Τα κριτήρια που χρησιμοποιούνται για την κατάταξη είναι η κίνηση των λουομένων, η χημική σύνθεση των νερών και η τουριστική σημασία των περιοχών στις οποίες βρίσκονται.

- Με την **1177/28.5/11.7.1960 Απόφαση Υπουργού Προεδρίας Κυβερνήσεως** εγκρίνεται ο Κανονισμός του Ε.Ο.Τ «Περί εποπτείας και λειτουργίας των υδροθεραπευτηρίων Ιαματικών Πηγών και των εν αυταίς εγκαταστάσεων». Η ισχύς του Κανονισμού παρατείνεται με μεταγενέστερες Κοινές Υπουργικές Αποφάσεις (17789/9.5/11.6.1962, 53867/6/28.9.1963, 56037/17.1964/14.1.1965).
- Παράλληλα, εκδίδεται σειρά Προεδρικών Διαταγμάτων, τα οποία αναφέρονται στην κατά καιρούς ανακήρυξη πηγών σε Ιαματικές Πηγές και στον χαρακτηρισμό τους ως Τοπικής ή Τουριστικής σημασίας, ενώ με

μεταγενέστερες Υπουργικές Αποφάσεις προσδιορίζονται διάφορα επί μέρους θέματα, όπως π.χ. η είσπραξη και απόδοση τελών αδείας υδροθεραπείας και ποσοστών εισιτηρίων λούσεως.

- Με Απόφαση του **ΥΠΕΧΩΔΕ** (ΦΕΚ 35B/26.1.99) καθορίστηκαν πρόσφατα οι όροι σύνταξης υδρολογικής μελέτης σύμφωνα με την οποία ορίζεται η προστατευόμενη περιοχή γύρω από κάθε ιαματική πηγή.
- Με τον **N. 2636/98**, όπως τροποποιήθηκε με τον **N. 2837/00**, τον επιχειρηματικό ρόλο του ΕΟΤ ανέλαβε η Α.Ε ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΑΚΙΝΗΤΑ, με στόχο την πλήρη αξιοποίηση των ιαματικών πηγών, στα πλαίσια της γενικότερης αξιοποίησης των περιουσιακών στοιχείων του Οργανισμού.

## **3.2) ΘΑΛΑΣΣΟΘΕΡΑΠΕΙΑ**

### **ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ**

Η θαλασσοθεραπεία όπως είναι γνωστό στηρίζεται στη χρήση του θαλασσινού νερού. Οι θεραπευτικές ιδιότητες του νερού δεν διαγνώστηκαν τα τελευταία χρόνια, άρχισαν να διαφαίνονται από πολύ παλιά. Πρώτος ο Ιπποκράτης, ο μεγάλος Έλληνας γιατρός της αρχαιότητας, παρατήρησε ότι τα χέρια των ψαράδων δεν μολύνονται ποτέ εξαιτίας της συνεχούς επαφής τους με το θαλασσινό νερό. Βασιζόμενος σε αυτήν την παρατήρηση, άρχισε να εφαρμόζει τις πρώτες μορφές θαλασσοθεραπείας στους ασθενείς του, συστήνοντάς τους ζεστές κομπρέσες με θαλασσινό νερό για τη θεραπεία τραυμάτων και πληγών και για την καταπράυνση των πόνων.

Στις αρχές του 17ου αιώνα εκδόθηκαν τα πρώτα συγγράμματα και διατυπώθηκαν οι πρώτες θεραπείες από τους Floyer (1697) και Russel (1740). Η δημιουργία των πρώτων κέντρων θαλασσοθεραπείας παρατηρείται το 18<sup>ο</sup> αιώνα στην Αγγλία, Ρωσία και τη Γαλλία. Η χρήση ωστόσο του θαλασσινού νερού ξεκινά από πολύ παλιά. Από την αρχαιότητα ως το Μεσαίωνα η χρήση του θαλασσινού νερού ως μέσο ίασης για διάφορες παθήσεις πήρε μεγάλη έκταση.

Το 1897, ο Γάλλος βιολόγος Rene Quinton διαπιστώνει ότι η σύνθεση του θαλασσινού νερού και αυτή του πλάσματος του αίματος μέσα στο οποίο βρίσκονται τα κύτταρα του ανθρώπινου οργανισμού είναι σχεδόν η ίδια. Η ομοιότητα αυτή εξηγεί την ευεργετικότητα των στοιχείων του θαλασσινού νερού στον ανθρώπινο οργανισμό. Όταν λοιπόν ο ανθρώπινος οργανισμός έρχεται σε κατάλληλη επαφή με το θαλασσινό νερό αναζωογονείται, ξαναφορτίζεται με τα απαραίτητα θετικά στοιχεία.

Τέλος, το 1962 ο Γάλλος Louison Bobet ιδρύει ένα κέντρο το οποίο συνδυάζει την ιατρική χρησιμότητα της θαλασσοθεραπείας με τις διακοπές και την ευεξία σε ένα άνετο και υψηλού επιπέδου κατάλυμα, ένα κέντρο τουρισμού υγείας. Ο όρος «Θαλασσοθεραπεία» διατυπώθηκε πολύ αργότερα, μόλις το 1967, από τον γιατρό Bonnardiere<sup>26</sup>.

### **ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΘΑΛΑΣΣΟΘΕΡΑΠΕΙΑ**

Παρά το γεγονός ότι οι ευεργετικές ιδιότητες του θαλασσινού νερού ήταν γνωστές από πολύ παλιά, μόνο τον τελευταίο αιώνα παρατηρείται έντονο ενδιαφέρον για την εναλλακτική αυτή μέθοδο θεραπείας, καθώς επιστημονικές μελέτες έρχονται να επιβεβαιώσουν τις περιστασιακές εμπειρίες και μαρτυρίες τους.

Αξιόλογα κέντρα θαλασσοθεραπείας λειτουργούν σήμερα σε πολλές περιοχές της Ελλάδας με αυξημένη τουριστική κίνηση, όπως το Royal Mare Thalasso και το κέντρο θαλασσοθεραπείας Candia Maris στην Κρήτη, στην Κέρκυρα αλλά και κοντά στην Αττική και συγκεκριμένα στην Βραυρώνα. Κέντρα θαλασσοθεραπείας συναντά κανείς σχεδόν παντού σήμερα, κυρίως όμως στη Μεσόγειο (Τουρκία, Ισπανία, Τυνησία, Κύπρος, Μαρόκο, Ιταλία, Ισραήλ) αλλά και στη Γερμανία, τις ΗΠΑ, τον Καναδά και την Ιαπωνία.

Για την Ελλάδα που έχει θαυμάσιες κλιματολογικές συνθήκες και εξαιρετική ποιότητα θαλασσινού νερού—υψηλό ποσοστό σε ηλεκτροαρνητικά ιονικά στοιχεία - αυτή η μορφή τουρισμού προστίθεται θριαμβευτικά στην τουριστική προσφορά της. Ο στόχος είναι διπλός: αφενός διακοπές σε συνδυασμό με την υγεία και αφετέρου προσέλκυση επισκεπτών όλο το χρόνο. Αυτό είναι και κάτι που η Ελλάδα το έχει μεγάλη ανάγκη, εφόσον όλοι οι τουριστικοί παράγοντες

---

<sup>26</sup> Κοντογιάννη Σ, "Η θαλασσοθεραπεία πηγή ζωής από την αρχαιότητα έως σήμερα", Business & Τουρισμός, Απρίλιος 1999, σελ 65-66.

στοχεύουν στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου. Κάτι τέτοιο επιτυγχάνεται με τη βελτίωση του τουριστικού προϊόντος, και τι καλύτερο και πιο ελκυστικό από τα κέντρα θαλασσοθεραπείας, σε μια χώρα όπου η θάλασσα αποτελεί κυρίαρχο στοιχείο.

Τα σύγχρονα κέντρα θαλασσοθεραπείας υπόσχονται να μεταμορφώσουν στην κυριολεξία το σώμα, το πνεύμα και τη διάθεση. Οι μέθοδοι και η χρήση του θαλασσινού νερού εξελίσσονται μέσα σε αυστηρά επιστημονικά πλαίσια, δεδομένου του γεγονότος ότι οι βιοτικές συνθήκες του σύγχρονου ανθρώπου διαφέρουν κατά πολύ από εκείνες των πρωτοπόρων της θαλασσοθεραπείας. Τα νέα, οργανικά κυρίως, προβλήματα που έχουν προστεθεί στα ιατρικά αρχεία, απαιτούν εντατικότερη αντιμετώπιση, κάτι που έχει επιτευχθεί στο μέγιστο από τα σύγχρονα κέντρα θαλασσοθεραπείας.

Ποιες όμως είναι οι θεραπευτικές ενδείξεις της σύγχρονης θαλασσοθεραπείας:

Ο κατάλογος είναι μακρύς και άκρως ενδιαφέρων, αφού εμπεριέχονται σε αυτόν οι λύσεις για πολλά από τα προβλήματα του σύγχρονου ανθρώπου:

- Ανάκτηση και διατήρηση της φόρμας
- Ανάπτυξη και διατήρηση των φυσικών και πνευματικών ικανοτήτων, όπως χαλάρωση, καταπολέμηση του άγχους, της υπερκόπωσης και της αύπνιας
- Απώλεια βάρους και σύσφιξη του δέρματος
- Εξοικείωση με την υγιεινή διατροφή
- Ευεξία
- Καταπολέμηση της κυτταρίτιδας και της φλεβίτιδας
- Πρόληψη καρδιαγγειακών παθήσεων
- Πρόληψη και θεραπεία αθλητικών παθήσεων

- Πρόληψη και θεραπεία οστεοαρθρικών ενοχλήσεων
- Πρόληψη και θεραπεία κυκλοφοριακών και αναπνευστικών παθήσεων με ταυτόχρονη ενίσχυση της αντίστασης του αμυντικού συστήματος στην ατμοσφαιρική ρύπανση.
- Τόνωση των μυών<sup>27</sup>

Εκτός όμως από τα παραπάνω η θετική βιολογική δράση του κλίματος και του θαλάσσιου υδροπεριβάλλοντος αποδεικνύεται και από επιστημονική μελέτη της Federation Sante et Mer στη Γαλλία. Συγκεκριμένα :

- Αυξάνεται η αναπνευστική ικανότητα
- Αυξάνεται η διούρηση
- Αύξηση ερυθρών αιμοσφαιρίων κατά 10% περίπου
- Βασικός μεταβολισμός : αύξηση της τάξης του 11% έως 15%
- Ενισχύεται η συσταλτικότητα του καρδιακού μυός και βελτιώνεται η περιφερειακή κυκλοφορία
- Εξισορρόπηση φωσφόρου–ασβεστίου στον οργανισμό: αύξηση της κατακράτησης φωσφόρου και ασβεστίου
- Μυϊκό σύστημα : μείωση της χροναξίας<sup>28</sup>

Πως επιτυγχάνονται όμως αυτά τα μικρά θαύματα; Κάθε μια από τις βασικές φροντίδες στα κέντρα θαλασσοθεραπείας είναι εξειδικευμένη και προορισμένη για μια ή περισσότερες ιάσιμες παθήσεις.

---

<sup>27</sup> [www.thalasso-thermes.com](http://www.thalasso-thermes.com)

<sup>28</sup> Cockerell N., "Spas and Health Resorts in Europe", Travel & Tourist Analyst, No 1, 1996, pp 53-77

### Υδρομασάζ

Ο επισκέπτης ξαπλώνει σε μια ειδική μπανιέρα με θαλασσινό νερό θερμοκρασίας 31-36C. Το μασάζ και η πίεση του νερού προγραμματίζονται σύμφωνα με τις οδηγίες του γιατρού.

### Υποθαλάσσιο ντους

Με τη βοήθεια ενός ειδικού εκτοξευτή νερού και ανάλογα με την ανατομία του σώματος, ο υδροθεραπευτής κάνει μασάζ επιμένοντας στις προβληματικές περιοχές που έχει προηγουμένως υποδείξει ο γιατρός.

### Ντους με σταγόνες ψιλής βροχής

Το “ράντισμα” του σώματος με ζεστές, ψιλές σταγόνες θαλασσινού νερού χαλαρώνει σημαντικά τους μύες και συνδυάζεται με ένα ταυτόχρονο αναζωογονητικό μασάζ από εξειδικευμένο φυσιοθεραπευτή.

### Ντους με εκτόξευση νερού

Η ένταση του νερού ρυθμίζεται έτσι ώστε να επιφέρει ευεργετικά ή καταπραΰντικά αποτελέσματα στο σώμα.

### Μπάνιο με υδρομασάζ από φουσαλίδες

Η βασική αρχή της θαλασσοθεραπείας είναι ο πλούτος σε ιονικά στοιχεία που υπάρχουν στο θαλάσσιο περιβάλλον και στο νερό. Η θεραπεία γίνεται σε ειδική μπανιέρα με ζεστό θαλασσινό νερό, λάσπη και φύκια.

### Pediluves

Βελτιώνει τη φλεβική κυκλοφορία στα πόδια

### Πιεσοθεραπεία

Εξάλειψη της κυτταρίτιδας, των κυκλοφοριακών προβλημάτων και των πρησμένων ποδιών

### Φύκια και θαλάσσια λάσπη

Επαναφέρει την ισορροπία στις λειτουργίες του δέρματος, καθώς και τα μεταλλικά και θρεπτικά στοιχεία στους δερματικούς ιστούς. Ενυδατώνει τους συνδετικούς ιστούς, προλαμβάνει τη χαλάρωση των μυϊκών ιστών και, το σημαντικότερο, επιβραδύνει τη γήρανση των επιδερμικών κυττάρων.

### Εισπνοές θαλάσσιου ατμού

Προλαμβάνει και θεραπεύει αναπνευστικά προβλήματα, ενώ ενισχύει την αντίσταση του αμυντικού συστήματος στην ατμοσφαιρική ρύπανση.

### Κίνηση σε πισίνα με θαλασσινό νερό

Ο επισκέπτης μπαίνει σε πισίνα μεγάλων διαστάσεων η οποία περιέχει ειδικές εξόδους υδρομασάζ και περιοχές υδρογυμναστικής. Επιβλέπεται συνεχώς από φυσιοθεραπευτές που υποδεικνύουν τη σωστή αγωγή. Ωστόσο δεν σταματούν εκεί. Η ομορφιά και η αισθητική αποτελούν επίσης σημαντικές προτεραιότητες. Τα προϊόντα που χρησιμοποιούνται έχουν συνήθως βάση τα φύκια. Ακολουθούν το απολαυστικό στεγνό μασάζ, η αποτοξινωτική σάουνα, το ατμόλουτρο αλλά και διάφορες γυμναστικές και αθλητικές δραστηριότητες σε ανοικτό και κλειστό χώρο. Ένα σύγχρονο κέντρο θαλασσοθεραπείας ωστόσο για να είναι ασφαλές πρέπει να πληροί όλες τις προϋποθέσεις εκείνες που το καθιστούν απόλυτα ασφαλές και αποτελεσματικό για τους επισκέπτες του. Συγκεκριμένα :

- Να βρίσκεται πολύ κοντά στη θάλασσα
- Η ποιότητα του θαλασσινού νερού που χρησιμοποιείται πρέπει να είναι άριστη, ώστε να μην απαιτούνται προσθήκες για την θαλασσοθεραπεία.
- Να βρίσκεται υπό τον έλεγχο και την ευθύνη ειδικού γιατρού και να διαθέτει εξειδικευμένο προσωπικό (φυσιοθεραπευτές, υδροθεραπευτές, κ.α.).



- Να βρίσκεται σε προνομιούχο θέση, να διαθέτει σύγχρονες εγκαταστάσεις και εξοπλισμό, να παρέχει εξατομικευμένες υπηρεσίες και να διαθέτει σύγχρονες και υψηλού επιπέδου ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις υποστήριξης και περιφερειακούς χώρους ποικίλων δραστηριοτήτων.

Το θαλασσινό νερό περιέχει περισσότερα από 60 μεταλλικά άλατα και ένα πολύ μεγάλο αριθμό ιχνοστοιχείων. Παράλληλα με τα ανόργανα άλατα το θαλασσινό νερό περιέχει και βιογενούς προέλευσης μεταβολίτες που απελευθερώνονται από τους θαλάσσιους οργανισμούς κατά την διάρκεια της ζωής τους ή μετά τον θάνατο τους.

Οι αντισηπτικές, αντιικές και αντιβιοτικές δράσεις του θαλασσινού νερού είναι αποδεδειγμένες και μάλιστα έχουν αποδοθεί και σε συγκεκριμένα συστατικά του. Οι δράσεις αυτές παρουσιάζουν μάλιστα εποχιακή διακύμανση εμφανίζοντας το μέγιστο τους κατά τους καλοκαιρινούς μήνες. Οι ιδιότητες του θαλασσινού νερού είναι πολύ ευαίσθητες στις υψηλές θερμοκρασίες και καταστρέφονται όταν θερμανθεί στους 45ο C για 1 ώρα, ενώ σε θερμοκρασία δωματίου μπορούν να διατηρηθούν επί 3 μήνες.

Στις σύγχρονες θαλασσοθεραπείες χρησιμοποιούνται εκτός του θαλασσινού νερού και σκευάσματα που περιέχουν φύκια ή εκχυλίσματα φυκιών. Ορισμένα ήδη φυκιών περιέχουν ανόργανα άλατα και ιχνοστοιχεία σε συγκεντρώσεις που συχνά είναι και ακόμη 50.000 φορές ανώτερες των αντίστοιχων στο θαλασσινό νερό. Η διαδερμική δράση του νερού και των φυκιών εμφανίζεται λόγω της υποδόριας εισχώρησης των ιόντων. Φαιοφύκη και Ροδοφύκη του γένους *Fucus*, *Ascophyllum*, *Laminaria* και *Lithothamnium* είναι εξαιρετικά πλούσια σε μεταλλικά άλατα, ιχνοστοιχεία, πολυσακχαρίτες και προβιταμίνες, συστατικά που

ενυδατώνουν τα επιδερμικά κύτταρα με ταυτόχρονη διάλυση των επιφανειακών λιποκυττάρων. Οι αντιφλεγμονώδεις και καταπραϋντικές δράσεις των θαλάσσιων οργανισμών είναι γνωστές και μάλιστα συχνά χρησιμοποιούνται και σαν τα δραστικά συστατικά καλλυντικών σκευασμάτων. Ιατρικές μελέτες έδειξαν εντυπωσιακά αποτελέσματα ακόμη και με τις πλέον επίπονες περιπτώσεις. Στους ασθενείς με την νόσο ψωρίαση επικρατούν συνήθως τα αντιγόνα HLA B13 και B17. Η θαλασσοθεραπεία έδειξε πολύ υψηλά επίπεδα θεραπείας σε αυτές τις περιπτώσεις . Η ευεργετικές ιδιότητες του θαλασσινού νερού και των φυκιών είναι επιστημονικά αποδεδειγμένες αλλά ή εκμετάλλευσή τους ακόμη και με ήπιες αγωγές θα πρέπει να γίνεται υπό ελεγχόμενες συνθήκες, σε κατάλληλα κέντρα και κάτω από ιατρική παρακολούθηση<sup>29</sup>.

### **ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΓΙΑ ΤΗ ΘΑΛΑΣΣΟΘΕΡΑΠΕΙΑ**

Συμπερασματικά, είναι πλέον ηλίου φαεινότερο, μετά από τα σύγχρονα επιτεύγματα της Θαλάσσιας Φαρμακογνωσίας και Φαρμακολογίας ότι η θάλασσα και οι θαλάσσιοι οργανισμοί εκτός από την ατέλειωτη ομορφιά και αρμονία των σχημάτων και χρωμάτων διατηρούν την μαγεία και το δυναμικό ενός ανεξερεύνητου θησαυρού.

Η θαλασσοθεραπεία, όπως εξηγεί η ίδια η λέξη, βασίζεται στο θαλασσινό νερό, γνωστό εξάλλου σε όλους για τις ευεργετικές του ιδιότητες καθώς και για την συμβολή του στο χώρο της ομορφιάς από αρχαιοτάτων χρόνων. Εξάλλου η Αφροδίτη, η ομορφότερη Ολύμπια θεά, σύμφωνα με το μύθο, έρχεται

---

<sup>29</sup> Αγγελής Μ., "Πηγή ζωής η θαλασσοθεραπεία", Business & Τουρισμός, Μάρτιος 1998, σελ 20-22.

στον κόσμο αναδυόμενη από τους αφρούς της θάλασσας στο εσωτερικό ενός κοχυλιού.

Σήμερα, η θάλασσα είναι η μεγαλειώδης άποψη και καινοτόμος ιδέα που έρχεται ολοκληρωμένη και συμμετέχει ουσιαστικά με μια σειρά αμέτρητων ευεργετημάτων, όπως είναι η ομορφιά, η γενική βελτίωση της φυσικής κατάστασης των ατόμων, η πρόληψη, η καταστολή, η αναζωογόνηση, το αδυνάτισμα, η καταπολέμηση της κυτταρίτιδας, η σύσφιξη και η ανακούφιση από επίπονες καταστάσεις. Και αναρίθμητες άλλες εφαρμογές δίδουν το προβάδισμα στο να είναι η θάλασσα και ο θαλάσσιος πλούτος, τα βασικά στοιχεία που προδιαγράφουν τη μοναδικότητα της μεθόδου σε όλους τους τομείς της ομορφιάς.

Τα σύγχρονα κέντρα θαλασσοθεραπείας, αποτελούν πλέον μικρές πολιτείες υγείας, ομορφιάς, χαλάρωσης, αναψυχής, διακοπών...οποιαδήποτε εποχή του χρόνου και για οποιαδήποτε ηλικία, αφού καμία από τις θεραπείες δεν παρουσιάζει παρενέργειες. Η θαλασσοθεραπεία άλλωστε μπορεί να χαρακτηριστεί ως η πλέον ασφαλής δραστηριότητα, εφόσον μιμείται τέλεια τη φύση και χρησιμοποιεί απόφια τα αγαθά της. Σημαντικό είναι το γεγονός ότι τα ευεργετικά αποτελέσματα της θαλασσοθεραπείας διαρκούν για μεγάλο χρονικό διάστημα και όχι μόνο κατά τη διάρκειά της. Η καλύτερη λύση για τους ανθρώπους των πόλεων όπου αντιμετωπίζουν και τα σοβαρότερα ψυχοσωματικά προβλήματα, είναι η επίσκεψη ενός εξειδικευμένου κέντρου θαλασσοθεραπείας. Θαλασσοθεραπεία λοιπόν είναι η αγωγή που χρησιμοποιεί

σαν θεραπευτικό μέσο το θαλασσινό νερό αλλά και παρασκευάσματα που περιέχουν θαλάσσιους οργανισμούς, κυρίως φύκη<sup>30</sup>.

---

<sup>30</sup> [www.thalasso-thermes.com](http://www.thalasso-thermes.com)

## **Spas**

Θα πρέπει να σημειώσουμε στο σημείο αυτό ότι οι ταξιδιωτικοί πράκτορες και γενικότερα η τουριστική βιομηχανία, ιδιαίτερα στις Η.Π.Α συχνά χρησιμοποιούν τον όρο “**Spa**” για να περιγράψουν ένα ευρύτερο και λιγότερο σαφές προϊόν<sup>31</sup>. Χαρακτηριστικοί είναι οι διάφοροι τύποι “Spas” στους οποίους σύμφωνα με την **ISPA** (Διεθνή Ένωση Spa) συμπεριλαμβάνονται:

- **Club Spa**, που αποτελούν την σύγχρονη εξέλιξη των κέντρων άθλησης, με πρωταρχικό σκοπό τη βελτίωση της φυσικής κατάστασης σε ημερήσια βάση.
- **Cruise Ship Spa**, που συνίστανται στην πραγματοποίηση κρουαζιέρας με πολυτελή κρουαζιερόπλοια που προσφέρουν περιποίηση προσώπου- σώματος και υγιεινή διατροφή.
- **Day Spa**, που αποτελούν τη σύγχρονη εξέλιξη των ινστιτούτων αισθητικής.
- **Destination Spa** που παρέχουν υψηλής ποιότητας διαμονή και εξατομικευμένα προγράμματα για την βελτίωση του υγείας και τη διαμόρφωση υγιεινού τρόπου ζωής. Ανάλογα με το αντικείμενο στο οποίο επικεντρώνονται διακρίνονται σε:
  - **New Age and Holistic Emphasis**, με έμφαση στις εναλλακτικές θεραπευτικές μεθόδους, την χορτοφαγία, και την μακροβιοτική διατροφή.
  - **Weight Loss Emphasis**, με έμφαση στην απώλεια βάρους.
  - **Sports and Adventure Emphasis**, με έμφαση στις υπαίθριες αθλητικές δραστηριότητες.

---

<sup>31</sup> Μελέτη θερμαλιστικού – Ιαματικού τουρισμού, ο.π., σελ 21-22.

- **Medical Spa** που παρέχουν ιατρική περιποίηση και διαθέτουν εξειδικευμένο προσωπικό και ιατρικό εξοπλισμό για την αποκατάσταση ή τη θεραπεία διαφόρων παθήσεων.
- **Mineral Springs Spa**, οι οποίες συνίστανται σε εγκαταστάσεις που διαθέτουν θερμομεταλλικά νερά ή θαλάσσιο νερό το οποίο χρησιμοποιείται ως βάση για διάφορες θεραπείες (υδροθεραπεία, λουτροθεραπεία, πηλοθεραπεία).
- **Resort/Hotel Spa**, τα οποία προσφέρουν πλήθος υπηρεσιών για την αισθητική περιποίηση και τη διατήρηση καλής φυσικής κατάστασης. Οι υπηρεσίες αυτές αποτελούν συμπληρωματικό τμήμα του τουριστικού πακέτου.

Σημειώνεται ότι η πρώτη και η τρίτη από τις ανωτέρω κατηγορίες, οι οποίες κατά κανόνα συναντώνται στα αστικά κέντρα, συνιστούν απλώς τρόπο χρήσης του ελεύθερου χρόνου χωρίς να συνδυάζονται με μετακίνηση και διαμονή, δηλαδή τα βασικά στοιχεία τα οποία συνιστούν την τουριστική δραστηριότητα.

Στον Πίνακα που ακολουθεί αναφέρεται ενδεικτικά η ποικιλία των στόχων, των δυνατοτήτων και των υπηρεσιών των “spas” σε διεθνές επίπεδο.

**ΠΙΝΑΚΑΣ 5 : ΣΤΟΧΟΙ, ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ, ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ SPA**

<b>Στόχοι:</b>	<b>Δυνατότητες:</b>	<b>Παρεχόμενες υπηρεσίες:</b>
Φροντίδα	Βελτίωση σωματικής διάπλασης	Ηρεμία
Ανανέωση	Ξεκούραση	Εξαγνισμός
Υποστήριξη	Βελτίωση διατροφής	Θεραπεία
Χαλάρωση	Αποτοξίνωση	Ευεξία
Ισορροπία	Επικοινωνία με τη φύση	Γνώση και εμπειρία για τη διαμόρφωση
Γαλήνη	Επιμόρφωση	υγιεινού τρόπου ζωής
Εκπαίδευση	Επανάκτηση ψυχικής ισορροπίας	Αισθητική περιποίηση
Ηρεμία	Απώλεια βάρους	Θεραπευτικές εφαρμογές
	Διασκέδαση	Χρόνος για περισυλλογή / διαλογισμό
	Έλεγχος στρες	Σπορ / Περιπέτεια
	Κοινωνικοποίηση	

Πηγή: www. spas. It, έτος 2004.

**ΠΙΝΑΚΑΣ 6 : ΤΑ ΚΑΛΥΤΕΡΑ SPA ΤΟΥ ΚΟΣΜΟΥ:**

Aura Spa Retreat (Αυστραλία)
Four Seasons Cairo (Κάιρο)
Amandari Resort (Ινδονησία)
Aqua Spa Delano Hotel (Μαϊάμι, ΗΠΑ)
Massage by design / Mercury Hotel (Μαϊάμι, ΗΠΑ)
Bacara Resort & Spa (Σάντα Μπάρμπαρα, Καλιφόρνια)
Vista Clara Ranch Resort & Spa (Νέο Μεξικό)
Wyndham El Conquistador Resort & Country Club (Πόρτο Ρίκο)
Les Deux Tours (Μαρόκο)
Chiva – Som Health Resort (Ταϊλάνδη)

Πηγή: <http://www.worldhealthspa.com>, έτος 2004.

**ΠΙΝΑΚΑΣ 7 : ΜΕΡΙΚΑ ΑΠΟ ΤΑ ΚΑΛΥΤΕΡΑ SPAS ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ**

Aldemar Royal Mare Thalasso (Χερσόνησος Κρήτης)
Grecotel (Μύκονος)
Perle Roi Health Spa Marine (Χανιά, Κρήτης)
Thalasso Maris Candia Maris (Ηράκλειο Κρήτης)
Θέρμαι Σύλλα (Αιδηψός, Εύβοια)

Πηγή: [www.spas.about.com](http://www.spas.about.com), έτος 2004.

Στη συνέχεια αναφέρονται οι περιπτώσεις επιτυχημένης δραστηριοποίησης της ιδιωτικής επενδυτικής πρωτοβουλίας, η οποία επικεντρώνεται στον τομέα της θαλασσοθεραπείας, με στόχο την προσέλκυση πελατών υψηλής εισοδηματικής στάθμης τόσο από την αλλοδαπή όσο και από την ημεδαπή αγορά<sup>32</sup>.

- Το ξενοδοχείο “**MARE NOSTRUM-HOTEL CLUB THALASSO**”, Α΄ κατηγορίας, δυναμικότητας 352 δωματίων στην Βραυρώνα υπήρξε το πρώτο κέντρο θαλασσοθεραπείας στη χώρα μας. Εκτός των άλλων κοινόχρηστων χώρων διαθέτει αίθουσες συνεδρίων χωρητικότητας 200 και 450 ατόμων. Επίσης διαθέτει πισίνες, αίθουσα γυμναστικής και υπαίθριους αθλητικούς χώρους (γήπεδα τένις, μίνι βόλεϊ, μπάσκετ, τζοβολίας, και πινγκ-πονγκ).
- Στο ξενοδοχείο λειτουργεί κέντρο θαλασσοθεραπείας από το 1996, το οποίο μπορεί να εξυπηρετήσει 120 άτομα, και διαθέτει 1 θερμαινόμενη πισίνα, 15 τμήματα υδροθεραπείας, 6 καμπίνες μασάζ, 1 πισίνα γυμναστικής, τζακούζι, σάουνα, χαμάμ, αίθουσα οξυγονοθεραπείας, αίθουσα υπέρυθρων ακτινών, ιατρείο και διαιτητικό εστιατόριο. Εκτός των μακροχρόνιων προγραμμάτων μιας ή δύο εβδομάδων προσφέρονται επίσης μονοήμερα ή διήμερα προγράμματα θεραπείας.

<sup>32</sup> Μελέτη Θερμαλιστικού-Ιαματικού τουρισμού, ο.π. , σελ 163-165.



- Το ξενοδοχείο «**ROYALMARE–THALASSO**» ΑΑ΄ κατηγορίας, δυναμικότητας 415 δωματίων, βρίσκεται στην περιοχή της Χερσονήσου στην Κρήτη σε ιδιόκτητη παραλία. Στο ξενοδοχείο λειτουργεί από το 1997 κέντρο θαλασσοθεραπείας σύγχρονων προδιαγραφών το οποίο διαθέτει 1 θερμαινόμενη εσωτερική πισίνα, 4 εξωτερικές πισίνες και 2 παιδικές, τέσσερα γήπεδα τένις, υπαίθριο και κλειστό γυμναστήριο, καθώς επίσης και ειδικές καμπίνες για ατομικές θεραπείες και περιποιήσεις. Παράλληλα υπάρχει δυνατότητα πραγματοποίησης θαλάσσιων σπορ και καταδύσεων.
- Το ξενοδοχείο «**CANDIA MARIS- THALASSO**», ΑΑ΄ κατηγορίας βρίσκεται σε απόσταση 2,5 χλμ. από το Ηράκλειο της Κρήτης και έχει δυναμικότητα 263 δωματίων. Οι εγκαταστάσεις θαλασσοθεραπείας άρχισαν να λειτουργούν το 1999 και περιλαμβάνουν 3 θερμαινόμενες εσωτερικές πισίνες, σάουνα, τζακούζι, γυμναστήριο, υπαίθριους χώρους άθλησης, και ειδικά διαμορφωμένους χώρους για παιδιά.
- Το ιστορικό ξενοδοχείο «**ΘΕΡΜΑΙ ΣΥΛΛΑ**», Α΄ κατηγορίας στην Αιδηψό, δυναμικότητας 230 κλινών ανακαινίσθηκε στα πλαίσια ενισχύσεων των αναπτυξιακών προγραμμάτων. Λόγω της θέσης του, διαθέτει συγκριτικό πλεονέκτημα δεδομένου ότι μπορεί να συνδυάσει την προσφορά προγραμμάτων λουτροθεραπείας και θαλασσοθεραπείας. Παράλληλα, διαθέτει αίθουσα συνεδρίων και χώρους άθλησης, όπως γήπεδα τένις, μπάσκετ και βόλεϊ.

Η ιαματική πηγή αναβλύζει στον χώρο του ξενοδοχείου, το οποίο διαθέτει υδροθεραπευτήριο, 2 πισίνες ιαματικών νερών, σάουνα, ατμόλουτρα,

γυμναστήριο, τμήματα υδρομασάζ, λασποθεραπείας και εισπνοθεραπείας.

Οι εγκαταστάσεις θαλασσοθεραπείας άρχισαν να λειτουργούν το 1999.

### **3.3 )ΘΕΡΑΠΕΥΤΙΚΗ ΕΝΕΡΓΕΙΑ ΙΑΜΑΤΙΚΩΝ ΝΕΡΩΝ**

Η ενέργεια των ιαματικών νερών κατά τους ειδικούς για την θεραπεία διαφόρων παθήσεων είναι φαρμακοδυναμική, θερμική, βιολογική και ραδιενεργή.

Η φαρμακοδυναμική ενέργεια οφείλεται στα διαλυμένα συστατικά των μεταλλικών νερών. Τα συστατικά αυτά είναι ιόντα και στο φορτίο τους οφείλεται κυρίως η ευεργετική επίδραση των διαλυμένων ουσιών. Η ποσότητα των διαλυμένων ουσιών, επομένως και των ιόντων εξαρτάται από την θερμοκρασία (υψηλή θερμοκρασία αυξάνει την διαλυτότητα), από την σύσταση των πετρωμάτων μέσα από τα οποία κυκλοφορεί το νερό, από την διάρκεια επαφής του με τα πετρώματα, από το βαθμό διαλυτότητας των πετρωμάτων από την πίεση του νερού σ'αυτά . Τα νερά αυτά περιέχουν στερεά διαλυμένα άλατα και αέρια. Κατά την χρήση των ιαματικών νερών, τα ιόντα είτε καθιλώνονται στο δέρμα, οπότε προκαλείται ερεθισμός του και έμμεσα ολόκληρου του οργανισμού, επιτυγχάνοντας έτσι την αύξηση της αμυντικής του ικανότητας, είτε διεισδύουν στο δέρμα. Το Υδροθείο αντίθετα απορροφάται και δρα κυρίως κατά των ρευματικών παθήσεων με τη μορφή του θείου. Το Διοξείδιο του άνθρακα απορροφάται επίσης και δρα ευεργετικά στην κυκλοφορία του αίματος και της αρτηριακής πίεσης.

Μέσων των εργασιών πολλών ερευνητών αποδείχθηκε ότι υπάρχει διαφορά ηλεκτρικού φορτίου μεταξύ ιαματικού νερού και αίματος. Έτσι ώστε κατά τη διάρκεια του λουτρού γίνεται μετακίνηση ιόντων από το μεταλλικό νερό προς το δέρμα και αντίστροφα. Κατά την είσοδο του ασθενούς στο νερό το δέρμα

παρουσιάζει καταρχήν σπαστικά φαινόμενα, δηλαδή ελαφρύ ρίγος, ωχρότητα, μετά ακολουθούν αντιδραστικά φαινόμενα, έντονη ερυθρότητα, αίσθημα θερμότητας και καύσου, το οποίο συνεχίζεται και μετά το τέλος του λουτρού, οπότε και παρουσιάζεται άφθονη εφίδρωση.

Η θερμική ενέργεια του ιαματικού νερού συνίσταται στο ερεθισμό του δέρματος, εξαιτίας του οποίου η κυκλοφορία του αίματος γίνεται πιο έντονη και εναλλαγή της ύλης μεγαλύτερη.

Επίσης συντελούνται η αποβολή από τα ούρα αλάτων, ουρίας και ουρικού οξέως, η αύξηση των καύσεων εντός του οργανισμού, η αύξηση της λεμφικής κυκλοφορίας.

Η αποβολή τοξικών ουσιών, αλάτων, φαρμακευτικών ουσιών γίνεται και από το δέρμα. Μπορεί να προκληθεί ελάτωση του βάρους του σώματος με συχνές εφιδρώσεις και σε μερικές περιπτώσεις αφυδάτωση του οργανισμού και πύκνωση του δέρματος.

Τα ψυχρά λουτρά δρουν καταπραυντικά στο νευρικό σύστημα. Τα θερμά λουτρά διεγείρουν το κεντρικό νευρικό σύστημα μέσω των νευρικών απολήξεων του δέρματος.

Πρέπει να σημειώσουμε ότι τα θερμά λουτρά μικρής διάρκειας έχουν ως αποτέλεσμα τη γενική οργανική ευεξία, ενώ αντίθετα τα θερμά λουτρά μεγάλης διάρκειας προκαλούν εξάντληση του οργανισμού. Γι αυτό οι λουόμενοι πρέπει να υπακούουν απόλυτα στις οδηγίες του ιατρού, που αφορούν τη διάρκεια του λουτρού και τη θερμοκρασία του. Ειδικότερα αν υποφέρουν από καρδιακές παθήσεις ή ανωμαλίες της κυκλοφορίας.

Ανάλογα με τη θερμοκρασία του λουτρού μπορούμε να τα χωρίσουμε σε:

1. Ψυχρό λουτρό.
2. Δροσερό λουτρό
3. Ουδέτερο λουτρό
4. Θερμό λουτρό
5. Ήπια και καταπραυντικά λουτρά.

Επιδράσεις ψυχρών - θερμών λουτρών:

1. Στην κυκλοφορία
2. Στην καρδιά
3. Στην υπέρταση
4. Στην αναπνοή
5. Στο δέρμα
6. Στο μεταβολισμό
7. Στο μυϊκό σύστημα
8. Στο νευρικό σύστημα
9. Στο αίμα

Η θεραπευτική δράση των ιαματικών νερών εξαιτίας της ραδιενέργειας οφείλεται αφενός στην μεταστοιχείωση του ραδίου και κυρίως στο ραδόνιο αφετέρου στα ραδιενεργά στοιχεία, τα οποία παραλαμβάνει το νερό από τα πετρώματα που περνάει.

Το Ραδόνιο εισέρχεται στο σώμα είτε από την αναπνευστική οδό είτε από το δέρμα. Από το δέρμα εισέρχεται μικρή ποσότητα Ραδονίου και παραμένει αυτό 1-2 ώρες μετά το λουτρό.

Το Ραδόνιο που εισέρχεται στον οργανισμό από την αναπνευστική οδό κατά την διάρκεια του λουτρού, διαχέεται εντός 15' στο αίμα και από εκεί στους ιστούς. Το Ραδόνιο λοιπόν έχει πολλές επιδράσεις σε νευραλγίες, νευρίτιδες στην αποβολή του ουρικού οξέως, στα ηπατικά και αδενικά κύτταρα, στους πνεύμονες και επινεφρίδια, στην ισορροπία του συμπαθητικού και παρασυμπαθητικού συστήματος.

Η βιολογική ενέργεια των ιαματικών νερών έγκειται στη βοήθεια του ανθρώπινου οργανισμού να αποβάλλει τα επιβλαβή προϊόντα της εναλλαγής της ύλης και να σταθεροποιήσει τη σύσταση των χυμών του. Με την πάροδο της ηλικίας παρατηρείται αστάθεια των χυμών του οργανισμού λόγω συνεχούς αλλαγής της φυσικοχημικής σύστασης τους. Η αστάθεια αυτή προξενεί τη συσσώρευση των προϊόντων της εναλλαγής της ύλης μέσω του αίματος στους ιστούς, στα όργανα και τις αρθρώσεις. Ο οργανισμός αμυνόμενος, προσπαθώντας να απαλλαγεί από τις επιβλαβείς αυτές ουσίες εμφανίζει παροξυσμούς χρόνιων παθήσεων.

Μερικοί συγγραφείς παραδέχονται την μηχανική επίδραση (λόγω υδροστατικής πίεσης) των λουτρών, η οποία δρα στη κυκλοφορία του αίματος και στη λειτουργία της αναπνοής. Έτσι έχουμε αύξηση της ροής της λέμφου και του φλεβικού αίματος κυρίως των κάτω άκρων, των οποίων οιδήματα από ελαττωματική κυκλοφορία, υποχωρούν.

Σε περιπτώσεις καρδιακών παθήσεων αντενδείκνυται τα καθολικά λουτρά γιατί οι μεταβολές της κυκλοφορίας εξαιτίας της υδροστατικής πίεσης έχει σαν αποτέλεσμα τον εξαναγκασμό της καρδιάς σε εντονότερη λειτουργία. Η

υδροστατική πίεση ασκεί ευνοϊκή επίδραση και στη διούρηση λόγω ενίσχυσης της ροής του αίματος στα νεφρικά αγγεία<sup>33</sup>.

---

<sup>33</sup> Κάκος Θ, "Στρατηγική ανάπτυξη του ελληνικού τουρισμού", Τουριστική Αγορά, τεύχος 146, Μάρτιος 2002.

### **3.4) Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ ΟΣΟΝ ΑΦΟΡΑ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΥΓΕΙΑΣ**

Η Ελλάδα ως γνωστόν είναι χώρα πλούσια σε ιαματικές πηγές με νερά που έχουν ποικίλη φυσικοχημική σύσταση και ενδείκνυται για υδροθεραπεία. Μορφές υδροθεραπείας που εφαρμόζονται στην Ελλάδα είναι α)η λουτροθεραπεία και η πηλοθεραπεία, β)η ποσιθεραπεία και γ)η εισπνοθεραπεία. Η υδροθεραπεία μπορεί να είναι εσωτερική ή εξωτερική. Η εσωτερική υδροθεραπεία περιλαμβάνει την ποσιθεραπεία, την εισπνοθεραπεία και τις ρινικές, στοματικές, γυναικολογικές πλύσεις. Η εξωτερική υδροθεραπεία περιλαμβάνει την λουτροθεραπεία και την πηλοθεραπεία. Σε ορισμένες από τις ιαματικές πηγές στην Ελλάδα, που έχουν σύγχρονο εξοπλισμό εφαρμόζονται και οι νέες μέθοδοι της λουτροθεραπείας όπως καταιονήσεις, υδρομαλάξεις, υδροκινησιοθεραπεία, ασκήσεις γυμναστικής, και φυσιοθεραπεία.

Στην Ελλάδα οι θεραπευτικές ιδιότητες ορισμένων πηγών ήταν γνωστές από την αρχαιότητα και μάλιστα συνδεδεμένες με την ιστορία του τόπου όπου βρίσκονται (όπως της Αιδηψού, των Θερμοπυλών, Ικαρίας, Τραιανούπολης κλπ.). Η αξιοποίηση και η βαθμιαία οργάνωση ωστόσο των ιαματικών πηγών της χώρας άρχισε από τις αρχές του παρόντα αιώνα. Οι πρώτες πηγές που αναπτύχθηκαν ήταν της Υπάτης, της Αιδηψού, της Κύθνου, της Κυλλήνης, του Λουτρακίου του Καϊάφα και ακολούθησαν οι υπόλοιπες πηγές, οι περισσότερες από τις οποίες ήταν πηγές Τουριστικής Σημασίας. Οι περιοχές πολλών από τις πηγές αυτές λόγω κυρίως της γειννίασης τους με την θάλασσα εξελίχθηκαν σε μεγάλες λουτροπόλεις, οι οποίες δέχονται επιπλέον των λουομένων στις ιαματικές πηγές και μεγάλο αριθμό παραθεριστών.

Όπως κάθε φαινόμενο, έτσι και ο ιαματικός τουρισμός έχει τα χαρακτηριστικά του. Όσον αφορά λοιπόν την Ελλάδα, το χαρακτηριστικό που τον διακρίνει περισσότερο είναι η έντονη εποχικότητα. Ενώ λοιπόν μεγαλύτερο ποσοστό τουριστών παρατηρείται κατά το μήνα Αύγουστο, αυτό δεν ισχύει στην περίπτωση του ιαματικού τουρισμού. Το μεγαλύτερο ποσοστό των λουομένων προσέρχεται κατά πρώτον το μήνα Σεπτέμβριο και ακολουθεί ο Αύγουστος. Οι πηγές τουριστικής σημασίας λειτουργούν συνήθως κατά το εξάμηνο Μάιο-Οκτώβριο και συγκεντρώνουν μεγαλύτερο ποσοστό επισκεπτών κατά το μήνα Σεπτέμβριο σε αντίθεση με τις πηγές τοπικής σημασίας που προτιμούνται περισσότερο τον Αύγουστο. Η διαφορά αυτή που παρατηρήθηκε μεταξύ των πηγών Τουριστικής και Τοπικής Σημασίας περισσότερο αποδίδεται στον τόπο προέλευσης των λουομένων. Οι μικρές πηγές προτιμούνται περισσότερο από τον τοπικό πληθυσμό και λιγότερο από τον πληθυσμό της υπόλοιπης χώρας γιατί απαιτούν μικρότερη μετακίνηση των ατόμων ενώ τις μεγάλες λουτροπόλεις τις επισκέπτονται συνήθως άτομα από άλλα μέρη της Ελλάδας που συνδυάζουν την υδροθεραπεία με τις καλοκαιρινές διακοπές τους. Ο μέσος όρος παραμονής των ατόμων είναι γύρω στις 13-14 ημέρες δηλαδή περίπου ότι συμβαίνει και στον υπόλοιπο τουρισμό. Όσον αφορά την ηλικία και το φύλο των λουομένων παρατηρείται ότι συνήθως είναι άτομα της τρίτης ηλικίας και οι γυναίκες αποτελούν το μεγαλύτερο ποσοστό (περίπου το 60-65%).

Η φθίνουσα πορεία του ιαματικού τουρισμού στην Ελλάδα οφείλεται στους ίδιους λόγους που παρατηρούνται και στο εξωτερικό, δηλαδή κυρίως στον ανταγωνισμό που προέρχεται από το χώρο της φαρμακοβιομηχανίας και την απροθυμία των γιατρών να αναγνωρίσουν την υδροθεραπεία ως ιατρική μέθοδο. Επίσης



σημαντικό ρόλο στην φθίνουσα πορεία του ιαματικού τουρισμού στην Ελλάδα έχει παίξει και η έλλειψη της σχετικής διαφήμισης και πληροφόρησης του κοινού από τα μέσα ενημέρωσης (τηλεόραση, ραδιόφωνο, εφημερίδες, περιοδικά κλπ) τόσο στο εσωτερικό όσο και στο εξωτερικό.

Από το χώρο της Κοινωνικής Ασφάλισης κάθε χρόνο επιδοτούνται προγράμματα που εξασφαλίζουν τη χρηματοδότηση δαπανών για υδροθεραπεία ενός σημαντικού αριθμού ασφαλισμένων.

Έτσι, από το ΙΚΑ κατά τα έτη 1995 και 1996 αποδόθηκαν οι δαπάνες για λουτροθεραπεία σε 58.660 και 59.204 ασφαλισμένους αντίστοιχα που αναλογούσαν στο 43,2% και 41,5% του συνολικού αριθμού των λουομένων. Την πλειοψηφία αυτών των ασφαλισμένων του ΙΚΑ αποτελούν οι συνταξιούχοι, κατά το 88%-90% και το υπόλοιπο 10-12% αφορά τους άμεσα ασφαλισμένους.

Επιχορηγήσεις υπήρξαν, σε μικρότερο βαθμό, και από άλλα ταμεία όπως της ΔΕΗ, των Τραπεζών. Αναλυτικότερα, κατά τα ίδια έτη 1995 και 1996 επιχορηγήθηκαν από τη ΔΕΗ 4.961 και 5.355 ασφαλισμένοι αντίστοιχα για υδροθεραπεία<sup>34</sup>.

Η Ελλάδα ως τόπος τουριστικού προορισμού διαθέτει, τα ακόλουθα χαρακτηριστικά τα οποία μπορούν να συμβάλλουν στην ανάδειξή της ως κέντρου τουρισμού υγείας:

- Αξιόλογους ιαματικούς πόρους
- Σταθερό, ήπιο κλίμα
- Ελκυστικό φυσικό περιβάλλον
- Πλούσια πολιτισμική και ιστορική παράδοση

---

<sup>34</sup> Στοιχεία από ΕΟΤ.

Παράλληλα διαθέτει ένα βασικό συγκριτικό πλεονέκτημα καθώς στις περισσότερες ιαματικές πηγές της χώρας, η ανάβλυση των υδάτων είναι «φυσική» αντίθετα με πολλές Ευρωπαϊκές χώρες στις οποίες γίνεται τεχνητή άντληση. Οι ιαματικές πηγές βρίσκονται σε περιοχές με καλό κλίμα και ιδιαίτερο φυσικό κάλλος. Σημαντικό στοιχείο αποτελεί επίσης η θάλασσα η οποία περιβάλλει τη χώρα μας και προσφέρει περαιτέρω δυνατότητες αξιοποίησης με τη δημιουργία κέντρων θαλασσοθεραπείας.

Σύμφωνα με τις ενδείξεις που προκύπτουν από τον διεθνή χώρο, σημαντικό τμήμα της ζήτησης του τουρισμού υγείας κατευθύνεται σε χώρες που διαθέτουν ήπιο κλίμα. Οι περιοχές που κατόρθωσαν να εκσυγχρονίσουν την παράδοση που διαθέτουν στον ιαματικό τουρισμό δημιουργώντας την πρόσθετη υποδομή και τις υπηρεσίες που απαιτεί ο τουρισμός υγιεινής και φυσικής διαβίωσης προσελκύουν ολοένα και μεγαλύτερα τμήματα της αγοράς.

Η χώρα μας διαθέτει ιαματική παράδοση και συνδυάζει το ήπιο μεσογειακό κλίμα με τη θάλασσα και τις φυσικές ιαματικές πηγές, στοιχεία τα οποία επιτρέπουν την στήριξη των προσπάθειών για συνολική βελτίωση και επέκταση της υπάρχουσας υποδομής και ενθαρρύνουν την περαιτέρω ανάπτυξη του θερμαλισμού, της θαλασσοθεραπείας και της κλιματοθεραπείας.

Καθώς ο τουρισμός υγείας, έχει αποκτήσει σήμερα διεθνώς ένα νέο νόημα και απευθύνεται σε ολοένα και μεγαλύτερες ομάδες πληθυσμού με διαφορετικά δημογραφικά και εισοδηματικά χαρακτηριστικά, η Ελλάδα διαθέτει αρκετά συγκριτικά πλεονεκτήματα, αλλά έχει προφανώς μακρύ δρόμο να διανύσει προκειμένου να διαμορφώσει και να προβάλει ένα νέο σύγχρονο και ελκυστικό πρότυπο ιαματικού–θεραπευτικού τουρισμού το οποίο να διαθέτει τα

χαρακτηριστικά εκείνα που θα του προσδίδουν ιδιαίτερη ταυτότητα και θα το διαφοροποιούν από το αντίστοιχο προϊόν ανταγωνιστικών προορισμών<sup>35</sup>.

---

<sup>35</sup> Σφακιανάκης Μ, "Εναλλακτικές μορφές τουρισμού", Αθήνα 2001, εκδοτικές επιχειρήσεις Σμυρνιωτάκης Α.Ε.

### **3.5) ΝΕΕΣ ΤΑΣΕΙΣ ΣΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΤΟΥ ΙΑΜΑΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

Κατά τις δεκαετίες 60 και 70 έγιναν σποραδικές προσπάθειες εμπλουτισμού του ελληνικού τουριστικού προϊόντος από τον δημόσιο τομέα με την δημιουργία έργων συμπληρωματικής υποδομής. Το σημαντικότερο χαρακτηριστικό του μοντέλου ανάπτυξης του ελληνικού τουρισμού υπήρξε η προώθηση του μαζικού τουρισμού χαμηλής συναλλαγματικής απόδοσης. Το γεγονός αυτό συνδέεται τόσο με το γενικότερο ζήτημα της χαμηλής ποιότητας των προσφερόμενων υπηρεσιών, όσο και με την υστέρηση σε έργα γενικής και ειδικής τουριστικής υποδομής.

- Η μεταστροφή των αντιλήψεων παρατηρείται κατά τη δεκαετία του '90, καθώς κρίνεται σκόπιμη η ανάγκη μεταστροφής της τουριστικής πολιτικής στην κατεύθυνση αναβάθμισης της ποιότητας του ελληνικού τουριστικού προϊόντος. Για το λόγο αυτό έγιναν προσπάθειες βελτίωσης του ελληνικού τουριστικού προϊόντος με τη βελτίωση του επιπέδου των προσφερόμενων υπηρεσιών και το άνοιγμα προς τις νέες μορφές τουρισμού. Στα μέσα λοιπόν της δεκαετίας του 90 πραγματοποιούνται τα ακόλουθα :
- Επενδυτικά προγράμματα «πιλοτικού χαρακτήρα» για τον εκσυγχρονισμό των ιαματικών εγκαταστάσεων στη χώρα μας με τη μετατροπή τους σε σύγχρονα κέντρα τουρισμού υγείας. Τα προγράμματα αυτά πραγματοποιούνται από αναπτυξιακούς φορείς, όπως η ΕΤΒΑ, η οποία έχει αναλάβει την υλοποίηση επενδυτικού προγράμματος στα πλαίσια του οποίου εντάσσονται οι πηγές της Ικαρίας του νομού Σάμου και της Νέας Απολλωνίας του νομού Θεσσαλονίκης. Βασικός στόχος των προγραμμάτων αυτών είναι η προσέλκυση πελατείας ευρύτερου ηλικιακού φάσματος καθ' όλη τη διάρκεια του έτους. Για την επίτευξη του στόχου αυτού προβλέπεται:

1. Η δημιουργία οργανωμένων συγκροτημάτων με πλήρεις εγκαταστάσεις και σύγχρονες ανέσεις και εξοπλισμό προκειμένου να καλυφθεί όλο το φάσμα των θεραπευτικών εφαρμογών του ιαματικού νερού με την παρουσία ιατρικού ελέγχου.
2. Η κατασκευή πρόσθετων εγκαταστάσεων στις οποίες θα προσφέρονται πρόσθετες υπηρεσίες υψηλού επιπέδου (όπως αισθητικής, σωματικής άσκησης, διαιτητικών προγραμμάτων και εκδηλώσεων αναψυχής).
3. Επιχειρείται η προσέλκυση ιδιωτικών επενδύσεων για την κατασκευή κέντρων θαλασσοθεραπείας μέσω των αυξημένων επιδοτήσεων που προβλέπονται από τους αναπτυξιακούς νόμους για τα έργα ειδικής τουριστικής υποδομής.
  - Έργα και μελέτες για την πρότυπη ανάπτυξη επιλεγμένων υδροθεραπευτηρίων μέσω των χρηματοδοτικών προγραμμάτων της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Για να επιτευχθεί όμως μια συνολική αναμόρφωση της προσφοράς του ιαματικού τουριστικού προϊόντος, πρέπει να υπάρχουν κάποιες προϋποθέσεις. Συγκεκριμένα είναι αναγκαία τα ακόλουθα:

- Η επιστημονική πιστοποίηση της αξιοπιστίας και της αποτελεσματικότητας των ακολουθούμενων θεραπευτικών μεθόδων.
- Η προώθηση της έρευνας και η συστηματικοποίηση των στατιστικών στοιχείων σχετικά με τα χαρακτηριστικά της ζήτησης και της προσφοράς.
- Ο εκσυγχρονισμός του νομοθετικού πλαισίου που αφορά τις προδιαγραφές και τις δομές οργάνωσης του τουρισμού υγείας.
- Η δημιουργία κατάλληλων στελεχών μέσω της αναβάθμισης και της εξειδίκευσης των ιατρικών και παραϊατρικών σπουδών στον τομέα της υδροθεραπείας.

- Η υιοθέτηση τεχνογνωσίας και επιτυχημένων πρακτικών από τον διεθνή και ειδικότερα τον ευρωπαϊκό χώρο.
- Η σταδιακή διαμόρφωση μιας νέας εικόνας για τον ιαματικό τουρισμό μέσω συντονισμένης προβολής και προώθησης, προκειμένου να δημιουργηθεί μια περισσότερο αυτόνομη και ποιοτικά υψηλή ζήτηση<sup>36</sup>.

### **3.6) ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΕΙΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΤΟΜΕΑ**

Για την ανάπτυξη του τουρισμού υγείας είναι αναγκαίο να γίνουν όλες εκείνες οι ενέργειες που θα προωθήσουν περαιτέρω το προϊόν και θα βελτιώσουν την ποιότητά του. Το ζητούμενο είναι η μετατροπή των κέντρων ιαματικού τουρισμού σε κέντρα τουρισμού υγείας. Αυτό είναι εφικτό εφόσον οι ελληνικές λουτροπόλεις μπορούν να εξελιχθούν σε κέντρα τουρισμού υγείας δηλαδή σε κέντρα θεραπείας που να είναι και κέντρα αναψυχής και ηρεμίας για όλες τις ηλικίες για περισσότερους μήνες του έτους, αφού οι περισσότερες διαθέτουν τα βασικά στοιχεία για ποικίλες εφαρμογές στη θαλασσοθεραπεία, το καλό κλίμα και το ότι είναι κοντά στη θάλασσα.

Για την ανάδειξη των πηγών σε παραθεριστικά κέντρα τουρισμού μακράς παραμονής και όλων των ηλικιών απαιτείται η ένταξή τους σε ένα πλέγμα ποικίλων εγκαταστάσεων που να συνδυάζουν και άλλες δραστηριότητες, όπως αθλητισμός για όλες τις ηλικίες, πολιτιστικά και εγκαταστάσεις αναψυχής για νέους και παιδιά.

Προς την κατεύθυνση λοιπόν ανάπτυξης του τομέα τουρισμού υγείας απαιτείται η προσέλκυση επενδύσεων, ώστε να αναπτυχθούν στην Ελλάδα σύγχρονα κέντρα τουρισμού υγείας, όπως γίνεται σε άλλες χώρες της Κεντρικής Ευρώπης. Ήδη έχει επιδειχθεί ενδιαφέρον από ξένους και Έλληνες

---

<sup>36</sup> Μελέτη θερμαλιστικού –ιαματικού τουρισμού, ο.π., 128-133.

επενδυτές για την αξιοποίηση των ιαματικών πηγών της Ελλάδας και τη μετατροπή τους σε σύγχρονα κέντρα τουρισμού υγείας.

Τα μη καθιερωμένα τουριστικά κέντρα παρόλα τα φυσικά πλεονεκτήματα που διαθέτουν αποτελούν “νέους τουριστικούς τόπους” και γι αυτό θα πρέπει να διαθέτουν πολύ καλό εξοπλισμό για να μπορέσουν να ανταγωνιστούν με επιτυχία τα ήδη καθιερωμένα κέντρα. Τα απαιτούμενα λοιπόν έργα υποδομής για τις λουτροπόλεις και γενικά τους τόπους έλξης επισκεπτών καθ όλη σχεδόν τη διάρκεια του έτους θα πρέπει να είναι μεγάλης κλίμακας γιατί οι χώροι που θα προσφέρονται προορίζονται εκτός της θεραπείας ιατρικών παθήσεων και για τη γενικότερη βελτίωση της φυσικής κατάστασης και υγείας των επισκεπτών τους.

Επίσης οι περιοχές που προορίζονται για κέντρα τουρισμού υγείας θα πρέπει να βρίσκονται κοντά σε αερολιμένα και να εξυπηρετούνται από καλό οδικό δίκτυο. Γενικότερα, η σωστά οργανωμένη υποδομή μεταφορών εκτός των άλλων συμβάλλει και στην αξιοποίηση του φυσικού δυναμικού των πηγών λόγω της μεγαλύτερης έκτασης και προβολής που θα αποκτήσουν.

Επιπλέον, δε θα πρέπει να διαφεύγει της προσοχής ότι πριν από κάθε είδους ανάπτυξη για την αξιοποίηση των ιαματικών πηγών χρειάζεται να ληφθούν μέτρα για την προστασία του τοπίου και την εξασφάλιση της ποιότητας του περιβάλλοντος γιατί οι περισσότερες ιαματικές πηγές ευρίσκονται σε περιοχές όπου συνδυάζεται βουνό με θάλασσα κάτω από εξαιρετικές κλιματολογικές συνθήκες. Η διατήρηση του γνήσιου φυσικού περιβάλλοντος στα κέντρα παραθερισμού /λουτροπόλεων αποτελεί κύριο μέλημα. Η προστασία των ιαματικών νερών, σημαντικών φυσικών πόρων που εντάσσονται γενικότερα στο υδάτινο δυναμικό της χώρας, αποτελεί πρωταρχικό σκοπό. Είναι γνωστό ότι η υποβάθμιση του περιβάλλοντος πέρα από τη καταστροφή της αρχικής

φυσικής ομορφιάς συντελεί και στη μείωση της ανταγωνιστικότητας του συγκεκριμένου θέρετρου στην τουριστική αγορά.

Βασικό μέλημα θα πρέπει να είναι επίσης και η έρευνα αγοράς και η διαφήμιση καθώς η Ελλάδα υστερεί στους τομείς αυτούς και γι αυτό οι ιαματικές πηγές της δεν είναι διεθνούς φήμης. Με ένα κατάλληλο λοιπόν μηχανισμό προβολής η Ελλάδα μπορεί να αποτελέσει “πρότυπο” για όλες τις σχετικές πόλεις της περιοχής της Μεσογείου.

Η αξιοποίηση των πηγών από ιδιώτες είτε από την Τοπική Αυτοδιοίκηση με τη δημιουργία κοινοτικών επιχειρήσεων αποτελεί και μια μορφή τοπικής και περιφερειακής ανάπτυξης της χώρας. Τα οικονομικά οφέλη θα είναι πολλά για την Τοπική Κοινωνία, ενδεικτικά αναφέρονται :

- βελτίωση των υπηρεσιών στον τομέα μεταφορών (αεροδρόμια, οδικές συνδέσεις κλπ.)
- εισροή περισσότερου συναλλάγματος εφόσον θα έχουμε τουρισμό μακράς παραμονής.
- ζήτηση αγαθών για περισσότερους μήνες το χρόνο και εξομάλυνση της εποχικότητας των τουριστικών δραστηριοτήτων κατά τη διάρκεια των θερινών μηνών - φορολογικά και άλλα έσοδα για τις τοπικές αρχές.
- ζήτηση για ανάπτυξη υπηρεσιών αγοράς (τράπεζες, καταστήματα, εστιατόρια κλπ.).
- ζήτηση για εγκαταστάσεις και ειδική υποδομή (ιατρική) υψηλού επιπέδου για τον εξοπλισμό των υδροθεραπευτηρίων και των ιατρικών μονάδων.
- νέες θέσεις απασχόλησης με την τόνωση της οικονομικής δραστηριότητας λόγω της ανάπτυξης των ιαματικών πηγών αλλά και λόγω κατασκευής αρχικής υποδομής όπως είναι η υποδομή υγείας και αθλητικών εγκαταστάσεων (νοσοκομείων, γηπέδων κλπ.)



Συμπερασματικά λοιπόν θα λέγαμε ότι ο θεραπευτικός σκοπός των ελληνικών λουτροπόλεων θα πρέπει να αλλάξει. Οι λουτροπόλεις θα πρέπει να διευρύνουν το πεδίο δραστηριοτήτων τους και να αποτελέσουν κέντρα έλξης όλων των ηλικιών για τους περισσότερους μήνες του χρόνου. Το ενθαρρυντικό είναι ότι οι περισσότερες πηγές συνδυάζουν βουνό, θάλασσα και θερμό κλίμα, ιδανικά προνόμια έτσι ώστε να μπορούν να αναδειχθούν σε αξιόλογα τουριστικά κέντρα υγείας<sup>37</sup>.

---

<sup>37</sup> Σπάθη Σ.Κ, "Ο ιαματικός τουρισμός και η ανάπτυξη του τουρισμού υγείας στην Ελλάδα", Αθήνα 2000.

## ***Η Τουριστική Πολιτική 2002-2006. Στόχοι και Προοπτικές***

Στη διάρκεια των προηγούμενων δεκαετιών ο τουρισμός στην Ελλάδα, από μία περιορισμένης εμβέλειας δραστηριότητα που προσέλκυε λίγους και με ειδικά ενδιαφέροντα περιηγητές, μετεξελίχθηκε και αναδείχθηκε σε μια μεγάλη εθνική βιομηχανία, που συνεισφέρει σημαντικά στην οικονομία, την απασχόληση και την ευημερία, αλλά επίσης και στην προβολή της χώρας μας προς τα έξω και την διαμόρφωση της διεθνούς κοινής γνώμης για αυτήν.

Όμως, η νέα εποχή έχει πολύ περισσότερες απαιτήσεις και πολύ περισσότερες προκλήσεις. Οι ποιοτικές απαιτήσεις τόσο του μαζικού τουρισμού όσο και των μεμονωμένων, ειδικών ενδιαφερόντων επισκεπτών έχουν αυξηθεί, ενώ ταυτόχρονα έχει αυξηθεί πολύ ο ανταγωνισμός ακόμα και από τουριστικούς προορισμούς που βρίσκονται σε πολύ μακρινές τοποθεσίες, ακόμη και σε άλλες ηπείρους.

Απέναντι στις νέες προκλήσεις και νέες απαιτήσεις, πρέπει να εφαρμοστεί μία πολιτική η οποία να εκτείνεται σε όλη τη χώρα, να σέβεται τον πολιτισμό και το περιβάλλον και να ενισχύει την οικονομική ανάπτυξη με έναν τρόπο βιώσιμο, ο οποίος αντέχει και στις αξίες μας και στην αισθητική και στον χρόνο. Μια πολιτική που χαρακτηρίζεται από την πολυμορφία, την ποιότητα και τη βιωσιμότητα του τουριστικού προϊόντος. Με γνώμονα την ανάπτυξη του τουρισμού σε μία ανταγωνιστική προοπτική υψηλής ποιότητας, σχεδιάστηκαν οι στόχοι της τουριστικής πολιτικής και τα μέτρα που θα εφαρμοστούν κατά το διάστημα 2002 - 2006 με στόχο:

- Ποιοτική και αισθητική αναβάθμιση των γενικών και των τουριστικών υποδομών.
- Αύξηση της ζήτησης του τουριστικού προϊόντος σε όλες τις περιφέρειες.
- Ανάπτυξη νέων τουριστικών προϊόντων υψηλών προδιαγραφών.

- Εκπαίδευση και κατάρτιση του ανθρώπινου δυναμικού στα νέα επαγγέλματα.
- Εισαγωγή των νέων τεχνολογιών στις τουριστικές επιχειρήσεις.

Κατά το διάστημα 2000 - 2006 , στο πλαίσιο του Γ΄ ΚΠΣ , διατίθενται για τον τουρισμό συνολικοί πόροι 2.054.292.002,93€ εκ των οποίων το ήμισυ θα είναι ιδιωτική συμμετοχή. Πρόκειται για μείζονα συνολική παρέμβαση στον ελληνικό τουρισμό η οποία, αν αξιοποιηθεί σωστά, θα ενισχύσει σημαντικά τις προοπτικές του ελληνικού τουρισμού<sup>38</sup>.

---

<sup>38</sup> [www.ΕλληνικόςΟργανισμόςΤουρισμού, προγράμματα και δράσεις](http://www.ΕλληνικόςΟργανισμόςΤουρισμού, προγράμματα και δράσεις)

**ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ**

1. <http://www.Thalasso-thermes.com>
2. Τουρισμός & Οικονομία, τεύχος 259, Ιανουάριος 2001, σελ 62-83.
3. Τουριστική Αγορά, τεύχος 148, Μάιος 2002, σελ 146.
4. Σπάθη Σ.Κ, “Ο ιαματικός τουρισμός και η ανάπτυξη του τουρισμού υγείας στην Ελλάδα”, Αθήνα 2000,σελ 24-26.
5. [www.ιαματικές.πηγές.της.Ελλάδος](http://www.ιαματικές.πηγές.της.Ελλάδος).
6. Κάκος Θ, “Στρατηγική ανάπτυξη του ελληνικού τουρισμού ”, Τουριστική Αγορά, τεύχος 146, Μάρτιος 2002.
7. Σφακιανάκης Μ, Εναλλακτικές μορφές τουρισμού, εκδοτικές επιχειρήσεις Σμυρνιωτάκης Α.Ε., Αθήνα 2001.
8. Μελέτη θερμαλιστικού-ιαματικού τουρισμού, πρόγραμμα αξιοποίησης περιουσίας Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού, Ελληνική Δημοκρατία-Υπουργείο Ανάπτυξης, Ελληνικά Τουριστικά Ακίνητα, σελ 45-46.
9. Κοντογιάννη Σ, “Η θαλασσοθεραπεία πηγή ζωής από την αρχαιότητα έως σήμερα”, Business & Τουρισμός, Απρίλιος 1999, σελ 65-66.
10. [www.thalasso-thermes.com](http://www.thalasso-thermes.com)
11. Cockerell N.,“Spas and Health Resorts in Europe”, Travel & Tourist Analyst, No 1, 1996, pp 53-77
12. Αγγελής Μ.,“Πηγή ζωής η θαλασσοθεραπεία”, Business & Τουρισμός, Μάρτιος 1998, σελ 20-22.
13. [www.spas.it](http://www.spas.it)
14. <http://www.worldhealthspa.com>
15. [www.Spas.about.com](http://www.Spas.about.com)
16. [www.Ελληνικός.Οργανισμός.Τουρισμού](http://www.Ελληνικός.Οργανισμός.Τουρισμού), προγράμματα και δράσεις

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΚΡΗΤΗ & ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

### 4.1) ΟΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ



Η Κρήτη με έκταση 8.336 τ. χλμ. είναι το μεγαλύτερο ελληνικό νησί και το πέμπτο μεγαλύτερο στη Μεσόγειο. Η οικονομία της, βασίζεται κυρίως στον πρωτογενή τομέα και τον τουρισμό, αναπτύσσεται με ταχείς ρυθμούς και ακολουθεί σε γενικές γραμμές τις εξελίξεις που καταγράφονται σε ολόκληρη τη χώρα.

Το κατά κεφαλήν Ακαθάριστο Περιφερειακό Προϊόν (ΑΠΠ) αντιστοιχούσε το 2001 σχεδόν στο 97% του αντιστοίχου εθνικού μεγέθους. Το ποσοστό αυτό είναι από τα υψηλότερα μεταξύ των περιφερειών της χώρας. Σύμφωνα με την Εθνική Στατιστική Υπηρεσία Ελλάδος, σε δελτίο τύπου που εξέδωσε το Φεβρουάριο του 2004, νεότερα στοιχεία δεν είναι διαθέσιμα σε περιφερειακό επίπεδο, αν και σε εθνικό επίπεδο η Ευρωπαϊκή Επιτροπή διαπιστώνει για τη περίοδο 2001-2004 ταχεία αύξηση του κατά κεφαλή Α.Ε.Π. και σύγκλιση κατά 8 ποσοστιαίες μονάδες προς τον μέσο όρο της Ευρωπαϊκής Ένωσης των 15, από 67,2% σε 75,5%. Αυτή η αύξηση δεν έχει ληφθεί υπ' όψη στα ανακοινωθέντα στοιχεία.

Ο δυναμισμός της κρητικής οικονομίας καταδεικνύεται και από τα δημογραφικά δεδομένα. Μεταξύ 1991 και 2001, (τελευταία εθνική απογραφή) ο πληθυσμός αυξήθηκε κατά 11,3% και ανήλθε σε 601.131 άτομα το 2001. Η

αύξηση αυτή ήταν η δεύτερη υψηλότερη μεταξύ όλων των περιφερειών της χώρας. Επιπλέον, η ανεργία στην Κρήτη είναι η χαμηλότερη μεταξύ όλων των περιφερειών. Μετά από θεαματική πτώση το 2000, το ποσοστό ανεργίας περιορίστηκε σε 6,3%, έναντι 11,1% σε ολόκληρη την Ελλάδα.

Το Ακαθάριστο Περιφερειακό Προϊόν (ΑΠΠ) του νησιού ήταν € 5,2 δισ. το 2001 και αντιπροσώπευε το 5,3% του ελληνικού ΑΕΠ. Το δε μερίδιο αυτό δεν μεταβλήθηκε σημαντικά κατά τη διάρκεια της τελευταίας πενταετίας. Οι νομοί Ηρακλείου και Χανίων είχαν τη μεγαλύτερη συνεισφορά στο κρητικό ΑΠΠ. Τα μέσα μερίδιά τους κατά την παρελθούσα πενταετία εκτιμώνται σε 46,8% και 24,9% αντιστοίχως<sup>39</sup>.

---

<sup>39</sup> Τουριστική αγορά, τεύχος 148, Μάιος 2002, σελ 61-63.

#### **4.1.1) Η ΠΑΡΟΥΣΙΑ ΤΗΣ ΚΡΗΤΗΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ**

Όταν κατά τη δεκαετία του 50 χαράχθηκε η τουριστική πολιτική στην Ελλάδα, η Κρήτη δεν συμπεριλαμβανόταν στο σχέδιο των περιοχών που επρόκειτο να αναπτυχθούν τουριστικά. Εκείνη την περίοδο είχε δοθεί, αρχικά, προτεραιότητα στην Αττική και στις κοντινές σε αυτήν περιοχές που παρουσιάζουν έντονο αρχαιολογικό ενδιαφέρον, όπως η Επίδαυρος και οι Δελφοί, και αργότερα στην Κέρκυρα αρχικά και στη Ρόδο. Ο τουρισμός έκανε την εμφάνισή του στη μεγαλόνησο με τη μαζική μορφή του τη δεκαετία του '70. Το βόρειο τμήμα της ήταν αυτό που επιλέχθηκε να αναπτυχθεί τουριστικά. Όπως ήταν αναμενόμενο, ο τοπικός πληθυσμός στράφηκε σιγά-σιγά στα επαγγέλματα του τριτογενούς τομέα (τουριστικά, εμπορικά), τα οποία, καθώς περνούσαν τα χρόνια, προσέφεραν ολοένα υψηλότερα εισοδήματα. Έτσι, ο τουρισμός έγινε αναπόσπαστο στοιχείο και χαρακτηριστικό δομικό της τοπικής κοινωνικοοικονομικής ανάπτυξης. Μόνο που η ανάπτυξη αυτή δεν έγινε ομαλά. Αντίθετα, υπήρξε αθρόα εισροή τουριστών μέσω των Tour-operators, επιφέροντας ριζικές αλλαγές στις τοπικές κοινωνικές δομές. Το τοπίο στις πόλεις άλλαξε εξαιτίας της άναρχης δόμησης, δεν προβλέφθηκαν οι κατάλληλες υποδομές και δεν προστατεύτηκε το φυσικό περιβάλλον. Στη ραγδαία ανάπτυξη του τουρισμού συνέβαλε, επίσης, το γεγονός ότι η Κρήτη διαθέτει εκείνο το συνδυασμό έκτασης και πληθυσμού, το οποίο της προσδίδει αυτοτέλεια και αυθυπαρξία. Το τρίπτυχο, όμως, της ομορφιάς της κρητικής φύσης και των οικισμών της, της πληθώρας σημαντικότερων μνημείων και του θαυμάσιου κλίματος, αποδείχθηκε πολύ ισχυρό, υπερνικώντας τις όποιες λανθασμένες κινήσεις ανάπτυξης<sup>40</sup>.

---

<sup>40</sup> Τουριστική Αγορά, Τεύχος 148, Μάιος 2002

Ένας από τους σημαντικότερους Ελληνικούς τουριστικούς προορισμούς λοιπόν είναι η Κρήτη, η δυναμική παρουσία της οποίας επιβεβαιώνεται και από τα επίσημα στατιστικά στοιχεία του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού. Από τα στοιχεία αυτά προκύπτει ότι η Κρήτη διαθέτει το δεύτερο μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς (20,43%) στην Ελλάδα ενώ παρουσιάζει μία αυξητική τάση στις διανυκτερεύσεις αλλοδαπών και ημεδαπών τουριστών κατά τα έτη 2000 και 2001<sup>41</sup>.

Η Κρήτη παρουσιάζει και μεγάλη ποικιλία τόσο όσον αφορά το είδος των τουριστικών δραστηριοτήτων και εναλλακτικών ειδών τουρισμού (αγροτουρισμός, αρχαιολογικός τουρισμός, σπηλαιολογικός τουρισμός) αλλά και των διαθέσιμων καταλυμάτων.

Ειδικότερα αναφορικά με τη δυναμικότητα και το είδος των παρεχόμενων καταλυμάτων στην Κρήτη διαπιστώνεται ότι:

1. Στο σύνολο της Ελληνικής περιφέρειας η Κρήτη έρχεται πρώτη σε αριθμό κλινών.
2. Το 40% της συνολικής τουριστικής της δυναμικότητας αποτελείται από κλίνες ξενοδοχείων πολυτελείας και πρώτης τάξης.

Χαρακτηριστικό είναι επίσης ότι στην Κρήτη έχουν πολύ έντονη παρουσία και οι μεγαλύτερες Ελληνικές αλυσίδες ξενοδοχείων. Ανάμεσα σε αυτές η Grecotel διαθέτει μόνο στην Κρήτη 9 ξενοδοχεία τέταρτης και πέμπτης κατηγορίας. Ακολουθεί η Aldemar και η αλυσίδα ξενοδοχείων Helios με 3 ξενοδοχεία ανώτερης κατηγορίας.

Κοινό γνώρισμα των μεγαλύτερων Ελληνικών αλυσίδων ξενοδοχείων είναι ότι ξεκίνησαν ως οικογενειακές επιχειρήσεις και παραμένουν στον χώρο του τουρισμού εξελίσσοντάς το είδος των παρεχόμενων τουριστικών υπηρεσιών ώστε να ανταποκρίνονται σε ανώτερα ποιοτικά επίπεδα. Οι αλυσίδες αυτές τα

---

<sup>41</sup> Πηγή: Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού, [www.gnto.gr](http://www.gnto.gr)



τελευταία χρόνια βρίσκονται στο στάδιο της εξωτερικής ανάπτυξης δημιουργώντας νέες ξενοδοχειακές μονάδες στο σύνολο της Ελληνικής περιφέρειας.

Ένα ακόμη κοινό χαρακτηριστικό των κυρίαρχων αλυσίδων ξενοδοχείων που δραστηριοποιούνται στην Κρήτη σχετίζεται με το προφίλ των πελατών τους. Οι επιχειρήσεις αυτές στοχεύουν σε ανώτερου εισοδηματικού επιπέδου πελάτες αλλοδαπούς και ημεδαπούς. Για να επιτύχουν την προσέλκυση των πελατών αυτών χρησιμοποιούν ποικιλία τουριστικών υπηρεσιών και εμπλουτίζουν διαρκώς τα προϊόντα που παρέχουν (κέντρα θαλασσοθεραπείας, ψυχαγωγία).

Η Κρήτη αποτελεί έναν από τους πιο δημοφιλείς τουριστικούς προορισμούς σε παγκόσμιο επίπεδο. Ο πολιτισμικός και φυσικός πλούτος, ο ζεστός καιρός στη μεγαλύτερη διάρκεια του έτους καθώς και οι πολλές και όμορφες παραλίες είναι μερικοί από τους λόγους που χιλιάδες επισκέπτες κάθε χρόνο έρχονται για διακοπές στην Κρήτη.

Για τη διαμονή στο νησί υπάρχουν πολλές επιλογές όλων των τύπων όπως πολυτελή ή απλά ξενοδοχεία, ενοικιαζόμενα δωμάτια, campings παραδοσιακοί ξενώνες και αγροτουριστικά καταλύματα. Οι υπηρεσίες που παρέχονται γενικά είναι πολύ καλές και ικανοποιούν κάθε ανάγκη. Και επειδή για τους κρητικούς δε νοείται πελάτης αλλά φιλοξενούμενος, σε κάθε περίπτωση ο επισκέπτης θα έχει την ευκαιρία να διαπιστώσει την ξακουστή Κρητική Φιλοξενία.

Η οργάνωση των διακοπών σε ένα μέρος όπως η Κρήτη είναι όχι ιδιαίτερα απλή υπόθεση λόγω του μεγέθους του νησιού, του μεγάλου αριθμού των τουριστικών καταλυμάτων, του πλήθους των φυσικών και πολιτιστικών αξιοθέατων καθώς και των πολλών επιλογών που έχει ο επισκέπτης για δραστηριότητες και ψυχαγωγία. Τη λύση στο συγκεκριμένο πρόβλημα

μπορούν να δώσουν τα τουριστικά γραφεία που υπάρχουν σε κάθε γωνιά της Κρήτης, παρέχοντας ποικίλες υπηρεσίες και καλύπτοντας ένα ευρύ φάσμα δραστηριοτήτων.

Σημαντικά θέματα των διακοπών όπως η μεταφορά από και προς το νησί, η εξεύρεση διαμονής, η επίσκεψη στους αρχαιολογικούς χώρους, η συμμετοχή σε παραδοσιακά πανηγύρια, οι εκδρομές σε αξιοθέατα και προορισμούς εντός και εκτός της Κρήτης μπορούν να σας τα προσφέρουν τα τουριστικά γραφεία σε πολύ συμφέρουσες τιμές. Επίσης αρκετά από αυτά παρέχουν εξειδικευμένες υπηρεσίες όπως είναι η οργάνωση δραστηριοτήτων στη φύση ή πολιτιστικών εκδηλώσεων όπου φυσικά το επίπεδο των υπηρεσιών είναι ιδιαίτερα υψηλό<sup>42</sup>.

Η Κρήτη έχει αρχίσει να ξεφεύγει από το μαζικό τουρισμό και αναπτύσσεται η τάση του γεωτουρισμού, ο οποίος είναι παραλλαγή του οικοτουρισμού και συνδυάζει τον περιπατητικό τουρισμό με την γαστρονομία. Η Κρήτη είναι “δυνατή” σε όλα αυτά τα στοιχεία και έχει ακόμα αξιόλογες αγροτουριστικές μονάδες. Τα Λευκά Όρη προσφέρονται μοναδικά για ορειβατικό και φυσιολατρικό τουρισμό, ενώ ο νομός διαθέτει τον υποθαλάσσιο πλούτο και την υποδομή για καταδύσεις. Όσο για τον αθλητικό τουρισμό σημειώνουμε ότι ο νομός Χανίων, κατά τη γνώμη των ειδικών, έχει υποβάλει έναν από τους καλύτερους φακέλους σχετικά με τις δυνατότητες που έχει για να υποδεχθεί αθλητές ξένων χωρών, οι οποίοι θα ήθελαν να προετοιμαστούν στις κλιματολογικές συνθήκες όπου θα γίνουν οι Ολυμπιακοί Αγώνες του 2004. Αυτή η δυνατότητα υπάρχει για τους αθλητές του

στίβου, της ποδηλασίας, της κολύμβησης, της κωπηλασίας, του κανόε-καγιάκ, της ιστιοπλοΐας και της ιστιοσανίδας. Επίσης ο πλούτος των μουσείων (Αρχαιολογικό, Βυζαντινό, Ναυτικό, Πολεμικό, Λαογραφικό κ.λ.π.), των

---

<sup>42</sup> Πρακτικά συνεδρίου : Τουρισμός και περιβάλλον στις νησιωτικές περιφέρειες, Ηράκλειο Κρήτης , Μάρτιος 1999.

αρχαιολογικών χώρων μας, των βυζαντινών εκκλησιών και μοναστηριών συνθέτουν ένα υπόστρωμα κατάλληλο για την ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού.

Η σπουδαιότητα του τουρισμού για την περιφέρεια της Κρήτης είναι ιδιαίτερα εμφανής στην μεταπολεμική περίοδο από τη ραγδαία μεταβολή που προκάλεσε στην απασχόληση. Ενώ το 1971 4.206 άτομα είχαν απασχοληθεί άμεσα στον τουρισμό, το 1988 ο αριθμός ανέρχεται σε 188.939 άτομα.

Σήμερα, ένας στους πέντε τουρίστες (περίπου 2.500.000) που επισκέπτονται τη χώρα μας, προτιμούν την Κρήτη ως τόπο των διακοπών τους. Το 41% από αυτούς έχει επισκεφθεί το νησί στο παρελθόν 3,5 φορές κατά μέσο όρο και το 21% έχει επισκεφθεί την Κρήτη και τον προηγούμενο χρόνο. Παρουσιάζεται μάλιστα μια υψηλή επαναληπτικότητα όσον αφορά στις επιλογές των τουριστών σχετικά με τους προορισμούς που προτιμούν, οι οποίες υποδηλώνουν υψηλή πίστη (customer loyalty). Ένα ποσοστό 86% δηλώνει ευχαριστημένο όσον αφορά στην εκπλήρωση των προσδοκιών του, εκφράζοντας υψηλή πρόθεση για επίσκεψη στο μέλλον (83%), πρόθεση επίσκεψης τον αμέσως επόμενο χρόνο (22%) και σύσταση των ίδιων διακοπών σε φίλους και γνωστούς (76%). Αναλογικά υψηλό ποσοστό θεωρεί την Κρήτη το καλύτερο μέρος που έκανε διακοπές (23%), σε σύγκριση με άλλους προορισμούς της Ελλάδας (11%) και σε σύγκριση με όλες τις χώρες του κόσμου που έχει επισκεφθεί, συμπεριλαμβανομένων χωρών όπου οι διακοπές ήταν διαφορετικού τύπου. Υψηλό επίσης εμφανίζεται το ποσοστό θετικής σύγκρισης των διακοπών των τουριστών στην Κρήτη (72%) με το πιο αγαπημένο τους μέρος θερινών διακοπών.

Τέλος τα συγκριτικά πλεονεκτήματα της περιφέρειας Κρήτης<sup>43</sup>, τα οποία λαμβάνονται υπόψη στη διαμόρφωση της αναπτυξιακής στρατηγικής για την περίοδο 2000-2006 είναι :

- Η θέση της περιφέρειας στη Ν.Α. Μεσόγειο.
- Τα δυναμικά αστικά κέντρα Ηρακλείου-Χανίων.
- Η σημαντική θέση της Κρήτης στην τουριστική αγορά.
- Ο έντονος εξαγωγικός προσανατολισμός και ο δυναμισμός του πρωτογενούς τομέα και του τουρισμού.
- Η ύπαρξη ισχυρού εκπαιδευτικού ιστού.
- Η θετική δημογραφική εξέλιξη και το μικρό ποσοστό ανεργίας.
- Το κλίμα και το φυσικό περιβάλλον.

Παράλληλα, λαμβάνονται υπόψη οι υφιστάμενοι περιορισμοί, για τους οποίους θα πρέπει να αναληφθούν οι κατάλληλες δράσεις, που είναι :

- Η επιβάρυνση του μεταφορικού κόστους, λόγω του νησιωτικού χαρακτήρα της περιφέρειας.
- Οι θύλακες άναρχης τουριστικής συγκέντρωσης και η έντονη εξάρτηση από το μαζικό τουρισμό.
- Το χαμηλό επίπεδο ανάπτυξης του δευτερογενούς τομέα.
- Οι έντονες πιέσεις στο περιβάλλον από την υπερσυγκέντρωση πληθυσμού και δραστηριοτήτων στο βόρειο τμήμα.
- Οι έντονες πιέσεις και τα προβλήματα στις μεγάλες αστικές συγκεντρώσεις (κυρίως στο Ηράκλειο)
- Οι αυξημένες απαιτήσεις σε υποδομές λόγω μεγάλης διασποράς του πληθυσμού σε πολυάριθμους μικρούς οικισμούς.
- Ο σχετικά μικρός βαθμός εξειδίκευσης του ανθρώπινου δυναμικού.

---

<sup>43</sup> “Αφιέρωμα στην Κρήτη”, Τουρισμός & Οικονομία, τεύχος 274, Μάιος 2002, σελ 79.

## **4.2) ΚΡΗΤΗ ΚΑΙ ΘΕΡΑΠΕΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ**

Ο τουρισμός υγείας παραπέμπει συνήθως στον ιαματικό τουρισμό. Στην Κρήτη δεν υπάρχουν ιαματικά νερά, με εξαίρεση την περίπτωση της πηγής στον οικισμό Παρνασσός στο Δήμο Ρούβα Ν. Ηρακλείου, που κατά την χρονιά 2002 άρχισε μελέτη σκοπιμότητας ίδρυσης θεραπευτηρίου. Υπάρχει όμως το καλό κλίμα και οι κατά τόπους συνθήκες που μπορούν να αποτελέσουν ευνοϊκό παράγοντα προσέλκυσης ειδικών κατηγοριών τουριστών που αναζητούν να περάσουν τις διακοπές τους σε ένα υγιεινό περιβάλλον.

Οι υφιστάμενες υποδομές στο νησί είναι :

\_ Το Μεσογειακό Κέντρο Διακοπών Αιμοκάθαρσης ΜΕΣΟΓΕΙΟΣ ΑΕ.

Λειτουργεί από το 2001 στα Καλέσα και αποτελεί πρότυπο κέντρο Υγείας και θεραπευτικής. Βρισκόμενο σε μια περιοχή του νομού εκτός του κέντρου της πόλης, μπορεί να αποτελέσει θύλακα τουριστικής ανάπτυξης για την περιοχή, αποφέροντας σημαντικά οφέλη για αυτήν.

\_ Τα Κέντρα Θαλασσοθεραπείας : μια νέα μορφή υποδομών- εγκαταστάσεων που κερδίζει ολοένα και περισσότερους οπαδούς, ντόπιους και ξένους και που χρησιμοποιείται από όλους, ανεξάρτητα από ειδικά προβλήματα υγείας είναι η θαλασσοθεραπεία. Κέντρα τέτοια υπάρχουν μόνο δύο στην Κρήτη, το Creta Maris και το Royal Mare της Aldemar.

\_ Το Κέντρο ΒΕΜΜΟ για τη θεραπεία οφθαλμολογικών προβλημάτων, το οποίο λειτουργεί στο ΠΕΠΑΓΝΗ<sup>44</sup> (Ν. Ηρακλείου) και πραγματοποιεί εξειδικευμένες επεμβάσεις μείωσης της μυωπίας και άλλων οφθαλμολογικών παθήσεων με τη βοήθεια του λέιζερ. Ιδιαίτερα πρωτοποριακή είναι η πρωτοβουλία ίδρυσης του <<Κέντρου Αθλητικής Όρασης>>, στο πλαίσιο του οποίου θα υπάρχει ειδική συνεργασία με τουριστικούς πράκτορες και

<sup>44</sup> ΠΕΠΑΓΝΗ :Περιφερειακό Πανεπιστημιακό Γενικό Νοσοκομείο Ηρακλείου

ξενοδόχους ώστε να προωθούνται εξειδικευμένα πακέτα προς τους ενδιαφερόμενους αθλητές από όλη την Ευρώπη που θέλουν να πραγματοποιήσουν τέτοια επέμβαση και ταυτόχρονα να κάνουν διακοπές στην Κρήτη.

Αναφέρεται τέλος η πρόταση διερεύνησης της σκοπιμότητας για τη δημιουργία ενός Κέντρου αντιμετώπισης αναπνευστικών προβλημάτων στην ορεινή Σητεία, η οποία έγινε στα πλαίσια μελέτης ανάπτυξης οικότουρισμού στους οικισμούς της ορεινής Σητείας, με αφορμή το πολύ καλό κλίμα της περιοχής<sup>45</sup>.

### **4.3) MESOGEIOS**

Ως παράδειγμα για την παρούσα εργασία, διεξήχθη έρευνα στο ξενοδοχείο MESOGEIOS : Mediterranean Holiday Dialysis Center, ένα κέντρο Διακοπών Αιμοκάθαρσης το οποίο βρίσκεται στην περιοχή Καλέσσα του δήμου Γαζίου, στα περίχωρα του Ηρακλείου στην Κρήτη. Πρόκειται για μια πρότυπη τουριστική μονάδα, την πρώτη και μοναδική στην Ελλάδα που απευθύνεται σε τουρίστες με προβλήματα υγείας και ανάγκης συνεχούς ιατρικής φροντίδας, προσφέροντάς τους τη δυνατότητα ξέγνοιαστων διακοπών. Το ξενοδοχείο είναι εγκατεστημένο στην περιοχή του Ηρακλείου Κρήτης, σε μια άρτια ανεπτυγμένη τουριστικά ζώνη, παρέχοντας υπηρεσίες πολυτελούς ξενοδοχείου πρώτης κατηγορίας, μεταφοράς και ξενάγησης των τουριστών στην ευρύτερη περιοχή, διασκέδασης και κοινωνικές δραστηριότητες, υπηρεσίες τουριστικού πρακτορείου καθώς και υψηλής ποιότητας ιατρική φροντίδα των πελατών με ιατρικό προσωπικό σε 24ωρη βάση, τελευταίας τεχνολογίας ιατρικά μηχανήματα, μονάδες αιμοκάθαρσης σε κάθε δωμάτιο και δυνατότητα διάφορων ιατρικών εξετάσεων.

---

<sup>45</sup> Εταιρία αναπτυξιακών μελετών: "Μελέτη τουριστικής ανάπτυξης της περιφέρειας Κρήτης", Κρήτη 2001.

Ο συνδυασμός των παραπάνω υπηρεσιών δίνει την ευκαιρία σε άτομα που χρήζουν καθημερινής ιατρικής επίβλεψης και φροντίδας, να μπορούν να κάνουν διακοπές σαν υγιείς άνθρωποι, πράγμα που φάνταζε πολύ δύσκολο πριν από μερικά χρόνια. Οι ασθενείς βρίσκονται συνεχώς υπό τη στενή παρακολούθηση του νοσηλευτικού και ιατρικού προσωπικού, το οποίο όχι μόνο έχει επιλεγεί με αυστηρά κριτήρια για το υψηλό μορφωτικό του επίπεδο και την εντυπωσιακή εμπειρία του στον χώρο, αλλά επιπλέον έχει λάβει πρόσθετη ολοκληρωμένη εκπαίδευση στο κέντρο. Οι γιατροί του ΜΕΣΣΟΓΕΙΟΣ είναι παρόντες σε κάθε αιμοκάθαρση, ενώ παραμένουν στη διάθεση των ασθενών όλο το 24ωρο, είτε για την παροχή μιας απλής συμβουλής είτε για την αντιμετώπιση κάποιου έκτακτου περιστατικού.

Το τουριστικό γραφείο του ΜΕΣΣΟΓΕΙΟΣ προσφέρει την πλέον αξιόπιστη και λεπτομερή πληροφόρηση για το νησί, αλλά και διοργανώνει πολλές εκδρομές στα πολυάριθμα αξιοθέατά του. Με τον τρόπο αυτό, παρέχει στους επισκέπτες του τη δυνατότητα να επισκεφτούν εύκολα τα σημαντικά μνημεία, τις ενδιαφέρουσες τοποθεσίες και όλες γενικά τις κρυφές ομορφιές της Κρήτης. Το τουριστικό γραφείο του ΜΕΣΣΟΓΕΙΟΣ μπορεί να δώσει χρήσιμες πληροφορίες για τα ξενοδοχεία της περιοχής και να κάνει την κράτηση για τη διαμονή σε αυτό.

**ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ**

1. Τουριστική αγορά, τεύχος 148, Μάιος 2002,σελ 61-63.
2. Πρακτικά συνεδρίου : Τουρισμός και περιβάλλον στις νησιωτικές περιφέρειες, Ηράκλειο Κρήτης , Μάρτιος 1999.
3. “Αφιέρωμα στην Κρήτη”, Τουρισμός & Οικονομία, τεύχος 274, Μάιος 2002, σελ 79.
4. Εταιρία αναπτυξιακών μελετών:“Μελέτη τουριστικής ανάπτυξης της περιφέρειας Κρήτης”, Κρήτη 2001.



## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 ΕΡΕΥΝΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ**

### **5.1) ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΕΡΕΥΝΑ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ**

Η φιλοσοφία του μάρκετινγκ στοχεύει στην οργανική σύνδεση μιας επιχείρησης με το εξωτερικό της περιβάλλον. Στο κέντρο της φιλοσοφίας αυτής βρίσκεται η κατανόηση ότι ο λόγος ύπαρξης μιας επιχείρησης είναι η ικανοποίηση των αναγκών των καταναλωτών. Κατά συνέπεια μια τουριστική επιχείρηση θα πρέπει να προσφέρει στους καταναλωτές προϊόντα και υπηρεσίες τα οποία ανταποκρίνονται στις συγκεκριμένες ανάγκες<sup>46</sup>. Η επιχείρηση που προσφέρει ένα προϊόν χωρίς να λαμβάνει υπόψη τις πραγματικές ανάγκες των εν δυνάμει καταναλωτών κινδυνεύει να θέσει στην αγορά ένα εξαιρετικό κατά τα άλλα προϊόν, το οποίο όμως ενδεχομένως κανείς να μην επιθυμεί και κατά συνέπεια κανείς να μην αγοράζει.

Το μάρκετινγκ αποτελεί στην πράξη μια κυκλική διαδικασία η οποία περιλαμβάνει τη διεξαγωγή έρευνας αγοράς, τον καθορισμό των στόχων του μάρκετινγκ, την υλοποίηση στρατηγικών, τη συνεχή αξιολόγηση των σχεδίων μάρκετινγκ και ξανά της έρευνας αγοράς. Είναι προφανές ότι η έρευνα μάρκετινγκ αποτελεί αναπόσπαστο τμήμα της όλης διαδικασίας η οποία εν μέρει στοχεύει στον εντοπισμό, ανταπόκριση και ικανοποίηση των επιθυμιών του κοινού.

Η συλλογή και ανάλυση πληροφοριών είναι αναγκαία για τη σωστή κατανόηση της δομής και της δυναμικής της τουριστικής αγοράς. Η έρευνα μάρκετινγκ σχετίζεται άμεσα με το σχεδιασμό και έλεγχο μάρκετινγκ : εάν δεν εξυπηρετεί κάποιον συγκεκριμένο στόχο τότε κρίνεται άσκοπη. Κατά συνέπεια, η έρευνα

---

<sup>46</sup> Ο βαθμός προσαρμογής μιας τουριστικής επιχείρησης στις ανάγκες των καταναλωτών μπορεί να υπολογιστεί πρακτικά και υποδηλώνει το βαθμό της αποτελεσματικότητας του μάρκετινγκ (marketing effectiveness)

μάρκετινγκ θα πρέπει να στοχεύει στην παροχή απαντήσεων σε ερωτήσεις, όπως για παράδειγμα οι παρακάτω<sup>47</sup> :

- Γιατί οι καταναλωτές αγοράζουν ή δεν αγοράζουν κάποιο συγκεκριμένο προϊόν;
- Αρέσει ή όχι στον καταναλωτή;
- Πόσοι άνθρωποι που αγοράζουν την παρούσα στιγμή το χρησιμοποιούν;
- Πόσοι άνθρωποι θα αγοράσουν το τουριστικό προϊόν ή υπηρεσία εάν μειωθεί ή αυξηθεί η τιμή του;
- Ποια είναι τα εναλλακτικά θέματα διαφήμισης που προτιμούνται από τους αγοραστές;

#### **5.1.1) ΕΡΕΥΝΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΕΡΕΥΝΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ**

Αξίζει στο σημείο αυτό να γίνει διαχωρισμός των εννοιών τουριστικό μάρκετινγκ και έρευνα τουριστικής αγοράς. Υπήρχαν στο παρελθόν πολλές προσπάθειες να οριστεί η έρευνα μάρκετινγκ, με αποτέλεσμα αρκετή σύγχυση. Θα πρέπει να ξεκαθαριστεί ότι ο όρος "έρευνα αγοράς" αποτελεί πλέον για τον περισσότερο κόσμο συνώνυμο της "έρευνας μάρκετινγκ". Όμως, για ακρίβεια, η έρευνα αγοράς ασχολείται κατά κύριο λόγο με την έρευνα και την περιγραφή των χαρακτηριστικών της αγοράς. Η έρευνα μάρκετινγκ εμπλέκει ένα ευρύτερο φάσμα δραστηριοτήτων και σχετίζεται με όλο το πλέγμα των ερευνητικών ενεργειών που απαιτούνται για την κατασκευή του μίγματος μάρκετινγκ. Κατά κάποιον τρόπο μπορεί να θεωρηθεί ότι η έρευνα αγοράς αποτελεί κομμάτι της έρευνας

---

<sup>47</sup> Churchill, G.Q., " Basic Marketing Research ", 2<sup>nd</sup> Edition, 1992,pp9.

μάρκετινγκ, αν και συχνά η έρευνα μάρκετινγκ βασίζεται στα αποτελέσματα της έρευνας αγοράς.

Σύμφωνα με τον Αμερικάνικο Σύνδεσμο Μάρκετινγκ η έρευνα μάρκετινγκ ορίζεται ως <sup>48</sup> : “ Η λειτουργία η οποία ενώνει τον καταναλωτή, πελάτη και κοινό με τον υπεύθυνο μάρκετινγκ διαμέσου πληροφοριών – πληροφοριών οι οποίες χρησιμοποιούνται για την αναγνώριση και τον ορισμό ευκαιριών και προβλημάτων της αγοράς, την παραγωγή , εκλέπτυνση και εκτίμηση πράξεων του μάρκετινγκ, την παρακολούθηση της απόδοσης και τη 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. ”

Ένας περιεκτικός ορισμός της έρευνας αγοράς προσφέρεται από τη Βρετανική Market Research Society<sup>49</sup> : “ Η έρευνα αγοράς είναι ο τρόπος με τον οποίο αυτοί οι οποίοι παρέχουν προϊόντα και υπηρεσίες παραμένουν σε στενή επαφή με τις ανάγκες και επιθυμίες αυτών που αγοράζουν και χρησιμοποιούν αυτά τα προϊόντα και υπηρεσίες παραμένουν σε στενή επαφή με τις ανάγκες και επιθυμίες αυτών που αγοράζουν και χρησιμοποιούν αυτά τα προϊόντα και υπηρεσίες.”

Παραφράζοντας τα παραπάνω, μπορεί να οριστεί η έρευνα της τουριστικής αγοράς ως “ Η έρευνα τουριστικής αγοράς είναι ο τρόπος με τον οποίο αυτοί οι οποίοι παρέχουν τουριστικά προϊόντα και υπηρεσίες παραμένουν σε στενή

---

<sup>48</sup> American Marketing Association , Report of the Definitions Committee, AMA, Chicago 1961.

<sup>49</sup> Christal P.M., “Marketing Research”, 3rd Edition, McGraw-Hill,1986,pp.43.

επαφή με τις ανάγκες και επιθυμίες αυτών που αγοράζουν και χρησιμοποιούν αυτά τα προϊόντα και υπηρεσίες”. Βασικό χαρακτηριστικό του τρόπου έρευνας αποτελεί η ύπαρξη οργανωμένων σχεδίων για τη συστηματική λήψη μελλοντικών αποφάσεων και την αξιολόγηση παλαιότερων.

### **5.1.2) Η ΧΡΗΣΙΜΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΣΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΓΟΡΑ**

Με βάση την υπάρχουσα γνώση και τη διεθνή εμπειρία, μπορεί να θεωρηθεί ότι η έρευνα τουριστικού μάρκετινγκ επικουρεί στην :

- Αξιολόγηση της παρούσας θέσης μιας τουριστικής επιχείρησης στην αγορά.
- Αξιολόγηση των προσφερομένων προϊόντων και υπηρεσιών.
- Επιλογή και εφαρμογή εναλλακτικών στρατηγικών μάρκετινγκ.
- Αξιολόγηση πιθανοτήτων επιτυχίας διαφορετικών στρατηγικών.

Κατά συνέπεια, η λειτουργία της έρευνας αγοράς αποσκοπεί στην παροχή πληροφοριών, οι οποίες θα βοηθήσουν την τουριστική επιχείρηση να αντιληφθεί, να κατανοήσει και να αντιδράσει σε ευκαιρίες ή προβλήματα που εμφανίζονται στην τουριστική αγορά.

Για μια τουριστική επιχείρηση, κύριο στόχο της έρευνας αποτελεί η διατήρηση της επαφής της με τις αγορές της. Η επαφή αυτή αποτελείται στην ουσία από μια αμφίδρομη σχέση μεταξύ επιχείρησης και καταναλωτών. Μέσω της σχέσης αυτής η επιχείρηση εξασφαλίζεται απέναντι στις αλλαγές της αγοράς και παράλληλα αποκτά τη δυνατότητα της διαρκούς προσαρμογής στις απαιτήσεις του κοινού. Παράλληλα, η έρευνα αγοράς χρησιμεύει και για τον εντοπισμό και ανάλυση ενός φάσματος προβλημάτων που σχετίζονται με :

- Την τουριστική αγορά (μέγεθος της αγοράς, δομή της αγοράς, τοποθεσία, κίνητρα και ανάγκες των καταναλωτών, μελλοντικές τάσεις, κλπ)

- Το τουριστικό προϊόν/ υπηρεσία (εικόνα-image, μάρκα-brandname, πληρότητα και επάρκεια, ποιότητα, καινοτομία, τιμή, κ.λ.π.)
- Και την τουριστική πολιτική μάρκετινγκ (κριτήρια για την τμηματοποίηση και την επιλογή τμημάτων αγοράς, στόχευση και τοποθέτηση στην αγορά, προώθηση και επικοινωνία, στρατηγική διανομής, κ.λ.π)

## **5.2) ΣΤΑΔΙΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ**

Για την διεξαγωγή της έρευνας απαιτείται ένας αριθμός βημάτων που θα πρέπει να πραγματοποιηθούν. Κατά καιρούς έχουν αναπτυχθεί διάφορα ερευνητικά μοντέλα, των οποίων ο αριθμός ποικίλει από έξι στάδια έως εννιά, ανάλογα με το συγγραφέα. Στην ουσία όλα περιέχουν τις ίδιες κατά βάση ερευνητικές δραστηριότητες. Ως πλέον αποδεκτό θεωρείται το μοντέλο ερευνητικής διαδικασίας των πέντε σταδίων :

Στάδιο 1 : Σύνοψη έρευνας

Στάδιο 2 : Ερευνητική πρόταση

Στάδιο 3 : Συλλογή στοιχείων

Στάδιο 4 : Ανάλυση και αξιολόγηση στοιχείων

Στάδιο 5 : Ετοιμασία και παρουσίαση της ερευνητικής πρότασης αναφοράς

### **5.3) ΣΥΝΟΠΤΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΕΡΕΥΝΑΣ**

Η έρευνα πραγματοποιήθηκε στη θεραπευτική μονάδα "Μεσόγειος" στην περιοχή Καλέσα Ηρακλείου Κρήτης.

Από την κατά φύλο επεξεργασία των ερωτηματολογίων προέκυψαν ενδιαφέροντα στοιχεία για την έρευνά. Οι περισσότεροι ασθενείς είναι ευχαριστημένοι από τις υπηρεσίες που παρέχει το Μεσόγειος και διατίθενται να το ξαναεπισκεφτούν. Οι περισσότεροι από αυτούς είναι Άγγλοι (ποσοστό 47,5%) εφόσον την περίοδο που έγινε η δειγματοληψία επισκέπτονται τη μονάδα τουρίστες και δη Άγγλοι.

Οι περισσότεροι ασθενείς για να επισκεφτούν το Μεσόγειος έλαβαν υπόψη τους διάφορους παράγοντες, όπως για παράδειγμα τα διαφημιστικά προσπέκτους (ποσοστό 45% / 18 άτομα έμειναν πολύ ευχαριστημένα από την ενημέρωση που έλαβαν από αυτά), τη γνώμη του γιατρού τους (ποσοστό 50% / 20 από τα 40 άτομα) και τα μηχανήματα που υπάρχουν στη μονάδα (ποσοστό 42,5% / 17 από τα 40 άτομα έμειναν πολύ ευχαριστημένα από αυτά).

Κατά τη διάρκεια της αιμοκάθαρσης τα περισσότερα άτομα ασχολούνται με μουσική, συζήτηση, διάβασμα και με το να παρακολουθούν τηλεόραση (ποσοστό 17,5% / 7 άτομα). 7 άτομα επίσης κατά τη διάρκεια της αιμοκάθαρσης κοιμούνται, ακούν μουσική και βλέπουν τηλεόραση.

Στην 5<sup>η</sup> ενότητα στους ερωτώμενους υποβάλλεται η ερώτηση αν έμειναν και κατά πόσο ευχαριστημένοι από τη λειτουργία του Μεσόγειος. Συγκεκριμένα πάρα πολύ ευχαριστημένα έμειναν 33 άτομα (ποσοστό 82,5%) σχετικά με την φιλοξενία που τους παρασχέθηκε, 36 άτομα (ποσοστό 90%) για την φιλοξενία,

36 άτομα για τους κήπους , 35 άτομα (ποσοστό 87,5%) για την καθαριότητα και το ίδιο ποσοστό για την ποιότητα.

Στην ενότητα 6 το 90 % των ερωτηθέντων έμεινε πολύ ευχαριστημένο από το ξενοδοχείο που τους φιλοξένησε.

Στην ενότητα 7, σχετικά με την ικανοποίηση από τη λειτουργία του Μεσόγειος και τις διακοπές στην Κρήτη, ένα ποσοστό 80% (32 από τα 40 άτομα) έμειναν ευχαριστημένοι από τις διακοπές στην Κρήτη και γι αυτό 27 άτομα θεωρούν πολύ πιθανό να την ξαναεπισκεφθούν, ενώ 13 άτομα απαντούν ότι αυτό είναι αρκετά πιθανό, ποσοστά 67,5% και 32,5% αντίστοιχα. Όσον αφορά το Μεσόγειος το 75 % των ερωτηθέντων θεωρούν πολύ πιθανό να το ξαναεπισκεφθούν και οι υπόλοιποι αρκετά πιθανό.

Στην ερώτηση “Προτάσεις για να βελτιωθούν οι υπηρεσίες του Μεσόγειος” οι περισσότεροι δεν απάντησαν και οι περισσότεροι από αυτούς που απάντησαν θεωρούν ότι δεν χρειάζεται να αλλάξει τίποτα, κρίνουν δηλαδή τις υπηρεσίες ιδιαίτερα ικανοποιητικές, ποσοστό 25%.

Τέλος, όσον αφορά τα δημογραφικά στοιχεία της έρευνας το 62,5 % των ερωτηθέντων είναι απόφοιτοι σχολών ανώτατης εκπαίδευσης και 12 άτομα από τα 40 (ποσοστό 30%) είναι συνταξιούχοι, άτομα μεγαλύτερης ηλικίας. Σχετικά με την ηλικία αξίζει να αναφερθεί ότι από 7 άτομα , σύνολο 21 άτομα ανήκουν στα ακόλουθα ηλικιακά γκρουπ: 41-45, 46-50 και 56-60.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ**

Στα κεφάλαια της εργασίας που προηγήθηκαν, έγινε εκτεταμένη αναφορά, τόσο στον τουρισμό υγείας όσο και στα χαρακτηριστικά του ιαματικού τουριστικού προϊόντος. Τα τελευταία χρόνια αυξάνονται συνεχώς τα επιχειρήματα υπέρ της διαφοροποίησης του παρεχόμενου ιαματικού προϊόντος το οποίο θα μπορεί να καλύψει τις νέες ανάγκες της συγκεκριμένης αγοράς.

Σχετικά με τη φυσιογνωμία του παρεχόμενου προϊόντος διενεργήθηκε έρευνα μέσω ερωτηματολογίου<sup>50</sup>. Οι δύο κύριες κατηγορίες των πληροφοριών έρευνας είναι η πρωτογενής και η δευτερογενής. Η πρωτογενής έρευνα στηρίζεται στη συλλογή πρωτογενών στοιχείων, στοιχεία πρωτότυπα και συγκεντρώνονται ειδικά για τη λύση κάποιου συγκεκριμένου προβλήματος<sup>51</sup>. Η δευτερογενής έρευνα αντίθετα στηρίζεται στη συλλογή στοιχείων που υπάρχουν ήδη εντός και εκτός της επιχείρησης. Τα στοιχεία αυτά στις περισσότερες περιπτώσεις έχουν συγκεντρωθεί για κάποιο άλλο σκοπό.

Υπάρχουν πολλές διαθέσιμες τεχνικές έρευνας και στατιστικής. Το ερωτηματολόγιο είναι τεχνική για τη συλλογή πρωτογενών στοιχείων. Ένα καλό ερωτηματολόγιο είναι ένα από τα θεμελιώδη στοιχεία για τη συλλογή ποιοτικών πληροφοριών της έρευνας. Τα ερωτηματολόγια στάλθηκαν στους ασθενείς του Μεσόγειος (Ελληνες, Άγγλοι). Για την επεξεργασία των απαντήσεων του ερωτηματολογίου χρησιμοποιήθηκε το Microsoft Excel. Μέσω του λογιστικού αυτού φύλλου δημιουργήθηκε πίνακας με τις απαντήσεις και πίτες όπου παρουσιάζονται διαγραμματικά τα αποτελέσματα. Στον πίνακα απεικονίζονται

---

<sup>50</sup> Annals of tourism research, "The evolution of tourism historical and contemporary perspectives", Volume 12 – Number 3, 1985.

<sup>51</sup> Χρήστου Ε, Έρευνα Τουριστικής Αγοράς, εκδόσεις Interbooks, Αθήνα 1999.



συνοπτικά τα αποτελέσματα των απαντήσεων. Για την δημιουργία του έγινε κωδικοποίηση των απαντήσεων χρησιμοποιώντας αριθμούς. Κάθε κοινή απάντηση αντιστοιχεί σε ένα αριθμό. Η χρήση κωδικών που απεικονίζουν τα επιμέρους αποτελέσματα είναι απαραίτητη ώστε να διευκολύνεται η διαδικασία της ομαδοποίησής τους. Στη συνέχεια υπολογίστηκαν τα ποσοστά κάθε απάντησης στο σύνολο των απαντήσεων και τα ποσοστά αυτά παρουσιάζονται για κάθε ερώτηση με την μορφή πίτας. Οι γραφικές απεικονίσεις αποτελούν την δημοφιλέστερη μέθοδο παρουσίασης ποσοτικών στοιχείων. Τα γραφήματα χαρακτηρίζονται από υψηλή περιεκτικότητα και ταχύτατη κατανόηση των πληροφοριών που περιέχουν. Έτσι κάθε αναγνώστης μπορεί εύκολα να βγάλει τα συμπεράσματά του για κάθε ερώτηση και περαιτέρω για την έρευνα. Τα γραφήματα κατασκευάστηκαν με τη βοήθεια του Microsoft Excel. Τα πιτογράμματα έχουν τη μορφή κύκλου που είναι χωρισμένος σε διάφορα τμήματα. Σε κάθε τμήμα αντιστοιχεί και μία ερώτηση.

Με τη βοήθεια της έρευνας αυτής η επιχείρηση “Μεσόγειος” θα είναι σε θέση να αξιολογήσει τη θέση της στην αγορά, να αξιολογήσει την ποιότητα του προσφερόμενου προϊόντος της και την πιθανότητα επιτυχίας διαφορετικών στρατηγικών. Πως δηλ με διαφοροποίηση του προϊόντος μπορεί να προσελκύσει περισσότερους πελάτες και δη ευχαριστημένους. Η τουριστική λοιπόν έρευνα βοηθάει πρώτα την ίδια την επιχείρηση να συνειδητοποιήσει τα δυνατά και αδύνατα σημεία της και έπειτα το ευρύ κοινό.

### **Ορισμός πληθυσμού**

Η έρευνα αφορά Έλληνες τουρίστες – επισκέπτες και ξένους τουρίστες που επισκέπτονται το Μεσόγειο.

### **Μέθοδος δειγματοληψίας – Μέθοδος Δείγματος**

Η έρευνα πραγματοποιήθηκε μεταξύ Οκτώβρη-Νοέμβρη 2003. Το δείγμα ήταν 49 ασθενείς–επισκέπτες του Μεσόγειο. Ερωτηματολόγια συμπλήρωσαν 40 άτομα. Τα υπόλοιπα 9 ερωτηματολόγια κρίθηκαν είτε ελλιπή, είτε ελαττωματικά, διότι σκόπιμα υπήρχαν λανθασμένες απαντήσεις ή σε άλλες περιπτώσεις δεν είχαν συμπληρωθεί όλες οι ερωτήσεις, είτε σκόπιμα είτε από παράλειψη και δεν συμπεριελήφθησαν στην ανάλυση.

Η διανομή και συμπλήρωση των ερωτηματολογίων έγινε λαμβάνοντας υπόψη δύο βασικά κριτήρια :

1. Τον μέσο απαιτούμενο χρόνο συμπλήρωσης του ερωτηματολογίου, ο οποίος δεν υπερβαίνει τα δέκα λεπτά.
2. και τις ώρες λειτουργίας του Μεσόγειο ( 9 π.μ. έως 5 μ.μ )

Αναλυτικότερα, η διανομή των ερωτηματολογίων γινόταν κάθε Πέμπτη και Παρασκευή για μισή ώρα. Μέσα σε αυτό το χρονικό διάστημα κατάφεραν να συγκεντρωθούν απαντήσεις από τους 40 ασθενείς.

### **Δομή Ερωτηματολογίου**

Το ερωτηματολόγιο αποτελείται από 26 ερωτήσεις, εκ των οποίων 17 από αυτές είναι κλειστές ερωτήσεις ενώ οι υπόλοιπες 8 είναι ανοιχτές, ενώ στο τέλος υπάρχει και μια ενότητα με τα δημογραφικά στοιχεία των ερωτώμενων. Το ερωτηματολόγιο χωρίζεται σε 9 ενότητες. Πιο συγκεκριμένα ισχύουν τα ακόλουθα:

### **Ενότητα 1 : Συχνότητα επίσκεψης στο Μεσόγειο**

Οι ερωτήσεις της πρώτης ενότητας διερευνούν τη συχνότητα επίσκεψης στο Μεσόγειο και στην Κρήτη και συγκεκριμένα διευκρινίζεται :

- Αν είναι η πρώτη φορά που επισκέπτονται την Κρήτη ή αν την έχουν επισκεφτεί στο παρελθόν.
- Αν είναι η πρώτη φορά που επισκέπτονται το Μεσόγειο ή αν το έχουν επισκεφτεί στο παρελθόν.
- Πόσο καιρό ταξιδεύουν ως νεφροπαθείς.
- Τα σημαντικότερα κριτήρια επιλογής του Μεσόγειο.

### **Ενότητα 2 : Επίσκεψη σε άλλο κέντρο αιμοκάθαρσης**

Οι ερωτήσεις στην ενότητα εστιάζονται σε θέματα που αφορούν το άλλο κέντρο αιμοκάθαρσης. Συγκεκριμένα :

- Επίσκεψη ή όχι σε άλλο κέντρο αιμοκάθαρσης στο παρελθόν και που βρισκόταν το κέντρο αυτό.
- Πως έγινε η ενημέρωση για το άλλο κέντρο και αν έμειναν ευχαριστημένοι από αυτό.
- Ποιο κέντρο ήταν ποιο οικείο, σε τι ξεχώριζε και ποιο τελικά ήταν το καλύτερο.

### **Ενότητα 3 : Πως γίνεται η επιλογή ενός κέντρου**

Οι ερωτήσεις της ενότητας αυτής αφορούν τους πιο σημαντικούς παράγοντες κατά την κρίση των ασθενών για την επιλογή ενός κέντρου αιμοκάθαρσης.

- Οι παράγοντες που διερευνούνται είναι οι εξής : Χώρα, Η γνώμη των γνωστών που επισκέφτηκαν το κέντρο, Τα προσπεκτούς που είδα, Η φήμη του κέντρου (εάν είναι γνωστό), Η γνώμη του γιατρού μου, Γιατρός του κέντρου, Μηχανήματα και άλλος λόγος.

#### **Ενότητα 4 : Δραστηριότητες κατά τη διάρκεια της αιμοκάθαρσης**

Οι ερωτήσεις αυτής της νεότητας αφορούν τις δραστηριότητες κατά τη διάρκεια της αιμοκάθαρσης. Οι ερωτηθέντες επιλέγουν από συγκεκριμένες ερωτήσεις και συγκεκριμένα από τις ακόλουθες : Κοιμάμαι, Ακούω μουσική, Βλέπω τηλεόραση, Συζητώ και Διαβάζω.

#### **Ενότητα 5: Ικανοποίηση – Παράπονα από τη λειτουργία του Μεσόγειος**

Στην ενότητα αυτή διερευνάται η ικανοποίηση των ασθενών για τις λειτουργίες που σχετίζονται με το Μεσόγειος, αν έχουν κάποιο παράπονο για κάποιο μέλος του προσωπικού του Μεσόγειος και αν αντιμετώπισαν κάποιο πρόβλημα με την ασφάλεια ή το νοσοκομείο όταν ενημέρωσαν για την επίσκεψη στο Μεσόγειος.

#### **Ενότητα 6 : Άποψη για το ξενοδοχείο**

Στην ερώτηση αυτή δίνεται η δυνατότητα στους ασθενείς να εκφράσουν την άποψη τους για το ξενοδοχείο που διέμεναν κατά τη διάρκεια της αιμοκάθαρσης. Είναι υπό μορφή ανοιχτής ερώτησης και έτσι έχουν τη δυνατότητα να διατυπώσουν ελεύθερα την ικανοποίηση ή δυσαρέσκειά τους για το ξενοδοχείο.

#### **Ενότητα 7: Ευχαριστημένοι ή όχι από το Μεσόγειος και Κρήτη και πιθανότητα επανάληψης της επίσκεψης στο μέλλον**

Στην ενότητα αυτή οι ερωτώμενοι καλούνται να απαντήσουν για το αν είναι ευχαριστημένοι ή όχι από την επίσκεψή τους στο Μεσόγειος και στην Κρήτη και

αν προτίθενται να το ξαναεπιαναλάβουν. Τι είναι αυτό που τους απογοήτευσε και αυτό που τους τράβηξε περισσότερο την προσοχή.

### **Ενότητα 8 : Προτάσεις για βελτίωση των υπηρεσιών στο Μεσόγειο**

Στην ερώτηση αυτή δίνεται η δυνατότητα στους ερωτώμενους να διατυπώσουν τις προτάσεις τους για βελτίωση των υπηρεσιών του Μεσόγειο.

### **Ενότητα 9 : Δημογραφικά στοιχεία**

Οι ερωτήσεις της τελευταίας ενότητας έχουν σαν στόχο να σκιαγραφήσουν το προφίλ των ερωτώμενων με βάση τα παρακάτω δημογραφικά στοιχεία:

- Οικογενειακή κατάσταση
- Ηλικιακή ομάδα
- Φύλο
- Εκπαίδευση
- Επάγγελμα
- Εθνικότητα

#### **Στόχοι του ερωτηματολογίου ήταν :**

A. Να ανακαλύψει το προφίλ των ασθενών.

B. Τις δραστηριότητες και ενδιαφέροντα των ασθενών κατά τη διάρκεια παραμονής.

Γ. Το βαθμό γνωριμίας της περιοχής και των ιδιοτεροτήτων της Κρήτης και δη του Ηρακλείου.

Δ. Την ανακάλυψη των στοιχείων εκείνων που θα μπορούσαν να αποτελέσουν πόλο έλξης για τους ασθενείς και

Ε. Αυτά που θεωρούνται από τους ασθενείς ως μειονεκτήματα για το συγκεκριμένο τουριστικό προορισμό.

Για μια πιο ακριβή λοιπόν περιγραφή της κατάστασης που επικρατεί στον ελληνικό χώρο σχετικά με τον τουρισμό υγείας διενεργήθηκε έρευνα μέσω ερωτηματολογίου στο Μεσόγειο. Η διεξαγωγή της έρευνας κρίθηκε αναγκαία καθώς έπρεπε να συλλεχθούν και ποιοτικά στοιχεία για το συγκεκριμένο κλάδο, π.χ. ποσοστό Ελλήνων και αλλοδαπών επισκεπτών, αλλά και να καταγραφούν προβλήματα του συγκεκριμένου ιαματικού προϊόντος<sup>52</sup>. Αρκετές από τις ερωτήσεις είναι υπό τη μορφή <<ανοιχτής ερώτησης>>, ώστε να συλλεχθούν πιο ολοκληρωμένες πληροφορίες από τους ερωτηθέντες, και να μην εγκλωβιστούν στις απόψεις τρίτων. Το ερωτηματολόγιο που χρησιμοποιήθηκε για την εν λόγω έρευνα παρατίθεται στο παράρτημα. Το ίδιο ερωτηματολόγιο μεταφρασμένο στα Αγγλικά δόθηκε στους Άγγλους.

Για την εν λόγω έρευνα στάλθηκαν ερωτηματολόγια κατά την περίοδο Οκτώβριος – Νοέμβριος 2003 σε 49 άτομα, τα οποία βρίσκονταν εκείνη την περίοδο στην θεραπευτική μονάδα. Απαντήσεις συγκεντρώθηκαν σε 40 ερωτηματολόγια (ποσοστό 81,6%). Η επεξεργασία των απαντήσεων των ερωτήσεων έγινε σε Microsoft Excel. Στη συμπλήρωση των ερωτηματολογίων βοήθησε σημαντικά το ιατρικό προσωπικό της μονάδας το οποίο παρότρυνε τους ασθενείς να τα συμπληρώσουν κατά τον ελεύθερο χρόνο τους, είτε κατά την παραμονή τους στη μονάδα είτε κατά την παραμονή τους στο ξενοδοχείο. Το ποσοστό των ατόμων που απάντησε είναι ιδιαίτερα ικανοποιητικό. Αξίζει στο σημείο αυτό να αναφερθεί

---

<sup>52</sup> Κομίλης Π, Βαγιονής Ν, Τουριστικός σχεδιασμός, μέθοδοι και πρακτικές αξιολόγησης, Εκδόσεις Προπομπός, Αθήνα 2000.

ότι το Μεσόγειος επισκέπτονται τουρίστες κατά την περίοδο Απρίλιος–Οκτώβριος, με περιπτώσεις επιμήκυνσης ή μη της περιόδου αυτής.

Παρακάτω αναλύεται ο τρόπος που φτιάχτηκε ο πίνακας ο οποίος περιέχει όλα τα αποτελέσματα από τις απαντήσεις στα ερωτηματολόγια. Οι απαντήσεις στις ερωτήσεις φαίνονται στον πίνακα που παρατίθεται στο παράρτημα. Τα αποτελέσματα παρουσιάζονται διαγραμματικά με πίτες όπου φαίνονται οι απαντήσεις με ποσοστά. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στη χρήση κατατοπιστικών πινάκων και γραφημάτων ώστε η όλη παρουσίαση να είναι φιλική προς το χρήστη. Έπειτα από κάθε διάγραμμα ακολουθεί σχολιασμός αυτού και συμπεράσματα για την έρευνα.

Στο σημείο αυτό είναι αναγκαίο να τονιστεί πως έγινε μόνο περιγραφική ανάλυση των ευρημάτων της έρευνας, διότι η εκτεταμένη απαιτούμενη χρονική διάρκεια για μια πλήρη ανάλυση των ευρημάτων μιας πρωτογενούς έρευνας αυτού του μεγέθους ξεφεύγει από τα πλαίσια της διπλωματικής εργασίας.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7 ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΕΡΕΥΝΑΣ**

### **7.1) ΣΥΝΟΠΤΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΕΡΕΥΝΑΣ**

Η έρευνα πραγματοποιήθηκε στη θεραπευτική μονάδα “Μεσόγειος” στην περιοχή Καλέσα Ηρακλείου Κρήτης.

Από την κατά φύλο επεξεργασία των ερωτηματολογίων προέκυψαν ενδιαφέροντα στοιχεία για την έρευνα. Οι περισσότεροι ασθενείς είναι ευχαριστημένοι από τις υπηρεσίες που παρέχει το Μεσόγειος και προτίθενται να το ξαναεπισκεφτούν. Οι περισσότεροι από αυτούς είναι Άγγλοι (ποσοστό 47,5%) εφόσον την περίοδο που έγινε η δειγματοληψία επισκέπτονται τη μονάδα τουρίστες και δη Άγγλοι.

Οι περισσότεροι ασθενείς για να επισκεφτούν το Μεσόγειος έλαβαν υπόψη τους διάφορους παράγοντες, όπως για παράδειγμα τα διαφημιστικά προσπέκτους (ποσοστό 45% / 18 άτομα έμειναν πολύ ευχαριστημένα από την ενημέρωση που έλαβαν από αυτά), τη γνώμη του γιατρού τους (ποσοστό 50% / 20 από τα 40 άτομα) και τα μηχανήματα που υπάρχουν στη μονάδα (ποσοστό 42,5% / 17 από τα 40 άτομα έμειναν πολύ ευχαριστημένα από αυτά).

Κατά τη διάρκεια της αιμοκάθαρσης τα περισσότερα άτομα ασχολούνται με μουσική, συζήτηση, διάβασμα και με το να παρακολουθούν τηλεόραση (ποσοστό 17,5% / 7 άτομα). 7 άτομα επίσης κατά τη διάρκεια της αιμοκάθαρσης κοιμούνται, ακούν μουσική και βλέπουν τηλεόραση.

Στην 5<sup>η</sup> ενότητα στους ερωτώμενους υποβάλλεται η ερώτηση αν έμειναν και κατά πόσο ευχαριστημένοι από τη λειτουργία του Μεσόγειος. Συγκεκριμένα πάρα πολύ ευχαριστημένα έμειναν 33 άτομα (ποσοστό 82,5%) σχετικά με την



φιλοξενία που τους παρασχέθηκε, 36 άτομα (ποσοστό 90%) για την φιλοξενία, 36 άτομα για τους κήπους, 35 άτομα (ποσοστό 87,5%) για την καθαριότητα και το ίδιο ποσοστό για την ποιότητα.

Στην ενότητα 6 το 90 % των ερωτηθέντων έμεινε πολύ ευχαριστημένο από το ξενοδοχείο που τους φιλοξένησε.

Στην ενότητα 7, σχετικά με την ικανοποίηση από τη λειτουργία του Μεσόγειος και τις διακοπές στην Κρήτη, ένα ποσοστό 80% (32 από τα 40 άτομα) έμειναν ευχαριστημένοι από τις διακοπές στην Κρήτη και για αυτό 27 άτομα θεωρούν πολύ πιθανό να την ξαναεπισκεφτούν, ενώ 13 άτομα απαντούν ότι αυτό είναι αρκετά πιθανό, ποσοστά 67,5% και 32,5% αντίστοιχα. Όσον αφορά το Μεσόγειος το 75 % των ερωτηθέντων θεωρούν πολύ πιθανό να το ξαναεπισκεφτούν και οι υπόλοιποι αρκετά πιθανό.

Στην ερώτηση “Προτάσεις για να βελτιωθούν οι υπηρεσίες του Μεσόγειος” οι περισσότεροι δεν απάντησαν και οι περισσότεροι από αυτούς που απάντησαν θεωρούν ότι δεν χρειάζεται να αλλάξει τίποτα, κρίνουν δηλαδή τις υπηρεσίες ιδιαίτερα ικανοποιητικές, ποσοστό 25%.

Τέλος, όσον αφορά τα δημογραφικά στοιχεία της έρευνας το 62,5 % των ερωτηθέντων είναι απόφοιτοι σχολών ανώτατης εκπαίδευσης και 12 άτομα από τα 40 (ποσοστό 30%) είναι συνταξιούχοι, άτομα μεγαλύτερης ηλικίας. Σχετικά με την ηλικία αξίζει να αναφερθεί ότι από 7 άτομα, σύνολο 21 άτομα ανήκουν στα ακόλουθα ηλικιακά γκρουπ: 41-45, 46-50 και 56-60.

**ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΕΡΕΥΝΑΣ**  
**ΕΝΟΤΗΤΑ 1 : ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΕΠΙΣΚΕΨΗΣ ΣΤΟ ΜΕΣΟΓΕΙΟΣ**

• **Συχνότητα επίσκεψης στην Κρήτη**

Την Κρήτη επισκέπτονται για πρώτη φορά 22 άτομα, ποσοστό 55%. Από τα 40 άτομα ένα είναι από την Κρήτη. Οι υπόλοιποι έχουν επισκεφτεί πάνω από μια φορά το νησί. Συγκεκριμένα, 2 φορές το έχουν επισκεφτεί 12 άτομα, ποσοστό 30% και 3 φορές 4 άτομα, ποσοστό 10%. Περισσότερες από 3 φορές απάντησαν ότι έχουν επισκεφτεί την Κρήτη ένα άτομο, ποσοστό 2,5 %. Τα παραπάνω παρουσιάζονται διαγραμματικά ως εξής :

**Διάγραμμα 1:**

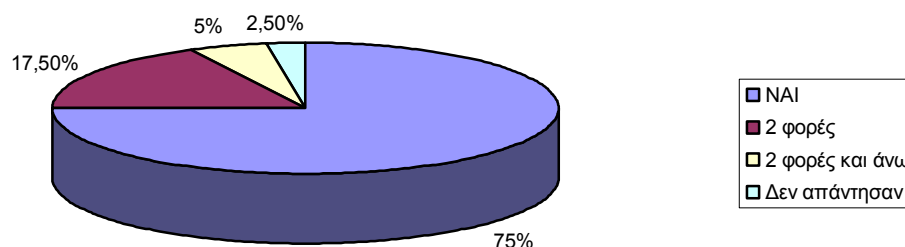


Το μεγαλύτερο λοιπόν ποσοστό επισκέπτεται για πρώτη φορά την Κρήτη, αναμενόμενο εφόσον την περίοδο που έγινε η λήψη των ερωτηματολογίων τη μονάδα είχαν επισκεφτεί περισσότεροι τουρίστες. Αξίζει να αναφέρουμε στο σημείο αυτό ότι την μονάδα επισκέπτονται τουρίστες κατά την περίοδο Απρίλιο-Οκτώβριο.

- **Συχνότητα επίσκεψης στο Μεσόγειο**

Από την έρευνα που προηγήθηκε προέκυψε ότι επισκέπτονται πρώτη φορά το Μεσόγειο 30 άτομα, ποσοστό 75%. 7 άτομα από τα 40 το επισκέπτονται για δεύτερη φορά, ποσοστό 17,5%, ενώ πάνω από 2 φορές απάντησαν 2 άτομα, ποσοστό 5 %. Τέλος την ερώτηση δεν απάντησε 1 άτομο, ποσοστό 2,5%. Εμφανίζεται συχνά το φαινόμενο ορισμένα άτομα να μην απαντούν σε κάποιες ερωτήσεις. Τα παραπάνω παρουσιάζονται διαγραμματικά ως εξής :

**Διάγραμμα 2 : Επισκέπτεστε για πρώτη φορά το Μεσόγειο;**

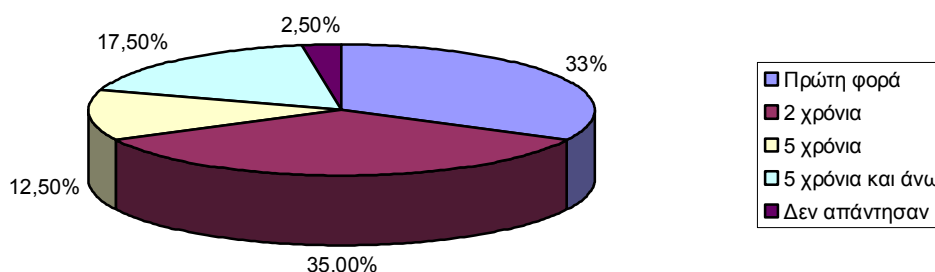


Το μεγαλύτερο επομένως ποσοστό των ασθενών επισκέπτεται για πρώτη φορά το Μεσόγειο, αφού όπως διαπιστώσαμε από την προηγούμενη ερώτηση οι περισσότεροι ερωτηθέντες επισκέπτονται για πρώτη φορά την Κρήτη. Μεταξύ λοιπόν των δύο ερωτήσεων υπάρχει συσχέτιση. Στην περίπτωση λοιπόν που από την προηγούμενη ερώτηση γνωρίζουμε ότι ένα άτομο επισκέπτεται για πρώτη φορά την Κρήτη είναι λογικό να περιμένουμε να απαντήσει στη συγκεκριμένη ερώτηση ότι επισκέπτεται και πρώτη φορά το Μεσόγειο.

- **Συχνότητα ταξιδιών ως νεφροπαθής**

13 από τα 40 άτομα απάντησαν ότι είναι η πρώτη φορά που ταξιδεύουν ως νεφροπαθείς, ποσοστό 32,5 %. 14 άτομα ταξιδεύουν για 2 χρόνια, ποσοστό 35%, ενώ για 5 χρόνια ως νεφροπαθείς ταξιδεύουν 5 άτομα, ποσοστό 12,5%. Πάνω από 5 χρόνια απάντησαν 7 άτομα, ποσοστό 17,5%. Τέλος ένα άτομο δεν απάντησε στην ερώτηση, ποσοστό 2,5%.

**Διάγραμμα 3 : Συχνότητα ταξιδιών των νεφροπαθών**



Συμπέρασμα: Τα περισσότερα άτομα ταξιδεύουν ως νεφροπαθείς 2 χρόνια, ποσοστό 35 %. Από αυτό διαπιστώνουμε ότι δεν είναι και τόσο εύκολη η μετακίνηση τέτοιων ατόμων καθώς πρέπει να βρίσκονται υπό στενή ιατρική παρακολούθηση και αυτό δυσκολεύει τα πράγματα. Το Μεσόγειος είναι μια μονάδα που δίνει τη δυνατότητα στους νεφροπαθείς να συνδυάσουν τις διακοπές τους στην Κρήτη με την θεραπεία. Συνδυασμός λοιπόν του “τερπνόν μετά του ωφελίμου”. Τα άτομα αυτά όχι μόνο πρέπει να υπόκεινται συχνά σε αιμοκάθαρση αλλά πρέπει να έχουν και κοντά τους ένα πρόσωπο που θα τους μεταφέρει κατά τις μετακινήσεις τους.

- **Κριτήρια επιλογής του Μεσόγειος**

Στη συγκεκριμένη ερώτηση υπάρχει πληθώρα απαντήσεων και δη συνδυαστικών. Οι ασθενείς μπορούν να επιλέξουν μεταξύ αρκετών απαντήσεων και επιπλέον έχουν τη δυνατότητα να επιλέξουν πάνω από 1 απαντήσεις. Πιο συγκεκριμένα, από 1 άτομο (ποσοστό 2,5%) επέλεξαν τις ακόλουθες απαντήσεις:

- Ενημερώθηκα από άλλο ασθενή που το έχει επισκεφτεί
- Είδα τα προσπέκτους
- “Ηθελα να επισκεφτώ την Κρήτη” και “Η φήμη του κέντρου (εάν είναι γνωστό)”
- “Ηθελα να επισκεφτώ την Κρήτη” και “Μηχανήματα”
- “Είδα το προσπέκτους” και “Η φήμη του κέντρου (εάν είναι γνωστό)”
- “Είδα το προσπέκτους” και “Η γνώμη του γιατρού μου”
- “Το ιατρικό προσωπικό μου το συνέστησε” και “Μηχανήματα”

Από 2 άτομα (ποσοστό 5%) επέλεξαν τις ακόλουθες απαντήσεις:

- Άλλος λόγος
- Η ερώτηση δεν απαντήθηκε
- “Ηθελα να επισκεφτώ την Κρήτη” και “Η γνώμη του γιατρού μου”
- “Ηθελα να επισκεφτώ την Κρήτη” και “Άλλος λόγος”
- “Ενημερώθηκα από άλλο ασθενή που το έχει επισκεφτεί” και “Μηχανήματα”
- “Είδα το προσπέκτους” και “Το ιατρικό προσωπικό μου το συνέστησε”

Από 3 άτομα επέλεξαν τις ακόλουθες απαντήσεις:

- “Ηθελα να επισκεφτώ την Κρήτη” και “Ενημερώθηκα από άλλο ασθενή που το έχει επισκεφτεί”

- “Ενημερώθηκα από άλλο ασθενή που το έχει επισκεφτεί” και “Είδα το προσπέκτους”
- “Ενημερώθηκα από άλλο ασθενή που το έχει επισκεφτεί” και “Η φήμη του κέντρου (εάν είναι γνωστό)”
- “Ενημερώθηκα από άλλο ασθενή που το έχει επισκεφτεί” και “Η γνώμη του γιατρού μου”

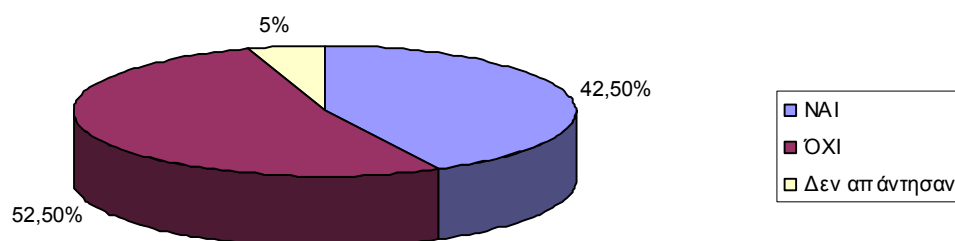
4 από τα 40 άτομα απάντησαν ότι επισκέπτηκαν το Μεσόγειο γιατί ήθελαν να επισκεφτούν την Κρήτη και επιπλέον είδαν και το σχετικό προσπέκτους της μονάδας, ποσοστό 10%. Τέλος, τα υπόλοιπα 5 άτομα που συμπλήρωσαν το ερωτηματολόγιο στη συγκεκριμένη ερώτηση απάντησαν ότι ο συνδυασμός της επιθυμίας να επισκεφτούν την Κρήτη με το ιατρικό προσωπικό που του συνέστησε τη μονάδα τους ώθησε στο να επισκεφτούν το Μεσόγειο.

Στην απόφαση λοιπόν επίσκεψης στο Μεσόγειο έπαιξαν ρόλο αρκετοί παράγοντες. Το μεγαλύτερο όμως ποσοστό των ατόμων, 12,5 %, επηρεάστηκε από την επιθυμία του να επισκεφτεί την Κρήτη και την συμβουλή του ιατρικού προσωπικού που του το συνέστησε ως πρότυπη μονάδα. Η τοποθεσία λοιπόν, το μέρος όπου βρίσκεται μια υπηρεσία παίζει πολύ σημαντικό ρόλο. Στην περίπτωση μας η Κρήτη αποτελεί πόλο έλξης για αρκετά άτομα, τα οποία επιθυμούν να την επισκεφτούν και η επιθυμία τους αυτή εκπληρώνεται μέσω της επίσκεψης του Μεσόγειο. Συνδυάζουν έτσι το τερπνόν μετά του ωφελίμου.

Στη συγκεκριμένη ερώτηση δεν παρατίθεται διάγραμμα καθώς υπάρχει πληθώρα απαντήσεων και κάτι τέτοιο θα προκαλούσε σύγχυση στον αναγνώστη.

**ΕΝΟΤΗΤΑ 2 : ΕΠΙΣΚΕΨΗ ΣΕ ΑΛΛΟ ΚΕΝΤΡΟ ΑΙΜΟΚΑΘΑΡΣΗΣ****• Επίσκεψη ή όχι σε άλλο κέντρο αιμοκάθαρσης στο παρελθόν**

Από τα 40 άτομα, τα 17 έχουν επισκεφτεί άλλο κέντρο αιμοκάθαρσης στο παρελθόν, ενώ για τα υπόλοιπα 21 είναι η πρώτη φορά που έχουν αυτή την εμπειρία, ποσοστά 42,5% και 52,5% αντίστοιχα. Την ερώτηση δεν απάντησαν 2 άτομα, ποσοστό 5%.

**Διάγραμμα 4 : Επίσκεψη ή όχι σε άλλο κέντρο**

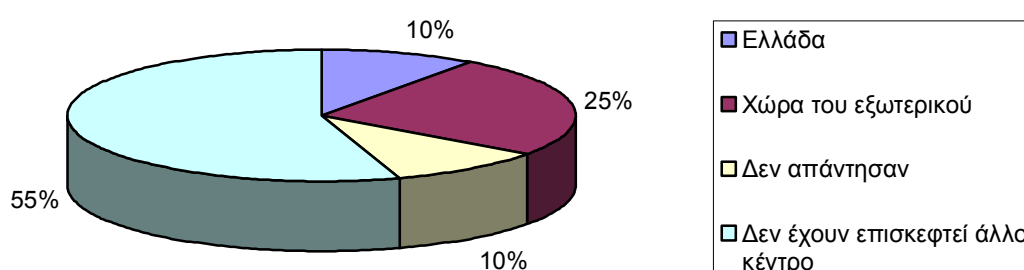
Τα περισσότερα λοιπόν άτομα δεν είχαν επισκεφτεί άλλο κέντρο αιμοκάθαρσης στο παρελθόν (ποσοστό 52,50 %). Το γεγονός αυτό βοηθάει στις απαντήσεις που θα δώσουν τα άτομα για το αν έμειναν ευχαριστημένοι από το Μεσόγειο καθώς δεν θα έχουν μέτρο σύγκρισης και έτσι θα είναι περισσότερο θετικοί στις απαντήσεις τους.

- Σε ποια χώρα βρισκόταν το άλλο κέντρο αιμοκάθαρσης

Από τα 40 άτομα, 22 άτομα απάντησαν ότι δεν έχουν επισκεφτεί άλλο κέντρο αιμοκάθαρσης, ποσοστό 55%. Στην ερώτηση δεν απάντησαν 4 άτομα, ενώ τα υπόλοιπα 14 έχουν επισκεφτεί άλλο κέντρο αιμοκάθαρσης στο παρελθόν. Συγκεκριμένα, τα 10 από αυτά έχουν επισκεφτεί παρόμοια μονάδα με το Μεσόγειο στο εξωτερικό και τα υπόλοιπα 4 στην Ελλάδα.

Τα παραπάνω παρουσιάζονται διαγραμματικά ως εξής :

**Διάγραμμα 5 :Σε ποια χώρα βρισκόταν το άλλο κέντρο**



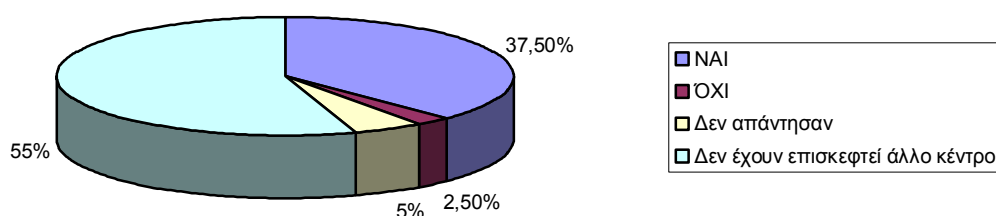
Συμπέρασμα: Από τα άτομα που έχουν επισκεφτεί άλλο κέντρο αιμοκάθαρσης τα περισσότερα από αυτά είχαν επισκεφτεί κέντρο αιμοκάθαρσης του εξωτερικού. Αυτό ήταν αναμενόμενο εφόσον η Ελλάδα είναι μια χώρα που δεν φημίζεται για τέτοιου είδους υπηρεσίες. Δεν είναι αρκετές οι μονάδες στην Ελλάδα σε αντίθεση με το εξωτερικό που έχει αναπτύξει περισσότερο τον τομέα του τουρισμού υγείας.



- **Ευχαριστημένος ή όχι από το άλλο κέντρο**

Όπως αναφέρθηκε στην προηγούμενη ερώτηση 22 άτομα δεν έχουν επισκεφτεί άλλο κέντρο αιμοκάθαρσης στο παρελθόν, ποσοστό 55%. 2 άτομα δεν απάντησαν στην ερώτηση, ποσοστό 5%. Από τα υπόλοιπα 16 τα μιν 15 έμειναν ευχαριστημένα από το άλλο κέντρο, ποσοστό 37,5% και μόνο 1 από αυτούς που έχουν επισκεφτεί το κέντρο αιμοκάθαρσης δεν έμεινε ευχαριστημένο, ποσοστό 2,5%.

**Διάγραμμα 6 : Ευχαρίστηση ή όχι από το άλλο κέντρο**



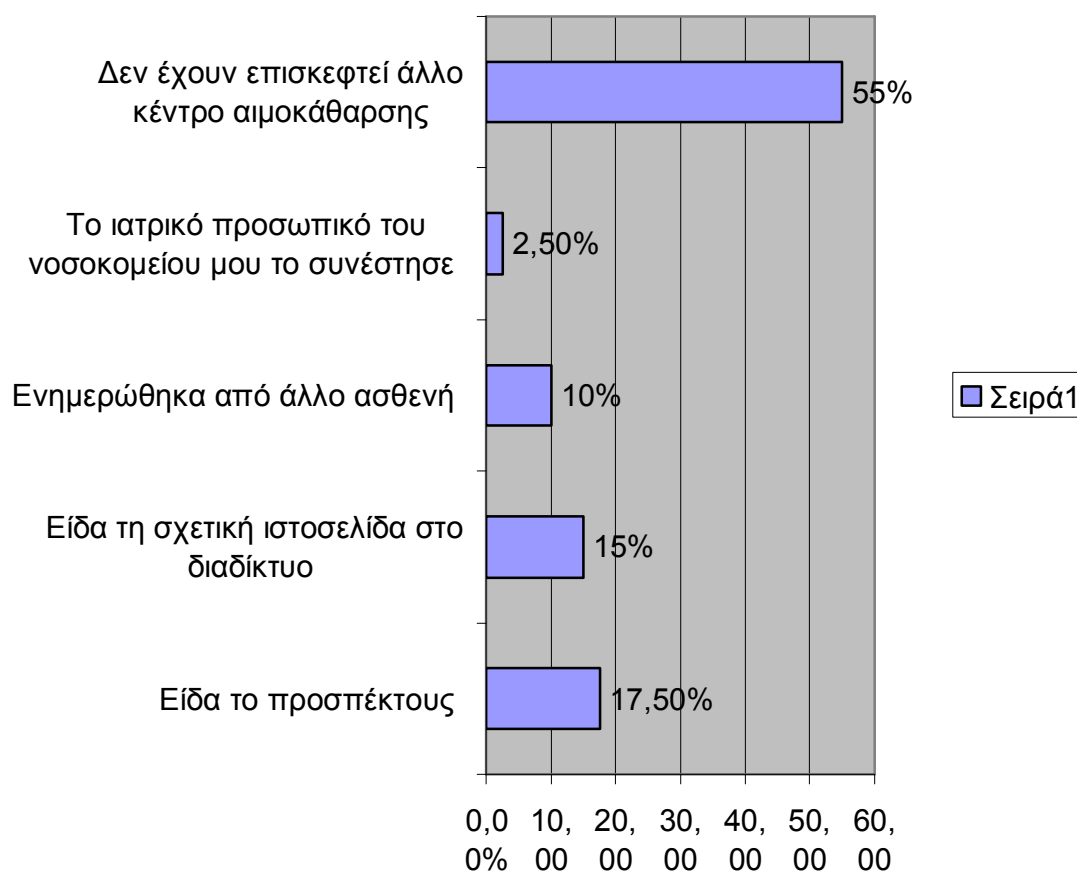
Από το ποσοστό των ατόμων που έχουν επισκεφτεί άλλο κέντρο αιμοκάθαρσης στο παρελθόν οι περισσότεροι έμειναν ευχαριστημένοι (ποσοστό 37,5 % έναντι 2,5 % αυτών που δεν έμειναν). Το συμπέρασμα αυτό είναι αρκετά χρήσιμο για την έρευνά μας καθώς διαπιστώνουμε ότι το προϊόν “τουρισμός υγείας” πουλάει.

- **Πως έγινε η ενημέρωση για το άλλο κέντρο**

Όπως είναι γνωστό 22 από τα 40 άτομα δεν έχουν επισκεφτεί άλλο κέντρο αιμοκάθαρσης στο παρελθόν, ποσοστό 55%. Τα υπόλοιπα 18 άτομα είχαν να επιλέξουν μεταξύ απαντήσεων σχετικά με το πώς ενημερώθηκαν και επισκέφτηκαν άλλο κέντρο αιμοκάθαρσης. Πιο συγκεκριμένα, 7 άτομα

απάντησαν ότι είδαν το σχετικό προσπέκτους της μονάδας και έτσι αποφάσισαν να την επισκεφτούν, ποσοστό 17,5%. 6 άτομα απάντησαν ότι είδαν τη σχετική ιστοσελίδα στο διαδίκτυο, ποσοστό 15%, ενώ τα υπόλοιπα 4 ότι ενημερώθηκαν από άλλο ασθενή που είχε επισκεφτεί το αντίστοιχο κέντρο, ποσοστό 2,5%. Τέλος ένα άτομο απάντησε ότι το ιατρικό προσωπικό του συνέστησε να επισκεφτεί το άλλο κέντρο, ποσοστό 2,5%.

### Διάγραμμα 7 : Πώς έγινε η ενημέρωση για το άλλο κέντρο



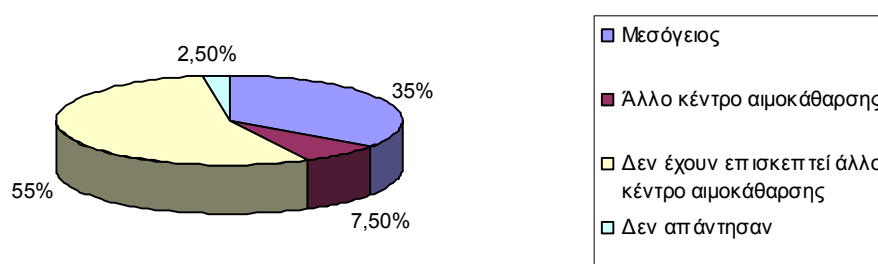
Από αυτούς λοιπόν που είχαν επισκεφτεί άλλο κέντρο αιμοκάθαρσης οι περισσότεροι ενημερώθηκαν για αυτό από το προσπέκτους, διαφημιστικό

φυλλάδιο, που είδαν (ποσοστό 17,5 % , λαμβάνοντας υπόψη το γεγονός ότι το 55 % δεν έχει επισκεφτεί άλλο κέντρο αιμοκάθαρσης στο παρελθόν). Έτσι λοιπόν καλό θα ήταν τα άτομα που ασχολούνται με τον τουρισμό και δη τον τουρισμό υγείας να δίνουν έμφαση στα προσπεκτούς ως τρόπος διαφήμισης του “προϊόντος” τους. Είναι γνωστό ότι το marketing, ο τρόπος προώθησης και διαφήμισης ενός προϊόντος παίζει σημαντικό παράγοντα στην εξάπλωση ενός προϊόντος.

- **Είναι το Μεσόγειος καλύτερο από το άλλο κέντρο ;**

Στην ερώτηση λοιπόν αυτή 14 άτομα απάντησαν ότι το Μεσόγειος είναι καλύτερο κέντρο αιμοκάθαρσης από άλλο κέντρο που έχουν επισκεφτεί κατά το παρελθόν, ποσοστό 35%. 3 μόνο άτομα υποστηρίζουν το αντίθετο, ότι δηλαδή το Μεσόγειος δεν είναι τόσο καλό όσο το άλλο κέντρο που έχουν επισκεφτεί, ποσοστό 7,5%. Όπως έχει αναφερθεί 22 άτομα δεν έχουν επισκεφτεί άλλο κέντρο αιμοκάθαρσης στο παρελθόν, ποσοστό 55%. Τέλος 1 άτομο δεν απάντησε στην ερώτηση, ποσοστό 2,5%.

**Διάγραμμα 8 : Ποιο κέντρο είναι καλύτερο;**



Από αυτούς λοιπόν που έχουν επισκεφτεί άλλο κέντρο αιμοκάθαρσης στο παρελθόν οι περισσότεροι απάντησαν ότι καλύτερο κέντρο είναι το Μεσόγειος. Η

απάντηση αυτή είναι ιδιαίτερα σημαντική για την ερευνά μας, εφόσον σκοπός μας είναι να διαπιστώσουμε εάν η συγκεκριμένη μονάδα ανταποκρίνεται στις απαιτήσεις των πελατών της και αν το σχετικά “νέο τουριστικό προϊόν” τουρισμού υγείας έχει απήχηση στο κοινό. Ευτυχώς τα συμπεράσματα είναι ενθαρρυντικά.

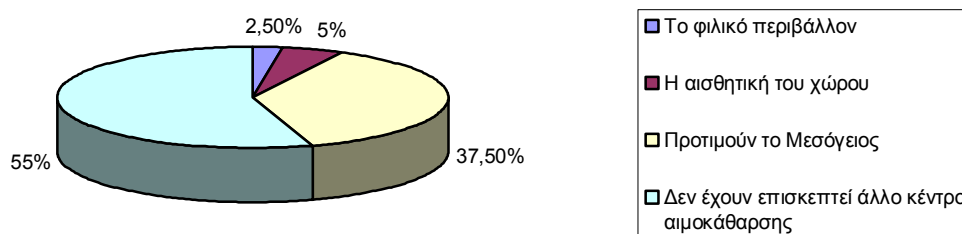
Όσοι λοιπόν εργάζονται στο Μεσόγειο θα πρέπει να είναι ιδιαίτερα ευχαριστημένοι από το συμπέρασμα αυτό εφόσον “οι κόπιοι τους ανταμείφθηκαν.

- **Τι ήταν αυτό που ξεχώρισαν στο άλλο κέντρο;**

Από τα 18 άτομα που έχουν επισκεφτεί άλλο κέντρο αιμοκάθαρσης στο παρελθόν τα 15 προτιμούν το Μεσόγειο και γι αυτό δεν απάντησαν στην ερώτηση, ποσοστό 37,5%. 2 άτομα ωστόσο απάντησαν ότι η αισθητική του χώρου ήταν αυτό που ξεχώρισαν στο άλλο κέντρο, ποσοστό 5 % και 1 άτομο απάντησε το φιλικό περιβάλλον, ποσοστό 2,5 %. 22 άτομα δεν έχουν επισκεφτεί άλλο κέντρο αιμοκάθαρσης, ποσοστό 55 %.

Τα παραπάνω παρουσιάζονται διαγραμματικά ως εξής :

### Διάγραμμα 9 : Σε τι διαφέρει το άλλο κέντρο;



Από τα άτομα λοιπόν που ξεχώρισαν κάτι στο άλλο κέντρο που επισκέφτηκαν προτού επισκεφτούν το Μεσόγειος, η αισθητική του χώρου ήταν αυτό που τους τράβηξε την προσοχή. Ο ιδιοκτήτης του Μεσόγειος θα πρέπει λοιπόν να δίνει μεγάλη βαρύτητα στην αισθητική του χώρου εφόσον είναι κάτι για το οποίο οι πελάτες δίνουν ιδιαίτερη σημασία. Η αισθητική του χώρου επηρεάζει σημαντικά όλους μας. Στο χώρο εργασίας βοηθάει τα άτομα να είναι πιο παραγωγικά, να μπορούν να αποδώσουν καλύτερα. Στην περίπτωση του Μεσόγειος, το οποίο εξειδικεύεται στη θεραπεία νεφροπαθών μέσω της θεραπείας της αιμοκάθαρσης όσο πιο ευχάριστο είναι το περιβάλλον τόσο πιο “ευχάριστα” περνάει η διαδικασία της αιμοκάθαρσης, θεραπεία ιδιαίτερα επώδυνη.

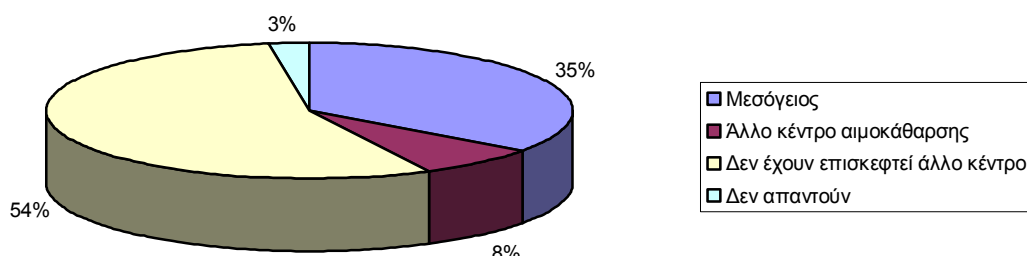
- **Ποιο κέντρο σας έκανε να νιώσετε πιο άνετα; Το Μεσόγειος ή κάποιο άλλο που είχατε επισκεφτεί στο παρελθόν;**

Στη συγκεκριμένη ερώτηση αφαιρώντας αρχικά τα 22 άτομα (ποσοστό 55%) που δεν έχουν επισκεφτεί άλλο κέντρο αιμοκάθαρσης στο παρελθόν και που φυσικά δεν ήταν δυνατό να περιμένουμε απαντήσεις στην ερώτηση αυτή διαπιστώνουμε τα εξής για τα υπόλοιπα 18 άτομα: τα 14 από αυτά απάντησαν ότι το Μεσόγειος ήταν το κέντρο αυτό που τους έκανε να νιώσουν πιο άνετα, ποσοστό 35%, ενώ 3

άτομα (ποσοστό 7,5%) υποστήριξαν το άλλο κέντρο που έχουν επισκεφτεί.

Όπως σε προηγούμενες ερωτήσεις έτσι κι εδώ υπήρχαν άτομα που δεν απάντησαν. Στην περίπτωση μας αυτό πρόκειται για ένα άτομο, ποσοστό 2,5%.

#### **Διάγραμμα 10 : Ποιο κέντρο σας έκανε να νιώσετε πιο άνετα;**



Στην ερώτηση λοιπόν ποιο κέντρο σας έκανε να νιώσετε πιο άνετα το μεγαλύτερο ποσοστό απάντησε "Μεσόγειος". Το ποσοστό αυτό είναι ιδιαίτερα σημαντικό αν αναλογιστούμε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό (ποσοστό 55 %) δεν έχει επισκεφτεί άλλο κέντρο αιμοκάθαρσης στο παρελθόν.

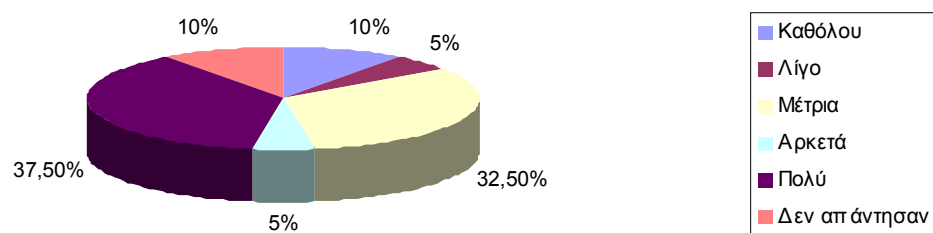
### **ΕΝΟΤΗΤΑ 3 : ΠΩΣ ΓΙΝΕΤΑΙ Η ΕΠΙΛΟΓΗ ΕΝΟΣ ΚΕΝΤΡΟΥ**

- **Ποιους παράγοντες θεωρείτε πιο σημαντικούς όταν διαλέγετε να επισκεφτείτε ένα κέντρο αιμοκάθαρσης;**

Η συγκεκριμένη ερώτηση για να απαντηθεί καλύτερα χωρίζεται σε υποερωτήσεις. Για το αν η χώρα θεωρείται σημαντικός παράγοντας στην επιλογή ενός κέντρου αιμοκάθαρσης 4 άτομα απάντησαν ότι αυτή δεν παίζει κανένα ρόλο, ποσοστό 10%. 2 άτομα απάντησαν ότι η χώρα στην οποία βρίσκεται το κέντρο παίζει μικρό ρόλο, ποσοστό 5%. Για 13 άτομα, ποσοστό 32,5% θεωρείται μέτριος

παράγοντας ενώ για 2 άτομα η χώρα είναι αρκετά σημαντικός παράγοντας στην επιλογή τους, ποσοστό 5%. Τέλος ποσοστό 37,5%, τα 15 από τα 40 άτομα, απάντησαν ότι επηρεάζονται πολύ από τη χώρα ως κριτήριο. 4 άτομα δεν απάντησαν, ποσοστό 10%.

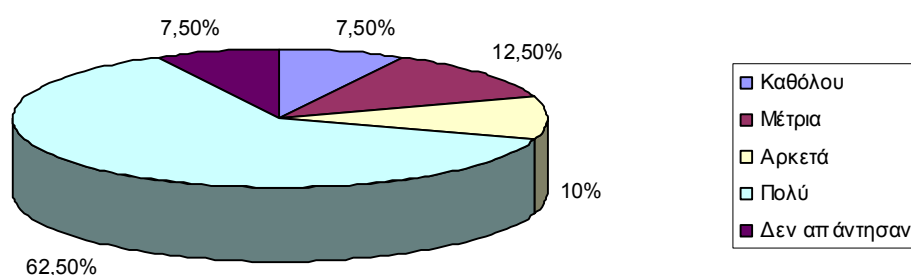
**Διάγραμμα 11: Χώρα προέλευσης κέντρου**



Το μεγαλύτερο λοιπόν ποσοστό θεωρεί ότι η χώρα προέλευσης παίζει πολύ σημαντικό ρόλο στην επιλογή του κέντρου αιμοκάθαρσης. Όταν ένα άτομο αποφασίσει να επισκεφτεί ένα κέντρο αιμοκάθαρσης θα προσπαθήσει να συνδυάσει διακοπές με θεραπεία και γι αυτό μια περιοχή η οποία να ενδείκνυται για διακοπές. Το Μεσόγειος λοιπόν δεν έχει σε τίποτα να φοβάται το κριτήριο αυτό εφόσον τόσο η Ελλάδα όσο και η Κρήτη είναι δύο προορισμοί που προτιμώνται ιδιαίτερα από Έλληνες και μη.

“Η γνώμη των γνωστών που επισκέφτηκαν το κέντρο” επηρέασε πολύ τα 25 από τα 40 άτομα, ποσοστό 62,5%. 5 άτομα θεωρούν το κριτήριο αυτό μέτριο για την επιλογή του κέντρου, ποσοστό 12,5%. 4 άτομα απάντησαν αρκετά, ποσοστό 10% και από τους υπόλοιπους 6 οι 3 απάντησαν καθόλου και οι υπόλοιποι δεν απάντησαν καν στην ερώτηση, ποσοστά 7,5% και 7,5% αντίστοιχα.

**Διάγραμμα 12: Η γνώμη των γνωστών που επισκέφτηκαν το κέντρο**

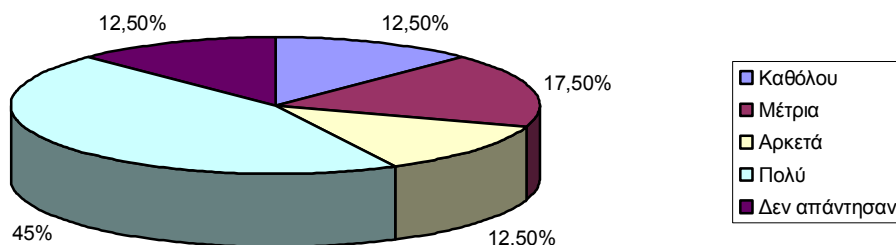




Η γνώμη των γνωστών που επισκέφτηκαν το κέντρο έπαιξε επομένως επίσης πολύ σημαντικό ρόλο στην επιλογή του κέντρου αιμοκάθαρσης (ποσοστό 62,5%). Αυτό είναι αναμενόμενο εφόσον είναι γνωστό ότι τα άτομα είναι αυτά που μπορούν να διαφημίσουν ή να δυσφημίσουν ένα προϊόν, όπως αυτοί θέλουν.

“Τα προσπéκτους που είδα” επηρέασαν πολύ στην απόφασή τους 18 άτομα, ποσοστό 45%. 7 άτομα απάντησαν ότι αυτά τους επηρέασαν μέτρια στην επιλογή του κέντρου, ποσοστό 17,5%. Από 5 άτομα από τα υπόλοιπα 15 απάντησαν καθόλου, αρκετά και καθόλου στην εν λόγω ερώτηση, ποσοστό 12,5% αντίστοιχα.

### Διάγραμμα 13: Προσπéκτους

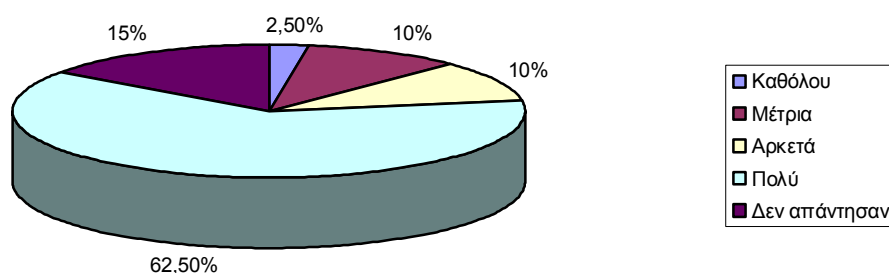


Συμπέρασμα: Τα προσπéκτους έπαιξαν επίσης πολύ σημαντικό ρόλο (ποσοστό 45 %). Αναφέραμε και προηγουμένως ότι τα προσπéκτους έχουν ιδιαίτερη βαρύτητα για τους πελάτες και γι αυτό πρέπει να είναι ιδιαίτερα προσεγμένα.

Όσον αφορά την ερώτηση “Η φήμη του κέντρου (εάν είναι γνωστό)” διαπιστώνουμε αρχικά ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων, το 62,5% υποστηρίζει ότι ο παράγοντας αυτός παίζει πολύ σημαντικό ρόλο στην επιλογή

του θεραπευτικού κέντρου. 4 άτομα, ποσοστό 10% απάντησαν μέτρια και αρκετά στη σχετική ερώτηση. Ένα μόνο άτομο, ποσοστό 2,5% απάντησε ότι δεν επηρεάζεται καθόλου από τη φήμη του κέντρου στην επιλογή του και τέλος 6 άτομα, ποσοστό 15% δεν απάντησαν στην ερώτηση.

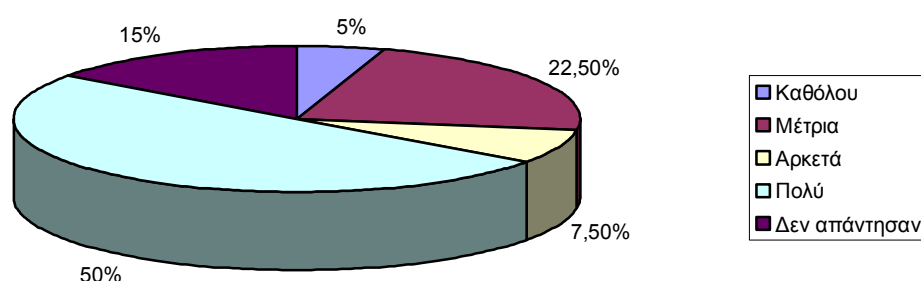
#### Διάγραμμα 14 : Η φήμη του κέντρου



Συμπέρασμα: Η φήμη του κέντρου παίζει επίσης πολύ σημαντικό ρόλο (ποσοστό 62,5 %). Όταν αυτό έχει καλή φήμη τότε όλο και περισσότερα άτομα επιθυμούν να το επισκεφτούν. Σύμφωνα με το marketing όταν ένα “προϊόν” αποκτήσει καλή φήμη αυτό αυτόματα λειτουργεί ως διαφήμιση. Το αντίθετο φυσικά συμβαίνει όταν ένα προϊόν δεν τα πάει καλά.

Στην ερώτηση “Η γνώμη του γιατρού μου” τα μισά άτομα, τα 20 από τα 40 (ποσοστό 50%), απάντησαν ότι επηρεάζονται πολύ από το κριτήριο αυτό. 9 ωστόσο άτομα δίνουν μέτρια βαρύτητα στον παράγοντα αυτό (ποσοστό 22,5%), ενώ 3 μόλις άτομα απαντούν αρκετά (ποσοστό 7,5%). Τέλος καθόλου απάντησαν 2 άτομα (ποσοστό 5%) και 6 άτομα δεν απάντησαν (ποσοστό 15%).

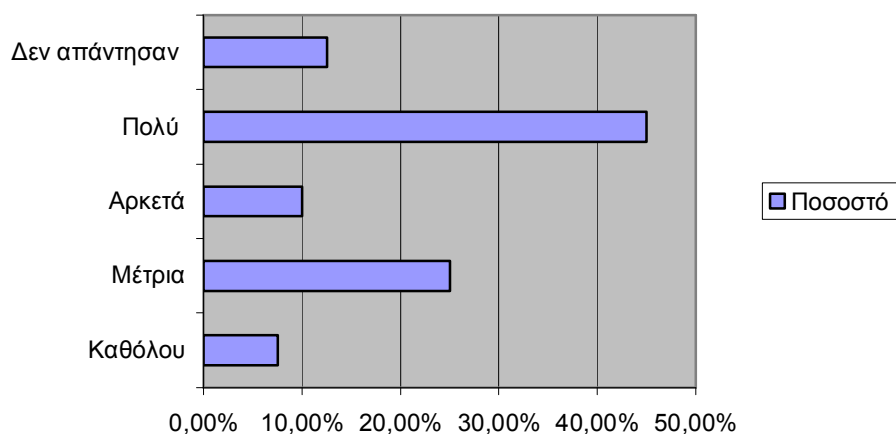
### Διάγραμμα 15 : Η γνώμη του γιατρού μου



Η γνώμη του γιατρού παίζει πολύ σημαντικό ρόλο (ποσοστό 50 %). Όταν οι νεφροπαθείς πρόκειται να ταξιδέψουν και θέλουν να συνδυάσουν θεραπεία με διακοπές λογικό είναι να λάβουν σοβαρά υπόψη το γιατρό τους για τη μονάδα που θα επισκεφτούν. Αυτό είναι φυσικό εφόσον ο γιατρός είναι το πλέον αρμόδιο πρόσωπο για ό,τι σχετίζεται με θεραπεία. Θεωρείται άτομο εμπιστοσύνης και μπορεί να επηρεάσει καταλυτικά στην απόφαση επιλογής κέντρου.

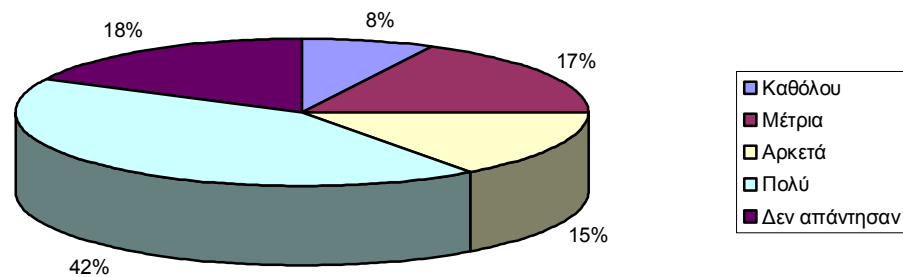
Σχετικά με το τι ρόλο παίζει ο “Γιατρός του κέντρου” στην επιλογή του κέντρου 18 άτομα απάντησαν πολύ (ποσοστό 45%). Μέτρια απάντησαν 10 άτομα, ποσοστό 25%. Από τα υπόλοιπα 12 άτομα τα 5 δεν απάντησαν καθόλου (ποσοστό 12,5%), τα 4 απάντησαν αρκετά (ποσοστό 10%) και τα υπόλοιπα 3 απάντησαν καθόλου (ποσοστό 7,5%).

### Διάγραμμα 16 : Ικανοποίηση από τον γιατρό του κέντρου



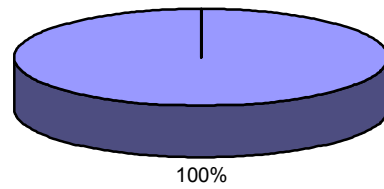
Ο γιατρός του κέντρου παίζει πολύ σημαντικό ρόλο (σύμφωνα με το 45 % των ερωτηθέντων). Όταν στη μονάδα υπάρχει διακεκριμένος γιατρός με κύρος αυτό βοηθάει αρκετά ένα άτομο στην επιλογή του κέντρου γιατί αυτό εγκυιάται σε μεγάλο ποσοστό την ιατρική φροντίδα του πελάτη. Την μονάδα θα προτείνει και ευκολότερα ο γιατρός του ασθενούς.

Σχετικά με τα "Μηχανήματα" του κέντρου και πόσο η ποιότητα αυτών παίζει ρόλο στην απόφασή τους να επιλέξουν ένα θεραπευτικό κέντρο ή όχι τα 17 από τα 40 άτομα (ποσοστό 42,5%) απάντησαν πολύ. Από 7 άτομα είτε δεν απάντησαν καθόλου είτε απάντησαν μέτρια στην ερώτηση, ποσοστά 17,5% αντίστοιχα. Αρκετά απάντησαν λιγότερα άτομα, για την ακρίβεια 6, ποσοστό 15%. 3 μόνο άτομα υποστήριξαν ότι όταν καλούνται να επιλέξουν ένα κέντρο αιμοκάθαρσης για θεραπεία δεν ενδιαφέρονται καθόλου για τα μηχανήματα που υπάρχουν σε αυτό και που επρόκειτο να τους παράσχουν ιατρική υποστήριξη.

**Διάγραμμα 17 : Ικανοποίηση από τα μηχανήματα του Μεσόγειος**

Συμπέρασμα: Τα μηχανήματα παίζουν επίσης πολύ σημαντικό ρόλο στην επιλογή του κέντρου αιμοκάθαρσης (ποσοστό 42,5 %). Όταν ένα κέντρο διαθέτει μηχανήματα υψηλής ποιότητας τότε το κέντρο αυτό έχει μεγαλύτερη αξιοπιστία και όλο και περισσότερα άτομα επιθυμούν να το επισκεφτούν.

Στην ερώτηση τέλος εάν υπάρχει “Άλλος λόγος” που επηρεάζει τα άτομα στην επιλογή του κέντρου διαπιστώθηκε πλήρης ομοφωνία. Το 100% των ατόμων, και τα 40 άτομα δεν απάντησαν στην ερώτηση το οποίο σημαίνει ότι δεν υπάρχει για αυτούς άλλος λόγος.

**Διάγραμμα 18: Άλλος λόγος που επηρέασε στην επιλογή του κέντρου**

Καν

ένα άτομο λοιπόν δεν απάντησε στην ερώτηση εάν επηρέασε άλλος λόγος από αυτούς που αναφέρθηκαν στην επιλογή του κέντρου αιμοκάθαρσης.

#### **ΕΝΟΤΗΤΑ 4 : ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΚΑΤΑ ΤΗ ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΤΗΣ ΑΙΜΟΚΑΘΑΡΣΗΣ**

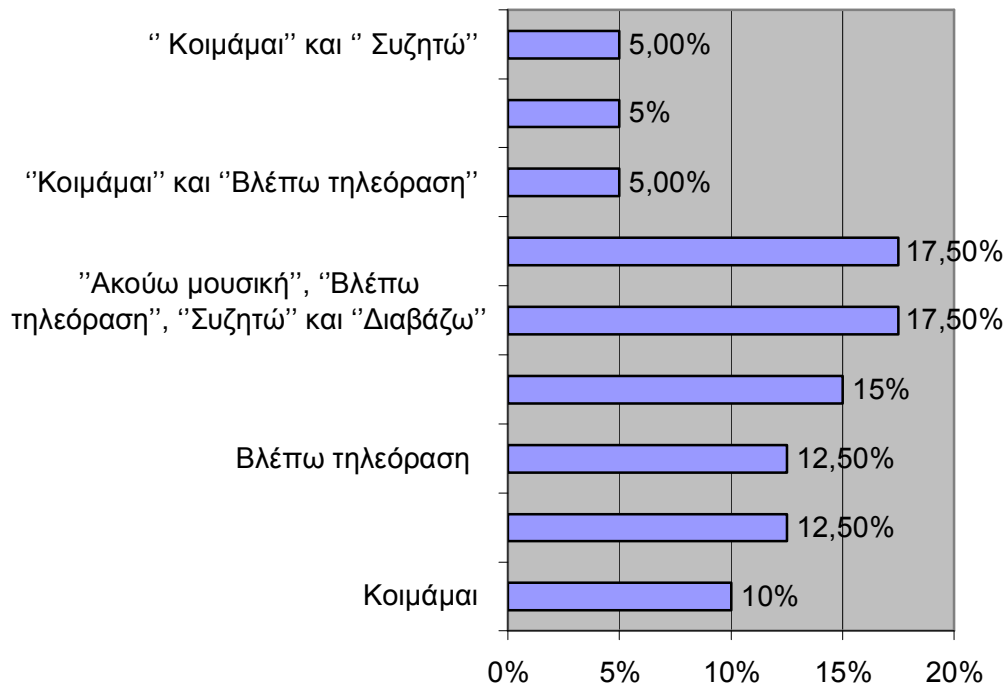
- **Τι κάνετε συνήθως κατά τη διάρκεια της αιμοκάθαρσης;**

Στην ερώτηση αυτή δόθηκε πληθώρα απαντήσεων επιλέγοντας μία ή περισσότερες από τις απαντήσεις που δόθηκαν. Οι περισσότεροι ερωτηθέντες πραγματοποίησαν παραπάνω από μία δραστηριότητα.

Συγκεκριμένα, 6 άτομα (ποσοστό 15%) απάντησαν ότι διαβάζουν, ενώ από 5 άτομα απάντησαν " Ακούω μουσική" και "Βλέπω τηλεόραση" αντίστοιχα (ποσοστά 12,5%). 4 άτομα χαλαρώνουν και νιώθουν πιο άνετα όταν κατά τη διάρκεια της αιμοκάθαρσης κοιμούνται, ποσοστό 10%. Από 2 άτομα αντίστοιχα προτιμούν να "Κοιμούνται" και να "Βλέπουν τηλεόραση" ή να "Κοιμούνται" και να "Συζητούν", ποσοστό 5% αντίστοιχα. "Ακούω μουσική", "Συζητώ" και "Διαβάζω" απάντησαν επίσης 2 άτομα. Τέλος από 7 άτομα (ποσοστό 17,5%) απάντησαν τα ακόλουθα:

- "Ακούω μουσική", "Βλέπω τηλεόραση", "Συζητώ" και "Διαβάζω"
- "Κοιμάμαι", "Ακούω μουσική" και "Βλέπω τηλεόραση"

**Διάγραμμα 19: Δραστηριότητες κατά τη διάρκεια της αιμοκάθαρσης**



Παρόλο που δόθηκαν αρκετές απαντήσεις στην ερώτηση "Τι κάνετε συνήθως κατά τη διάρκεια της αιμοκάθαρσης" τα μεγαλύτερα ποσοστά συγκέντρωσαν οι απαντήσεις: "Ακούω μουσική, βλέπω τηλεόραση, συζητώ και διαβάζω" και "Κοιμάμαι, Ακούω μουσική και Βλέπω τηλεόραση".



## **ΕΝΟΤΗΤΑ 5 : ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ – ΠΑΡΑΠΟΝΑ ΑΠΟ ΤΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΟΥ ΜΕΣΟΓΕΙΟΣ**

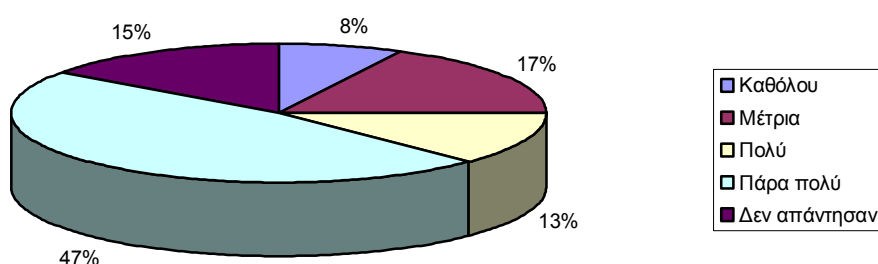
### • ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ ΑΠΟ ΤΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΟΥ ΜΕΣΟΓΕΙΟΣ

Κάθε υποερώτηση αναλύεται ξεχωριστά και διαπιστώνουμε τα ακόλουθα:

#### **Ταξιδιωτικό γραφείο**

Στην ερώτηση λοιπόν “Το ταξιδιωτικό γραφείο που σας το συνέστησε” 19 άτομα απάντησαν ότι έμειναν πάρα πολύ ευχαριστημένα από αυτό, ποσοστό 47,5%. 7 άτομα (ποσοστό 17,5%) απάντησαν ότι η ικανοποίηση από το γραφείο ήταν μέτρια, ενώ 5 άτομα εμφανίστηκαν πολύ ικανοποιημένα (ποσοστό 12,5%). Την ερώτηση δεν απάντησαν 6 άτομα, ενώ 3 άτομα απάντησαν ότι δεν ήταν καθόλου ευχαριστημένα (ποσοστά 15% και 7,5% αντίστοιχα).

#### **Διάγραμμα 20 : Ικανοποίηση από ταξιδιωτικό γραφείο**

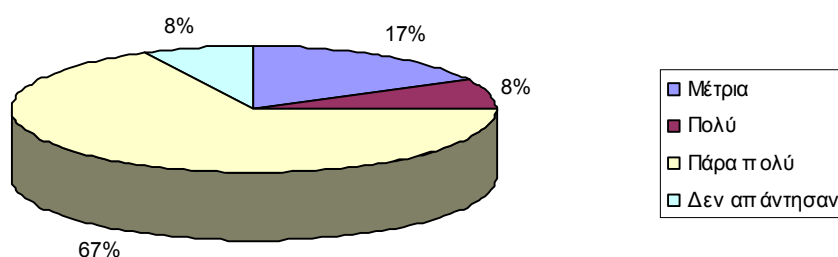


Συμπέρασμα: Οι περισσότεροι από τους ερωτηθέντες έμειναν πάρα πολύ ευχαριστημένοι από το ταξιδιωτικό γραφείο που τους συνέστησε το Μεσόγειος.

## Πληροφορίες για το Μεσόγειο

Οι “Πληροφορίες για το Μεσόγειο που εστάλησαν πριν την κάλυψη” άφησαν 27 άτομα πάρα πολύ ευχαριστημένα, ποσοστό 67,5%. 7 άτομα ωστόσο θεώρησαν μέτρια την σπουδαιότητα των πληροφοριών αυτών για το Μεσόγειο, ποσοστό 17,5%. Από τα υπόλοιπα 6 άτομα πολύ ευχαριστημένα έμειναν 3 άτομα και τα υπόλοιπα 3 δεν απάντησαν στην ερώτηση, ποσοστά 7,5%.

### Διάγραμμα 21: Πληροφορίες για το Μεσόγειο

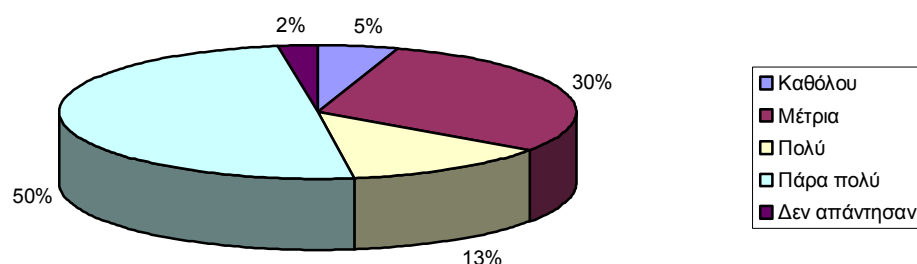


Όσον αφορά λοιπόν τις πληροφορίες που εστάλησαν πριν το Μεσόγειο τα περισσότερα άτομα έμειναν πάρα πολύ ευχαριστημένα (ποσοστό 67,5 %).

### Διαδικασία κράτησης

“ Η διαδικασία κράτησης” άφησε πάρα πολύ ευχαριστημένα τα μισά άτομα, τα 20 από τα 40, ποσοστό 50%, ένα ποσοστό ιδιαίτερα μεγάλο. Μέτρια ευχαριστημένα έμειναν 12 άτομα, ποσοστό 30%, ενώ πολύ ευχαριστημένα έμειναν 5 άτομα (ποσοστό 12,5%). Τέλος 2 άτομα μόνο δεν έμειναν καθόλου ευχαριστημένα και 1 άτομο δεν απάντησε στην ερώτηση, ποσοστά 5% και 2,5% αντίστοιχα.

## Διάγραμμα 22 : Διαδικασία κράτησης

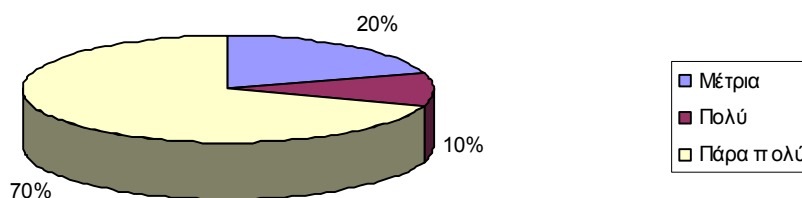


Όσον αφορά επομένως τη διαδικασία κράτησης το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων (ποσοστό 50 %) έμεινε πάρα πολύ ευχαριστημένο από αυτήν.

## Ταμείο – κάλυψη εξόδων

Στην ερώτηση " Ταμείο – κάλυψη εξόδων" διαπιστώνουμε τα εξής : το 70% των ερωτηθέντων (τα 28 από τα 40 άτομα) έμειναν πάρα πολύ ευχαριστημένα από την κάλυψη των εξόδων για τη θεραπεία και την παραμονή τους στην Κρήτη. Από τους υπόλοιπους 12 πολύ ευχαριστημένοι απάντησαν 4 άτομα, ποσοστό 10% και μέτρια ευχαριστημένοι 8 ερωτηθέντες (ποσοστό 20%).

## Διάγραμμα 23: Ταμείο – κάλυψη εξόδων

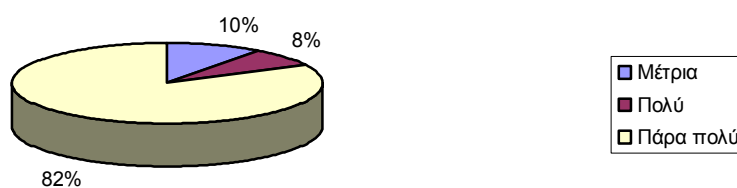


70 % λοιπόν των ερωτηθέντων απάντησαν ότι έμειναν ευχαριστημένοι από το ταμείο που τους κάλυψε τα έξοδα, γεγονός ιδιαίτερα ευχάριστο στην έρευνα.

## Ρεσεψιόν

Η “Ρεσεψιόν” του Μεσόγειος ικανοποίησε πάρα πολύ 33 άτομα, ποσοστό 82,5%. Μέτρια ικανοποιημένα εμφανίστηκαν 4 άτομα, ποσοστό 10%, ενώ τέλος 3 άτομα δήλωσαν πολύ ευχαριστημένα, ποσοστό 7,5%.

### Διάγραμμα 24: Ρεσεψιόν

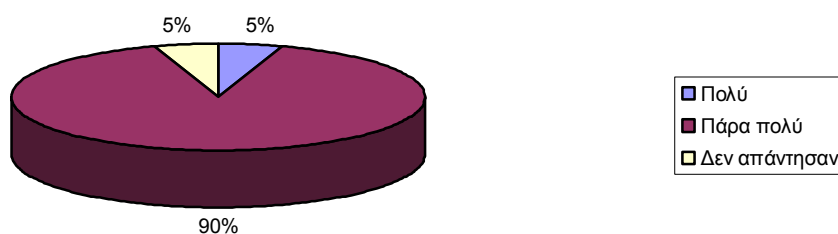


Από το διάγραμμα λοιπόν διαπιστώνουμε ότι όσον αφορά τις υπηρεσίες που παρέχει η ρεσεψιόν τα περισσότερα άτομα, ποσοστό 82,50 % απάντησαν ότι έμειναν πάρα πολύ ευχαριστημένοι.

## Φιλοξενία

Η “Φιλοξενία” που παρέχει το Μεσόγειος ευχαρίστησε πάρα πολύ το 90% των ατόμων, τα 36 από τα 40 άτομα. Πολύ ευχαριστημένα έμειναν 2 άτομα, ενώ τα υπόλοιπα 2 δεν απάντησαν στην ερώτηση, ποσοστά 5% αντίστοιχα.

### Διάγραμμα 25 : Φιλοξενία

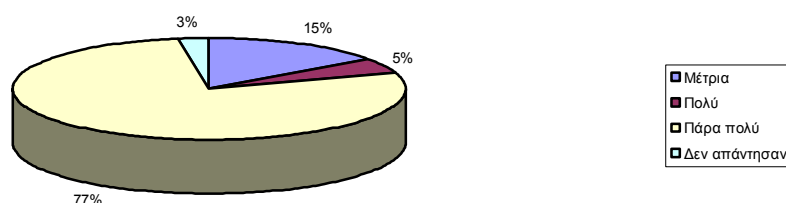


Όσον αφορά την φιλοξενία του Μεσόγειος το συντριπτικό ποσοστό, το 90 % απάντησε ότι έμεινε πάρα πολύ ευχαριστημένο.

### Κτίριο

Το "Κτίριο" του Μεσόγειος βρήκαν πάρα πολύ καλό 31 άτομα, ποσοστό 77,5%. 6 άτομα απάντησαν μέτρια στην ερώτηση, ποσοστό 15%, ενώ 2 άτομα έμειναν πολύ ευχαριστημένα, ποσοστό 5%. Ένα μικρό ποσοστό (2,5%), μόλις ένα άτομο δεν απάντησε στην ερώτηση.

### Διάγραμμα 26 : Κτίριο

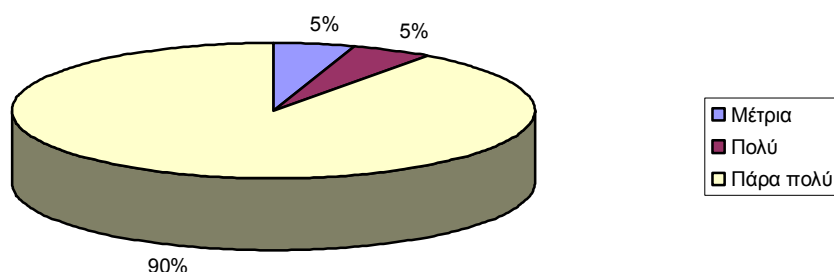


Για το κτίριο του Μεσόγειος απάντησε το 77,5 % ότι είναι πάρα πολύ ευχαριστημένο, ποσοστό ιδιαίτερα σημαντικό σε μια κρίσιμη ερώτηση. Το ποσοστό αυτό είναι ιδιαίτερα ικανοποιητικό για τους ιδιοκτήτες του Μεσόγειος.

### Κήποι

Οι "Κήποι" του Μεσόγειος άφησαν πάρα πολύ ευχαριστημένα 36 άτομα, ποσοστό 90%. Από τα υπόλοιπα 4 άτομα είναι τα 2 μέτρια ευχαριστημένα και τα υπόλοιπα 2 πολύ ευχαριστημένα, ποσοστά 5% αντίστοιχα.

### Διάγραμμα 27 : Κήποι

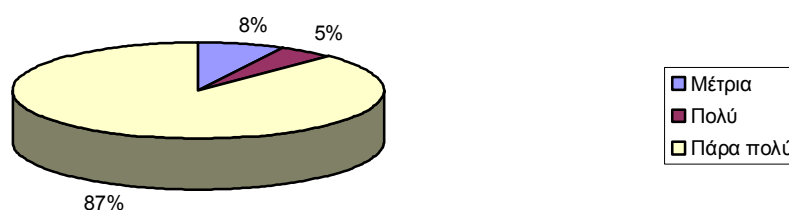


Το 90 % λοιπόν των ερωτηθέντων απάντησε ότι έμεινε πάρα πολύ ευχαριστημένο από τον κήπο του Μεσόγειος, ένα ιδιαίτερα υψηλό ποσοστό.

### Καθαριότητα

Σχετικά με την "Καθαριότητα" 35 από τα 40 άτομα, ποσοστό 87,5 % απάντησε ότι έμεινε πάρα πολύ ευχαριστημένο, 3 άτομα απάντησαν μέτρια, ενώ τα υπόλοιπα 2 απάντησαν πολύ, ποσοστά 7,5% και 5% αντίστοιχα.

### Διάγραμμα 28: Καθαριότητα

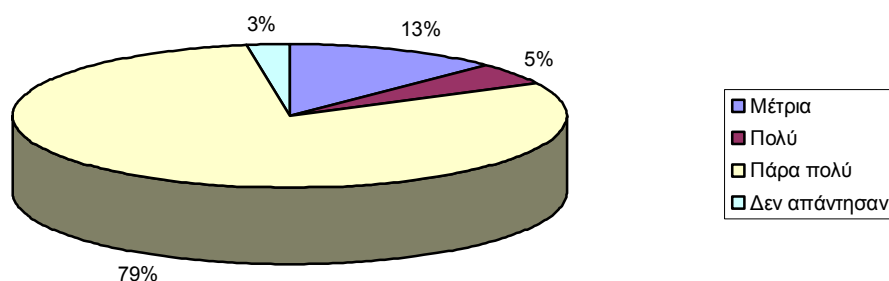


Όσον αφορά την καθαριότητα λοιπόν του κτιρίου τα αποτελέσματα της έρευνας είναι καθυστερημένα, εφόσον το 87,5 % απάντησε ότι είναι πάρα πολύ ευχαριστημένο.

### **Θεραπεία αιμοκάθαρσης**

Σχετικά με τη “Θεραπεία αιμοκάθαρσης” τα συμπεράσματα είναι επίσης ενθαρρυντικά. 32 από τα 40 άτομα απάντησαν ότι έμειναν πολύ ευχαριστημένα, ποσοστό 80%. 5 άτομα έμειναν μέτρια ευχαριστημένα, ποσοστό 12,5%, ενώ 2 άτομα έμειναν πολύ ευχαριστημένα, ποσοστό 5%. Τέλος στην ερώτηση δεν απάντησε 1 άτομο, ποσοστό 2,5%.

### **Διάγραμμα 29: θεραπεία αιμοκάθαρσης**

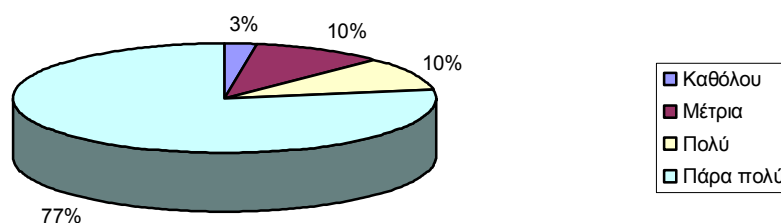


Σχετικά με τη θεραπεία λοιπόν αιμοκάθαρσης το 80 % των ερωτηθέντων είναι πάρα πολύ ευχαριστημένο από αυτήν.

### **Ικανότητες των νοσοκόμων**

Οι ασθενείς του Μεσόγειος ρωτήθηκαν επίσης για τις “Ικανότητες των νοσοκόμων”. Στην ερώτηση αυτή το 77,5% απάντησε πάρα πολύ (31 από τα 40 άτομα). Μέτριες και πολύ καλές χαρακτήρισαν τις ικανότητες των νοσοκόμων 4 και 4 άτομα αντίστοιχα, ποσοστά 10% και 10% αντίστοιχα. 1 άτομο, ποσοστό 2,5% απάντησε καθόλου στην εν λόγω ερώτηση.

### Διάγραμμα 30: Ικανότητες νοσοκόμων

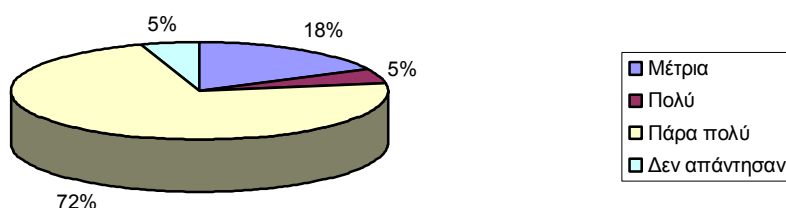


Συμπέρασμα: Όσον αφορά τις ικανότητες των νοσοκόμων το 77,5 % είναι πάρα πολύ ευχαριστημένο από αυτές.

### Επικοινωνία με νοσοκόμες

Σε σχετική ερώτηση "Επικοινωνία με νοσοκόμες" το μεγαλύτερο ποσοστό 72,5% (29 από τα 40 άτομα) απάντησε ότι επικοινωνούσε πάρα πολύ καλά με αυτές. Μέτρια ικανοποιημένα εμφανίστηκαν 7 άτομα, ποσοστό 17,5%. Από 2 από τα εναπομείναντα 4 άτομα απάντησαν πολύ ικανοποιημένα ή δεν απάντησαν καν, ποσοστό 5% και 5% αντίστοιχα.

### Διάγραμμα 31: Επικοινωνία με νοσοκόμες



Το 72,50 % είναι πάρα πολύ ευχαριστημένο από την επικοινωνία που είχε με τις νοσοκόμες. Στη συγκεκριμένη ερώτηση λοιπόν διαπιστώνουμε ότι γίνεται αναφορά σε ότι σχετίζεται με το Μεσόγειο καθώς οτιδήποτε σχετίζεται με το

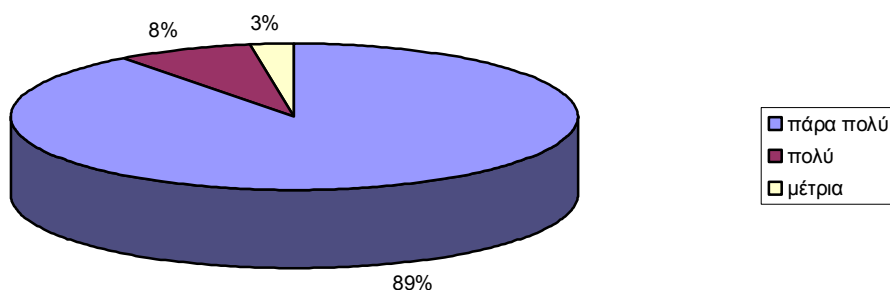


Μεσόγειος μπορεί να παίξει πολύ σημαντικό ρόλο για την απόφαση των πελατών να επισκεφτούν την μονάδα ή όχι.

### Ποιότητα μηχανημάτων

Σχετικά με την "Ποιότητα των μηχανημάτων" το 87,5% (37 από τα 40 άτομα) απάντησαν ότι έμειναν πάρα πολύ ευχαριστημένα. 3 άτομα εμφανίστηκαν πολύ ευχαριστημένα (ποσοστό 7,5%), ενώ 1 άτομο χαρακτήρισε την ποιότητα των μηχανημάτων μέτρια (ποσοστό 2,5%). Ένα άτομο δεν απάντησε στην ερώτηση (ποσοστό 2,5%).

### Διάγραμμα 32: Ποιότητα μηχανημάτων



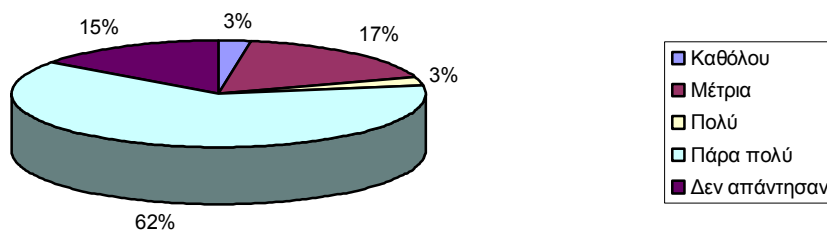
Όσον αφορά την ποιότητα λοιπόν των μηχανημάτων το 87,5 % απάντησε ότι είναι πάρα πολύ ευχαριστημένο από αυτήν.

### • Δραστηριότητες στο Μεσόγειο

Τέλος οι ασθενείς ρωτήθηκαν για το πώς κρίνουν τις δραστηριότητες που διαθέτει το Μεσόγειο. Συγκεκριμένα πάρα πολύ καλές απάντησαν 25 από τα 40 άτομα, ποσοστό 62,5%. 6 άτομα δεν απάντησαν στην ερώτηση, ποσοστό 15%. Από ένα άτομο απάντησε καθόλου και πολύ ικανοποιημένο από τις

δραστηριότητες στο Μεσόγειο, ποσοστά 2,5% και 2,5% αντίστοιχα. Τέλος μέτριες τις χαρακτήρισαν 7 άτομα, ποσοστό 17,5%.

### Διάγραμμα 33: Δραστηριότητες στο Μεσόγειο



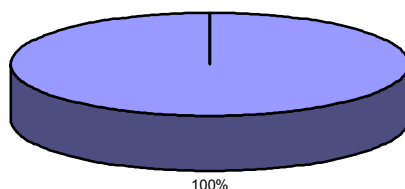
Από το διάγραμμα λοιπόν σχετικά με τις δραστηριότητες στο Μεσόγειο το 62,5 % των ερωτηθέντων απάντησε ότι είναι πάρα πολύ ευχαριστημένο από αυτές.

Από την ερώτηση λοιπόν 14 διαπιστώνουμε ότι το Μεσόγειο είναι μια μονάδα που ανταποκρίνεται στις απαιτήσεις των πελατών και αυτό μας βοηθάει να οδηγηθούμε στο συμπέρασμα ότι το σχετικά αυτό νέο προϊόν βρίσκει ανταπόκριση από το κοινό. Με τη βοήθεια των ερωτήσεων που προηγήθηκαν τα άτομα ρωτήθηκαν σταδιακά για όλα όσα σχετίζονται με το Μεσόγειο και γι αυτό τα αποτελέσματα είναι πιο αντιπροσωπευτικά.

- **Έχετε κάποιο παράπονο για κάποιο μέλος του προσωπικού του Μεσόγειος;**

Μέσω του ερωτηματολογίου οι ασθενείς ρωτήθηκαν εάν έχουν κάποιο παράπονο από μέλος του προσωπικού του Μεσόγειος. Στην ερώτηση αυτή τους δίνεται η δυνατότητα να διατυπώσουν και συγκεκριμένα την άποψη τους. Το αποτέλεσμα ήταν εκπληκτικό. Κανένα άτομο από τα 40 δεν εξέφρασε παράπονο, ποσοστό 100%.

#### **Διάγραμμα 34: Παράπονο για κάποιο μέλος του προσωπικού του Μεσόγειος**

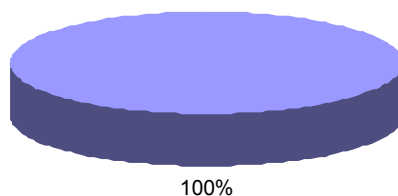


Στην ερώτηση λοιπόν αν υπάρχει κανένα παράπονο για κάποιο μέλος του προσωπικού όλα τα άτομα που ρωτήθηκαν απάντησαν όχι (ποσοστό 100 %). Το ποσοστό αυτό είναι ιδιαίτερα ευχάριστο καθώς δείχνει ότι το προσωπικό του Μεσόγειος είναι το πλέον κατάλληλο για τη θέση του.

- **Πρόβλημα η όχι σχετικά με την ασφάλεια ή το νοσοκομείο σχετικά με την επίσκεψη στο Μεσόγειος**

Όπως και στην προηγούμενη ερώτηση έτσι κι εδώ το 100% των ατόμων έμεινε ικανοποιημένο από την ασφάλεια ή το νοσοκομείο και έτσι δεν εξέφρασε κανένα παράπονο.

### Διάγραμμα 35: Πρόβλημα σχετικά με την ασφάλεια



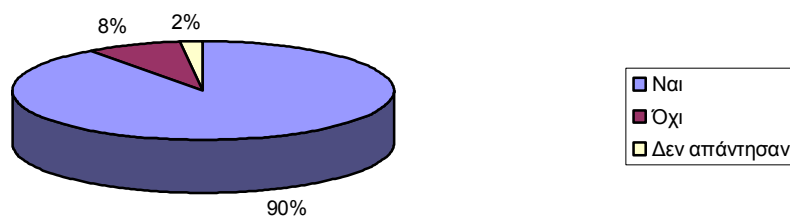
Συμπέρασμα: Κανένα πρόβλημα δεν είχε κανένας σχετικά με την ασφάλειά του η το νοσοκομείο όταν ενημέρωσε για την επίσκεψη του στο Μεσόγειος.

### ΕΝΟΤΗΤΑ 6 : ΑΠΟΨΗ ΓΙΑ ΤΟ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ

- Ευχαριστημένοι από το ξενοδοχείο;

36 από τα 40 άτομα που συμπλήρωσαν το ερωτηματολόγιο της έρευνας δήλωσαν ευχαριστημένα από το ξενοδοχείο που έμειναν κατά τη διάρκεια της θεραπείας τους στο Μεσόγειος, ποσοστό 90%. 3 μόνο δήλωσαν δυσαρεστημένα (ποσοστό 7,5%) και 1 άτομο δεν απάντησε στην ερώτηση (ποσοστό 2,5%).

### Διάγραμμα 36: Ικανοποίηση από το ξενοδοχείο



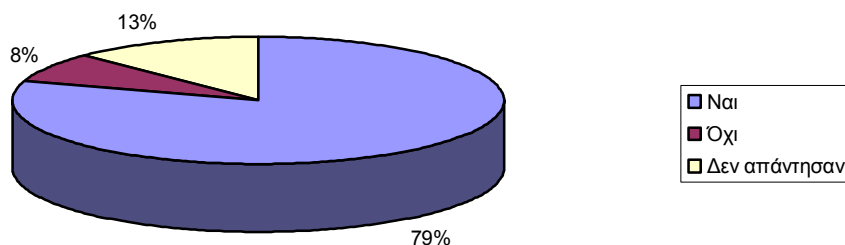
Το 90 % λοιπόν των ερωτηθέντων απάντησε ότι είναι ευχαριστημένο από το ξενοδοχείο που το φιλοξένησε κατά τη διάρκεια της παραμονής του στο Μεσόγειος. Ευτυχώς το ποσοστό που απάντησε αρνητικά είναι μικρό και αυτό είναι ιδιαίτερα ενθαρρυντικό για τους ξενοδόχους της Κρήτης και δη του Ηρακλείου.

### **ΕΝΟΤΗΤΑ 7 : ΕΥΧΑΡΙΣΤΗΜΕΝΟΙ Η ΟΧΙ ΑΠΟ ΤΟ ΜΕΣΟΓΕΙΟΣ ΚΑΙ ΚΡΗΤΗ ΚΑΙ ΠΙΘΑΝΟΤΗΤΑ ΕΠΑΝΑΛΗΨΗΣ ΤΩΝ ΕΠΙΣΚΕΨΕΩΝ ΣΤΟ ΜΕΛΛΟΝ**

- **Ευχαριστημένοι από τις διακοπές στην Κρήτη:**

Οι ασθενείς του Μεσόγειος εκτός από τη θεραπεία που τους παρέχεται έχουν επίσης τη δυνατότητα να κάνουν τις διακοπές τους στην Κρήτη. Σχετικά με το αν έμειναν ευχαριστημένοι από τις διακοπές αυτές το 80% των ατόμων (32 από τα 40 άτομα) απάντησαν καταφατικά, ποσοστό ιδιαίτερα σημαντικό. 3 άτομα ωστόσο υποστήριξαν ότι δεν έμειναν ευχαριστημένα, ποσοστό 7,5%. Τέλος 5 άτομα υποστήριξαν ότι τα πράγματα θα μπορούσαν να είναι και καλύτερα, ποσοστό 12,5%.

**Διάγραμμα 37: Ικανοποίηση από τις διακοπές**

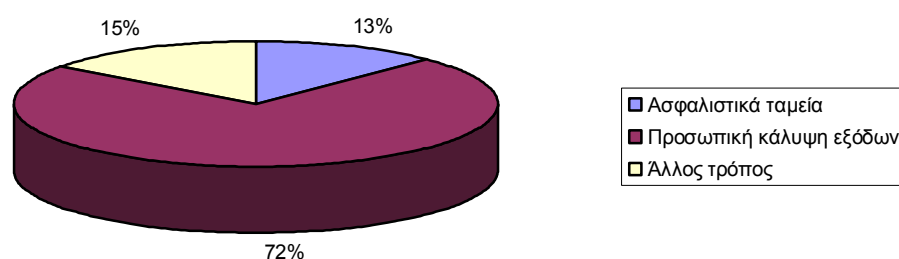


Το 80 % των ερωτηθέντων, συγκεκριμένα 32 άτομα, απάντησε ότι είναι ευχαριστημένα από τις διακοπές στην Κρήτη, ποσοστό αρκετά καθησυχαστικό για την έρευνά μας.

- **Πως καλύφθηκαν τα έξοδα για την αιμοκάθαρση;**

Οι ασθενείς εκτός από τα έξοδα του ξενοδοχείου είχαν να καλύψουν και τα έξοδα της αιμοκάθαρσης. Η κάλυψη αυτή έγινε με διάφορους τρόπους. Πιο συγκεκριμένα, 29 από τα 40 άτομα κάλυψαν προσωπικά τα έξοδά τους (ποσοστό 72,5%). Τα ασφαλιστικά ταμεία κάλυψαν τα έξοδα 5 ατόμων, ποσοστό 12,5%, ενώ το 15% των ασθενών (6 άτομα) κάλυψε τα έξοδά του αλλιώς.

**Διάγραμμα 38: Πως καλύφθηκαν τα έξοδα της αιμοκάθαρσης**

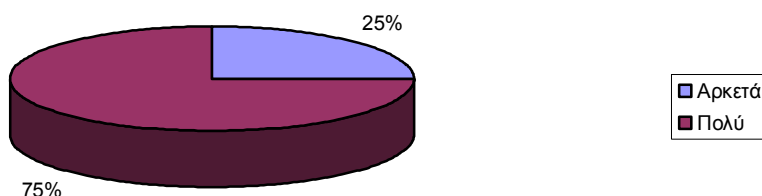


Από το διάγραμμα λοιπόν που προηγήθηκε διαπιστώνουμε ότι οι περισσότεροι από τους ερωτηθέντες, ποσοστό 72,50 %, κάλυψε προσωπικώς τα έξοδά του για την αιμοκάθαρση. Ένα μικρό ποσοστό κάλυψε τα έξοδά του μέσω των ασφαλιστικών ταμείων.

- **Πόσο πιθανό είναι να επισκεφτείτε ξανά το Μεσόγειο;**

Μια πολύ κρίσιμη ερώτηση για την έρευνα είναι κατά πόσο είναι πιθανό ένας ασθενής του Μεσόγειος να το ξαναεπισκεφτεί. Το 75% των ατόμων απάντησε ότι αυτό είναι πολύ πιθανό (ποσοστό 75%), ενώ το 25% απάντησε ότι αυτό είναι αρκετά πιθανό.

**Διάγραμμα 39: Πιθανότητα επίσκεψης του Μεσόγειος ξανά**

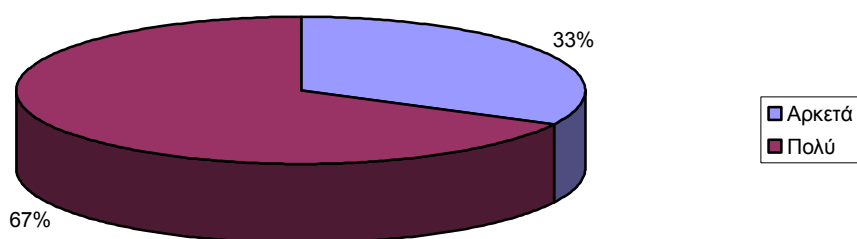


Το 75 % λοιπόν των ατόμων που ρωτήθηκαν για το αν επρόκειτο να επισκεφτούν ξανά το Μεσόγειος απάντησε ότι αυτό είναι πολύ πιθανό. Το 25 % απάντησε ότι αυτό είναι αρκετά πιθανό. Οι απαντήσεις και τα ποσοστά αυτά είναι πολύ σημαντικά για την έρευνά μας. Όλα τα άτομα λοιπόν έχουν την πρόθεση να επισκεφτούν ξανά το Μεσόγειος, γεγονός που αποδεικνύει ότι δεν έχουν κανένα παράπονο (ερώτηση 15) και ότι είναι αρκετά ευχαριστημένοι από τις υπηρεσίες και τις δραστηριότητες τους στο Μεσόγειος.

- **Πόσο πιθανό είναι να επισκεφτείτε ξανά την Κρήτη:**

27 από τα 40 άτομα απάντησαν ότι θεωρούν πολύ πιθανό να ξαναεπισκεφτούν ξανά την Κρήτη, ποσοστό 67,5%. Τα υπόλοιπα άτομα που απάντησαν στην ερώτηση (32,5%) απάντησαν ότι το θεωρούν αρκετά πιθανό.

**Διάγραμμα 40: Πιθανότητα επίσκεψης της Κρήτης ξανά**



Το 67,5 % των ατόμων απάντησε ότι είναι πολύ πιθανό να επισκεφτεί ξανά την Κρήτη και οι υπόλοιποι απάντησαν ότι αυτό είναι αρκετά πιθανό. Όλοι λοιπόν προτίθενται να ξαναεπισκεφτούν την Κρήτη, γεγονός αρκετά ενθαρρυντικό και για το Μεσόγειο και για την Κρήτη.

- **Τι σας τραβάει περισσότερο να επισκεφτείτε ξανά την Κρήτη:**

Πέρα από την ερώτηση που έγινε σχετικά με το πόσο πιθανό είναι να επισκεφτεί ένας ασθενής ξανά την Κρήτη, ερώτηση γίνεται σχετικά με αυτό που τους τραβάει στο να επισκεφτούν ξανά το νησί. Σε αυτή λοιπόν την ερώτηση δόθηκε η δυνατότητα στους ερωτώμενους να απαντήσουν μεταξύ συγκεκριμένων απαντήσεων. Δόθηκαν αρκετές απαντήσεις καθώς και συνδυασμός αυτών. 14 άτομα λοιπόν απάντησαν ότι τους τραβάνε οι φυσικές ομορφιές (ποσοστό 35%). Για τους κατοίκους του νησιού απάντησαν 3 άτομα,



ποσοστό 7,5%. Σημαντικότερο κριτήριο θεωρούν 4 άτομα το ίδιο το Μεσόγειος. Το φαγητό και η διασκέδαση του νησιού υποστήριξαν 2 άτομα, ποσοστό 2,5% αντίστοιχα. Όλα τα προηγούμενα απάντησαν 5 άτομα, ποσοστό 12,5%. Η ερώτηση δεν απαντήθηκε από 7 άτομα, ποσοστό 17,5 %.

Από ένα άτομο επέλεξαν τα ακόλουθα:

- "Φυσικές ομορφιές " και "Μεσόγειος"
- "Φαγητό ", "Φυσικές ομορφιές " και "Οι κάτοικοι του νησιού "
- "Φαγητό " και "Φυσικές ομορφιές "

Από 2 άτομα απάντησαν :

- "Φυσικές ομορφιές " και "Οι κάτοικοι του νησιού "

Τα παραπάνω παρουσιάζονται συνοπτικά στον πίνακα που ακολουθεί :

#### ΠΙΝΑΚΑΣ 8

	ΠΟΣΟΣΤΟ
Φαγητό	2,50%
Διασκέδαση	2,50%
Φυσικές ομορφιές	35%
Οι κάτοικοι του νησιού	7,50%
Όλα τα προηγούμενα	12,50%
Δεν απάντησαν	17,50%
Μεσόγειος	10,00%
Φυσικές ομορφιές και Μεσόγειος	2,50%
Φαγητό, Φυσικές ομορφιές και κάτοικοι του νησιού	2,50%
Φαγητό και φυσικές ομορφιές	2,50%
Φυσικές ομορφιές και κάτοικοι του νησιού	5,00%

Από τον πίνακα λοιπόν διαπιστώνουμε ότι δόθηκαν αρκετές απαντήσεις στην ερώτηση σχετικά με το τι τους τραβάει περισσότερο να επισκεφτούν ξανά την Κρήτη. Οι περισσότεροι ωστόσο απάντησαν ότι αυτό που τους τραβάει περισσότερο είναι οι φυσικές ομορφιές του νησιού.

• **Τι σας τραβάει περισσότερο να επισκεφτείτε ξανά το Μεσόγειος;**

Ζητήθηκε από τους ασθενείς να απαντήσουν τι είναι αυτό που τους τραβάει περισσότερο να ξαναεπισκεφτούν το Μεσόγειος. Για καλύτερη εξαγωγή συμπερασμάτων δόθηκαν συγκεκριμένες απαντήσεις. 17 άτομα απάντησαν ότι έμειναν ευχαριστημένοι από το κέντρο, ποσοστό 42,5%. 6 άτομα απάντησαν ότι το ιατρικό προσωπικό του Μεσόγειος αποτελεί για αυτούς το ισχυρότερο κίνητρο για να το επισκεφτούν ξανά, ποσοστό 15%. Από 2 άτομα υποστήριξαν τις ιατρικές υπηρεσίες και το προσωπικό του Μεσόγειος, ποσοστό 5% αντίστοιχα. 4 άτομα επέλεξαν ως σημαντικότερα κριτήρια το προσωπικό του Μεσόγειος και τα μηχανήματα, ποσοστό 10%, ενώ ένα άτομο επέλεξε μόνο τα μηχανήματα, ποσοστό 2,5%. Τέλος την ερώτηση δεν απάντησαν 8 άτομα στα 40, ποσοστό 20%. Τα παραπάνω παρουσιάζονται αναλυτικότερα στον πίνακα που ακολουθεί:

**ΠΙΝΑΚΑΣ 9**

ΤΙ ΣΑΣ ΤΡΑΒΑΕΙ ΝΑ ΕΠΙΣΚΕΦΤΕΙΤΕ ΤΟ ΜΕΣΟΓΕΙΟΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ
Φαγητό	2,50%
Διασκέδαση	2,50%
Φυσικές ομορφιές	35%
Οι κάτοικοι του νησιού	7,50%
Όλα τα προηγούμενα	12,50%
Δεν απάντησαν	17,50%
Μεσόγειος	10%
”Φυσικές ομορφιές “ και ”Μεσόγειος”	5%
”Φαγητό “, ”Φυσικές ομορφιές “ και ”Οι κάτοικοι του νησιού “	2,50%
”Φαγητό “ και ”Φυσικές ομορφιές “	2,50%
’Φυσικές ομορφιές “ και ”Οι κάτοικοι του νησιού ‘	2,50%

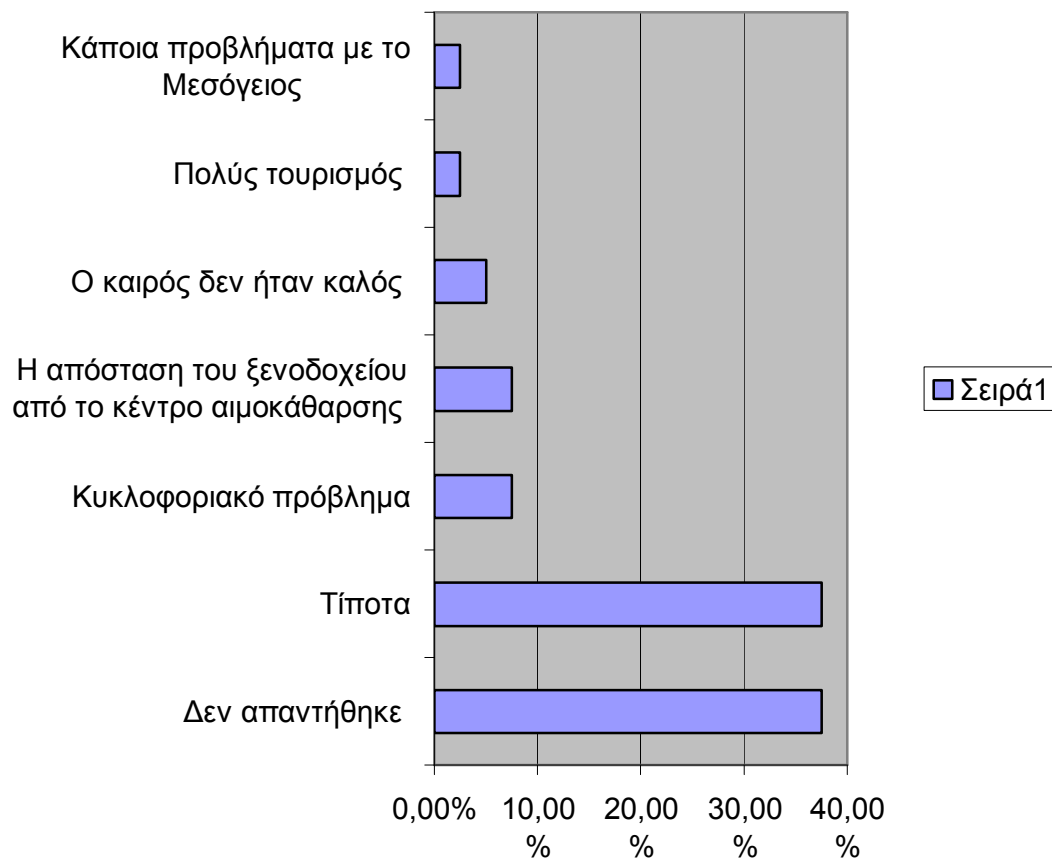
Αυτό που τραβάει περισσότερο τους πελάτες να επισκεφτούν ξανά το Μεσόγειος είναι ότι έμειναν γενικά ευχαριστημένοι από το Μεσόγειος, με ό,τι

αυτό συνεπάγεται. Οι απαντήσεις στην ερώτηση αυτή ήταν αναμενόμενες εφόσον από προηγούμενες ερωτήσεις διαπιστώσαμε ότι ελάχιστα άτομα ήταν αυτά που αντιμετώπισαν κάποιο πρόβλημα ή είχαν κάποιο παράπονο από το Μεσόγειο.

- **Τι σας απογοήτευσε στις διακοπές σας;**

Στην ερώτηση αυτή δόθηκε η δυνατότητα στους ασθενείς να εκφράσουν ελεύθερα αυτό που τους απογοήτευσε στις διακοπές, αυτό που τους στενοχώρησε. Ένα σημαντικό ποσοστό (37,5%) δεν απάντησε στην ερώτηση, γεγονός που αποδεικνύει ότι έμειναν απόλυτα ευχαριστημένοι από τις διακοπές τους. Ένας ίδιος αριθμός ατόμων απάντησε τίποτα, ότι όλα ήταν ικανοποιητικά και ευχάριστα. 3 άτομα ωστόσο υποστήριξαν ότι το κυκλοφοριακό πρόβλημα στην Κρήτη και δη στο Ηράκλειο τους ταλαιπώρησε (ποσοστό 7,5%). Ένα ίδιο ποσοστό εξέφρασε δυσαρέσκεια για την απόσταση του ξενοδοχείου από το Μεσόγειο, ότι δηλαδή αυτή ήταν μεγάλη. Για 2 άτομα ο καιρός κατά τη διάρκεια της παραμονής τους στην Κρήτη δεν ήταν τόσο καλός όσο θα περίμεναν και αυτό τους δυσαρέστησε. Ευτυχώς το ποσοστό αυτό ήταν μικρό, μόλις 5%. Από τα υπόλοιπα 2 άτομα το ένα ισχυρίστηκε ότι ο μεγάλος αριθμός τουριστών το κούρασε και το άλλο άτομο δήλωσε ότι αντιμετώπισε κάποια προβλήματα με το Μεσόγειο, ποσοστά 2,5% και 2,5% αντίστοιχα.

**Διάγραμμα 41: Τι προκάλεσε απογοήτευση στις διακοπές**



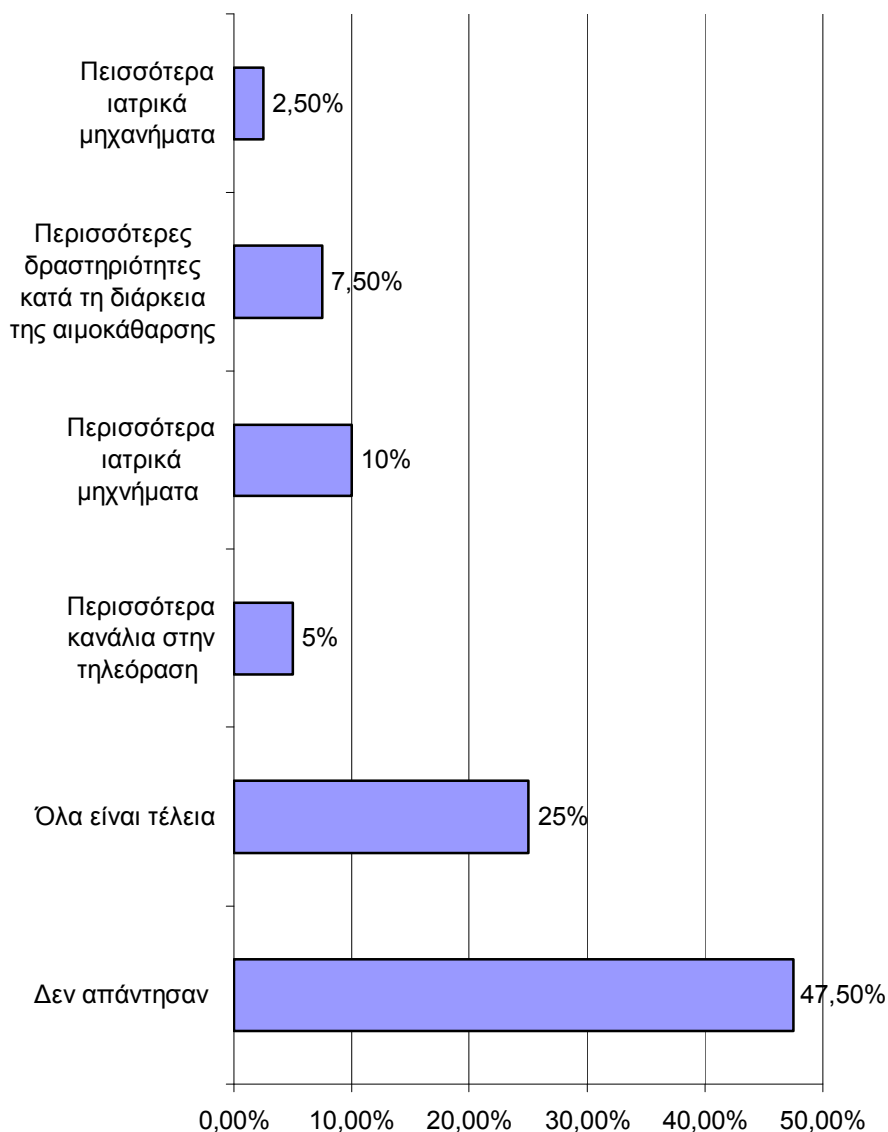
Στην ερώτηση λοιπόν τι απογοήτευσε τους ασθενείς στις διακοπές τους, οι περισσότεροι απάντησαν τίποτα, απάντηση που χαροποιεί ιδιαίτερα, καθώς είναι μια ένδειξη ότι τόσο το ξενοδοχείο, όσο και το Μεσόγειο “έκαναν καλά τη δουλειά τους”.

## **ΕΝΟΤΗΤΑ 8: ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΣΤΟ ΜΕΣΟΓΕΙΟΣ**

- **Προτάσεις για να βελτιωθούν οι ιατρικές και οι ψυχαγωγικές υπηρεσίες του Μεσόγειος**

Στην προτελευταία ερώτηση του ερωτηματολογίου δίνεται η δυνατότητα στους ασθενείς να διατυπώσουν τις απόψεις τους για τη βελτίωση των ιατρικών και ψυχαγωγικών υπηρεσιών του Μεσόγειος. Με τον τρόπο αυτό θα μπορέσουν οι “υπεύθυνοι” του ξενοδοχείου να βελτιώσουν τις υπηρεσίες τους και έτσι να διατηρήσουν τους πελάτες τους και να προσελκύσουν περισσότερους. 19 άτομα ωστόσο δεν απάντησαν στην ερώτηση, ποσοστό 47,5 %. 10 άτομα (ποσοστό 25%) υποστήριξαν ότι όλα είναι τέλεια και ότι δεν χρειάζεται να αλλάξει τίποτα. 4 άτομα από την άλλη μεριά πρότειναν στο Μεσόγειος να αυξήσει τον αριθμό των μηχανημάτων που παρέχει στους ασθενείς για ιατρική υποστήριξη, ποσοστό 10%. Περισσότερα κανάλια στην τηλεόραση ώστε να περνούν όσο το δυνατό πιο ευχάριστα κατά τη διάρκεια της αιμοκάθαρσης και να μην πλήττουν, ποσοστό 7,5%. 3 άτομα επίσης επιθυμούν να έχουν τη δυνατότητα για περισσότερες δραστηριότητες κατά τη διάρκεια της αιμοκάθαρσης, ποσοστό 7,5%. Τέλος ένα άτομο υποστήριξε ότι καλό θα ήταν να δίνεται η απαραίτητη προσοχή στα κινητά τηλέφωνα ώστε να μην δημιουργηθεί κανένα πρόβλημα κατά τη διάρκεια της αιμοκάθαρσης σε συνδυασμό με τη χρήση μηχανημάτων για τη θεραπεία.

## Διάγραμμα 42: Προτάσεις για να βελτιωθούν οι υπηρεσίες του Μεσόγειος



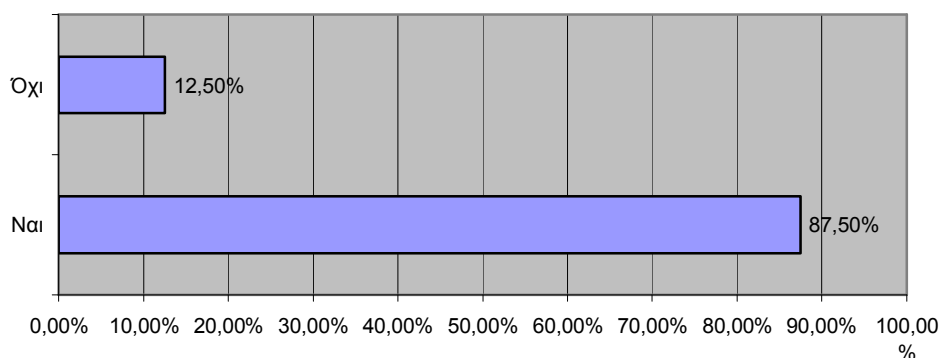
Αν και την συγκεκριμένη ερώτηση ήταν πολλοί που δεν την απάντησαν, από αυτούς που απάντησαν οι περισσότεροι υποστήριξαν ότι δεν έχουν κανένα παράπονο και ότι όλα είναι τέλεια. Το “προϊόν” λοιπόν τουρισμός υγείας “μετράει”. Αυτή θα λέγαμε ότι είναι και η ερώτηση “καταλύτης” για την έρευνά μας. Από τις απαντήσεις οδηγούμαστε στο συμπέρασμα ότι τα άτομα είναι έτοιμα να δεχτούν μια αναβάθμιση του θεραπευτικού προϊόντος.

## ΕΝΟΤΗΤΑ 9 : ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

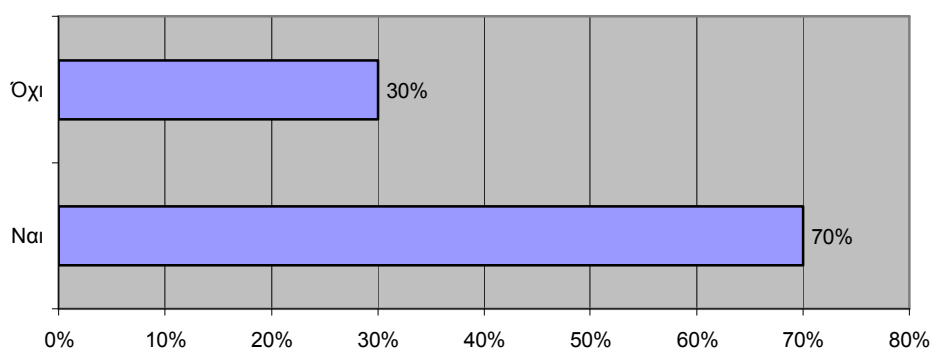
### • Δημογραφικά στοιχεία – χαρακτηριστικά των ασθενών

Μετά το πέρας των ερωτήσεων ζητείται από τους ασθενείς να διατυπώσουν τις απόψεις τους σε θέματα που αφορούν αυτούς ώστε να εξαχθούν αρτιότερα συμπεράσματα στην έρευνα. Συγκεκριμένα το 87,5 % που απάντησαν ήταν παντρεμένα.

**Διάγραμμα 43: Παντρεμένος ή όχι**



**Διάγραμμα 44: Ύπαρξη ή όχι παιδιών**



### ΗΛΙΚΙΑΚΗ ΟΜΑΔΑ

Όπως παρατηρούμε από την κατανομή των ασθενών κατά ηλικία, βλέπουμε ότι άτομα άνω των 40 δείχνουν μεγαλύτερη προτίμηση στο Μεσόγειο. Είναι αξιοσημείωτο ότι από το σύνολο των ερωτηθέντων από 7 άτομα εντάσσονται

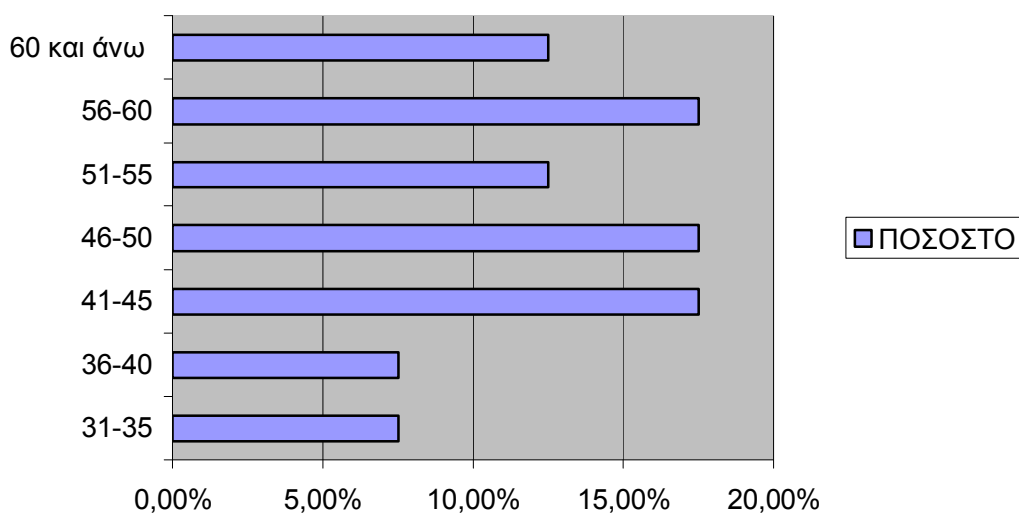
στα ηλικιακά γκρουπ 41-45, 46-50 και 56-60, ποσοστά 17,5% αντίστοιχα.

Από 5 άτομα δήλωσαν ότι η ηλικία τους βρίσκεται στις κλίμακες 31-35, 51-55 και 60 και άνω, ποσοστά 12,5% αντίστοιχα. Ένα μικρότερο ποσοστό απάντησε ότι εντάσσεται στην κλίμακα 36-40, ποσοστό 7,5%.

#### ΠΙΝΑΚΑΣ 12 : Κατανομή των ασθενών κατά ηλικίες

ΗΛΙΚΙΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ	ΠΟΣΟΣΤΟ
31-35	7,50%
36-40	7,50%
41-45	17,50%
46-50	17,50%
51-55	12,50%
56-60	17,50%
60 και άνω	12,50%

#### Διάγραμμα 45: Κατανομή τουριστών κατά ηλικιακές ομάδες



Οι περισσότεροι λοιπόν είναι από 40 και πάνω στην ηλικία. Αυτό είναι αναμενόμενο εφόσον τα άτομα αυτά έχουν περισσότερο τη δυνατότητα να ταξιδέψουν έχοντας λιγότερες υποχρεώσεις και μεγαλύτερη οικονομική άνεση. Άτομα μικρότερης ηλικίας έχουν περισσότερες επαγγελματικές υποχρεώσεις τη στιγμή που βρίσκονται στα “πρώτα τους επαγγελματικά βήματα” και γι

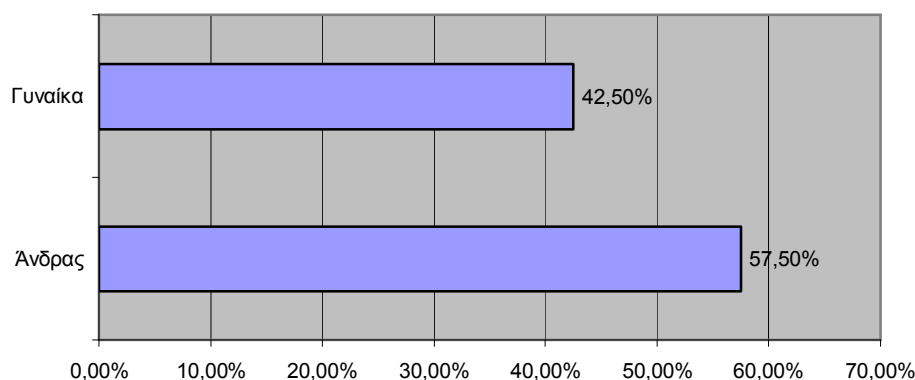


αυτό πρέπει να κάνουν περισσότερες θυσίες στην εργασία τους με αποτέλεσμα οι διακοπές να αποτελούν γι αυτούς συχνά πολυτέλεια. Τέλος τα άτομα μεγαλύτερης ηλικίας έχουν μεγαλύτερη οικονομική ευχέρεια καθώς έχουν συγκεντρώσει χρήματα από την μέχρι τώρα οικονομική τους δραστηριότητα και οι οικογενειακές τους υποχρεώσεις χρόνο με το χρόνο λιγοστεύουν.

## ΦΥΛΟ

Από την κατά φύλο επεξεργασία των ερωτηματολογίων προέκυψε ότι 57,5% των ερωτηθέντων ήταν άνδρες και το υπόλοιπο 42,5 % ήταν γυναίκες.

**Διάγραμμα 46: Φύλο**



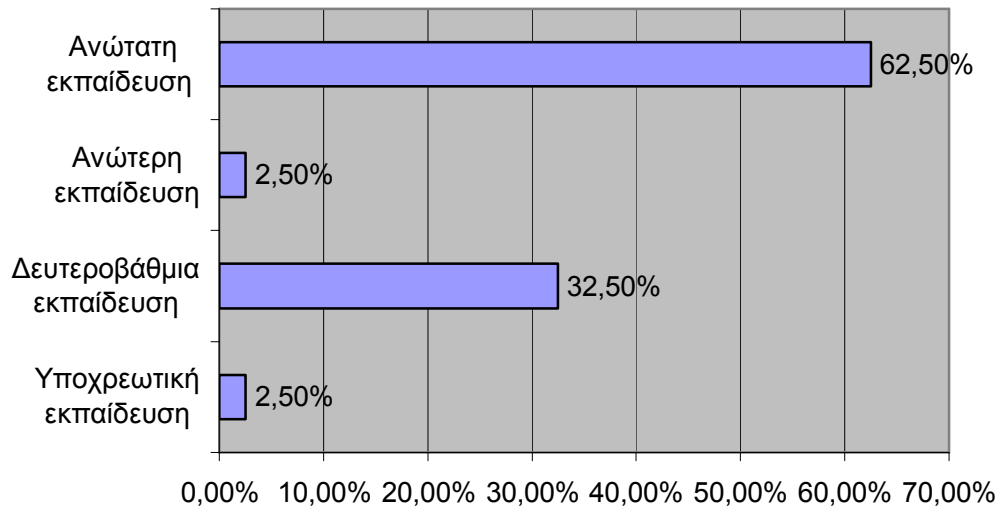
Οι άνδρες έχουν περισσότερο τη δυνατότητα να ταξιδέψουν καθώς όπως γνωρίζουμε οι γυναίκες είναι αυτές που επωμίζονται περισσότερο τα “βάρη” της οικογένειας και έτσι είναι δυσκολότερο γι αυτές να απουσιάζουν από την οικογένειά τους και περισσότερο από τον τόπο κατοικία τους.

## ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ

Στην ερώτηση “Εκπαιδευτικό επίπεδο” διαπιστώνουμε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό (25 από τα 40 άτομα/62,5%) είναι απόφοιτοι Ανώτατης Εκπαίδευσης. 13 άτομα είναι απόφοιτοι Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης,

ποσοστό 32,5%. Τέλος ένα άτομο είναι απόφοιτο Ανώτερης Εκπαίδευσης και ένα άτομο της Υποχρεωτικής, ποσοστό 2,5% και 2,5% αντίστοιχα.

#### Διάγραμμα 47: Εκπαιδευτικό επίπεδο

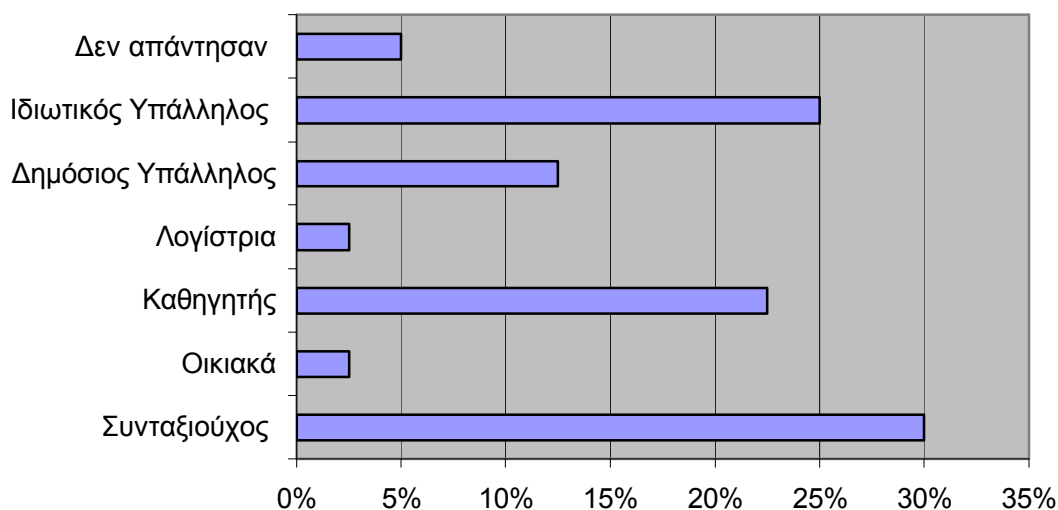


Τα άτομα που έχουν φοιτήσει σε πανεπιστημιακά ιδρύματα έχουν συνήθως μεγαλύτερη οικονομική άνεση όταν εκμεταλλευόμενοι το πτυχίο τους ασχολούνται επαγγελματικά με τον τομέα τους και έτσι έχουν μεγαλύτερη οικονομική άνεση. Αυτό βέβαια δεν αποτελεί κανόνα, στην περίπτωση μας όμως βλέπουμε ότι μετράει.

#### ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ

Από την έρευνα που πραγματοποιήθηκε και έλαβε χώρα στο Μεσόγειο προέκυψε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων αποτελούν οι συνταξιούχοι, ποσοστό 30%. 10 άτομα ωστόσο είναι ιδιωτικοί υπάλληλοι, ποσοστό 25%, ενώ 9 άτομα είναι καθηγητές (ποσοστό 22,5%). Δημόσιοι υπάλληλοι είναι 5 άτομα, ενώ μια κυρία ασχολείται με τα λογιστικά και μια με τα οικιακά, ποσοστά 12,5%, 2,5% και 2,5% αντίστοιχα. Την ερώτηση τέλος δεν απάντησαν 2 άτομα, ποσοστό 5%.

### Διάγραμμα 48: Επαγγελματική κατάσταση

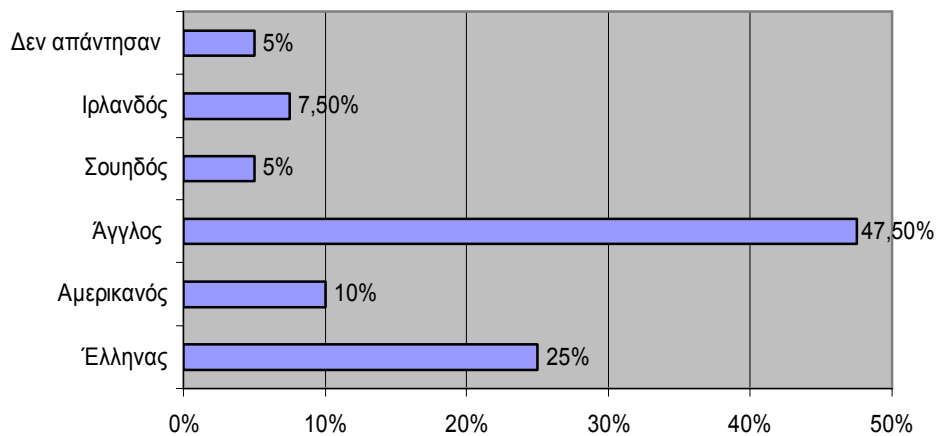


Οι περισσότεροι λοιπόν από τους ασθενείς είναι συνταξιούχοι. Τα άτομα αυτά έχουν λιγότερες επαγγελματικές υποχρεώσεις και έτσι μπορούν ευκολότερα να ταξιδέψουν. Τέλος έχουν μεγαλύτερη οικονομική άνεση και έχουν έτσι τη δυνατότητα να ταξιδέψουν περισσότερο.

### ΕΘΝΙΚΟΤΗΤΑ

Στην ερώτηση σχετικά με την "Εθνικότητα" διαπιστώνουμε τα εξής :το 47,5% είναι Άγγλοι και το 25%, δηλαδή 10 άτομα είναι Έλληνες. 4 άτομα προέρχονται από την Αμερική και 3 άτομα από την Ιρλανδία. 2 άτομα είναι τέλος από τη Σουηδία και όπως και σε άλλες ερωτήσεις έτσι κι εδώ υπήρχαν άτομα που δεν απάντησαν, τα οποία στον αριθμό είναι 2 (ποσοστό 5%).

### Διάγραμμα 49: Εθνικότητα



Οι περισσότεροι λοιπόν είναι Άγγλοι (ποσοστό 47,5%). Αυτό ήταν αναμενόμενο τη στιγμή που η προώθηση των ερωτηματολογίων έγινε σε περίοδο που το Μεσόγειος επισκέπτονται τουρίστες και δη Άγγλοι.

Το γενικό λοιπόν συμπέρασμα που θα μπορούσαμε να βγάλουμε από την έρευνα που προηγήθηκε μέσω της χορήγησης του ερωτηματολογίου είναι ότι οι πελάτες έμειναν γενικά ευχαριστημένοι από το Μεσόγειος. Το σχετικά λοιπόν νέο τουριστικό προϊόν “θεραπευτικός τουρισμός” έχει απήχηση στο κοινό και έτσι μπορούν να γίνουν προτάσεις για περαιτέρω βελτίωση του προϊόντος. Ο συνδυασμός θεραπείας και τουρισμός λειτουργεί καλά και έτσι και οι δύο τομείς ωφελούνται. Τα αποτελέσματα λοιπόν από την έρευνα είναι ιδιαίτερα ικανοποιητικά. Ειδικά για το Μεσόγειος τα αποτελέσματα είναι περισσότερο θετικά από ό,τι θα περιμέναμε.

**ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΠΕΡΑΙΤΕΡΩ ΕΡΕΥΝΑ**

Σε μια πιο ολοκληρωμένη έρευνα για αυτό το θέμα, θα ήταν σκόπιμο να συμπεριληφθούν στα ερωτηματολόγια και ερωτήσεις που αφορούν το κόστος του τουριστικού πακέτου “τουρισμός υγείας”. Σχετικά με το κόστος, θα πρέπει να υπάρχουν δεδομένα: α) για το κόστος μετάβασης στο αεροδρόμιο / λιμάνι προέλευσης, β) για το κόστος παραμονής στο ξενοδοχείο, γ) για το κόστος των υπηρεσιών που προσφέρει το “Μεσόγειος” και δ) από το αεροδρόμιο / λιμάνι προορισμού μέχρι τον τόπο προέλευσης. Με τα παραπάνω δεδομένα θα μπορούσε κανείς να καταλήξει σε πιο ολοκληρωμένα συμπεράσματα.

Επίσης πολύ ενδιαφέρον θα ήταν μια νέα έρευνα στην μελέτης, καθώς συντελούνται συνεχείς αλλαγές, όπως ενίσχυση του ιατρικού εξοπλισμού με νέα μηχανήματα και αύξηση του ιατρικού και νοσηλευτικού προσωπικού. Θα ήταν λοιπόν πολύ ενδιαφέρον η παρακολούθηση της μεταβολής της προτίμησης του πελατών του Μεσόγειος, εφόσον έχει συντελεστεί βελτίωση των υπηρεσιών του χωρίς να συνοδεύεται από αύξηση της τιμής των πακέτων που προσφέρει.

**ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ**

1. Churchill, G.Q., " Basic Marketing Research ", 2<sup>nd</sup> Edition, 1992,pp9
2. American Marketing Association , Report of the Definitions Committee, AMA, Chicago 1961.
3. Christal P.M., "Marketing Research", 3rd Edition, McGraw-Hill, 1986,pp.43.
4. Annals of tourism research, "The evolution of tourism historical and contemporary perspectives", Volume 12 – Number 3, 1985.
5. Χρήστου Ε, Έρευνα Τουριστικής Αγοράς, εκδόσεις Interbooks, Αθήνα 1999.
6. Κομίλης Π, Βαγιονής Ν, Τουριστικός σχεδιασμός, μέθοδοι και πρακτικές αξιολόγησης, Εκδόσεις Προπομπός, Αθήνα 2000.

## **ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΑΝΑΦΟΡΕΣ**

### **Ελληνική :**

1. Βαρβαρέσος Σ, Τουρισμός: έννοιες, μεγέθη, δομές, Εκδόσεις Προπομπός, β' έκδοση, Αθήνα 2000.
2. Κομίλης Π, Βαγιονής Ν, Τουριστικός σχεδιασμός, μέθοδοι και πρακτικές αξιολόγησης, Εκδόσεις Προπομπός, Αθήνα 2000.
3. Σπάθη Σ.Κ, Ο ιαματικός τουρισμός και η ανάπτυξη του τουρισμού υγείας στην Ελλάδα, Αθήνα 2000.
4. Σφακιανάκης Μ, Εναλλακτικές μορφές τουρισμού, εκδοτικές επιχειρήσεις Σμυρνιωτάκης Α.Ε , Αθήνα 2001.
5. Τζωρτζάκης Κ, Αρχές διοίκησης Μάρκετινγκ, εκδοτικές επιχειρήσεις Σμυρνιωτάκης Α.Ε., Αθήνα 1986.
6. Τσακλαγκάνος Α, Βασικές αρχές του Μάρκετινγκ, ανάλυση και έρευνα της αγοράς, εκδοτικός οίκος αδελφών Κυριακίδη, Αθήνα 1996.
7. Τσάρτας Π, Μανώλογλου Ε, Ποιοτικά χαρακτηριστικά και τάσεις ζήτησης εσωτερικού τουρισμού, Αθήνα 2001.
8. Χρήστου Ε, Έρευνα Τουριστικής Αγοράς, εκδόσεις Interbooks, Αθήνα 1999.

### **Ξενόγλωσση :**

1. American Marketing Association , Report of the Definitions Committee, AMA, Chicago 1961.
2. Annals of tourism research, The evolution of tourism historical and contemporary perspectives, Volume 12-Number 3, 1985.

3. Cockrell N, Spas and Health Resorts in Europe, Travel & Tourist Analyst, No 1, 1996.
4. Chisnal P.M., Marketing Research, 3rd Edition, McGraw-Hill, 1986.
5. Churchill, G.Q.,. " Basic Marketing Research ", TX: The Dryren Press, 2nd Edition, 1992.

### **Αρθρογραφία :**

1. Αγγελής Μ., "Πηγή ζωής η θαλασσοθεραπεία", Business & Τουρισμός, Μάρτιος 1998.
2. Ηγουμενάκης Ν. "Τουριστική οικονομία", Τόμος Α', Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα 1991.
3. Κοντογιάννη Σ, "Η θαλασσοθεραπεία πηγή ζωής από την αρχαιότητα έως σήμερα", Business & Τουρισμός, Απρίλιος 1999.
4. "Ιαματικός Τουρισμός", Τουρισμός & Οικονομία, τεύχος 259, Ιανουάριος 2001.
5. "Θεραπευτικός Τουρισμός", Τουρισμός & Οικονομία, τεύχος 274, Μάιος 2002.
6. Κακός Θ, "Στρατηγική ανάπτυξη του ελληνικού τουρισμού", Τουριστική Αγορά, τεύχος 146, Μάρτιος 2002.
7. Κάκος Θ, Διδασκάλου Ε, "Κρήτη: Ο "ταύρος" του μαζικού τουρισμού και ο "μίτος" της αιεφόρου ανάπτυξης", "Τουρισμός Υγείας", Τουριστική Αγορά, τεύχος 148, Μάιος 2002.



**Μελέτες :**

1. Μελέτη ανάπτυξης εναλλακτικών μορφών τουρισμού Α' φάση, εκπόνηση μελέτης: εταιρία αναπτυξιακών μελετών (ΕΤΑΜ) στην Κρήτη, Ιούλιος 2001.
2. Μελέτη ανάπτυξης εναλλακτικών μορφών τουρισμού Β' φάση, εκπόνηση μελέτης: εταιρία αναπτυξιακών μελετών (ΕΤΑΜ) στην Κρήτη, Οκτώβριος 2001.
3. Μελέτη θερμαλιστικού–Ιαματικού τουρισμού, πρόγραμμα αξιοποίησης περιουσίας Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού, Ελληνική Δημοκρατία–Υπουργείο Ανάπτυξης, Ελληνικά Τουριστικά Ακίνητα.
4. Μελέτη τουριστικής ανάπτυξης της περιφέρειας Κρήτης, εταιρία αναπτυξιακών μελετών, Κρήτη 2001.
5. Οικονομικά Χρονικά, τεύχος 120, Μάρτιος- Απρίλιος 2003.
6. Πρακτικά συνεδρίου : τουρισμός και περιβάλλον στις νησιωτικές περιφέρειες, Ηράκλειο Κρήτης, Μάρτιος 1999.
7. Διδασκάλου Ε, Θεραπευτικός τουρισμός: Προς ένα μοντέλο ανάπτυξης κέντρων θεραπευτικού τουρισμού και εκτίμηση των επιπτώσεων αυτών στους τομείς του τουρισμού και της υγείας, διδακτορική διατριβή, Πειραιάς 1999.

***Πηγές πληροφόρησης στο διαδίκτυο***

1. [http:// www. ιαματικός τουρισμός, gr](http://www.ιαματικόςτουρισμός.gr)
2. [http://www.ιαματικές πηγές της Ελλάδος. gr](http://www.ιαματικέςπηγέςτηςΕλλάδος.gr)
3. <http://www.spas.about.com>
4. <http://www.spas.it>

5. <http://www.thalasso-thermes.com>
6. <http://www.worldhealthspa.com>
7. <http://www.Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού>

**ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ**

**ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΕΡΕΥΝΑΣ**

*I. ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΕΡΕΥΝΑΣ*

Αγαπητοί Επισκέπτες,

Στα πλαίσια του Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών του Πανεπιστημίου Πειραιώς στη Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων οι μεταπτυχιακοί φοιτητές προκειμένου να λάβουν τον τίτλο τους πρέπει να εκπονήσουν διατριβή. Το θέμα που έχει επιλεγεί είναι "Θεραπευτικός Τουρισμός".

Πέρα από τη θεωρητική μελέτη του θέματος αυτού, όπως αυτή προκύπτει από την σχετική βιβλιογραφία και αρθρογραφία, γίνεται προσπάθεια συλλογής και επεξεργασίας στοιχείων από το Μεσόγειος. Ως μεταπτυχιακή φοιτήτρια θα ήθελα να σας παρακαλέσω, ώστε να βοηθήσετε στην εν λόγω έρευνα.

Σας ευχαριστώ εκ των προτέρων,

1. Επισκέφτεστε για πρώτη φορά την Κρήτη;  Ναι  Όχι

Εάν όχι, πόσες φορές έχετε έρθει; \_\_\_\_\_

2. Επισκέφτεστε για πρώτη φορά το Μεσόγειο;  Ναι  Όχι

Εάν όχι, πόσες φορές έχετε έρθει; \_\_\_\_\_

3. Πόσο καιρό ταξιδεύετε ως νεφροπαθής;

Είναι η πρώτη μου φορά

2 χρόνια

5 χρόνια

Παραπάνω

4. Ποια ήταν τα 2 σημαντικότερα κριτήρια της επιλογής σας για να επισκεφτείτε το Μεσόγειο;

Ήθελα να επισκεφτώ την Κρήτη

Ενημερώθηκα από άλλο ασθενή που το έχει επισκεφτεί

Είδα τα προσπέκτους

Η φήμη του κέντρου (εάν είναι γνωστό)

Η γνώμη του γιατρού μου

Το ιατρικό προσωπικό του νοσοκομείου μου το συνέστησε

Μηχανήματα

Άλλος λόγος....

5. Έχετε επισκεφθεί άλλο κέντρο αιμοκάθαρσης στο παρελθόν;  Ναι  Όχι

6. Σε ποια χώρα βρισκόταν το κέντρο αυτό; .....

7. Μείνατε ευχαριστημένοι από το κέντρο αυτό;  Ναι  Όχι

8. Πώς ενημερωθήκατε για το κέντρο αυτό;

Είδα το προσπέκτους

Είδα τη σχετική ιστοσελίδα στο διαδίκτυο

Ενημερώθηκα από άλλο ασθενή

Το ιατρικό προσωπικό του νοσοκομείου μου το συνέστησε

9. Συγκρίνοντας το Μεσόγειο με το κέντρο αυτό ποιο ήταν καλύτερο;

Μεσόγειος

Άλλο κέντρο αιμοκάθαρσης

10. Τι ήταν αυτό που ξεχωρίσατε στο άλλο κέντρο ;

Το φιλικό περιβάλλον

Τα σύγχρονα μέσα θεραπείας

Η αισθητική του χώρου

Το εξειδικευμένο ιατρικό προσωπικό

11. Ποιο κέντρο σας έκανε να νιώσετε πιο άνετα ;

Το Μεσόγειος

Άλλο κέντρο αιμοκάθαρσης

12. Ποιους παράγοντες θεωρείτε πιο σημαντικούς όταν διαλέγετε να επισκεφτείτε ένα κέντρο αιμοκάθαρσης για διακοπές:

	Επίπεδο σημασίας				
	Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Αρκετά	Πολύ
Χώρα					
Η γνώμη των γνωστών που επισκέφτηκαν το κέντρο					
Τα προσπεκτους που είδα					
Η φήμη του κέντρου (εάν είναι γνωστό)					
Η γνώμη του γιατρού μου					

Γιατρός του κέντρου					
Μηχανήματα					
Άλλος λόγος...					

13. Τι κάνετε συνήθως κατά την διάρκεια της αιμοκάθαρσης;  
(Μπορείτε να μαρκάρετε περισσότερα από ένα)

Κοιμάμαι

Ακούω μουσική

Βλέπω τηλεόραση

Συζητώ

Διαβάζω

Άλλο: .....

14. Πείτε μας πόσο ικανοποιημένοι είσαστε όσον αφορά τη λειτουργία του

Μεσόγειος :

	Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα πολύ
Το ταξιδιωτικό γραφείο που σας το συνέστησε					
Πληροφορίες για το Μεσόγειος που εστάλησαν πριν την κάλυψη					
Διαδικασία κράτησης					
Ταμείο – κάλυψη εξόδων					
Ρεσεψιόν					
Φιλοξενία					
Κτίριο					
Κήποι					
Καθαριότητα					
Θεραπεία αιμοκάθαρσης					
Ικανότητες νοσοκόμων					
Επικοινωνία με νοσοκόμες					
Ποιότητα μηχανημάτων					
Δραστηριότητες στο Μεσόγειος					



15. Έχετε κάποιο παράπονο για κάποιο μέλος του προσωπικού του Μεσόγειος;

Ναι  Όχι

Εάν ναι, περιγράψτε μας τι συνέβη.

---



---

16. Αντιμετώπισατε κάποιο πρόβλημα με την ασφάλεια σας ή το νοσοκομείο σας όταν ενημερώσατε για την επίσκεψή σας στο Μεσόγειος; Ναι  Όχι

---



---



---

17. Ήσασταν ευχαριστημένοι από το ξενοδοχείο σας;  Ναι  Όχι

Παρακαλούμε γράψτε μας τα σχόλια σας για το ξενοδοχείο:

Όνομα ξενοδοχείου:

---



---



---



---

18. Ήσασταν γενικά ευχαριστημένοι από τις διακοπές στην Κρήτη;

Ναι  Όχι  Θα μπορούσε να είναι καλύτερα

Παρακαλούμε περιγράψτε μας τι σας απογοήτευσε κατά την διάρκεια των διακοπών σας στην Κρήτη:

---



---



---



---

19. Πείτε μας ποιος σας κάλυψε τα έξοδα για την αιμοκάθαρση ;

Ασφαλιστικά ταμεία ( ΙΚΑ, ΤΕΒΕ )

Προσωπική κάλυψη εξόδων

Άλλος τρόπος κάλυψης των εξόδων

20. Πόσο πιθανό είναι να επισκεφθείτε ξανά το Μεσόγειος ;

Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ

21. Πόσο πιθανό είναι να επισκεφθείτε ξανά την Κρήτη;

Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ

22. Τι σας τραβάει περισσότερο να επισκεφθείτε ξανά την Κρήτη; \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

23. Τι σας τραβάει περισσότερο να επισκεφθείτε ξανά το Μεσόγειος ;

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

24. Τι σας απογοήτευσε στις διακοπές σας;

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

25. Θα χαιρόμασταν να έχουμε τις προτάσεις σας για να βελτιωθούν οι ιατρικές και ψυχαγωγικές υπηρεσίες του Μεσόγειου.

---



---



---

26. Δημογραφικά :

\_ Οικογενειακή κατάσταση : Έχετε σύζυγο ;  Ναι  Όχι  
 Έχετε παιδιά ;  Ναι  Όχι

\_ Τι ηλικία έχετε ;

Κάτω των 30 ετών	<input type="checkbox"/>
Μεταξύ 31- 35	<input type="checkbox"/>
Μεταξύ 36- 40	<input type="checkbox"/>
Μεταξύ 41- 45	<input type="checkbox"/>
Μεταξύ 46- 50	<input type="checkbox"/>
Μεταξύ 51- 55	<input type="checkbox"/>
Μεταξύ 56 – 60	<input type="checkbox"/>
60 και άνω	<input type="checkbox"/>

\_ Φύλο ; Άνδρας       Γυναίκα

\_ Ποιο το εκπαιδευτικό σας επίπεδο ;

- Απόφοιτος Υποχρεωτικής Εκπαίδευσης(Δημοτικό, Γυμνάσιο)
- Απόφοιτος Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης (Λύκειο )
- Απόφοιτος Ανώτερης Εκπαίδευσης ( ΤΕΙ )
- Απόφοιτος Ανώτατης Εκπαίδευσης ( ΑΕΙ )

\_ Επαγγελματική κατάσταση .....

\_ Εθνικότητα .....

Σας ευχαριστώ για τον χρόνο σας και για τις πολύτιμες απαντήσεις σας.