

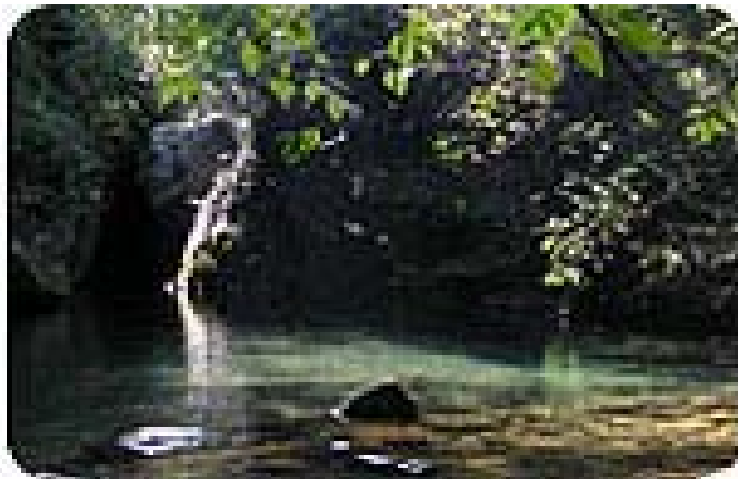
Α.Τ.Ε.Ι ΚΡΗΤΗΣ

**ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ :

**«ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΥΓΕΙΑΣ
ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ»**

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΑΣ : ΒΕΝΙΑΝΑΚΗ ΑΡΙΣΤΕΑ



ΕΠΟΠΤΕΥΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ : ΡΙΓΓΑΣ ΧΡΗΣΤΟΣ

ΗΡΑΚΛΕΙΟ 2007

*«Κάποιοι πρέπει να κρατήσουν
σαν σημεία αναφοράς
σα ριζιμιά χαράκια,
Για να αναγνωρισθεί το τοπίο
μετά τον κατακλυσμό»*

N. Πετράκης Σημεία Αναφοράς
Σητεία 1996

Για την πραγματοποίηση της πτυχιακής μου
Εργασίας θα ήθελα να ευχαριστήσω τον
κ. Χρήστο Ρίγγα, την κ. Ειρήνη Γαϊπάνη,
υπεύθυνη του OASIS SPA, τον κ. Αντώνη
Φραγκούλη και τέλος τον κ. Ζαχαρία Χνάρη,
διευθυντή του CANDIA MARIS THALASSO
& SPA – CENTER.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ	1
ΜΕΡΟΣ ΠΡΩΤΟ : ΜΑΖΙΚΟΣ ΚΑΙ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο	
1.1 Ορισμός μαζικού τουρισμού	2
1.2 Περί εναλλακτικού τουρισμού	3
1.3 Επιπτώσεις εναλλακτικού τουρισμού	4
1.4 Κοινωνικές επιπτώσεις	5
1.5 Περιβαλλοντολογικές επιπτώσεις	6
1.6 Οικονομικές επιπτώσεις	7
1.7 Η εφαρμογή του εναλλακτικού τουρισμού στην Κρήτη	8

ΜΕΡΟΣ ΔΕΥΤΕΡΟ : ΑΝΑΦΟΡΑ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΥΓΕΙΑΣ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο

2.1	Μορφές εναλλακτικού τουρισμού	9
2.2	Ορισμός τουρισμού υγείας	10
2.2.1	Ορισμός θερμαλισμού	11
2.3	Τα χαρακτηριστικά των τουριστών υγείας	11
2.4	Τουριστικά κέντρα υγείας	12
2.5	Τι είναι τα κέντρα θαλασσοθεραπείας (SPA)	13
2.5.1	Κατηγορίες των SPA	15
2.5.2	Ξενοδοχεία με SPA στην Κρήτη	16
2.6	Η θαλασσοθεραπεία στον τομέα της Ιατρικής	18
2.7	Η θαλασσοθεραπεία στον τομέα της Αισθητικής	19
2.8	Γενικές αντενδείξεις της θαλασσοθεραπείας	19
2.9	Συμπεράσματα που προκύπτουν για τα κέντρα θαλασσοθεραπείας της Κρήτης	20
2.10	Δυνατότητες ανάπτυξης ιατρικού τουρισμού στην Κρήτη	26

ΜΕΡΟΣ ΤΡΙΤΟ : Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ MARKETING PLAN

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο

3.1	Μάρκετινγκ τουρισμού υγείας στην Κρήτη	28
3.2	Αναγκαιότητα εκπόνησης marketing plan	29
3.3	Στόχος επιχειρησιακού σχεδίου	30
3.4	Μεθοδολογική προσέγγιση	30
3.5	Υφιστάμενη κατάσταση τουρισμού	31
3.6	Εικόνα τουριστικού προϊόντος	32

ΕΠΙΛΟΓΟΣ

	Γενικά συμπεράσματα – κατευθύνσεις πολιτικής	34
	Από βιβλιογραφία	36
	Παραπομπές	37
	Από έρευνα σε ηλεκτρονικές διευθύνσεις	38
	Παράρτημα	39

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στο πρώτο κεφάλαιο γίνεται αναφορά γενικά για τον μαζικό τουρισμό. Επίσης, για τον εναλλακτικό τουρισμό καθώς και για τις επιπτώσεις αυτού, κοινωνικές, περιβαλλοντολογικές, οικονομικές και για την εφαρμογή του εναλλακτικού τουρισμού στην Κρήτη. Στο δεύτερο κεφάλαιο αναφέρονται επιγραμματικά οι μορφές του εναλλακτικού τουρισμού και πιο συγκεκριμένα ο ορισμός του τουρισμού υγείας, ο ορισμός του θερμαλισμού και τα χαρακτηριστικά των τουριστών υγείας. Επιπρόσθετα, τι είναι τα κέντρα θαλασσοθεραπείας, ποιες είναι οι κατηγορίες τους και ποια ξενοδοχεία στην Κρήτη διαθέτουν Spa. Ακόμα, πως χρησιμοποιείται η θαλασσοθεραπεία στον τομέα της Ιατρικής και της Αισθητικής και οι γενικές αντενδείξεις της. Τέλος, τα συμπεράσματα που προκύπτουν από την έρευνα που έχει γίνει για τα κέντρα θαλασσοθεραπείας της Κρήτης. Στο τρίτο κεφάλαιο, αναφέρεται ο ρόλος του μάρκετινγκ τουρισμού υγείας στην Κρήτη, καθώς και η αναγκαιότητα εκπόνησής του.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ

ΜΑΖΙΚΟΣ ΚΑΙ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

1.1 Ορισμός μαζικού τουρισμού

Μαζικός τουρισμός(mass tourism) είναι ο τουρισμός των μεγάλων αριθμών και αποτελεί την κυρίαρχη έκφραση της τουριστικής δραστηριότητας του αστικού πληθυσμού των ανεπτυγμένων χωρών.

Πολλοί μελετητές έχουν καταλήξει ότι ο μαζικός τουρισμός είναι ο κακός τουρισμός κι αυτό γιατί οι περισσότερες από τις αρνητικές συνέπειες της τουριστικής ανάπτυξης προκύπτουν από αυτόν. Η συνηθέστερη και σημαντικότερη εντοπίζεται στη συμπεριφορά και στις αντιλήψεις του τοπικού πληθυσμού, ο οποίος σταδιακά χάνει την πολιτιστική και τοπική του ιδιαιτερότητα και αλλοτριώνεται σε μια μαζική ιδιομορφία.

Επιπρόσθετα, ο μαζικός τουρισμός έχει χαρακτηριστεί κατά καιρούς ως σκληρός, απερίσκεπτος, επιθετικός, ανεξέλεγκτος και βραχυπρόθεσμος.

Ο μαζικός τουρισμός είναι ευρέως διαδεδομένος στην Ελλάδα και μέσω αυτού η Ελλάδα έχει χαρακτηριστεί ως παγκόσμιο τουριστικό θέρετρο. Σε καμία περίπτωση λοιπόν δεν είναι επιθυμητή η κατάργησή του, αλλά αντίθετα στόχος είναι αν όχι η αύξηση του, η διατήρηση του σε ένα τέτοιο επίπεδο ώστε να καλύπτει τις ανάγκες των τουριστών οι οποίοι επιθυμούν αυτή τη συγκεκριμένη μορφή τουρισμού.

1.2 Περί εναλλακτικού τουρισμού

Παράλληλα με το μαζικό τουρισμό προβάλλεται και αναπτύσσεται τα τελευταία χρόνια ένα άλλο είδος τουρισμού, ο εναλλακτικός τουρισμός. Σε αντιπαράθεση με το μαζικό τουρισμό, ο εναλλακτικός τουρισμός δεν είναι «μεγάλης κλίμακας» αλλά τουρισμός που απευθύνεται σε μεμονωμένες ομάδες ατόμων με διάφορα ενδιαφέροντα, όπως η φύση, ο πολιτισμός, η παράδοση, η επιστήμη και η θρησκεία.

«Εναλλακτικός τουρισμός είναι μια μικρής κλίμακας και μη συμβατικής φύσεως διαδικασία ανάπτυξης τουριστικών προορισμών που προωθεί μια ενεργητική μορφή ταξιδιού προσφιλή στις φυσικές, κοινωνικές και πολιτιστικές αξίες των περιοχών υποδοχής τουριστών και που κάνει δυνατή την αλληλεπίδραση και την από κοινού συμβίωση μεταξύ των μελών διαφορετικών κοινωνιών (των τουριστών και των προορισμών υποδοχής τους) και αναπτύσσεται με τη σύμφωνη γνώμη και συμμετοχή του εντόπιου κοινωνικού συνόλου στην παραγωγική διαδικασία».

Από τον ορισμό διαπιστώνονται οι διαφορές του εναλλακτικού τουρισμού από τον μαζικό οι οποίες είναι οι εξής :

- i. Οι αλλαγές στον εναλλακτικό τουρισμό σχετίζονται ως επί το πλείστον με τη βελτίωση του επιπέδου διαβίωσης του ντόπιου πληθυσμού, την προστασία της χλωρίδας και της πανίδας και την αναζωογόνηση της ντόπιας κουλτούρας, ενώ στο μαζικό τουρισμό η προστασία του περιβάλλοντος και η καλυτέρευση του βιοτικού επιπέδου των ντόπιων κατοίκων δεν είναι πρωτεύουσας σημασίας.
- ii. Ενώ ο μαζικός τουρισμός θεωρείται παθητικός, ο εναλλακτικός θεωρείται ενεργητικός και σα στόχο έχει τη γνωριμία με το περιβάλλον και τον πολιτισμό της περιοχής και τη συναναστροφή με το ντόπιο πληθυσμό.
- iii. Ο εναλλακτικός τουρισμός δεν χρησιμοποιεί τις υποδομές που κατασκευάστηκαν για την ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού, αλλά χρησιμοποιεί επενδύσεις σε μικρού μεγέθους τουριστικές επιχειρήσεις.

1.3 Επιπτώσεις εναλλακτικού τουρισμού

Ο εναλλακτικός, όπως και ο μαζικός τουρισμός, επιφέρει επιπτώσεις στην κοινωνία, στο περιβάλλον, στον πολιτισμό και στην οικονομία της περιοχής που αναπτύσσεται.

Οι κοινωνικές επιπτώσεις που μπορεί να επιφέρει ο εναλλακτικός τουρισμός είναι ελάχιστες σε σχέση με αυτές που επιφέρει ο μαζικός, όπως ο αλκοολισμός, η βία και η εγκληματικότητα. Λόγω του ότι είναι τουρισμός «των μικρών αριθμών» δεν μπορεί να δημιουργήσει σημαντικά προβλήματα σε κοινωνικό επίπεδο, αφού η ντόπια κοινωνία επιβάλλεται σ' αυτόν και όχι εκείνος στην κοινωνία.

Ο τουρισμός έχει συνδέεται άμεσα με το περιβάλλον. Όλες οι εναλλακτικές μορφές του τουρισμού είναι φιλικές προς το περιβάλλον. Κάθε πρόοδος λοιπόν των εναλλακτικών μορφών του τουρισμού έχει θετικό αντίκτυπο στο περιβάλλον και στην διατήρηση του πλούτου της περιοχής. Επίσης, ένα ακόμα όφελος είναι ότι σχεδόν όλοι οι φυσικοί χώροι που 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 έτσι στη διατήρηση των περιβαλλοντικών ισορροπιών.

Στον πολιτισμό, οι επιπτώσεις ταυτίζονται με το μαζικό και περιλαμβάνουν επιρροές στις τέχνες, στην λογοτεχνία, στις εκδηλώσεις και στη μουσική. Ο σκοπός και τα αποτελέσματα είναι διαφορετικά. Στο μαζικό γίνονται όλα ανεξέλεγκτα και το αποτέλεσμα είναι η αλλοίωση των πολιτιστικών δραστηριοτήτων. Αντίθετα, στον εναλλακτικό όλα γίνονται με σκοπό τη γνώση, την ανταλλαγή ιδεών και τη διάδοση των τοπικών εθίμων.

Στην οικονομία ο μαζικός τουρισμός επιφέρει πολλά κέρδη, αλλά όχι μακροχρόνια. Σε αντιπαράθεση, στον εναλλακτικό τα κέρδη είναι μακροχρόνια και καταμερίζονται στο σύνολο της κοινωνίας.

1.4 Κοινωνικές επιπτώσεις

Οι περισσότερες από τις κοινωνικές επιδράσεις του εναλλακτικού είναι οι εξής :

- i. Οι τουρίστες έρχονται σε επαφή με τα ήθη, τα έθιμα και τον τρόπο ζωής του προορισμού που επισκέπτονται. Μαθαίνουν τη γλώσσα του συγκεκριμένου τόπου και μ' αυτόν τον τρόπο αυξάνεται ο αμοιβαίος σεβασμός μεταξύ του τουρίστα και του ντόπιου πληθυσμού.
- ii. Ο εναλλακτικός τουρισμός μπορεί να συμβάλλει στη διατήρηση παραδοσιακών επαγγελμάτων που ενδεχομένως να είχαν εκλείψει. Επιπρόσθετα, μπορεί να συμβάλλει στην αναβίωση εθίμων, παρέχοντας έτσι προοπτικές ζωής στους νέους των αγροτικών περιοχών. Με την αναβίωση πολιτιστικών εκδηλώσεων, υπάρχει έντονη συμμετοχή των ντόπιων κατοίκων και των τουριστών, δίνοντας την αίσθηση στον επισκέπτη ότι αποτελεί ενεργό μέρος της εκδήλωσης και δεν είναι απλά θεατής.
- iii. Μέσω του εναλλακτικού τουρισμού δημιουργείται η ενθάρρυνση και η οικονομική ώθηση των πολιτιστικών δραστηριοτήτων, όπως των παραδοσιακών χορών, της μουσικής, του θεάτρου, της λαογραφίας και των τοπικών πανηγυριών. Μ' αυτόν τον τρόπο διατηρείται η πολιτιστική κληρονομιά. Για παράδειγμα, στο Ρέθυμνο, στο χωριό Μαρουλάς, μία γυναίκα, η Κατερίνα Σπανδάγου, πήρε την πρωτοβουλία να ανακαινίσει το παλιό της σπίτι και να το μετατρέψει σε εργαστήριο, έκθεση υφαντών και ιδιωτική σχολή παραγωγής υφαντών .
- iv. Ακόμα, συμβάλλει στην ανάπτυξη και στη διατήρηση του δευτερογενούς τομέα μέσω της προώθησης τοπικών προϊόντων χειροτεχνίας και οικοτεχνίας, δηλαδή η παραγωγή παραδοσιακών προϊόντων, όπως κεραμικά, υφαντά, κεντήματα και κοσμήματα τα οποία πωλούνται στους τουρίστες ως αναμνηστικά.(Σφακιανάκης Ε. , 2000 σελ. 69 - 70)

1.5 Περιβαλλοντολογικές επιπτώσεις

Ο τουρισμός και το περιβάλλον είναι αλληλένδετα. Οι σημαντικότερες από τις επιπτώσεις είναι:

- i. Η φιλοσοφία του εναλλακτικού τουρισμού είναι η προστασία του περιβάλλοντος και η συναναστροφή του τουρίστα με τη φύση. Οι σύγχρονοι τουρίστες έχουν γίνει αρκετά απαιτητικοί και ζητούν υψηλής ποιότητας περιβάλλον και είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν υψηλά ποσά για να το αποκτήσουν. Στην Κρήτη υπάρχει υψηλής ποιότητας περιβάλλον και στην ύπαιθρο και σε ορεινές περιοχές που οι παραδοσιακές οικονομικές δραστηριότητες δεν έχουν αλλοιώσει σε μεγάλο βαθμό. Άρα, υπάρχουν προοπτικές για την προσέλκυση εναλλακτικού τύπου τουριστών.
- ii. Ενώ οι απαιτήσεις του σύγχρονου τουρίστα για ενέργεια και νερό είναι σε υψηλά επίπεδα, δηλαδή αυτό σημαίνει ότι οι φυσικοί πόροι καταναλώνονται για την παροχή θερμότητας, κλιματισμού, ρεύματος και πόσιμο νερού, στην περίπτωση του εναλλακτικού τουρισμού το πρόβλημα δεν είναι τόσο έντονο. Οι τουριστικές επιχειρήσεις εναλλακτικού τύπου συνηθίζουν να κάνουν συντηρητική χρήση των πλουτοπαραγωγικών πόρων με το να καταναλώνουν χαμηλότερες ποσότητες ενέργειας ή χρησιμοποιώντας εναλλακτικές μορφές, όπως αιολική ή ηλιακή.
- iii. Η βιώσιμη χρήση της γης, δηλαδή η εφαρμογή μεθόδων γεωργικής εκμετάλλευσης φιλικών προς το περιβάλλον, όπως αυτές της βιολογικής καλλιέργειας χρησιμοποιούνται από αγροτουριστικές εκμεταλλεύσεις. Μ'αυτόν τον τρόπο προστατεύεται και αναβαθμίζεται το περιβάλλον, αφού μειώνονται τα περιβαλλοντολογικά προβλήματα, όπως η καταστροφή της πανίδας και της χλωρίδας, η μόλυνση των νερών και η δημιουργία τοξικών ουσιών στις τροφές και στο νερό που δημιουργούν σοβαρές επιπτώσεις στην καρδιά.
- iv. Επίσης, μπορεί να συμβάλλει στη διατήρηση των μνημείων και των ιστορικών τοποθεσιών, αφού αποτελούν σημαντική έλξη για τους τουρίστες. Αυτό σημαίνει την προστασία, τη διατήρηση και την αναπαλαίωση τους προς όφελος του κοινωνικού συνόλου. Τα χρήματα που θα συγκεντρώνονται από τα μουσεία, τους αρχαιολογικούς χώρους και τα εθνικά πάρκα θα βοηθούν στην κάλυψη των δαπανών για τη συντήρησή τους. (Σφακιανάκης Ε. , 2000 σελ. 71 - 72)

1.6 Οικονομικές επιπτώσεις

Εφόσον ο εναλλακτικός τουρισμός αναπτύσσεται σε περιοχές που οι οικονομικές δραστηριότητες είναι περιορισμένες και η ζήτηση των τουριστών για διακοπές έχει αυξηθεί, ο εναλλακτικός τουρισμός μπορεί να οδηγήσει σε μια καλύτερη κατανομή της απασχόλησης και να αλλάξει εντελώς την αγορά εργασίας των αγροτικών περιοχών. Οι σπουδαιότερες οικονομικές επιπτώσεις είναι :

- i. Οι θέσεις εργασίας που δημιουργούνται στον εναλλακτικό τουρισμό δημιουργούν νέες ευκαιρίες για απασχόληση όχι μόνο στον τουρισμό, αλλά και σε διάφορους άλλους κλάδους, όπως στη γεωργία και στην κτηνοτροφία. Αυτό θα έχει σα συνέπεια ο εναλλακτικός τουρισμός οδηγεί στη συγκράτηση του γηγενή πληθυσμού στην πατρική γη και στην αναζωογόνηση των περιοχών της ενδοχώρας. Αυτό συμβαίνει διότι οι εργαζόμενοι στον εναλλακτικό τουρισμό δε χρειάζεται να έχουν εξειδικευμένες γνώσεις και έτσι δίνεται η δυνατότητα σε ανειδίκευτα άτομα, που αρκετές φορές απαρτίζουν μέρος του αγροτικού πληθυσμού, να εργαστούν.
- ii. Ο εναλλακτικός τουρισμός συντελεί στην ανάπτυξη της τοπικής κοινωνίας προσφέροντας οικονομική άνθιση αυξάνοντας την παραγωγή παραδοσιακών προϊόντων. Οι επιχειρήσεις που απευθύνονται στον εναλλακτικό τουρισμό είναι οικογενειακές κι έτσι υπάρχει μικρότερη διαρροή χρημάτων.
- iii. Στις επιχειρήσεις εναλλακτικού τύπου καταναλώνονται προϊόντα ντόπιας παραγωγής. Ο τουρίστας έχει τη δυνατότητα να γνωρίσει τα προϊόντα που παράγει η περιοχή που επισκέπτεται και να τα αναζητήσει όταν επιστρέψει στην πατρίδα του, με αποτέλεσμα να αυξάνονται οι εξαγωγές. Τα προϊόντα που παράγονται επιφέρουν υψηλότερα εισοδήματα στους ντόπιους αφού πωλούνται απευθείας στον καταναλωτή, χωρίς τη διαμεσολάβηση τρίτων. (Σφακιανάκης Ε. ,2000 σελ. 73 – 74)

1.7 Η εφαρμογή του εναλλακτικού τουρισμού στην Κρήτη

Ο εναλλακτικός τουρισμός είναι αυτός που ταιριάζει αναμφίβολα στην περιοχή μας. Η Κρήτη έχει ιδανικές συνθήκες για την ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού κι αυτό διότι το φυσικό περιβάλλον της χαρακτηρίζεται από εξαιρετική ποικιλία και ομορφιά, η κύρια ασχολία των κατοίκων της είναι η γεωργία, η πολιτιστική της κληρονομιά είναι ιδιαίτερα σημαντική και η κρητική κουζίνα είναι μία από τις καλύτερες του κόσμου.

Ήδη, σήμερα αναπτύσσονται πολλές μορφές εναλλακτικού τουρισμού, όπως μονοήμερες επισκέψεις σε αρχαιολογικούς χώρους, σε παραδοσιακά χωριά μέχρι πολυήμερες εκδρομές στη φύση και εκδρομές «περιπέτειας», ενώ υπάρχουν και ξενοδοχεία που λειτουργούν σε οικολογική βάση με κήπους βιολογικής καλλιέργειας και καταφύγια πουλιών, καθώς και πολλά αγροτικά καταλύματα σε χωριά.

Αρκετές προσπάθειες για ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού έχουν γίνει στο παρελθόν, όπως αυτή της «Μηλιάς» που βραβεύτηκε το 2003 από τον διεθνή οργανισμό Σκωλ κατά τη διάρκεια του παγκόσμιου διαγωνισμού οικολογικού τουρισμού.

Αναμφισβήτητα λοιπόν, η πολυμορφία και η μοναδικότητα της Κρήτης αποτελούν ένα ισχυρό πλεονέκτημα, που αν αξιοποιηθεί κατάλληλα για την ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού μπορεί να αποδώσει πολλά στην τοπική κοινωνία. (Ηγουμενάκης Ν. ,1991 σελ. 145)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ

ΑΝΑΦΟΡΑ ΣΤΟΝ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

2.1 Μορφές εναλλακτικού τουρισμού

Οι σημαντικότερες μορφές είναι οι εξής :

- Οικολογικός τουρισμός
- Αγροτουρισμός
- Περιβαλλοντολογικός τουρισμός
- Περιηγητικός τουρισμός
- Περιπατικός τουρισμός
- Πολιτιστικός τουρισμός
- Εκθεσιακός τουρισμός
- Σπουδαστικός τουρισμός
- Επαγγελματικός τουρισμός
- Τουρισμός νεόνυμφων
- Θερινός τουρισμός
- Τουρισμός σαφάρι
- Τουρισμός διακοπών
- Τουρισμός φιλοξενίας
- Αστικός τουρισμός
- Φυσιολατρικός τουρισμός
- Ορεινός τουρισμός
- Πολιτιστικός τουρισμός
- Αθλητικός τουρισμός
- Χειμερινός τουρισμός
- Θαλάσσιος τουρισμός
- Εκπαιδευτικός τουρισμός
- Θρησκευτικός τουρισμός
- Συνεδριακός τουρισμός
- Τουρισμός κινήτρων
- Τουρισμός υγείας

2.2 Ορισμός τουρισμού υγείας

Τουρισμός υγείας είναι ο τουρισμός κατά τη διάρκεια του οποίου οι τουρίστες συμμετέχουν σε προγράμματα υγείας ή σε προγράμματα που σχετίζονται με την υγεία.

Τα προγράμματα υγείας είναι προγράμματα διατήρησης, πρόληψης, θεραπείας, ανάρρωσης και αποκατάστασης της υγείας με σύγχρονες ιατρικές μεθόδους και με φυσικές μεθόδους και με προγράμματα υγιεινής διατροφής, ομορφιάς, αδυνατίσματος και ψυχικής ισορροπίας.

Ο τουρισμός υγείας με την ευρεία έννοια περιλαμβάνει και κάποιες άλλες εναλλακτικές μορφές τουρισμού και είναι οι εξής :

- Θεραπευτικός τουρισμός : Είναι ο τουρισμός που περιλαμβάνει προγράμματα θεραπείας με σύγχρονες ιατρικές μεθόδους της Ιατρικής και με φυσικές θεραπείες της εναλλακτικής Ιατρικής.
- Ιαματικός τουρισμός : Είναι η πρώτη μορφή τουρισμού υγείας και περιλαμβάνει ένα ταξίδι τουριστών με διάφορα προβλήματα υγείας, σε τουριστικούς προορισμούς στους οποίους υπάρχουν ιαματικές πηγές με θεραπευτικές ιδιότητες.
- Τουρισμός φυσικοθεραπείας : Είναι ο τουρισμός κατά τη διάρκεια του οποίου γίνεται χρήση των φυσικών μεθόδων θεραπείας της εναλλακτικής Ιατρικής για την πρόληψη και τη θεραπεία της υγείας.
- Τουρισμός υγιεινής διαβίωσης : Είναι ο τουρισμός κατά τη διάρκεια του οποίου οι τουρίστες ακολουθούν ένα πρόγραμμα υγιεινής ζωής το οποίο περιλαμβάνει υγιεινή διατροφή, άθληση, και προγράμματα ψυχικής ισορροπίας και μείωσης του άγχους.
- Τουρισμός ομορφιάς : Είναι ο τουρισμός κατά τη διάρκεια του οποίου ακολουθούνται διάφορα προγράμματα ομορφιάς, όπως αισθητικής, αδυνατίσματος, ενδυματολογίας, περιποίησης, πλαστικής χειρουργικής και μαθημάτων κοινωνικής παρουσίας.
- Θερμαλισμός : Είναι το σύνολο των δραστηριοτήτων του Ιαματικού τουρισμού μαζί με τις διευρυμένες δραστηριότητες και αναζωογόνησης που μπορούν να έχουν και μη ασθενείς τουρίστες που επισκέπτονται τις ιαματικές πηγές. Ο θερμαλισμός ταυτίζεται με τον ιαματικό τουρισμό.

2.2.1 Ορισμός θερμαλισμού

Ο θερμαλισμός είναι το σύνολο των δραστηριοτήτων του Ιαματικού τουρισμού, της ενεργειακής αξιοποίησης των θερμομεταλλικών νερών και των άλλων γεωθερμικών ρευστών, τη χρήση της γεωθερμικής ενέργειας και της διαχείρισης των πόσιμων μεταλλικών νερών. Οι τομείς στους οποίους είναι δυνατή η χρήση γεωθερμικών ρευστών είναι :

1. Ιαματικές χρήσεις (που όταν συνδυάζονται με τουριστικές δραστηριότητες συγκροτούν τον Ιαματικό τουρισμό)
2. Εμφιάλωση των πόσιμων μεταλλικών νερών
3. Θέρμανση και κλιματισμός κτιρίων
4. Υδατοκαλλιέργειες
5. Συντήρηση αγροτικών προϊόντων
6. Γεωργική Βιομηχανία
7. Άρδευση και αποστείρωση εδάφους
8. Θέρμανση κτηνοτροφικών μονάδων
9. Παραγωγή Ηλεκτρικής ενέργειας και
10. Αφαλάτωση νερού για ύδρευση ή άρδευση

2.3 Τα χαρακτηριστικά των τουριστών υγείας

Οι άνθρωποι που κάνουν τουρισμό υγείας ανήκουν στη μέση και τρίτη ηλικία οι οποίοι έχουν προβλήματα υγείας ή που θέλουν να ζήσουν υγιεινά. Ωστόσο υπάρχουν και νέοι οι οποίοι δίνουν ιδιαίτερη σημασία στην εξωτερική τους εμφάνιση. Το ποσοστό ανδρών και γυναικών κυμαίνεται περίπου στα ίδια επίπεδα. Τέλος, ένα αρκετά μεγάλο μέρος της τουριστικής πελατείας είναι άτομα με ειδικές ανάγκες, τα οποία βρίσκονται σε ένα Κέντρο Υγείας προκειμένου να αποκαταστήσουν τα προβλήματα υγείας που αντιμετωπίζουν.

2.4 Τουριστικά Κέντρα Υγείας

Ο τουρισμός υγείας συνεχώς εξελίσσεται και περιλαμβάνει όλες τις υπηρεσίες που σχετίζονται με την υγεία, τη ειδική διαιτητική και την άσκηση. Ακόμα, κάποιες ειδικές θεραπείες όπως είναι η θεραπεία κατά του άγχους, κατά του καπνίσματος, η ψυχοθεραπεία, η κινησιοθεραπεία και η χαλάρωση. Τα τουριστικά κέντρα κατατάσσονται σε δύο κατηγορίες ανάλογα με το προσφερόμενο προϊόν :

A) Σε κέντρα ιαματικού – θεραπευτικού τουρισμού (spa resorts), εάν το προϊόν στοχεύει κυρίως στη θεραπεία με τη χρήση ιαματικών νερών σε περιβάλλον ποιότητας και αναψυχής. Στην Κρήτη δεν υπάρχουν Spa Resorts, γιατί δεν υπάρχουν ιαματικές πηγές.

B) Σε κέντρα τουρισμού υγείας – υγιεινής και φυσικής διαβίωσης (health resorts), εάν το προσφερόμενο προϊόν, εκτός της θεραπείας στοχεύει περισσότερο στην ξεκούραση και την αναψυχή.

Τα κέντρα αυτά προσφέρουν προϊόντα των οποίων τα βασικά συστατικά προέρχονται από φυσικές πηγές και παρέχουν στους πελάτες τους μία σειρά από σύγχρονες φροντίδες και περιποιήσεις σε συνδυασμό με την απόλαυση και την ψυχαγωγία ποιότητας, ενώ διαφέρουν μόνο στη μορφή του προσφερόμενου τελικού προϊόντος το οποίο συνίσταται σε θεραπεία ή ξεκούραση. Οι τουριστικοί πράκτορες και γενικότερα η τουριστική βιομηχανία χρησιμοποιούν τον όρο «Spa» για να περιγράψουν αυτό το προϊόν.



2.5 Τι είναι τα κέντρα θαλασσοθεραπείας (SPA)

Η χώρα μας, παρόλο που κατέχει μια πραγματικά ευνοϊκή γεωγραφική θέση περικυκλωμένη από θάλασσα, μόλις τα τελευταία χρόνια άρχισε να εκμεταλλεύεται οργανωμένα τη μέγιστη δύναμη του θαλασσινού νερού στον τομέα της υγείας και της ομορφιάς. Η λέξη SPA, που προέρχεται από την ιταλική φράση « Salus Per Aqua», η οποία μεταφράζεται ως « Υγεία διαμέσω του Νερού», τα τελευταία μόλις χρόνια έχει εισαχθεί στο λεξιλόγιο των Ελλήνων.

Ο πατέρας της Ιατρικής Ιπποκράτης, μπορεί να θεωρηθεί ως ο πρώτος που ανακάλυψε τις θεραπευτικές ιδιότητες του νερού, παρατηρώντας την ευεργετική επίδραση του στα πληγωμένα χέρια των ψαράδων. Από το γεγονός ότι η επαφή με τη θάλασσα απέκλειε κάθε πιθανή μόλυνση, η ιατρική του διάνοια τον έκανε να προτρέπει τους ασθενείς του σε θεραπείες με τη χρήση θαλασσινού νερού ακόμα και για ανακούφιση από τους πόνους.

Ανατρέχοντας κανείς στην ιστορία μας, θα διαπιστώσει ότι ο όρος Spa στην Ελλάδα υπήρχε από τα αρχαία χρόνια, όπου οι Αρχαίοι Έλληνες είχαν τη δυνατότητα να απολαύσουν τη θεραπευτική δράση του νερού σε ένα εκπληκτικό θέρετρο υγείας στην Επίδαυρο. Έτσι, η Επίδαυρος αποτελούσε το ολιστικό SPA των αρχαίων Ελλήνων και ένα άριστο προσχέδιο των σύγχρονων κέντρων SPA αιώνες μετά.

Είναι γνωστό πλέον ότι η θαλασσοθεραπεία είναι ένα σύστημα αποτελεσματικής θεραπείας που με τη χρήση θερμού θαλασσινού νερού, προκαλεί την ανανέωση των κυττάρων, με την ανταλλαγή διαφόρων στοιχείων και τοξινών ανάμεσα στο αίμα και το νερό.

Ήδη αρκετά πολυτελή ξενοδοχεία σε όλη την Ελλάδα διαθέτουν μοντέρνα κέντρα θαλασσοθεραπείας και spa με άριστο εξοπλισμό και καλά εκπαιδευμένο προσωπικό. Τα κέντρα αυτά διαθέτουν υδρομασάζ σε θερμαινόμενες πισίνες με θαλασσινό νερό, αρωματοθεραπεία και θεραπεία με φυτά θαλάσσης. Η θαλασσοθεραπεία συνίσταται στη σωστή και ταυτόχρονη χρήση των ευεργετικών συστατικών του θαλασσινού νερού και των θαλασσινών νερών.

Καθημερινά αυξάνει ο αριθμός των κέντρων θαλασσοθεραπείας και spa, κυρίως στα πολυτελή ξενοδοχεία και στα ξενοδοχεία resorts στην Ελλάδα κι ένας αριθμός luxury

hotels spa και wellness spa hotels προσφέρουν ποικιλία προγραμμάτων ομορφιάς, ευεξίας και άθλησης με θαλασσοθεραπεία ή χωρίς.

Η εφαρμογή των προγραμμάτων στα περισσότερα κέντρα περιλαμβάνει συνδυασμό θαλασσινού νερού, θαλασσινών φυτών και λάσπης, με απόρροια την λήψη όλων των ευεργετικών στοιχείων του υδάτινου περιβάλλοντος από το ανθρώπινο σώμα. Επιπλέον, συμβάλλει ευεργετικά και πολλούς ακόμα τομείς όπως η χαλάρωση, ο έλεγχος του στρες, η ανανέωση των μυών και της επιδερμίδας ακόμα και στον έλεγχο του σωματικού βάρους. Ιδιαίτερα σημαντικό είναι ότι στοχεύει στη βελτίωση της υγείας και με την εφαρμογή ισορροπημένης υγιεινής διατροφής.

Το κλίμα στις Ελληνικές παράκτιες περιοχές και ιδιαίτερα στην Κρήτη που χαρακτηρίζεται από μεγάλη ηλιοφάνεια με αναζωογονητικές ιδιότητες συμβάλλει κατά πολύ σε αυτόν τον τομέα, ώστε τα ελληνικά κέντρα θαλασσοθεραπείας και spa που διαθέτουν τα ελληνικά ξενοδοχεία πολυτελείας να είναι εφάμιλλα των καλύτερων ανά τον κόσμο και να καθιστούν την Ελλάδα σε ένα μοναδικό προορισμό για SPA HOTELS, WELLNESS SPA HOTELS, θεραπευτικό και τουρισμό υγείας γενικά.



2.5.1 Κατηγορίες των Spa

Τα Spa χωρίζονται σε κατηγορίες, οι οποίες είναι :

- 1) **SPA θέρετρο**, το οποίο στεγάζεται σε ξενοδοχειακές μονάδες, χωρίς αυτό να σημαίνει ότι κάποιος είναι υποχρεωμένος να μένει μέσα στο ξενοδοχείο.
- 2) **SPA Λουτρόπολη**, το οποίο λειτουργεί σε περιοχή με ιαματικές πηγές και κάνει χρήση του ιαματικού νερού αυτών των πηγών.
- 3) **DAY SPA**, το οποίο βρίσκεται στο κέντρο της πόλης και ουσιαστικά αποτελεί ένα σύγχρονο εργαστήριο αισθητικής που προσφέρει εκτός από τις κλασικές υπηρεσίες αισθητικής, υδροθεραπείες και εφαρμογή των προϊόντων SPA όπως φύκια, λάσπες, ιαματικό νερό, θαλασσίνο νερό, αιθέρια έλαια και άλλα.
- 4) **CLUB SPA**, που αποτελούν τη σύγχρονη εξέλιξη των κέντρων άθλησης, με πρωταρχικό σκοπό τη βελτίωση της φυσικής κατάστασης σε ημερήσια βάση.
- 5) **CRUISE SHIP SPA**, που συνίσταται στην πραγματοποίηση κρουαζιέρας με πολυτελή κρουαζιερόπλοια που προσφέρουν περιποίηση προσώπου και σώματος καθώς και υγιεινής διατροφής.
- 6) **DESTINATION SPA**, που παρέχουν υψηλής ποιότητας διαμονή και εξατομικευμένα προγράμματα για τη βελτίωση της υγείας και τη διαμόρφωση υγιεινού τρόπου ζωής.
- 7) **NEW AGE AND HOLISTIC EMPHASIS**, με έμφαση στις εναλλακτικές θεραπευτικές, την χορτοφαγία και την μακροβιοτική διατροφή.
- 8) **WEIGHT LOSS EMPHASIS**, με έμφαση στην απώλεια βάρους.
- 9) **SPORTS AND ADVENTURE EMPHASIS**, με έμφαση στις υπαίθριες αθλητικές δραστηριότητες.
- 10) **MEDICAL SPA**, που παρέχουν ιατρική περιποίηση και διαθέτουν εξειδικευμένο προσωπικό και ιατρικό εξοπλισμό για την αποκατάσταση ή τη θεραπεία διάφορων παθήσεων.
- 11) **MINERAL SPRING SPA**, οι οποίες συνίσταται σε εγκαταστάσεις που διαθέτουν θερμομεταλλικά νερά ή θαλάσσιο νερό το οποίο χρησιμοποιείται ως βάση για διάφορες θεραπείες (υδροθεραπεία, λουτροθεραπεία, πηλοθεραπεία) .
- 12) **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. Έτσι λοιπόν διαπιστώνουμε ότι ο τουρισμός υγείας περιλαμβάνει δύο τμήματα :

1) Το τμήμα που στοχεύει στην επανάκτηση της καλής φυσικής κατάστασης του οργανισμού και γενικά στην αναζωογόνηση και στη συντήρηση ή την βελτίωση της καλής σωματικής και ψυχικής κατάστασης του ατόμου. Στην περίπτωση αυτή προβάλλεται εντονότερα η διάσταση της έννοιας διακοπές και υγιεινή ζωή, παρά η θεραπεία του σώματος, ενώ η παρακολούθηση γίνεται είτε με ιατρικές μεθόδους είτε με μεθόδους παράλληλες του ιατρικού επαγγέλματος, όπως στην περίπτωση της βοτανοθεραπείας, της αισθητικής, του αδυνατίσματος και της διαιτητικής. Στην προκειμένη περίπτωση έχουμε την έννοια του τουρισμού υγιεινής και φυσικής διαβίωσης.

2) Το τμήμα που αφορά τη θεραπεία με βάση ιατρικές μεθόδους στα πλαίσια μιας θεραπευτικής ή και προληπτικής διάστασης της υγείας, όπως είναι ο θερμαλισμός (θεραπεία με θερμομεταλλικά νερά), η κλιματοθεραπεία (θεραπεία με τον αέρα), η θαλασσοθεραπεία (με θαλασσινό νερό ή στοιχεία του θαλάσσιου περιβάλλοντος), σπηλαιοθεραπεία (μέσα σε σπήλαια όπου υπάρχει σταθερή θερμοκρασία που ενδείκνυται για τις παθήσεις του αναπνευστικού συστήματος). Στην περίπτωση αυτή έχουμε την έννοια του θεραπευτικού τουρισμού, η οποία περιλαμβάνει τον ιαματικό τουρισμό και τις διάφορες μορφές του.

2.5.2 Ξενοδοχεία με SPA στην Κρήτη

Τα ξενοδοχεία που διαθέτουν SPA και βρίσκονται στη Κρήτη είναι τα εξής:

- 1) ASTRO, PELAGOS & TEACHER'S VILLAS, το οποίο βρίσκεται στην Αγία Τριάδα Ρεθύμνου.
- 2) CANDIA MARIS RESORT & THALASSO – SPA CENTER, που βρίσκεται στην Αμμουδάρα Ηρακλείου.
- 3) ESPERIDES VILLAS, το οποίο βρίσκεται στο Κουτουλουφάρι στη Χερσόνησο Ηρακλείου.
- 4) ERIA RESORT HOTEL, το οποίο βρίσκεται στο Μάλεμε Χανίων και είναι αποκλειστικά για αποκατάσταση ατόμων με ειδικές ανάγκες.
- 5) CRETA MARIS RESORT & THALASSO SPA CENTER, που βρίσκεται στη Χερσόνησο Ηρακλείου.
- 6) TERRA MARIS HOTEL, το οποίο βρίσκεται στη Χερσόνησο Ηρακλείου.
- 7) PALAZZO PORTO PLATANIAS, που βρίσκεται στον Πλατανιά στα Χανιά.
- 8) PORTO ELOYNDA DE LUXE RESORT, στην Ελούντα Λασιθίου.
- 9) ROYAL MARE THALASSO, στη Χερσόνησο Ηρακλείου και τέλος

10) KNOSSOS ROYAL MARE THALASSO, το οποίο βρίσκεται στη Χερσόνησο Ηρακλείου.



Μελέτη περίπτωσης (case study) του ξενοδοχείου ROYAL MARE THALASSO.

Το ξενοδοχείο ROYAL MARE THALASSO, ΑΑ΄ κατηγορίας, δυναμικότητας 415 δωματίων, βρίσκεται στην περιοχή της Χερσονήσου στο Ηράκλειο 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, 4 γήπεδα του τένις, υπαίθριο και κλειστό γυμναστήριο, καθώς επίσης και ειδικές καμπίνες για ατομικές θεραπείες και περιποιήσεις. Παράλληλα υπάρχει δυνατότητα πραγματοποίησης θαλάσσιων σπορ και καταδύσεων.



2.6 Η θαλασσοθεραπεία στον τομέα της ιατρικής

Οι ενδείξεις της θαλασσοθεραπείας στον τομέα της ιατρικής είναι :

- Για ρευματολογικές ανωμαλίες που σχετίζονται με τα οστά και τις αρθρώσεις. Βελτιώνεται η δυσκαμψία των αρθρώσεων και θεραπεύονται πολλές μορφές αρθρίτιδας.
- Για προβλήματα της κυκλοφορίας του αίματος, αφού η θαλασσοθεραπεία επαναδιεγείρει την κυκλοφορία του αίματος.
- Για την πρόληψη και θεραπεία καρδιαγγειακών προβλημάτων.
- Για αναπνευστικά προβλήματα.
- Στη θεραπεία δερματοπαθειών.
- Σε καταστάσεις που σχετίζονται με το σύγχρονο τρόπο ζωής όπως το άγχος.
- Για βλάβες που έχουν προκληθεί από ατυχήματα, δηλαδή για αποκατάσταση και τέλος
- Στη μεταγεννητική κατάσταση των νέων μητέρων.



2.7 Η θαλασσοθεραπεία στον τομέα της Αισθητικής

Η θαλασσοθεραπεία έχει θεαματικά αποτελέσματα στο χώρο της αισθητικής και οι γενικές ενδείξεις της είναι :

- Στο πρόβλημα της παχυσαρκίας, δηλαδή βοηθάει στο αδυνάτισμα.
- Στην κυτταρίτιδα.
- Στην σφριγηλότητα, ελαστικότητα και απαλότητα του δέρματος και
- Στην ακμή.



2.8 Γενικές αντενδείξεις της θαλασσοθεραπείας

Όπως όλες οι θεραπείες, έτσι και η θαλασσοθεραπεία έχει και αντενδείξεις, οι οποίες είναι:

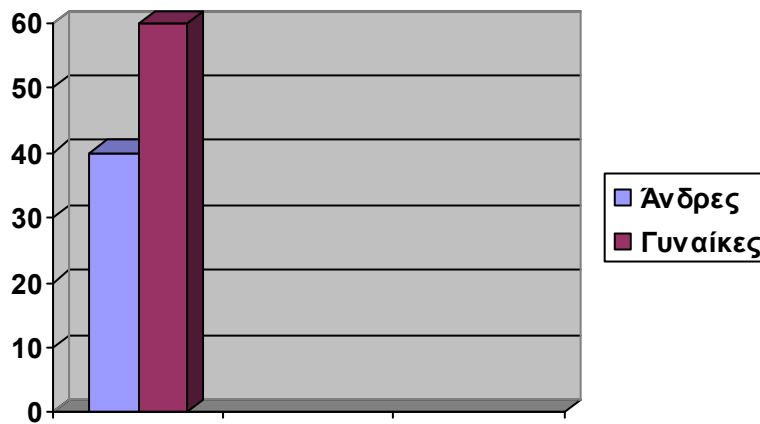
- Σε μολυσματικές καταστάσεις.
- Σε μεταστατικές καταστάσεις.
- Σε χειρουργικά τραύματα και ανοιχτές πληγές.
- Σε οξείες δερματίτιδες.
- Σε άτομα με καρδιακή ή αναπνευστική ανεπάρκεια.
- Σε σοβαρά εγκεφαλικά επεισόδια.
- Σε κρισώδες έλκος, όπου πρέπει να αποφεύγονται οι υψηλές θερμοκρασίες.
- Σε άτομα με υπέρταση.
- Σε άτομα με υπέρ-θυρεοειδισμό και σε άτομα αλλεργικά στο ιώδιο.



2.9 Συμπεράσματα που προκύπτουν για τα κέντρα θαλασσοθεραπείας στη Κρήτη

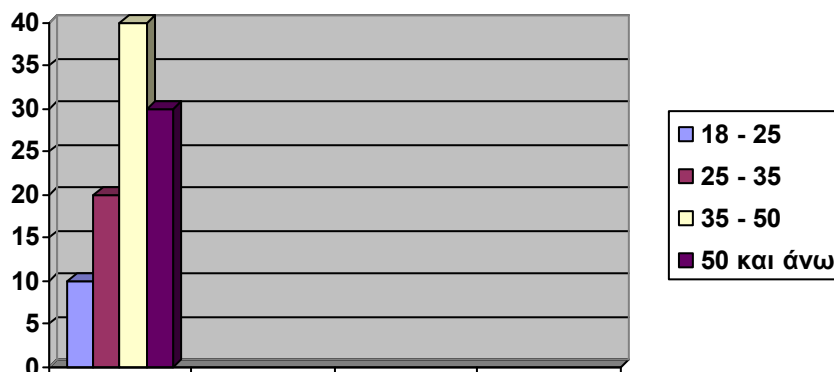
Έρευνα στα κέντρα θαλασσοθεραπείας στην Κρήτη

1) Από το γράφημα 1. συμπεραίνουμε ότι το 60% των ατόμων που κάνουν SPA είναι γυναίκες, ενώ το 40% είναι άνδρες.



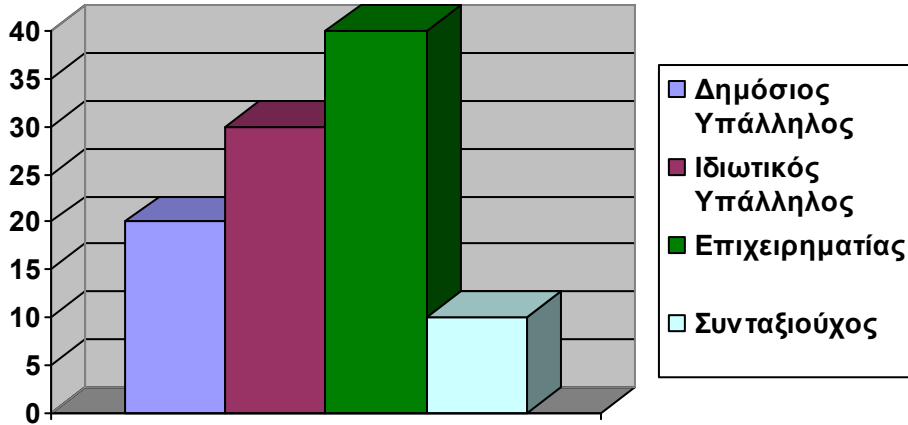
(Γράφημα 1.)

2) Από το γράφημα 2. προκύπτει ότι το 40% των ατόμων που κάνουν Spa είναι από 35 – 50 ετών, ακολουθεί με ποσοστό 30% οι ηλικίες από 50 και άνω, στη συνέχεια με ποσοστό 20% είναι οι ηλικίες από 25 – 35 ετών και τέλος με ποσοστό 10% οι ηλικίες από 18 – 25 ετών.



(Γράφημα 2.)

- 3) Από το παρακάτω διάγραμμα συμπεραίνουμε ότι κάνουν κυρίως SPA με ποσοστό 40% όσοι είναι επιχειρηματίες, στη συνέχεια με ποσοστό 30% οι ιδιωτικοί υπάλληλοι, ακολουθούν οι δημόσιοι υπάλληλοι με ποσοστό 20% και τέλος οι συνταξιούχοι με ποσοστό 10%.



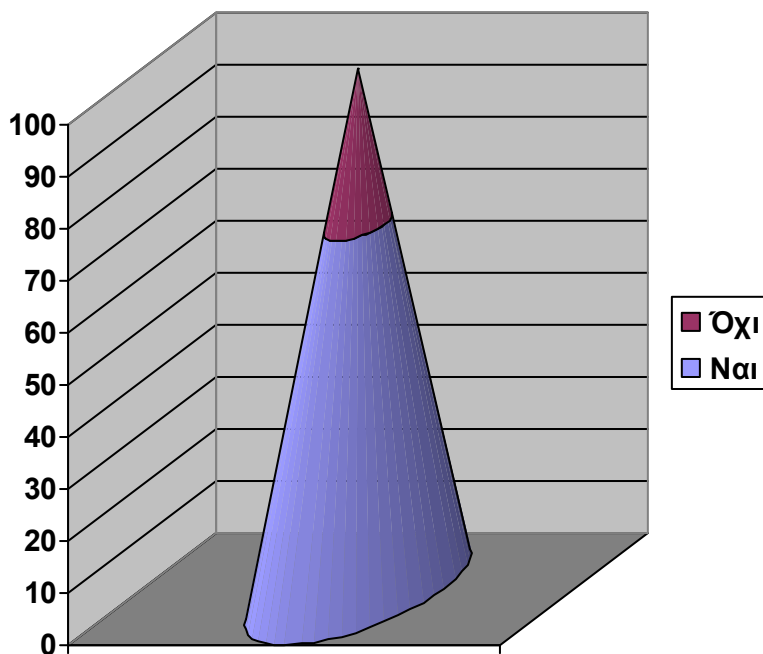
(Γράφημα 3.)

- 4) Από το κάτωθι διάγραμμα συμπεραίνουμε ότι τα SPA προτείνονται συνήθως μέσω φίλων ή συγγενών σε ποσοστό 40%, από διάφορα διαφημιστικά μέσα με ποσοστό 30%, για ιατρικούς λόγους σε ποσοστό 15%, από κάποιο ταξιδιωτικό γραφείο σε ποσοστό 10% και τέλος μέσω Internet σε ποσοστό 5%.



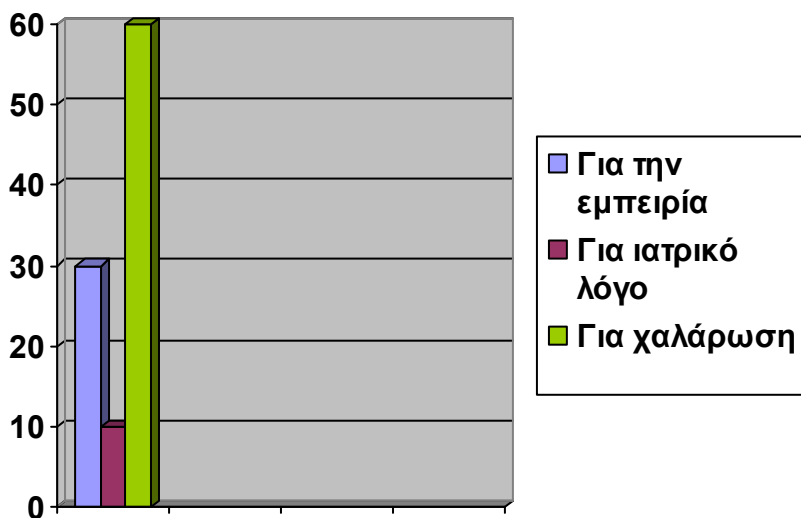
(Γράφημα 4.)

5) Από το γράφημα 5. προκύπτει το συμπέρασμα ότι απ' όσους ερωτήθηκαν το 30% πήγαινε σε Spa για πρώτη φορά, ενώ το 70% όχι.



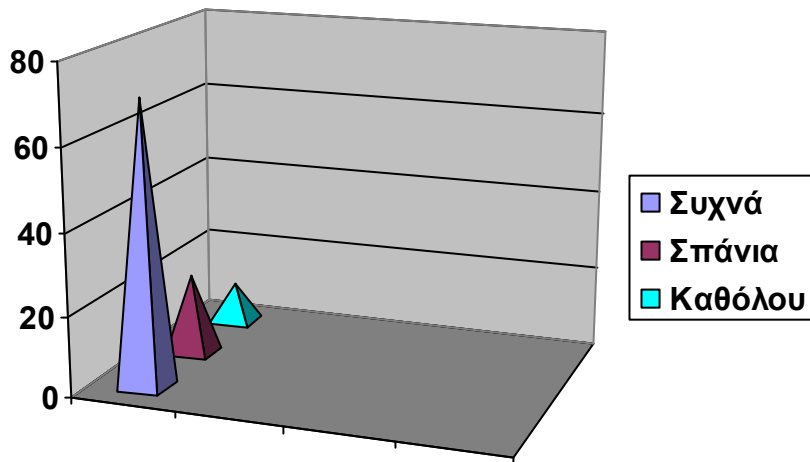
(Γράφημα 5.)

6) Από το παρακάτω γράφημα συμπεραίνουμε ότι οι 60% κάνει θαλασσοθεραπείες για χαλάρωση, το 30% για την εμπειρία και μόλις το 10% για ιατρικούς λόγους.



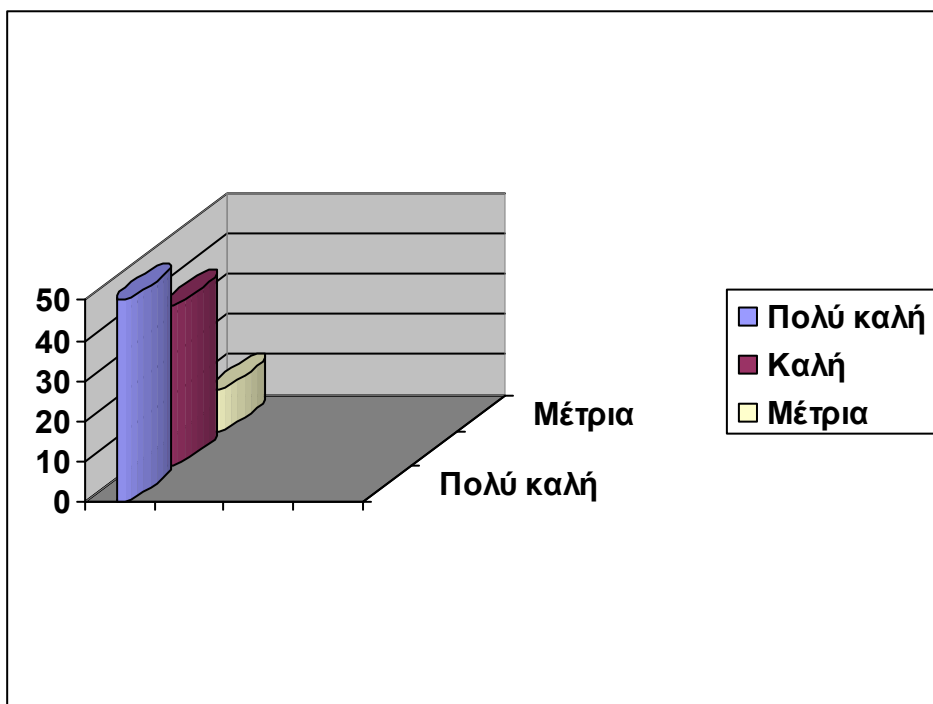
(Γράφημα 6.)

7) Από το γράφημα 7. συμπεραίνουμε ότι το 70% επισκέπτεται τα Spa συχνά, το 20% σπάνια και το 10% καθόλου.



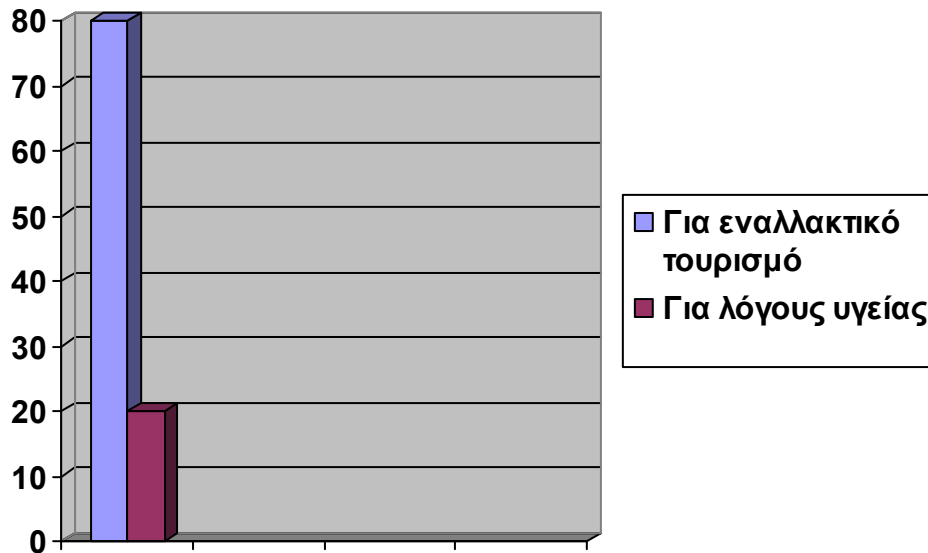
(Γράφημα 7.)

8) Από το γράφημα 8. συμπεραίνουμε ότι το 50% των πελατών θεωρεί την εμπειρία πολύ καλή, το 40% καλή και το 10% μέτρια.



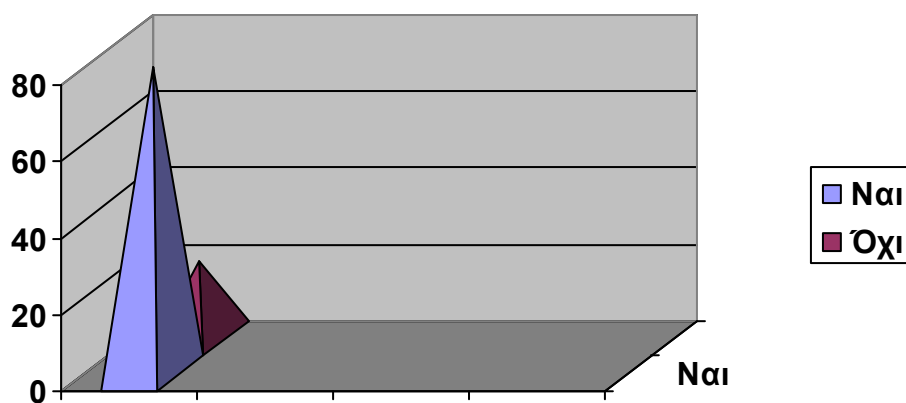
(Γράφημα 8.)

9) Από το γράφημα 9. συμπεραίνουμε ότι το 80% των πελατών θα έκανε Spa για εναλλακτικό τουρισμό, ενώ το 20% για λόγους υγείας.



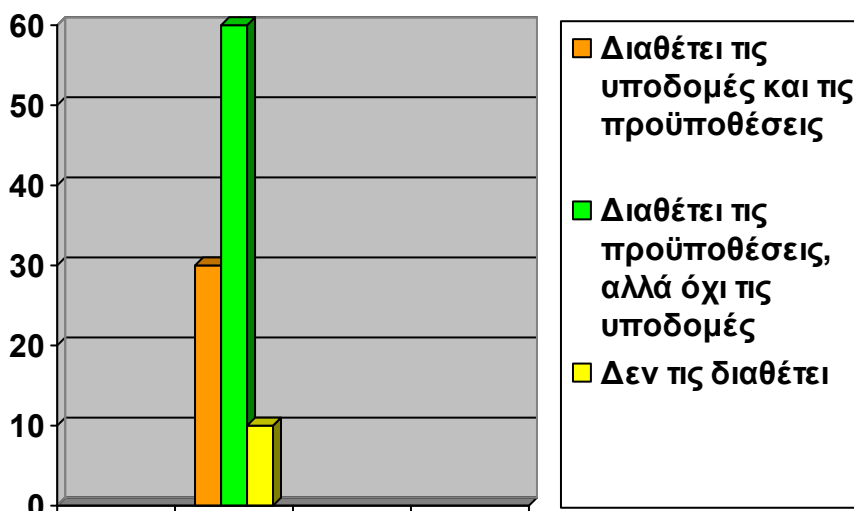
(Γράφημα 9.)

10) Από το γράφημα 10. συμπεραίνουμε ότι το 80% θεωρεί τα Spa είδος πολυτελείας, ενώ το 20% όχι.



(Γράφημα 10.)

11) Από το παρακάτω διάγραμμα συμπεραίνουμε ότι το 60% πιστεύει ότι η Κρήτη διαθέτει τις προϋποθέσεις, αλλά όχι τις υποδομές, το 30% ότι διαθέτει και τις υποδομές και τις προϋποθέσεις και το 10% ότι δεν τις διαθέτει.



(Γράφημα 11.)

12) Από το γράφημα 12. προκύπτει το συμπέρασμα ότι το 60% πιστεύει ότι οι θα δημιουργηθούν στην Κρήτη οι κατάλληλες υποδομές σε 2-5 χρόνια, το 30% σε 5 χρόνια και άνω και το 10% σε 1-2 χρόνια.



(Γράφημα 12.)

ΠΗΓΗ : ΠΡΩΤΟΓΕΝΗΣ ΕΡΕΥΝΑ ΣΤΟ ΗΡΑΚΛΕΙΟ (2007)

Από τα παραπάνω ερωτηματολόγια τα οποία δόθηκαν σε 4 Resort Spa προκύπτουν τα εξής συμπεράσματα: Οι ηλικίες που κάνουν SPA είναι από 35 – 50 ετών. Το ποσοστό των γυναικών κυμαίνεται στο 60 %, ενώ των ανδρών στο 40 %. Συνήθως κάνουν Spa για αναζωογόνηση και πρόληψη, παρά για θεραπευτικούς λόγους. Ωστόσο, υπάρχει δυσπιστία και καχυποψία στους ντόπιους καθώς θεωρείται είδος πολυτελείας και δεν είναι μέσα στη κουλτούρα τους. Τέλος, στην Κρήτη υπάρχουν οι προϋποθέσεις, αλλά όχι οι υποδομές . Υπολογίζεται ότι σε περίπου 2 - 5 χρόνια θα δημιουργηθούν οι κατάλληλες υποδομές.

2.10 Δυνατότητες ανάπτυξης ιατρικού τουρισμού στην Κρήτη

Πραγματοποιήσιμες δυνατότητες ανάπτυξης ιατρικού τουρισμού διαθέτει η Κρήτη, σύμφωνα με δηλώσεις του πρύτανη του Πανεπιστημίου και καθηγητή οφθαλμολογίας, κ. Γιάννη Παλλήκαρη, ο οποίος ισχυρίζεται ότι « η Κρήτη με τις καλές κλιματολογικές συνθήκες και τον πολιτισμό της, μπορεί να αναπτύξει και αυτό το κομμάτι του τουρισμού, καθώς ο επισκέπτης, μπορεί να συνδυάσει στο νησί τις διακοπές του με κάποιες ιατρικές πράξεις, κυρίως αισθητικού χαρακτήρα». Επιπρόσθετα, όπως τονίζει ο κ.Παλλήκαρης σε δημοσίευμα της τοπικής εφημερίδας “Πατρίς” , «οι ιατρικές υπηρεσίες υγείας που θα παρέχονται, θα πρέπει να έχουν χαμηλό κόστος, συγκριτικά με την βόρεια Ευρώπη», ενώ προσθέτει ότι «μελέτες που έχουν γίνει στο παρελθόν, συνηγορούν στο γεγονός ότι το 29% του παγκόσμιου πληθυσμού χρειάζεται υπηρεσίες υγείας στις διακοπές του». Ακόμα, συμπλήρωσε ότι «το ποσοστό του παγκόσμιου πληθυσμού που χρειάζεται υπηρεσίες υγείας στις διακοπές του και μπορεί να ταξιδεύει, φθάνει το 50%». Επίσης, ο κ.Παλλήκαρης επισημαίνει ότι «στην Κρήτη θα μπορούσαν εκτός από οφθαλμολογικές επεμβάσεις και για την αντιμετώπιση της παχυσαρκίας, της πλαστικής χειρουργικής, πλήρες τσεκαπ με υπερσύγχρονα διαγνωστικά μηχανήματα κ.λ.π».

Στο νέο νομοσχέδιο του υπουργείου Τουριστικής Ανάπτυξης, σε συνεργασία με το υπουργείο Υγείας προτείνονται, για πρώτη φορά, να συμπεριληφθούν δράσεις και νομικές πρόνοιες, έτσι ώστε να διευκολυνθεί και η ανάπτυξη υπηρεσιών ιατρικού τουρισμού, που θα εκμεταλλεύονται και τις υπηρεσίες του τομέα της ψυχικής υγείας (χρόνιων προβλημάτων ύπνου, ανορεξίας, γεροντικές άνοιες κ.λ.π), πλαστικής χειρουργικής και νεφροπαθών σε κλινικές και νοσοκομεία εγκατεστημένα σε τουριστικές περιοχές.

Στο Ηράκλειο και στο Ρέθυμνο λειτουργούν ιδιωτικές μονάδες τεχνητού νεφρού που δίνουν τη δυνατότητα σε Έλληνες και αλλοδαπούς νεφροπαθείς να κάνουν διακοπές μακριά από το σπίτι τους, χωρίς να τίθεται σε κίνδυνο η ζωή τους. τέτοια Κέντρα λειτουργούν εδώ και χρόνια στην υπόλοιπη Ευρώπη. Ήδη στο Ηράκλειο αρκετοί Έλληνες και αλλοδαποί νεφροπαθείς έχουν φιλοξενηθεί στο Μεσογειακό Κέντρο Διακοπών Αιμοκάθαρσης, μαζί με τις οικογένειές τους, συνδυάζοντας θεραπεία και διακοπές στην Κρήτη, πράγμα που θα ήταν αδύνατο υπό άλλες συνθήκες. Οι εγκαταστάσεις στα περισσότερα κέντρα θυμίζουν περισσότερο ξενοδοχεία, παρά κλινικές. Το «Μεσόγειος» ιδρύθηκε πριν από τέσσερα περίπου χρόνια από τον νεφρολόγο κ. Δημήτρη Δημητριάδη. Το κόστος ανήλθε στα τρία εκατομμύρια ευρώ και ήταν η πρώτη μονάδα αιμοκάθαρσης

που λειτουργεί στην Ελλάδα εκτός νοσοκομείων και κλινικών. Ο επόμενος στόχος είναι να δημιουργηθεί άμεσα αντίστοιχο κέντρο στα Χανιά.

Στα συγκεκριμένα κέντρα κανένας ασθενής δεν επιβαρύνεται με το κόστος της αιμοκάθαρσης, παρά μόνο με τα έξοδα διακοπών, αφού η αιμοκάθαρση καλύπτεται από τα ασφαλιστικά ταμεία για τους Έλληνες ασθενείς και τους αντίστοιχους ασφαλιστικούς οργανισμούς των υπόλοιπων ευρωπαϊκών κρατών για τους αλλοδαπούς.

Ο ιατρικός τουρισμός επεκτείνεται με γοργούς ρυθμούς σε ολόκληρη την Ευρώπη και είναι χαρακτηριστικό ότι τουριστικά γραφεία ασχολούνται αποκλειστικά με τη διακίνηση ασθενών – τουριστών. Όλα τα αντίστοιχα Κέντρα αιμοκάθαρσης είναι «δικτυωμένα» μεταξύ τους. Οι μονάδες χρόνιας αιμοκάθαρσης που δημιουργήθηκαν σε διάφορες τουριστικές περιοχές της χώρας αποτελούν μια μεγάλη κατάκτηση. Οι νεφροπαθείς μπορούν να κάνουν διακοπές ενώ μέχρι πρότινος δεν μπορούσαν να απομακρυνθούν από τον τόπο κατοικίας τους. Τέλος, οι νεφροπαθείς προτιμούν να ταξιδεύουν την άνοιξη και το φθινόπωρο, λόγω των καιρικών συνθηκών, το οποίο έχει σαν αποτέλεσμα την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ

Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ MARKETING PLAN

3.1 Μάρκετινγκ τουρισμού υγείας στην Κρήτη

Αντικείμενο μελέτης αποτελεί η εκπόνηση ενός Marketing Plan για την Περιφέρεια της Κρήτης στο οποίο θα προσδιοριστούν συγκεκριμένες δράσεις προβολής και διαφήμισης του τουριστικού προϊόντος του νησιού για την περίοδο 2003-2006. Η μελέτη εκπονήθηκε σε δύο φάσεις που είναι οι εξής :

Α' ΦΑΣΗ : ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΗΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ

Εξετάστηκαν :

- ❖ Το τουριστικό προϊόν της Περιφέρειας Κρήτης ενώ παράλληλα επιχειρείται η κριτική αξιολόγηση της τουριστικής προσφοράς.
- ❖ Τα πλεονεκτήματα, οι αδυναμίες καθώς επίσης οι ευκαιρίες και οι απειλές του τουριστικού προϊόντος της Κρήτης.
- ❖ Ο ρόλος των δημοσίων και ιδιωτικών φορέων ως προς την τουριστική προβολή καθώς και οι δράσεις που έχουν υλοποιηθεί μέχρι σήμερα και η αξιολόγηση της αποτελεσματικότητάς τους.
- ❖ Ο στόχος και η μεθοδολογική προσέγγιση του παρόντος marketing plan.

Β' ΦΑΣΗ : ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΣ ΧΕΙΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΟ ΣΧΕΔΙΟ ΔΡΑΣΗΣ ΚΑΙ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΤΡΙΕΤΙΑ 2003-2006

Η Β' φάση της μελέτης περιλαμβάνει τη διαμόρφωση του στρατηγικού σχεδιασμού και των κατευθύνσεων της επικοινωνιακής πολιτικής. Ειδικότερα :

- ❖ Αποτυπώνεται η μακροπρόθεσμη στρατηγική marketing η οποία δεν μπορεί να είναι αποκομμένη από την γενικότερη στρατηγική που έχει επιλεγεί σε εθνικό επίπεδο.
- ❖ Προσδιορίζονται οι ομάδες στόχοι ανά τμήμα αγοράς και κοινωνική ομάδα, όπου θα δώσει έμφαση η διαφημιστική καμπάνια.
- ❖ Διατυπώνονται οι επιμέρους στρατηγικές επιλογές καθώς και οι κατευθύνσεις βάσει των οποίων θα σχεδιαστεί και θα υλοποιηθεί η τουριστική προβολή της Κρήτης.

- ❖ Σχεδιάζεται ένα πλέγμα δράσεων οι οποίες περιγράφονται αναλυτικά ως προς το περιεχόμενο και τον τρόπο εφαρμογής τους και ουσιαστικά αποτελούν τα μέσα για την προώθηση της Κρήτης ως τουριστικού προορισμού.
- ❖ Προτείνεται η επικοινωνιακή στρατηγική καθώς και η εξερεύνηση ενός δυναμικού συνθήματος που θα έχει διάρκεια σε βάθος χρόνου και θα καθιερώσει την Κρήτη στη συνείδηση των δυνητικών επισκεπτών.

3.2 ΑΝΑΓΚΑΙΟΤΗΤΑ ΕΚΠΟΝΗΣΗΣ MARKETING PLAN

Η τουριστική προβολή μέχρι σήμερα παρά τη σπουδαιότητα της αποτέλεσε αντικείμενο περιστασιακής δραστηριότητας των φορέων δημόσιου και ιδιωτικού τομέα οι οποίοι δυστυχώς δραστηριοποιούνται ανεξάρτητα, χωρίς συνεργασία και προγραμματισμό με συνέπεια όλες οι ενέργειες προβολής να μην έχουν τα αναμενόμενα αποτελέσματα. Η σημερινή διαφημιστική εκστρατεία περιορίζεται σε μεθόδους οι οποίες τείνουν να περιοριστούν σημαντικά.

Η εκπόνηση του επιχειρησιακού σχεδίου προέκυψε τόσο από την ανάγκη συνεχούς προβολής και διαφήμισης του τουριστικού προϊόντος όσο και προώθησης της Κρήτης ως ενιαίου τουριστικού προορισμού με την ανάδειξη ποιοτικών στοιχείων του τουριστικού προϊόντος που παραμένουν σε λανθάνουσα κατάσταση. Η Κρήτη είναι ένας πολύ γνωστός τουριστικός προορισμός που έχει καθιερωθεί ως προορισμός του ήλιου και της θάλασσας, ενώ διαθέτει κι άλλους πόρους ικανούς να στηρίξουν την ανάπτυξη του τουρισμού που τόσο έχει ανάγκη προκειμένου :

- Να επεκτείνει την τουριστική περίοδο.
- Να διαφοροποιήσει το υφιστάμενο μοντέλο του μαζικού τουρισμού.
- Να αναβαθμίσει την ποιότητα του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος.
- Να εμπλουτίσει την τουριστική προσφορά.
- Να προσελκύσει υψηλότερου επιπέδου επισκέπτες.

Είναι αναγκαίο δηλαδή να προβάλλουμε τις άγνωστες πλευρές της, τα ποιοτικά της στοιχεία που παραμένουν άγνωστα σε πολλούς από τους επισκέπτες μας. Άλλοι ανταγωνιστικοί προορισμοί της Κρήτης έχουν σχεδιάσει και προωθούν με ιδιαίτερο δυναμισμό και μεθοδικότητα συγκεκριμένη στρατηγική για την προβολή τους κάτι που αποτελεί απειλή και εν μέρει κίνδυνο να παραμείνει η Κρήτη εκτός των σημαντικότερων τουριστικών προορισμών αν δεν ακολουθήσει ανάλογη πρακτική και φιλοσοφία.

3.3 ΣΤΟΧΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ

Κύριος στόχος της μελέτης είναι η εκπόνηση ενός επιχειρησιακού σχεδίου για το χώρο της Κρήτης μέσω του οποίου θα εντοπιστούν οι πραγματικές ανάγκες και τα ποιοτικά χαρακτηριστικά και ταυτόχρονα θα προκύψουν συγκεκριμένες δράσεις προβολής και διαφήμισης του τουριστικού προϊόντος.

Το επιχειρησιακό σχέδιο όπως δομείται εξυπηρετεί τους στόχους της Περιφέρειας για διαφοροποίηση και αύξηση της ζήτησης του τουριστικού προϊόντος και κατ' επέκταση της τουριστικής περιόδου ενώ εναρμονίζεται πλήρως με τον εθνικό σχεδιασμό με τον οποίο λειτουργεί συμπληρωματικά και ενισχύει τους στρατηγικούς του στόχους.

Οι κατευθύνσεις και οι στόχοι που θέτει αξιοποιούν και συνδυάζουν όλες τις δυνατότητες της Περιφέρειας για συνολική ποιοτική αναβάθμιση και βελτίωση της ανταγωνιστικότητας του τουριστικού προϊόντος, με δεδομένο ότι πρέπει να δώσουμε το βάρος στην προβολή εκείνων που είναι μοναδικά και δεν τα έχουν άλλοι τουριστικοί προορισμοί.

3.4 ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ

Εκτός από την επιστημονική προσέγγιση, επιχειρήθηκε ο εντοπισμός και η αξιολόγηση προηγούμενων μελετών που σχετίζονται με την τουριστική ανάπτυξη της Κρήτης, η συγκέντρωση στατιστικών δεδομένων και στοιχείων, η επαφή με υπηρεσιακούς παράγοντες και στελέχη υπηρεσιών, η συζήτηση με επιχειρηματίες και ανθρώπους του τουρισμού, η αποστολή ερωτηματολογίων σε εκπροσώπους τουριστικών επιχειρήσεων και τέλος η επικοινωνία με τους υπευθύνους των γραφείων του ΕΟΤ στο εξωτερικό.

Ζητήθηκε δηλαδή από τους ειδικούς να μεταφέρουν τις εμπειρίες τους και να καταθέσουν τις προσδοκίες τους σε μια προσπάθεια να εντοπίσουν :

- Τα προϊόντα που έχουμε έτοιμα σε άριστη ποιότητα και ανταγωνιστική τιμή.
- Τι δεν πρέπει να πουλήσουμε αφού δεν υπάρχει ζήτηση .
- Πόσους τουρίστες θέλουμε, πόσους μπορούμε να έχουμε και που μπορούμε να τους βρούμε.

Το πιο σημαντικό στοιχείο από αυτή την προσπάθεια είναι οι απόψεις αυτών των ανθρώπων και των παραγόντων συγκλίνουν στα περισσότερα σημεία και ταυτόχρονα ταυτίζονται με τους στόχους της Περιφέρειας.

3.5 ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Παρόλο που η εικόνα του τουρισμού της Κρήτης είναι γνωστή αναφέρονται συνοπτικά ορισμένα στοιχεία που θεωρούνται άξια προσοχής.

ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΙ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΡΙΕΣ ΧΩΡΕΣ

Τουριστική υποστηρικτική υποδομή	Ελλάδα	Κρήτη	Ισπανία	Τουρκία	Κύπρος	Πορτογαλία	Αίγυπτος
Συνεδριακά Κέντρα	9	3	46	6	2	44	1
Γήπεδα Γκολφ	4	1	254	10	2	55	11
Κέντρα θαλασσοθεραπείας	5	3	89	31	5	42	2
Χιονοδρομικά κέντρα	19	0	28	17	1	1	
Καζίνο	8	0	29	29		11	18

Διαπιστώνεται η μεγάλη υστέρηση της Ελλάδας και ειδικότερα της Κρήτης όσον αφορά τον εναλλακτικό τουρισμό.

3.6 ΕΙΚΟΝΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ

Μελετώντας προσεκτικά την τουριστική προσφορά της Κρήτης καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι το τουριστικό προϊόν της Κρήτης είναι ιδιαίτερα πλούσιο και αποτελείται τόσο από άυλους όσο και από υλικούς πόρους που με τις όποιες αδυναμίες και τα προβλήματα που εξακολουθεί να είναι ιδιαίτερο και μοναδικό.

Ειδικότερα, οι τουριστικοί πόροι της Περιφέρειας κατατάσσονται σε τρεις κατηγορίες :

1. **Πόροι υψηλής ποιότητας** που κρίνεται σκόπιμο να προβληθούν και να ενταχθούν άμεσα στο τουριστικό προϊόν.

Στην κατηγορία αυτή περιλαμβάνονται :

- ❖ Το φυσικό περιβάλλον : Πόροι υψηλής ποιότητας και αξίας είναι τα φαράγγια, τα σπήλαια, οι μοναδικές παραλίες, η χλωρίδα και η πανίδα.
- ❖ Το πολιτιστικό απόθεμα αποτελεί συγκριτικό πλεονέκτημα της Κρήτης και συνίσταται σε αρχαιολογικούς χώρους, μοναστήρια, μουσεία, τοπική παράδοση, καθημερινή ζωή και κυρίως φιλοξενία.
- ❖ Τα πανεπιστημιακά και ερευνητικά ιδρύματα με την παγκόσμια αναγνώριση και απήχηση που μπορούν να λειτουργήσουν προς υποστηρικτικά στον τουρισμό.
- ❖ Η τουριστική υποδομή και οι υπηρεσίες
- ❖ Η ξενοδοχειακή υποδομή θεωρείται άριστης ποιότητας και υψηλών προδιαγραφών δεδομένου ότι το 40% των μονάδων της Κρήτης είναι πολυτελείας, ενώ το ποσοστό αγγίζει το 50% στην Ανατολική Κρήτη.
- ❖ Τα συνεδριακά κέντρα που είναι ικανά να φιλοξενήσουν συνέδρια, ημερίδες, σεμινάρια κλπ. Σημειώνεται ότι εκτός από τα τρία αυτόνομα συνεδριακά κέντρα υπάρχουν και άλλα σε ξενοδοχειακές μονάδες που μπορούν να αξιοποιηθούν στο πλαίσιο του συνεδριακού τουρισμού.
- ❖ Ο υψηλός επαγγελματισμός ορισμένων κατηγοριών όπως ξενοδόχοι, ξεναγοί, διευθυντές ξενοδοχείων και τουριστικοί πράκτορες γεγονός που αποδεικνύει την ποιότητα και τις τεράστιες δυνατότητες του τομέα των υπηρεσιών.
- ❖ Η καλή φήμη, όχι μόνο από την αισθητική πλευρά αλλά από την άποψη της ασφάλειας λόγω έλλειψης επεισοδίων και γενικότερα εγκληματικότητας, αλλά και της επαρκούς νοσοκομειακής υποδομής και των υψηλών ιατρικών υπηρεσιών.

2. **Πόροι ανεπαρκείς ή σε λανθάνουσα κατάσταση οι οποίοι απαιτούν βελτίωση και αναβάθμιση** ώστε να μπορέσουν να αξιοποιηθούν και να ενταχθούν στο εγγύς μέλλον στο τουριστικό προϊόν. Ειδικότερα, στην συγκεκριμένη κατηγορία εντάσσονται :

α) οι υποδομές οι οποίες που δημιουργήθηκαν στο παρελθόν για να καλύψουν τουριστικές ανάγκες και για διάφορους λόγους εγκαταλείφθηκαν και παραμένουν αναξιοποίητες. Παράδειγμα αποτελούν οι πεζοπορικές και πολιτιστικές διαδρομές που ενώ χρηματοδοτήθηκαν γενναία κατά τις προηγούμενες προγραμματικές περιόδους εντούτοις, δεν διαχειρίστηκαν σωστά κι έτσι στην πλειοψηφία τους παραμένουν ανεκμετάλλευτες. Το ίδιο παρατηρείται και σε άλλες υποδομές όπως είναι τα ορειβατικά καταφύγια που ενώ έχουν τη δυνατότητα να φιλοξενήσουν τουρίστες, ικανοποιούν μόνο τις ανάγκες τοπικών φυσιολατρικών και ορειβατικών συλλόγων.

β) οι υποδομές που εντάσσονται στη φιλοσοφία του θεματικού τουρισμού, αλλά δεν επαρκούν ποσοτικά ώστε να στηρίξουν κάποιο συγκεκριμένο είδος εναλλακτικού τουρισμού. Η Κρήτη έχει ανάγκη να διαφοροποιήσει το τουριστικό της προϊόν και να επεκτείνει την τουριστική της περίοδο, άρα πρέπει να δοθεί έμφαση και να υπάρξει ενθάρρυνση σε τέτοιου είδους υποδομές που αναβαθμίζουν την ποιότητα του προσφερόμενου προϊόντος. Ενδεικτικά αναφέρεται η σπουδαιότητα για δημιουργία επιπλέον υποδομών, όπως :

- ✓ Υποδομές τουρισμού υγείας
- ✓ Κέντρα θαλασσοθεραπείας
- ✓ Υποδομές θαλάσσιου τουρισμού
- ✓ Αγροτουριστικά καταλύματα
- ✓ Γήπεδα γκολφ
- ✓ Προπονητικά κέντρα

3. Πόροι αναγκαίοι, τη δημιουργία των οποίων υπογραμμίζουν οι τάσεις της τουριστικής αγοράς και ζήτησης προκειμένου η Κρήτη να προσελκύσει νέες ομάδες επισκεπτών. Σήμερα, υπάρχουν πολλοί τουριστικοί προορισμοί με αποτέλεσμα ο ανταγωνισμός να εντείνεται διαρκώς και ως εκ τούτου να επιβιώνουν και να αναπτύσσονται εκείνες οι περιοχές που καταφέρνουν να προσφέρουν υψηλής ποιότητας υπηρεσίες. Έτσι υπάρχει ανάγκη για εξειδικευμένο στελεχιακό δυναμικό με αυξημένη επαγγελματική συνείδηση και συμπεριφορά.

ΕΠΙΛΟΓΟΣ

ΓΕΝΙΚΑ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ –ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΕΙΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ

Από όλα τα παραπάνω συνεπάγεται ότι η Κρήτη έχει συγκριτικό πλεονέκτημα στο χώρο του τουρισμού υγείας. Οι κατευθύνσεις πολιτικής για την παραπέρα βελτίωση και ανάπτυξη του τουρισμού υγείας πρέπει να επικεντρωθούν κυρίως:

1. Στην ανάπτυξη γενικής υποδομής όπως δρόμοι, λιμάνια, αεροδρόμια και ειδικής όπως υδροθεραπευτήρια, εξειδικευμένες ιατρικές μονάδες και ξενοδοχεία υψηλών προδιαγραφών.
2. Στην ανάπτυξη του ιαματικού τουρισμού προς τον τουρισμό υγείας, για την απάλειψη της εποχικότητας και την προσέλκυση των ατόμων νεότερης ηλικίας. Συγκεκριμένα προτείνεται η ανάπτυξη εκείνων των μορφών τουρισμού υγείας όπου η Κρήτη έχει συγκριτικό πλεονέκτημα, δηλαδή ίδρυση κέντρων τουρισμού υγείας που θα εξειδικεύονται στη θαλασσοθεραπεία και την κλιματοθεραπεία.
3. Στην επιχειρηματική οργάνωση, διαχείριση και έρευνα αγοράς και διαφήμιση των υπηρεσιών του τομέα, ώστε να γίνουν οι ελληνικές λουτροπόλεις γνωστές στο εξωτερικό και στο εσωτερικό. Η ενίσχυση της χώρας μπορεί να πραγματοποιηθεί ειδικότερα στον τομέα αυτόν και με τη σύνδεση του ονόματος της ιαματικής πηγής με τα διάφορα προϊόντα υγείας που είναι δυνατόν να προσφέρει η κάθε πηγή.
4. Στο συνδυασμό της προσφοράς του ιαματικού με άλλες μορφές εναλλακτικού τουρισμού, όπως συνεδριακού, εκπαιδευτικού, αθλητικού και χειμερινού τουρισμού. Οι μορφές αυτές μπορούν να συνδυαστούν με την ανάπτυξη του τουρισμού υγείας, εφόσον θα έχει δημιουργηθεί η κατάλληλη υποδομή που θα μπορεί να ανταποκριθεί στις απαιτήσεις τους. Επιπλέον, οι μορφές του εναλλακτικού τουρισμού έχουν το πλεονέκτημα ότι μπορούν να κατευθύνουν τον τουρισμό πέρα από τους μήνες αιχμής του καλοκαιριού κι επομένως μπορεί να επιτευχθεί η απάλειψη της εποχικότητας με την προώθηση χειμερινών προγραμμάτων στις λουτροπόλεις με θερμό κλίμα που βρίσκονται κοντά σε αστικά κέντρα, η λειτουργία πλήρως εξοπλισμένων ξενοδοχειακών μονάδων και η απευθείας αεροπορική σύνδεση με τις χώρες προέλευσης τουριστών, με μειωμένες τιμές είναι η βασική προϋπόθεση για την επιτυχία αυτών των προγραμμάτων .
5. Στη δημιουργία τμήματος υδρολογίας στις ιατρικές σχολές για την επαναφορά της υδροθεραπείας σ'αυτές. Αυτό θεωρείται αναγκαίο με την αυξημένη ζήτηση που παρουσιάζεται τα τελευταία χρόνια στον ιαματικό τουρισμό και στον τουρισμό υγείας και κατ'επέκταση και στις εναλλακτικές μορφές της ιατρικής.

6. Στην προώθηση των προϊόντων υγείας που έχουν σχέση με την γεωργία, όπως βότανα, αρωματικά φυτά, άνθη και την αλιεία, όπως φύκια και σφουγγάρια για την ενίσχυση του κλάδου των προϊόντων που είναι κυρίως του πρωτογενούς τομέα τόσο σε εθνικό όσο και σε τοπικό επίπεδο. Επίσης, προτείνεται η ενίσχυση του κλάδου των μεταλλικών νερών, δεδομένου ότι το μεταλλικό νερό χρησιμοποιείται όχι μόνο ως θεραπευτικό μέσο και επιτραπέζιο νερό, αλλά και ως πρώτη ύλη στην κοσμετολογία.

7. Στις ερευνητικές εργασίες ιατρικού, κοινωνικού και οικονομικού περιεχομένου με θέμα τις θετικές επιπτώσεις της υδροθεραπείας και του τουρισμού υγείας στην πρωτογενή πρόληψη της υγείας των ατόμων, οι οποίες θα έχουν θετικές επιπτώσεις σε κοινωνικό και οικονομικό επίπεδο, όπως μείωση των δαπανών του Δημοσίου στον τομέα της Υγείας. (Καλφιώτης Σ., (1976) σελ. 26-28)



ΑΠΟ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνική βιβλιογραφία :

- Ηγουμενάκης Ν. (1991): «Τουριστική Οικονομία» Τόμος Α', Έκδοση Β', Έκδόσεις Interbooks, Αθήνα
- Καλφιώτης Σ. (1976): «Εισαγωγή εις την θεωρία του Τουρισμού», Εκδόσεις Τυροβολά, Αθήνα
- Λαλούμης Δ. (1998): «Διοίκηση τουριστικών επιχειρήσεων», εκδόσεις Σταμούλης, Αθήνα
- Λαλούμης Δ. – Ρούπας Β. (2000): «Διοίκηση τουριστικών επιχειρήσεων», εκδόσεις Σταμούλης, Αθήνα
- Λύτρας Π. (1983): Τουριστική Ανάπτυξη, Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα
- Λύτρας Π. (1988): « Τουριστική Ψυχολογία», Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα
- Σωτηριάδης Μ. (1994): «Τουριστική Πολιτική», Εκδόσεις ΤΥΠΟΚΡΕΤΑ – Γ. Καζανάκης, Ηράκλειο
- Χιλιαδάκης (1948): « Η ομηρική φιλοξενία και ο τουρισμός στην αρχαία Ελλάδα», στο Καλφιώτης Σ. (1976): « Εισαγωγή εις την θεωρία του Τουρισμού», Εκδόσεις Τυροβολά, Αθήνα
- Τουρισμός Υγείας με αρκετό μέλλον», Εφημερίδα Φιλελεύθερος, (13/4/2007)
- Τουρισμός 2005 – έκδοση ΕΟΤ
- Τουρισμός 2006 – έκδοση ΕΟΤ
- Τουρισμός 2007 – έκδοση ΕΟΤ
- « Τουρισμός Υγείας στην Ελλάδα» - Μεταξωτός Ν. (Travel Days News, 2007)
- « Ο ιατρικός Τουρισμός στην Πράξη» (27/9/2005) Μπίμπη Μ. (Travel Days News,2007)
- Ειδικό Χωροταξικό Πλαίσιο για τον Τουρισμό – « Εναλλακτικός Τουρισμός δραστηριοτήτων», (Travel Days News, Μάϊος 2007)
- « Θερμαλισμός και Ιαματικός Τουρισμός – Σύγχρονη Εξέλιξη στην Ελλάδα και το εξωτερικό», Κοκάλας Θ. (Travel Days News,2007)
- « Ελληνική Οικονομία και Τουρισμός», Δελτίο Τύπου ΙΤΕΠ, Μάϊος 2003, τεύχος 15
- « Η μαγεία των Ελληνικών Λουτροπόλεων», Έκδοση ΣΔΚΙΠΕ
- Περιοδικό Εναλλακτικός Τουρισμός (Φεβρουάριος – Μάρτιος 2007, τεύχος 2)

- ΙΤΕΠ (Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων)
- « Θεραπευτικός Τουρισμός», Αντωνιάδου Χ., εφημερίδα «η σημερινή», (26/2/2007)
- « Τουρισμός και Ανάπτυξη Υπηρεσιών Υγείας στην Περιφέρεια Κρήτης», 4^ο Πανελλήνιο Συνέδριο Management Υπηρεσιών Υγείας (24-26 Οκτωβρίου 2002), Χερσόνησος
- « Ιαματικός Τουρισμός – Θερμαλισμός στα Θερμιά Παρανεστίου», Αναπτυξιακό Συνέδριο Νομού Δράμας (28-29 Ιανουαρίου 2006)
- Σ.Κ Σπάθη, Ιαματικός Τουρισμός και η Ανάπτυξη του στην Ελλάδα
- « Στρατηγικές κατευθύνσεις για ανταγωνιστικές τουριστικές επενδύσεις στην Ελλάδα», SETE: 5th Conference Tourism & Development
- Σφακιανάκης Ε., Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού (2000)
- WTTC – Παγκόσμιο Συμβούλιο Ταξιδιών και Τουρισμού – Στατιστικά
- Γκιοκάς Μ. (1999): « Η ξενοδοχία παρ' Έλλησιν του Ν. Λέκκα», στο Λαλούμης Δ. – Ρούπας Β. (2000): « Διοίκηση τουριστικών επιχειρήσεων», εκδόσεις Σταμούλης, Αθήνα
- « Τουρισμός Υγείας» , Helexpro, Spa. – Κουμέλης Θ. (Travel Days News, 2007)
- Ηγουμενάκης Ν. (1991): « Τουριστική Οικονομία» Τόμος Α', Έκδοση Β'. Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα

ΠΑΡΑΠΟΜΠΕΣ

- Ηγουμενάκης Ν., (1991), σελ.59-160
- Ηγουμενάκης Ν., (1997), σελ. 167
- Καλφιώτης Σ., (1976), σελ. 26-67
- Λύτρας Π., (1983), σελ. 212-218
- Λύτρας Π., (1988), σελ. 69-105
- Σωτηριάδης Μ., (1994), σελ. 181-190

ΑΠΟ ΕΡΕΥΝΑ ΣΕ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΔΙΕΥΘΥΝΣΕΙΣ

- www.world-tourism.org (Παγκόσμια Οργάνωση Τουρισμού)
- www.itep.gr (Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων)
- www.poet.gr (Πανελλήνια Ομοσπονδία Επιχειρήσεων Τουρισμού)
- www.thermalsprings.gr (Σύνδεσμος Δήμων και Κοινοτήτων Ιαματικών Πηγών)
- www.in.gr (ταξίδια και τουρισμός)
- www.ANEW.gr (Περιοδικό Αρμονία)
- www.e-natural.gr (Περιβαλλοντικό portal)
- www.env.gr (Περιβαλλοντικό portal)
- www.gbrhellas.gr (JBR Hellas LTD – Σύμβουλοι Τουριστικών Επενδύσεων)

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

1) Φύλο :

A) Άνδρας

B) Γυναίκα

2) Ηλικία :

A) 18 – 25

B) 25 – 35

Γ) 35 – 50

Δ) 50 και άνω

3) Επάγγελμα :

A) Δημόσιος Υπάλληλος

B) Ιδιωτικός Υπάλληλος

Γ) Επιχειρηματίας

Δ) Συνταξιούχος

4) Ποιος σας συνέστησε το κέντρο μας :

A) Γραφείο ταξιδίων

B) Από διαφημιστικά μέσα

Γ) Μέσω φίλων/συγγενών

Δ) Από κάποιο γιατρό

E) Μέσω Internet

5) Είναι η πρώτη φορά που επισκέπτεστε Spa Resort:

A) Ναι

B) Όχι

6) Για ποιο λόγο το επισκεφθήκατε :

A) Για την εμπειρία

B) Για ιατρικό λόγο

Γ) Για χαλάρωση

7) Κάθε πότε επισκέπτεστε Spa Resort :

A) Συχνά

B) Σπάνια

Γ) Καθόλου

8) Θεωρείται την εμπειρία που αποκομίσατε από την επίσκεψή σας :

A) Πολύ καλή

B) Καλή

Γ) Μέτρια

9) Θα συστήνατε σε κάποιον να επιλέξει ως προορισμό ένα Spa Resort :

A) Για εναλλακτικό τουρισμό

B) Για λόγους υγείας

10) Οι επισκέψεις στα Spa Resort θεωρούνται σήμερα είδος πολυτελείας :

A) Ναι

B) Όχι

11) Από όσο γνωρίζετε θεωρείτε ότι η Κρήτη διαθέτει τις κατάλληλες προϋποθέσεις και υποδομές για να αναπτύξει αυτό το είδος τουρισμού :

A) Διαθέτει και τις υποδομές

και τις προϋποθέσεις

B) Διαθέτει τις προϋποθέσεις,

αλλά όχι τις υποδομές

Γ) Δεν τις διαθέτει

12) Σε πόσα χρόνια πιστεύετε ότι η Κρήτη θα έχει τις κατάλληλες υποδομές:

A) Σε 1 – 2

B) Σε 2- 5

Γ) Σε 5 και άνω