

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΗΤΗΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ



"ΙΑΤΡΙΚΟΣ ΚΑΙ ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΩΣ ΠΥΛΩΝΑΣ
ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ"

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ



Επιμέλεια

Μπαλωμενάκης Αντώνιος	A.M. 7893
Πολέντα Άννα	A.M. 8783
Σιμάκης Σαράντης	A.M. 8798

Επιβλέπων

Καθηγητής Εφαρμογών κος Μακρυγιαννάκης Γεώργιος

Ηράκλειο,
Φεβρουάριος, 2015

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	4
ABSTRACT.....	5
ΠΡΟΛΟΓΟΣ	6
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1.....	8
ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ	8
1.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ	8
1.2 Η ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΠΑΓΚΟΣΜΙΩΣ	9
1.3 Η ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	10
1.4 Ο ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	12
1.5 Ο ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΑ.....	15
1.6 ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	15
1.7 ΟΙ ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	17
1.8 Ο ΜΕΣΟΓΕΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ	18
1.9 Ο ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ	19
1.10 ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	20
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2.....	25
ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΓΙΑ ΤΟΝ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΚΑΙ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΕΙΔΙΚΩΝ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΩΝ	25
2.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ	25
2.2 ΟΙ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	26
2.3 Ο ΜΑΖΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	27
2.4 Ο ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	28
2.5 Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΕΙΔΙΚΩΝ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΩΝ.....	30
2.6 ΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΣΥΝΕΒΑΛΑΝ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΩΝ ΕΙΔΙΚΩΝ ΚΑΙ ΤΩΝ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ ΜΟΡΦΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	32
2.7 ΟΙ ΒΑΣΙΚΟΤΕΡΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΕΙΔΙΚΩΝ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΩΝ	33
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3.....	41
ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ.....	41
3.1 Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ	41
3.2 ΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΪΟΝ.....	42
3.3 Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΖΗΤΗΣΗ	43
3.4 Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΣΦΟΡΑ	44
3.5 Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΩΣ ΠΥΛΩΝΑΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ.....	45
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4.....	47

ΙΑΤΡΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	47
4.1 Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΥΓΕΙΑΣ	47
4.2 Ο ΙΑΤΡΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	50
4.3 ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΙΑΤΡΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	51
4.4 ΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΚΑΙ ΟΙ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΤΟΥ ΙΑΤΡΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	52
4.5 ΟΙ ΥΠΑΡΧΟΥΣΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΥΓΕΙΑΣ ΚΑΙ ΠΡΟΪΟΝΤΑ-ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΙΑΤΡΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ ΜΕ ΣΥΓΚΡΙΤΙΚΟ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑ	54
4.6 ΟΙ ΒΑΣΙΚΟΙ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΙ ΓΙΑ ΙΑΤΡΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ	61
4.7 Η ΕΛΛΑΔΑ ΩΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΣ ΙΑΤΡΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	65
4.8 ΟΙ ΟΡΟΙ ΚΑΙ ΟΙ ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΑΡΟΧΗ ΙΑΤΡΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	66
4.9 ΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥ ΙΑΤΡΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	67
4.10 Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΙΑΤΡΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	70
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5.....	75
ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	75
5.1 Ο ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	75
5.2 Ο ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΟΣ-ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ Η ΣΧΕΣΗ ΤΗΣ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑΣ ΜΕ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ	76
5.3 ΟΙ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΚΑΙ ΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΤΟΥ ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	80
5.4 ΟΙ ΒΑΣΙΚΟΙ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΙ ΓΙΑ ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ	82
5.5 Η ΕΛΛΑΔΑ ΩΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΣ ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ - ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΕΡΑ ΠΡΟΤΕΡΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΕΛΑΤΤΩΜΑΤΑ	83
5.6 ΟΙ ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥ ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	85
5.7 ΟΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΟΙ ΠΡΟΣΠΑΘΕΙΕΣ ΓΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	88
5.8 ΤΑ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΤΑ ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΟΥ ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	92
5.9 ΤΑ ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ-ΤΑ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΑ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΗΣ	93
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	96
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	99

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Οι ειδικές και οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού, οι οποίες αναπτύσσονται με γοργούς ρυθμούς τα τελευταία χρόνια, χρήζουν μελέτης και προσοχής, καθώς αποτελούν σημαντικούς τομείς της βιομηχανίας του τουρισμού και στηρίζουν της εθνικές οικονομίες κάθε χώρας προορισμού, με σημαντικά ποσοστά συμμετοχής τους στο Α.Ε.Π.

Πρωταρχικός σκοπός της πτυχιακής εργασίας με θέμα: «Ιατρικός και διατροφικός τουρισμός ως πυλώνας ανάπτυξης της οικονομίας», είναι να μελετήσει όσο το δυνατόν βαθύτερα τις έννοιες αυτών των ειδικών μορφών τουρισμού μέσα από ποικιλία βιβλιογραφικών πηγών, έντυπης και ηλεκτρονικής μορφής, και την συμβολή που έχουν στην οικονομία των χωρών προορισμού.

Επίσης, γίνεται εκτενής αναφορά σε στοιχεία της χώρας μας, η οποία κάνει αξιοπρόσεκτες προσπάθειες για να επιτύχει την ένταξη της σε μια αξιόλογη θέση στον παγκόσμιο χάρτη ιατρικού αλλά και διατροφικού τουρισμού και να μπορέσει να ανταγωνιστεί τις κορυφαίες χώρες προορισμού σε αυτές τις μορφές.

Ουσιαστικά, πρέπει να πραγματοποιηθεί εμπλουτισμός του βασικού ελληνικό τουριστικού προϊόντος των τριών “S” (Sea, Sun, Sand-Θάλασσα, Ήλιος, Άμμος), το οποίο κυριαρχεί στην χώρα μας εδώ και πολλά χρόνια, με την προώθηση και ανάπτυξη άλλων μορφών τουρισμών και ειδικότερα στην μελετώμενη περίπτωση, ο ιατρικός και ο διατροφικός τουρισμός.

ABSTRACT

The special and alternative forms of tourism, which have been developed rapidly in the latest years, deserve study and attention, as they are important sectors of the tourism industry and support the national economies of each country of destination, with significant participation in G.D.P.

The primary purpose of the thesis entitled "Medical and dietary tourism as a pillar for economic growth", is to study, as deeply as possible the both concepts of these special forms of tourism through a variety of literature sources, printed and electronic form, and the contribution to the economies of the destination countries.

Also, there is an extensive reference to elements of our country, which made remarkable efforts to achieve integration in a remarkable place in the world map of medical and food tourism and be able to compete with the top destination countries in these forms.

Essentially, it must be realized that the basic Greek tourist product of the three "S" (Sea, Sun, Sand), which dominates in our country for many years has to be enriched by the promotion and the development of other forms of tourism, particularly in the studied case, the medical and dietary tourism.

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Το θέμα της πτυχιακής αφορά την ανάλυση του ιατρικού και διατροφικού τουρισμού και την σημασία του στην σημερινή κοινωνία και οικονομία. Ο τουρισμός αποτελεί ένα πολυπρισματικό φαινόμενο σε οικονομικό, κοινωνικό, πολιτιστικό και περιβαλλοντικό επίπεδο και θεωρείται ως η βασική βιομηχανία σε πολλές χώρες και ο ταχύτερα αναπτυσσόμενος οικονομικός τομέας σχετικά με τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας και το ξένο συνάλλαγμα.

Ξεκινώντας, στο πρώτο κεφάλαιο «Εισαγωγικές έννοιες για τον τουρισμό», γίνεται μια ιστορική αναδρομή του τουρισμού παγκοσμίως και επιμέρους στην Ελλάδα και αναλύεται ο ορισμός, τα χαρακτηριστικά, οι διακρίσεις και οι επιπτώσεις του. Οι προσπάθειες για τον ορισμό της έννοιας του τουρισμού είναι αναρίθμητες και για αυτό παρατίθεται ο ορισμός του σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού.

Στο δεύτερο κεφάλαιο «Εισαγωγικές έννοιες για τον εναλλακτικό τουρισμό, η εργασία επικεντρώνεται στην ανάλυση των επιμέρους μορφές του τουρισμού, οι οποίες είναι ο μαζικός, ο εναλλακτικός τουρισμός και ο τουρισμός ειδικών ενδιαφερόντων. Παραθέτονται τα χαρακτηριστικά τους και διάφορα στοιχεία απαραίτητα για την κατανόηση και τον διαχωρισμό τους, καθώς και οι παράγοντες οι οποίοι συνέβαλαν στην ανάπτυξη των ειδικών και των εναλλακτικών μορφών τουρισμού.

Ο τουρισμός ειδικών ενδιαφερόντων πολλές φορές θεωρείται ως συνώνυμο του εναλλακτικού τουρισμού, γεγονός το οποίο είναι ανακριβές, καθώς το κίνητρο των τουριστών ειδικών ενδιαφερόντων είναι να συμμετέχουν σε κάποια δραστηριότητα ή να επισκεφτούν κάποιο συγκεκριμένο τόπο, προκειμένου να ικανοποιήσουν το ειδικό ενδιαφέρον τους και όχι να κάνουν υπεύθυνο τουρισμό.

Στο ίδιο κεφάλαιο παρατίθενται και αναλύονται συνοπτικά οι βασικότερες μορφές τουρισμού ειδικών ενδιαφερόντων, όπως ο κοινωνικός τουρισμός, οικοτουρισμός, αγροτουρισμός, τουρισμός υγείας, εκπαιδευτικός τουρισμός, επαγγελματικός τουρισμός, αθλητικός τουρισμός κ.λπ.

Στο τρίτο κεφάλαιο «Τουρισμός και ανάπτυξη», αρχικά αναλύεται η λειτουργία της τουριστικής βιομηχανίας και του τουριστικού προϊόντος. Επίσης, παρατίθενται τα βασικότερα

στοιχεία πρόσφατης έρευνας του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων, όπου παρουσιάζεται η σημασία του τουρισμού στην οικονομία της Ελλάδας.

Έπειτα, αναλύεται η τουριστική ζήτηση και προσφορά με τις ιδιαιτερότητες που τις διακρίνουν. Ο τουρισμός ως οικονομική δραστηριότητα, εκφράζει μια διαφορετική μορφή οικονομικής ζήτησης, η οποία παρουσιάζει δύο ιδιαιτερότητες: τη συμπληρωματική φύση των τουριστικών προϊόντων και τη διάρθρωση του τουριστικού προϊόντος. Η τουριστική προσφορά χαρακτηρίζεται από ανομοιογένεια και πολυσυνθετότητα, καθώς διαφορετικοί οικονομικοί τομείς βοηθούν ώστε να δημιουργηθεί το παρεχόμενο τουριστικό προϊόν.

Το τέταρτο κεφάλαιο «Ιατρικός τουρισμός», παρουσιάζει τον τουρισμό υγείας και ειδικότερα την κατηγορία του που αφορά τον ιατρικό τουρισμό. Επίσης, παρουσιάζονται τα χαρακτηριστικά του ιατρικού τουρισμού και οι υπάρχουσες παρεχόμενες υπηρεσίες υγείας της Ελλάδας με συγκριτικό πλεονέκτημα. Επίσης, γίνεται αναφορά στους κορυφαίους προορισμούς ιατρικού τουρισμού παγκοσμίως, οι οποίες είναι η Μαλαισία, η Ινδία, η Τουρκία, η Βραζιλία και η Ταϊλάνδη.

Έπειτα, μελετάται η περίπτωση της χώρας μας ως ιατρικός τουρισμός και οι παράγοντες ανάπτυξης παγκοσμίως αλλά και στην Ελλάδα. Τα βασικά κριτήρια-οδηγοί της αγοράς ιατρικού τουρισμού είναι το χαμηλότερο κόστος, η εμπειρία στην ιατροφαρμακευτική περίθαλψη και το επίπεδο των παρεχόμενων ιατρικών υπηρεσιών.

Στο πέμπτο και τελευταίο κεφάλαιο «Διατροφικός τουρισμός», αναλύεται η έννοια του διατροφικού τουρισμού, ο οποίος αναφέρεται σε άτομα τα οποία ταξιδεύουν και αναζητούν να βιώσουν ιδιαίτερες και μοναδικές γαστρονομικές εμπειρίες και αναπτύσσεται ως ένα νέο τουριστικό προϊόν. Επίσης, αναφέρονται οι υπηρεσίες και τα προϊόντα του διατροφικού τουρισμού και οι κορυφαίοι προορισμοί του παγκοσμίως.

Τέλος, μελετάται η περίπτωση της Ελλάδας ως διατροφικός τουρισμός και οι προϋποθέσεις ανάπτυξης του, παρουσιάζοντας τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα και τα ελαττώματα της. Επίσης, αναλύονται οι προοπτικές και οι προσπάθειες που έχουν καταβληθεί για την ανάπτυξη του διατροφικού τουρισμού και τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα που απορρέουν από την ανάπτυξη αυτή.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

1.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο τουρισμός είναι ένα φαινόμενο που αποτελείται από πολλές διαστάσεις, οικονομικού, κοινωνικού, πολιτιστικού και περιβαλλοντικού περιεχομένου. Είναι ένα αναγκαίο κομμάτι της οικονομικής δραστηριότητας της κάθε χώρας προορισμού, κυρίως όσον αφορά την παραγωγή επιπλέον εισοδήματος, τη δημιουργία ευκαιριών στον τομέα εργασίας και την αύξηση του συναλλάγματος.

Γενικά, ο τουρισμός έκανε την εμφάνιση τους ως όργανο παραγωγής εργασίας, μείωσης της φτώχειας και της βιώσιμης ανθρώπινης ανάπτυξης. Συμβάλει στην προώθηση της κατανόηση μεταξύ των ανθρώπων και των ανθρωπίνων σχέσεων παγκοσμίως, και παράλληλα παρέχει την δυνατότητα σε παγκόσμιο επίπεδο προώθησης των τοπικών εθίμων, των τεχνών και των παραδόσεων του τόπου προορισμού.

Πλέον ο τουρισμός προσδιορίζεται ως η βασική βιομηχανία σε πολλές χώρες και ο ταχύτερα αναπτυσσόμενος οικονομικός τομέας σχετικά με τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας και το ξένο συνάλλαγμα. Ο διεθνής τουρισμός αποτελεί τον τομέα εξαγωγών με τα περισσότερα κέρδη και έναν από τους βασικότερους παράγοντες στο ισοζύγιο πληρωμών πολλών χωρών προορισμού.

Επίσης, ο τουρισμός αποτελεί μία από τις βασικότερες πηγές, αν όχι την βασικότερη, δημιουργίας θέσεων εργασίας σε πολλές χώρες. Μπορεί να συνδυάζει μεγάλο όγκο επενδύσεων και υποδομής, ενώ παράλληλα ένα μέρος του συμβάλει στην καλύτερη κατάσταση των συνθηκών διαβίωσης των ντόπιων κατοίκων. Η πλειοψηφία των θέσεων εργασίας και των τουριστικών επιχειρήσεων διαμορφώνονται στις αναπτυσσόμενες χώρες, συμβάλλοντας έτσι στην ανάπτυξη ποικίλων οικονομικών ευκαιριών και στην καταπολέμηση της αστευφιλίας.

Τέλος, μέσω του τουρισμού δημιουργούνται πολλές προσωπικές φιλίες ανάμεσα στους ντόπιους κατοίκους του τόπου προορισμού και των επισκεπτών, οι οποίες είναι μια δύναμη πολύ ισχυρή, που συμβάλει στην βελτίωση της παγκόσμιας κατανόησης και στην παγκόσμια ειρήνη μεταξύ των εθνών.

Όπως είναι αναμενόμενο, μια δραστηριότητα τέτοιας κλίμακας, όπως ο τουρισμός, έχει θετικές και αρνητικές συνέπειες σε οικονομικό, κοινωνικό, πολιτιστικό και περιβαλλοντικό επίπεδο στους τόπους προορισμού. Επικρατεί η άποψη ότι ο τουρισμός και το φυσικό περιβάλλον είναι άρρηκτα συνδεδεμένα και αναπτύσσουν ένα βιώσιμο σύστημα το οποίο είναι ασφαλές σε οικολογικό επίπεδο, οικονομικά βιώσιμο, δίκαιο σε κοινωνικό επίπεδο και πολιτιστικά κατάλληλο και ανθρώπινο. Όμως, με την πάροδο των χρόνων, έχει αποδειχθεί ότι τα πλεονεκτήματα του τουρισμού που εμφανίζονται από την τουριστική ανάπτυξη, δεν συμβαδίζουν πάντοτε με οφέλη κοινωνικοπολιτιστικού περιεχομένου και με περιβαλλοντική βιωσιμότητα¹.

1.2 Η ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΠΑΓΚΟΣΜΙΩΣ

Ο τουρισμός υπό την μορφή στην οποία βρίσκεται σήμερα, ξεκίνησε στις αρχές του 17^{ου} αιώνα από την Αγγλία, όπου τα ταξίδια λογίζονται ως τμήμα της εκπαίδευσης των ευγενών, κυρίως προς την Ιταλία και την Γαλλία. Όπως είναι φυσικό η βελτίωση των οδικών δικτύων αλλά και των καναλιών βοήθησε στην ανάπτυξη της τουριστικής κίνησης. Όμως, συγκριτικά με την σημερινή εποχή ο αριθμός των επισκεπτών ήταν μικρός και το κόστος του ταξιδιού υψηλό.

Τον 18^ο αιώνα ενισχύθηκε το ενδιαφέρον για τουρισμό για λόγους υγείας, ιδιαίτερα από την επίλεκτη τάξη, καθώς εμφανίστηκαν μεγάλες λουτροπόλεις. Τον 19^ο αιώνα το σιδηροδρομικό δίκτυο αλλά και τα υπερωκεάνια τονώνουν τις μετακινήσεις στην Ευρώπη και στις Η.Π.Α.²

Αυξάνεται κατακόρυφα η ζήτηση ταξιδιών, καθώς παρουσιάζονται τα πρώτα οργανωμένα ταξίδια. Επίσης, έκανε την εμφάνιση του ο Άγγλος Thomas Cook, ο πρώτος τουριστικός πράκτορας ο οποίος αναλαμβάνει τις μεταφορές οργανωμένων εκδρομών. Στο τέλος του 19^{ου} αιώνα, ορισμένες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις προχώρησαν στην δημιουργία των πρώτων αλυσίδων και στην επέκταση των παρεχόμενων υπηρεσιών με εστιατόρια.

¹ Παππάς Νικόλαος (2008), «Τουρισμός», έκδοση Υπουργείο Εθνικής Παιδείας & Θρησκευμάτων, σελίδα: 2.

² Βενετσανοπούλου Μάρω (2006), «Η κρατική συμβολή στον τουρισμό – Εναλλακτικές μορφές τουρισμού», εκδόσεις Interbooks, σελίδες: 29 – 32.

Στις αρχές του 20^{ου} αιώνα, με την τελειοποίηση του αυτοκινήτου και την βελτίωση και επέκταση του οδικού δικτύου, ο τουρισμός γίνεται μαζικότερος. Με την έναρξη του Α΄ Παγκοσμίου Πολέμου, τα κύρια στοιχεία του σύγχρονου τουρισμού είχαν ήδη καθιερωθεί. Την δεκαετία του 1930, υπάρχει η θεσμική ενίσχυση του τουρισμού, με την καθιέρωση των πληρωμένων διακοπών για όλους ανεξαρτήτως τους μισθωτούς, στην Γαλλία και στην Αγγλία.

Μετά το τέλος του Β΄ Παγκοσμίου Πολέμου, παρουσιάζεται πολύ μεγάλη άνοδος του τουρισμού, εξαιτίας της επέκτασης του διαθέσιμου χρόνου διακοπών, την οικονομικής ευημερίας σε ορισμένα ανεπτυγμένα κράτη, της βελτίωσης των μέσων μεταφοράς, της τεχνολογικής ανάπτυξης, της πολιτισμικής εξέλιξης, της ιδιωτικής πρωτοβουλίας, του αυξημένου ενδιαφέροντος των κρατών κ.λπ.³

1.3 Η ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Όσον αφορά τον ελληνικό τουρισμό, κατά την ιστορική πορεία του, αναπτύχθηκε σε τρεις διαδοχικές φάσεις:

- ⊕ Εκδρομικός τουρισμός.
- ⊕ Εσωτερικός ή εθνικός τουρισμός.
- ⊕ Εξωτερικός ή διεθνής τουρισμός.

Εκδρομικός τουρισμός:

Είναι η πρώτη οργανωμένη μορφή τουρισμού, με την έννοια της μετακίνησης από τόπο σε τόπο, με διάρκεια όχι μεγαλύτερη από μία μέρα, με σκοπό την ψυχαγωγία και την ικανοποίηση εκπολιτιστικών δραστηριοτήτων. Η ανάπτυξη αυτής της μορφής τουρισμού, οφείλεται αποκλειστικά και μόνο στα εκδρομικά σωματεία της Ελλάδας, τα οποία θεωρούνται θεμελιωτές του εσωτερικού τουρισμού, καθώς ακόμα και στις μέρες μας είναι οι πιο οργανωμένοι φορείς.

Τα πρώτα εκδρομικά σωματεία ιδρύθηκαν στο διάστημα μεταξύ των ετών 1893-1910, και τότε πραγματοποιήθηκαν οι πρώτες συστηματικές προσπάθειες για ανάπτυξη του εκδρομικού τουρισμού. Εκείνη την εποχή, η εκδρομική κίνηση ήταν περιορισμένη, καθώς

³ Βενετσανοπούλου Μάρω (2006), «Η κρατική συμβολή στον τουρισμό – Εναλλακτικές μορφές τουρισμού», εκδόσεις Interbooks, σελίδες: 32 – 34.

απευθυνόταν μόνο στους ανθρώπους της πνευματικής αριστοκρατίας και όχι σε κατώτερα κοινωνικά στρώματα.

Όμως, μετά τον Α΄ Παγκόσμιο Πόλεμο, οι εκδρομές ξεκίνησαν να αποκτούν ομαδικό χαρακτήρα παύοντας να είναι προνόμιο των λίγων. Οι εκδρομές εκδηλώθηκαν ως μια οργανωμένη προσπάθεια, και έτσι από το 1921 και μετά, ξεκίνησε η διεύρυνση τους και η διαμόρφωση τους σε τουρισμό. Με τον Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο, αναστάλθηκε η λειτουργία των εκδρομικών σωματείων και η δράση τους ξεκίνησε ξανά από το 1950 με την μορφή του εσωτερικού τουρισμού και αργότερα με την μορφή τους εξωτερικού τουρισμού⁴.

Εσωτερικός ή εθνικός τουρισμός:

Με την βελτίωση της οικονομικής θέσης των ατόμων, την επέκταση και βελτίωση του οδικού δικτύου και την οργάνωση των πρώτων ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, τονώθηκε σημαντικά ο τουρισμός. Ο εσωτερικός τουρισμός πραγματοποιείται για φυσιολατρικούς σκοπούς αλλά και για λόγους υγείας, με την οργάνωση και ανάπτυξη των μεγάλων ιαματικών κέντρων της χώρας μας. Παράλληλα, οι τουρίστες κινήθηκαν προς την θάλασσα και τα θαλάσσια αθλήματα και έτσι αναπτύχθηκαν τα τουριστικά κέντρα στις παραθαλάσσιες περιοχές και στα νησιά⁵.

Εξωτερικός ή διεθνής τουρισμός:

Η προσέλκυση των τουριστών από χώρες του εξωτερικού προς την Ελλάδα, παρουσίασε ανάπτυξη κατά τα έτη 1934-1938, σχεδόν παράλληλα με την εμφάνιση της πρώτης οργανωμένης μορφής εσωτερικού τουρισμού. Οι πρώτοι επισκέπτες από το εξωτερικό ήταν περιορισμένοι σε αριθμό, ήταν άτομα από υψηλές εισοδηματικές τάξεις, το ενδιαφέρον τους επικεντρωνόταν κυρίως στους αρχαιολογικούς χώρους και ταξίδευαν ομαδικά.

Προπολεμικά, η τουριστική κίνηση στην χώρα μας δεν ήταν κάποια αξιόλογη οικονομική δραστηριότητα και δεν παρουσίαζε κάποια ιδιαίτερη ανάπτυξη με την πάροδο των

⁴ Βενετσανοπούλου Μάρω (2006), «Η κρατική συμβολή στον τουρισμό – Εναλλακτικές μορφές τουρισμού», εκδόσεις Interbooks, σελίδες: 36 – 37.

⁵ Βενετσανοπούλου Μάρω (2006), «Η κρατική συμβολή στον τουρισμό – Εναλλακτικές μορφές τουρισμού», εκδόσεις Interbooks, σελίδα: 37.

χρόνων. Το ίδιο ίσχυε και μεταπολεμικά, καθώς η επικρατούσα κατάσταση δεν επέτρεπε τα ταξίδια προς την Ελλάδα, έχοντας σαν αποτέλεσμα την σχεδόν ανύπαρκτη τουριστική κίνηση⁶.

Το 1950 θεωρείται η αφητηρία της ανάπτυξης του εξωτερικού τουρισμού, καθώς εκείνο το έτος παρατηρήθηκε η πρώτη αξιοσημείωτη κίνηση τουριστών από άλλες χώρες προς την Ελλάδα. Ο βασικότερος λόγος για αυτήν την τουριστική κίνηση ήταν η αναπροσαρμογή της συναλλαγματικής αξίας της δραχμής, η οποία διαμόρφωσε την Ελλάδα ως μία από της φτηνότερες χώρες παγκοσμίως. Όπως ήταν αναμενόμενο, άρχισαν να εισέρχονται στην Ελλάδα επισκέπτες χαμηλότερης εισοδηματικής τάξης.

Την δεκαετία του 1960 δημιουργούνται τα πρώτα καζίνο, ενώ την δεκαετία του 1970 προωθούνται προγράμματα αγροτουρισμού και διάφορων άλλων τουριστικών δραστηριοτήτων. Την δεκαετία του 1980, εφαρμόζεται ο κοινωνικός τουρισμός, επεκτείνεται ο αγροτουρισμός και δημιουργούνται πολλές εγκαταστάσεις για την προώθηση και ανάπτυξη διαφόρων μορφών τουρισμού, όπως του αθλητικού τουρισμού, του θαλάσσιου, του συνεδριακού, του θεραπευτικού κ.λπ. Τέλος, την δεκαετία του 1990, προωθείται ο θαλάσσιος τουρισμός και συνεχίζεται η εφαρμογή του αγροτουρισμού⁷.

1.4 Ο ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο τουρισμός δεν είναι μόνο κάποιο φαινόμενο ή ένα σύνολο κλάδων. Αποτελεί μια ανθρώπινη δραστηριότητα, που περιέχει την ανθρώπινη συμπεριφορά, την χρήση πόρων, τις σχέσεις με άλλους ανθρώπους, άλλες οικονομίες και άλλα περιβάλλοντα. Επιπλέον, συμπεριλαμβάνει την φυσική κίνηση των τουριστών προς διάφορες περιοχές, διαφορετικές από αυτές στις οποίες είναι η μόνιμη κατοικία τους. Μπορεί το μεγαλύτερο ποσοστό του παγκόσμιου τουρισμού πραγματοποιείται για λόγους αναψυχής, χρησιμοποιώντας τον διαθέσιμο χρόνο ενός ατόμου, αλλά υπάρχει και ένα σημαντικό ποσοστό το οποίο σχετίζεται με επαγγελματικές υποχρεώσεις ή με ανάγκες υγείας.

⁶ Βενετσανοπούλου Μάρω (2006), «Η κρατική συμβολή στον τουρισμό – Εναλλακτικές μορφές τουρισμού», εκδόσεις Interbooks, σελίδα: 38.

⁷ Βενετσανοπούλου Μάρω (2006), «Η κρατική συμβολή στον τουρισμό – Εναλλακτικές μορφές τουρισμού», εκδόσεις Interbooks, σελίδες: 39 – 40.

Παρά τους πολλούς ορισμούς που έχουν δοθεί κατά καιρούς στην έννοια του τουρισμού, είναι γενικά αποδεκτό ότι οι έννοιες του τουρισμού και των ταξιδιών περιέχουν:

- ⊕ Τις τουριστικές ανάγκες και τα τουριστικά κίνητρα.
- ⊕ Την συμπεριφορά και τους περιορισμούς στην τουριστική επιλογή.
- ⊕ Την πραγματοποίηση ταξιδιών μακριά από τον τόπο μόνιμης κατοικίας.
- ⊕ Τις αμφίδρομες σχέσεις στην αγορά μεταξύ των τουριστών και των προμηθευτών με σκοπό την ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών.
- ⊕ Τις θετικές και αρνητικές συνέπειες στους τουρίστες, στους ιδιοκτήτες ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, στις οικονομίες, στο περιβάλλον κ.λπ.⁸

Οι προσπάθειες για τον ορισμό της έννοιας του τουρισμού είναι αναρίθμητες. Όμως, σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού, ο τουρισμός ορίζεται ως το σύνολο των δραστηριοτήτων των ατόμων που ταξιδεύουν και διαμένουν σε τόπους εκτός από τον τόπο μόνιμης κατοικίας τους, για διάστημα μικρότερο τους ενός έτους, για αναψυχή, για επαγγελματικούς και άλλους λόγους οι οποίοι δεν έχουν σχέση με την άσκηση κάποιας αμειβόμενης δραστηριότητας στον τόπο επίσκεψης.

Η χρήση αυτής της έννοιας του τουρισμού, μπορεί να προσδιορίσει τον τουρισμό μεταξύ διαφορετικών χωρών αλλά και τον τουρισμό εντός των ορίων μιας χώρας. Ο τουρισμός αφορά όλες τις δραστηριότητες των επισκεπτών και συμπεριλαμβάνει τους τουρίστες, δηλαδή τους επισκέπτες οι οποίοι πραγματοποιούν τουλάχιστον μια διανυκτέρευση, αλλά και τους επισκέπτες της ίδιας μέρας.

Επιπλέον, είναι εξίσου σημαντικό να παρατεθεί άλλη μία άποψη, η οποία μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως εισαγωγή για την έννοια του τουρισμού και η οποία προσδιορίζει ότι ο τουρισμός έχει τα εξής χαρακτηριστικά στοιχεία:

- ⊕ Η μετακίνηση των ατόμων προς διάφορους προορισμούς διαφορετικούς από τον τόπο της μόνιμης κατοικίας τους.
- ⊕ Το ταξίδι προς τον τόπο προορισμού και η διαμονή σε αυτόν, συμπεριλαμβανομένων και των δραστηριοτήτων.

⁸Adrian Bull (1995), «*The economics of travel & tourism*», Ελληνική έκδοση: Σοκοδήμος Ανδρέας (2002) «*Τουριστική Οικονομική*», εκδόσεις Κλειδάριθμος, σελίδες: 15 – 16.

- ⊕ Καθώς, τα ταξίδια και η διαμονή πραγματοποιούνται εκτός του τόπου μόνιμης κατοικίας και εργασίας, ο τουρισμός δημιουργεί διαφορετικές δραστηριότητες από αυτές των μόνιμων κατοίκων και εργαζόμενων στους τόπους προορισμού.
- ⊕ Η φύση της μετακίνησης στον τόπο προορισμού είναι προσωρινή και βραχυπρόθεσμη, με την πρόθεση της επιστροφής σε μερικές μέρες ή βδομάδες ή μήνες στον τόπο μόνιμης κατοικίας.
- ⊕ Ο σκοπός της επίσκεψης δεν έχουν σχέση με την εξασφάλιση μιας μόνιμης κατοικίας ή εργασίας αμειβόμενης από τις πηγές του τόπου προορισμού.

Συμπερασματικά, ο τουρισμός συμπεριλαμβάνει ορισμένα ταξίδια, αλλά όλα τα ταξίδια δεν αποτελούν τουρισμό. Επίσης, ο προσωρινός και βραχυπρόθεσμος χαρακτήρας των τουριστικών ταξιδιών τα ξεχωρίζει από την μετανάστευση⁹.

Σημαντική είναι επίσης η αναφορά στις διαφορετικές απόψεις του τουρισμού οι οποίες μπορούν να εξακριβωθούν και αυτές είναι οι εξής:

- ⊕ Ο τουρίστας. Είναι ένα άτομο το οποίο επιδιώκει ποικίλες ψυχικές εμπειρίες και ικανοποιήσεις, οι οποίες ανάλογα με την φύση τους θα προσδιορίσουν τους τουριστικούς προορισμούς που θα επιλέξει να επισκεφτεί και τις δραστηριότητες που θα επιλέξει να πραγματοποιήσει.
- ⊕ Η τουριστική επιχείρηση. Για αυτήν την επιχείρηση ο τουρισμός είναι ένα μέσο πραγματοποίησης κέρδους, εφοδιάζοντας την τουριστική αγορά με προϊόντα και υπηρεσίες που ζητούν οι τουρίστες.
- ⊕ Ο τόπος φιλοξενίας. Από την πλευρά του, ο τουρισμός αποτελεί έναν πολιτιστικό παράγοντα, μια ευκαιρία για δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, έναν παράγοντα δημιουργίας εσόδων και ένας παράγοντα ευημερίας και προόδου. Από την άλλη πλευρά όμως, υπάρχουν και οι αρνητικές επιπτώσεις του τουρισμού στο περιβάλλον του τόπου προορισμού.
- ⊕ Η διοίκηση του τουριστικού προορισμού. Για αυτήν, ο τουρισμός αποτελεί παράγοντα ανάπτυξης της οικονομίας της περιοχής της δικαιοδοσίας της¹⁰.

⁹ Page Stephen (2003), «*Tourism management, managing for change*», Ελληνική έκδοση: Μαυροδόντης Θωμάς (2006), «*Εισαγωγή στον τουρισμό*», εκδόσεις Παπαζήση, σελίδες: 9 – 12.

1.5 Ο ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΑ

Με βάση τον ορισμό της Επιτροπής Εμπειρογνομόνων της Κοινωνίας των Εθνών ο οποίος υιοθετήθηκε το 1937, ως τουρίστας θεωρείται το άτομο το οποίο ταξιδεύει για χρονικό διάστημα μεγαλύτερο από μία μέρα σε μια διαφορετική χώρα από αυτή την μόνιμης διαμονής του. Έτσι, στον ορισμό του τουρίστα εμπεριέχονται:

- ⊕ Άτομα τα οποία ταξιδεύουν με σκοπό την ευχαρίστηση, για οικογενειακούς λόγους, για λόγους υγείας κ.λπ.
- ⊕ Άτομα τα οποία ταξιδεύουν για να συμμετάσχουν σε συγκεντρώσεις, συνέδρια κ.λπ.
- ⊕ Άτομα που ταξιδεύουν αποκλειστικά και μόνο για επαγγελματικούς λόγους.
- ⊕ Άτομα τα οποία εισέρχονται σε μια χώρα, όταν το κρουαζιερόπλοιο με το οποίο ταξιδεύουν αφιχθεί σε κάποιο λιμάνι της, ακόμα και αν η διάρκεια παραμονής τους είναι μικρότερη από μία μέρα.

Το 1963 η Διάσκεψη των Ηνωμένων Εθνών για Ταξίδια και Τουρισμό εισήγαγε έναν νέο όρο, αυτόν του επισκέπτη, ο οποίος αναφέρεται σε ένα άτομο που επισκέπτεται μια διαφορετική χώρα από αυτήν την μόνιμης κατοικίας του, για οποιοδήποτε λόγο εκτός από την άσκηση κάποιου επαγγέλματος που να αμείβεται με χρηματικούς πόρους της χώρας που επισκέπτεται. Ουσιαστικά αυτός ο όρος καλύπτει δύο κατηγορίες επισκεπτών: τους τουρίστες (άτομα τα οποία επισκέπτονται προσωρινά μια χώρα και διαμένουν σε αυτή για τουλάχιστον μία μέρα) και τους εκδρομείς (άτομα τα οποία επισκέπτονται μια χώρα και διαμένουν σε αυτή για διάστημα μικρότερο από μία μέρα)¹¹.

1.6 ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Τα χαρακτηριστικά του τουρισμού την σημερινή εποχή τα οποία ασκούν επιρροές στην ανάπτυξη του τουριστικού προϊόντος αλλά και στην διάρθρωση της ζήτησης του τουριστικού προϊόντος, παρουσιάζονται παρακάτω:

¹⁰ Ηγουμενάκης Νίκος & Κραβαρίτης Κώστας & Λύτρας Περικλής (1999), «Εισαγωγή στον τουρισμό», εκδόσεις Interbooks, σελίδες: 86 – 87.

¹¹ Ηγουμενάκης Νίκος & Κραβαρίτης Κώστας & Λύτρας Περικλής (1999), «Εισαγωγή στον τουρισμό», εκδόσεις Interbooks, σελίδες: 90 – 91.

- ⊕ Η εμφάνιση των ειδικών και των εναλλακτικών μορφών του τουρισμού, η οποία είναι αποτέλεσμα της τμηματοποίησης της τουριστικής αγοράς και έχει σαν στόχο την βελτίωση της εξυπηρέτησης των τουριστών και την κάλυψη κάποιων τουριστικών αναγκών οι οποίες είναι ειδικότερες από τις κλασικές.
- ⊕ Η αύξηση των δαπανών για τουρισμό, που είναι το αποτέλεσμα της αντίστοιχης αύξησης του προσωπικού εισοδήματος και της βελτίωσης των όρων εργασίας και της αμοιβής των εργαζομένων.
- ⊕ Οι αλλαγές οι οποίες πραγματοποιήθηκαν στον τομέα της παραγωγής του τουριστικού προϊόντος και οι οποίες συνέβαλλαν στην συγχώνευση μικρών και μεσαίων τουριστικών επιχειρήσεων και στην εξαγορά τους από μεγαλύτερες, υπό το πλαίσιο της διαρκούς διεύρυνσης και παγκοσμιοποίησης της τουριστικής αγοράς.
- ⊕ Η εμφάνιση νέων τουριστικών αγορών, με πολύ χαμηλότερο κόστος, επιτυγχάνοντας την διεθνοποίηση της τουριστικής αγοράς σε επίπεδο ανταγωνισμού από την Μεσόγειο έως την Άπω Ανατολή και την Καραϊβική, εκμεταλλευόμενες την εξέλιξη των αεροπορικών μεταφορών καθώς επίσης και την απελευθέρωση των περιορισμών στις αερομεταφορές.
- ⊕ Η αλλαγή του τρόπου διανομής του τουριστικού προϊόντος, καθώς παρατηρείται η τάση κάθετης ολοκλήρωσης της αγοράς (η παροχή υπηρεσιών πραγματοποιείται σε ολόκληρο το φάσμα της). Το φάσμα αυτό περιέχει όλες τις διαδικασίες που απαιτούνται από την έκδοση εισιτηρίων, την αερομεταφορά, την διαμονή και την παροχή συμπληρωματικών τουριστικών υπηρεσιών.
- ⊕ Η συνεχής αύξηση του αριθμού των τουριστών της τρίτης ηλικίας. Καθώς αυτοί οι τουρίστες διαθέτουν χρήμα και χρόνο και το φαινόμενο της γήρανσης παρατηρείται παγκοσμίως, είναι επόμενο ότι ο τουρισμός της τρίτης ηλικίας μπορεί να αποτελέσει μια πολύ δυναμική αγορά μελλοντικά.
- ⊕ Η είσοδος νέων τεχνολογικών συστημάτων, τα οποία χρησιμοποιούνται από τις τουριστικές επιχειρήσεις για την ενίσχυση της παραγωγικότητας και της απόδοσης τους. Επιπλέον, δημιουργούνται νέοι τρόποι οργάνωσης και διοίκησης, βοηθώντας στην απόκτηση ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων.

- ⊕ Η εφαρμογή νέας μεθοδολογίας μάρκετινγκ, παρέχοντας υπηρεσίες στους τουρίστες πιο άμεσα και πιο έγκαιρα.
- ⊕ Η εφαρμογή νέας μεθοδολογίας οργάνωσης και διοίκησης, καθιστώντας την δράση των τουριστικών επιχειρήσεων αποδοτικότερη και αποτελεσματικότερη.
- ⊕ Η αλλαγή στα καταναλωτικά πρότυπα των τουριστών, καθώς στις μέρες μας οι τουρίστες διαθέτουν περισσότερες εμπειρίες και γνώσεις και αναζητούν ένα περισσότερο εμπλουτισμένο και διαφορετικό τουριστικό προϊόν.
- ⊕ Η διαρκώς μεταβαλλόμενη οικολογική συνείδηση των τουριστών, κυρίως αυτών που προέρχονται από τις χώρες της βόρειας και της κεντρικής Ευρώπης, για τους οποίους αποτελεί ένα από τα βασικότερα κριτήρια επιλογής του τόπου διακοπών τους.
- ⊕ Οι μεταβολές στο πρότυπο των τουριστικών διακοπών. Το σημερινό πρότυπο διακοπών είναι ολιγόημερο, διάρκειας τριών με πέντε ημερών, αφού πλέον οι τουρίστες θέλουν να κάνουν περισσότερα ταξίδια κάθε έτος αλλά με μικρότερη διάρκεια¹².

1.7 ΟΙ ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Σε διεθνές επίπεδο, ο τουρισμός διακρίνεται σε έξι κατηγορίες, οι οποίες είναι οι παρακάτω με βάση τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (W.T.O.):

- ⊕ Εγχώριος τουρισμός. Αναφέρεται στους μόνιμους κατοίκους μιας χώρας, οι οποίοι κάνουν ταξίδια μόνο εντός των συνόρων της.
- ⊕ Εξερχόμενος τουρισμός. Αφορά τους μόνιμους κατοίκους μιας χώρας, οι οποίοι ταξιδεύουν εκτός των συνόρων της.
- ⊕ Εισερχόμενος τουρισμός. Αφορά τους αλλοδαπούς, οι οποίοι εισέρχονται μέσω του τουρισμού σε μια δεδομένη χώρα.
- ⊕ Διεθνής τουρισμός. Αποτελείται από τον εξερχόμενο και τον εισερχόμενο τουρισμό.
- ⊕ Εσωτερικός τουρισμός. Αποτελείται από τον εγχώριο και τον εισερχόμενο τουρισμό.
- ⊕ Εθνικός τουρισμός. Είναι το σύνολο του εγχώριου και του εξερχόμενου τουρισμού¹³.

¹² Λαγός Δημήτρης (2005), «Τουριστική Οικονομική, Τουρισμός & Αναψυχή», εκδόσεις Κριτική, σελίδες: 82 – 83.

¹³ Λαγός Δημήτρης (2005), «Τουριστική Οικονομική, Τουρισμός & Αναψυχή», εκδόσεις Κριτική, σελίδες: 42 – 43.

1.8 Ο ΜΕΣΟΓΕΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ

Η Μεσόγειος είναι ο διασημότερος τουριστικός προορισμός σε παγκόσμιο επίπεδο. Μετά από τον Β΄ παγκόσμιο πόλεμο, ξεκίνησε η ανάπτυξη του διεθνή μαζικού τουρισμού στις παράκτιες και νησιωτικές περιοχές της Μεσογείου.

Την δεκαετία του 1950, η τουριστική ανάπτυξη άρχισε να κάνει την εμφάνιση της κυρίως στην Ισπανία και την Ιταλία, ενώ την δεκαετία του 1960 σε περιφέρειες της Ελλάδας, της Μάλτας, της Κύπρου και των χώρων της πρώην Γιουγκοσλαβίας, με τον αριθμό των τουριστών να εμφανίζει ραγδαία αύξηση. Τέλος, από τη δεκαετία του 1970, ο μαζικός τουρισμός αναπτύχθηκε νοτιότερα, σε χώρες όπως το Μαρόκο και η Τυνησία, καθιστώντας την περιοχή της Μεσογείου το πιο δημοφιλές κέντρο μαζικού τουρισμού σε όλο τον κόσμο.

Η Μεσόγειος, με την πλεονεκτική γεωγραφική της θέση της αλλά και με τις μεταφορές της, το κλίμα της, τη φυσική ομορφιά και την πολιτιστική κληρονομιά της, αποτελεί τον βασικότερο τουριστικό προορισμό σε παγκόσμιο επίπεδο, προσελκύοντας περίπου το 30% των παγκόσμιων αφίξεων με το 28% των παγκόσμιων τουριστικών εσόδων. Η Γαλλία, η Ιταλία και η Ισπανία, είναι από τους δέκα ισχυρότερους τουριστικούς προορισμούς παγκοσμίως, με το μεγαλύτερο καθαρό εισόδημα, το οποίο προέρχεται από το διεθνή τουρισμό.

Στη Μεσογειακή τουριστική αγορά δεν αναμένονται σημαντικές αλλαγές, αφού η τουριστική κίνηση της Μεσογείου απεικονίζει ότι περίπου το 90% των τουριστών επισκέπτεται τις Ευρωπαϊκές ακτές της Μεσογείου, ποσοστό ολοένα και αυξανόμενο. Ένα μικρό μέρος των τουριστών επισκέπτεται τα Αφρικανικά (6,4%) και τα Ασιατικά (1,3%) παράκτια τμήματα της Μεσογείου. Επομένως, οι Ευρωπαϊκές χώρες της Μεσογείου, θα συνεχίσουν να έχουν τον κυρίαρχο ρόλο στη Μεσογειακή τουριστική ανάπτυξη.

Εκτός από τη Γαλλία, οι βασικές χώρες παραγωγής τουρισμού, οι οποίες είναι η Γερμανία, η Μεγάλη Βρετανία, οι Η.Π.Α. και η Ιαπωνία, δεν βρίσκονται στη Μεσόγειο. Οι τουριστικές ροές αυτών των χωρών απεικονίζουν ότι η κίνηση στις Μεσογειακές χώρες παραμένει σε υψηλά επίπεδα, αλλά και παρουσιάζει αυξητικές τάσεις.

Το 2002, έπειτα από την είσοδο του ευρώ, η εισροή συναλλάγματος μειώθηκε, καθώς πολλοί τουρίστες από Ευρωπαϊκές, μη Μεσογειακές χώρες, έχουν την ίδια νομισματική μονάδα ως εθνικό νόμισμα, χωρίς όμως αυτό να επηρεάσει τα τελικά τουριστικά έσοδα.

Οι προβλέψεις για τις τουριστικές ροές παγκοσμίως υποδεικνύουν ότι οι υπάρχουσες τάσεις θα συνεχιστούν, αλλά η διαρκής αναπροσαρμογή των παρεχόμενων τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών στην ολοένα μεταβαλλόμενη ζήτηση και η αναδιαμόρφωση της τουριστικής διαφήμισης είναι απαραίτητες.

Η Μεσόγειος δεν θεωρείται κορεσμένος προορισμός και θα συνεχίσει να είναι κορυφαίος προορισμός για το διεθνή τουρισμό, ο οποίος θα συνεχίσει να εξαρτάται από τις συνθήκες πολιτικής και οικονομικής σταθερότητας, εξαιτίας του οι επισκέπτες επιλέγουν τις όσο το δυνατόν ασφαλέστερες και τις καλύτερα περιβαλλοντικά διατηρημένες περιοχές¹⁴.

1.9 Ο ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ

Με βάση τις προβλέψεις του Παγκόσμιου Συμβουλίου Τουρισμού και Ταξιδιών, η Ελλάδα είναι ένα από τους δημοφιλέστερους τουριστικούς προορισμούς, διαθέτοντας την προοπτική καθιέρωσης της ως μια ισχυρή παρουσία στην διεθνή τουριστική σκηνή. Ενδεικτικά, η Ελλάδα το 2009 κατείχε την 24^η θέση παγκοσμίως, το 2012 την 17^η θέση και το 2013 την 16^η θέση¹⁵.

Το πλούσιο και διαφορετικό σε κάθε τόπο φυσικό περιβάλλον, τα νησιά και οι ακτές της, το ήπιο μεσογειακό κλίμα, η πλούσια ιστορία αλλά και η πλούσια πολιτισμική παράδοση της αποτελούν κάποια από τα συγκριτικά πλεονεκτήματα του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, καθώς έχουν την δυνατότητα να ικανοποιήσουν την κάθε ιδιαίτερη επιθυμία του επισκέπτη ή του τουρίστα.

Ο διεθνής τουρισμός στην Ελλάδα παρουσίασε κατακόρυφη και τάχιση ανάπτυξη, καθώς στις αρχές του 1950 οι αφίξεις ήταν λιγότερες από 70.000, το 1970 ξεπέρασαν τα 1,4 εκατομμύρια, το 1990 άγγιξαν τα 9 εκατομμύρια και το 2013 πλησίασαν τα 18 εκατομμύρια¹⁶.

¹⁴ Παππάς Νικόλαος (2008), «Τουρισμός», έκδοση Υπουργείο Εθνικής Παιδείας & Θρησκευμάτων, σελίδα : 6 – 7.

¹⁵ Κοκκώσης Χάρης & Τσάρτας Πάρις & Ελευθερία Γκρίμπα (2011), «Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού, ζήτηση και προσφορά νέων προϊόντων τουρισμού, Τουρισμός & αναψυχή», εκδόσεις Κριτική, σελίδα : 38 & Φούρλα Δήμητρα – Μαρίλια (2014), «Τουρισμός : 16^η η Ελλάδα στην παγκόσμια κατάταξη», <http://www.dimokratiki.gr/31-10-2014/tourismos-16i-ellada-stin-pagkosmia-katataxi/>

¹⁶ Κοκκώσης Χάρης & Τσάρτας Πάρις & Ελευθερία Γκρίμπα (2011), «Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού, ζήτηση και προσφορά νέων προϊόντων τουρισμού, Τουρισμός & αναψυχή», εκδόσεις Κριτική, σελίδα : 38 & Κουσουνής Στάθης (2014), «Ρεκόρ αφίξεων ξένων τουριστών σε Ελλάδα, Ισπανία, Τουρκία το 2013», <http://www.kathimerini.gr/750805/article/oikonomia/ellhnikh-oikonomia/rekor-afi3ewn-3enwn-toyristwn-se-ellada-ispantia-toyrkia-to-2013>

Εντυπωσιακό είναι το γεγονός, ότι ο Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων προέβλεψε ότι ο συνολικός αριθμός αφίξεων ξένων επισκεπτών με όλα τα μέσα για το 2014 θα αγγίξει τα 23 εκατομμύρια, υπερβαίνοντας ακόμα και τις πιο αισιόδοξες προβλέψεις οι οποίες είχαν διατυπωθεί για την πορεία του ελληνικού τουρισμού για το έτος αυτό¹⁷.

Ο εγχώριος τουρισμός συμμετέχει με ένα μεγάλο ποσοστό στην διαμονή και στα έσοδα αλλά και στην ελάττωση της εποχικότητας. Οι περισσότεροι τουρίστες οι οποίοι επισκέπτονται την χώρα μας είναι Ευρωπαίοι και ιδίως Βρετανοί και Γερμανοί. Τα τελευταία χρόνια, έχουν αυξηθεί τα ποσοστά των τουριστών που προέρχονται από την κεντρική Ευρώπη, την Ρωσία αλλά και την Κίνα.

Η κατακόρυφη ανάπτυξη του τουρισμού η οποία σημειώθηκε τις προηγούμενες δεκαετίες στην Ελλάδα, συνέβαλε στη διάχυση του σχεδόν σε όλη την ελληνική επικράτεια. Σε αυτό βοήθησαν αρκετά οι σοβαρές βελτιώσεις στις κύριες υποδομές της χώρας, όπως σε λιμάνια, αεροδρόμια, οδικό δίκτυο κ.λπ. αλλά και η ανάπτυξη τουριστικών μονάδων.

Ένα ακόμα γεγονός το οποίο συνέβαλε στην αναγνώριση της Ελλάδας ως ασφαλή προορισμό, ήταν η επιτυχημένη διεξαγωγή των Ολυμπιακών Αγώνων, παρέχοντας βασικές δυνατότητες και προοπτικές και στοχεύοντας σε ένα μεγάλο μερίδιο της τουριστικής αγοράς¹⁸.

1.10 ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο τουρισμός, ως παγκόσμιο φαινόμενο, έχει αρκετές συνέπειες σε διάφορα επίπεδα. Αυτές οι συνέπειες μπορούν να κατηγοριοποιηθούν ως εξής:

- ✚ Οικονομικές επιπτώσεις: εισροή συναλλάγματος, αύξηση φορολογικών εσόδων για το κράτος, δημιουργία θέσεων εργασίας και εισοδημάτων για τον ντόπιο πληθυσμό, περιφερειακή ανάπτυξη, διαρροή συναλλάγματος έξω από την τοπική κοινωνία, διασυνδέσεις της τουριστικής βιομηχανίας με τους υπόλοιπους κλάδους της οικονομίας.

¹⁷ Κουσουνης Στάθης (2014), «Στο ιστορικό ρεκόρ των 23 εκατ. αναμένονται οι αφίξεις τουριστών το 2014», <http://www.kathimerini.gr/791458/article/oikonomia/epixeirhseis/sto-istoriko-rekor-twn-23-ekat-anamenontai-oi-afi3eis-toyristwn-to-2014>

¹⁸ Κοκκώσης Χάρης & Τσάρτας Πάρις & Ελευθερία Γκρίμπα (2011), «Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού, ζήτηση και προσφορά νέων προϊόντων τουρισμού, Τουρισμός & αναψυχή», εκδόσεις Κριτική, σελίδες : 38 – 39.

- ⊕ Περιβαλλοντολογικές επιπτώσεις: **(α)** μεταβολές στο φυσικό περιβάλλον, στην ατμόσφαιρα, στα ύδατα, στο έδαφος, στην διαμόρφωση του τοπίου, στην καταστροφή ή στην συντήρηση της χλωρίδας και της πανίδας κ.λπ., **(β)** μεταβολές στο δομημένο περιβάλλον, στην πολεοδομία, στην αρχιτεκτονική, στα ιστορικά μνημεία, στην υποδομή, στα τεχνητά πάρκα κ.λπ.
- ⊕ Κοινωνικές επιπτώσεις: αλλαγές στην ηθική συμπεριφορά της κοινωνίας, όπως για παράδειγμα τζόγος, πορνεία, εγκληματικότητα, αλκοολισμός κ.λπ., διάσπαση ή μετατροπή του τρόπου ζωής και των αξιών του ντόπιου πληθυσμού, όπως για παράδειγμα απώλεια γλωσσικών στοιχείων, θρησκευτικών ιδεωδών, αστυφιλία κ.λπ.
- ⊕ Πολιτιστικές επιπτώσεις: επιδράσεις στις τέχνες, στην χειροτεχνία, στα φεστιβάλ, στις εκδηλώσεις, στους τοπικούς χορούς και στην μουσική¹⁹.

Οικονομικές επιπτώσεις:

Όταν μετακινείται ένας τουρίστας από την χώρα της μόνιμης διαμονής του σε μια άλλη, τότε ενεργοποιούνται δύο οικονομίες: η οικονομία της χώρας της μόνιμης διαμονής, από όπου ο τουρίστας πραγματοποιεί την αγορά του τουριστικού πακέτου, αλλά και άλλων προϊόντων τα οποία είναι σχετικά με το ταξίδι, καθώς επίσης και η οικονομία της χώρας που επισκέπτεται, όπου καταναλώνει χρήματα για διαμονή, σίτιση, αγορά τουριστικών ειδών κ.λπ.

Αρχίζοντας από τις θετικές συνέπειες του τουρισμού σε οικονομικό επίπεδο, είναι κοινώς αποδεκτό ότι μέσω του τουρισμού διασφαλίζεται το πολύτιμο ξένο συνάλλαγμα και αυτό με την σειρά του δημιουργεί τις προϋποθέσεις για την προσέλκυση των συναλλαγματικών εισροών, έτσι ώστε να διατηρηθεί η οικονομία της χώρας προορισμού και να αυξηθούν τα εισοδήματα του ντόπιου πληθυσμού.

Επίσης, μέσω του τουρισμού δημιουργούνται άμεσα και έμμεσα (σε άλλους παραγωγικούς κλάδους) νέες θέσεις εργασίας. Ουσιαστικά, οι νέες θέσεις που προκύπτουν στην τουριστική βιομηχανία, σε επιχειρήσεις (ξενοδοχεία, τουριστικά γραφεία κ.λπ.) με την σειρά τους δημιουργούν ευκαιρίες για απασχόληση και σε άλλους τομείς, μη τουριστικούς (κατασκευές, γεωργία, υπηρεσίες, μεταποίησης κ.λπ.).

¹⁹ Ανδριώτης Κωνσταντίνος (2005), «Τουριστική ανάπτυξη & σχεδιασμός», εκδόσεις Σταμούλης Α.Ε., σελίδες: 119 – 121.

Από την άλλη πλευρά όμως, ο τουρισμός παρουσιάζει μεγάλη εποχικότητα και όπως είναι επόμενο, η απασχόληση στον τουρισμό διακρίνεται από υψηλή εποχικότητα και ορισμένες φορές χαρακτηρίζεται από μερική απασχόληση, χαμηλά εισοδήματα και θέσεις εργασίας χαμηλής ποιότητας²⁰.

Οι κυβερνήσεις των χωρών που αποτελούν τουριστικούς τόπους προορισμούς, ξοδεύουν υπερβολικά μεγάλα ποσά κάθε έτος έτσι ώστε να επιτύχουν την διατήρηση ενός οργανισμού τουρισμού και να διαφημίσουν την τουριστική βιομηχανία της χώρας τους στο εξωτερικό. Από την άλλη πλευρά, ξοδεύοντας αυτά τα υπέρογκα ποσά, αναμένουν να έχουν κάποιο κέρδος. Έτσι, η αύξηση των κυβερνητικών εσόδων από τον τουρισμό εξαρτάται από την φορολογική αλλά και από την νομική δομή της κάθε χώρας.

Φυσικά πολλά από τα ποσά τα οποία σπαταλούνται για την τουριστική ανάπτυξη, εξυπηρετούν όχι μόνο τις ανάγκες των τουριστών αλλά και των ντόπιων (π.χ. αστυνόμευση, ηλεκτροδότηση, κατασκευή αερολιμένων και λιμένων, διατήρηση του περιβάλλοντος και των πολιτισμικών πότων, αποκομιδή απορριμμάτων, ύδρευση κ.λπ.).

Στα πρώτα στάδια της ανάπτυξης μιας περιοχής τουριστικού ενδιαφέροντος, υπάρχουν διαθέσιμες ευκαιρίες για την κατανάλωση των τοπικών παραγόμενων προϊόντων αλλά και για την χρήση ντόπιων πρώτων υλών. Επιπλέον, η αυξανόμενη ζήτηση από τους τουρίστες είναι πιθανό να συμβάλει στην υποκίνηση και στην ενίσχυση της τοπικής γεωργίας, της κτηνοτροφίας κ.λπ. καθώς και άλλων παραγωγικών τομέων οι οποίοι σχετίζονται με την τουριστική βιομηχανία, όπως το εμπόριο τις κατασκευές, τις μεταφορές κ.λπ.

Όμως, στην περίπτωση όπου μια χώρα δεν είναι ικανή να καλύψει την τουριστική ζήτηση και αναγκάζεται να προβεί στην εισαγωγή πολλών προϊόντων, τότε υπάρχει διαρροή χρημάτων έξω από την τοπική κοινωνία για την αγορά αυτών. Η διαρροή αυτή εξαρτάται από τις δυνατότητες που έχει η κάθε χώρα να παράγει τα απαιτούμενα αγαθά και υπηρεσίες για την τουριστική βιομηχανία²¹.

²⁰ Ανδριώτης Κωνσταντίνος (2005), «Τουριστική ανάπτυξη & σχεδιασμός», εκδόσεις Σταμούλης Α.Ε., σελίδες: 123 – 127.

²¹ Ανδριώτης Κωνσταντίνος (2005), «Τουριστική ανάπτυξη & σχεδιασμός», εκδόσεις Σταμούλης Α.Ε., σελίδες: 131 – 136.

Περιβαλλοντολογικές επιπτώσεις:

Παλαιότερα, πολλές κυβερνήσεις χωρών όπου αναπτύσσονταν ο τουρισμός, παραμελούσαν την σημασία του περιβάλλοντος. Πλέον όμως, έχει διαπιστωθεί ότι το περιβάλλον και ο τουρισμός είναι αλληλοσύνδετα και αδιάσπαστα και για αυτόν τον λόγο έχουν γίνει αρκετές προσπάθειες ούτως ώστε να διασφαλιστεί η προστασία του περιβάλλοντος. Οι τουρίστες πλέον είναι περισσότερο απαιτητικοί και αναζητούν φυσικό και δομημένο περιβάλλον υψηλής ποιότητας, καθώς είναι πρόθυμοι ακόμα και να πληρώσουν μεγάλα ποσά για να το αποκτήσουν.

Το φυσικό περιβάλλον μιας χώρας προορισμού έχει αρκετά οφέλη από τον τουρισμό, όπως ο καθαρισμός και ο έλεγχος της ατμοσφαιρικής και της θαλάσσιας ρύπανσης, η αποκομιδή των απορριμμάτων. Από την άλλη πλευρά όμως, καθώς ο τρόπος με τον οποίο μετακινούνται οι τουρίστες συχνά βλάπτει το περιβάλλον αλλά και οι απαιτήσεις τους σε ενέργεια και σε νερό είναι υψηλές, προκαλείται ατμοσφαιρική ρύπανση αλλά και υπερβολική χρήση φυσικών πόρων.

Όσον αφορά το δομημένο περιβάλλον, ο τουρισμός υποκινεί την προστασία, την διατήρηση και την αναπαλαίωση των ιστορικών μνημείων και τοποθεσιών προς όφελος του κοινωνικού συνόλου. Όμως, ο τουρισμός έχει και πολλές αρνητικές συνέπειες στο δομημένο περιβάλλον, καθώς οδηγεί σε οπτική ακαλαισθησία, σε καταστροφή του φυσικού περιβάλλοντος²².

Κοινωνικές επιπτώσεις:

Όταν μια χώρα υποδέχεται τουρίστες, προσφέρει προς χρήση όχι μόνο το φυσικό και το δομημένο περιβάλλον της, αλλά και τον πολιτισμό και την κοινωνία της. Στην περίπτωση όπου ο αριθμός των τουριστών αυξηθεί, δημιουργούνται αμετάκλητες αλλοιώσεις στις κοινωνικές δομές, τις αξίες και τις παραδόσεις. Από την επικοινωνία των τουριστών με τους ντόπιους υπάρχει η πιθανότητα να υπάρξουν θετικές αλλά και αρνητικές επιπτώσεις στον τόπο ζωής, στις αξίες αλλά και στην ηθική συμπεριφορά των ντόπιων.

²² Ανδριώτης Κωνσταντίνος (2005), «Τουριστική ανάπτυξη & σχεδιασμός», εκδόσεις Σταμούλης Α.Ε., σελίδες: 138 – 145.

Ο τουρισμός αποτελεί ένα παράγοντα βελτίωσης της διεθνούς κατανόησης ανάμεσα στους τουρίστες και τους ντόπιους, δηλαδή αποτελεί μια εκπαιδευτική εμπειρία και συμβάλει στην διεθνή ειρήνη και κατανόηση. Επίσης, όταν οι τουρίστες έρχονται σε επαφή με τοπικούς τρόπους ζωής και μαθαίνουν στοιχεία από την γλώσσα της χώρας που επισκέπτονται, τότε αυξάνεται ο αμοιβαίος σεβασμός ανάμεσα στους τουρίστες και τους ντόπιους.

Με τον τουρισμό, δημιουργούνται νέες ευκαιρίες εργασίες και έτσι σε τουριστικές περιοχές παρατηρείται δημογραφική αναγέννηση και συγκράτηση του πληθυσμού, μειώνοντας το πρόβλημα της μετανάστευσης και της αστικοποίησης. Από την άλλη, η απασχόληση των νέων στον τουρισμό μπορεί να διαστρεβλώσει τις κοινωνικές και δημογραφικές δομές μιας περιοχής.

Τέλος, μια ακόμα αρνητική συνέπεια του τουρισμού σε κοινωνικό επίπεδο είναι η εμπορευματοποίηση των ανθρωπίνων σχέσεων, καθώς διαβρώνεται η φιλοξενία και η φιλικότητα των ντόπιων²³.

Πολιτιστικές επιπτώσεις:

Ο τουρισμός είναι ένα μέσο ενθάρρυνσης και οικονομικής ώθησης διαφόρων πολιτιστικών δραστηριοτήτων, όπως για παράδειγμα των παραδοσιακών χορών, της μουσικής κ.λπ. και ένα μέσο αναζωογόνησης της χειροτεχνίας, της λαογραφίας κ.λπ. Επίσης, συμβάλει στην διατήρηση της φυσικής αλλά και της πολιτιστικής κληρονομιάς της χώρας προορισμού. Από την άλλη μεριά, οι τουριστικοί προορισμοί προσπαθώντας να ψυχαγωγήσουν τους τουρίστες διαστρεβλώνουν την πολιτιστική κληρονομία τους, καθώς πολλές φορές ο τουρίστας δεν ενδιαφέρεται για το αυθεντικό αλλά για το εξωτικό²⁴.

²³ Ανδριώτης Κωνσταντίνος (2005), «Τουριστική ανάπτυξη & σχεδιασμός», εκδόσεις Σταμούλης Α.Ε., σελίδες: 150 – 155.

²⁴ Ανδριώτης Κωνσταντίνος (2005), «Τουριστική ανάπτυξη & σχεδιασμός», εκδόσεις Σταμούλης Α.Ε., σελίδες: 157 – 159.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΓΙΑ ΤΟΝ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΚΑΙ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΕΙΔΙΚΩΝ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΩΝ

2.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στην Μεσόγειο, ο μαζικός τουρισμός είναι άμεσα συνδεδεμένος με κάποια ειδικότερα χαρακτηριστικά. Έχοντας ως βάση τα γνωστά τρία “S” (Sea, Sun, Sand-Θάλασσα, Ήλιος, Άμμος) και την προβολή της πολιτιστικής κληρονομιάς, ο τουρισμός εμφανίζεται και αναπτύσσεται κατά κύριο λόγο στις παράκτιες και στις νησιώτικες περιοχές της Ελλάδας κατά την περίοδο των καλοκαιρινών μηνών. Επίσης, η εξαιρετικά πυκνή συγκέντρωση του στον χρόνο και στον χώρο, είχε σαν αποτέλεσμα πολύ σοβαρές επιπτώσεις στην ποιότητα του περιβάλλοντος (φυσικό και δομημένο), στις τοπικές κοινωνίες και στην οικονομία²⁵.

Ο μαζικός τουρισμός (σκληρός τουρισμός) στην Μεσόγειο και στην Ελλάδα είναι συνδεδεμένος με την πρόσκαιρη συμβολή στην ανάπτυξη της οικονομίας καθώς και με την εκτεταμένη υποβάθμιση των προορισμών. Από την άλλη πλευρά όμως, ο εναλλακτικός τουρισμός (ήπιος ή αειφορικός τουρισμός) είναι συνδεδεμένος με τον συνδυασμό και την εύρεση της χρυσής τομής ανάμεσα στην ανάπτυξη και την τήρηση της τουριστικής φέρουσας ικανότητας, στοχεύοντας στην βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη, συμβάλλοντας στην διατήρηση του περιβάλλοντος καθώς και στην βιωσιμότητα του τουρισμού ως τομέα επιχειρηματικής δράσης.

Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού, διενεργούνται με όρους βιωσιμότητας, συμμετέχουν στην εξάπλωση της τουριστικής κίνησης στον χρόνο και στον χώρο, συμβάλλουν στην τοπική οικονομία και προβάλλουν έναν διαφορετικό τύπο τουρισμού από αυτόν τον τουρισμό των τριών “S”. Στην ουσία, στοχεύουν στην συνεχώς αυξανόμενη ανάγκη των ατόμων για συμμετοχή και δράση κατά την διάρκεια των διακοπών τους και όχι στην παθητική απόλαυση ενός προορισμού.

²⁵ Σβορώνου Ελένη (2005), «Μαζικός τουρισμός και εναλλακτικές μορφές: πόσο τουρισμό αντέχει η φύση;», σελίδα: 1, <http://www.hellenistyka.umk.pl/data/uploaded/file/Materialy/nowogrecki/Turystyka%20masowa.pdf>

Φυσικά, ενέχει ο κίνδυνος να γίνει ο εναλλακτικός τουρισμός ένα προστάδιο της ανάπτυξης του μαζικού τουρισμού. Για αυτόν τον λόγο, η τήρηση της τουριστικής φέρουσας ικανότητας του προορισμού και η ενδυνάμωση της τοπικής οικονομίας και κοινωνίας, είναι απαραίτητο να αποτελούν την κοινή συνιστώσα όλων των μορφών του εναλλακτικού τουρισμού²⁶.

2.2 ΟΙ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Η αγορά του τουρισμού κατηγοριοποιείται σε επιμέρους μορφές αγορών σύμφωνα με κάποια ιδιαίτερα γνωρίσματα, τα οποία προσδιορίζουν την λειτουργική και την οργανωτική δομή των τουριστών. Διακρίνοντας τον τουρισμό σε επιμέρους μορφές, γίνεται συσχετισμός των μορφών του με τις ανάγκες και τα κίνητρα που οδηγούν τους ανθρώπους να πραγματοποιούν τουρισμό.

Οι λόγοι για τους οποίους ένας άνθρωπος ταξιδεύει είναι δύο: **(α)** Ο πρώτος λόγος είναι η επιθυμία για αναψυχή, όπως για παράδειγμα για: διασκέδαση, ξεκούραση, απόδραση κ.λπ. από την καθημερινότητα και **(β)** ο δεύτερος λόγος να ταξιδέψουν λόγω επαγγελματικών, θρησκευτικών, φιλικών, οικογενειακών κ.λπ. σκοπών Τα ταξίδια για αναψυχή είναι βασικό στοιχείο του σύγχρονου πολιτισμού, ενώ τα ταξίδια της δεύτερης περίπτωσης όπου περιλαμβάνεται η υποχρέωση, συνεχίζουν ακόμα και σήμερα να πραγματοποιούνται παγκοσμίως, έχοντας τις ρίζες τους στην αρχαιότητα.

Ο τουρισμός διακρίνεται στις εξής μορφές:

- ✚ Μαζικός τουρισμός. Αποτελεί την παραδοσιακή αγορά διακοπών και περιλαμβάνει το μεγαλύτερο τμήμα των τουριστών, οι οποίοι επιθυμούν κατά κύριο λόγο την ξεκούραση και την διασκέδαση σε ηλιόλουστους προορισμούς.
- ✚ Εναλλακτικός τουρισμός. Συνδέεται με ένα πλήθος από επιμέρους μορφές τουρισμού, κατά το οποίο ορισμένα άτομα επιθυμούν έναν διαφορετικό τρόπο διακοπών, που να σχετίζεται με την προστασία της τοπικής κουλτούρας, την προστασία του περιβάλλοντος, την αναζήτηση νέων τρόπων ζωής κ.λπ.

²⁶ Σβορώνου Ελένη (2005), «Μαζικός τουρισμός και εναλλακτικές μορφές: πόσο τουρισμό αντέχει η φύση;», σελίδες: 3 – 4, http://www.hellenistyka.umk.pl/data/_uploaded/file/Materialy/nawogrecki/Turystyka%20masowa.pdf

- ✿ Τουρισμός ειδικών ενδιαφερόντων. Έχει σχέση με ένα πλήθος από επιμέρους μορφές τουρισμού, οι οποίες προκύπτουν από τα κοινά ειδικά ενδιαφέροντα των τουριστών²⁷.

2.3 Ο ΜΑΖΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Κύριο χαρακτηριστικό του μαζικού τουρισμού αποτελεί η ομαδικότητα συμμετοχής των τουριστών στα διάφορες φάσεις της τουριστικής δραστηριότητας και σε καμία περίπτωση δεν σχετίζεται αποκλειστικά και μόνο με τον τουρισμό αναψυχής μακράς διαμονής. Ο ομαδικός χαρακτήρας του μαζικού τουρισμού αφορά και τον τρόπο οργάνωσης και εκτέλεσης του ταξιδιού καθώς και την συγκέντρωση των τουριστών στον τόπο προορισμού²⁸.

Ο μαζικός τουρισμός αποτελεί την κλασική μορφή τουρισμού, η οποία σχετίζεται με την έννοια της αναψυχής και περιέχει δραστηριότητες που δημιουργούνται κατά τις διακοπές με κυρίαρχα χαρακτηριστικά την ξεκούραση και την διασκέδαση. Στην ουσία, όπως προαναφέρθηκε, αποτελεί την παραδοσιακή αγορά διακοπών η οποία περιλαμβάνει το μεγαλύτερο τμήμα των τουριστών, οι οποίοι διαμένουν σε τουριστικά καταλύματα κυρίως σε παράκτιους και ηλιόλουστους προορισμούς.

Η ταχύτατη ανάπτυξη του πραγματοποιήθηκε μετά από τον Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο, αποκτώντας οργανωμένο χαρακτήρα, με την ανάπτυξη νέων υποδομών οι οποίες σκόπευαν στην μαζική και οργανωμένη μετακίνηση και φιλοξενία των τουριστών. Η ανάπτυξη του διεθνούς τουρισμού βασίστηκε στο πρότυπο του οργανωμένου μαζικού τουρισμού, με κυρίαρχα χαρακτηριστικά τη μαζικότητα, την ομαδικότητα και τον διεθνισμό.

Στην δημιουργία και διεύρυνση του, έπαιξαν καθοριστικό ρόλο ορισμένες ευνοϊκές συνθήκες και παράγοντες, οι βασικότεροι από τους οποίους είναι οι παρακάτω:

- ✿ Η βελτίωση των όρων εργασίας και της αμοιβής των εργαζομένων και η αύξηση του ελεύθερου χρόνου τους.
- ✿ Η εξέλιξη των συγκοινωνιακών μέσων.
- ✿ Η ανάπτυξη των οργανωτών ταξιδιών και των τουριστικών πρακτόρων.
- ✿ Η εμφάνιση του συστήματος ναυλωμένων πτήσεων και των τουριστικών πακέτων.

²⁷ Λαγός Δημήτρης (2005), «Τουριστική Οικονομική, Τουρισμός & Αναψυχή», εκδόσεις Κριτική, σελίδα: 62.

²⁸ Ηγουμενάκης Νίκος & Κραβαρίτης Κώστας & Λύτρας Περικλής (1999), «Εισαγωγή στον τουρισμό», εκδόσεις Interbooks, σελίδα: 106.

- Η εξέλιξη της τεχνολογίας.
- Η εμφάνιση νέων προορισμών²⁹.

2.4 Ο ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ο εναλλακτικός τουρισμός είναι τουρισμός μικρής κλίμακας, μη συμβατικής φύσης, μη μαζικής εξειδίκευσης, καθώς επίσης είναι ευαίσθητος σε κοινωνικό και περιβαλλοντολογικό επίπεδο και γεμάτος σεβασμό, αντιθέτως με το συμβατικό τύπο μαζικού τουρισμού σε μεγάλα θέρετρα. Επομένως, ο εναλλακτικός τουρισμός είναι μια διαδικασία προώθησης μια διαφορετικής μορφής ταξιδιού, η οποία είναι φιλική προς το περιβάλλον, με αποτέλεσμα να επιτρέπει θετικές κοινωνικές αλληλεπιδράσεις και κοινά βιώματα ανάμεσα στα μέλη διαφορετικών κοινωνιών.

Εξετάζοντας την έννοια του εναλλακτικού τουρισμού προκύπτει ότι αποτελεί μια εναλλαγή της τουριστικής μαζικοποίησης και επομένως έχει διαφορετικές επιπτώσεις και πρακτικές ανάπτυξης από τον μαζικό τουρισμό. Τελευταίως, διάφοροι τουριστικοί επενδυτές και φορείς ανάπτυξης εστιάζουν το ενδιαφέρον τους στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού, εξαιτίας της μη ικανοποίησης τους από την μαζικοποίηση του τουρισμού και τις αρνητικές επιπτώσεις της.

Ο εναλλακτικός τουρισμός έχει λιγότερες αρνητικές επιπτώσεις στους προορισμούς δίχως να μειώνονται τα θετικά αποτελέσματα σε οικονομικό επίπεδο, γεγονός το οποίο είναι επιθυμητό από το σύνολο των ατόμων τα οποία κατέχουν σημαντικές θέσεις στην τουριστική ανάπτυξη ενός προορισμού και από τους ντόπιους κατοίκους³⁰.

Σε αυτό σημείο είναι ιδιαίτερα σημαντική η παράθεση ενός πίνακα για την επιγραμματική παρουσίαση των οικονομικών, περιβαλλοντολογικών και κοινωνικό-πολιτιστικών επιπτώσεων του εναλλακτικού τουρισμού³¹.

²⁹ Λαγός Δημήτρης (2005), «Τουριστική Οικονομική, Τουρισμός & Αναψυχή», εκδόσεις Κριτική, σελίδα: 67 – 68.

³⁰ Ανδριώτης Κωνσταντίνος (2003), «Ο εναλλακτικός τουρισμός και τα διαφοροποιητικά χαρακτηριστικά του», σελίδες: 140 – 141.

³¹ Ανδριώτης Κωνσταντίνος (2008), «Αειφορία και εναλλακτικός τουρισμός», εκδόσεις Σταμούλης Α.Ε., σελίδα: 94.

ΠΙΝΑΚΑΣ 1: ΟΙ ΣΥΝΕΠΕΙΕΣ ΤΟΥ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΣΥΝΕΠΕΙΕΣ	
+	-
Ανάπτυξη νέων θέσεων εργασίας	Αστάθεια εισοδημάτων
Ανάπτυξη διασυνδέσεων με άλλους οικονομικούς τομείς δραστηριότητας	Εμπορευματοποίηση της πανίδας και της χλωρίδας
Περιφερειακή ανάπτυξη	Διαρροές εισοδήματος εξαιτίας εισαγωγών
Οφέλη από την βιώσιμη ανάπτυξη των προστατευόμενων περιοχών	Αύξηση των τρεχουσών δαπανών για συντήρηση των υποδομών
ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ-ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΕΣ ΣΥΝΕΠΕΙΕΣ	
+	-
Εμπλουτισμός πολιτιστικής ταυτότητας	Δυσαρέσκεια και ανταγωνισμός των ντόπιων
Διεύρυνση της συνείδησης των τουριστών και των ντόπιων για τους πόρους	Μη έλεγχος των πλουτοπαραγωγικών πόρων από τους ντόπιους.
ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΛΟΓΙΚΕΣ ΣΥΝΕΠΕΙΕΣ	
+	-
Αυξημένα κίνητρα για την προστασία του περιβάλλοντος	Τάχιστοι ρυθμοί ανάπτυξης
Βελτίωση των υποδομών του δομημένου και φυσικού περιβάλλοντος- Καλύτερη διαχείριση και έλεγχος	Υψηλότερες πιέσεις για την χρησιμοποίηση των φυσικών πόρων σχετικά με τις πιέσεις από άλλες μορφές τουρισμού
Βελτίωση των υπηρεσιών από τους ντόπιους	Υπέρβαση της φέρουσας ικανότητας

Ίδια επεξεργασία

Ο εναλλακτικός τουρισμός λειτουργεί αντίθετα από τον μαζικό τουρισμό, καθώς περιέχει μορφές τουρισμού που είναι εναρμονισμένες με τις ευρύτερες κοινωνικές αξίες του προορισμού και με τις αξίες σχετικά με την φύση, προσφέροντας στους ντόπιους αλλά και στους τουρίστες την ευκαιρία να έχουν οφέλη και κοινές εμπειρίες.

Είναι βασισμένος σε ένα διαφορετικό τρόπο διακοπών, ο οποίος καθορίζει την ζήτηση κάποιων συγκεκριμένων μορφών τουρισμού, που επιλέγονται από τους τουρίστες και σχετίζεται με συγκεκριμένα θέματα, όπως για παράδειγμα τον αθλητισμό, την περιήγηση κ.λπ.

Καθώς διαφοροποιείται από την μορφή του μαζικού τουρισμού, ο τουρίστας επιλέγει μόνος του τον τρόπο οργάνωσης και πραγματοποίησης του ταξιδιού του.

Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού προσφέρουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στις περιοχές που τις προωθούν, καθώς είναι πιο αποδοτικές σε οικονομικό επίπεδο, λιγότερο σχετικές με τις θερινές διακοπές και λιγότερο εξαρτημένες από τους οργανωτές ταξιδιών. Ένα από τα βασικότερα χαρακτηριστικά τους είναι ότι σέβονται το περιβάλλον και τις ανάγκες του προορισμού.

Συνήθως, οι τουρίστες που επιλέγουν τον εναλλακτικό τουρισμό, αποστρέφονται από τον μαζικό τουρισμό αναζητώντας διαφορετικές προτάσεις διακοπών οι οποίες τους εκφράζουν ιδεολογικά. Στην ουσία, αυτοί οι τουρίστες ψάχνουν για να ανακαλύψουν την κουλτούρα, τις αξίες και τον τρόπο ζωής των ντόπιων κατοίκων του προορισμού και είναι αρκετά ευαισθητοποιημένοι σε περιβαλλοντολογικά και πολιτιστικά θέματα.

Οι βασικότερες εναλλακτικές μορφές τουρισμού είναι ο αγροτουρισμός, ο τουρισμός υπαίθρου, ο τουρισμός περιπέτειας, ο αθλητικός, ο περιηγητικός, ο θαλάσσιος, ο οικολογικός, ο πολιτιστικός, ο ορεινός, ο χειμερινός και ο ορειβατικός τουρισμός³².

2.5 Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΕΙΔΙΚΩΝ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΩΝ

Ο τουρισμός ειδικών ενδιαφερόντων ή οι ειδικές μορφές τουρισμού πολλές φορές θεωρούνται ως συνώνυμο του εναλλακτικού τουρισμού, γεγονός το οποίο είναι ανακριβές, καθώς ο τουρίστας ο οποίος επιθυμεί να κάνει τουρισμό ειδικών ενδιαφερόντων δεν είναι απαραίτητο να ενδιαφέρεται και για την εναλλακτική τουριστική ανάπτυξη.

Στην ουσία, το κίνητρο των τουριστών ειδικών ενδιαφερόντων είναι να συμμετέχουν σε κάποια δραστηριότητα ή να επισκεφτούν κάποιο συγκεκριμένο τόπο, καθώς η επιλογή του προορισμού τους γίνεται σύμφωνα με την προσφερόμενη ευκαιρία προκειμένου να ικανοποιήσουν το ειδικό ενδιαφέρον τους, και όχι να κάνουν υπεύθυνο τουρισμό συμβάλλοντας στην αιεφόρο τουριστική ανάπτυξη.

³² Λαγός Δημήτρης (2005), «Τουριστική Οικονομική, Τουρισμός & Αναψυχή», εκδόσεις Κριτική, σελίδα: 75 – 76.

Ο τουρισμός ειδικών ενδιαφερόντων καθορίζεται από το κίνητρο, δηλαδή τον κυρίαρχο σκοπό του ταξιδιού, που σε αυτήν την περίπτωση είναι το επίκεντρο του προγραμματισμού και της πραγματοποίησης όλης της ταξιδιωτικής εμπειρίας.

Ο σκοπός του ταξιδιού, δηλαδή το ειδικό ενδιαφέρον δύναται να αφορά κάποια δραστηριότητα, όπως για παράδειγμα γευσιγνωσία, ζωγραφική, ιππασία κ.λπ. ή κάποια συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή, όπως για παράδειγμα Ευρώπη, έρημο κ.λπ. ή συγκεκριμένες ομάδες ατόμων με κοινά χαρακτηριστικά, όπως για παράδειγμα τρίτη ηλικία, γυναίκες, ομοφυλόφιλοι κ.λπ.

Τις περισσότερες φορές, το κίνητρο ενός ταξιδιού δεν είναι μόνο ένα. Έτσι, χρησιμοποιώντας τον όρο ειδικές μορφές τουρισμού δύναται να υπονοείται η ανάπτυξη ειδικών δραστηριοτήτων από τουρίστες με διαφορετικά χαρακτηριστικά και ανάγκες, ενώ χρησιμοποιώντας τον όρο τουρίστας ειδικών ενδιαφερόντων να νοείται ο τουρίστας που επισκέπτεται μια περιοχή, έχοντας σαν κυρίαρχο σκοπό την ικανοποίηση του ειδικού ενδιαφέροντος.

Άρα, εφίσταται η προσοχή σχετικά με την χρήση του όρου του τουρισμού ειδικών ενδιαφερόντων, καθώς δεν είναι απαραίτητο ότι αφορά εναλλακτικό τουρισμό και επίσης ένας μαζικός τουρίστας μπορεί να πραγματοποιήσει τις ίδιες δραστηριότητες με έναν τουρίστα ειδικών ενδιαφερόντων, επιθυμώντας τον εμπλουτισμό του ταξιδιού του³³.

Εξαιτίας λοιπόν αυτής της σύγχυσης, οι βασικότερες μορφές τουρισμού, οι οποίες αποκαλούνται είτε ειδικές μορφές είτε εναλλακτικές μορφές είναι οι παρακάτω, ομαδοποιημένες σύμφωνα με το γενικό κίνητρο των τουριστών:

- ☀ Το φυσικό περιβάλλον: οικολογικός, φυσιολατρικός, σπηλαιολογικός τουρισμός κ.λπ.
- ☀ Ο πολιτισμός: αρχαιολογικός, ιστορικός, θρησκευτικός, μουσικός τουρισμός κ.λπ.
- ☀ Το ενδιαφέρον-η ενασχόληση με παραγωγικούς τομείς: αγροτουρισμός, οινοτουρισμός, ιχθυοτουρισμός, βιομηχανικός, αγροτικός τουρισμός κ.λπ.
- ☀ Οι ενεργητικές δραστηριότητες: αθλητικός, περιηγητικός, αναρριχητικός, ποδηλατικός, καταδυτικός τουρισμός κ.λπ.
- ☀ Το θαλάσσιο στοιχείο: τουρισμός κρουαζιέρας, θαλάσσιος τουρισμός κ.λπ.

³³ Σωτηριάδης Μάριος & Φαρσάρη Ιωάννα (2009), «Εναλλακτικές και ειδικές μορφές τουρισμού – Σχεδιασμός *management* και *marketing*», εκδόσεις Interbooks, σελίδες: 47 – 48.

- Η υγεία-η ευεξία: τουρισμός υγείας, ιαματικός, θεραπευτικός τουρισμός κ.λπ.
- Η εκπαίδευση-το επάγγελμα: εκπαιδευτικός, επαγγελματικός, συνεδριακός, μαθητικός τουρισμός κ.λπ.
- Λοιπές μορφές: κοινωνικός, εθελοντικός, χειμερινός τουρισμός, τουρισμός τρίτης ηλικίας, τουρισμός αναπήρων, τουρισμός γευσιγνωσίας κ.λπ.³⁴

Αξίζει να τονιστεί ότι κάποιες από τις μορφές του τουρισμού είναι ξεχωριστές και κάποιες άλλες είναι συμπληρωματικές δραστηριότητες των τουριστών οι οποίοι εντάσσονται σε κάποια από τις γενικές μορφές, όπως για παράδειγμα ο οινοτουρισμός πιθανόν να είναι μια κατηγορία του αγροτουρισμού. Επίσης, σε ορισμένες περιπτώσεις καθίσταται δυσχερής η κατάταξη του τουρίστα σε μια συγκεκριμένη κατηγορία τουρισμού, καθώς υφίστανται αρκετές αντιφάσεις στην βιβλιογραφία σχετικά με την έννοια του τουρισμού ειδικών ενδιαφερόντων και του εναλλακτικού τουρισμού.

Συμπερασματικά, καθώς οι τουρίστες οι οποίοι επιλέγουν τον εναλλακτικό τουρισμό έχουν σίγουρα ορισμένα ειδικά ενδιαφέροντα, ο εναλλακτικός τουρισμός είναι ένα υποσύνολο του τουρισμού ειδικών ενδιαφερόντων³⁵.

2.6 ΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΣΥΝΕΒΑΛΑΝ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΩΝ ΕΙΔΙΚΩΝ ΚΑΙ ΤΩΝ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ ΜΟΡΦΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Στο τέλος της δεκαετίας του 1970, άρχισε η εγκατάλειψη του μαζικού τουρισμού και αυτό συνέβαλε στην ανάπτυξη των ειδικών και των εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Παίρνοντας τα γεγονότα από την αρχή, τα τελευταία χρόνια, παγκοσμίως, οι σημαντικές εξελίξεις και οι αλλαγές που συνέβησαν έχουν σαν αποτέλεσμα την ανάπτυξη των ειδικών και των εναλλακτικών μορφών του τουρισμού. Αυτές οι εξελίξεις και οι αλλαγές είναι οι εξής:

- Η αμφισβήτηση του μεταπολεμικού προτύπου της τουριστικής ανάπτυξης, δηλαδή του μαζικού τουρισμού, μετά από την εμφάνιση των αρνητικών επιπτώσεων του και η μετατόπιση του ενδιαφέροντος προς τις ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού.

³⁴ Ανδριώτης Κωνσταντίνος (2008), «Αειφορία και εναλλακτικός τουρισμός», εκδόσεις Σταμούλης Α.Ε., σελίδα: 69.

³⁵ Ανδριώτης Κωνσταντίνος (2008), «Αειφορία και εναλλακτικός τουρισμός», εκδόσεις Σταμούλης Α.Ε., σελίδα: 70 – 71.

- ✿ Η αλλαγή στα κίνητρα των σύγχρονων τουριστών για ταξίδι. Ως το 1970, οι τουρίστες είχαν ως βασικό κίνητρο την ψυχαγωγία, την περιήγηση και την ξεκούραση, γεγονός το οποίο άλλαξε, και από το βασικό κίνητρο επήλθε η φάση της ομάδας των κινήτρων. Έτσι, ο τουρίστας ψάχνει για πολλές δραστηριότητες κατά την διάρκεια του ταξιδιού ή για πολλά ταξίδια σε μια χρονική περίοδο, κάθε ένα από τα οποία να έχει ως χαρακτηριστικό ένα βασικό κίνητρο.
- ✿ Η αύξηση της μέσης κατά κεφαλήν τουριστικής δαπάνης, η οποία παρατηρείται από το έτος 1980 και μετά, που αποτελεί αποτέλεσμα της βελτίωσης του γενικού βιοτικού επιπέδου ορισμένων τουριστών, επηρεάζοντας την ζήτηση για διακοπές ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού.
- ✿ Η αύξηση του χρόνου των διακοπών, με παράλληλη αύξηση της τουριστικής ζήτησης και επιμήκυνσης της τουριστικής περιόδου.
- ✿ Η στροφή προς το περιβάλλον και σε ένα υγιεινό τρόπο ζωής.
- ✿ Η αλλαγή χρήσης των τουριστικών καταλυμάτων, καθώς οι σύγχρονες προτιμήσεις των τουριστών απαιτούν ευέλικτες και καλά οργανωμένες τουριστικές επιχειρήσεις.
- ✿ Η αλλαγή και η εξέλιξη της τεχνολογίας και στις κρατήσεις των διακοπών³⁶.

2.7 ΟΙ ΒΑΣΙΚΟΤΕΡΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΕΙΔΙΚΩΝ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΩΝ

Προηγουμένως, έγινε αναφορά στις βασικότερες μορφές τουρισμού, οι οποίες αποκαλούνται είτε ειδικές μορφές είτε εναλλακτικές μορφές, ομαδοποιημένες σύμφωνα με το γενικό κίνητρο των τουριστών. Σε αυτό το σημείο, θα γίνει μια σύντομη ανάλυση των βασικότερων αυτών μορφών ειδικού τουρισμού.

Κοινωνικός τουρισμός:

Η προώθηση του κοινωνικού τουρισμού πραγματοποιείται από επαγγελματικούς οργανισμούς, ενώσεις και εργατικά σωματεία, σκοπεύοντας στην διευκόλυνση της συμμετοχής στον τουρισμό τάξεων οι οποίες είναι ασθενέστερες οικονομικά. Τα κύρια χαρακτηριστικά του

³⁶ Λαγός Δημήτρης (2005), «Τουριστική Οικονομική, Τουρισμός & Αναψυχή», εκδόσεις Κριτική, σελίδες: 63 – 64.

είναι η ασθενής αγοραστική δύναμη των συμμετεχόντων και η διασφάλιση ειδικών παροχών σε αυτούς.

Οι τουρίστες οι οποίοι συμμετέχουν σε αυτό το είδος ειδικού τουρισμού είναι οι εργαζόμενοι, οι χαμηλοσυνταξιούχοι, οι άνεργοι, τα άτομα με ειδικές ανάγκες, οι πολύτεκνοι κ.λπ. Η διάρκεια των διακοπών τους είναι τις περισσότερες φορές λίγες μέρες, καθώς δεν υπάρχει η οικονομική δυνατότητα και η περίοδος κατά την οποία πραγματοποιούνται είναι η χαμηλή τουριστική περίοδος³⁷.

Οικοτουρισμός:

Ο οικολογικός τουρισμός είναι μια μορφή τουρισμού η οποία είναι άμεσα συνδεδεμένη με διάφορες μορφές τουριστικής δραστηριότητας στη φύση- φυσιολατρικός τουρισμός. Εμφανίζεται σε οικολογικά αξιόλογους τόπους και σε περιοχές θεσμοθετημένης περιβαλλοντικής προστασίας, περιλαμβάνοντας δραστηριότητες οι οποίες πιθανόν να έχουν εκπαιδευτικό και επιστημονικό χαρακτήρα.

Τα στοιχεία του οικοτουρισμού συμπληρώνονται από κάποιες άλλες μορφές τουρισμού όπως για παράδειγμα από τον επιστημονικό τουρισμό, τον περιηγητικό τουρισμό, τον τουρισμό περιπέτειας κ.λπ., οι οποίοι δεν είναι απαραίτητο ότι συμβάλουν στην προστασία του φυσικού περιβάλλοντος. Όμως, περιέχουν το σύνολο των δραστηριοτήτων οι οποίες διοργανώνονται στα πλαίσια του φυσικού περιβάλλοντος και κατά κάποιο τρόπο διαθέτουν έντονα το στοιχείο της περιπέτειας³⁸.

Η ανάπτυξη του οικολογικού τουρισμού είναι συνυφασμένη με κάποια από τα προβλήματα, ιδίως περιβαλλοντολογικής φύσης, που δημιουργήθηκαν από την ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού. Οι βασικότεροι παράγοντες προώθησης του είναι η εκτεταμένη περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση του πληθυσμού και οι στόχοι διαφόρων τομέων για βιώσιμη και αειφόρο τουριστική ανάπτυξη.

Στην ουσία, ο οικοτουρισμός είναι μια ταξιδιωτική δραστηριότητα η οποία είναι υπεύθυνη σε περιβαλλοντολογικό επίπεδο σε σχεδόν άθικτες φυσικές περιοχές, στοχεύοντας στην απόλαυση και στην γνωριμία των φυσικών αγαθών και προωθώντας την προστασία του

³⁷ Λαγός Δημήτρης (2005), «Τουριστική Οικονομική, Τουρισμός & Αναψυχή», εκδόσεις Κριτική, σελίδα: 71.

³⁸ AlterTourism (2015) «Οικοτουρισμός», <http://altertourism.gr/morfes-tourismou/oikotourismos>

περιβάλλοντος. Καθώς είναι μια δραστηριότητα η οποία έχει περιορισμένες περιβαλλοντολογικές συνέπειες, διατηρεί και ενδυναμώνει την ευημερία των τοπικών κοινοτήτων, ως αναπόσπαστο τμήμα αυτή της δραστηριότητας και της διαδικασίας ανάπτυξης, προσφέροντας ευχαρίστηση, απόλαυση, γνώσεις και ευκαιρίες για γνωριμία με το περιβάλλον στον επισκέπτη. Τέλος, ο φυσιολατρικός και ο περιβαλλοντικός τουρισμός έχουν σχέση με τον οικολογικό τουρισμό και επομένως με τον αγροτουρισμό³⁹.

Αγροτουρισμός:

Ο αγροτουρισμός στοχεύει: **(α)** στην παρακίνηση του επισκέπτη να έρθει σε επαφή με αγροτικές περιοχές και ασχολίες, τοπικά προϊόντα και παραδοσιακή κουζίνα και την καθημερινή ζωή των ντόπιων κατοίκων, **(β)** στην επαφή του επισκέπτη με την φύση και με δραστηριότητες της υπαίθρου και **(γ)** στην κινητοποίηση των παραγωγικών, πολιτισμικών και αναπτυξιακών δυνάμεων του προορισμού, συμβάλλοντας στην αειφόρο ανάπτυξη του αγροτικού τόπου προορισμού σε περιβαλλοντολογικό, οικονομικό και κοινωνικό επίπεδο.

Ο σωστά σχεδιασμένος αγροτουρισμός συμβάλει με αποτελεσματικό τρόπο στην διατήρηση της ταυτότητας ενός τόπου, καθώς με την ανάπτυξη του, το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα του προορισμού είναι τα διαφοροποιημένα χαρακτηριστικά, η μοναδικότητα του, που βασίζονται στην διατήρηση και στην προβολή των τοπικών ιδιαιτεροτήτων του.

Επίσης, ο αγροτουρισμός ουσιαστικά συνδέει τον πρωτογενή και τον δευτερογενή τομέα, δηλαδή την παραγωγή και την μεταποίηση, με τον τριτογενή τομέα, δηλαδή την παροχή υπηρεσιών και τον τουρισμό. Έτσι, συμβάλει στην ενίσχυση της τοπικής αγοράς, δημιουργώντας νέες θέσεις εργασίας, ένα συμπληρωματικό εισόδημα στις αγροτικές οικογένειες και ένα κίνητρο για να παραμείνει ο πληθυσμός στην ύπαιθρο.

Σχετικά με τον επισκέπτη, ο αγροτουρισμός είναι μια διαδικασία προώθησης ενός ταξιδιού, με κυρίαρχο σκοπό τον σεβασμό προς το περιβάλλον και την παράδοση, το οποίο στηρίζεται στην γνωριμία της τοπικής κουλτούρας, της ιστορίας και της καθημερινότητας. Ο επισκέπτης γνωρίζει τον ντόπιο τρόπο ζωής και συνδυάζει αρμονικά την αναψυχή με την

³⁹ www.chania-info.gr, «Οικολογικός-Φυσιολατρικός τουρισμός (Οικοτουρισμός)», http://www.chania-info.gr/index.php?option=com_content&task=view&id=354&Itemid=140

ενημέρωση και την ευαισθητοποίησή του για θέματα περιβαλλοντολογικού, κοινωνικού, ιστορικού κ.λπ. περιεχομένου⁴⁰.

Πολλά είναι τα οφέλη τα οποία προκύπτουν από την ανάπτυξη του αγροτουρισμού, καθώς στοχεύει στην δημιουργία θετικών κοινωνικών, πολιτιστικών και περιβαλλοντολογικών συνεπειών και ικανοποιεί την ανάγκη των αγροτών για απόκτηση επιπλέον εισοδήματος και την ανάγκη των κατοίκων των πόλεων για επιστροφή στη φύση.

Γενικότερα, ο αγροτουρισμός συμβάλει στην βελτίωση της ποιότητας ζωής και εργασίας του αγροτικού πληθυσμού, στην δημιουργία προοπτικών για τους νέους των προορισμών αυτών, στην προστασία του περιβάλλοντος, στην συνέχιση παραγωγής παραδοσιακών προϊόντων, στην διατήρηση τεχνών και στην αναβίωση εθίμων που υπό άλλες συνθήκες θα είχαν εξαφανισθεί, στην διατήρηση, ανάδειξη και αξιοποίηση της αρχιτεκτονικής και πολιτιστικής κληρονομιάς, στην βελτίωση της ελκυστικότητας των αγροτικών περιοχών, στην ενίσχυση της επιχειρηματικότητας κ.λπ.⁴¹

Τουρισμός υγείας:

Ο τουρισμός υγείας είναι μια μορφή τουρισμού μέσα από την οποία πραγματοποιείται μια προσπάθεια προσέλκυσης επισκεπτών οι οποίοι δείχνουν ενδιαφέρον για ζητήματα υγείας ή για την καλή φυσική κατάσταση τους. Σε αυτή την μορφή τουρισμού, περιέχονται όλες εκείνες οι δραστηριότητες οι οποίες συνδέονται με τον ιαματικό τουρισμό, με τον τουρισμό υγιεινής και φυσικής διαβίωσης και με τον τουρισμό για άτομα με ειδικές ανάγκες⁴².

Ουσιαστικά, ο θεραπευτικός τουρισμός είναι μια μορφή τουρισμού η οποία συνδυάζει τις διακοπές με την παροχή ιατρικών υπηρεσιών. Μπορεί να διακριθεί **(α)** στον ιατρικό τουρισμό, ο οποίος απευθύνεται σε επισκέπτες-ασθενείς που συνήθως χρησιμοποιούν εξειδικευμένες υπηρεσίες ιατρικής παρακολούθησης και θεραπείας, ο οποίος θα αναλυθεί εκτενώς στο επόμενο κεφάλαιο, και **(β)** στον τουρισμό ευεξίας, όπου περιλαμβάνεται και ο ιαματικός τουρισμός, ο οποίος απευθύνεται σε επισκέπτες οι οποίοι αναζητούν τον

⁴⁰ www.chania-info.gr, «Αγροτουρισμός», http://www.chania-info.gr/index.php?option=com_content&task=view&id=353&Itemid=140

⁴¹ agrotourismos.gr, «Αγροτουρισμός», <http://agrotourismos.gr/agrotourismos/>

⁴² Βενετσανοπούλου Μάρω (2006), «Η κρατική συμβολή στον τουρισμό – Εναλλακτικές μορφές τουρισμού», εκδόσεις Interbooks, σελίδα: 237.

εμπλουτισμό των διακοπών τους με υπηρεσίες βελτίωσης ή διατήρησης της υγείας τους, όπως για παράδειγμα με θαλασσοθεραπεία, υδροθεραπεία κ.λπ.⁴³

Πολιτιστικός τουρισμός:

Στον πολιτιστικό τουρισμό περιλαμβάνονται διάφορες μορφές τουρισμού, όπως για παράδειγμα ο εκπαιδευτικός τουρισμός, ο θρησκευτικός τουρισμός και ο γαστρονομικός-διατροφικός τουρισμός, ο οποίος θα αναλυθεί εκτενέστερα στο τέταρτο κεφάλαιο της εργασίας. Στον πολιτιστικό τουρισμό οι επισκέπτες έχουν ειδικά κίνητρα τα οποία καθορίζονται από την επιθυμία τους να ζήσουν εμπειρίες και να γνωρίσουν τον υλικό και τον πνευματικό πολιτισμό του προορισμού, όπως για παράδειγμα τα μνημεία, τα έθιμα, τις πολιτιστικές δραστηριότητες, τις μορφές τέχνης κ.λπ.⁴⁴

Εκπαιδευτικός τουρισμός:

Αυτή η μορφή τουρισμού εντάσσεται στον πολιτιστικό τουρισμό και περιλαμβάνει τα ταξίδια τα οποία γίνονται κυρίως από νέους, με κίνητρο την μόρφωση και την εκπαίδευση, και οι οποίοι επισκέπτονται συνήθως περιοχές με πλούσιο πολιτισμό ή πλούσια παράδοση⁴⁵.

Στον εκπαιδευτικό ή μορφωτικό τουρισμό, οι επισκέπτες έχουν ως κυρίαρχο σκοπό την συμμετοχή τους σε πολιτιστικές εκδηλώσεις, όπως για παράδειγμα επίσκεψη σε ιστορικά και αρχαιολογικά μνημεία, σε μουσεία, παρακολούθηση θεατρικών παραστάσεων κ.λπ. Έτσι, για να αναπτυχθεί αυτή η μορφή τουρισμού, χρειάζεται η βασική τουριστική υποδομή, καθώς και μια ειδική υποδομή, όπως για παράδειγμα πληθώρα από προγράμματα πολιτιστικών, μορφωτικών και καλλιτεχνικών εκδηλώσεων, προϋποθέτοντας την ύπαρξη διεθνούς φήμης θεάτρων, μουσείων κ.λπ.⁴⁶

⁴³ AlterTourism (2015) «*Τουρισμός υγείας και ευεξίας*», <http://altertourism.gr/morfes-tourismou/tourismos-ygeias-eveksias>

⁴⁴ Λαγός Δημήτρης (2005), «*Τουριστική Οικονομική, Τουρισμός & Αναψυχή*», εκδόσεις Κριτική, σελίδα: 80.

⁴⁵ Λαγός Δημήτρης (2005), «*Τουριστική Οικονομική, Τουρισμός & Αναψυχή*», εκδόσεις Κριτική, σελίδα: 72.

⁴⁶ Ηγουμενάκης Νίκος (1997), «*Τουριστική Οικονομία*», Τόμος Α', εκδόσεις Interbooks, σελίδα: 159.

Θρησκευτικός τουρισμός:

Ο θρησκευτικός τουρισμός αποτελεί και αυτός μια υποκατηγορία του πολιτιστικού τουρισμού και αναφέρεται σε μια ομάδα ατόμων οι οποίοι επισκέπτονται τόπους θρησκευτικού ενδιαφέροντος, είτε στην χώρα μόνιμης κατοικίας τους είτε σε άλλη, κυρίως για λόγους λατρείας, συμμετοχής τους σε κάποιες θρησκευτικές εκδηλώσεις και τελετές κ.λπ.

Αυτή η μορφή του τουρισμού είναι συνήθως περιορισμένης διάρκειας, τα τουριστικά πακέτα είναι χαμηλότερης τιμής και τα οικονομικά οφέλη για τους θρησκευτικούς τόπους είναι υψηλά. Επίσης, δεν χρειάζεται η ανάπτυξη ειδικής υποδομής, καθώς η βασική υποδομή του προορισμού είναι αυτή που προσελκύει τους επισκέπτες⁴⁷.

Επαγγελματικός τουρισμός:

Ο επαγγελματικός τουρισμός αποτελεί τον τομέα εκείνο της βιομηχανίας του τουρισμού ο οποίος σχετίζεται με ταξίδια που γίνονται για επαγγελματικούς σκοπούς. Στην ουσία είναι η μετακίνηση των ατόμων τα οποία ταξιδεύουν για επαγγελματικούς λόγους, αλλά διαθέτουν τα χαρακτηριστικά του γενικού τουρίστα, καθώς στην πλειοψηφία των περιπτώσεων διαμένουν εκτός της μόνιμης κατοικίας του για χρονικό διάστημα μεγαλύτερο της μιας μέρας.

Υποκατηγορίες του επαγγελματικού τουρισμού αποτελούν ο συνεδριακός τουρισμός, ο εκθεσιακός τουρισμός, ο τουρισμός κινήτρων κ.λπ., οι οποίες όλες ανεξαιρέτως προφέρουν αρκετά οικονομικά οφέλη και πολλές τουριστικές αγορές βάζουν σαν προτεραιότητα την προσέλκυση του. Παρακάτω θα αναφερθούν δύο από τις υποκατηγορίες του⁴⁸.

Συνεδριακός τουρισμός:

Ο συνεδριακός τουρισμός περιλαμβάνει τις κάθε είδους οργανωμένες εκδηλώσεις, όπως συνέδρια ή συναντήσεις σε τοπικό, περιφερειακό, εθνικό ή διεθνές επίπεδο και αποτελεί υποκατηγορία του επαγγελματικού τουρισμού. Αυτή η μορφή τουρισμού είναι συνήθως

⁴⁷ Ηγουμενάκης Νίκος (1997), «*Τουριστική Οικονομία*», Τόμος Α', εκδόσεις Interbooks, σελίδα: 168.

⁴⁸ Κραβαρίτης Κώστας & Παπαγεωργίου Αθηνά (2007), «*Επαγγελματικός τουρισμός- Οργάνωση συνεδριών*», εκδόσεις Interbooks, σελίδες: 34 & 49.

μικρής διάρκειας, τις περισσότερες φορές συνδυάζεται και με κάποια άλλη μορφή τουρισμού, όπως για παράδειγμα με αστικό τουρισμό, εκπαιδευτικό τουρισμό, πολιτιστικό τουρισμό κ.λπ.

Για να αναπτυχθεί ο συνεδριακός τουρισμός σε ένα τόπο είναι απαραίτητη η ανάπτυξη κατάλληλης υποδομής και ειδικότερα η δημιουργία σύγχρονων συνεδριακών κέντρων, πλήρως εξοπλισμένων βοηθητικών χώρων, όπως χώρους στάθμευσης, γραφεία εξυπηρέτησης κ.λπ. καθώς και αιθουσών συνεδρίων υψηλής χωρητικότητας κυρίως από μεγάλες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις στις πόλεις⁴⁹.

Ο συνεδριακός τουρισμός συμβάλει σημαντικά στην ανάπτυξη του τουριστικού τομέα, καθώς η μέση δαπάνη ανά επισκέπτη είναι υψηλότερη συγκριτικά με την δαπάνη ανά μέσο επισκέπτη, αφού συνήθως πρόκειται για υψηλόβαθμα στελέχη επιχειρήσεων⁵⁰.

Τουρισμός κινήτρων:

Ο τουρισμός κινήτρων παρέχεται από μια επιχείρηση η οποία θέλει επιβραβεύσει τους εργαζόμενους ή τους συνεργάτες της, οι οποίοι κατάφεραν αν επιτύχουν ορισμένους προκαθορισμένους στόχους. Είναι απαραίτητο να προσφέρει υπηρεσίες υψηλής ποιότητας, προκειμένου οι εργαζόμενοι να έχουν ένα νέο κίνητρο για να επιτύχουν και πάλι υψηλή απόδοση και μελλοντικά⁵¹.

Έτσι, ο τουρισμός κινήτρων είναι κυρίως μικρής χρονικής διάρκειας και δίνεται η ευκαιρία στον επιβραβευμένο εργαζόμενο να απολαύσει ξεχωριστές υπηρεσίες τις οποίες δεν θα είχε την δυνατότητα να τις απολαύσει αν έπρεπε να αγοράσει ο ίδιος αυτό τα ταξίδια. Συνήθως, ο προορισμός ο οποίος προσφέρεται είναι ξεχωριστός και το σύνολο του ταξιδιού επικεντρώνεται στην άνεση και στην πολυτέλεια του ξενοδοχείου και των εγκαταστάσεων του, επιβραβεύοντας τον εργαζόμενο, έχοντας ως απώτερο σκοπό την αύξηση της

⁴⁹ Ηγουμενάκης Νίκος (1997), «Τουριστική Οικονομία», Τόμος Α', εκδόσεις Interbooks, σελίδα: 162.

⁵⁰ Αθανασίου Λουκής (2002), «Ο συνεδριακός τουρισμός στην Ελλάδα» <http://www.synedrio.gr/%CE%BF-%CF%83%CF%85%CE%BD%CE%B5%CE%B4%CF%81%CE%B9%CE%B1%CE%BA%CE%BF%CF%83-%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CE%BF%CF%83-%CF%83%CF%84%CE%B7%CE%BD-%CE%B5%CE%BB%CE%BB%CE%B1%CE%B4%CE%B1-%CE%B5/>

⁵¹ Κραβαρίτης Κώστας & Παπαγεωργίου Αθηνά (2007), «Επαγγελματικός τουρισμός- Οργάνωση συνεδρίων», εκδόσεις Interbooks, σελίδες: 38.

παραγωγικότητας τους και συνεπώς και την αύξηση της ανταγωνιστικότητας της επιχείρησης η οποία οργανώνει το ταξίδι αυτό⁵².

Τουρισμός τρίτης ηλικίας:

Την σημερινή εποχή, η τάση η οποία υπάρχει για μακρινά και περισσότερα ταξίδια, έχει επηρεάσει σε μεγάλο βαθμό και τα άτομα της τρίτης ηλικίας, τα οποία στην πλειοψηφία των περιπτώσεων έχει αρκετό ελεύθερο χρόνο, σταθερό εισόδημα και μεγαλύτερη επιθυμία για ταξίδια. Ο τουρισμός τρίτης ηλικίας δεν απαιτεί ειδικές υποδομές, αλλά τις ήδη βασικές υπάρχουσες υποδομές και είναι ένα τμήμα του τουριστικού δυναμικού της χώρας το οποίο διακρίνεται από σταθερότητα και κατά κύριο λόγο κινείται σε κοντινές χώρες από την χώρα διαμονής ή εντός αυτής⁵³.

Αθλητικός τουρισμός:

Ο αθλητικός τουρισμός είναι ένα σύγχρονο σχετικά φαινόμενο που περιγραφεί την ειδική μορφή τουρισμού η οποία συνδυάζει και την αθλητική δραστηριότητα, επιτυγχάνοντας την προσέλκυση μεγάλου αριθμού ενδιαφερομένων, κατακτώντας την αντίστοιχη σημασία από οικονομική, κοινωνική και πολιτιστική άποψη.

Η έννοια του αθλητικού τουρισμού ορίζεται ως το σύνολο των μορφών της ενεργητικής και της παθητικής συμμετοχής σε αθλητικές δραστηριότητες, όπου η ανάμειξη γίνεται είτε τυχαία είτε οργανωμένα, για λόγους επαγγελματικών ή μη, προϋποθέτοντας φυσικά τη μετακίνηση εκτός του τόπου μόνιμης διαμονής και εργασίας.

Ο αθλητικός τουρισμός είναι ένα φαινόμενο αρκετά πολύπλοκο και ευρύ, που για την ανάπτυξη του απαιτείται η υψηλή ποιότητα υποδομής σε ποικίλους τομείς υποστήριξης, όπως για παράδειγμα το φυσικό και το δομημένο περιβάλλον, οι υπηρεσίες, η διασκέδαση, οι μεταφορές, η στέγαση, η πολιτιστική κληρονομιά, οι οργανισμοί κ.λπ.⁵⁴

⁵² Ηγουμενάκης Νίκος (1997), «Τουριστική Οικονομία», Τόμος Α', εκδόσεις Interbooks, σελίδα: 170.

⁵³ Ηγουμενάκης Νίκος (1997), «Τουριστική Οικονομία», Τόμος Α', εκδόσεις Interbooks, σελίδα: 163.

⁵⁴ www.chania-info.gr, «Αθλητικός τουρισμός», http://www.chania-info.gr/index.php?option=com_content&task=view&id=358&Itemid=140

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

3.1 Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ

Η τουριστική ζήτηση καλύπτεται μέσω μιας συνολικής προσπάθειας μάρκετινγκ ποικίλων τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών. Το σύνολο των παραγωγών αυτών των τουριστικών προϊόντων αποτελούν την τουριστική βιομηχανία, η ανάπτυξη της οποίας είναι η ταχύτερη και η δυναμικότερη από κάθε άλλη.

Ο προσδιορισμός των στοιχείων της τουριστικής βιομηχανίας είναι αρκετά δύσκολος για δύο βασικού λόγους: **(α)** κάποια από τα τουριστικά προϊόντα είναι υψίστης σημασίας, ενώ κάποια άλλα έχουν έναν υποστηρικτικό ρόλο και **(β)** κάποιες από τις τουριστικές υπηρεσίες, δεν ικανοποιούν αποκλειστικά και μόνο τις ανάγκες και τις επιθυμίες των τουριστών, αλλά ικανοποιούν και αυτές των υπόλοιπων ατόμων, τα οποία δεν έχουν την ιδιότητα του τουρίστα, όπως για παράδειγμα οι υπηρεσίες μεταφοράς, τροφοδοσίας κ.λπ.

Ένα απλό τουριστικό πακέτο περιλαμβάνει συνήθως τον τουριστικό προορισμό (φυσικοί και τεχνητοί πόλοι έλξης), το μεταφορικό μέσο της μετακίνησης, την διαμονή στον τόπο προορισμού και την μεταφορά από το σημείο άφιξης (αεροδρόμιο, λιμάνι κ.λπ.) στον τουριστικό κατάλυμα και αντιστρόφως. Οι πάροχοι των υπηρεσιών αυτών, που συγκροτούν ένα απλό τουριστικό πακέτο, έχουν την δυνατότητα να τις προσφέρουν στους τουρίστες με ποικιλία τρόπων, άμεσα ή έμμεσα (μέσω των τουριστικών πρακτόρων, των τουρ οπερέιτορς και των μεσιτών τουριστικών υπηρεσιών).

Οι τουρ οπερέιτορς συνήθως αγοράζουν πολλές και διάφορες τουριστικές υπηρεσίες σε μεγάλες ποσότητες (θέσεις σε αεροπλάνα, δωμάτια σε ξενοδοχεία κ.λπ.) και έπειτα τις χρησιμοποιούν προκειμένου να παράγουν τα δικά τους ξεχωριστά τουριστικά πακέτα και να διαθέσουν άμεσα ή έμμεσα στους καταναλωτές, έναντι ορισμένου επιθυμητού κέρδους. Σε αυτές τις περιπτώσεις λειτουργούν ως παραγωγοί τουριστικών προϊόντων και λιανοπωλητές.

Οι τουριστικοί πράκτορες αγοράζουν τουριστικά πακέτα έπειτα από επιθυμία των πελατών τους για να ικανοποιήσουν τις τουριστικές τους ανάγκες. Στην πλειοψηφία των

περιπτώσεων, δεν χρεώνουν τις υπηρεσίες τους, αλλά λαμβάνουν προσυμφωνημένη προμήθεια από τους τουρ οπερέιτορς.

Στο κεντρικό σύστημα παραγωγής και διανομής τουριστικών προϊόντων υπάρχει η αλληλεπίδραση μεγάλης ποικιλίας υπηρεσιών υποστήριξης, οι οποίες μπορούν να ταξινομηθούν σε: **(α)** υπηρεσίες οργανισμών δημόσιου τομέα, όπου περιλαμβάνονται δημόσιοι οργανισμοί και υπηρεσίες, υπηρεσίες έκδοσης και θεώρησης διαβατηρίων, υπηρεσίες αερολιμένων και λιμανιών, σχολές τουριστικών επαγγελματιών κ.λπ. και **(β)** υπηρεσίες οργανισμών ιδιωτικού τομέα, όπου περιλαμβάνονται υπηρεσίες ξενάγησης, υπηρεσίες συνοδείας, ταξιδιωτική ασφάλιση, χρηματοπιστωτικές υπηρεσίες, τουριστικές εκδόσεις, ενημερωτικά φυλλάδια, σχολές τουριστικών επαγγελματιών κ.λπ.⁵⁵

3.2 ΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΪΟΝ

Το τουριστικό προϊόν είναι ένα σύνθετο υλικό, το οποίο αποτελείται από ένα μίγμα υλικών αγαθών, άυλων υπηρεσιών και φυσικών στοιχείων, τα οποία καταναλώνονται ή χρησιμοποιούνται σε διάφορους βαθμούς από τους τουρίστες. Η δομή του τουριστικού προϊόντος αποτελείται από τα παρακάτω στοιχεία:

- ⊕ Μη αναπαραγόμενοι πόροι. Είναι τα φυσικά ή μη στοιχεία, που δεν έχουν την δυνατότητα ανανέωσης ή αναπαραγωγής, όπως για παράδειγμα: **(α)** φυσικοί πόροι είναι οι ακτές, τα βουνά, τα δάση, τα σπήλαια, οι λίμνες, τα φυσικά πάρκα, τα ιαματικά λουτρά κ.λπ. και **(β)** πολιτιστικοί και ιστορικοί πόροι είναι οι πόλεις τέχνης, τα ιστορικά μνημεία, τα μουσεία κ.λπ.
- ⊕ Αναπαραγόμενοι πόροι. Είναι ανανεώσιμα στοιχεία ή δραστηριότητες και αποτελούν δημιουργήματα του ανθρώπου, όπως για παράδειγμα: πολιτιστικές και άλλες εκδηλώσεις, δραστηριότητες απασχόλησης ελεύθερου χρόνου (άθληση, περιηγήσεις κ.λπ.) επιχειρηματικές και επαγγελματικές εκδηλώσεις κ.λπ.
- ⊕ Συμπληρωματικές υπηρεσίες προς τους αναπαραγόμενους και μη αναπαραγόμενους πόρους, όπως για παράδειγμα: υπηρεσίες υποδοχής, υπηρεσίες διατροφής, εμπορικές

⁵⁵ Ηγουμενάκης Νίκος (1997), «Τουριστική Οικονομία», Τόμος Α', εκδόσεις Interbooks, σελίδες: 80 – 83.

και χρηματοοικονομικές υπηρεσίες, υπηρεσίες υποδομής και υπηρεσίες μεταφορικών μέσων.

- ⊕ Μη υλικά συστατικά στοιχεία, όπως για παράδειγμα αισθητικές αξίες (παραστάσεις που διαμορφώνουν οι τουρίστες), πολιτιστικές αξίες, προσδοκίες τουριστών κ.λπ.⁵⁶

3.3 Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΖΗΤΗΣΗ

Η τουριστική ζήτηση έχει διάφορους ορισμούς, δύο από τους οποίους είναι οι παρακάτω: **(α)** το σύνολο των ατόμων που ταξιδεύουν ή επιθυμούν να ταξιδέψουν, προκειμένου να κάνουν χρήση των τουριστικών εγκαταστάσεων και υπηρεσιών των τόπων προορισμού και **(β)** η σχέση του κινήτρου των ατόμων να ταξιδέψουν και της ικανότητας τους να το πραγματοποιήσουν⁵⁷.

Ως οικονομική δραστηριότητα ο τουρισμός, εκφράζει μια διαφορετική μορφή οικονομικής ζήτησης, η οποία παρουσιάζει δύο πολύ χαρακτηριστικές ιδιαιτερότητες:

- ⊕ Η συμπληρωματική φύση των τουριστικών προϊόντων, η οποία δίδει στον τουρισμό την μορφή της συμπληρωματικής ζήτησης. Ο τουρισμός προϋποθέτει την ζήτηση ενός διαφορετικού από τα συνηθισμένα πακέτου αγαθών και υπηρεσιών, το οποίο στο σύνολο του αποτελεί το τουριστικό προϊόν. Το τουριστικό προϊόν συνθέτεται από ποικιλία φυσικών στοιχείων, διάφορες εγκαταστάσεις, υπηρεσίες κ.λπ. και διάφορα στοιχεία ανάπτυξης ενός κατάλληλου περιβάλλοντος, που καλύπτει τις επιθυμίες και τις ανάγκες του τουρίστα. Επομένως, το τουριστικό προϊόν δεν είναι τίποτα άλλο από ένα συνδυασμό μιας ποικιλίας αγαθών και υπηρεσιών που παρέχονται από διαφορετικούς παραγωγούς.
- ⊕ Η διάρθρωση του τουριστικού προϊόντος, που συγκροτείται από παρεχόμενα αγαθά και υπηρεσίες μεμονωμένα ή σε μορφή πακέτου. Το πρωταγωνιστικό ρόλο τον έχουν οι τουριστικές υπηρεσίες της διαμονής, της διατροφής και της μετακίνησης, οι οποίες

⁵⁶ Λαγός Δημήτρης (2005), «Τουριστική Οικονομική, Τουρισμός & Αναψυχή», εκδόσεις Κριτική, σελίδες: 107 – 108

⁵⁷ Page Stephen (2003), «Tourism management, managing for change», Ελληνική έκδοση: Μαυροδόνης Θωμάς (2006), «Εισαγωγή στον τουρισμό», εκδόσεις Παπαζήση, σελίδα: 61.

είναι οι κύριες καταναλωτικές κατηγορίες εξυπηρέτησης του τουρίστα και απορροφούν το μεγαλύτερο μέρος της τουριστικής δαπάνης⁵⁸.

Επομένως, ο τουρισμός αποτελεί μια μορφή συμπληρωματικής ζήτησης και το τουριστικό προϊόν δημιουργεί μια ιδιόμορφη κατανάλωση στην οικονομία. Η τουριστική ζήτηση λοιπόν, είναι διαφορετική από την ζήτηση άλλων αγαθών και υπηρεσιών, εξαιτίας διαφόρων λόγων, οι οποίοι είναι οι παρακάτω:

- ⊕ Ο ιδιαίτερος χαρακτήρας του τουριστικού προϊόντος, από άποψη **(α)** σύνθεσης, καθώς περιέχει ποικιλία ανομοιογενών αγαθών και υπηρεσιών (ταξίδι, προορισμός, διαμονή κ.λπ.) και **(β)** χρησιμότητας.
- ⊕ Ο τόπος παραγωγής των υπηρεσιών είναι ταυτόχρονα και ο τόπος κατανάλωσης τους.
- ⊕ Το τουριστικό προϊόν δεν μεταφέρεται στους τουρίστες αλλά καταναλώνεται στον τόπο όπου παράγεται.
- ⊕ Ο δυνατός ανταγωνισμός.
- ⊕ Η συμπληρωματική φύση του τουριστικού προϊόντος.
- ⊕ Ο άυλος χαρακτήρας και το αδιαίρετο των παρεχόμενων τουριστικών υπηρεσιών.
- ⊕ Τα υφιστάμενα δίκτυα διανομής και διακίνησης.
- ⊕ Η έλλειψη ιδιοκτησίας⁵⁹.

3.4 Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΣΦΟΡΑ

Η συμπληρωματική φύση του τουρισμού έχει επιπτώσεις σε ένα ευρύ φάσμα οικονομικών δραστηριοτήτων, καθώς αρκετοί τομείς της οικονομίας παράγουν προϊόντα και παρέχουν υπηρεσίες προκειμένου να ικανοποιήσουν την τουριστική ζήτηση. Επομένως, υφίσταται ανομοιογένεια και πολυσυνθετότητα στην τουριστική προσφορά, καθώς διαφορετικοί τομείς της οικονομικής δραστηριότητας βοηθούν ώστε να δημιουργηθεί το παρεχόμενο τουριστικό προϊόν.

⁵⁸ Λαγός Δημήτρης (2005), «Τουριστική Οικονομική, Τουρισμός & Αναψυχή», εκδόσεις Κριτική, σελίδες: 102 – 103.

⁵⁹ Λαγός Δημήτρης (2005), «Τουριστική Οικονομική, Τουρισμός & Αναψυχή», εκδόσεις Κριτική, σελίδες: 102 – 103.

Έτσι, ο τουρισμός είναι μια διαφορετική μορφή της προσφοράς, καθώς με οικονομικά κριτήρια, το τουριστικό προϊόν δεν μεταφέρεται και δεν αποθηκεύεται. Επομένως, η παραγωγή, η πώληση αλλά και η κατανάλωση ταυτίζονται.

Η ανομοιογένεια και η πολυσυνθετότητα της βιομηχανίας του τουρισμού καταλήγει στο συμπέρασμα ότι ο τουρισμός δεν μπορεί να σταθεί μόνος του ως αυτοτελής παραγωγικός κλάδος ή κλάδος οικονομικής δραστηριότητας και κανένας οικονομικός τομέας δεν παράγει αποκλειστικά και μόνο για τον τουρισμό⁶⁰.

3.5 Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΩΣ ΠΥΛΩΝΑΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

Με βάση πρόσφατη μελέτη του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων, παρουσιάζεται η σημασία του τουρισμού στην οικονομία της Ελλάδας και πιο συγκεκριμένα η συμβολή του στην διαμόρφωση του Α.Ε.Π. της Ελλάδας συνολικά, στην διαμόρφωση του Α.Ε.Π. των περιφερειών, στη διατήρηση ισορροπίας στο Ισοζύγιο Πληρωμών και στην απασχόληση. Έτσι, τα σημαντικότερα στοιχεία που αποδεικνύουν ότι ο τουρισμός αποτελεί πυλώνα της οικονομίας της χώρας μας παρουσιάζονται στις επόμενες παραγράφους⁶¹.

Η άμεση συμμετοχή του τουρισμού στο Α.Ε.Π. της χώρας μας είναι περίπου 17 δις ευρώ, δηλαδή περίπου 9,5%, ενώ η έμμεση συμμετοχή του ανέρχεται σε 37-45 δις ευρώ, δηλαδή 20-25%, επιβεβαιώνοντας ότι ο τουρισμός αποτελεί τον βασικό πυλώνα ανάπτυξης της ελληνικής οικονομίας.

Σχετικά με το Α.Ε.Π. των περιφερειών, η εκτίμηση είναι ενδεικτική, λόγω έλλειψης στοιχείων και χρήσης την περιφερειακή κατανομή των διανυκτερεύσεων ως δείκτη. Η συμβολή του τουρισμού στο Α.Ε.Π. της Κρήτης άγγιξε το 48%, στο Α.Ε.Π. του Νοτίου Αιγαίου το 60% και στο Α.Ε.Π. των Ιονίων το 49%. Η περιφέρεια του Νοτίου Αιγαίου και των Ιονίων έχουν το υψηλότερο κατά κεφαλήν Α.Ε.Π. ενώ η περιφέρεια της Κρήτης έχει ένα από τα υψηλότερα.

Ο τουρισμός είναι αναμφίβολα μια από τις βασικότερες πηγές εσόδων της Ελλάδας που εξισορροπούν το Ισοζύγιο Πληρωμών, καθώς το 2014, οι ταξιδιωτικές εισπράξεις κάλυψαν

⁶⁰ Λαγός Δημήτρης (2005), «Τουριστική Οικονομική, Τουρισμός & Αναψυχή», εκδόσεις Κριτική, σελίδα: 103.

⁶¹ Ίκκος Άρης (2015), «Η συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία το 2014-συνπτική απεικόνιση βασικών μεγεθών», σελίδα: 4, http://sete.gr/media/3004/simasia_tourismou_sete_intelligence_report.pdf

το 75% του ελλείμματος του. Αν προστεθούν και τα έσοδα αερομεταφορών, κρουαζιέρας κ.λπ., τότε ο εισερχόμενος τουρισμός καλύπτει το εμπορικό ισοζύγιο κατά 85%.

Ο τουρισμός είναι μια δραστηριότητα εντάσεως εργασίας και έντονα εποχιακή. Τον Ιούλιο, ο οποίος αποτελεί μήνα αιχμής, ο τουρισμός συνδυαστικά με την εστίαση παρείχε το 30% του συνολικού αριθμού θέσεων μισθωτής απασχόλησης στον ιδιωτικό τομέα, με 262.000 απασχολούμενους σε αμιγώς τουριστικές επιχειρήσεις. Επίσης, υπάρχουν περίπου 31.000 μικρές οικογενειακές μονάδες και αντίστοιχα μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων εστίασης που απευθύνονται σε τουρίστες, όπου παρατηρείται υψηλός αριθμός αυτοαπασχολουμένων και απασχόλησης μελών της οικογένειάς τους.

Από τα προαναφερθέντα είναι εμφανές ότι ο τουρισμός έχει εξαιρετική σπουδαιότητα για την ελληνική οικονομία και ο δυναμισμός του τουριστικού κλάδου είναι ισχυρός. Αυτός ο δυναμισμός είναι η βάση όπου πρέπει να στηριχτούν οι πολιτικές οι οποίες θα αντιμετωπίσουν τη κυριότερη αδυναμία του ελληνικού τουρισμού, την εποχικότητα, καθώς περίπου το 60% των αφίξεων και των εσόδων γίνονται το τρίτο τρίμηνο κάθε έτους και μόνο το 6% των αφίξεων και 3% των εσόδων στο πρώτο τρίμηνο.

Ο μόνος τρόπος για να αντιμετωπιστεί η εποχικότητα στην χώρα μας είναι η συμπλήρωση και ο εμπλουτισμός του βασικού ελληνικού τουριστικού προϊόντος του προτύπου των τριών “S” (Sea, Sun, Sand-Θάλασσα, Ήλιος, Άμμος, το οποίο είναι και η μεγαλύτερη αγορά τουρισμού σε ολόκληρη την Ευρώπη και όχι με την καταπολέμησή του⁶².

Στα επόμενα δύο κεφάλαια της παρούσας εργασίας θα αναλυθούν δύο από τις ταχέως αναπτυσσόμενες ειδικές μορφές τουρισμού, ο ιατρικός και ο διατροφικός τουρισμός, οι οποίες μπορούν να συμβάλουν αποτελεσματικά στην οικονομική ανάπτυξη της χώρας μας, με την χρήση κατάλληλων στρατηγικών από δημόσιους και ιδιωτικούς φορείς.

⁶² Ίκκος Άρης (2015), «Η συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία το 2014-συνπτική απεικόνιση βασικών μεγεθών», σελίδες: 11 – 16, http://sete.gr/media/3004/simasia_tourismou_sete_intelligence_report.pdf

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΙΑΤΡΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

4.1 Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΥΓΕΙΑΣ

Όπως ήδη αναφέρθηκε, ο τουρισμός υγείας είναι μια μορφή τουρισμού μέσα από την οποία πραγματοποιείται μια προσπάθεια προσέλκυσης επισκεπτών οι οποίοι δείχνουν ενδιαφέρον για ζητήματα υγείας ή για την καλή φυσική κατάσταση τους⁶³.

Επόμενο είναι λοιπόν, ότι ο τουρισμός και τα ταξίδια είναι άμεσα συνδεδεμένα με την βελτίωση της υγείας του ανθρώπου, η οποία είναι οι βασικότερη συνισταμένη της ποιότητας της ανθρώπινης ζωής. Ο τουρισμός υγείας υφίσταται διαρκή εξέλιξη τόσο σε ευρωπαϊκό όσο και σε διεθνές επίπεδο. Σε αυτήν την μορφή τουρισμού περιλαμβάνονται κέντρα τουρισμού υγείας, όπου προσφέρονται όλες οι σχετικές υπηρεσίες με την ειδική διαιτητική, την άσκηση και τις ειδικές θεραπείες, όπως για παράδειγμα η κινήσιοθεραπεία, η ψυχοθεραπεία κ.λπ.⁶⁴

Την τελευταία δεκαετία, έπειτα από την αλλαγή στον τρόπο ζωής εκατομμυρίων ανθρώπων και τον εκμηδενισμό των αποστάσεων, έχουν αναπτυχθεί νέες ειδικές μορφές τουρισμού, μέσα στις οποίες είναι και η μορφή του τουρισμού υγείας.

Τουρισμός υγείας νοείται η συμμετοχή επισκεπτών σε διάφορα προγράμματα ιδιωτικής ιατρικής φροντίδας ή σε προγράμματα τα οποία είναι σχετικά με την υγεία και την υγιεινή σε συνεργασία με την βιομηχανία του τουρισμού και σε ελκυστικές τιμές. Η πρωταρχική ιδέα του είναι η σωματική, η πνευματική, η ψυχική και η συναισθηματική αναζωογόνηση του επισκέπτη, ο οποίος μακριά από την καθημερινότητα του στον τόπο μόνιμης διαμονής και εργασίας του, έχει την δυνατότητα να χαλαρώσει.

Είναι μια μορφή τουρισμού η οποία έχει την δυνατότητα ανάπτυξης σε όλη την διάρκεια του έτους και το σημαντικότερο από όλα είναι ότι έχει άμεση σχέση με το πιο πολύτιμο αγαθό, την υγεία. Στην ουσία, σχετίζεται με την πρόληψη, την θεραπεία, την ανάρρωση και την αποκατάσταση της υγείας, χρησιμοποιώντας σύγχρονες ιατρικές ή φυσικές μεθόδους, σε συνδυασμό με την ξεκούραση και τη διασκέδαση. Επίσης, άτομα με ειδικές

⁶³ Βενετσανοπούλου Μάρω (2006), «Η κρατική συμβολή στον τουρισμό – Εναλλακτικές μορφές τουρισμού», εκδόσεις Interbooks, σελίδα: 237.

⁶⁴ Λαγός Δημήτρης (2005), «Τουριστική Οικονομική, Τουρισμός & Αναψυχή», εκδόσεις Κριτική, σελίδα: 71.

ανάγκες και άτομα τα οποία πάσχουν από χρόνιες παθήσεις μπορούν να εκπληρώνουν την επιθυμία τους για ταξίδι⁶⁵.

Τα τελευταία χρόνια στην χώρα μας, έχουν πραγματοποιηθεί αρκετές ουσιώδεις προσπάθειες για να αναπτυχθούν ορισμένα σύγχρονα κέντρα παροχής υπηρεσιών υγείας και ομορφιάς, σχετικά κατά κύριο λόγο με τον τουρισμό ευεξίας, μέσα από τα κέντρα θαλασσοθεραπείας, και με τον ιατρικό τουρισμό, δίνοντας ιδιαίτερη έμφαση στον προσβάσιμο τουρισμό και στον τουρισμό ομορφιάς. Επίσης, η Ελλάδα διαθέτει πολλές φυσικές πηγές με υψηλή ποιότητα νερών, οι οποίες την καθιστούν μια από τις πλουσιότερες χώρες στον τομέα αυτό, παρέχοντας την δυνατότητα ανάπτυξης του ιαματικού τουρισμού.

Η Ελλάδα έχει αρκετά συγκριτικά πλεονεκτήματα με άλλες χώρες, σχετικά με ζητήματα ασφάλειας και υγιεινής, διαθέτοντας ήπιο μεσογειακό κλίμα, φυσικό περιβάλλον υπέρμετρης ομορφιάς, πλούσια πολιτιστική κληρονομιά, μεσογειακή διατροφή κ.λπ. και για αυτό τον λόγο εξάλλου, είναι ένας από τους πιο δημοφιλείς προορισμούς σε παγκόσμιο εμβέλεια.

Επίσης, η ήδη αναπτυγμένη τουριστική υποδομή, η επέκταση του οδικού δικτύου, η σύνδεση περισσότερων χωρών με αεροπορικά δρομολόγια, καθώς και η διαθεσιμότητα άρτια εξειδικευμένου νοσηλευτικού και ιατρικού προσωπικού, το απαγορευτικό κόστος των υπηρεσιών υγείας σε άλλες χώρες, κάνουν την χώρα μας έναν αρκετά ελκυστικό προορισμό και σε θέματα υγείας, εκτός από τις άλλες μορφές του τουρισμού⁶⁶.

Ο τουρισμός υγείας μπορεί να ταξινομηθεί σε τρεις επιμέρους κατηγορίες οι οποίες είναι οι παρακάτω και θα αναλυθούν στις επόμενες παραγράφους:

- ⊕ Ο ιαματικός τουρισμός ή θερμαλισμός.
- ⊕ Ο τουρισμός ευεξίας.
- ⊕ Ο ιατρικός τουρισμός⁶⁷.

⁶⁵ www.healthpages.gr (2010) «Τι είναι ο τουρισμός υγείας», <http://www.healthpages.gr/portal/page/portal/1535/Fullstory?ArticleID=867>

⁶⁶ www.healthpages.gr (2010) «Τι είναι ο τουρισμός υγείας», <http://www.healthpages.gr/portal/page/portal/1535/Fullstory?ArticleID=867>

⁶⁷ Λαγός Δημήτρης (2005), «Τουριστική Οικονομική, Τουρισμός & Αναψυχή», εκδόσεις Κριτική, σελίδα: 71.

Ιαματικός τουρισμός ή θερμαλισμός:

Ο ιαματικός τουρισμός είναι υποκατηγορία του τουρισμού υγείας, αφορά την χρήση των ιαματικών πηγών για να επιτευχθεί η ίαση παθήσεων του σώματος του ανθρώπου και παραμένει η βασική μορφή τουρισμού με ιστορία και παράδοση πολλών αιώνων.

Απευθύνεται κατά κύριο λόγο σε ασθενείς ή στην τρίτη ηλικία που χρειάζονται ειδική θεραπεία καθώς και σε νεότερα άτομα τα οποία έχουν σε εκτίμηση τα οφέλη που αποκομίζουν από την χρησιμοποίηση των ιαματικών θεραπειών και γενικότερα τον υγιεινό τρόπο ζωής. Έχει ως αντικείμενο **(α)** την θεραπεία, την αποκατάσταση ή την πρόληψη της υγείας του ανθρώπου, **(β)** την ανανέωση των κύριων βιολογικών και ψυχικών λειτουργιών και **(γ)** την βελτίωση της υγείας (σωματικής και ψυχικής), της ευεξίας και της ομορφιάς⁶⁸.

Τουρισμός ευεξίας:

Ο τουρισμός ευεξίας απευθύνεται σε επισκέπτες που έχουν ως βασικό κίνητρο τον εμπλουτισμό των διακοπών τους με υπηρεσίες βελτίωσης ή διατήρησης της υγείας τους. Ουσιαστικά στοχεύει στην παροχή υποδομών και υπηρεσιών σε υγιείς επισκέπτες οι οποίοι αναζητούν την βελτίωση της ποιότητας ζωής τους, έχοντας ως κύριο χαρακτηριστικό την πρόληψη, επιτυγχάνοντας μια ισορροπία μεταξύ στο σώμα και στο πνεύμα.

Οι υπηρεσίες οι οποίες προσφέρονται περιέχουν φροντίδα, θεραπείες ομορφιάς και καλής φυσικής κατάστασης, ισορροπημένη και υγιεινή διατροφή, χαλάρωση, ήπια άθληση, διαλογισμό, νοητική δραστηριότητα κ.λπ. Ο τουρισμός ευεξίας έχει ως αντικείμενο **(α)** την καλύτερευση της φυσικής και πνευματικής κατάστασης των επισκεπτών και **(β)** την ήπια επικουρική θεραπείας σε άτομα τα οποία έχουν προβλήματα υγείας⁶⁹.

⁶⁸ Βενετσανοπούλου Μάρω (2006), «Η κρατική συμβολή στον τουρισμό – Εναλλακτικές μορφές τουρισμού», εκδόσεις Interbooks, σελίδα: 239 & Κοκκώσης Χάρης & Τσάρτας Πάρις & Ελευθερία Γκρίμπα (2011), «Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού, ζήτηση και προσφορά νέων προϊόντων τουρισμού, Τουρισμός & αναψυχή», εκδόσεις Κριτική, σελίδα : 352.

⁶⁹ Κοκκώσης Χάρης & Τσάρτας Πάρις & Ελευθερία Γκρίμπα (2011), «Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού, ζήτηση και προσφορά νέων προϊόντων τουρισμού, Τουρισμός & αναψυχή», εκδόσεις Κριτική, σελίδες: 355 – 356 & Λαγός Δημήτρης (2005), «Τουριστική Οικονομική, Τουρισμός & Αναψυχή», εκδόσεις Κριτική, σελίδα: 71.

4.2 Ο ΙΑΤΡΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ο ιατρικός τουρισμός ως έννοια δεν είναι κάτι το καινούργιο, καθώς εμφανίστηκε χιλιάδες χρόνια πριν, όταν Έλληνες ταξίδεψαν έχοντας σαν προορισμό ένα μικρό έδαφος στον Σαρωνικό κόλπο, στο ιερό του θεραπευτή Θεού Ασκληπιού και έτσι η Αρχαία Επίδαυρος έγινε ο πρώτος προορισμός ταξιδιού για ιατρικό τουρισμό.

Στην Αγγλία του 18ου αιώνα, έκαναν την εμφάνιση τους ολόκληρες πόλεις οι οποίες λειτουργούσαν αποκλειστικά και μόνο ιαματικά λουτρά, εξαιτίας της ύπαρξης φυσικών πηγών, τα οποία στόχευαν στην θεραπεία διαφόρων ασθενειών της εποχής, όπως για παράδειγμα η βρογχίτιδα, παράλληλα με την ανάπτυξη σανατόριων σε άλλες ευρωπαϊκές χώρες, προκειμένου να προσφερθεί θεραπεία για την φυματίωση.

Ένας γενικός ορισμός του ιατρικού τουρισμού τον ορίζει ως τον τομέα της παροχής υπηρεσιών πρωτοβάθμιας ή δευτεροβάθμιας φροντίδας υγείας από αναγνωρισμένους δημόσιους ή ιδιωτικούς φορείς του υπουργείου Υγείας και Κοινωνικής Αλληλεγγύης σε Έλληνες ή σε αλλοδαπούς. Τμήμα των παρεχόμενων υπηρεσιών βασίζεται σε υποδομές ή μέσα τα οποία προσφέρονται από φορείς της βιομηχανίας του τουρισμού⁷⁰.

Ο ιατρικός τουρισμός, σε επίπεδο παροχής υπηρεσιών πρωτοβάθμιας φροντίδας υγείας, απευθύνεται σε ασθενείς οι οποίοι χρειάζονται χειρουργικές επεμβάσεις και άλλες εξειδικευμένες μορφές θεραπείας και την επακόλουθη ιατρική και φαρμακευτική αγωγή. Σε επίπεδο δευτεροβάθμιας υγείας, απευθύνεται σε ασθενείς η οποία έχουν την ανάγκη ιατρικής φροντίδας σε μονάδες αποκατάστασης και αποθεραπείας ή σε μονάδες ανάρρωσης.

Στον ιατρικό τουρισμό περιέχονται εκτός από τις καθαρά ιατρικές υπηρεσίες, και υπηρεσίες μεταφοράς, εστίασης και διαμονής. Η χώρα μας έχει όλες τις προϋποθέσεις ανάπτυξης ενός ποιοτικού τουρισμού υγείας, καθώς έχει την δυνατότητα να συνδυάσει το μεσογειακό κλίμα, την πολιτιστική κληρονομιά και την παράδοση στην υγιεινή διατροφή με το διεθνώς καταξιωμένο ιατρικό προσωπικό και τις υπάρχουσες υποδομές της⁷¹.

⁷⁰ Γρηγοράκος Λεωνίδας (2012), «*Ιατρικός θεραπευτικός τουρισμός*», <http://www.iatronet.gr/ygeia/pathologia/article/17787/iatrikos-therapeftikos-toyrismos.html>

⁷¹ www.healthpages.gr (2010), «*Ιατρικός τουρισμός*», <http://www.healthpages.gr/portal/page/portal/1535/Fullstory?ArticleID=869>

Οι βασικές ομάδες ατόμων-ασθενών οι οποίοι επιλέγουν την διαμονή στο εξωτερικό σε κέντρα ιατρικού τουρισμού είναι οι παρακάτω:

- ⊕ Άτομα τα οποία θέλουν να συνδυάσουν τις διακοπές τους με άλλους λόγους προληπτικής ιατρικής και θεραπευτικής αγωγής σχετικά με τον τομέα της ψυχικής υγείας, οι οποίοι παίζουν σημαντικό ρόλο στην ευεξία και στην εσωτερική ισορροπία.
- ⊕ Άτομα τα οποία ψάχνουν για μια εξειδικευμένη ιατρική ή θεραπευτική αγωγή αποκατάστασης από κάποια αναπηρία, παράλληλα με άλλες μορφές τουρισμού.
- ⊕ Άτομα τα οποία πάσχουν από χρόνια ή ιδιαίτερα προβλήματα υγείας όπως για παράδειγμα νεφρική ανεπάρκεια, μεταμόσχευση οργάνων, χρόνιος αλκοολισμός, ρευματικά νοσήματα, νευρολογικά σύνδρομα, καρκίνο κ.λπ., τα οποία ουσιαστικά δεν έχουν την δυνατότητα πραγματοποίησης διακοπών ή άλλων μορφών τουρισμού και αποκλείονται από τις κλασικές τουριστικές επιχειρήσεις. Έτσι, επιλέγουν εγκαταστάσεις οι οποίες τους προσφέρουν όλες τις απαραίτητες υπηρεσίες υγείας σε περιβάλλον το οποίο δεν έχει την ατμόσφαιρα του νοσοκομείου⁷².

4.3 ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΙΑΤΡΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο ιατρικός τουρισμός απευθύνεται σε άτομα τα οποία αναζητούν την βελτίωση της υγείας τους, δηλαδή σε ασθενείς οι οποίοι στην πλειοψηφία των περιπτώσεων διενεργούν μια σειρά επεμβάσεων ή θεραπειών έτσι ώστε να μπορέσουν να αντιμετωπίσουν τα σοβαρά προβλήματα υγείας. Ουσιαστικά ο ιατρικός τουρισμός σκοπεύει στην υποστήριξη των ασθενών οι οποίοι επιθυμούν να συνδυάσουν και τις διακοπές τους.

Πραγματοποιείται από κρατικούς φορείς σε συνεργασία με τουριστικούς και ασφαλιστικούς φορείς, καθώς και από εξειδικευμένα ιδιωτικά ιατρικά κέντρα τα οποία λειτουργούν και ως τουριστικές επιχειρήσεις σε συνεργασία με ασφαλιστικούς φορείς και ξενοδοχεία. Ο χαρακτήρας των δραστηριοτήτων οι οποίες προσφέρονται στους ασθενείς είναι ιατρικός, πολιτιστικός, εκπαιδευτικός, ψυχαγωγικός, αθλητικός κ.λπ.⁷³

⁷² Γρηγοράκος Λεωνίδας (2012), «*Ιατρικός θεραπευτικός τουρισμός*», <http://www.iatronet.gr/ygeia/pathologia/article/17787/iatrikos-therapeftikos-toyrismos.html>

⁷³ Κοκκώσης Χάρης & Τσάρτας Πάρις & Ελευθερία Γκρίμπα (2011), «*Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού, ζήτηση και προσφορά νέων προϊόντων τουρισμού, Τουρισμός & αναψυχή*», εκδόσεις Κριτική, σελίδα: 355.

Φυσικά ο ιατρικός τουρισμός είναι μια έννοια η οποία χαρακτηρίζεται από αντίφαση, καθώς η συνύπαρξη του τουρισμού και της νοσηλείας αποτελεί ένα αφύσικο και περίεργο γεγονός. Ο τουρισμός πραγματοποιείται με την διαμονή σε ένα τουριστικό κατάλυμα ενώ η νοσηλεία γίνεται σε νοσηλευτικό ίδρυμα. Έτσι, αυτές οι δύο εντελώς διαφορετικές δραστηριότητες του ανθρώπου έρχονται σε σύγκρουση, καθώς ο τουρισμός απαιτεί καλή σωματική και ψυχική υγεία.

Ο τουρισμός έχει ορισμένα χαρακτηριστικά στοιχεία, όπως η αναψυχή, ο ελεύθερος χρόνος και είναι οικειοθελής δραστηριότητα, ενώ η νοσηλεία χαρακτηρίζεται από την αντιμετώπιση του προβλήματος, δεν αποτελεί αναψυχή και είναι αναγκαστική δραστηριότητα. Επομένως, καθώς ο τουρισμός σχετίζεται με την ελεύθερη επιλογή, την ευχαρίστηση και την απόλαυση, ενώ η νοσηλεία συνδέεται με τον καταναγκασμό και την δυστυχία, αυτές οι δύο έννοιες έρχονται σε πλήρη αντίθεση⁷⁴.

4.4 ΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΚΑΙ ΟΙ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΤΟΥ ΙΑΤΡΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Με τον ιατρικό τουρισμό, καθορίζεται η παροχή ανταγωνιστικής ιδιωτικής ιατρικής φροντίδας σε συνδυασμό με την βιομηχανία του τουρισμού σε επισκέπτες-ασθενείς οι οποίοι χρειάζονται χειρουργικές επεμβάσεις ή άλλες εξειδικευμένες μορφές θεραπείας εκτός της χώρας μόνιμης κατοικίας τους. Οι κύριες κατηγορίες του είναι οι παρακάτω:

- Η διαχείριση επειγόντων περιστατικών υγείας ή τακτικών υγειονομικών αναγκών του επισκέπτη κατά τη διαμονή του στον τόπο προορισμού.
- Ο ιατρικός τουρισμός επιλογής, κατά τον οποίο ασθενής επιλέγει την μετακίνηση εκτός της χώρας μόνιμης κατοικίας του, προκειμένου η χώρα προορισμού να του παράσχει μια συγκεκριμένη ιατρική υπηρεσία, λαμβάνοντας υπόψη ορισμένους παράγοντες όπως για παράδειγμα το κόστος και την ποιότητα της παρεχόμενης υπηρεσίας, τον χρόνο αναμονής στην χώρα μόνιμης διαμονής του για την παροχή αυτή της ιατρικής υπηρεσίας, την ανάγκη συνδυασμού της ιατρικής φροντίδας με την ψυχαγωγία και το ταξίδι κ.λπ.

⁷⁴ Μοίρα Πολυξένη & Μυλωνόπουλος Δημήτριος (2014), «Τουρισμός υγείας και ταξίδι υγείας. Κοινωνιολογική προσέγγιση και εννοιολογική διασαφήνιση», σελίδα: 14, http://e-jst.teiath.gr/issue_35/Moira_35.pdf

Οι χώρες οι οποίες έχουν παράδοση στον ιατρικό τουρισμό, έχουν προβεί στην διαμόρφωση και παροχή πακέτων που αφορούν οφθαλμολογικές επεμβάσεις, ορθοπεδικές επεμβάσεις, αντιμετώπιση καρδιοπαθειών, εξωσωματική γονιμοποίηση κ.λπ. Πλέον, οι σύγχρονες τάσεις ωθούν τον τουρισμό να στραφεί σε ειδικούς πληθυσμούς, όπως για παράδειγμα σε πάσχοντες από χρόνιες ασθένειες, σε άτομα της τρίτης ηλικίας κ.λπ., Έτσι, διαμορφώνουν επαρκείς και κατάλληλες συνθήκες υποδοχής αυτών των τουριστικών ομάδων με τις συγκεκριμένες ιατρικές ανάγκες και σε συνδυασμό με τις τουριστικές υποδομές, οι χώρες υποδοχής καλούνται να ανταποκριθούν σε αυτήν την πρόκληση⁷⁵.

Διαχείριση επειγόντων περιστατικών υγείας ή τακτικών υγειονομικών αναγκών:

Όσον αφορά την διαχείριση των έκτακτων ή τακτικών υγειονομικών αναγκών των τουριστών, μιλώντας πάντα για τον ιατρικό τουρισμό, παρέχεται η δυνατότητα πραγματοποίησης ταξιδιών, χωρίς εμπόδια, σε τουριστικούς προορισμούς που επιθυμούν, σε άτομα τα οποία χρειάζονται διαχρονική ιατρική υποστήριξη, όπως για παράδειγμα οι πάσχοντες από νεφρική ανεπάρκεια ή καρκίνο, λαμβάνοντας παράλληλα τις αναγκαίες ιατρικές υπηρεσίες παρακολούθηση ή θεραπείας.

Ορισμένες από τις κατηγορίες των επισκεπτών οι οποίες έχουν την ανάγκη συστηματικής ιατρικής και φαρμακευτικής φροντίδας είναι οι νεφροπαθείς, οι καρκινοπαθείς, οι καρδιοπαθείς, τα άτομα με αιματολογικά νοσήματα, τα άτομα τρίτης ηλικίας κ.λπ. Επομένως, είναι απαραίτητη η συνεργασία των φορέων της υγείας και του τουρισμού, προκειμένου να ικανοποιηθούν οι ανάγκες αυτών των ομάδων και ειδικότερα η συνεργασία των ιδιωτικών φορέων υγείας με τα ταξιδιωτικά γραφεία και τις ξενοδοχειακές μονάδες⁷⁶.

⁷⁵ Δοξιάδης Αρίστος & Κατσάπη Αγγελική & Σουλιώτης Κυριάκος (2012), «Ανάπτυξη του ιατρικού τουρισμού στην Ελλάδα», σελίδα: 14, <http://www.grhotels.gr/GR/BussinessInfo/News/Lists/List/Attachments/360/MEDICAL%20TOURISM%20FINAL%20ALL.pdf>

⁷⁶ Δοξιάδης Αρίστος & Κατσάπη Αγγελική & Σουλιώτης Κυριάκος (2012), «Ανάπτυξη του ιατρικού τουρισμού στην Ελλάδα», σελίδα: 15, <http://www.grhotels.gr/GR/BussinessInfo/News/Lists/List/Attachments/360/MEDICAL%20TOURISM%20FINAL%20ALL.pdf>

Ιατρικός τουρισμός επιλογής

Την σημερινή εποχή, οι κύριοι τομείς υπηρεσιών του ιατρικού τουρισμού επιλογής είναι η αισθητική-πλαστική χειρουργική, η οδοντιατρική, η οφθαλμολογικές παρεμβάσεις, η καρδιολογία, η ορθοπεδικές παρεμβάσεις, η θεραπεία καρκίνου, η παροχή υπηρεσιών προς νεφροπαθείς, οι μεταμοσχεύσεις οργάνων, η εξωσωματική γονιμοποίηση κ.λπ.⁷⁷

Υπηρεσίες ιατρικού τουρισμού:

Ο ιατρικός τουρισμός αποτελείται από μια σύνθεση διαφόρων υπηρεσιών, όπου οι συμμετέχοντες είναι οι παρακάτω:

- Οι πάροχοι υγείας οι οποίοι είναι τα νοσοκομεία και οι κλινικές, τα κέντρα αποκατάστασης, οι γιατροί και οι νοσηλευτές.
- Οι πάροχοι υπηρεσιών φιλοξενίας και μεταφοράς, οι οποίοι είναι οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, οι αεροπορικές εταιρείες κ.λπ.
- Οι ασφαλιστικές επιχειρήσεις υγείας, όπως για παράδειγμα οι ιδιωτικές εταιρείες ασφάλισης και οι φορείς κοινωνικής ασφάλισης.
- Οι οργανισμοί πιστοποίησης παρεχόμενων υπηρεσιών του ιατρικού τουρισμού.
- Οι διαμεσολαβητές του ιατρικού τουρισμού (medical tourism facilitators)⁷⁸.

4.5 ΟΙ ΥΠΑΡΧΟΥΣΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΥΓΕΙΑΣ ΚΑΙ ΠΡΟΪΟΝΤΑ-ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΙΑΤΡΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ ΜΕ ΣΥΓΚΡΙΤΙΚΟ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑ

Ο δημόσιος ελληνικός τομέας υγείας κατέχει σημαντική δυναμικότητα, από την πλευρά υποδομών υγείας, σε αρκετά περιφερειακά νοσοκομεία, όπου δεν απασχολείται και πιθανόν να μπορούσε να αξιοποιήσει για την παροχή υπηρεσιών ιατρικού τουρισμού. Αυτά τα νοσοκομεία έχουν έλλειψη από προσωπικό, διαθέτουν αρκετές οργανωτικές και λειτουργικές

⁷⁷ Δοξιάδης Αρίστος & Κατσάπη Αγγελική & Σουλιώτης Κυριάκος (2012), «Ανάπτυξη του ιατρικού τουρισμού στην Ελλάδα», σελίδα: 15, <http://www.grhotels.gr/GR/BussinessInfo/News/Lists/List/Attachments/360/MEDICAL%20TOURISM%20FINAL%20ALL.pdf>

⁷⁸ Optimumsolutions.gr, «Ιατρικός τουρισμός - εξειδίκευση με προοπτική», <http://optimumsolutions.gr/%CE%B9%CE%B1%CF%84%CF%81%CE%B9%CE%BA%CE%BF%CF%82-%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CE%BF%CF%82/>

αδυναμίες και πάσχουν από έλλειψη ξενοδοχειακής υποδομής, προκειμένου να μπορέσουν να φιλοξενήσουν επισκέπτες μέσω του ιατρικού τουρισμού.

Το θεσμικό πλαίσιο της χώρας μας και οι εργασιακές σχέσεις προσαρμόζονται δύσκολα σε νέες συνθήκες και επομένως, με τα τωρινά δεδομένα, τα δημόσια νοσοκομεία της Ελλάδας δεν έχουν την ικανότητα πιστοποίησης για την παροχή ιατρικού τουρισμού.

Από την άλλη, ο ιδιωτικός τομέας υγείας διαθέτει κάποια συγκροτήματα νοσοκομείων και ιατρικών μονάδων με σχετικά καλή διοίκηση, καλούς γιατρούς και σωστές υποδομές. Με την υπερεπένδυση που έχει γίνει στις ανάγκες της ελληνικής αγοράς και καθώς αυτή βρίσκεται σε κρίση, ψάχνουν για νέες αγορές. Τα τελευταία χρόνια, έφτασαν αρκετοί ασθενείς στα ιδιωτικά νοσοκομεία και κλινικές εξαιτίας της αναταραχής στον αραβικό κόσμο. Όμως αυτή η εισροή των ασθενών δεν επήλθε ως αποτέλεσμα μιας συστηματικής στρατηγικής, η οποία πρέπει οπωσδήποτε να σχεδιαστεί.

Επίσης, η χώρα μας διαθέτει αρκετά ιδιωτικά διαγνωστικά κέντρα και ιατρεία τα οποία υποαπασχολούνται, καθώς ο αριθμός των ιατρικών κέντρων και των γιατρών συγκριτικά με το σύνολο του πληθυσμού της είναι υψηλός. Γενικότερα, ο κλάδος υγείας στην Ελλάδα ως πάροχος ιατρικού τουρισμού έχει: καλές κτιριακές υποδομές αλλά και καλό εξοπλισμό, αρκετούς καλούς και εξειδικευμένους γιατρούς σε πολλούς τομείς, ενώ από την άλλη πλευρά έχει ορισμένες αδυναμίες οι οποίες εντοπίζονται κυρίως στην οργάνωση και στις διαδικασίες, στο μάρκετινγκ και στο θεσμικό πλαίσιο που ορίζει τον ιατρικό τουρισμό⁷⁹.

Παρά τις αδυναμίες που προαναφέρθηκαν, στην Ελλάδα υφίστανται ορισμένες κατηγορίες ιατρικών υπηρεσιών όπου παρουσιάζεται συγκριτικό πλεονέκτημα έναντι των άλλων χωρών, στις οποίες υπάρχει η δυνατότητα εξειδίκευσης μελλοντικά για την ανάπτυξη του ιατρικού τουρισμού.

Έτσι, η Ελλάδα έχει την δυνατότητα εξειδίκευσης σε ορισμένες ιατρικές υπηρεσίες, οι οποίες αν συνδυαστούν κατάλληλα με τον παραδοσιακό τουρισμό, πιθανόν να υπάρξει διεύρυνση των ομάδων όπου απευθύνεται ο ιατρικός τουρισμός. Επομένως, τα

⁷⁹ Δοξιάδης Αρίστος & Κατσάπη Αγγελική & Σουλιώτης Κυριάκος (2012), «Ανάπτυξη του ιατρικού τουρισμού στην Ελλάδα», σελίδα: 8, <http://www.grhotels.gr/GR/BussinessInfo/News/Lists/List/Attachments/360/MEDICAL%20TOURISM%20FINAL%20ALL.pdf>

δημοφιλέστερα είδη ιατρικού τουρισμού τα οποία δύνανται να προσφερθούν στην Ελλάδα παρουσιάζονται είναι τα παρακάτω:

- ⊕ Αιμοκάθαρση.
- ⊕ Αποκατάσταση-αποθεραπεία.
- ⊕ Εξωσωματική γονιμοποίηση.
- ⊕ Ιαματικά λουτρά.
- ⊕ Εξειδικευμένες θεραπείες σε τριτοβάθμια νοσοκομεία⁸⁰.

Αιμοκάθαρση:

Σχετικά με την αιμοκάθαρση, υφίσταται καλή γεωγραφική κάλυψη από τα ελληνικά δημόσια νοσοκομεία, αλλά είναι απαραίτητη η ειδική ρύθμιση και οργάνωση έτσι ώστε να μπορέσουν να προσφερθούν οι υπηρεσίες τους σε επισκέπτες-ασθενείς. Από την άλλη, ο ιδιωτικός τομέας καλύπτει την Αθήνα, την Θεσσαλονίκη, την Κρήτη και την Ρόδο και ήδη παρέχονται ιατρικές υπηρεσίες στους τουρίστες. Επομένως, αυτό το τμήμα της αγοράς έχει την δυνατότητα επέκτασης με σχετική ευκολία.

Οι χρόνιοι νεφροπαθείς, κατά την διάρκεια παραμονής τους σε κάποιο άλλο κράτος-μέλος εκτός από αυτό της μόνιμης κατοικίας τους, δικαιούνται να τους προσφερθεί κάθε απαραίτητη αγωγή βάσει της ιατρικής τους κατάστασης. Στην περίπτωση όπου η ειδική ιατρική παρακολούθηση ή εξειδικευμένες τεχνικές και εξοπλισμός είναι απαραίτητα, είναι πρόβλημα η οργάνωση της παραμονής σε μια άλλη χώρα, να γίνεται από πριν, προκειμένου να υπάρξει εξασφάλιση της πρόσβασης του επισκέπτη-ασθενή σε ένα ασφαλές, αξιόπιστο και κατάλληλα εξοπλισμένο και οργανωμένο κέντρο αιμοκάθαρσης.

Στην χώρα μας, στις περιπτώσεις των νεφροπαθών, υπάρχει η δυνατότητα κάλυψης των εξόδων μετακίνησης από τον τόπο διακοπών τους στο κοντινότερο κέντρο αιμοκάθαρσης. Όμως, δυστυχώς η Ελλάδα πάσχει από τον συνδυασμό των παροχών τουριστικών πακέτων και

⁸⁰ Δοξιάδης Αρίστος & Κατσάπη Αγγελική & Σουλιώτης Κυριάκος (2012), «Ανάπτυξη του ιατρικού τουρισμού στην Ελλάδα», σελίδα: 9, <http://www.grhotels.gr/GR/BussinessInfo/News/Lists/List/Attachments/360/MEDICAL%20TOURISM%20FINAL%20ALL.pdf>

υπηρεσιών αιμοκάθαρσης, παρόλο που πολλοί από τους παρόχους έχουν ήδη προσανατολιστεί προς την προσέλκυση τέτοιου είδους τουριστών⁸¹.

Χαρακτηριστικό παράδειγμα κέντρου αιμοκάθαρσης αποτελεί ο Όμιλος Νεφρολογικών Κέντρων Mesogeios, ο οποίος με αφετηρία το Ηράκλειο Κρήτης, έχει ως στόχο την ικανοποίηση των αναγκών ασθενών οι οποίοι χρήζουν αιμοκάθαρσης, παρέχοντας υπηρεσίες οι οποίες να καλύπτουν όλες τους κατά το δυνατόν τις προσδοκίες. Το δίκτυο αυτό, εξαπλώθηκε στις Σέρρες, στην Καλαμάτα, στη Χαλκίδα, στο Παλαιό Φάληρο και στην Παλλήνη.

Ουσιαστικά, ο σκοπός των μονάδων αιμοκάθαρσης του Mesogeios είναι να προσφέρουν στον κάθε ασθενή ξεχωριστά, την ασφάλεια και την ποιότητα που χρειάζονται στην αιμοκάθαρση, κοντά στον μόνιμο τόπο κατοικίας τους με παράλληλη εκπλήρωση των διακοπών τους σε ορισμένες από αυτές τις περιοχές.

Επιγραμματικά οι υπηρεσίες οι οποίες προσφέρονται είναι: **(α)** διαρκής παρακολούθηση από καρδιολόγο και άμεση λύση σε προβλήματα αγγειακών προσπελάσεων, **(β)** συνεργασία με το θεραπευτικό κέντρο Αθηνών Λευκός Σταυρός, **(γ)** παρακολούθηση από κοινωνικό λειτουργό, ψυχολόγο και διατροφολόγο, **(δ)** τουριστικό γραφείο για τους ασθενείς-τουρίστες για την παροχή πληροφοριών στις μονάδες εκτός Αθηνών και **(ε)** συμβάσεις με όλους τους ασφαλιστικούς οργανισμούς⁸².

Παρακάτω θα παρουσιαστούν τα πιο σημαντικά στοιχεία της συνέντευξης από την κυρία Μαρία Μέλλιου⁸³, η οποία πραγματοποιήθηκε στα πλαίσια αυτής της εργασίας. Τα νεφρολογικά κέντρα Mesogeios παρέχουν αυτό το είδος τουρισμού, τον ιατρικό τουρισμό, εδώ και 15 χρόνια. Οι ασθενείς-τουρίστες είναι κατά κύριο λόγο ομογενείς οι οποίοι δεν είχαν την δυνατότητα παλιότερα να επισκεφτούν τα μέρη τους. Είναι συμβεβλημένα με τον Ε.Ο.Π.Υ.Υ. και επομένως όλα τα έξοδα της αιμοκάθαρσης καλύπτονται από τον ασφαλιστικό φορέα δίχως κανένα επιπλέον κόστος. Οι κύριες χώρες προέλευσης των ασθενών-τουριστών είναι η Αγγλία, η Γερμανία, το Βέλγιο, η Σουηδία, η Φινλανδία και η Νορβηγία.

⁸¹ Δοξιάδης Αρίστος & Κατσάπη Αγγελική & Σουλιώτης Κυριάκος (2012), «Ανάπτυξη του ιατρικού τουρισμού στην Ελλάδα», σελίδες: 9 & 94 – 96, <http://www.grhotels.gr/GR/BussinessInfo/News/Lists/List/Attachments/360/MEDICAL%20TOURISM%20FINAL%20ALL.pdf>

⁸² www.mesogeios.gr (2015), «Υπηρεσίες» <http://www.mesogeios.gr/ypiresies>

⁸³ Υπεύθυνη Δημοσίων Σχέσεων των νεφρολογικών κέντρων "Mesogeios"

Αναφορικά με το κέντρο Mesogeios στο Ηράκλειο Κρήτης, το μέσο κόστος ανά πελάτη στοιχίζει περίπου 121€ ανά κλασική επίσκεψη με τον Ε.Ο.Π.Υ.Υ. και για κάθε επισκέπτη εκτός Ελλάδας το κόστος ποικίλλει αναλόγως της ασφάλειας του ασθενή-επισκέπτη. Προσφέρονται κατά μέσο όρο πέντε αιμοκαθάρσεις εντός δέκα ημερών διακοπών. Οι ασθενείς-τουρίστες, οι οποίοι είναι περίπου 350-500 ετησίως, επισκέπτονται τα κέντρα κυρίως τις περιόδους από Μάιο ως Ιούνιο και από Σεπτέμβριο ως Οκτώβριο για την αποφυγή της ζέστης. Αξιοσημείωτο είναι ότι υπάρχουν 107 μόνιμοι ασθενείς στον νομό Ηρακλείου.

Αυτό που καθιστά ξεχωριστό τον Όμιλο Νεφρολογικών Κέντρων Mesogeios είναι η οργάνωση, η άμεση ανταπόκριση σε αιτήματα, η άριστη εξυπηρέτηση και ποιότητα και οι εξειδικευμένοι ιατροί. Επίσης, υπάρχει ειδική ιατρός παιδονεφρολόγος η οποία καθορίζει την θεραπεία για μικρούς ασθενείς, ενώ υπάρχουν ξεχωριστοί χώροι σε ηπατίτιδα Β και C για λόγους αποστείρωσης και ασφάλειας.

Δυστυχώς όμως, η Κρήτη είναι σε γενικό επίπεδο ακριβότερη για τουρισμό από την Κρήτη και την Ισπανία και έτσι υπάρχει μεγάλος ανταγωνισμός. Επίσης, δεν υπάρχει στήριξη στην προώθηση, παρά μόνο γίνονται ορισμένες στοχευμένες κινήσεις από τους ίδιους τους νεφροπαθείς με δικό τους περίπτερο, διαφημίσεις, περιοδικά κ.λπ.

Αποκατάσταση- αποθεραπεία:

Τα κέντρα αποκατάστασης στην Ελλάδα, διαθέτουν υποδομές εξαιρετικά υψηλού επιπέδου, προηγμένης τεχνολογίας εξοπλισμό και είναι στελεχωμένα από άρτια εξειδικευμένο επιστημονικό προσωπικό. Είναι μοναδικά στο είδος στα Βαλκάνια και σπάνια για την Ευρώπη, καθώς στα υποτιθέμενα κέντρα αποκατάστασης στην Σερβία και στην Κροατία, παρόλο που έχουν υψηλή κατάταξη στην κλίμακα του ιατρικού τουρισμού, το εύρος των υπηρεσιών αποκατάστασης που παρέχουν είναι περιορισμένο συγκριτικά με τα αντίστοιχα ελληνικά.

Από άποψη ποιότητας, υπάρχουν μερικά παρόμοια στη Γερμανία και στην Ελβετία, με υψηλή εξειδίκευση αλλά με υψηλό κόστος. Επομένως, υπάρχουν προοπτικές για την δημιουργία και ανάπτυξη του ιατρικού τουρισμού στην χώρα μας όσον αφορά την αποκατάσταση- αποθεραπεία, κυρίως στην κεντρική και βόρεια Ελλάδα.

Εξωσωματική γονιμοποίηση:

Πολλά ζευγάρια επισκέπτονται την Ελλάδα για να καταφέρουν να αποκτήσουν παιδιά μέσω της εξωσωματικής γονιμοποίησης, καθώς υφίστανται αντικειμενικά υψηλά ποσοστά επιτυχίας των μονάδων, υπάρχει ευνοϊκή νομοθεσία (επιτρέπεται η δωρεά ωαρίων, επιβάλλεται η ανωνυμία της δότριας και προβλέπεται χρηματική αποζημίωση) συγκριτικά με άλλες χώρες της Ευρώπης και οι πιθανότητες εύρεσης ξένων ωαρίων είναι υψηλές. Η πλειοψηφία των ιδιωτικών κέντρων βρίσκεται στην Αθήνα, στην Θεσσαλονίκη, στην Πάτρα και στην Κρήτη⁸⁴.

Ιαματικά λουτρά:

Η ιστορία των ιαματικών λουτρών στην χώρα μας συνδέεται άμεσα με την ελληνική ιστορία, καθώς οι αρχαίοι Έλληνες ήταν από τους πρώτους οι οποίοι έκαναν χρήση των λουτρών και οι αρχαίοι Έλληνες γιατροί, ιστορικοί και γεωγράφοι ήταν οι πρώτοι οι οποίοι ασχολήθηκαν με τις πηγές και τα μεταλλικά νερά.

Μόλις από τον 13ο αιώνα π.Χ, στα Ασκληπεία, έκαναν χρήση των λουτρών για θεραπευτικούς λόγους, καθώς οι θεραπευτικές ιδιότητες ορισμένων πηγών, όπως για παράδειγμα της Αιδηψού, ήταν γνωστές από την αρχαιότητα. Η Ελλάδα θεωρείται ότι διαθέτει τον μεγαλύτερο αριθμό ιαματικών πηγών συγκριτικά με τις άλλες χώρες της Ευρώπης, καθώς τα ιαματικά λουτρά έχουν ευρεία γεωγραφική διασπορά. Μερικά από τα πιο δημοφιλή ιαματικές λουτρά είναι της Αιδηψού, του Λουτρακίου, της Ικαρίας, του Καϊάφα, της Τραϊανούπολης, του Πόζαρ, του Σιδηροκάστρου κ.λπ.

Φυσικά, για να τεκμηριωθεί η θεραπευτική αξία τους, είναι απαραίτητη η πραγματοποίηση κάποιων κλινικών μελετών. Στην περίπτωση που αποδειχθεί αυτή η αξία, τότε το ιαματικό λουτρό μπορεί να αξιοποιηθεί με τις κατάλληλες ιατρικές και τουριστικές υποδομές.

⁸⁴ Δοξιάδης Αρίστος & Κατσάπη Αγγελική & Σουλιώτης Κυριάκος (2012), «Ανάπτυξη του ιατρικού τουρισμού στην Ελλάδα», σελίδες: 97 – 99, <http://www.grhotels.gr/GR/BussinessInfo/News/Lists/List/Attachments/360/MEDICAL%20TOURISM%20FINAL%20ALL.pdf>

Η πλειοψηφία των λουτροπόλεων έχουν επιτύχει τον συνδυασμό ήρεμων διακοπών με καλό κλίμα και μπάνια στις θερμές πηγές με τις θεραπευτικές ιδιότητες. Η πλειοψηφία από τις ιαματικές πηγές επιτυγχάνουν τον συνδυασμό του βουνού και της θάλασσας με θερμό κλίμα κατά την διάρκεια των περισσότερων μηνών. Έτσι, οι ιαματικές πηγές, εκτός από την θεραπεία που παρέχουν, είναι και ένα μέσο ανάπαυσης και αναζωογόνησης για τον επισκέπτη, επιτυγχάνοντας τον συνδυασμό της θεραπείας με της διακοπές.⁸⁵

Εξειδικευμένες θεραπείες σε Τριτοβάθμια Νοσοκομεία:

Τα ιδιωτικά τριτοβάθμια νοσοκομεία (νοσοκομεία που διαθέτουν αποδεδειγμένα την υποδομή, την εξειδίκευση και την επιστημονική υπεροχή που απαιτούνται), βρίσκονται στην Αθήνα και στην Θεσσαλονίκη, ενώ τα δημόσια ναί μεν έχουν μεγαλύτερο γεωγραφικό εύρος αλλά δεν διαθέτουν αρκετούς ειδικούς γιατρούς. Δυστυχώς, μόνο τα πανεπιστημιακά νοσοκομεία στην Πάτρα, στο Ηράκλειο, στα Ιωάννινα, στην Λάρισα και στην Αλεξανδρούπολη, διαθέτουν τους κατάλληλους γιατρούς οι οποίοι έχουν την δυνατότητα να εξυπηρετήσουν τον ιατρικό τουρισμό για τριτοβάθμια θεραπεία.

Επομένως, όσον αφορά τον ιδιωτικό τομέα, χρειάζεται κατάλληλη διεθνή προβολή και δικτύωση. Από την άλλη πλευρά, όσον αφορά τον δημόσιο τομέα, χρειάζονται οργανωτικές και θεσμικές αλλαγές, καθώς και επενδύσεις, προκειμένου να αναβαθμιστούν οι υποδομές σε κτιριακό, ξενοδοχειακό και ιατροτεχνολογικό επίπεδο και να γίνουν αξιόπιστες και ανταγωνιστικές διεθνώς⁸⁶.

Παρεχόμενες υπηρεσίες:

Γενικότερα, η Ελλάδα έχει την δυνατότητα να παρέχει διεθνώς ανταγωνιστικές υπηρεσίες, σχετικά σε σύντομο χρονικό διάστημα και δίχως σοβαρές επενδύσεις σε πάγιο εξοπλισμό, στους παρακάτω έξι τομείς:

⁸⁵ Καρατζά Ελένη (2014), «*Ιαματικά λουτρά της Ελλάδας*», <http://www.enet.gr/?i=news.el.article&id=423706>

⁸⁶ Δοξιάδης Αρίστος & Κατσάπη Αγγελική & Σουλιώτης Κυριάκος (2012), «*Ανάπτυξη του ιατρικού τουρισμού στην Ελλάδα*», σελίδα: 9, <http://www.grhotels.gr/GR/BussinessInfo/News/Lists/List/Attachments/360/MEDICAL%20TOURISM%20FINAL%20ALL.pdf>

- ❁ Επιλεκτικός ιατρικός τουρισμός, όσον αφορά εξειδικευμένες ιατρικές παρεμβάσεις από τα τριτοβάθμια νοσοκομεία του ιδιωτικού τομέα, κατά κύριο λόγο στην Αθήνα και στην Θεσσαλονίκη αλλά και στα δημόσια πανεπιστημιακά νοσοκομεία σε άλλες πόλεις.
- ❁ Αποκαταστατικός και γηριατρικός τουρισμός, όπου τα κέντρα αποκατάστασης συνεργάζονται με ξενοδοχειακές επιχειρήσεις με σκοπό την προώθηση πακέτων αποκαταστατικού τουρισμού, κατά κύριο λόγο στην κεντρική και βόρεια Ελλάδα.
- ❁ Ιατρικός τουρισμός εξωσωματικής και υποβοηθούμενης γονιμοποίησης, όπου τα κέντρα γονιμοποίησης συνεργάζονται με ξενοδοχειακές επιχειρήσεις σχεδόν σε όλη την Ελλάδα
- ❁ Οφθαλμολογία-Αισθητική δερματολογία και πλαστική χειρουργική.
- ❁ Λουτροπόλεις-Κέντρα αποκατάστασης-Προσκεείμενες υποδομές φιλοξενίας τουρισμού ομάδων ειδικών κατηγοριών πελατών, όπως για παράδειγμα άτομα που πάσχουν από μυοσκελετικές παθήσεις, νευρολογικές παθήσεις, άτομα τρίτης ηλικίας κ.λπ. σχεδόν σε όλη την Ελλάδα.
- ❁ Τουρισμός αιμοκάθαρσης, όπου οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις συνεργάζονται με κέντρα αιμοκάθαρσης, προβάλλοντας τις συνεργασίες, έτσι ώστε οι ξενοδοχειακές μονάδες να μπορούν να απευθυνθούν και σε μία ακόμα ομάδα πιθανόν επισκεπτών και να διαφημιστούν σε μεγαλύτερο εύρος πελατών στην Αθήνα, στην Θεσσαλονίκη, στην Κρήτη και στην Ρόδο⁸⁷.

4.6 ΟΙ ΒΑΣΙΚΟΙ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΙ ΓΙΑ ΙΑΤΡΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Ο ιατρικός τουρισμός εξελίσσεται σε μια ταχέως αναπτυσσόμενη βιομηχανία, με χώρες στην Ευρώπη, στην Ασία και στην Νότιο Αμερική, οι οποίες όλες γνώρισαν τεράστια επιτυχία παρέχοντας ιατρικές υπηρεσίες σε ανθρώπους των οποίων η χώρα μόνιμης κατοικίας τους είναι διαφορετική από αυτές. Μερικοί από αυτούς αναζητούν ιατρική περίθαλψη εκτός των

⁸⁷ www.iatrikostypos.com (2012), «*Το ΞΕΕ προτείνει 6 προγράμματα για τον ιατρικό τουρισμό*», <http://www.iatrikostypos.com/ellada-%CE%BA2/politiki-tis-ygeias/to-%CE%BE%CE%B5%CE%B5-%CF%80%CF%81%CE%BF%CF%84%CE%B5%CE%AF%CE%BD%CE%B5%CE%B9-6-%CF%80%CF%81%CE%BF%CE%B3%CF%81%CE%AC%CE%BC%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B1-%CE%B3%CE%B9%CE%B1-%CF%84%CE%BF%CE%BD-%CE%B9%CE%B1%CF%84%CF%81%CE%B9%CE%BA%CF%8C-%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C>

συνόρων της χώρας μόνιμης κατοικίας και εργασίας τους, λόγω του χαμηλότερου κόστους, ενώ κάποιοι από αυτούς είναι μετανάστες οι οποίοι επιστρέφουν στην πατρίδα τους για ιατρική και φαρμακευτική περίθαλψη.

Επίσης, πολλές από αυτές τις χώρες προσφέρουν κάτι περισσότερο εκτός από την ιατρική περίθαλψη, καθώς συνδυάζουν την εμπειρία τους με άλλες ανέσεις, συμπεριλαμβανομένων ορισμένων τουριστικών ευκαιριών, όπως για παράδειγμα θαλασσοθεραπίες κ.λπ. Οι πέντε κορυφαίοι προορισμοί παγκοσμίως για ιατρικό τουρισμό είναι οι παρακάτω:

- ✿ Μαλαισία.
- ✿ Ινδία.
- ✿ Τουρκία.
- ✿ Βραζιλία.
- ✿ Ταϊλάνδη⁸⁸.

Μαλαισία:

Η Μαλαισία βρίσκεται στην πρώτη θέση της παγκόσμιας κατάταξης των χωρών που είναι φιλικές προς την ιατρική περίθαλψη επισκεπτών-τουριστών, καθώς δέχεται περισσότερους από μισό εκατομμύριο επισκέπτες κάθε χρόνο. Θετικό είναι το γεγονός ότι μεγάλο μέρος του πληθυσμού της χώρας γνωρίζουν και μιλάνε την αγγλική γλώσσα και έτσι είναι πιο εύκολη η συνεννόηση και η διαμονή τους.

Ο ιατρικός τουρισμός στην Μαλαισία ουσιαστικά ήταν ένας τρόπος για την ενίσχυση της οικονομίας της και την διαφοροποίηση της, κατά την διάρκεια της ασιατικής οικονομικής κρίσης. Τα νοσοκομεία της είναι γνωστά για την εξωσωματική γονιμοποίηση σε τιμές οι οποίες βρίσκονται σχεδόν 20% χαμηλότερα από τις τιμές σε άλλες χώρες. Επίσης, είναι γνωστά για την εκλεπτυσμένη και σωστή ιατρική περίθαλψη σε ασθενείς με εγκαύματα. Συγκεκριμένα, το “Prince Court Medical Center” στην Κουάλα Λουμπόρ κατετάγη ως το νούμερο ένα νοσοκομείο για ασθενείς χωρίς σύνορα “Patients Beyond Borders”.

⁸⁸ Stephens Crystal (2015), “Top 5 countries for medical tourism”, σελίδα: 1, <https://www.clements.com/sites/default/files/resources/Top-Five-Countries-for-Medical-Tourism.pdf>

Ινδία:

Μια πρόσφατη έκθεση της Deloitte προβλέπει ότι η ιατρική τουριστική αγορά της Ινδίας πρόκειται να αυξηθεί σε περίπου 4 δις δολάρια. Ένας από τους λόγους που αναπτύχθηκε ο ιατρικός τουρισμός στην Ινδία αποτελεί το γεγονός ότι ένα μεγάλος αριθμός ασθενών προέρχονται από γειτονικές χώρες, όπως για παράδειγμα το Πακιστάν, το Μπαγκλαντές, Μιανμάρ, οι οποίες προσφέρουν χαμηλότερης ποιότητας υπηρεσίες ιατροφαρμακευτικής περίθαλψης. Οι πιο δημοφιλείς λόγοι υγείας που μπορεί να κάνουν έναν ασθενή να επισκεφτεί την Ινδία είναι η εξωσωματική γονιμοποίηση, η μεταμόσχευση οργάνων, ορθοπεδικά, καρδιολογικά και ογκολογικά προβλήματα⁸⁹.

Τουρκία:

Τα ελκυστικά τοπία της Τουρκίας αποτελούν ένα φιλόξενο και δημοφιλές μέρος για εξειδικευμένους γιατρούς, οι οποίοι την έχουν βοηθήσει να γίνει ένας από τους αγαπημένους προορισμούς των ασθενών από την Ευρώπη και τις Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής. Οι κορυφαίες υπηρεσίες περιλαμβάνουν περίθαλψη όσον αφορά καρδιακή, ορθοπεδική φροντίδα και περίθαλψη σε καρκινοπαθείς, με περίπου 30.000 επισκέπτες οι οποίοι προέρχονται από σχεδόν εκατό διαφορετικές χώρες.

Επίσης, η Τουρκία έχει εδραιωθεί ως μία από τις κορυφαίες χώρες στον κόσμο, σε οφθαλμολογικά θέματα. Ειδικότερα, μια εγχείρηση laser και για τα δύο μάτια κοστίζει περίπου 1.100 δολάρια.

Βραζιλία:

Για τα άτομα τα οποία αναζητούν μια οικονομική λύση για πλαστική χειρουργική, η Βραζιλία είναι ο κορυφαίος προορισμός παγκοσμίως, καθώς περίπου 200.000 ασθενείς την επέλεξαν ως προορισμό πέρυσι για αισθητικές επεμβάσεις. Η εξοικονόμηση κόστους είναι τεράστια, αφού οι τιμές κυμαίνονται περίπου 30-50% χαμηλότερα από τις υπόλοιπες χώρες. Η κλινική “Ivo Pitanguy” στο Ρίο ντε Τζανέιρο είναι ευρέως γνωστή εδώ και πολλά χρόνια, καθώς

⁸⁹ Stephens Crystal (2015), “Top 5 countries for medical tourism”, σελίδα: 1 – 2, <https://www.clements.com/sites/default/files/resources/Top-Five-Countries-for-Medical-Tourism.pdf>

σε αυτήν έχουν πραγματοποιηθεί περισσότερες αισθητικές επεμβάσεις από οποιαδήποτε άλλη κλινική παγκοσμίως.

Ταϊλάνδη:

Άλλη μια χώρα η οποία είναι παγκοσμίως γνωστή για τις αισθητικές επεμβάσεις είναι η Ταϊλάνδη, όπου σχεδόν για είκοσι χρόνια, το διεθνές νοσοκομείο “Bumrungrad” στην Μπανγκόκ ασχολείται με την θεραπεία αλλοδαπών επισκεπτών-ασθενών. Σύμφωνα με τους ασθενείς χωρίς σύνορα, περίπου 1,2 εκατομμύρια ασθενείς επισκέφτηκαν την συγκεκριμένη κλινική το προηγούμενο έτος⁹⁰.

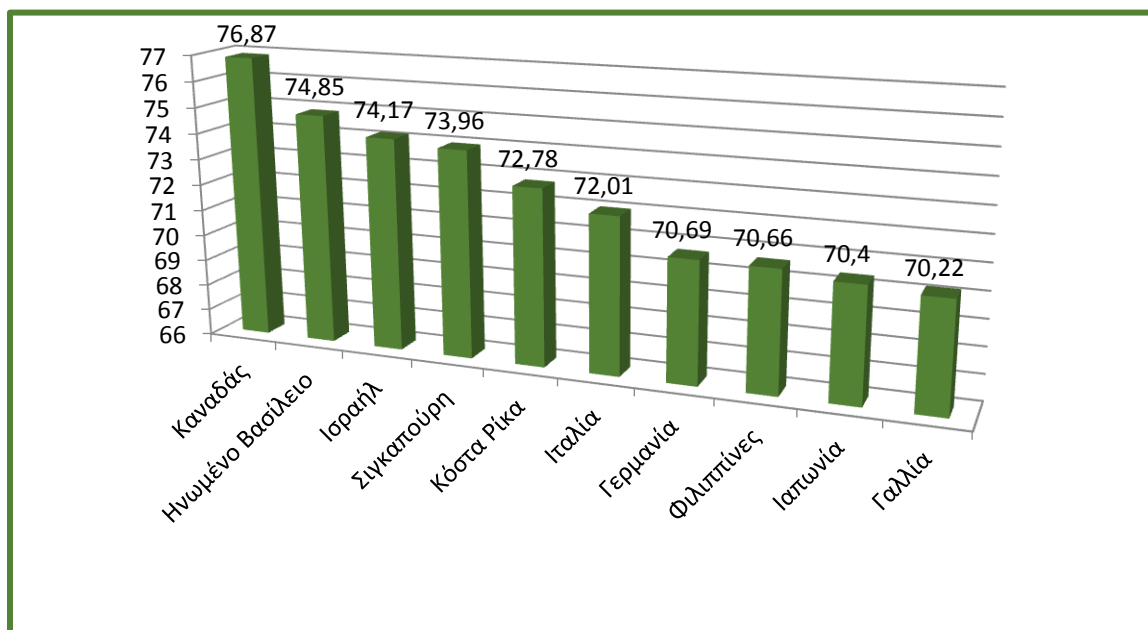
Στο παρακάτω γράφημα, παρουσιάζονται οι κορυφαίες δέκα χώρες σε επίπεδο ιατρικού τουρισμού για το 2014, σύμφωνα με τον Δείκτη Ιατρικού Τουρισμού. Όπως φαίνεται, ο Καναδάς αναδείχθηκε ο κορυφαίος προορισμός ιατρικού τουρισμού παγκοσμίως, για το έτος 2014, δεδομένου ότι παρείχε ένα ανεκτό κόστος ιατροφαρμακευτικής περίθαλψης σε συνδυασμό με ένα ασφαλές και πολιτιστικό περιβάλλον.

Ο Δείκτης Ιατρικού Τουρισμού (Medical Tourism Index), ο οποίος αναπτύχθηκε από το Διεθνές Κέντρο Ερευνών Ιατρικής Περίθαλψης (International Healthcare Research Center) και τον Οργανισμό Ιατρικού Τουρισμού (Medical Tourism Association), μέτρησε την ελκυστικότητα ενός προορισμού ή μιας χώρας, για το έτος 2014, βασισμένος σε τρεις βασικές διαστάσεις, συμπεριλαμβάνοντας το περιβάλλον, την βιομηχανία του ιατρικού τουρισμού, των εγκαταστάσεων και των υπηρεσιών⁹¹.

⁹⁰ Stephens Crystal (2015), “Top 5 countries for medical tourism”, σελίδα: 2, <https://www.clements.com/sites/default/files/resources/Top-Five-Countries-for-Medical-Tourism.pdf>

⁹¹ www.gulfbusiness.com (2015), “Top 10 medical tourism destinations in the world”, <http://www.gulfbusiness.com/articles/industry/revealed-top-10-medical-tourism-destinations-in-the-world/>

Γράφημα 1: Οι δέκα κορυφαίοι προορισμοί ιατρικού τουρισμού παγκοσμίως



Ίδια επεξεργασία

4.7 Η ΕΛΛΑΔΑ ΩΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΣ ΙΑΤΡΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Τον τελευταίο χρόνο, υφίσταται ο διπλασιασμός των αιτημάτων για ιατρικό τουρισμό στη Ελλάδα από άλλες χώρες. Η Ελλάδα έχει την δυνατότητα να καταφέρει να ξεχωρίσει και να διακριθεί σε έναν προορισμό ιατρικού τουρισμού σε παγκόσμιο επίπεδο, καθώς πρόσφατα στοιχεία έδειξαν ότι βρίσκεται στην 18η θέση, 85 χωρών οι οποίες διεκδικούν μια θέση στην παγκόσμια κατάταξη σχετικά με τον ιατρικό τουρισμό και στην 14η θέση ανάμεσα σε άλλους αναδυόμενους προορισμούς σε αυτόν τον τομέα.

Πρόσφατα, τον Οκτώβριο που μας πέρασε, ήταν η πρώτη φορά που η Ελλάδα κατάφερε να έχει μια αρκετά δυναμική και οργανωμένη παρουσία στην διεθνή έκθεση IMTEC 2015 στο Ντουμπάι, η οποία αποτελεί θεσμό για τον ιατρικό τουρισμό, με τη συμμετοχή των πέντε μελών της ΕΛΙΤΟΥΡ: του ομίλου ΙΑΣΩ, του ομίλου Ιατρικού Αθηνών, του ομίλου Euromedica, της Eurodentica Specialized Dental Care και της Zante Medical Care. Το ενδιαφέρον για τη χώρα μας και τις παρεχόμενες υπηρεσίες μας ήταν έντονο και αρκετά ενθαρρυντικό για το μέλλον.

Το Συμβούλιο Ελληνικού Ιατρικού Τουρισμού ΕΛΙΤΟΥΡ είναι μια μη κυβερνητική οργάνωση, η οποία έχει ως κυρίαρχο σκοπό την προώθηση και την ανάπτυξη του τουρισμού υγείας στην Ελλάδα καθώς και τη συνεργασία με αντίστοιχους φορείς άλλων χωρών και είναι ιδρυτικό μέλος του “Global Healthcare Travel Council”. Έχει επιτύχει την δημιουργία ενός συμπλέγματος αξιόπιστων και υπερσύγχρονων μονάδων υγείας και διαφόρων επιχειρήσεων, όπως για παράδειγμα αεροπορικές εταιρείες, ασφαλιστικές εταιρείες, τουριστικά γραφεία, ξενοδοχεία, διαφημιστικές επιχειρήσεις, εταιρείες πιστοποιήσεων κ.λπ., καλύπτοντας όλο το φάσμα του ιατρικού τουρισμού στην χώρα μας.

Η ΕΛΙΤΟΥΡ με το αξιόλογο έργο της και την υποστήριξη του Ελληνικό Οργανισμού Τουρισμού και του Υπουργείου Τουρισμού επιτυγχάνει την δημιουργία γερών βάσεων για την ανάπτυξη του πολλά υποσχόμενου και αναδυόμενου τομέα της ελληνικής οικονομίας, ιατρικού τουρισμού. Με αυτόν τον τρόπο, θεμελιώνονται οι μελλοντικές συνεργασίες, οι οποίες θα εδραιώσουν την Ελλάδα στο χάρτη και του ιατρικού τουρισμού.

Μελλοντικά, σχεδιάζονται διάφορες ενέργειες, όπως για παράδειγμα η διοργάνωση εκθέσεων σε Αθήνα, Ηράκλειο και Θεσσαλονίκη, η διοργάνωση του “Global Conference of Medical Tourism” το 2017 στην Ελλάδα, το διεθνές πρόγραμμα εκπαίδευσης για απόκτηση επαγγελματικής εξειδίκευσης σχετικά με τον ιατρικό τουρισμό στην Ελλάδα κ.λπ.⁹²

4.8 ΟΙ ΟΡΟΙ ΚΑΙ ΟΙ ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΑΡΟΧΗ ΙΑΤΡΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Στην χώρα μας ο ιατρικός τουρισμός διέπεται από την Κ.Υ.Α. 27217/26.11.2013, η οποία καθορίζει τους όρους και τις προϋποθέσεις που πρέπει να τηρεί ένας πάροχος για να μπορεί να ασκήσει την δραστηριότητα του ιατρικού τουρισμού. Έτσι, ως πάροχος ιατρικού τουρισμού ορίζεται ένας δημόσιος ή ιδιωτικός φορέας, ο οποίος παρέχει πρωτοβάθμια, δευτεροβάθμια και τριτοβάθμια φροντίδα υγείας, λειτουργεί νόμιμα και παρέχει υπηρεσίες ιατρικού τουρισμού βάσει των όρων και των προϋποθέσεων παρούσας Κ.Υ.Α., συνολικά ή τμηματικά ή κατά μονάδα.

⁹² Κουσουνης Στάθης (2014), «Σημαντικές προοπτικές για την ανάπτυξη του ιατρικού τουρισμού», <http://www.kathimerini.gr/794629/article/oikonomia/epixeirhseis/shmantikes-prooptikes-gia-thn-anapty3h-toy-iatrikoy-toyrismoy> & www.iatronet.gr (2015), «Elitour: εδραιώνεται η θέση της Ελλάδας στον παγκόσμιο χάρτη του ιατρικού τουρισμού», <http://www.iatronet.gr/eidiseis-nea/epistimi-zwi/news/33202/elitour-edraiwnetai-i-thesi-tis-elladas-ston-pagkosmio-xarti-toy-iatrikoy-toyrismoy.html>

Οι πάροχοι ιατρικού τουρισμού εγγράφονται υποχρεωτικώς στο Μητρώο Παρόχων Ιατρικού Τουρισμού, το οποίο τηρείται από τον Ελληνικό Οργανισμό Τουρισμού ηλεκτρονικά. Στο μητρώο αυτό καταχωρούνται όλα τα στοιχεία των παρόχων, οι ιατρικές υπηρεσίες που παρέχουν και τα δικαιολογητικά της παρ.1, άρθ.3. Έπειτα από την εγγραφή στο μητρώο, βάσει των διατάξεων του άρθ.3, πραγματοποιείται η χορήγηση ειδικού σήματος ιατρικού τουρισμού στους παρόχους.

Έτσι, βάσει του άρθ.3, προκειμένου να χορηγηθεί το ειδικό σήμα ιατρικού τουρισμού είναι απαραίτητα τα παρακάτω δικαιολογητικά: η βεβαίωση λειτουργίας του φορέα παροχής φροντίδας υγείας, η βεβαίωση πιστοποίησης του από εξειδικευμένο φορέα πιστοποίησης παροχής υπηρεσιών ιατρικού τουρισμού, βάσει των διεθνή προτύπων και η βεβαίωση ασφάλισης για θέματα σχετικά με την επαγγελματική ευθύνη του ιδιωτικού φορέα παροχής ιατρικής περίθαλψης, των υπεύθυνων και των συνεργαζόμενων γιατρών.

Το ειδικό σήμα ιατρικού τουρισμού είναι αορίστου διάρκειας. Όμως, υφίσταται υποχρεωτικός έλεγχος από το αρμόδιο όργανο στον πάροχο σχετικά με τις προϋποθέσεις της παρ.1, άρθ.3 και υποχρεωτική ενημέρωση τυχόν μεταβολών τουλάχιστον μία φορά τον χρόνο. Στην περίπτωση κατά την οποία ο πάροχος ιατρικού τουρισμού δεν πληροί κάποια από τις προϋποθέσεις αυτές, διαγράφεται από τον Ε.Ο.Τ. από το μητρώο και ανακαλείται το ειδικό σήμα ιατρικού τουρισμού⁹³.

4.9 ΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥ ΙΑΤΡΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Η έκθεση “Travelling for health: the potential for medical tourism”, η οποία πραγματοποιήθηκε το 2009 από την Economist Intelligence Unit, αναφέρει αρκετά σημαντικά συμπεράσματα για τον ιατρικό τουρισμό επιλογής, έπειτα από την λεπτομερή εξέταση των παραγόντων που βρίσκονται πίσω από την αύξηση της αγοράς του και παρουσιάζει την λίστα των χωρών προορισμού για ιατρικό τουρισμό οι οποίες θα λάβουν τα περισσότερα οφέλη.

Σύμφωνα με την έκθεση αυτή, τα βασικά κριτήρια-οδηγοί της αγοράς ιατρικού τουρισμού είναι τα παρακάτω:

- ☛ Το χαμηλότερο κόστος.

⁹³ www.taxheaven.gr (2013), «Καθορισμός όρων και προϋποθέσεων για την άσκηση δραστηριότητας του ιατρικού τουρισμού», <http://www.taxheaven.gr/laws/circular/view/id/17663>

- Η εμπειρία στην ιατροφαρμακευτική περίθαλψη.
- Το επίπεδο των παρεχόμενων ιατρικών υπηρεσιών.

Επίσης, παράλληλα με αυτά τα βασικά κριτήρια τα οποία συμβάλλουν στην ανάπτυξη της αγοράς του ιατρικού τουρισμού επιλογής υφίστανται και άλλοι πολύ βασικοί παράγοντες οι οποίοι είναι οι παρακάτω:

- Η εξέλιξη της τεχνολογίας, η οποία παρέχει μέσω του διαδικτύου την δυνατότητα στους ασθενείς και πιθανούς επισκέπτες μιας χώρας, να κατατοπιστούν και να βρουν έπειτα από έρευνα, διάφορες επιλογές εκτός από τα εθνικά τους σύνορα για ιατροφαρμακευτική φροντίδα.
- Οι πολιτικές συνεργασίες των επιχειρήσεων αερομεταφορών, επιτρέπουν την διάθεση σχετικά φτηνών εισιτηρίων, τα οποία κάνουν ένα ταξίδι εκτός συνόρων της χώρας μόνιμης κατοικίας οικονομικά προσιτό για τον καθένα.
- Η επικρατούσα απελευθέρωση των αγορών, δημιουργεί μια κατάσταση, η οποία συμβάλει στην εξοικείωση των καταναλωτών με το διεθνή χαρακτήρα των υπηρεσιών.
- Η ανάπτυξη των ξένων επενδύσεων στον κλάδο υγείας σε πολλές χώρες και επομένως η δημιουργία ευκαιριών ανάπτυξης πάρκων υγείας, κέντρων ευεξίας κ.λπ.
- Η διεθνοποίηση των υπηρεσιών και των επαγγελματιών υγείας, γεγονός το οποίο συνεπάγεται στην απόκτηση δυνατότητας πολλών γιατρών και νοσηλευτών λήψης διεθνής εμπειρίας, την οποία θα μπορέσουν να αξιοποιήσουν και στην περίπτωση εγκατάστασης και εργασίας στην χώρα μόνιμης κατοικίας τους.
- Η διεθνοποίηση της αναγκαιότητας για πιστοποίηση των παρεχόμενων υπηρεσιών, προσφέρει τη δυνατότητα για καθιέρωση και εφαρμογή και των συστημάτων συγκριτικής αξιολόγησης διεθνώς μεταξύ των υπηρεσιών υγείας.
- Η εμφάνιση νέων μηχανισμών-αντιπροσωπειών ιατρικού τουρισμού, οι οποίοι παρέχουν υπηρεσίες μεσολάβησης για υγειονομική περίθαλψη στους επισκέπτες⁹⁴.

⁹⁴ Δοξιάδης Αρίστος & Κατσάπη Αγγελική & Σουλιώτης Κυριάκος (2012), «Ανάπτυξη του ιατρικού τουρισμού στην Ελλάδα», σελίδα: 17, <http://www.grhotels.gr/GR/BussinessInfo/News/Lists/List/Attachments/360/MEDICAL%20TOURISM%20FINAL%20ALL.pdf>

Παράγοντες προσφοράς:

Σύμφωνα με διάφορες άλλες μελέτες, οι βασικότεροι παράγοντες προσφοράς οι οποίοι συμβάλλουν στην ανάπτυξη της αγοράς του ιατρικού τουρισμού επιλογής είναι οι παρακάτω:

- ⊕ Οι εκσυγχρονισμένες υποδομές υγείας.
- ⊕ Το άρτια εκπαιδευμένο και εξειδικευμένο ιατρικό και νοσηλευτικό προσωπικό.
- ⊕ Τα χαρακτηριστικά του κάθε προορισμού, όπως για παράδειγμα το κλίμα, η ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών, η ιστορική και πολιτιστική κληρονομιά κ.λπ.
- ⊕ Η ποιότητα και το κόστος των παρεχομένων υπηρεσιών υγείας.
- ⊕ Η ύπαρξη κατάλληλης οργάνωσης και προβολής.
- ⊕ Η συνεχής βελτίωση ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών υγείας στις αναπτυσσόμενες χώρες.
- ⊕ Η κινητικότητα των γιατρών, δηλαδή η υφιστάμενη δυνατότητα άσκησης της επιστημονικής τους ιδιότητας παγκοσμίως.
- ⊕ Η ανάπτυξη των διεθνών προτύπων πιστοποίησης για τις υποδομές ιατροφαρμακευτικής περίθαλψης.
- ⊕ Η χρήση του διαδικτύου.
- ⊕ Η αύξηση των ιδιωτικών παρόχων υπηρεσιών υγείας. Καθώς οι δημόσιοι πάροχοι υγείας υποχρηματοδοτούνται, ο ιδιωτικός τομέας κερδίζει μεγαλύτερο μερίδιο στην αγορά και αποκτάει και διεθνή ρόλο.
- ⊕ Η εμφάνιση ασφαλιστικών προϊόντων στις αναπτυγμένες χώρες, τα οποία προσφέρουν πακέτα ασφάλειας με μικρότερο κόστους⁹⁵.

Παράγοντες ζήτησης:

Σύμφωνα με διάφορες άλλες μελέτες, οι βασικότεροι παράγοντες ζήτησης οι οποίοι συμβάλλουν στην ανάπτυξη της αγοράς του ιατρικού τουρισμού επιλογής είναι οι παρακάτω:

⁹⁵ Δοξιάδης Αρίστος & Κατσάπη Αγγελική & Σουλιώτης Κυριάκος (2012), «Ανάπτυξη του ιατρικού τουρισμού στην Ελλάδα», σελίδες: 17 – 18, <http://www.grhotels.gr/GR/BussinessInfo/News/Lists/List/Attachments/360/MEDICAL%20TOURISM%20FINAL%20ALL.pdf>

- Οι δημογραφικές αλλαγές. Καθώς εκτιμάται ότι τα επόμενα πενήντα χρόνια, το ποσοστό των ατόμων άνω των 60 ετών στις ανεπτυγμένες χώρες θα φτάσει από 20% στο 30% του συνολικού πληθυσμού, ο τουρισμός υγείας πρόκειται να ωφεληθεί.
- Η διαρκής μείωση των διαθέσιμων πόρων ιατρικής φροντίδας στις ανεπτυγμένες χώρες, εξαιτίας των δημογραφικών αλλαγών, καθώς υφίσταται αύξηση του προσδόκιμου ζωής και πλέον οι χώρες δεν έχουν την δυνατότητα χρηματοδότησης αυτής της αύξησης.
- Οι ατελείωτες ώρες αναμονής στα δημόσια νοσοκομεία των ανεπτυγμένων χωρών.
- Η διαρκής μείωση και πίεση στους διαθέσιμους πόρους ιατρικής περίθαλψης στις ανεπτυγμένες χώρες, καθώς υπάρχει απώλεια χρηματοπιστοληπτικής ικανότητας των τραπεζικών συστημάτων⁹⁶.

4.10 Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΙΑΤΡΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Όλο και περισσότεροι ευρωπαίοι πολίτες ταξιδεύουν στο εξωτερικό, όχι μόνο για διακοπές αλλά και για χειρουργικές επεμβάσεις. Βάσει του 20ου “World Travel Monitor Forum”, ο αριθμός των ατόμων που ταξιδεύουν για λόγους υγείας αυξάνεται αλματωδώς και δείχνει ότι πρόκειται να αυξηθεί σημαντικά τα επόμενα χρόνια, εξαιτίας του συνδυασμού προσωπικών, οικονομικών και νομικών λόγων που επιτυγχάνεται με τον ιατρικό τουρισμό.

Το κόστος της θεραπείας και της ασφάλισης αυξάνεται σε πολλές χώρες και συνήθως υπάρχει μεγάλη περίοδος αναμονής, ενώ με το να ταξιδεύουν στο εξωτερικό οι ασθενείς, μπορούν εύκολα να εξοικονομήσουν χρόνο και χρήματα. Η βιομηχανία τουρισμού, ουσιαστικά ανακάλυψε ένα νέο τμήμα της τουριστικής αγοράς και για να ανταπεξέλθει αυξάνει την γκάμα των παρεχόμενων προϊόντων και υπηρεσιών της⁹⁷.

Ο ιατρικός τουρισμός, αυτή η διαρκώς αναπτυσσόμενη οικονομική δραστηριότητα σε παγκόσμιο επίπεδο, στοχεύοντας στην πρόληψη, στην διάγνωση και την διατήρηση της υγείας

⁹⁶ Δοξιάδης Αρίστος & Κατσάπη Αγγελική & Σουλιώτης Κυριάκος (2012), «Ανάπτυξη του ιατρικού τουρισμού στην Ελλάδα», σελίδα: 18, <http://www.grhotels.gr/GR/BussinessInfo/News/Lists/List/Attachments/360/MEDICAL%20TOURISM%20FINAL%20ALL.pdf>

⁹⁷ ITB library (2012), “ITB world travel trends report 2012/13”, σελίδα: 23, http://sete.gr/_fileuploads/entries/Online%20library/GR/121213_ITB%20World%20Travel%20Trends%20Report%202012_2013.pdf

των επισκεπτών, παρέχεται από πολλές χώρες με εξαιρετικές δυνατότητες ανάπτυξης. Στην χώρα μας, είναι απαραίτητη η καταβολή προσπάθειας για ανάκαμψη, ειδικά την σημερινή εποχή όπου υπάρχει η οικονομική κρίση, μέσω αναπτυξιακών στρατηγικών στόχων και μέσω των πρακτικών άλλων χωρών.

Έτσι, η Ελλάδα θα μπορέσει να θέσει τα θεμέλια για να γίνει ένας ανταγωνιστικός ιατρικός προορισμός, διαθέτοντας επίσης το μεσογειακό κλίμα, τα υπέροχα φυσικά τοπία, την πολιτιστική και ιστορική κληρονομιά την παραδοσιακή μεσογειακή κουζίνα και το παγκοσμίως αναγνωρισμένο και εξειδικευμένο ιατρικό προσωπικό. Τα πρώτα σημαντικά βήματα έχουν ήδη πραγματοποιηθεί από ιδιωτικούς φορείς σε κάποιες πόλεις (Αθήνα, Θεσσαλονίκη, Ηράκλειο και Ρόδο), με αξιόπιστα ιατρικά κέντρα, τα οποία προσφέρουν ποιοτική ιατρική περίθαλψη στους επισκέπτες-ασθενείς⁹⁸.

Το νέο θεσμικό πλαίσιο που αφορά τον ιατρικό τουρισμό στην Ελλάδα, η Κ.Υ.Α. 27217/26.11.2013 «Καθορισμός όρων και προϋποθέσεων για την άσκηση δραστηριότητας του ιατρικού τουρισμού», θα αποτελέσει το μέσο ανάπτυξης επιχειρηματικών δράσεων για την ανάπτυξη του. Στόχος είναι η χώρα μας, με την δημιουργία μιας εθνικής στρατηγικής να καταφέρει να καθιερωθεί σε σύντομο χρονικό διάστημα μέσα στις πρώτες θέσεις του παγκόσμιου τουρισμού.

Καθώς η Ελλάδα διαθέτει μεγάλη τουριστική παράδοση, οι πρώτοι επισκέπτες-ασθενείς σίγουρα την γνωρίζουν ως τουριστικό προορισμό. Αυτό που χρειάζεται είναι οι πιθανοί επισκέπτες ιατρικού τουρισμού να μάθουν για την υψηλή εξειδίκευση, την ποιότητα και τις ανταγωνιστικές τιμές.

Όπως είναι φυσικό, ο διεθνής ασθενής θα πρέπει να αισθάνεται ασφάλεια και εμπιστοσύνη, καθώς αν μεταδώσει στην χώρα του την λάθος εικόνα, η δυσφήμιση θα έχει αρνητικές συνέπειες. Αυτό που χρειάζεται και το οποίο θα ωφελήσει τον τουρισμό συνολικά, είναι να μείνει απόλυτα ικανοποιημένος ο τουρίστας-ασθενής για να το διαδώσει. Έτσι, πρέπει να υπάρξουν σωστές πληροφορίες, σωστή παροχή υπηρεσιών υγείας, σωστή διαμονή, διατροφή και μετακίνηση και γενικότερα όλες οι παρεχόμενες υπηρεσίες πρέπει να έχουν υψηλό επίπεδο ποιότητας και να είναι ορθά συνδεδεμένες.

⁹⁸ www.ahepahosp.gr (2013), «Ενημέρωση ασθενών για τον ιατρικό τουρισμό», <http://www.ahepahosp.gr/iatrikostourismos.asp>

Εξάλλου, καθώς η Ελλάδα αποτελεί χώρα ανάπτυξης του τουρισμού, υφίστανται όλες οι απαραίτητες προϋποθέσεις, όπως για παράδειγμα οι τουριστικές και οι ιατρικές υποδομές, οι εξειδικευμένοι γιατροί κ.λπ. Ουσιαστικά, διαθέτει μερικά συγκριτικά πλεονεκτήματα ανάπτυξης του ιατρικού τουρισμού, όπως το ήδη ολοκληρωμένο τουριστικό προϊόν, έτσι ώστε να επιτύχει την εισαγωγή της σε μια διεθνή αγορά που ήδη λειτουργεί και αναπτύσσεται⁹⁹.

Ορισμένες από τις ωφέλειες που θα υπάρξουν, εκτός από τον εμπλουτισμό του εγχώριου τουριστικού προϊόντος και του επιπέδου των παρεχόμενων υπηρεσιών, είναι οι εξής:

- Η εισροή συμπληρωματικών εσόδων για την οικονομία.
- Ο εκσυγχρονισμός του τομέα υγείας, στον οποίο θα συμβάλουν οι συνεργασίες, οι συμφωνίες και η ανταλλαγή γνώσεων με γιατρούς, πανεπιστήμια, νοσοκομεία και διάφορους άλλους φορείς του εξωτερικού.
- Η ενδυνάμωση της οικονομικής ανάπτυξης, καθώς μια θετική πορεία του ιατρικού τουρισμού, θα ενισχύσει την ιατρική έρευνα, την φαρμακευτική βιομηχανία, την πρωτογενή παραγωγή, τον ξενοδοχειακό κλάδο κ.λπ.
- Η επένδυση στο ανθρώπινο δυναμικό, καθώς το προσωπικό στον ιατρικό και ξενοδοχειακό τομέα, για να ανταπεξέλθει στις απαιτήσεις του ιατρικού τουρισμού και να παρέχει υπηρεσίες υψηλής ποιότητας, θα εκπαιδευτεί βάσει διεθνών προτύπων.
- Η επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου.
- Η ενίσχυση του τουρισμού των πόλεων, καθώς λόγω υποδομών, το κύριο κομμάτι της ανάπτυξης του ιατρικού τουρισμού θα πραγματοποιηθεί σε μεγάλες πόλεις.
- Η διασφάλιση των ήδη υπαρχόντων θέσεων εργασίας και η δημιουργία νέων, όχι μόνο στον ξενοδοχειακό και τουριστικό τομέα, αλλά και σε άλλους τομείς οι οποίοι είναι αλληλένδετοι με αυτούς¹⁰⁰.

⁹⁹ Υπουργείο Οικονομίας, Ανάπτυξης και Τουρισμού (2013), «19/12/2013 Ημερίδα για τον ιατρικό τουρισμό», <http://www.gnto.gov.gr/el/19122013-%CE%B7%CE%BC%CE%B5%CF%81%CE%AF%CE%B4%CE%B1-%CE%B3%CE%B9%CE%B1-%CF%84%CE%BF%CE%BD-%CE%B9%CE%B1%CF%84%CF%81%CE%B9%CE%BA%CF%8C-%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C>

¹⁰⁰ Υπουργείο Οικονομίας, Ανάπτυξης και Τουρισμού (2013), «19/12/2013 Ημερίδα για τον ιατρικό τουρισμό», <http://www.gnto.gov.gr/el/19122013-%CE%B7%CE%BC%CE%B5%CF%81%CE%AF%CE%B4%CE%B1-%CE%B3%CE%B9%CE%B1-%CF%84%CE%BF%CE%BD-%CE%B9%CE%B1%CF%84%CF%81%CE%B9%CE%BA%CF%8C-%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C>

Παρόλο αυτά, η Ελλάδα ως το τέλος του 2013 δεν εμφανιζόταν και δεν υπολογίζονταν σε καμία σχετική διεθνή μελέτη. Όμως, βάσει της έκθεσης “Medical Tourism Climate Survey” για το 2014, είναι η πρώτη φορά που η χώρα μας βρίσκεται στην 14η θέση των κορυφαίων προορισμών σχετικά με τον αριθμό των ασθενών που πρόκειται να την επισκεφτούν στα επόμενα πέντε χρόνια, αφήνοντας πίσω την Πολωνία, τη Βραζιλία κ.λπ.

Όμως, παρόλο που η Ελλάδα, διαθέτει το σύνολο των δυνατοτήτων για να γίνει ανταγωνιστική στην αγορά που απευθύνεται στην μεσαία τάξη, δεν έχει έναν κεντρικό εθνικό φορέα αναπτυξιακών στρατηγικών και υποδομών. Έχει μόνο μια πιστοποιημένη δομή από το Joint Committee International, συγκριτικά με της γειτονικές χώρες: η Τουρκία έχει 43 και η Ιταλία έχει 21. Επίσης, οι ιατρικές μονάδες στην Ελλάδα δεν έχουν προβεί σε σύναψη συνεργασιών με διεθνούς εμβέλειας ιατρικά κέντρα, γεγονός το οποίο θα ενδυνάμωνε την εικόνα της διεθνώς¹⁰¹.

Συνοψίζοντας, οι τουριστικές και ιατρικές επιχειρήσεις αλλά και οι υπεύθυνοι φορείς θα πρέπει να επικεντρωθούν σε πέντε πεδία στρατηγικής για την ανάπτυξη του ιατρικού τουρισμού στην Ελλάδα, τα οποία περιληπτικά είναι τα παρακάτω:

- ✚ Στρατηγικές σε θεσμικά θέματα: είναι απαραίτητο να διασαφηνιστούν όλες οι διατάξεις της Κοινοτικής Οδηγίας 24/2011 της Ευρωπαϊκής Ένωσης, η οποία αφορά την διασυνοριακή φροντίδα, με απλές και σαφείς διαδικασίες. Ουσιαστικά, η Οδηγία αυτή ορίζει ένα πλαίσιο κατά το οποίο οι ασθενείς που ταξιδεύουν σε άλλη χώρα της Ευρωπαϊκής Ένωσης για ιατροφαρμακευτική φροντίδα, θα λαμβάνουν ίση μεταχείριση με τους πολίτες αυτής της χώρας στην οποία ψάχνουν θεραπεία. Οι ασθενείς θα έχουν πρόσβαση σε μία ασφαλή και υψηλής ποιότητας ιατρική περίθαλψη και επιστροφή των σχετικών δαπανών, στα πλαίσια της ισότητας και της αλληλεγγύης.
- ✚ Στρατηγικές σχετικές με συστήματα ποιότητας: Οι πάροχοι υγείας και οι πάροχοι ξενοδοχειακών και γενικότερα τουριστικών υπηρεσιών θα πρέπει να υιοθετήσουν τα σχετικά συστήματα ποιότητας καθώς και τις σχετικές διαδικασίες, προκειμένου να μπορέσουν να λάβουν την πιστοποίηση από τους μεγάλους διεθνείς οργανισμούς

¹⁰¹ Δημόπουλος Θεοδωρής & Ζιώγα Μαρί-Άλις (2014), «Ιατρικός τουρισμός: το μάρκετινγκ ως μοχλός ανάπτυξης του κλάδου», <http://pmjournal.gr/iatrikos-tourismos-marketing/>

πιστοποίησης και όχι μόνο το ειδικό σήμα ιατρικού τουρισμού από τον Ελληνικό Οργανισμό Τουρισμού.

- ✚ Στρατηγικές όσον αφορά τα παρεχόμενα πακέτα υπηρεσιών: Οι πάροχοι υγείας και οι πάροχοι τουρισμού είναι απαραίτητο να αναπτύξουν συνεργασίες και all-inclusive πακέτα για τους ασθενείς και τους συνοδούς τους, συνεργαζόμενοι με διεθνείς διαμεσολαβητές του ιατρικού τουρισμού (medical tourism facilitators).
- ✚ Στρατηγικές σχετικά με την εξειδίκευση των γιατρών σε συγκεκριμένα είδη θεραπείας.
- ✚ Στρατηγικές σχετικά με τοπικά πιλοτικά προγράμματα σε έξι γεωγραφικές περιοχές της χώρας μας¹⁰².

¹⁰² Δοξιάδης Αρίστος & Κατσάπη Αγγελική & Σουλιώτης Κυριάκος (2012), «Ανάπτυξη του ιατρικού τουρισμού στην Ελλάδα», σελίδες: 12 & 134, <http://www.grhotels.gr/GR/BussinessInfo/News/Lists/List/Attachments/360/MEDICAL%20TOURISM%20FINAL%20ALL.pdf>

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

5.1 Ο ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ως πολιτιστικός τουρισμός νοείται η μετακίνηση των ανθρώπων σε αξιοθέατα πολιτιστικού ενδιαφέροντος, εκτός από τον μόνιμο τόπο κατοικίας και εργασίας τους, σκοπεύοντας στην συλλογή νέων πληροφοριών και εμπειριών για να εκπληρώσουν την ικανοποίηση των πολιτιστικών τους αναγκών.

Με τον πολιτιστικό τουρισμό τονώνεται η τοπική ανάπτυξη, καθώς δημιουργούνται νέες θέσεις εργασίας και ενισχύονται οι μικρές επιχειρήσεις με τα τοπικά προϊόντα. Επίσης, ενισχύεται η υπερηφάνεια της κοινότητας και της εθνικής ταυτότητας, ενώ παράλληλα διατηρείται η πολιτιστική κληρονομιά του τόπου προορισμού.

Στον πολιτιστικό τουρισμό περιλαμβάνονται διάφορες μορφές τουρισμού, όπως για παράδειγμα ο αστικός τουρισμός και ο αρχαιολογικός-ιστορικός τουρισμός, με αντικείμενο την επίσκεψη σε μουσεία, μνημεία, αρχαιολογικούς χώρους κ.λπ. Επίσης, περιέχει τον τουρισμό στις αγροτικές περιοχές μιας χώρας προορισμού, με αντικείμενο την προβολή των παραδόσεων, των αξιών και του τρόπου ζωής των ντόπιων κατοίκων. Τέλος, ο πολιτιστικός τουρισμός μπορεί να περιέχει την τοπική γλώσσα, τα είδη ένδυσης, τις δραστηριότητες διασκέδασης, την τεχνολογία του παρελθόντος και την γαστρονομία, η οποία θα αναλυθεί λεπτομερώς σε αυτό το κεφάλαιο.

Έτσι, ένα πολιτιστικός τουρίστας είναι αυτός ο οποίος επιθυμεί να προβεί στην σύγκριση του παρελθόντος με την σημερινή εποχή και να μπορέσει να κατανοήσει τις αιτίες των μεταβολών και της εξέλιξης σε πολιτιστικό και τουριστικό επίπεδο. Επομένως, μπορεί να ενδιαφέρεται για:

- Την ιστορία και την αρχαιολογία.
- Την τοπική παράδοση.
- Τα ήθη και τα έθιμα.
- Τον τρόπο ζωής των ντόπιων.
- Το φαγητό και την τοπική κουζίνα.

- Τις τέχνες και την αρχιτεκτονική.
- Τις πολιτιστικές εκδηλώσεις και τα φεστιβάλ¹⁰³.

5.2 Ο ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΟΣ-ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ Η ΣΧΕΣΗ ΤΗΣ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑΣ ΜΕ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Γενικότερα, γύρω από την έννοια της γαστρονομίας επικρατεί σύγχυση, καθώς υπάρχει η αντίληψη ότι αποτελεί την προσφορά ενός ιδιαίτερου και ακριβού φαγητού. Ουσιαστικά, η γαστρονομία αποτελεί την μελέτη των τροφίμων και αλλά και του πολιτισμού ενός τόπου, καθώς και την τέχνη της επιλογής, της παρασκευής, του σερβιρίσματος και της απόλαυσης ενός νόστιμου και καλού φαγητού.

Η γαστρονομία αποτελεί μια απαιτητική διεπιστημονική τέχνη οι οποία μελετάει το φαγητό παράλληλα με το πλαίσιο όπου δημιουργείται, την παρουσίαση και την σχέση του με την παραγωγή, το περιβάλλον, τον πολιτισμό και την ιστορία του τόπου. Εξάλλου, βασική αρχή της γαστρονομίας αποτελεί η ιδέα ότι το φαγητό, εκτός από μια μορφή τέχνης είναι και μια επιστήμη.

Η παρασκευή ενός γεύματος είναι διαφορετική από χώρα σε χώρα αλλά και από περιοχή σε περιοχή της χώρας, καθώς αντικατοπτρίζει τις ιδιαίτερες γεωφυσικές και κλιματολογικές συνθήκες της, την αγροτική παραγωγή της, τις παραδόσεις, καθώς και τον πολιτισμό της. Πολύ συχνά λοιπόν, ένα άτομο το οποίο ενδιαφέρεται για τη γαστρονομία ενός τόπου και την διατροφική του παράδοση, ενδιαφέρεται και για την ιδιαιτερότητα του και συμμετέχει σε δραστηριότητες, όπως για παράδειγμα στην ενασχόληση με τα τοπικά προϊόντα, στην αναζήτηση πληροφοριών σχετικά με αυτά κ.λπ.¹⁰⁴

Γαστρονομικός τουρισμός ή διατροφικός τουρισμός αναφέρεται σε άτομα τα οποία ταξιδεύουν και αναζητούν να βιώσουν ιδιαίτερες και μοναδικές γαστρονομικές εμπειρίες. Είναι μία από τις μεγαλύτερες αναδυόμενες τάσεις στην βιομηχανία του τουρισμού σε

¹⁰³ Μανωλοπούλου Ειρήνη (2015), «Εναλλακτικός τουρισμός», κεφάλαιο 3, σελίδες: 3 – 6, <http://eclass.gunet.gr/modules/document/?course=OCGU106>

¹⁰⁴ harcos.gr (2015), «Γαστρονομία και γαστρονομικός τουρισμός», <http://harcos.gr/%CF%85%CF%80%CE%B7%CF%81%CE%B5%CF%83%CE%AF%CE%B5%CF%82/%CE%B3%CE%B1%CF%83%CF%84%CF%81%CE%BF%CE%BD%CE%BF%CE%BC%CE%AF%CE%B1/> & Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (2009), «Η γαστρονομία στο μάρκετινγκ του ελληνικού τουρισμού», σελίδα: 11, <http://sete.gr/files/Media/Ebook/2010/100222%20gastronomy%20f.pdf>

παγκόσμιο επίπεδο και αποτελεί κινητήριο μοχλό της εναλλακτικής τουριστικής ανάπτυξης. Αναπτύσσεται ως ένα νέο τουριστικό προϊόν, καθώς περίπου πάνω από το 35% των τουριστικών δαπανών στον κόσμο αφιερώνεται στο φαγητό και επομένως η τοπική κουζίνα της χώρας προορισμού είναι ένα τμήμα το οποίο έχει τεράστια σημασία όσον αφορά την ποιότητα της εμπειρίας των διακοπών ενός ατόμου.

Στην ουσία, ο διατροφικός τουρισμός αποτελεί ένα βιωματικό ταξίδι, σχετικό με ένα συγκεκριμένο τρόπο ζωής που περιέχει τον πειραματισμό, σε μια γαστρονομική περιφέρεια, για αναψυχή, όπου περιλαμβάνονται επισκέψεις σε διάφορες δραστηριότητες, όπως για παράδειγμα στην παραγωγή τροφίμων, σε γαστρονομικά φεστιβάλ, σε εκθέσεις τροφίμων, σε τοπικές λαϊκές αγορές, σε επιδείξεις μαγειρικής, σε γευσιγνωσία και σε οποιαδήποτε άλλη τουριστική δραστηριότητα η οποία είναι σχετική με τα τρόφιμα.

Ένας γαστρονομικός τουρίστας αποκτά εμπειρίες και γνώση μέσω των παραγόμενων γαστρονομικών σπεσιαλιτέ και γεύεται σε κάθε περιοχή που επισκέπτεται. Στην ουσία, καταναλώνει πολιτισμό και ιστορία μέσω των γευμάτων αυτών. Η παγκόσμια πρακτική για τον διατροφικό τουρισμό αποδεικνύει ότι η κουζίνα και το κρασί ενός τόπου είναι ένα από τα βασικότερα αξιοθέατα, τα οποία έχουν την δυνατότητα να κάνουν ένα προορισμό διάσημο και παράλληλα μπορούν να προσελκύουν τα πλήθη με αποτελεσματικό τρόπο¹⁰⁵.

Με βάση τα αποτελέσματα της έρευνας του Travel Industry Association “Culinary Travel Survey Provides Insights on Food and Wine Travelers” (2007) και της έρευνας του Mintel “Gastronomic Tourism-International, Travel & Tourism Analyst” (2009), τα χαρακτηριστικά ενός γαστρονομικού τουρίστα είναι:

- Ανήκουν στις ηλικιακές ομάδες 30-50 ετών και 51-64 ετών.
- Σε επαγγελματικό επίπεδο είναι καταξιωμένοι.
- Το διαθέσιμο εισόδημα τους είναι υψηλότερο από το αντίστοιχο του μέσου τουρίστα.
- Το μορφωτικό τους επίπεδο είναι υψηλότερο από το αντίστοιχο του μέσου τουρίστα.
- Ανήκουν στην κατηγορία των έμπειρων και των περιπετειωδών τουριστών.
- Το ενδιαφέρον τους επικεντρώνεται στον πολιτισμό του τόπου προορισμού.

¹⁰⁵ harcos.gr (2015), «Γαστρονομία και γαστρονομικός τουρισμός», <http://harcos.gr/%CF%85%CF%80%CE%B7%CF%81%CE%B5%CF%83%CE%AF%CE%B5%CF%82/%CE%B3%CE%B1%CF%83%CF%84%CF%81%CE%BF%CE%BD%CE%BF%CE%BC%CE%AF%CE%B1/>

- Ξοδεύουν ένα μεγάλο τμήμα του ταξιδιωτικού προϋπολογισμού σε δραστηριότητες οι οποίες σχετίζονται με γαστρονομία.
- Ταξιδεύουν συνήθως σε μικρές ομάδες.
- Ανησυχούν για τον βαθμό αειφορίας της παραγωγής προϊόντων.
- Υποστηρίζουν την προστασία των διαφορετικών τρόπων διατροφή και τοπικών παραδοσιακών κουζινών και συνταγών.
- Προέρχονται κυρίως από τις ΗΠΑ, την Γαλλία, την Ιταλία, την Γερμανία, την Ισπανία, την Ολλανδία και το Ηνωμένο Βασίλειο.

Μία έρευνα που εκπονήθηκε το 2009 από το Πανεπιστήμιο Cornell της Νέας Υόρκης, δείχνει ότι το 50% των τουριστών των Η.Π.Α. επιθυμεί να περιέχεται στο τουριστικό του πρόγραμμα γαστρονομικές και οινικές δραστηριότητες, εστιάζοντας στα τοπικά χαρακτηριστικά του προορισμού. Επίσης, ποσοστό περίπου 85% των πολιτών της Η.Π.Α. έχουν θετική εικόνα για το ελληνικό φαγητό, ενώ παράλληλα η φήμη της διατροφής της Κρήτης επεκτείνεται σε όλα τον κόσμο¹⁰⁶.

Υποκατηγορία του διατροφικού τουρισμού αποτελεί ο οινοτουρισμός, ο οποίος σύμφωνα με το άρθρο 25 του Ν. 4276/2014, ορίζεται ως η ειδική μορφή τουρισμού η οποία αναφέρεται στην παροχή υπηρεσιών υποδοχής, ξενάγησης, φιλοξενίας και εστίασης σε λειτουργικά διαμορφωμένους χώρους με οινοποιητικές ή οινοπαραγωγικές εγκαταστάσεις, όπως για παράδειγμα σε αμπελώνες. Αυτές οι υπηρεσίες παρέχονται σε συνδυασμό με δραστηριότητες που σχετίζονται με την καλλιέργεια αμπελιών και την παραγωγή κρασιού.

Με πιο απλά λόγια, ο οινοτουρισμός έχει άμεση σχέση με την επίσκεψη και την ξενάγηση σε οινοποιεία, σε αμπελώνες, σε εκθέσεις κρασιού, με τους τουρίστες να συμμετέχουν σε γευσιγνωσία και να έχουν την δυνατότητα να αγοράσουν κρασί αλλά και διάφορα άλλα αμπελοοινικά προϊόντα από τον τόπο όπου παράγονται. Οι προϋποθέσεις που

¹⁰⁶ Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (2009), «Η γαστρονομία στο μάρκετινγκ του ελληνικού τουρισμού», σελίδα: 14, <http://sete.gr/files/Media/Ebook/2010/100222%20gastronomy%20f.pdf> & Μπόσκου Γεώργιος & Παλησίδης Γεώργιος (2012), «Διατροφικά και γαστρονομικά πρότυπα στην επαγγελματική εστίαση», σελίδες: 11 – 12, http://docplayer.gr/448681-Apo-to-vivlio-diatrofika-gastronomika-protypa-stin-epaggelmatiki-estiasi-ton-dr-g-mposkoy-kai-g-palisidi.html#show_full_text

απαιτούνται για την ανάπτυξη του οινοτουρισμού είναι ο σχεδιασμός και η παροχή υπηρεσιών φιλοξενίας και εμπειριών αναψυχής, επιμόρφωσης και πολιτισμού με κοινό άξονα τον οίνο¹⁰⁷.

Η σχέση της γαστρονομίας με τον τουρισμό:

Η σχέση της γαστρονομίας με τον τουρισμό χαρακτηρίζεται από πολυπλοκότητα, καθώς το φαγητό εμπλέκεται στην ταξιδιωτική εμπειρία με ποικίλους τρόπους, μερικοί από τους οποίους αναφέρονται παρακάτω:

- Η προσφορά καλής κουζίνας από έναν τόπο είναι απόλαυση, εμπειρία και κομμάτι του πολιτισμού του και επομένως αποτελεί μια πολύ βασική πηγή ικανοποίησης για κάθε τουρίστα, ανεξαρτήτως αν ενδιαφέρεται ή όχι για την γαστρονομία.
- Οι καταναλωτές οι οποίοι θέλουν να γνωρίσουν καλύτερα την γαστρονομία ενός τόπου διαρκώς αυξάνονται, δίχως να είναι απαραίτητα αυτό το βασικό τους κίνητρο για το ταξίδι τους.
- Ορισμένοι τουρίστες έχουν ως μοναδικό ταξιδιωτικό κίνητρο την άσκηση δραστηριοτήτων γαστρονομικού ενδιαφέροντος (γαστρονομικός ή διατροφικός τουρισμός) και επομένως ταξιδεύουν έχοντας ως σκοπό την ανακάλυψη νέων γεύσεων και την απόλαυση τοπικής γαστρονομίας, με την παράλληλη εμβάθυνση στην ιστορία και τις παραδόσεις του τόπου προορισμού.
- Κάποιες άλλες ειδικές μορφές τουρισμού, όπως για παράδειγμα ο ιατρικός τουρισμός, ο τουρισμός ευεξίας, ο αγροτουρισμός κ.λπ. προωθούν την ενασχόληση με διάφορες πτυχές της γαστρονομίας (παροχή διαιτητικής κουζίνας, προβολή υγιεινής διατροφής, καλλιέργεια τοπικών προϊόντων κ.λπ.).

Επομένως, η γαστρονομία εμπλέκεται στον τουρισμό εμφανίζοντας δύο όψεις: αναβαθμίζει την ταξιδιωτική εμπειρία για όλων των ειδών τους τουρίστες και προσελκύει κατά κύριο λόγο εύπορους, ειδικού ενδιαφέροντος τουρίστες, τους γαστροτουρίστες¹⁰⁸.

¹⁰⁷ Θεοδωρίδου Βασιλική (2015), «Οινοτουρισμός στην Ελλάδα: η πρώτη επαφή με μια απολαυστική ταξιδιωτική τάση», <http://checkin.trivago.gr/355-gnorimia-oinotourismos-ellada-tourismos/>

¹⁰⁸ Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (2009), «Η γαστρονομία στο μάρκετινγκ του ελληνικού τουρισμού», σελίδες: 11 – 12, <http://sete.gr/files/Media/Ebook/2010/100222%20gastronomy%20f.pdf>

5.3 ΟΙ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΚΑΙ ΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΤΟΥ ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Το φαγητό και το ποτό είναι αναμφισβήτητα το κέντρο της προσφοράς της γαστρονομίας. Όμως, για να καταφέρει ένας προορισμός να καλύψει τις γαστρονομικές ανάγκες της αγοράς του τουρισμού, θα πρέπει να προβεί στον εμπλουτισμό αυτού του κύριου συνδυασμού φαγητού-ποτού.

Οι κορυφαίοι προορισμοί γαστρονομικού τουρισμού σχεδιάζουν και διαμορφώνουν ένα μείγμα προϊόντων, υπηρεσιών και δραστηριοτήτων ειδικά για τους επισκέπτες, προκειμένου να αναδειχθούν τα χαρακτηριστικά προϊόντα και πιάτα ενός τόπου και να παρέχουν μια ολοκληρωμένη και αξέχαστη ταξιδιωτική-γαστρονομική εμπειρία.

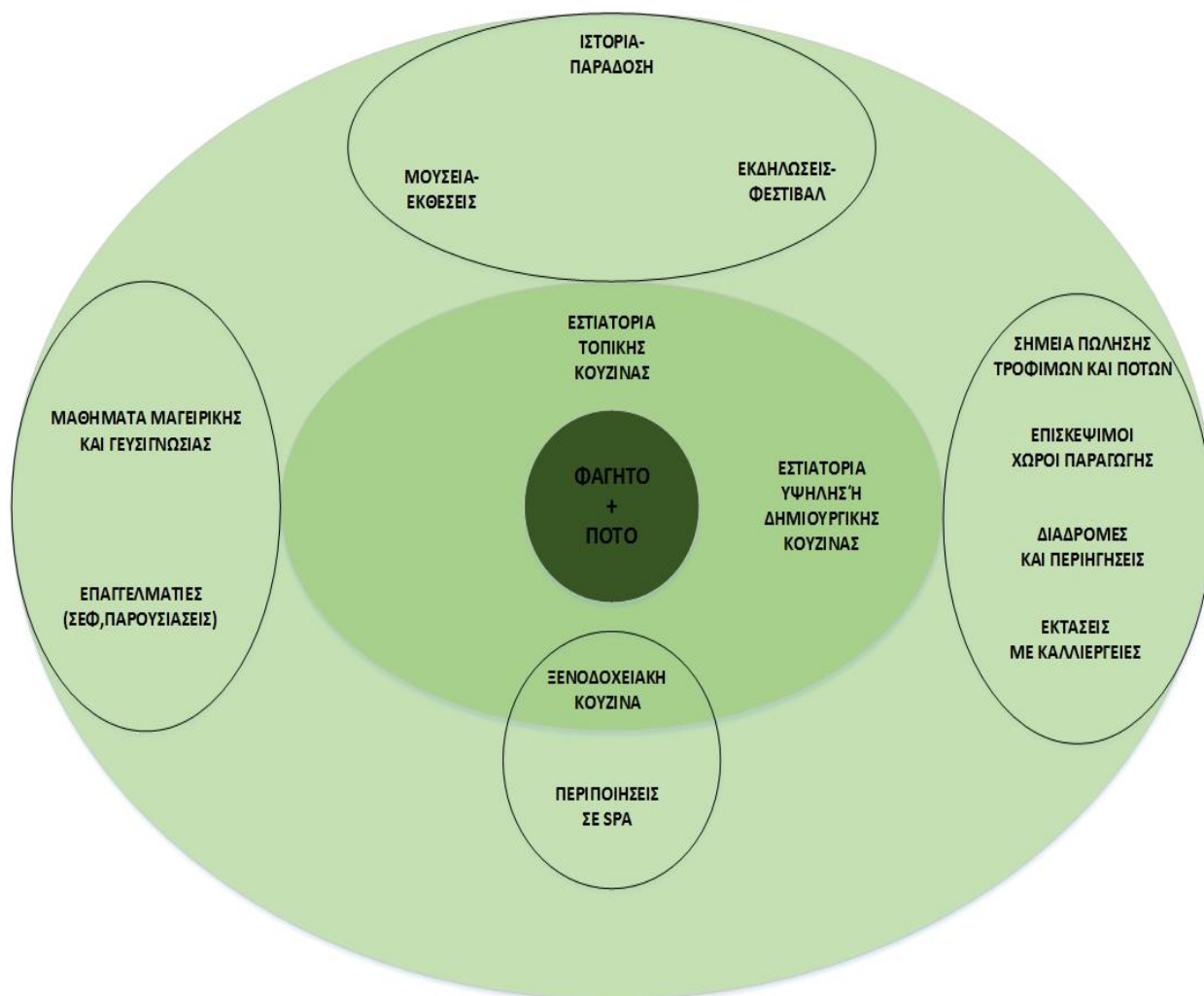
Η αγορά του τουρισμού συνδέεται με την γαστρονομία μέσα από μια σειρά προϊόντων, υπηρεσιών και δραστηριοτήτων, τα οποία στο σύνολο τους δημιουργούν ένα τουριστικό χαρτοφυλάκιο γαστρονομικών προϊόντων. Τα στοιχεία που περιέχονται σε αυτό το τουριστικό χαρτοφυλάκιο έχουν σχέση με το φαγητό ή/και με το ποτό (κατά κύριο λόγο το κρασί) και για αυτόν τον λόγο ο συνδυασμός τους είναι στο κέντρο του.

Γύρω από το κέντρο του τουριστικού χαρτοφυλακίου βρίσκονται οι χώροι στους οποίους ο επισκέπτης έχει συνήθως την πρώτη του επαφή με την γαστρονομία του τόπου προορισμού, όπως για παράδειγμα η ξενοδοχειακή μονάδα όπου μένει, κάποιος χώρος εστίασης κ.λπ. Στην περιφέρεια του, βρίσκονται τα στοιχεία τα οποία ενδυναμώνουν την γαστρονομική ταυτότητα του τόπου προορισμού και χωρίζονται σε τέσσερις ομάδες έχοντας ως κεντρικό άξονα ένα κοινό γνώρισμα των στοιχείων αυτών.

- ⊕ Ο πολιτισμός. Η ιστορία και η παράδοση, τα μουσεία και οι εκδηλώσεις κ.λπ.
- ⊕ Οι γνωστοί επαγγελματίες. Προσφέρουν μαθήματα μαγειρικής κ.λπ.
- ⊕ Η ξενοδοχειακή μονάδα. Η κουζίνα της, οι περιποιήσεις spa κ.λπ.
- ⊕ Η πορεία παραγωγής ενός τοπικού προϊόντος, όπως για παράδειγμα το κρασί. Τα οινοποιεία αποτελούν το βασικό στοιχείο, έπειτα οι αμπελώνες το ενδυναμώνουν και τα καταστήματα πώλησης το προωθούν. Έτσι, ο τουρίστας έχει μια συνολική αποτύπωση στο μυαλό του για την γαστρονομική ταυτότητα του τόπου προορισμού.

Η παραπάνω ομαδοποίηση είναι ενδεικτική, καθώς υπάρχουν πολλές σχέσεις ανάμεσα στα στοιχεία ενός τουριστικού χαρτοφυλακίου γαστρονομικών προϊόντων. Τέλος, αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι ένα σωστά διαμορφωμένο και ελκυστικό γαστρονομικό χαρτοφυλάκιο έχει την ικανότητα προσέλκυσης εκτός από τους γαστροτουρίστες και ενός ευρύτερου φάσματος ταξιδιωτικού κοινού. Στο παρακάτω διάγραμμα παρουσιάζεται ένα ενδεικτικό γαστρονομικό χαρτοφυλάκιο με τις προαναφερθείσες τέσσερις ομάδες, για την καλύτερη κατανόηση μέσα από διαγραμματική απεικόνιση¹⁰⁹.

Διάγραμμα 1: Ένα ενδεικτικό γαστρονομικό χαρτοφυλάκιο



Ίδια επεξεργασία

¹⁰⁹ Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (2009), «Η γαστρονομία στο μάρκετινγκ του ελληνικού τουρισμού», σελίδες: 12 – 13, <http://sete.gr/files/Media/Ebook/2010/100222%20gastronomy%20f.pdf>

5.4 ΟΙ ΒΑΣΙΚΟΙ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΙ ΓΙΑ ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Όπως έχει ήδη αναφερθεί ο διατροφικός-γαστρονομικός τουρισμός αποτελεί μια υποκατηγορία του πολιτιστικού τουρισμού, καθώς ο όρος γαστρονομία είναι μια πολιτιστική έκφραση. Στον διατροφικό τουρισμό, ο οποίο είναι μια από τις μεγαλύτερες τάσεις σε παγκόσμιο επίπεδο, οι επισκέπτες αναζητούν να γευθούν μοναδικές και ιδιαίτερες εμπειρίες γαστρονομικού περιεχομένου¹¹⁰.

Οι δέκα κορυφαίοι προορισμοί παγκοσμίως για διατροφικό-γαστρονομικό τουρισμό, σύμφωνα με πρόσφατη έρευνα που διεξήγαγε το CNN, είναι οι παρακάτω:

- ✿ Ταϊβάν. Η φιλοσοφία περί γαστρονομίας που κυριαρχεί στην Ταϊβάν είναι συχνό και καλό φαγητό, με την πρωτεύουσα της να έχει αφιερώσει σχεδόν είκοσι δρόμους σε αυτήν την φιλοσοφία. Επίσης, η Ταϊνάν η παλιότερη πόλη της, αναφέρεται πολύ συχνά ως η πρωτεύουσα του φαγητού.
- ✿ Φιλιππίνες. Το διασημότερο έδεσμα της αποτελεί το balut (έμβρυο πάπιας), αλλά η κουζίνα της χρησιμοποιεί αρκετά από τα θαλασσινά, τα τροπικά φρούτα και άλλα αγαθά που διαθέτουν οι Φιλιππίνες σε αφθονία και με αρκετή δημιουργικότητα, φτιάχνονται ιδιαίτερα πιάτα.
- ✿ Ιταλία. Παρόλο που οι περισσότεροι άνθρωποι θεωρούν ότι η ιταλική κουζίνα διαθέτει μόνο ζυμαρικά και πίτσες, κάθε περιοχή της έχει πολλά τοπικά πιάτα, με ποικιλίες συνταγών.
- ✿ Ταϋλάνδη. Η κουζίνα της θεωρείται μια από τις καλύτερες παγκοσμίως, με τον λαό της να είναι παθιασμένος με το φαγητό και την παράδοση της στην γαστρονομία να εκτιμάται χιλιάδες χρόνια πριν. Κυρίαρχο στοιχείο στην κουζίνα της Ταϋλάνδης είναι η σύνθεση γεύσεων, καθώς έχει δεχτεί επιρροές από διάφορες χώρες, όπως για παράδειγμα η Κίνα, η Μαλαισία, η Ινδονησία, η Μιανμάρ κ.λπ. και επιτυγχάνει τον συνδυασμό τους με διάφορα μπαχαρικά και βότανα.
- ✿ Ιαπωνία. Ακόμα και οι ίδιοι οι Ιάπωνες ταξιδεύουν σε άλλες πόλεις της χώρας τους για να γευθούν διαφορετικές εκδοχές του ίδιου πιάτου.

¹¹⁰ www.incrediblecrete.gr (2013), «Γαστρονομικός τουρισμός», <http://www.incrediblecrete.gr/59/index.el.html>

- ✿ Μαλαισία. Η κουζίνα της έχει δεχτεί αρκετές επιρροές από την Κίνα και την Ινδία, με αρκετά κοινά πιάτα με την Ινδονησία.
- ✿ Χονγκ Κονγκ. Ασχολούνται με την παραγωγή μιας σειράς ειδών διατροφής με μεγάλη ποικιλία, από τα πιο παραδοσιακά μέχρι τα πιο μοντέρνα και η ποικιλία και ο αριθμός των εστιατορίων μαρτυρά ότι οι κάτοικοι του είναι παθιασμένοι με το φαγητό και προσπαθούν να καλύψουν όλα τα γούστα.
- ✿ Ινδία. Το κυρίαρχο στοιχείο της Ινδικής κουζίνας είναι η ποικιλία μπαχαρικών της, που πολλές φορές καταναλώνονται ακόμα και μόνα τους, όπως για παράδειγμα οι σπόροι μάραθου στο τέλος του φαγητού για πέψη και για φρεσκάρισμα της αναπνοής.
- ✿ Ελλάδα. Το μυστικό της κουζίνας μας αποτελεί το ελαιόλαδο, το οποίο επηρεάζει τον τρόπο αντίληψης τους φαγητού και της υγιεινής διατροφής παγκοσμίως.
- ✿ Βιετνάμ. Στις παραδοσιακές ανοικτές αγορές του, υπάρχουν πάγκοι μαγειρέματος παραδοσιακών συνταγών με ποικίλα και νόστιμα φαγητά. Σε κάθε περιοχή του Βιετνάμ, υπάρχει και μια τοπική συνταγή, η οποία διαφέρει σημαντικά στον τρόπο μαγειρέματος και σεβιρίσματος¹¹¹.

5.5 Η ΕΛΛΑΔΑ ΩΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΣ ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ - ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΕΡΑ ΠΡΟΤΕΡΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΕΛΑΤΤΩΜΑΤΑ

Όπως έχει ήδη αναφερθεί, οι γαστροτουρίστες προέρχονται κυρίως από τις ΗΠΑ, την Γαλλία, την Ιταλία, την Γερμανία, την Ισπανία, την Ολλανδία και το Ηνωμένο Βασίλειο. Σε αυτές τις χώρες εμπεριέχονται και οι βασικότερες τουριστικές αγορές του ελληνικού προϊόντος, γεγονός το οποίο αποδεικνύει ότι οι τουρίστες που προέρχονται από αυτές έχουν ήδη αγοράσει το ελληνικό τουριστικό προϊόν, κυρίως όμως το προϊόν του προτύπου των τριών “S” (Sea, Sun, Sand-Θάλασσα, Ήλιος, Άμμος).

Επομένως, η διείσδυση σε αυτές τις αγορές που είναι ήδη καθιερωμένες είναι ευκολότερη από την διείσδυση σε νέες αγορές, πραγματοποιώντας την ένταξη της

¹¹¹ Σενετάκη Μαρία (2015), «Η Ελλάδα στους 10 top γαστρονομικούς προορισμούς του CNN», <http://www.olivemagazine.gr/%CE%B7-%CE%B5%CE%BB%CE%BB%CE%AC%CE%B4%CE%B1-%CF%83%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%82-10-top-%CE%B3%CE%B1%CF%83%CF%84%CF%81%CE%BF%CE%BD%CE%BF%CE%BC%CE%B9%CE%BA%CE%BF%CF%8D%CF%82-%CF%80%CF%81%CE%BF%CE%BF%CF%81/>

γαστρονομίας στο τουριστικό ελληνικό χαρτοφυλάκιο ως ένα νέο ή ως ένα εμπλουτισμένο. Για παράδειγμα, η διείσδυση στην υφιστάμενη αγορά της Γερμανίας μέσα από την γαστρονομία είναι ευκολότερη και σίγουρα θα είναι αποτελεσματικότερη από την εισαγωγή στην νέα αγορά της Κίνας. Όμως, για να υπάρξει επιτυχία και αποδοτικότητα, είναι απαραίτητο οι στρατηγικές επιλογές τοποθέτησης των ελληνικών τουριστικών προϊόντων σε καθιερωμένες και νέες αγορές να γίνουν έπειτα από εμπειριστατωμένη έρευνα¹¹².

Σημαντικότερα προτερήματα Ελλάδας σχετικά με το γαστρονομικό τουριστικό προϊόν της:

- ⊕ Οι ελληνικές παραδοσιακές συνταγές υπάρχουν σε αφθονία και η διαφοροποίηση τους υφίσταται ακόμα και από χωριό σε χωριό.
- ⊕ Σε ολόκληρη την ελληνική επικράτεια, υπάρχει πολύ μεγάλη ποικιλία πρώτων υλών, αγαθών και προϊόντων άριστης ποιότητας, αρκετά από τα οποία είναι αναγνωρισμένα ως Προϊόντα με Ονομασία Προέλευσης (Π.Ο.Π.).
- ⊕ Η μεσογειακή διατροφή, η οποία είναι το πιο ιδανικό μοντέλο διατροφής, καθώς διαθέτει πολλές ευεργετικές ιδιότητες και συμβάλει στην μακροζωία. Σημαντικό παράδειγμα είναι η Ικαρία, η οποία ανήκει στην Blue Zone της μακροβιότητας παγκοσμίως, όπου περιέχονται μόνο πέντε περιοχές σε ολόκληρο τον κόσμο: Σικελία, Οκινάουα (Ιαπωνία), Λόμα Λίντα (Καλιφόρνια) και Νικόγια Πενίνσουλα (Κόστα Ρίκα).

Σημαντικότερα ελαττώματα Ελλάδας σχετικά με το γαστρονομικό τουριστικό προϊόν της:

- ⊕ Μη ύπαρξη συντονισμένων προσπαθειών.
- ⊕ Δεν έχει γίνει κατανοητό το γεγονός ότι δεν αρκεί μόνο ο ήλιος και η θάλασσα, αλλά και η γαστρονομία για την επιλογή μας ως προορισμό από έναν ταξιδιώτη.
- ⊕ Η προσφερόμενη ποιότητα των πρωινών στα ξενοδοχεία και στους χώρους εστίασης είναι χαμηλή, καθώς πολλές φορές προσφέρονται έτοιμα σκευάσματα άλλων χωρών ή πιάτα τα οποία δεν σχετίζονται καθόλου με την τοπική παραδοσιακή κουζίνα.
- ⊕ Δεν υφίσταται ξεκάθαρη εικόνα των ελληνικών προϊόντων, καθώς δεν είναι πουθενά καταγεγραμμένα.

¹¹² Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (2009), «Η γαστρονομία στο μάρκετινγκ του ελληνικού τουρισμού», σελίδα: 14, <http://sete.gr/files/Media/Ebook/2010/100222%20gastronomy%20f.pdf>

- ✿ Ύπαρξη υπερβολικής γραφειοκρατίας για έναν παραγωγό, μια αγροτουριστική μονάδα κ.λπ. για την πιστοποίηση των προϊόντων, την πώληση και την εξαγωγή τους¹¹³.

5.6 ΟΙ ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥ ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Η κουλτούρα της κουζίνας του τόπου ενός προορισμού αποτελεί βασικό στοιχείο της έννοιας του διατροφικού τουρισμού. Παρόλο που η διατροφική αξία της τοπικής κουζίνας είναι αδιαμφισβήτητη και η γαστρονομία είναι ένα αρκετά πρόσφορο τουριστικό προϊόν για την χώρα μας, καθώς διαθέτει τεράστια ποικιλία πρώτων υλών και αφθονία παραδοσιακών συνταγών, δυστυχώς πολύ λίγες είναι οι τουριστικές επιχειρήσεις οι οποίες έχουν προωθήσει την γεύση ως βασικό στοιχείο των παρεχόμενων τουριστικών πακέτων.

Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι βάσει στοιχείων του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού, ποσοστό της τάξεως του 44% των ταξιδιωτών παγκοσμίως κρίνουν το φαγητό ως ένα από τα βασικότερα κριτήρια του τόπου που πρόκειται να επισκεφτούν.

Δυστυχώς, ο διατροφικός τουρισμός στην Ελλάδα δεν έχει αναπτυχθεί σε μεγάλο βαθμό, καθώς δεν έχει εκμεταλλευτεί πλήρως το τουριστικό προϊόν της, παρά το γεγονός ότι η μεσογειακή δίαιτα είναι πλέον ένα είδος μόδας το οποίο κυριαρχεί σαν ένα σύγχρονο μοντέλο υγιεινής διατροφής. Στην σύγχρονη εποχή που διανύουμε η οποία διακρίνεται από την παγκοσμιοποίηση, για να αναπτυχθεί ο διατροφικός τουρισμός στην Ελλάδα, είναι απαραίτητη η προβολή και η διεθνοποίηση της τοπικής κουζίνας και η προώθηση της εθνικής ταυτότητας και της εντοπιότητας των γεύσεων ως το βασικότερο στοιχείο του γαστροτουρισμού.

Ουσιαστικά, το πρόβλημα το οποίο πρέπει να αντιμετωπιστεί, δεν είναι να πειστεί ο τουρίστας-καταναλωτής να επισκεφτεί την Ελλάδα για να μπορέσει να γνωρίσει την παραδοσιακή κουζίνα, καθώς η πλειοψηφία των υποψήφιων καταναλωτών έχει ακουστά τα ελληνικά προϊόντα και την ελληνική γαστρονομία και πιθανόν ορισμένοι από αυτούς κάποια στιγμή να έχουν γευτεί την ελληνική παραδοσιακή κουζίνα, σε κάποιο από τα πολλά ελληνικά εστιατόρια που υπάρχουν στο εξωτερικό.

Αυτό που χρειάζεται είναι ορθά συντονισμένες διαδικασίες από όλους ανεξαρτήτως τους φορείς της ελληνικής βιομηχανίας τουρισμού, σοβαρή προσπάθεια και συνειδητοποίηση

¹¹³ Καλομάρη Αφροδίτη (2014), «Ο γαστρονομικός τουρισμός χρειάζεται καλύτερη διαχείριση, οργάνωση και βάθος χρόνου τουλάχιστον 10ετίας», <http://traveldailynews.gr/columns/article/2756>

της ανάγκης δημιουργίας νέων προτύπων εστίασης, έτσι ώστε η Ελλάδα να μπορέσει να προβληθεί ως το κέντρο της μεσογειακής διατροφής.

Κάποιες τουριστικές υποδομές, οι οποίες είναι χαμηλού επιπέδου και διαθέτουν ανειδίκευτο προσωπικό με μέτριο ως κακό σέρβις σε συνδυασμό με την επικρατούσα κατάσταση στους χώρους υγιεινής της πλειοψηφίας των εποχικών καταστημάτων, δημιουργούν μια άσχημη εικόνα για τους τουρίστες¹¹⁴.

Είναι απαραίτητο να γίνει κατανοητό, όσο το δυνατόν συντομότερα, από τους ιδιοκτήτες τουριστικών επιχειρήσεων και από το κράτος, το γεγονός ότι η γαστρονομία αντιπροσωπεύει το κυρίαρχο στοιχείο του ελληνικού τουρισμού και πολιτισμού, προκειμένου να αναπτυχθεί γρήγορα το ελληνικό τουριστικό προϊόν, αποφέροντας αμέτρητα οφέλη στην τοπική οικονομία.

Απαιτείται αλλαγή της φιλοσοφίας των ιδιοκτητών του κλάδου της εστίασης και σωστή εκπαίδευση των εργαζομένων, προκειμένου να αναπτυχθούν νέα πρότυπα εστίασης τα οποία θα στηρίζονται στην τοπική παραδοσιακή μεσογειακή κουζίνα. Λαμβάνοντας την εκπαίδευση ως κύρια προϋπόθεση για να αναπτυχθεί ο διατροφικός τουρισμός, αυτή μπορεί να πραγματοποιηθεί σε διάφορους τομείς, όπως για παράδειγμα στους εργοδότες, στο προσωπικό κουζίνας και σάλας, την πολιτεία, την τοπική αυτοδιοίκηση και τους αρμόδιους τοπικούς φορείς κ.λπ. ως εξής:

Εκπαίδευση-ενημέρωση για τους εργοδότες:

- ⊕ Να πραγματοποιείται επιλογή ειδικευμένου προσωπικού σάλας και κουζίνας.
- ⊕ Το διαδίκτυο πρέπει να χρησιμοποιείται και η επιχείρηση πρέπει να παρουσιάζεται με δικό της site τουλάχιστον σε δυο γλώσσες, περιλαμβάνοντας όλα τα σημαντικά πληροφοριακά και λειτουργικά στοιχεία.
- ⊕ Πρέπει να δίνεται έμφαση στο μενού και στην παρουσίαση της φιλοσοφίας της επιχείρησης στον τομέα εστίασης.
- ⊕ Είναι απαραίτητη η ορθή διαχείριση των προμηθειών και των πρώτων υλών.

¹¹⁴ www.tinos-about.gr (2015), «Ο γαστρονομικός τουρισμός στην Ελλάδα», <http://www.tinos-about.gr/fagitotinos/item/747-gastronomikos-tourismos-stin-ellada.html#.Vmw5dYaLSM9>

- ✿ Χρειάζεται να διαμορφωθεί μια αυτόνομη προσωπικότητα, προκειμένου να αναπτυχθεί η κατάλληλη εικόνα.
- ✿ Πρέπει να πραγματοποιείται σωστή επικοινωνία με τους καταναλωτές μέσα από την κάρτα του μενού, το οποίο είναι το κύριο εργαλείο πωλήσεων.
- ✿ Η κάρτα του μενού να είναι διαμορφωμένη με τρόπο, έτσι ώστε θα επιβάλλονται διακριτικά οι επιθυμούμενες πωλήσεις.
- ✿ Πρέπει να υπάρχει διαρκής επαφή με τις νέες τάσεις και τις νέες τεχνολογίες στην μαγειρική και στην γαστρονομία.

Εκπαίδευση για το προσωπικό κουζίνας:

- ✿ Πρέπει να γνωρίζει και να εφαρμόζει το μοντέλο της μεσογειακής διατροφής μέσα από την επαγγελματική κουζίνα.
- ✿ Η ύπαρξη επαγγελματικής συμπεριφοράς κατά τον χειρισμό, την προετοιμασία και την παρασκευή των εδεσμάτων είναι άκρως απαραίτητη.
- ✿ Τα εδέσματα πρέπει να παρουσιάζονται με προοπτική την αισθητική αναβάθμισης¹¹⁵.

Εκπαίδευση για το προσωπικό σάλας:

- ✿ Η παρουσίαση του πρέπει να είναι επαγγελματική και η προσωπική υγιεινή απαιτείται.
- ✿ Οι τρόποι της υποδοχής, της εξυπηρέτησης και της επικοινωνίας με τον καταναλωτή πρέπει να είναι προσεγμένοι.
- ✿ Είναι απαραίτητο να γνωρίζει τα παραδοσιακά υλικά, έτσι ώστε να διαθέτει την ικανότητα να προωθήσει τα τοπικά εδέσματα και να μπορεί να πληροφορήσει σωστά μέσα από την δυνατότητα ποικίλων προτάσεων.
- ✿ Η γνώση οινολογίας είναι απαραίτητη, προκειμένου να έχει την ικανότητα να προτείνει συνδυασμούς γεύσεων πιάτων και κρασιών.
- ✿ Πρέπει να ακολουθείται η σωστή διαδικασία σερβιρίσματος.

¹¹⁵ www.tinos-about.gr (2015), «Ο γαστρονομικός τουρισμός στην Ελλάδα», <http://www.tinos-about.gr/fagitotinos/item/747-gastronomikos-tourismos-stin-ellada.html#.Vmw5dYaLSM9>

Εκπαίδευση-ενημέρωση για την πολιτεία, την τοπική αυτοδιοίκηση και τους αρμόδιους τοπικού φορείς ή συλλόγους:

- ✿ Πρέπει οι επιχειρηματίες να ενημερώνονται διαρκώς για ειδικά προγράμματα επιμόρφωσης και ενημέρωσης.
- ✿ Η διοργάνωση τοπικών φεστιβάλ γαστρονομίας η οποία σίγουρα συμβάλει στη προβολή και προώθηση τοπικών παραδοσιακών συνταγών και προϊόντων.
- ✿ Πρέπει να παρέχεται υποστήριξη στους μικρούς τοπικούς παραγωγούς και οιοπαραγωγούς, προκειμένου να μην εκτοπίζονται από μεγάλες πολυεθνικές επιχειρήσεις τροφίμων και ποτών.
- ✿ Τα καλά εστιατόρια και οι καλές τουριστικές μονάδες εστίασης πρέπει να επιβραβεύονται από τους τοπικούς φορείς.
- ✿ Πρέπει να εκδίδονται και να διανέμονται δωρεάν τοπικοί τουριστικοί γαστρονομικοί οδηγοί.

Όπως γίνεται κατανοητό, η εκπαίδευση αφορά γενικά τον τομέα της εστίασης. Όμως, για να υπάρξει η καλύτερη και αποδοτικότερη συνδυαστική λειτουργία, χρειάζεται και η απαραίτητη υποδομή στις εγκαταστάσεις, στον εξοπλισμό κ.λπ. Εστιάζοντας στην προώθηση και ανάπτυξη των τουριστικών επιχειρήσεων εστίασης και των εστιατορίων, με τους παραπάνω τρόπους και με άρτια εκπαιδευμένο προσωπικό, ίσως η Ελλάδα μπορέσει να αναδειχθεί ως πρότυπο γαστρονομικού τουριστικού προορισμού παγκοσμίως¹¹⁶.

5.7 ΟΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΟΙ ΠΡΟΣΠΑΘΕΙΕΣ ΓΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Η Ελλάδα, καθώς αποτελεί έναν από τους δημοφιλέστερους προορισμούς τουριστικού ενδιαφέροντος παγκοσμίως, έχει αρκετές προοπτικές ανάπτυξης πολλών διαφορετικών μορφών τουρισμού, μέσα στις οποίες περιλαμβάνεται και ο διατροφικός τουρισμός. Το γεγονός ότι ο τουρισμός είναι ένας τομέας ο οποίος είναι ανταγωνιστικός και διαρκώς αναπτύσσεται, καθώς εισέρχονται νέοι προορισμοί στη αγορά του, συνδυαστικά με την

¹¹⁶ www.tinos-about.gr (2015), «Ο γαστρονομικός τουρισμός στην Ελλάδα», <http://www.tinos-about.gr/fagitotinos/item/747-gastronomikos-tourismos-stin-ellada.html#.Vmw5dYaLSM9>

ανάγκη για ενδυνάμωση της βιωσιμότητας του ελληνικού τουρισμού, απαιτεί την ανάπτυξη και προβολή νέων επιλογών για τον ταξιδιώτη.

Στις ανεπτυγμένες χώρες σε επίπεδο τουρισμού, η γαστρονομία και οι διαδρομές γεύσεις και κρασιού είναι ένας πολύ σημαντικός τουριστικός πόρος, με την ανάπτυξη του διατροφικού τουρισμού και του οινοτουρισμού, μορφές οι οποίες αποτελούν το συνδυαστικό κρίκο του τουρισμού πολυτελείας και των ταξιδιωτών με υψηλές προσδοκίες και απαιτήσεις.

Η χώρα μας εδώ και πολλά χρόνια, κερδίζει τους επισκέπτες με παραδοσιακά πιάτα της, τα οποία είναι συνδυασμός των αγνών πρώτων υλών και της ποικιλίας των παραδοσιακών συνταγών. Καθώς οι γεύσεις εξελίσσονται, η Ελλάδα έχει πάνω από εκατό διεθνώς αναγνωρισμένα Προϊόντα με Ονομασία Προέλευσης (Π.Ο.Π.), παραδόσεις και άλλα υπέροχα προϊόντα τα οποία συνολικά παρέχουν στους επισκέπτες ολοκληρωμένες εμπειρίες γεύσεων.

Πλέον, πολλά ελληνικά εστιατόρια και ξενοδοχειακές μονάδες ακολουθούν ορισμένες δραστηριότητες οι οποίες οδηγούν στην ενσωμάτωση του ελληνικού γαστρονομικού πλούτου στο ελληνικό τουριστικό προϊόν. Παράλληλα, ο διατροφικός τουρισμός στην Ελλάδα γνωρίζει κατακόρυφη ανάπτυξη και διαρκή εξέλιξη, καθώς βελτιώνεται η ποιότητα των παρεχόμενων προϊόντων και των γεύσεων και πραγματοποιούνται συντονισμένες προσπάθειες από το Υπουργείο Τουρισμού και του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης για την ομαλή και ορθή σύνδεση του τουριστικού τομέα με την πρωτογενή παραγωγή και ειδικότερα με τα Προϊόντα με Ονομασία Προέλευσης (Π.Ο.Π.) και τα Προϊόντα Γεωγραφικής Ένδειξης (Π.Γ.Ε.).

Αν ο διατροφικός τουρισμός συνδυαστεί σωστά με τις υφιστάμενες υποδομές, μπορεί να συμβάλει ουσιαστικά στο συνολικό ελληνικό τουριστικό προϊόν λίαν συντόμως. Αυτό ισχύει γιατί η γαστρονομία στην περίπτωση που στηρίζεται σε τοπικές πρώτες ύλες και προϊόντα και σε παραδοσιακές συνταγές, έχει την ικανότητα από μόνη της να είναι ο λόγος επίσκεψης ενός προορισμού.

Έτσι, η Ελλάδα θα μπορέσει να απολάβει πολλές ωφέλειες από την ανάπτυξη του διατροφικού τουρισμού, μερικές από τις οποίες είναι: η αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος με τις ξενοδοχειακές μονάδες να διαθέτουν ένα ποιοτικό και διαφορετικό πρωινό

συγκριτικά με το τυποποιημένο, η αύξηση των εισοδημάτων των τοπικών παραγωγών παρέχοντας τα προϊόντα τους σε μια διαρκώς αναπτυσσόμενη αγορά κ.λπ.¹¹⁷

Η γαστρονομία της Ελλάδας έχει την ικανότητα να συμβάλει στην ποιοτική εξέλιξη του τουριστικού προϊόντος, προσελκύνοντας 500.000 παραπάνω ταξιδιώτες, την πρώτη τριετία εφαρμογής της, ενισχύοντας το Α.Ε.Π. κατά 1 δις ευρώ και δημιουργώντας 50.000 νέες θέσεις εργασίας.

Όπως ήδη αναφέρθηκε, σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού, ποσοστό της τάξεως του 44% των ταξιδιωτών παγκοσμίως κρίνουν το φαγητό ως ένα από τα βασικότερα κριτήρια του τόπου που πρόκειται να επισκεφτούν, ενώ βάσει στοιχείων άλλων μελετών, οι τουρίστες καταναλώνουν περίπου το 40% του ταξιδιωτικού προϋπολογισμού τους σε δραστηριότητες οι οποίες σχετίζονται με φαγητό και ποτό

Επίσης, η ανάπτυξη του διατροφικού τουρισμού έχει θετικές συνέπειες και στον αγροτικό τομέα, με πολλούς παραγωγούς να έχουν μετατρέψει τις μονάδες τους σε επισκέψιμους χώρους και μουσεία. Παρόλα αυτά, μπορεί η Ελλάδα να διαθέτει ποικιλία τοπικών προϊόντων υψηλής ποιότητας, από την άλλη όμως, δεν διαθέτει στρατηγική μάρκετινγκ για την προβολή της γαστρονομίας, όπως έχουν ήδη κάνει επιτυχώς ανταγωνίστριες χώρες (Ιταλία, Γαλλία και Ισπανία)¹¹⁸.

Ορισμένες ελληνικές αξιόλογες προσπάθειες προώθησης της ελληνικής παραδοσιακής κουζίνας αποτελούν οι παρακάτω:

- ✿ «Οι δρόμοι της Ελιάς», αναγνωρισμένοι από την UNESCO με συνεργασία πολλών μεσογειακών ελαιοπαραγωγικών χωρών.
- ✿ «Τα βορΟινά-οι δρόμοι του κρασιού», προσπαθώντας την διείδυση στην γερμανική τουριστική αγορά μέσα από τον οινοτουρισμό.
- ✿ «Το έτος γαστρονομίας».

¹¹⁷ Πάλλης Χρήστος (2014), «Γαστρονομικός τουρισμός: φέρνει τουρίστες με αυξημένο θαλάντιο», <http://www.agrocapital.gr/Category/Afieromata/Article/8361/gastronomikos-toyrismos--fernei-toyristes-me-ayximeno-balantio> & Τσάπαλος Όμηρος (2013), «Γαστρονομικός τουρισμός: μοχλός πολιτιστικής και οικονομικής ανάπτυξης», <http://www.artmag.gr/articles/art-thinking/item/4188-gastronomikos-tourismos-moxlos-politistikis-kai-oikonomikis-anaptixis>

¹¹⁸ Σωτηρόπουλος Αλέξης (2014), «Ένα από τα ισχυρά ατού της Ελλάδας η γαστρονομία της», <http://www.e-travelnews.gr/ena-apo-ta-ishyra-atou-ths-elladas-h-gastronomia-ths/>

- «Το φεστιβάλ γαστρονομίας στην Σητεία» και «το φεστιβάλ γαστρονομίας Νικόλαος Τσελεμεντές στην Σίφνο».
- «Η καμπάνια Symposio» της Aldemar.
- «Η Terra-Creta Maris»¹¹⁹.

Αναφορικά με την αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος από τις ξενοδοχειακές μονάδες, διαθέτοντας ένα ποιοτικό και διαφορετικό πρωινό συγκριτικά με το τυποποιημένο, εξαιρετη είναι η προσπάθεια της ξενοδοχειακής μονάδας Creta Maris¹²⁰, το οποίο είναι ενταγμένο στο πρόγραμμα «Ελληνικό πρωινό». Αυτό το πρόγραμμα πραγματοποιείται από το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος και σχεδιάστηκε το 2010. Με την μεθοδική υλοποίηση του από αυτό το έτος, σκοπεύει πρωτίστως να εμπλουτιστεί το πρωινό το οποίο προσφέρεται από τις ελληνικές ξενοδοχειακές μονάδες με αγνά, φρέσκα και μοναδικά τοπικά παραδοσιακά αγαθά και προϊόντα.

Το Creta Maris, με την ένταξη του στο πρόγραμμα «Ελληνικό πρωινό», προσφέρει στους επισκέπτες του την δυνατότητα γνωριμίας του αστείρευτου γαστρονομικού πλούτου της Κρήτης. Έτσι, οι επισκέπτες γεύονται μοναδικά προϊόντα της Κρήτης, που είναι ένα σημαντικό κομμάτι της μεσογειακής διατροφής, η οποία εκτός του γεγονός ότι είναι μια μοντέρνα τάση, είναι βάσει της UNESCO «*άυλη πολιτιστική κληρονομιά της ανθρωπότητας*»¹²¹.

Επίσης, καθώς η διοίκηση του Creta Maris επιθυμεί να παρέχει πάντα τα βέλτιστα προϊόντα και υπηρεσίες στους επισκέπτες της, για το έτος 2014 συνεχίστηκε η ιδιοπαραγωγή τοπικών προϊόντων πιστοποιημένης βιολογικής καλλιέργειας. Έτσι, επετεύχθη διπλάσια παραγωγή συγκριτικά με το 2013, ικανοποιώντας τις αυξημένες επιθυμίες και ανάγκες των πελατών για προϊόντα υψηλής ποιότητας. Η βιολογική παραγωγή του περιλαμβάνει: 0,5 στρεμ. υπαίθριο επισκέψιμο κήπο κηπευτικών, 9,5 στρεμ. οσπρίων και σιτηρών, 1 στρεμ. εσπεριδοειδών και 9,5 στρεμ. τοπικών ποικιλιών οινοστάφυλων.

¹¹⁹ Καλομάρη Αφροδίτη (2014), «Ο γαστρονομικός τουρισμός χρειάζεται καλύτερη διαχείριση, οργάνωση και βάθος χρόνου τουλάχιστον 10ετίας», <http://traveldailynews.gr/columns/article/2756> & Τσάπαλος Όμηρος (2013), «Γαστρονομικός τουρισμός: μοχλός πολιτιστικής και οικονομικής ανάπτυξης», <http://www.artmag.gr/articles/art-thinking/item/4188-gastronomikos-tourismos-moxlos-politistikis-kai-oikonomikis-anaptixis>

¹²⁰ Πληροφοριακά στοιχεία για το Creta Maris από την κυρία Φαίη Παπαϊωάννου

¹²¹ www.maris.gr (2015), «Έκδοση απολογισμού αειφορίας 2014», σελίδα: 38, http://www.maris.gr/media/83814/annual_report_2014_gr.pdf

Αυτή η βιοκαλλιέργεια είχε ως αποτέλεσμα την δημιουργία γευμάτων με βιολογικά συστατικά ή εξ' ολοκλήρου βιολογικών γευμάτων, τα οποία οι επισκέπτες του ξενοδοχείου έχουν την δυνατότητα να τα γευτούν στο εστιατόριο. Εκτός από την εξαιρετική ποιότητα των χρησιμοποιούμενων βιολογικών προϊόντων, ο τρόπος παραγωγής τους και διανομής τους είναι φιλικός ως προς τον άνθρωπο, την κοινωνία και το περιβάλλον.

Στηρίζοντας την τοπική παραδοσιακή κουζίνας της Κρήτης και τα αγνά φρέσκα τοπικά προϊόντα και τηρώντας την υπόσχεση απέναντι στους πελάτες, η διοίκηση του Creta Maris, δεσμεύεται ότι θα συνεχίσει να έχει ως κυρίαρχα κίνητρα την ικανοποίηση του πελάτη συνδυαστικά με την αγάπη και τον σεβασμό στην τοπική παραδοσιακή κουζίνα. Με αυτόν τον τρόπο, γίνεται μια προσπάθεια ανάπτυξης του διατροφικού τουρισμού, καθώς προωθούνται οι παραδοσιακές συνταγές της Κρητικής παράδοσης και ο τρόπος μαγειρέματος και στηρίζεται η παραγωγή και η χρήση στα γεύματα ντόπιων προϊόντων¹²²

5.8 ΤΑ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΤΑ ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΟΥ ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Η μεθοδική προσέγγιση και εξέταση καθώς και η σύνδεση της γαστρονομίας με τον τουρισμό και η ένταξη της στο συνολικό τουριστικό σχεδιασμό, κυρίως στον τομέα του μάρκετινγκ, είναι σίγουρο ότι θα συμβάλει στο να καταστεί η καλή ελληνική κουζίνα πιο γνωστή και προσιτή στους επισκέπτες της, οδηγώντας σε άμεσες και πολύ σημαντικές ωφέλειες, οι οποίες παρουσιάζονται παρακάτω:

- Ο εμπλουτισμός της εμπειρίας των τουριστών, αναδεικνύοντας τον ελληνικό τρόπο ζωής μέσα από την γαστρονομία υψηλής ποιότητας.
- Η ανάπτυξη καλύτερων προϋποθέσεων για την ανάδειξη της χώρας μας ως προορισμό ποιότητας ζωής.
- Η υποκίνηση μεγαλύτερης τουριστικής δαπάνης.
- Η προσέλκυση νέων κατηγοριών επισκεπτών.
- Η αύξηση των ατομικών εισοδημάτων.
- Η συμπλήρωση των γεωργικών εισοδημάτων.
- Η δημιουργία νέων θέσεων εργασίας.

¹²² www.maris.gr (2015), «Έκδοση απολογισμού αειφορίας 2014», σελίδες: 7 – 8, http://www.maris.gr/media/83814/annual_report_2014_gr.pdf

- Η συμβολή της στην συνολική ανάπτυξη ενός τόπου.
- Η διατήρηση της τοπικής παράδοσης¹²³.

Δυστυχώς, από την άλλη πλευρά, υπάρχουν ορισμένα μειονεκτήματα τα οποία προκύπτουν από την ανάπτυξη του διατροφικού τουρισμού στην Ελλάδα, μερικά από τα σημαντικότερα είναι τα παρακάτω:

- Η ανάπτυξη υπερβολικής ζήτησης, οδηγώντας συχνά σε αλλοίωση του προϊόντος, όπως για παράδειγμα συμβαίνει με την φάβα της Σαντορίνης, καθώς εξαιτίας της μεγάλης ζήτησης που υπάρχει, οι τοπικοί έμποροι προβαίνουν στην εισαγωγή φάβας από την Τουρκία.
- Η δημιουργία κοινωνικών αντιθέσεων ανάμεσα στους ντόπιους.
- Η καταστροφή του φυσικού περιβάλλοντος από τουρίστες οι οποίοι είναι δύσκολο ως αδύνατο να ελεγχθούν.
- Η δημιουργία και η αύξηση εποχικότητας, όπως για παράδειγμα η μεγάλη ζήτηση τα Σαββατοκύριακα. Φυσικά αυτό αποτελεί πλεονέκτημα για τις οικογένειες γεωργών.
- Η πρόκληση πληθωριστικών πιέσεων στην αξία της γης και των τοπικών αγαθών ¹²⁴.

5.9 ΤΑ ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ-ΤΑ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΑ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΗΣ

Ανά γεωγραφική περιοχή της Ελλάδας υπάρχει πληθώρα τοπικών παραδοσιακών προϊόντων, τα οποία στο σύνολο τους αποτελούν την ελληνική γαστρονομία και μπορούν να αποτελέσουν και τα διαφοροποιημένα προϊόντα του διατροφικού τουριστικού προϊόντος:

- Μακεδονία και Θράκη: κρόκος Κοζάνης, φασόλια Πρεσπών και Καστοριάς, σπαράγγια Κομοτηνής, παστέλι, ταχίνι, σησάμελα, καβουρμάς κ.λπ.
- Ήπειρος: ποικιλία τυριών όπως μετσοβόνη, φέτα, γαλοτύρι κ.λπ., σπαράγγια, εσπεριδοειδή και μέλι κουμαριάς Άρτας, πρόβειο βούτυρο, παραδοσιακές πίτες κ.λπ.

¹²³ Μπόσκου Γεώργιος & Παλησίδης Γεώργιος (2012), «Διατροφικά και γαστρονομικά πρότυπα στην επαγγελματική εστίαση», σελίδες: 12 – 13, http://docplayer.gr/448681-Apo-to-vivlio-diatrofika-gastronomika-protypa-stin-epaggelmatiki-estiasi-ton-dr-g-mposkoy-kai-g-palisidi.html#show_full_text

¹²⁴ Μπόσκου Γεώργιος & Παλησίδης Γεώργιος (2012), «Διατροφικά και γαστρονομικά πρότυπα στην επαγγελματική εστίαση», σελίδες: 12 – 13, http://docplayer.gr/448681-Apo-to-vivlio-diatrofika-gastronomika-protypa-stin-epaggelmatiki-estiasi-ton-dr-g-mposkoy-kai-g-palisidi.html#show_full_text

- ⊕ Θεσσαλία: βατραχοπόδαρα, κάστανα, καρύδια, τσίπουρο, χαλβάς, ποταμίσιες καραβίδες, τσιτσίραυλα, τραχανάς, αρωματικά φυτά κ.λπ.
- ⊕ Στερεά Ελλάδα: αβγοτάραχο Μεσολογγίου, φιστίκια Αιγίνης, σύκα Κύμης, κατίκι Δομοκού, ελιές Άμφισσας, φορμαέλα Αράχωβας, κρασί μοσχάτο και σαββατιανό κ.λπ.
- ⊕ Πελοπόννησος: ελιές Καλαμών, σύγκλινο Μάνης, αγιωργίτικο Νεμέας, μήλα και καρύδια Τριπόλεως, φορμαέλα Καλαβρύτων, τσακώνικη μελιτζάνα, μαυροδάφνη Πατρών, κορινθιακή σταφίδα, εσπεριδοειδή, αγκινάρες, ελατίσιο μέλι κ.λπ.
- ⊕ Κρήτη: απάκι, ανεβατά, ελαιόλαδο, παξιμάδι, χόρτα, μέλι, διάφορα είδη τυριών όπως ξινομυζήθρα, μαλάκα, ανθότυρος κ.λπ., στάκα, στακοβούτυρο κ.λπ.
- ⊕ Νησιά του Αιγαίου: πατάτες Νάξου, λαδοτύρι Μυτιλήνης, γαλοτύρι, άνυδρα λαχανικά όπως τα τοματάκια Σαντορίνης, δαμάσκηνα Σκοπέλου, λούντζα Σύρου κ.λπ.
- ⊕ Νησιά του Ιονίου: σαλάμι αέρος Λευκάδας, παξιμάδι Κυθήρων, λαδοτύρι Ζακύνθου, κουμ κουάτ, παστιτσάδα, μέλι, μάντολες, μπιάνκο, μπουρδέτο κ.λπ.¹²⁵

Ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα Ελλάδας σχετικά με το γαστρονομικό τουριστικό προϊόν της:

Σύμφωνα με την γνώμη της κυρίας Καραγκούνη Αγγελική, project manager του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων, στην ελληνική κουζίνα γίνεται χρήση ορισμένων πολύ χαρακτηριστικών προϊόντων, όπως για παράδειγμα το ελαιόλαδο, το κρασί, τα χόρτα, τα λαχανικά, το μέλι, το γιαούρτι, τα διάφορα είδη τυριών κ.λπ.

Οι ελληνικές πρώτες ύλες διαθέτουν τα χαρακτηριστικά της αγνότητας, της φρεσκάδας και της νοστιμιάς. Η παραγωγή τους μπορεί να γίνει βιολογικά και μαγειρεύονται με απλό τρόπο. Έτσι, η ελληνική παραδοσιακή κουζίνα συνδυαστικά με το αρίστης ποιότητας ελληνικό κρασί, αποτελεί έναν υγιεινό τρόπο διατροφής, χαρίζοντας ευεξία και μακροζωία.

Επίσης, κάποια υλικά τα οποία φαίνονται συνηθισμένα και κλασικά στους Έλληνες, όπως για παράδειγμα η μαστίχα, το πρόβειο γιαούρτι, οι ελιές κ.λπ., σε αρκετά άτομα από άλλες χώρες τους φαίνονται περίεργα και εξωτικά. Εξάλλου, η χώρα μας έχει έναν αστείρευτο και σε πολλές πτυχές ανεξερεύνητο γαστρονομικό πλούτο, ο οποίος περιλαμβάνει τεράστια ποικιλία συνταγών και προϊόντων σε κάθε γωνιά της. Ένα πολύ σημαντικό παράδειγμα

¹²⁵ Αποστόλου Μάκης (2014), «Έσοδα 1 δις ευρώ και 50.000 θέσεις εργασίας-Το πρώτο πιάτο», <http://www.ethnos.gr/article.asp?catid=22770&subid=2&pubid=64026205>

αποτελεί, η παραγωγή διαφόρων ειδών τυριού και κρασιού σε όλη την ελληνική επικράτεια. Η Ελλάδα εκτός από τις εισαχθείσες ποικιλίες σταφυλιών, έχει σχεδόν τριακόσιες ντόπιες ποικιλίες και κάποιους από τους αρχαιότερους αμπελώνες της Ευρώπης.

Η παραδοσιακή ελληνική κουζίνα πρέπει να απολαμβάνεται στην ίδια την χώρα, καθώς το σωστό σκηνικό, όπως για παράδειγμα ένα τραπέζι κάτω από τον πλάτανο στην πλατεία ενός χωριού ή δίπλα στο κύμα, ένα εστιατόριο με θέα κάποιο ιστορικό ή αρχαιολογικό μνημείο κ.λπ., παίζει καθοριστικό ρόλο και αποτελεί αναπόσπαστο και συνδεδετικό στοιχείο της απόλαυσης της τοπικής παραδοσιακής κουζίνας.

Κλείνοντας, η ελληνική γαστρονομία έχει ήδη κερδίσει αρκετούς φίλους σε χώρες του εξωτερικού, καθώς διαθέτει έναν ιδιαίτερο χαρακτήρα, όπως για παράδειγμα η ποικιλία στους μεζέδες, η απλή παρασκευή, η νοστιμιά, η θρεπτική αξία των πρώτων υλών κ.λπ. Εξάλλου, πολλά από τα ελληνικά προϊόντα, όπως για παράδειγμα το ελαιόλαδο, οι ελιές, η φέτα και το μέλι χρησιμοποιούνται στην διεθνή μαγειρική.

Όπως είναι φανερό, τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα της χώρας μας είναι αρκετά και κάποια από αυτά μοναδικά. Φυσικά, αντιμετωπίζοντας τις δύο βασικότερες αδυναμίες της παραδοσιακής ελληνικής κουζίνας, οι οποίες είναι **(α)** η χαμηλή ποιότητα παροχής υπηρεσιών γαστρονομίας από τα εστιατόρια αλλά και από τις ξενοδοχειακές μονάδες και **(β)** η έλλειψη αποτελεσματικής προώθησης του γαστρονομικού πλούτου της, υπάρχει η δυνατότητα προβολής και διάδοσης της σε όλες τις χώρες του εξωτερικού.

Με αυτόν τον τρόπο, οι πιθανοί επισκέπτες θα γνωρίσουν την Ελλάδα μέσα από την κουζίνα της και θα ενδιαφερθούν όχι μόνο για το γνωστό πρότυπο των τριών “S” (Sea, Sun, Sand-Θάλασσα, Ήλιος, Άμμος) αλλά και για άλλες μορφές τουρισμού, θα τονωθεί η τουριστική αγορά και επομένως και η ελληνική οικονομία¹²⁶.

¹²⁶ Νικηταράς Σταμάτης (2014), «Γαστρονομικός τουρισμός στην Ελλάδα», <http://www.mamapeinao.gr/ellinikos-gastronomikos-tourismos>

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Ο τουρισμός αποτελεί μια δραστηριότητα, που περιέχει την ανθρώπινη συμπεριφορά, την χρήση πόρων, τις σχέσεις με άλλους ανθρώπους, άλλες οικονομίες και άλλα περιβάλλοντα. Επιπλέον, συμπεριλαμβάνει την φυσική κίνηση των τουριστών προς διάφορες περιοχές, διαφορετικές από αυτές στις οποίες είναι η μόνιμη κατοικία τους.

Μπορεί το μεγαλύτερο ποσοστό του παγκόσμιου τουρισμού πραγματοποιείται για λόγους αναψυχής, χρησιμοποιώντας τον διαθέσιμο χρόνο ενός ατόμου, αλλά υπάρχει και ένα σημαντικό ποσοστό το οποίο σχετίζεται με επαγγελματικές υποχρεώσεις ή με ανάγκες υγείας.

Τα χαρακτηριστικά του τουρισμού την σημερινή εποχή που ασκούν επιρροές στην ανάπτυξη αλλά και στην διάρθρωση της ζήτησης του τουριστικού προϊόντος είναι πάρα πολλά όπως για παράδειγμα η αύξηση των δαπανών για τουρισμό, η παγκοσμιοποίηση της τουριστικής αγοράς, η εμφάνιση νέων τουριστικών αγορών με πολύ χαμηλότερο κόστος, η εφαρμογή νέας μεθοδολογίας μάρκετινγκ, η είσοδος νέων τεχνολογικών συστημάτων κ.λπ.

Υπάρχουν και κάποια χαρακτηριστικά, τα οποία ουσιαστικά αφορούν την μελέτη της πτυχιακής αυτής και αυτά είναι για παράδειγμα η εμφάνιση των ειδικών και των εναλλακτικών μορφών του τουρισμού που στοχεύει στην βελτίωση της εξυπηρέτησης των τουριστών και στην κάλυψη ειδικότερων τουριστικών αναγκών, η αλλαγή στα καταναλωτικά πρότυπα των τουριστών, καθώς αναζητούν ένα περισσότερο εμπλουτισμένο και διαφορετικό τουριστικό προϊόν, η συνεχής αύξηση του αριθμού των τουριστών της τρίτης ηλικίας που μπορεί να αποτελέσει μια πολύ δυναμική αγορά μελλοντικά κ.λπ.

Εκτός από την παραδοσιακή αγορά διακοπών, τον μαζικό τουρισμό, τα τελευταία χρόνια έχουν αναπτυχθεί και άλλες μορφές τουρισμού, οι οποίες εμφανίζουν ραγδαία ανάπτυξη και είναι ο εναλλακτικός τουρισμός που πραγματοποιείται από άτομα τα οποία επιθυμούν έναν διαφορετικό τρόπο διακοπών και ο τουρισμός ειδικών ενδιαφερόντων, ο οποίος πραγματοποιείται από τουρίστες με κοινά ειδικά ενδιαφέροντα.

Ο εναλλακτικός τουρισμός είναι τουρισμός μικρής κλίμακας, μη συμβατικής φύσης, μη μαζικής εξειδίκευσης και είναι ευαίσθητος σε κοινωνικό και περιβαλλοντολογικό επίπεδο, αντιθέτως με το συμβατικό τύπο μαζικού τουρισμού σε μεγάλα θέρετρα. Επομένως, είναι μια

διαδικασία προώθησης μια διαφορετικής μορφής ταξιδιού, η οποία είναι φιλική προς το περιβάλλον, με αποτέλεσμα να έχει λιγότερες αρνητικές επιπτώσεις στους προορισμούς, δίχως να μειώνονται τα θετικά αποτελέσματα σε οικονομικό επίπεδο. Μερικές εναλλακτικές μορφές τουρισμού αποτελούν ο αγροτουρισμός, ο τουρισμός περιπέτειας, ο αθλητικός, ο περιηγητικός, ο θαλάσσιος και ο πολιτιστικός τουρισμός.

Ο τουρισμός ειδικών ενδιαφερόντων πολλές φορές θεωρείται ως συνώνυμο του εναλλακτικού τουρισμού, γεγονός το οποίο είναι ανακριβές. Στην ουσία, το κίνητρο των τουριστών ειδικών ενδιαφερόντων είναι να συμμετέχουν σε κάποια δραστηριότητα ή να επισκεφτούν κάποιο συγκεκριμένο τόπο, καθώς η επιλογή του προορισμού τους γίνεται προκειμένου να ικανοποιήσουν το ειδικό ενδιαφέρον τους, και όχι να κάνουν υπεύθυνο τουρισμό συμβάλλοντας στην αειφόρο τουριστική ανάπτυξη. Μερικές ειδικές μορφές τουρισμού αποτελούν ο ιατρικός, ο γαστρονομικός, ο θρησκευτικός, ο εκπαιδευτικός και ο συνεδριακός τουρισμός.

Αναλύοντας τον ιατρικό τουρισμό, ο οποίος ορίζεται ως τομέας της παροχής υπηρεσιών πρωτοβάθμιας ή δευτεροβάθμιας φροντίδας υγείας από αναγνωρισμένους δημόσιους ή ιδιωτικούς φορείς του υπουργείου Υγείας και Κοινωνικής Αλληλεγγύης σε Έλληνες ή σε αλλοδαπούς, γίνεται αντιληπτό ότι είναι μια έννοια η οποία χαρακτηρίζεται από αντίφαση, καθώς η συνύπαρξη του τουρισμού και της νοσηλείας αποτελεί ένα αφύσικο και περίεργο γεγονός. Είναι μια ταχέως αναπτυσσόμενη μορφή τουρισμού, με τις κορυφαίες χώρες προορισμού ιατρικού τουρισμού παγκοσμίως να είναι η Μαλαισία, η Ινδία, η Τουρκία, η Βραζιλία και η Ταϊλάνδη, κυρίως λόγω χαμηλού κόστους.

Αναλύοντας τον διατροφικό-γαστρονομικό τουρισμό, αναφέρεται σε άτομα τα οποία ταξιδεύουν και αναζητούν να βιώσουν ιδιαίτερες και μοναδικές γαστρονομικές εμπειρίες και αποτελεί μία από τις μεγαλύτερες αναδυόμενες τάσεις στην βιομηχανία του τουρισμού σε παγκόσμιο επίπεδο. Επίσης, αποτελεί ένα σχετικά νέο τουριστικό προϊόν το οποίο αναπτύσσεται με γοργούς ρυθμούς. Βάσει στοιχείων του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού, ποσοστό της τάξεως του 44% των ταξιδιωτών παγκοσμίως κρίνουν το φαγητό ως ένα από τα βασικότερα κριτήρια του τόπου που πρόκειται να επισκεφτούν.

Κλείνοντας, η χώρα μας κάνει αξιόλογες προσπάθειες για να κερδίσει μια θέση στην κατάταξη των κορυφαίων προορισμών παγκοσμίως στο επίπεδο του ιατρικού και του διατροφικού τουρισμού, αλλά σίγουρα χρειάζεται αρκετός καιρός για να το επιτύχει. Καθώς η Ελλάδα διαθέτει μεγάλη τουριστική παράδοση, πολλοί πιθανοί επισκέπτες την γνωρίζουν.

Από άποψη ιατρικού τουρισμού, είναι απαραίτητο να γίνει γνωστή η υψηλή εξειδίκευση των γιατρών, η ποιότητα και οι ανταγωνιστικές τιμές. Από άποψη διατροφικού τουρισμού, καθώς η πλειοψηφία των ανθρώπων γνωρίζουν την διατροφική αξία της μεσογειακής διατροφής, το μόνο που χρειάζεται είναι να καταπολεμηθούν οι δύο βασικότερες αδυναμίες της παραδοσιακής ελληνικής κουζίνας, η χαμηλή ποιότητα παροχής υπηρεσιών γαστρονομίας και η έλλειψη αποτελεσματικής προώθησης του γαστρονομικού πλούτου της.

BIBΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΈΝΤΥΠΗ

- ⊕ Adrian Bull (1995), «*The economics of travel & tourism*», Ελληνική έκδοση: Σοκοδήμος
- Ανδρέας (2002) «*Τουριστική Οικονομική*», εκδόσεις Κλειδάριθμος.
- ⊕ Page Stephen (2003), «*Tourism management, managing for change*», Ελληνική έκδοση: Μαυροδόντης Θωμάς (2006), «*Εισαγωγή στον τουρισμό*», εκδόσεις Παπαζήση.
- ⊕ Ανδριώτης Κωνσταντίνος (2005), «*Τουριστική ανάπτυξη & σχεδιασμός*», εκδόσεις Σταμούλης Α.Ε.
- ⊕ Ανδριώτης Κωνσταντίνος (2008), «*Αειφορία και εναλλακτικός τουρισμός*», εκδόσεις Σταμούλης Α.Ε.
- ⊕ Βενετσανοπούλου Μάρω (2006), «*Η κρατική συμβολή στον τουρισμό – Εναλλακτικές μορφές τουρισμού*», εκδόσεις Interbooks.
- ⊕ Ηγουμενάκης Νίκος (1997), «*Τουριστική Οικονομία*», Τόμος Α', εκδόσεις Interbooks,
- ⊕ Ηγουμενάκης Νίκος & Κραβαρίτης Κώστας & Λύτρας Περικλής (1999), «*Εισαγωγή στον τουρισμό*», εκδόσεις Interbooks.
- ⊕ Κραβαρίτης Κώστας & Παπαγεωργίου Αθηνά (2007), «*Επαγγελματικός τουρισμός - Οργάνωση συνεδριών*», εκδόσεις Interbooks.
- ⊕ Κοκκώσης Χάρης & Τσάρτας Πάρις & Ελευθερία Γκρίμπα (2011), «*Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού, ζήτηση και προσφορά νέων προϊόντων τουρισμού, Τουρισμός & αναψυχή*», εκδόσεις Κριτική.
- ⊕ Λαγός Δημήτρης (2005), «*Τουριστική Οικονομική, Τουρισμός & Αναψυχή*», εκδόσεις Κριτική.
- ⊕ Παππάς Νικόλαος (2008), «*Τουρισμός*», έκδοση Υπουργείο Εθνικής Παιδείας & Θρησκευμάτων.
- ⊕ Σωτηριάδης Μάριος & Φαρσάρη Ιωάννα (2009), «*Εναλλακτικές και ειδικές μορφές τουρισμού – Σχεδιασμός management και marketing*», εκδόσεις Interbooks.

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ

- ➊ agrotourismos.gr, «Αγροτουρισμός», <http://agrotourismos.gr/agrotourismos/>
- ➋ www.ahepahosp.gr (2013), «Ενημέρωση ασθενών για τον ιατρικό τουρισμό», <http://www.ahepahosp.gr/iatrikoustourismos.asp>
- ➌ alterTourism.gr (2015) «Οικοτουρισμός», <http://altertourism.gr/morfes-tourismou/oikotourismos>
- ➍ AlterTourism (2015) «Τουρισμός υγείας και ευεξίας», <http://altertourism.gr/morfes-tourismou/tourismos-ygeias-eveksias>
- ➎ www.chania-info.gr, «Οικολογικός-Φυσιολατρικός τουρισμός (Οικοτουρισμός)», http://www.chania-info.gr/index.php?option=com_content&task=view&id=354&Itemid=140
- ➏ www.chania-info.gr, «Αγροτουρισμός», http://www.chania-info.gr/index.php?option=com_content&task=view&id=353&Itemid=140
- ➐ www.chania-info.gr, «Αθλητικός τουρισμός», http://www.chania-info.gr/index.php?option=com_content&task=view&id=358&Itemid=140
- ➑ www.gulfbusiness.com (2015), “Top 10 medical tourism destinations in the world”, <http://www.gulfbusiness.com/articles/industry/revealed-top-10-medical-tourism-destinations-in-the-world/>
- ➒ harcos.gr (2015), «Γαστρονομία και γαστρονομικός τουρισμός», <http://harcos.gr/%CF%85%CF%80%CE%B7%CF%81%CE%B5%CF%83%CE%AF%CE%B5%CF%82/%CE%B3%CE%B1%CF%83%CF%84%CF%81%CE%BF%CE%BD%CE%BF%CE%BC%CE%AF%CE%B1/>
- ➓ www.healthpages.gr (2010) «Τι είναι ο τουρισμός υγείας», <http://www.healthpages.gr/portal/page/portal/1535/Fullstory?ArticleID=867>
- www.healthpages.gr (2010), «Ιατρικός τουρισμός», <http://www.healthpages.gr/portal/page/portal/1535/Fullstory?ArticleID=869>
- www.iatrikostypos.com (2012), «Το ΞΕΕ προτείνει 6 προγράμματα για τον ιατρικό τουρισμό», <http://www.iatrikostypos.com/ellada-%CE%BA2/politiki-tis-ygeias/to-%CE%BE%CE%B5%CE%B5->

[%CF%80%CF%81%CE%BF%CF%84%CE%B5%CE%AF%CE%BD%CE%B5%CE%B9-6-
%CF%80%CF%81%CE%BF%CE%B3%CF%81%CE%AC%CE%BC%CE%BC%CE%B1%CF%84%
CE%B1-%CE%B3%CE%B9%CE%B1-%CF%84%CE%BF%CE%BD-
%CE%B9%CE%B1%CF%84%CF%81%CE%B9%CE%BA%CF%8C-
%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C](#)

- ✚ www.iatronet.gr (2015), «*Elitour: εδραιώνεται η θέση της Ελλάδας στον παγκόσμιο χάρτη του ιατρικού τουρισμού*», <http://www.iatronet.gr/eidiseis-nea/epistimi-zwi/news/33202/elitour-edraiwnetai-i-thesi-tis-elladas-ston-pagkosmio-xarti-toy-iatrikoy-toyrismoy.html>
- ✚ www.incrediblecrete.gr (2013), «*Γαστρονομικός τουρισμός*», <http://www.incrediblecrete.gr/59/index.el.html>
- ✚ ITB library (2012), “*ITB world travel trends report 2012/13*”, σελίδα: 23, http://sete.gr/fileuploads/entries/Online%20library/GR/121213_ITB%20World%20Travel%20Trends%20Report%202012_2013.pdf
- ✚ www.maris.gr (2015), «*Έκδοση απολογισμού αειφορίας 2014*», σελίδα: 38, http://www.maris.gr/media/83814/annual_report_2014_gr.pdf
- ✚ www.mesogeios.gr (2015), «*Υπηρεσίες*» <http://www.mesogeios.gr/ypiresies>
- ✚ Optimumsolutions.gr, «*Ιατρικός τουρισμός - εξειδίκευση με προοπτική*», <http://optimumsolutions.gr/%CE%B9%CE%B1%CF%84%CF%81%CE%B9%CE%BA%CE%BF%CF%82-%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CE%BF%CF%82/>
- ✚ Stephens Crystal (2015), “*Top 5 countries for medical tourism*”, <https://www.clements.com/sites/default/files/resources/Top-Five-Countries-for-Medical-Tourism.pdf>
- ✚ www.taxheaven.gr (2013), «*Καθορισμός όρων και προϋποθέσεων για την άσκηση δραστηριότητας του ιατρικού τουρισμού*», <http://www.taxheaven.gr/laws/circular/view/id/17663>
- ✚ www.tinos-about.gr (2015), «*Ο γαστρονομικός τουρισμός στην Ελλάδα*», <http://www.tinos-about.gr/fagitotinos/item/747-gastronomikos-tourismos-stin-ellada.html#.Vmw5dYaLSM9>

- Αθανασίου Λουκής (2002), «Ο συνεδριακός τουρισμός στην Ελλάδα»
<http://www.synedrio.gr/%CE%BF-%CF%83%CF%85%CE%BD%CE%B5%CE%B4%CF%81%CE%B9%CE%B1%CE%BA%CE%BF%CF%83-%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CE%BF%CF%83-%CF%83%CF%84%CE%B7%CE%BD-%CE%B5%CE%BB%CE%BB%CE%B1%CE%B4%CE%B1-%CE%B5/>
- Αποστόλου Μάκης (2014), «Έσοδα 1 δις ευρώ και 50.000 θέσεις εργασίας-Το πρώτο πιάτο», <http://www.ethnos.gr/article.asp?catid=22770&subid=2&pubid=64026205>
- Ανδριώτης Κωνσταντίνος (2003), «Ο εναλλακτικός τουρισμός και τα διαφοροποιητικά χαρακτηριστικά του».
- Γρηγοράκος Λεωνίδας (2012), «Ιατρικός θεραπευτικός τουρισμός»,
<http://www.iatronet.gr/ygeia/pathologia/article/17787/iatrikos-therapeftikos-toyrismos.html>
- Δημόπουλος Θοδωρής & Ζιώγα Μαρί-Άλις (2014), «Ιατρικός τουρισμός: το μάρκετινγκ ως μοχλός ανάπτυξης του κλάδου», <http://pmjournal.gr/iatrikos-tourismos-marketing/>
- Δοξιάδης Αρίστος & Κατσάπη Αγγελική & Σουλιώτης Κυριάκος (2012), «Ανάπτυξη του ιατρικού τουρισμού στην Ελλάδα»,
<http://www.grhotels.gr/GR/BussinessInfo/News/Lists/List/Attachments/360/MEDICAL%20TOURISM%20FINAL%20ALL.pdf>
- Θεοδωρίδου Βασιλική (2015), «Οινοτουρισμός στην Ελλάδα: η πρώτη επαφή με μια απολαυστική ταξιδιωτική τάση», <http://checkin.trivago.gr/355-gnorimia-oinotourismos-ellada-tourismos/>
- Ίκκος Άρης (2015), «Η συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία το 2014-συνπτική απεικόνιση βασικών μεγεθών»,
http://sete.gr/media/3004/simasia_tourismou_sete_intelligence_report.pdf
- Καλομάρη Αφροδίτη (2014), «Ο γαστρονομικός τουρισμός χρειάζεται καλύτερη διαχείριση, οργάνωση και βάθος χρόνου τουλάχιστον 10ετίας»,
<http://traveldailynews.gr/columns/article/2756>

- ✦ Καρατζά Ελένη (2014), «*Ιαματικά λουτρά της Ελλάδας*»,
<http://www.enet.gr/?i=news.el.article&id=423706>
- ✦ Κουσούνης Στάθης (2014), «*Ρεκόρ αφίξεων ξένων τουριστών σε Ελλάδα, Ισπανία, Τουρκία το 2013*», <http://www.kathimerini.gr/750805/article/oikonomia/ellhnikh-oikonomia/rekor-afi3ewn-3enwn-toyristwn-se-ellada-isperania-toyrkia-to-2013>
- ✦ Κουσούνης Στάθης (2014), «*Στο ιστορικό ρεκόρ των 23 εκατ. αναμένονται οι αφίξεις τουριστών το 2014*»,
<http://www.kathimerini.gr/791458/article/oikonomia/epixeirhseis/sto-istoriko-rekor-twn-23-ekat-anamenontai-oi-afi3eis-toyristwn-to-2014>
- ✦ Κουσούνης Στάθης (2014), «*Σημαντικές προοπτικές για την ανάπτυξη του ιατρικού τουρισμού*»,
<http://www.kathimerini.gr/794629/article/oikonomia/epixeirhseis/shmantikes-prooptikes--gia-thn-anapty3h-toy-iatrikoy-toyrismon>
- ✦ Μανωλοπούλου Ειρήνη (2015), «*Εναλλακτικός τουρισμός*», κεφάλαιο 3, σελίδες: 3 – 6,
<http://eclass.gunet.gr/modules/document/?course=OCGU106>
- ✦ Μοίρα Πολυξένη & Μυλωνόπουλος Δημήτριος (2014), «*Τουρισμός υγείας και ταξίδι υγείας. Κοινωνιολογική προσέγγιση και εννοιολογική διασαφήνιση*», http://ejst.teiath.gr/issue_35/Moira_35.pdf
- ✦ Μπόσκου Γεώργιος & Παλησίδης Γεώργιος (2012), «*Διατροφικά και γαστρονομικά πρότυπα στην επαγγελματική εστίαση*», σελίδες: 11 – 12, http://docplayer.gr/448681-Apo-to-vivlio-diatrofika-gastronomika-protypa-stin-epaggelmatiki-estiasi-ton-dr-g-mposkoy-kai-g-palisidi.html#show_full_text
- ✦ Νικηταράς Σταμάτης (2014), «*Γαστρονομικός τουρισμός στην Ελλάδα*»,
<http://www.mamapeinao.gr/ellinikos-gastronomikos-tourismos>
- ✦ Πάλλης Χρήστος (2014), «*Γαστρονομικός τουρισμός: φέρνει τουρίστες με αυξημένο βαλάντιο*»,
<http://www.agrocapital.gr/Category/Afieromata/Article/8361/gastronomikos-toyrismos--fernei-toyristes-me-ayximeno-balantio>

- ✿ Σβορώνου Ελένη (2005), «Μαζικός τουρισμός και εναλλακτικές μορφές: πόσο τουρισμό αντέχει η φύση;»,
http://www.hellenistyka.umk.pl/data/_uploaded/file/Materialy/nowogrecki/Turystyka%20masowa.pdf
- ✿ Σενετάκη Μαρία (2015), «Η Ελλάδα στους 10 top γαστρονομικούς προορισμούς του CNN», <http://www.olivemagazine.gr/%CE%B7-%CE%B5%CE%BB%CE%BB%CE%AC%CE%B4%CE%B1-%CF%83%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%82-10-top-%CE%B3%CE%B1%CF%83%CF%84%CF%81%CE%BF%CE%BD%CE%BF%CE%BC%CE%B9%CE%BA%CE%BF%CF%8D%CF%82-%CF%80%CF%81%CE%BF%CE%BF%CF%81/>
- ✿ Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (2009), «Η γαστρονομία στο μάρκετινγκ του ελληνικού τουρισμού», σελίδα: 11,
<http://sete.gr/files/Media/Ebook/2010/100222%20gastronomy%20f.pdf>
- ✿ Σωτηρόπουλος Αλέξης (2014), «Ένα από τα ισχυρά ατού της Ελλάδας η γαστρονομία της», <http://www.e-travelnews.gr/ena-apo-ta-ishyra-atou-ths-elladas-h-gastronomia-ths/>
- ✿ Τσάπαλος Όμηρος (2013), «Γαστρονομικός τουρισμός: μοχλός πολιτιστικής και οικονομικής ανάπτυξης», <http://www.artmag.gr/articles/art-thinking/item/4188-gastronomikos-tourismos-moxlos-politistikis-kai-oikonomikis-anaptixis>
- ✿ Υπουργείο Οικονομίας, Ανάπτυξης και Τουρισμού (2013), «19/12/2013 Ημερίδα για τον ιατρικό τουρισμό», <http://www.gnto.gov.gr/el/19122013-%CE%B7%CE%BC%CE%B5%CF%81%CE%AF%CE%B4%CE%B1-%CE%B3%CE%B9%CE%B1-%CF%84%CE%BF%CE%BD-%CE%B9%CE%B1%CF%84%CF%81%CE%B9%CE%BA%CF%8C-%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C>
- ✿ Φούρλα Δήμητρα – Μαρίλια (2014), «Τουρισμός : 16^η η Ελλάδα στην παγκόσμια κατάταξη», <http://www.dimokratiki.gr/31-10-2014/tourismos-16i-ellada-stin-pagkosmia-katataxi/>