



A.E.I. Πειραιά Τ.Τ.

Σχολή διοίκησης και οικονομίας

Τμήμα διοίκησης επιχειρήσεων



Πτυχιακή εργασία

**“Επενδύσεις στον τουρισμό ευεξίας - Ανάπτυξη ενός
business plan”**

Οι φοιτητές:

Παππά Γκλόρια (7945)

Στυλιαράς Κωνσταντίνος (8387)

Υπεύθυνος καθηγητής:

Χαλικιάς Μιλτιάδης

Αθήνα, 2017

*«Η φυσική θεραπευτική δύναμη σε κάθε έναν από εμάς
είναι η μεγαλύτερη δύναμη για να γίνουμε καλά»*

Ιπποκράτης

*«Η υγεία είναι μια κατάσταση πλήρους σωματικής,
πνευματικής και κοινωνικής ευεξίας
και όχι απλώς η απουσία ασθένειας ή αναπηρίας»*

Παγκόσμιος Οργανισμός Υγείας

Περίληψη

Η παρούσα εργασία ασχολείται με τον τουρισμό ευεξίας, μια εναλλακτική μορφή τουρισμού, η οποία κατά την άποψη των συγγραφέων δεν έχει την ανάλογη αναγνωρισιμότητα στο βαθμό που θα έπρεπε να έχει, σε σχέση με την αναγνωρισιμότητα που έχει η εν λόγω μορφή τουρισμού στο εξωτερικό.

Αναγνωρισιμότητα τόσο από πλευράς επενδύσεων, καθώς η χώρα μας υστερεί σε σχέση με άλλες στην αξιοποίηση της «πρώτης ύλης» όπως για παράδειγμα στην αξιοποίηση των αρκετών διαθέσιμων ιαματικών πηγών που διαθέτει, όσο και από πλευράς πελατών με αποτέλεσμα η χώρα μας να μην αποτελεί έναν πόλο έλξης για τον ξένο τουρίστα ο οποίος επιθυμεί να διαθέσει μέρος του εισοδήματός του προκειμένου να επιλέξει την Ελλάδα για να πραγματοποιήσει αυτού του είδους τουρισμό, καθώς ο Έλληνας καταναλωτής δεν θεωρεί την εν λόγω μορφή τουρισμού κάτι «οικείο» προς τις καταναλωτικές του συνήθειες.

Η παρούσα εργασία, λοιπόν, χωρίζεται σε τέσσερα κεφάλαια. Στο πρώτο κεφάλαιο γίνεται αναφορά στην ίδια την ευεξία, με την παράθεση διάφορων ορισμών σχετικά με αυτή. Όπου από το πρώτο κεφάλαιο κιάλας ο αναγνώστης είναι σε θέση να αντιληφθεί τον σκοπό της εργασίας ο οποίος επικεντρώνεται στην ανάδειξη του ιαματικού τουρισμού, δηλαδή μιας υποκατηγορίας του τουρισμού ευεξίας.

Μια υποκατηγορία στην οποία επικεντρωνόμαστε καθώς θεωρούμε ότι ο μεσογειακός παράδεισος που λέγεται Ελλάδα έχει όλα όσα χρειάζεται, σε ότι αφορά την «πρώτη ύλη», προκειμένου αυτό το είδος τουρισμού να αναπτυχθεί στην Ελλάδα και με αυτό τον τρόπο να βοηθηθεί η καταρρακωμένη οικονομία μας. Το δεύτερο κεφάλαιο έχει να κάνει με τον τουρισμό στον Ελλαδικό χώρο, όπου ο αναγνώστης μπορεί να καταλάβει, δια μέσου στοιχείων που παρατίθενται, για ποιο λόγο η συγκεκριμένη βιομηχανία αποτελεί τον αιμοδότη της Ελληνικής οικονομίας (ειδικότερα βλ. κεφ. 2.4) αλλά και τις προοπτικές του κλάδου.

Στο τρίτο κεφαλαίο, επικεντρωνόμαστε πλέον στον ιαματικό τουρισμό (κάνοντας βέβαια και μια αναφορά τον τουρισμό ευεξίας παγκοσμίως) όπου αναλύονται όλα τα είδη του. Το σημαντικότερο στοιχείο όμως του κεφαλαίου, έχει να κάνει με τις πηγές ιαματικού τουρισμού στην Ελλάδα όπου παρουσιάζονται μερικές από τις πάρα

πολλές που διαθέτει η χώρα μας στις οποίες, σύμφωνα πάντα με την συγγραφική άποψη, δεν υπάρχει το επενδυτικό πλάνο που θα έπρεπε πλην ελάχιστων περιπτώσεων οι οποίες και αυτές θέλουν μια «αναμόρφωση». Θα μπορούσαμε να πούμε ότι το συγκεκριμένο κεφάλαιο αποτελεί έναν οδηγό για τον επενδυτή που θέλει να επενδύσει σε αυτόν τον κλάδο προκειμένου να δει πόσες ανεκμετάλλευτες ή αν προτιμάτε μερικώς ανεκμετάλλευτες πηγές διαθέτει η Ελλάδα.

Τέλος το τέταρτο κεφάλαιο αποτελεί και την καινοτομία της εργασίας, δηλαδή σε αυτό οι συγγραφείς παρουσιάζουν ένα business plan μιας εικονικής εταιρείας που θέλει να επενδύσει στον τουρισμό ευεξίας στην Ελλάδα, όπου παρουσιάζονται διάφορα θέματα όπως στρατηγικές προώθησης που μπορεί να ακολουθήσει ο επενδυτής και κοστολόγιο της επένδυσης.

Summary

The present work deals with wellness tourism, an alternative form of tourism, which, according to the authors, does not have the corresponding recognition as it should have, in relation to the recognition of this form of tourism abroad.

Investments are recognizable as our country is lagging behind other countries in the exploitation of the "raw material", for example, in the utilization of the many available thermal spas and in terms of customers, so that our country is not a pole attraction for the foreign tourists who wish to allocate part of their income in order to choose Greece to have this type of tourism, as the Greek consumer does not regard this form of tourism as "intimate" as consumer habits.

This work, therefore, is divided into four chapters. In the first chapter, reference is made to the well-being itself, by quoting a number of definitions about it. From the first chapter the reader is able to perceive the purpose of the work which focuses on the emergence of healing tourism, to wit a subcategory of wellness tourism.

A sub-category in which we focus as we believe that the Mediterranean country called Greece has everything it needs in terms of "raw material", in order for this type of tourism to develop in Greece and in this way to help our collapsed economy. The second chapter has to do with tourism in Greece, where the reader can understand, through the elements that are presented, why this industry is the blood donor of the Greek economy (especially see chapter 2.4) and the prospects of the industry.

In the third chapter, we focus on healing tourism (making a reference to wellness tourism worldwide) where all its species are analyzed. The most important element of capital, however, has to do with the sources of healing tourism in Greece, where some of the many of our country possesses, in which, according to the author's view, there is no investment plan that should, except in very few cases which also want a "reformation". We could say that this chapter is a guide for an investor who wants to invest in this industry to see how many untapped or if you prefer some of the untapped resources Greece has.

Finally, the fourth chapter is the innovation of work, ie the authors present a business plan of a virtual company that wants to invest in wellness tourism in Greece, which

presents various topics such as the promotion strategies that the investor can follow and the cost of the investment.

Πίνακας περιεχομένων

Περίληψη	3
Summary.....	5
Εισαγωγή	10
1. Εννοιολογική προσέγγιση της ευεξίας	12
1.1 Ορισμός.....	12
1.2 Ορισμοί της υγείας και της ευεξίας	15
1.3 Φυσικοθεραπεία και Ευεξία	16
1.4 Θερμαλισμός.....	17
1.5 Ιαματική λουτροθεραπεία	19
1.5.1 Ιστορία της ιαματικής λουτροθεραπείας και των ελληνικών ιαματικών πηγών	20
1.5.2 Κατηγορίες ιαματικών πηγών.....	21
2. Τουρισμός	24
2.1 Ορισμός τουρισμού.....	Σφάλμα! Δεν έχει οριστεί σελιδοδείκτης.
2.2 Τουριστική αγορά.....	25
2.3 Υπό-τομείς τουρισμού.....	27
2.3.1 Ήλιος και Θάλασσα	27
2.3.2 Θαλάσσιος Τουρισμός.....	28
2.3.3 Τουρισμός Πόλεων	29
2.3.4 Πολιτισμικός και Θρησκευτικός Τουρισμός.....	30
2.3.5 Ιατρικός Τουρισμός.....	30
2.3.6 Συνεδριακός Τουρισμός (MICE).....	31
2.3.7 Ολοκληρωμένα Θέρετρα και Παραθεριστική Στέγαση	32
2.4 Συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία.....	32

2.5 Προοπτικές τουρισμού	34
3. Τουρισμός ευεξίας.....	36
3.1 Εννοιολογική προσέγγιση	36
3.2 Ο τουρισμός ευεξίας παγκοσμίως.....	37
3.3 Ιαματικός τουρισμός	39
3.3.1 Ιστορική αναδρομή υδροθεραπευτικής τέχνης	39
3.3.2 Είδη υδροθεραπείας	40
3.4 Ορισμός και επιστημονική προσέγγιση θερμαλισμού	41
3.5 Τουριστικά θέρετρα ιαματικού τουρισμού στην Ελλάδα	42
3.5.1 Λουτρά Αιδηψού.....	42
3.5.2 Λουτρά Καμένων Βούρλων.....	43
3.5.3 Λουτρά Λουτρακίου.....	45
3.5.4 Λουτρά Μεθάνων.....	46
3.5.5 Λουτρά Θερμών.....	47
3.5.6 Λουτρά Καϊάφα	48
4. Ανάπτυξη του Business plan.....	50
4.1 Εισαγωγή.....	50
4.2 Executive summary.....	51
4.3. Τμηματοποίηση αγοράς	52
4.3.1. Ορισμός	52
4.3.2 Τμηματοποίηση της αγοράς ιαματικού τουρισμού.....	54
4.4 Τάσεις και προοπτικές της αγοράς ιαματικού τουρισμού.....	57
4.5 Ανάλυση ανταγωνιστών	58
4.6 Στρατηγική προώθησης των υπηρεσιών	59
4.7 Οικονομικά στοιχεία	60
Συμπεράσματα	64
Πηγές – Βιβλιογραφία.....	66

Βιβλιογραφία.....	66
Ηλεκτρονικές πηγές.....	68

Εισαγωγή

Ο τουρισμός είναι πλέον η βαριά βιομηχανία της χώρας μας και συνεισφέρει περισσότερο από το 20% στο ακαθάριστο εθνικό προϊόν.

Αυτή τη φράση μπορούμε να την συναντήσουμε σε πάρα πολλά άρθρα σχετικά με τον τουρισμό από δημοσιογράφους και επιχειρηματίες εξειδικευμένους σε αυτόν τον τομέα. Η χώρα μας διαθέτει όλα όσα πρέπει κλίμα, ήλιο, θάλασσες κλπ., που ευνοεί τις συγκεκριμένες επενδύσεις με αποτέλεσμα ο τουρισμός να καταλαμβάνει όντως μεγάλο ποσοστό συνεισφοράς στο Α.Ε.Π. της χώρας.

Παρόλα αυτά όμως, υπάρχει ένα ρητό που λέει ότι είναι πιο εύκολο να ανεβείς στην κορυφή από το να μείνεις σε αυτή. Έτσι η Ελλάδα να μέν βρίσκεται στους κορυφαίους τουριστικούς προορισμούς παγκοσμίως αλλά για να παραμείνει εκεί θα πρέπει να κοιτάξει λίγο «μπροστά» διότι πάντα σύμφωνα με την συγγραφική άποψη εχθρός της επιχειρηματικότητας είναι η στασιμότητα και να πιάσει κατά κάποιο τρόπο τους νέους παλμούς, τις νέες τάσεις στον κλάδο. Το θέμα είναι ποιες είναι οι νέες αυτές τάσεις στο χώρο. Είναι οξύμωρο το γεγονός ότι μια νέα τάση στον κλάδο προέρχεται από την αρχαιότητα και δεν είναι άλλος από τον τουρισμό ευεξίας.

Ενας κλάδος λοιπόν, που προέρχεται από την ανάγκη του σύγχρονου ανθρώπου να συνδυάσει τις διακοπές του με την βελτίωση της υγείας του. Ο σύγχρονος άνθρωπος λοιπόν, ζώντας σε μια κοινωνία όπου το στρες και οι έντονοι ρυθμοί ζωής αποτελούν ανασταλτικό παράγοντα στην ευεξία του οργανισμού του είναι πρόθυμος να δαπανήσει μέρος του εισοδήματός του σε μια μορφή τουρισμού που αφενός θα του προσφέρει τα πλεονεκτήματα του κλασσικού τουρισμού όπως χαλάρωση και ψυχική ηρεμία και αφετέρου θα του παρέχει υπηρεσίες που θα του βελτιώσουν και την σωματική υγεία.

Δεν είναι τυχαίο άλλωστε ότι σύμφωνα με έρευνα της ετήσιας παγκόσμιας διάσκεψης για την ευεξία το λεγόμενο wellness travel δηλ. ο τουρισμός ευεξίας αναπτύσσεται κατά 50% ταχύτερα σε σχέση με τον κλασσικό συμβατικό τουρισμό με τους περισσότερους ταξιδιώτες να είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν κάτι παραπάνω για την προσωπική τους γαλήνη και ισορροπία (Κωβαίου, 2016).

Οπότε είναι κάτι παραπάνω από βέβαιο ότι και ο σύγχρονος Έλληνας επενδυτής θα πρέπει να κοιτάξει και αυτήν την εναλλακτική, αν μπορούμε να της προσδώσουμε αυτόν τον χαρακτηρισμό, μορφή τουρισμού πάνω στην οποία σύμφωνα με την άποψη των συγγραφέων το επενδύμενο κεφάλαιο μπορεί να έχει μια καλή απόδοση, καθώς μιλάμε ότι η επένδυση μπορεί να πραγματοποιηθεί σε μια χώρα που χαρακτηρίζεται για το κλίμα της, το οποίο κλίμα ευνοεί την ανάπτυξη τέτοιων επενδύσεων, συν το γεγονός ότι η Ελλάδα έχει «υπόβαθρο» ανάπτυξης σχετικής επένδυσης καθώς υπάρχουν για παράδειγμα ανεκμετάλλευτες ιαματικές πηγές σε όλη την επικράτεια που μπορούν να αξιοποιηθούν προς το συμφέρον της Ελληνικής οικονομίας. Από την άλλη πλευρά και ο Έλληνας καταναλωτής μπορεί να δει μέσα από την παρούσα εργασία και αυτήν την πλευρά του τουρισμού κάτι που σίγουρα στις μέρες ο Έλληνας το έχει ανάγκη περισσότερο από ποτέ στις μέρες μας.

1. Εννοιολογική προσέγγιση της ευεξίας

Πολλοί παράγοντες έχουν οδηγήσει στην εμφάνιση της ταχέως αναπτυσσόμενης «βιομηχανίας ευεξίας» της οποίας ο τουρισμός ευεξίας είναι ένας. Οι παράγοντες αυτοί περιλαμβάνουν τον όλο και πιο έντονο ρυθμό διαβίωσης, τα υψηλά επίπεδα άγχους στο εργατικό δυναμικό, την απώλεια των παραδοσιακών κοινοτικών δομών και τη θρησκευτική οργάνωση και την επιθυμία που προκύπτει να επιβραδυνθεί, να απλοποιηθεί και να βρεθεί νόημα στη ζωή (Douglas, 2001; Pollock & Williams, 2000, Smith & Puczko, 2008). Επιπλέον, η κλιμάκωση του κόστους υγείας, ο αυξανόμενος σκεπτικισμός της ορθόδοξης δυτικής ιατρικής και η αυξανόμενη εστίαση στον καταναλωτή στα δυτικά συστήματα υγειονομικής περίθαλψης έχουν ενθαρρύνει την επιθυμία να ζήσουν υγιέστερες ζωές και να πειραματιστούν με πιο ολιστικές εναλλακτικές θεραπείες θεραπειών (Sointu, 2006, Weiermair & Steinhäuser, 2003).

Η βιομηχανία ευεξίας αναμένεται να εξελιχθεί περαιτέρω καθώς αυτές οι επιρροές δεν δείχνουν κανένα σημάδι υποβάθμισης και μπορεί να αναμένεται ανάπτυξη στον τουρισμό ευεξίας. Ωστόσο, ο τουρισμός ευεξίας παραμένει ένας χώρος με λίγες εμπειρικές μελέτες από τις οποίες μπορούμε να βρούμε λεπτομερείς πληροφορίες σχετικά με το ποιοι είναι αυτοί οι τουρίστες ή ακριβώς τι ψάχνουν και τι αξίζει για αυτούς (Voight, 2011). Από τη σκοπιά του μάρκετινγκ, είναι σημαντικό να κατανοήσουμε τη συμπεριφορά, τις ανάγκες και τις προτιμήσεις των τουριστών ευεξίας, ώστε να μπορούν να σχεδιάζονται υπηρεσίες και προϊόντα που ταιριάζουν στις προσδοκίες των πελατών. Επί του παρόντος, φαίνεται να υπάρχει ελάχιστη κατανόηση του πώς μπορούν να ταξινομηθούν οι τουρίστες ευεξίας και ποια οφέλη αναμένουν να αποκτήσουν από τις εμπειρίες τους στον τομέα του τουρισμού ευεξίας.

1.1 Ορισμός

Η υγεία έχει γίνει ευρέως αποδεκτή ως καταναλωτικό αγαθό και θεωρείται μέρος της γενικής ποιότητας ζωής. Οι ιατρικές θεραπείες ως συμβολή στον τρόπο ζωής είναι κοινές στις μέρες μας. Μερικές φορές ακόμη και η διαφορά ανάμεσα στην ιατρική αναγκαιότητα και την ιατρική ευεξία δεν είναι πλέον προφανής. Αυτές οι αλλαγές αξίας δεν περιλαμβάνουν μόνο τις ιατρικές θεραπείες αλλά και τις συνθήκες

υποδομής και υπηρεσιών και τα πρότυπα στα νοσοκομεία. Σύμφωνα με τον Sigrist (2006), η ανάπτυξη της ιατρικής ευεξίας, η αποκαλούμενη έκρηξη υγείας ή πρόληψης, προβλέπεται να είναι η νέα «οικονομική δύναμη» και αυτό οφείλεται σε λιγότερους περιορισμούς, υψηλότερα δυναμικά καινοτομίας και ο κύριος στόχος είναι οι πελάτες και οι ανάγκες και ανάγκες τους. (Hofer, 2012)

Πρώτος ο Dunn (1959) αναφέρθηκε στην ύπαρξη μιας ειδικής κατάστασης υγείας η οποία συνίσταται σε μια ευρύτερη και ολοκληρωτική έννοια ευδαιμονίας (well-being), που αφορά τον άνθρωπο ως σώμα, πνεύμα και νόηση και τον θεωρεί εξαρτημένο από το περιβάλλον μέσα στο οποίο κινείται. Αυτή την ειδική κατάσταση της υγείας την χαρακτήρισε ως “υψηλό επίπεδο ευεξίας”. Οι υπόλοιποι μελετητές που αναφέρθηκαν στην προηγούμενη παράγραφο συνδέουν την έννοια της ευεξίας με την έννοια της υγείας στις δημοσιεύσεις τους (όπως αναφέρεται στους Müller και Kaufmann, 2001).

Ειδικότερα ο Travis (1984) δίνει έμφαση στην έννοια της ευεξίας σε συνδυασμό με την έννοια της υγείας διατυπώνοντας πως η ευεξία είναι μια κατάσταση της ύπαρξης, μια στάση ζωής και μια συνεχιζόμενη διαδικασία, όχι μια στατική κατάσταση η οποία όταν επιτευχθεί δεν χρειάζεται κάποιος να την επανεξετάσει και επαναξιολογήσει. Υπάρχουν βαθμοί ευεξίας, καθώς υπάρχουν και βαθμοί της ασθένειας (Βασιλείου, 2014)

Η λέξη ευεξία προέρχεται από το πρόθεμα «ευ» που στα αρχαία ελληνικά σημαίνει «καλό» και τη λέξη «έξη» η διαφορετικά έξι στα αρχαία ελληνικά το οποίο σημαίνει συνήθεια και προέρχεται από το ρήμα έχω δηλ. ευ και έχω δηλ. έχω καλώς.

Ευεξία η οποία λέξη αποτελεί συνδυασμό των λέξεων ευ, έξη και ια, που κατά λέξη σημαίνει η καλή συνήθεια, όμως υποδηλώνει επίσης και την καλή κατάσταση της υγείας όπως και την καλή σωματική κατάσταση και την ευρωστία (www.nutritiontreatment.g, n.d.).

Η ευεξία παρόλα αυτά δεν αφορά μόνο τη σωματική υγεία. Θα πρέπει να γίνει απόλυτα κατανοητό πως η ευεξία είναι και μια γενική αίσθηση. Αφορά την κατάσταση του ανθρώπου στο σύνολό του, ως έμβιο όν, και όχι μόνο την απουσία ασθένειας ή κάποιας παθολογίας.

Σύμφωνα με τον ορισμό του μη κερδοσκοπικού οργανισμού National Wellness Institute, που ασχολείται αποκλειστικά με την προώθηση της ευεξίας σε όλο τον κόσμο, η ευεξία ορίζεται ως *«μια διαρκής και ενεργητική διαδικασία, στην οποία ο κάθε άνθρωπος αντιλαμβάνεται και μαθαίνει ότι υπάρχουν επιλογές (υγιείς επιλογές), που μπορούν να τον οδηγήσουν προς μια μακροβιότερη και ποιοτικότερη ζωή, προς ένα γενικότερο ευ ζην»*.

Οπότε σύμφωνα με τον παραπάνω ορισμό, κάθε κλινικά «άρρωστος» δεν σημαίνει πως θα πρέπει να στερείται ευεξίας, όπως βέβαια συνεπάγεται και πώς κάθε «υγιής» άνθρωπος δεν είναι απαραίτητο ότι αισθάνεται ευεξία στην καθημερινότητά του, αν τύχει και επιλέξει μια λανθασμένη προς αυτόν, στάση ζωής. Η ευεξία αποτελεί ένα καθαρό ζήτημα προσωπικών επιλογών, οι οποίες επιλογές θα πρέπει να ανταποκρίνονται στις ιδιαίτερες και βαθύτερες ανάγκες του κάθε ατόμου όπως :

- σωματικές,
- ψυχικές,
- πνευματικές,
- κοινωνικές,
- εργασιακές,
- περιβαλλοντικές κλπ.

Σύμφωνα με τον ορισμό που διατυπώθηκε στο καταστατικό του Παγκόσμιου Οργανισμού Υγείας (1946) η υγεία είναι *«η κατάσταση της πλήρους σωματικής, ψυχικής και κοινωνικής ευεξίας και όχι μόνο η απουσία ασθένειας ή αναπηρίας»*. Εύκολα γίνεται κατανοητό από τον καθένα πως η έννοια της υγείας δεν αποδίδεται μόνο από την Ιατρική επιστήμη, όπως είναι διαδεδομένο στις μέρες μας, αλλά και από παράγοντες όπως το περιβάλλον, την οικονομία, την εργασία κτλ. Ωστόσο, δεν υπάρχει συνοχή στη βιβλιογραφία σχετικά με την έννοια του τουρισμού ευεξίας. Μια συγκεχυμένη σειρά όρων όπως ο «τουρισμός ευζωίας», ο «υγειονομικός τουρισμός» και η «υγειονομική περίθαλψη» ο τουρισμός, ο ιατρικός τουρισμός, ο «ολιστικός τουρισμός», ο «τουρισμός ευημερίας» και ο «τουρισμός spa» χρησιμοποιούνται εναλλακτικά, αλλά συχνά περιγράφουν διαφορετικές έννοιες. Ο όρος «τουρισμός υγείας» μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως ένας γενικός όρος ομπρέλα που περιλαμβάνει τον ιατρικό και ευεξιακό τουρισμό. Οι ιατρικοί τουρίστες ταξιδεύουν κυρίως για να θεραπεύσουν ή να θεραπεύσουν μια συγκεκριμένη ασθένεια ή ιατρική κατάσταση.

Αντίθετα, οι τουρίστες ευεξίας πηγαίνουν σε διακοπές για να διατηρήσουν ή να βελτιώσουν την υγεία και την ευημερία τους (Muller & Lanz Kaufmann, 2001). Αυτή η διάκριση ανάμεσα στην «ασθένεια» και στην «ευεξία» είναι σύμφωνη με τους πρόσφατους ορισμούς και τυπολογίες του τουρισμού ευεξίας (Henderson, 2004; Muller & Lanz Kaufmann, 2001; Nahrstedt, 2004; Puczko & Bacharov Puczko, 2008; Voigt, 2010). (Voight, 2011)

1.2 Ορισμοί της υγείας και της ευεξίας

Σύμφωνα με τον Δρ. Λυράκο Γ., Ψυχολόγο Υγείας, δίνονται οι παρακάτω έννοιες που αφορούν τις διάφορες διαστάσεις της υγείας:

- **Συναισθηματική υγεία:** Αφορά ένα άτομο το οποίο είναι απαλλαγμένο από συναισθηματικές και νοητικές νόσους ή παθήσεις όπως είναι η κατάθλιψη και διαθέτει συναισθηματική ευεξία.
- **Συναισθηματική Ευεξία:** Αφορά την ικανότητα ενός ατόμου να αντιμετωπίζει τις καθημερινές καταστάσεις καθώς και τα προσωπικά του συναισθήματα με ένα θετικό, αισιόδοξο αλλά και εποικοδομητικό τρόπο. Κάτι που το κάνει ευτυχισμένο.
- **Διανοητική υγεία:** Ένα άτομο με διανοητική υγεία είναι ένα άτομο απαλλαγμένο από ασθένειες που προσβάλλουν τον εγκέφαλο όπως και άλλα συστήματα που επιτρέπουν την λειτουργία της μάθησης. Ένα άτομο με διανοητική υγεία διαθέτει και διανοητική ευεξία.
- **Διανοητική ευεξία:** Έχει να κάνει με την ικανότητα ενός ατόμου να μαθαίνει και να χρησιμοποιεί παράλληλα τις πληροφορίες, ώστε να βελτιώνει την ποιότητα της καθημερινής ζωής.
- **Σωματική υγεία:** Ένα άτομο το οποίο διαθέτει σωματική υγεία είναι απαλλαγμένο από ασθένειες που επηρεάζουν τα φυσιολογικά συστήματα του σώματος, όπως είναι η καρδιά το νευρικό σύστημα κλπ.
- **Σωματική ευεξία:** Η σωματική ευεξία ορίζεται ως η ικανότητα ενός ατόμου να λειτουργεί με αποτελεσματικό τρόπο στις απαιτήσεις της καθημερινής του εργασίας καθώς και η ικανότητα να χρησιμοποιεί τον ελεύθερο χρόνο του αποτελεσματικά

- **Κοινωνική υγεία:** Ένα άτομο έχοντας κοινωνική υγεία μπορεί να είναι απαλλαγμένο από νόσους ή παθήσεις που περιορίζουν δραματικά την λειτουργικότητα του στην κοινωνία γενικότερα.
- **Κοινωνική ευεξία:** Αφορά την ικανότητα ενός ατόμου να αλληλοεπιδρά με επιτυχία με τα άλλα άτομα και να θεμελιώνει σχέσεις με νόημα που ενισχύουν την ποιότητα ζωής για όλα τα άτομα που εμπλέκονται (μεταξύ αυτών και ο εαυτός του).
- **Πνευματική υγεία:** Όσο για την πνευματική υγεία αποτελεί το συστατικό της υγείας που καλύπτεται πλήρως από την αυτήν της ευεξίας. Για αυτό τον λόγο, η πνευματική υγεία θεωρείται ότι αποτελεί συνώνυμο με την πνευματική ευεξία.
- **Πνευματική ευεξία:** Τέλος η πνευματική ευεξία είναι η ικανότητα του ατόμου να θεμελιώνει ένα συγκεκριμένο σύστημα αξιών και να πράττει με γνώμονα τις πεποιθήσεις του, καθώς επίσης και να θέτει αλλά και να επιτυγχάνει σημαντικούς και εποικοδομητικούς στόχους για τη ζωή. Η ψυχική ευεξία βασίζεται συχνά στο πιστεύω ότι μια δύναμη η οποία είναι ανώτερη από το άτομο το βοηθά να συμβάλει στην βελτίωση της ποιότητας ζωής για όλους τους ανθρώπους. Ένα άτομο με ψυχική ευεξία χαρακτηρίζεται γενικά ως ολοκληρωμένο . (<http://lyrakosgeorge.weebly.com>, n.d.)

1.3 Φυσικοθεραπεία και Ευεξία

Ο ορισμός της φυσικοθεραπείας είναι ένας ορισμός απόλυτα συνδεδεμένος με αυτόν της ευεξίας. Η Φυσικοθεραπεία συντελεί στην βελτίωση όχι μόνο τη σωματικής, αλλά και της ψυχολογικής και κοινωνικής υγείας, καθώς ο στόχος της είναι η πλήρης επανένταξη του ατόμου στο εργασιακό και κοινωνικό του περιβάλλον.

Ο φυσικοθεραπευτής είναι ο ειδικός που είναι σε θέση να βοηθήσει κάθε άτομο να βελτιώσει την ευεξία του, διαμέσου θεραπειών που πραγματοποιούνται με φυσικά μέσα καθώς διάφορες και επιστημονικές τεχνικές άνευ φαρμάκων ή κάποιου χειρουργείου, όπως επίσης και διαμέσου συμβουλών υγείας. Η Φυσικοθεραπεία υποδεικνύει στα άτομα τον τρόπο που αυτά μπορεί να είναι πιο λειτουργικά και ευτυχισμένα στην καθημερινή τους ζωή, αναγνωρίζοντας με αυτόν τον τρόπο αυτό που είναι ήδη γνωστό από την ελληνική αρχαιότητα, στην άσκηση της Ιατρικής: *πως ο άνθρωπος αποτελείται από πνεύμα, σώμα και ψυχή, και πως η ισορροπία μεταξύ*

τους είναι εκείνη που πραγματικά προσδιορίζει το επίπεδο της υγείας του ανθρώπου. (<https://physiowellness.org/>, n.d.)

1.4 Θερμαλισμός

Ο όρος θερμαλισμός (thermalism) είναι ένας όρος ο οποίος επικράτησε σε σχετικό διεθνές σεμινάριο της Πορτογαλίας το 1992 και περιλαμβάνει το σύνολο των ενεργειών για τη θεραπεία του ανθρώπινου οργανισμού με τη χρήση των θερμομεταλλικών νερών των ιαματικών πηγών. Εισάγεται, λοιπόν, ένα νέο πνεύμα στη μέχρι τώρα γνωστή πρακτική, και δεν απευθύνεται πλέον μόνο στους ασθενείς και στην τρίτη ηλικία, αλλά σε όλο τον κόσμο που ενδιαφέρεται για τη διατήρηση της καλής του υγείας και της φυσικής του κατάστασης. Από την άποψη του τουρισμού, ο θερμαλισμός ταυτίζεται με τον ιαματικό τουρισμό και οι δύο έννοιες συχνά χρησιμοποιούνται διαρκώς (Σπάθη, 2000)

Η επαναληπτική μορφή της υδροθεραπείας, δεδομένου ότι απαιτείται ένας ορισμένος αριθμός λούσεων, οι οποίες πρέπει να πραγματοποιηθούν σε ορισμένο χρονικό διάστημα, για να ολοκληρωθεί η θεραπεία, και οι πολλές ελεύθερες ώρες, που παρεμβάλλονται μεταξύ των λουτρών, διέθεσαν στον ασθενή πολύ χρόνο και για άλλες δραστηριότητες. Έτσι δημιουργήθηκαν τα θέρετρα του ιαματικού τουρισμού, που συνδυάζουν τη θεραπεία με την ψυχαγωγία, καθιστώντας σταδιακά τον ασθενή και τουρίστα. Κατά συνέπεια εξέλιξη του θερμαλισμού αποτελεί ο ιαματικός τουρισμός.

Στη σημερινή εποχή, όπου υπάρχουν τάσεις περί της ολιστικής ιατρικής, η παραδοσιακή όπως την γνωρίζουμε λουτροθεραπεία λαμβάνει τη μορφή του ιαματικού τουρισμού η οποία απευθύνεται όχι μόνο σε ασθενείς/τουρίστες αλλά ακόμα και στους συνοδούς τους, καθώς επίσης και σε άτομα υγιή, τα οποία επιθυμούν έναν συνδυασμό διακοπών με υπηρεσίες πρόληψης, διατήρησης ή βελτίωσης της υγείας τους μέσω ειδικών προγραμμάτων που αφορούν την ολική αναζωογόνηση του ατόμου. Σε ένα υγιεινό φυσικό περιβάλλον, με αισθητική και ασφάλειά, ο επισκέπτης φροντίζει την προσωπική του υγεία, ενώ παράλληλα, δαπανά τον ελεύθερο χρόνο του σε άλλες ευχάριστες δραστηριότητες.

Η χρήση των ιαματικών πηγών όπως και η ευεργετική τους δράση για την ανθρώπινη υγεία ξεκινά από την αρχαία Ελλάδα και τους Ομηρικούς χρόνους συγκεκριμένα Σύμφωνα με την παράδοση, ο Ηρόδοτος (484-410 π.Χ.) παρατήρησε για πρώτη φορά

την ευεργετική επίδραση των νερών στον οργανισμό περιγράφοντας παράλληλα αρκετές ιαματικές πηγές, δίνοντας και το έναυσμα και σε άλλους μελετητές αργότερα. Η λουτροθεραπεία, πάντα σύμφωνα με τη φιλοσοφία των αρχαίων προγόνων μας, κατείχε έναν κεντρικό, θα μπορούσαμε να πούμε, ρόλο όχι μόνο στην προσωπική ζωή του αρχαίου Έλληνα, ανεξαρτήτως της κοινωνικής του θέσης, αλλά ακόμα και στην ίδια την κοινωνική ζωή της αρχαίας Ελλάδας, αφού οι πηγές τους χάριζαν υγεία, ευεξία, ομορφιά και σθένος. Μαρτυρίες του Πλούταρχου και του Πausανία, τα Ασκληπιεία, αναφέρουν την ίδρυση 100 περίπου περιοχών με ιαματικές πηγές, οι οποίες αποτελούσαν τους λεγόμενους τότε «ναούς υγείας», όπου συνέρρεαν άτομα τα οποία επιθυμούσαν να θεραπευτούν ή να ανακουφιστούν, κάνοντας θερμά ή ψυχρά λουτρά με την επίβλεψη ιερέων και γιατρών.

Παρόλα αυτά η υδροθεραπευτική τέχνη οφείλει την ανάπτυξη και διάδοσή της στον Ιπποκράτη (460-375 π.Χ.), τον πατέρα της Ιατρικής και της Υδροθεραπείας, χάρη στον οποίο δημιουργήθηκε ένας ξεχωριστός αυτόνομος κλάδος της θεραπευτικής αγωγής, η Ιαματική Υδροθεραπεία, η οποία εξαπλώθηκε σε όλο τον κόσμο. Πολλά από τα μνημεία που φτάνουν μέχρι τις μέρες μας, από διάφορες ιστορικές περιόδους της Ελλάδας, αποτελούν μαρτυρίες ενός πολιτισμού ο οποίος προάσπιζε τόσο την ανθρώπινη υγεία όσο και την ψυχική και πνευματική ευφορία. Ο σύγχρονος Θερμαλισμός στην Ελλάδα έχει τις ρίζες του στην κυβέρνηση του Καποδίστρια, όπου και εκδηλώθηκε ενδιαφέρον για τις Ιαματικές Πηγές, ενώ επί βασιλείας του Όθωνα, το 1830, ιδρύθηκε το πρώτο ελληνικό υδροθεραπευτήριο στην Κύθνο, που έδωσε και το έναυσμα για την ανάπτυξη πολλών λουτροπόλεων (<http://www.healthpages.gr>, n.d.).

Για τα είδη της υδροθεραπείας καθώς και με τις σημαντικότερες λουτροπόλεις στην Ελλάδα θα ασχοληθούμε εκτενέστερα στο 3^ο κεφάλαιο. Οπότε παρακάτω γίνεται μια αναφορά στις κυριότερες Ελληνικές λουτροπόλεις με λίγες πληροφορίες για την καθεμία.

- Η **Αιδηψός** είναι μια λουτρόπολη η οποία συγκαταλέγεται μεταξύ των τριών πιο ζεστών θεραπευτικών πηγών στον κόσμο και είναι πλούσια σε μεταλλικά άλατα, με νερά της να αναβλύζουν από πολλά σημεία της πόλης, καθώς επίσης και μέσα από τη θάλασσα.

- Οι ιαματικές πηγές των **Θερμοπυλών** οι οποίες είναι γνωστές από τη μυθολογία και σύμφωνα με την οποία, πλενόταν σε αυτές ο Ηρακλής μετά από τους άθλους του για να ανακτά και πάλι τις δυνάμεις του.
- Οι θειούχες πηγές του **Καϊάφα**, είναι από τις διασημότερες της χώρας μας, και συχνά αναφέρονται και ως σπήλαια των Ανιγρίδων και των Ατλαντίδων Νυμφών. Το ιαματικό νερό αναβλύζει από το έδαφος σε κάποια σημεία ζεστό και σε κάποια άλλα κρύο με θερμοκρασίες που αγγίζουν μέχρι και τους 32 βαθμούς Κελσίου.
- Παρόμοια χημική σύσταση έχουν και τα ιαματικά νερά στα **Καμένα Βούρλα**, αλλά με διαφορετικού βαθμού ραδιενέργεια και διαφορετική θερμοκρασία.
- Οι ιαματικές πηγές της **Κυλλήνης** είναι γνωστές από τα ρωμαϊκά χρόνια για τις ευεργετικές ιδιότητές τους σε αναπνευστικά προβλήματα.
- Η **Μυρίνα** της **Λήμνου** είναι γνωστή για τα θεραπευτικά λασπόλουτρα της.
- Το πρότυπο κέντρο υδροθεραπείας στο **Λουτράκι** θεωρείται το αρχαιότερο ελληνικό θέρετρο υγείας με την ονομασία "Θέρμα", διαθέτοντας νερά εφάμιλλα με διάσημα νερά του εξωτερικού.
- Ως αποτέλεσμα ηφαιστειακής δραστηριότητας οι ιαματικές πηγές των **Μεθάνων**, φημίζονται εδώ και αιώνες για τις ευεργετικές τους ιδιότητες στην υγεία και την ευεξία.
- Η **Λέσβος** φημίζεται για τις πολλές ιαματικές της πηγές με θερμοκρασίες νερού που κυμαίνονται από 67 μέχρι 92 βαθμούς Κελσίου.

Στην Ελλάδα σήμερα έχουν αναπτυχθεί, κοντά στις λουτροπόλεις ή και αλλού, κυρίως μέσα σε ξενοδοχειακές μονάδες, υπερσύγχρονα κέντρα θερμαλισμού και θαλασσοθεραπείας/αναζωογόνησης/spa, υψηλών προδιαγραφών, που μπορούν να ανταγωνιστούν επάξια αρκετά αντίστοιχα του εξωτερικού και σε ποιότητα αλλά και σε τιμές, τα σημαντικότερα εκ των οποίων βρίσκονται στην Κυλλήνη, προς τιμήν της Αρχαίας Ολυμπίας, στην Κρήτη, στην Κέρκυρα, στη Χαλκιδική, αλλά και σε πολλές άλλες πόλεις της Ελλάδας. (<http://www.healthpages.gr>, n.d.)

1.5 Ιαματική λουτροθεραπεία

Με τον όρο ιαματική λουτροθεραπεία εννοείται η εφαρμογή των ιαματικών νερών στη θεραπευτική του ανθρώπου. Το είδος αυτό της θεραπείας αποτελεί μέρος της

φυσικοθεραπείας, δηλαδή η χρησιμοποίηση των φυσικών μέσων στη θεραπευτική. (<http://www.healthpages.gr>, n.d.)

1.5.1 Ιστορία της ιαματικής λουτροθεραπείας και των ελληνικών ιαματικών πηγών

Οι θεραπευτικές ιδιότητες του νερού ήταν γνωστές από την αρχαιότητα (2000 π.Χ. Βαβυλώνα, 5^{ος} αιώνας π.Χ. Ασκληπιεία¹). Η ιστορία των ιαματικών πηγών, λοιπόν, αρχίζει από την αρχαία Ελλάδα. Ως πρώτος παρατηρητής αυτών των πηγών με τις θεραπευτικές ιδιότητες ήταν ο ιστορικός Ηρόδοτος (484-410π.Χ.), ο οποίος και συστήνει τη λουτροθεραπεία.

Ο Ιπποκράτης (460-375π.Χ.) ο οποίος θεωρείται και ο θεμελιωτής της ιατρικής επιστήμης και πατέρας της υδροθεραπείας, αναφέρει τις παθήσεις πάνω στις οποίες η χρήση των ιαματικών νερών είναι ευεργετική για τον οργανισμό. Ασχολήθηκε με τα διάφορα φυσικά νερά, όπου τα διέκρινε σε τρεις κατηγορίες, σε ελώδη εννοώντας τα νερά αυτά που υπάρχουν στα έλη και στις λίμνες, σε όμβρια, που σχηματίζονται από τη βροχή και σε εκείνα που αναβλύζουν από πετρώματα, δηλ. τα μεταλλικά. Κατά την διάρκεια της ιστορίας πολλοί γιατροί ασχολήθηκαν με την υδροθεραπεία και την Ιαματική Λουτροθεραπεία όπως ο Ηρόφιλος, ο Ερασίστρατος, ο Ασκληπιάδης, Αγαθίνος, ο Γαληνός, ο Ορειβάσιος, ο Παύλος ο Αιγινήτης κ.α (Βαρβαρέσος Σ., 2000).

Οι γιατροί αυτοί λοιπόν παραδεχόντουσαν την ιαματική επίδραση ορισμένων φυσικών πηγών. Χαρακτηριστικό είναι ότι ένας μαθητής του Αγαθίνου, έγραψε, τον 1^ο μ.Χ. αιώνα, για τις θεραπευτικές ιδιότητες των ιαματικών πηγών και ανέφερε ότι δεν είναι δυνατόν να καθοριστεί επακριβώς ο τρόπος που αναπτύσσουν τις θεραπευτικές τους ιδιότητες, κάθε μια από τις πηγές ξεχωριστά, γιατί χρειάζονται για αυτό μακροχρόνιες παρατηρήσεις και πειραματισμοί. Αυτό ισχύει και μέχρι σήμερα (Σαρακιώτης, Α).

¹ Πρόκειται για θεραπευτικά κέντρα, σε συνδυασμό με λατρευτικούς ναούς, διεθνούς κύρους, στα οποία ασθενείς υποβάλλονταν σε θεραπεία. Στην Ελλάδα, τα πιο γνωστά και τα πιο σημαντικά ήταν της Κω και της Επιδαύρου, ενώ ξεπερνούσαν συνολικά τα 200 (Βενετσανοπούλου, 2006)

Γνωστά παραμένουν, σαν ιστορικά μνημεία, αρχιτεκτονικής σε όλη την Ευρώπη αλλά και στην Ελλάδα, τα ρωμαϊκά λουτρά .Η Ιαματική Λουτροθεραπεία παράλληλα βρίσκει ευρύτερη εφαρμογή τους δύο τελευταίους αιώνες και σε πολλές χώρες της Ευρώπης όπως στην Γερμανία, Αυστρία, Γαλλία, Ιταλία, Ουγγαρία, Τσεχία, και Σλοβακία όπου κατασκευάστηκαν νέα λουτροθεραπευτήρια που αντικατέστησαν τις παλιές Ρωμαϊκές Θέρμες. Μετά το Β΄ παγκόσμιο πόλεμο έγιναν βελτιώσεις η ακόμη καινούργια ιδρύματα των οποίων η λειτουργία εναρμονίζεται με τις σύγχρονες ιατρικές αντιλήψεις για την ωφελιμότητα της Ιαματικής Λουτροθεραπείας. (<http://www.iama.gr/ethno/Therm>, n.d.)

Οι χημικές αναλύσεις του νερού των πηγών άρχισαν να γίνονται στην ελεύθερη Ελλάδα από την εποχή του Καποδίστρια και του Όθωνα (1830 – 1833). Η αρχή στην οργάνωση των λουτροπόλεων έγινε στις αρχές του αιώνα μας. Το 1918 έγινε για πρώτη φορά ιδιαίτερη υπηρεσία ιαματικών πηγών στο τότε Υπουργείο Εθνικής Οικονομίας. Το 1936 οι ιαματικές πηγές της χώρας μας μπήκαν στην αρμοδιότητα του τότε Υφυπουργείου Τύπου και Τουρισμού.

Το 1945 περιήλθαν στη Γενική Γραμματεία Τουρισμού και από το 1950 μέχρι σήμερα υπάγονται στις αρμοδιότητες του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού (ΕΟΤ), που ιδρύθηκε το χρόνο εκείνο, σαν κλάδος του Υπουργείου Προεδρίας Κυβερνήσεως. (<http://www.healthpages.gr>, n.d.)

1.5.2 Κατηγορίες ιαματικών πηγών

Ιαματικές πηγές ονομάζονται εκείνες από τις οποίες αναβλύζει ιαματικό νερό. Οι ιαματικές πηγές χωρίζονται στις εξής κατηγορίες:

- **Αλιπηγές:** Προέρχονται από θαλασσινό νερό και για τον λόγο αυτό είναι πλουσιότερες σε χλωριούχο νάτριο σε σχέση με τις άλλες μεταλλικές πηγές. Θα πρέπει να σημειωθεί ότι λόγω της θαλάσσιας προέλευσής τους τα νερά αυτά είναι ανεξάντλητα σε παροχή όγκου νερού. Κατά το υπόγειο πέρασμά τους προς την επιφάνεια αποκτούν συστατικά των πετρωμάτων και παίρνουν χαρακτηρισμούς όπως α) Θειούχες αλιπηγές Μεθάνων, β) Σιδηρούχες Θέρμης Λέσβου, γ) Ραδιούχες πηγές Θερμών και Αγίου Κηρύκου Ικαρίας.

- Υδροθειούχες: Είναι πηγές που δεν παρουσιάζουν κάποιο ιδιαίτερο εμπλουτισμό σε στερεά συστατικά. Οι πηγές αυτές περιέχουν απλώς υδροθειούχο νάτριο και ελεύθερο υδρόθειο, και είναι υπόθερμες.
- Χλωριονατριούχες πηγές: Σε ότι αφορά τις συγκεκριμένες πηγές οι περισσότερες είναι παραθαλάσσιες και ένα μεγάλο ποσοστό του όγκου νερού που αναβλύζουν προέρχεται από θαλάσσιο νερό. Τέτοιες είναι του Αγίου Νικολάου Μεθάνων, της Βουλιαγμένης Αττικής, του Καϊάφα, της Κυλλήνης Πελοποννήσου, της Κύθνου, και του Λουτρακίου. Η περιεκτικότητα σε ιόντα ασβεστίου και υδροανθρακικού οξέος των υδροχλωριονατριούχων θερμομεταλλικών πηγών σε σχέση με το θαλασσινό νερό είναι μεγαλύτερη.
- Αλκαλικές πηγές: Η προέλευση των νερών των αλκαλικών πηγών προέρχεται από τα βρόχινα νερά και εμφανίζονται στο εσωτερικό της χώρας, μακριά από ακτές. Είναι δυνατόν να εμπλουτίζονται με ελεύθερο ανθρακικό οξύ οπότε και ονομάζονται οξυπηγές, καθώς επίσης και με υδρόθειο. Η θερμοκρασία των αλκαλικών πηγών ποικίλλει από υπόθερμες σε υπέρθερμες με τις υπέρθερμες να μπορούν να φθάσουν έως και 55°C.
- Ραδιούχες πηγές: Ραδιούχες ονομάζονται οι πηγές οι οποίες έχουν μετρηθεί και είναι από 3,5 Mach και άνω ανεξαρτήτως της χημικής τους σύστασης και θερμοκρασίας. Υποδιαιρούνται σε μικρές, μεσαίας και υψηλής περιεκτικότητας σε ράδιο. Οι περισσότερες πηγές της Ικαρίας είναι υψηλής και μέτριας περιεκτικότητας σε ράδιο, υπέρθερμες ραδιούχες αλιπηγές. Χαμηλής περιεκτικότητας είναι οι πηγές της Λευκάδος και του Σπηλαίου.
- Απλές οξυπηγές: Τα μεταλλικά νερά της τάξεως των οξυπηγών έχουν αισθητά υπόξινη γεύση. Οι πηγές αυτές περιέχουν ελεύθερο διοξείδιο του άνθρακα και διαλυμένα άλατα.
- Θειοπηγές: Η ονομασία τους προέρχεται από τις αυξημένες ποσότητες θεικού άλατος στη σύστασή τους. Υποδιαιρούνται ανάλογα με το είδος των επικρατούντων διαλυμένων συστατικών. Έτσι έχουμε τις θειούχες αλιπηγές, τις υδροθειοχλωριούχες και τις αλκαλικές θειοπηγές.
- Ακρατοθερμές πηγές: Η προέλευση των νερών αυτών προέρχεται από τα νερά της βροχής. Η θερμοκρασία τους δεν είναι υπερβολική, 37oC - 39oC είναι το μέγιστο της πηγής του Λαγκαδά. Τα νερά αυτά δεν προέρχονται από μεγάλα βάθη. Λόγω του μικρού βαθμού θερμοκρασίας τους δεν εμπλουτίζονται με

στερεά και διαλυτά στοιχεία από τη γεωλογική σύσταση του υπεδάφους.
(<http://www.iama.gr/ethno/Therm>, n.d.)

Όλα τα παραπάνω δεν μπορούσαν να αφήσουν και ανεπηρέαστο και τον κλάδο του τουρισμού καθώς σύμφωνα με μελέτες υπάρχει σχέση μεταξύ του συγκεκριμένου κλάδου και της ευεξίας (Smith, 2017) με τον συνδυασμό αυτό να έχει ωφελήσει οικονομικά πολλές αναπτυσσόμενες χώρες (Beladi, 2015) αλλά και οικονομικά εύάλωτες πληθυσμιακές ομάδες (Morgan, 2015), δίνοντας σε αυτές τις ομάδες, δηλαδή άτομα χαμηλού εισοδήματος και μεγάλης ηλικίας, μια ψυχολογική αναζωογόνηση (Johnson, 2013). Τα παραπάνω οφέλη λοιπόν, αποτελούν και ένα κίνητρο τόσο για τον επενδύτη όσο και για τον απλό τουρίστα να προτιμήσει τον τουρισμό ευεξίας (Adams, 2015).

Η υγεία και η επιχειρηματικότητα με προϊόντα και υπηρεσίες που σχετίζονται με την υγεία είναι μια μεγάλη τάση στον εικοστό πρώτο αιώνα (Nefiodov, 1999). Στον τουρισμό, οι προσφορές υπηρεσιών που βασίζονται στην υγεία και την ευεξία (υγειονομικός τουρισμός) έχουν καταστεί βασικά μέρη των σειρών προϊόντων των προμηθευτών. Από πλευράς καταναλωτή, ο τουρισμός υγείας μπορεί να οριστεί ως ταξίδι για τη συντήρηση, ενίσχυση ή αποκατάσταση της ευημερίας στο νου και στο σώμα. Από πλευράς προμηθευτή, ο τουρισμός υγείας μπορεί να οριστεί ως ταξίδι σε προορισμούς που παρέχουν εγκαταστάσεις και υπηρεσίες υγειονομικής περίθαλψης ρητά και επιπλέον των τακτικών τουριστικών ανέσεων. Αυτές οι προσφορές υπηρεσιών είναι από τη φύση τους περισσότερο ή λιγότερο άυλο. (Boga, 2011)

2. Τουρισμός

2.1 Ορισμός τουρισμού

Ο τουρισμός αποτελεί δραστηριότητα που σχετίζεται με πολλούς κλάδους της οικονομίας. Απαιτεί την συμβολή οικονομικών, κοινωνικών, πολιτιστικών και περιβαλλοντικών δεδομένων και για αυτόν το λόγο περιγράφεται ως εξαιρετικά πολύπλευρος τομέας. Ο ορισμός του τουρισμού παρουσιάζει επίμονες και σοβαρές δυσκολίες για τους μελετητές του. Ο άυλος χαρακτήρας της τουριστικής βιομηχανίας καθιστά δύσκολη την εκτίμηση του αντίκτυπου της στην οικονομία, σε αντίθεση με άλλους κλάδους της οικονομίας. Ωστόσο, οι βασικοί αναθεωρημένοι ορισμοί του τουρισμού σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (WTO, 1994) είναι οι ακόλουθοι:

1. Ο τουρισμός περιλαμβάνει «τις δραστηριότητες των ατόμων που ταξιδεύουν και διαμένουν σε περιοχές εκτός του συνηθισμένου περιβάλλοντος τους, για χρονικό διάστημα μικρότερο του ενός συνεχόμενου έτους, για αναψυχή, επαγγελματικούς ή άλλους λόγους».
2. Αυτός ο γενικός ορισμός καθιστά δυνατό τον εντοπισμό της τουριστικής δραστηριότητας τόσο σε εγχώριο όσο και σε διεθνές επίπεδο. Η λέξη «τουρισμός» αναφέρεται σε όλες τις δραστηριότητες των ταξιδιωτών και περιλαμβάνει τους «τουρίστες» (επισκέπτες που διανυκτερεύουν στον προορισμό τους), αλλά και τους «εκδρομείς» (επισκέπτες ημέρας).

Οι εννοιολογικοί ορισμοί του τουρισμού υποδιαίρονται σε αυτούς που τονίζουν τη ζήτηση ή τις πτυχές της αγοράς του τουρισμού, και εκείνων που αφορούν τον τουρισμό από το πλεονέκτημα των διασυνδέσεων με δραστηριότητες αναψυχής και ψυχαγωγίας (Heeley, 1980) Ένα παράδειγμα ορισμού που βασίζεται στην αγορά είναι εκείνο που παρέχεται από τους Burkart και Medlik:

«Ο τουρισμός υποδηλώνει την προσωρινή και βραχυπρόθεσμη κίνηση των ανθρώπων σε προορισμούς εκτός των τόπων όπου κανονικά διαμένουν και εργάζονται και τις δραστηριότητές τους σε αυτούς τους προορισμούς» (Medlik, 1974)

Μια άλλη είναι η περιγραφή του τουρισμού του Lickorish ως:

«... η κίνηση των ανθρώπων, μια αγορά και όχι μια βιομηχανία, και, γενικά, η συχνότητα εμφάνισης κινητού πληθυσμού σε κάθε δεδομένο χώρο υποδοχής και στους κάτοικους του » (Lickorish, 1970)

Οι ορισμοί που βασίζονται στην αγορά για τον τουρισμό τείνουν να περιλαμβάνουν ταξίδια σκοπούς απόλαυσης (π.χ. διακοπές) και των επιχειρήσεων (π.χ. κυκλοφορία συνεδρίων).

2.2 Τουριστική αγορά

Με βάση τα όσα αναφέρει ο Ηγουμενάκης (1996), η τουριστική αγορά είναι το μέρος όπου η τουριστική επιχείρηση αναπτύσσει τη συναλλακτική της δραστηριότητα, με σκοπό την επικερδή διάθεση των προϊόντων της. Ο όρος τουριστική αγορά, ανάλογα με το πως χρησιμοποιείται, μπορεί βασικά να υποδηλώνει τα εξής:

- Μια συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή: έναν ορισμένο τόπο στον οποίο αναπτύσσεται μια συναλλακτική δραστηριότητα μεταξύ πωλητών και αγοραστών τουριστικών προϊόντων. Τα όρια τα οποία μπαίνουν σε μια τέτοια αγορά και η έκταση που αντιστοιχεί σε αυτήν κάθε άλλο παρά συγκεκριμένα μπορεί να είναι. Αυτό σημαίνει ότι μπορεί να γίνεται λόγος για τουριστική αγορά του Μονάχου, της Γερμανίας, της Δυτικής Ευρώπης, της Ευρωπαϊκής Ένωσης κ.λπ.
- Ένα ορισμένο τουριστικό προϊόν ή μια κατηγορία ομοειδών τουριστικών προϊόντων: Σε αυτήν την περίπτωση υποδηλώνεται η συνολική ζήτηση για ένα τουριστικό προϊόν ή μια κατηγορία ομοειδών τουριστικών προϊόντων. Αυτό σημαίνει ότι μπορεί να γίνεται λόγος για την αγορά υπηρεσιών φιλοξενίας, πακέτων διακοπών, τουριστικών πακέτων γενικά κ.λπ.

Ο κος Ηγουμενάκης συνεχίζει αναφέροντας ότι ο ελληνικός τουρισμός, παραμένει σήμερα ο εν ενεργεία τομέας επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα, ο οποίος μπορεί

άμεσα να δώσει χειροπιαστά αποτελέσματα για την άνοδο της ελληνικής οικονομίας. Διαμέσου της διαδικασίας αυτορρύθμισης που σταθερά προωθείτε στην εξυγίανση, εκπαίδευση, προώθηση και ποιότητα, των προσφερόμενων υπηρεσιών, μπορεί να οδηγηθεί η ελληνική κοινωνία στην συνειδητοποίηση ότι ο τουρισμός είναι χωρίς αμφιβολία το μέλλον της χώρας. Με χρησιμοποίηση της επιστημονικής κατάρτιση του Ινστιτούτου του ΣΕΤΕ², αναπτύσσονται στις επιχειρήσεις του κλάδου, στους εργαζόμενους και στις νέες γενεές, μια τουριστική συνείδηση, ευελπιστώντας ότι θα συμπαρασύρει και τους υπόλοιπους τομείς της ελληνικής οικονομίας προς την έξοδο από την κρίση.

Με περισσότερα από 16,000 χιλιόμετρα ακτογραμμής, πάνω από 6.000 νησιά, και με εδραιωμένη πλέον θέση στην παγκόσμια αγορά τουρισμού, η Ελλάδα αναμφίβολα παρουσιάζει εξαιρετικές επενδυτικές ευκαιρίες στον συγκεκριμένο κλάδο. Η Ελλάδα επίσης αποτελεί έναν από τους πιο δημοφιλείς προορισμούς για καλοκαιρινές διακοπές, αλλά προσφέρει παράλληλα και ελκυστικές προτάσεις για θεματικό τουρισμό όλο τον χρόνο. Τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματά της, όπως η πλούσια πολιτισμική κληρονομιά, η φυσική ομορφιά του τόπου και η γεωγραφική ποικιλομορφία προσελκύουν τα τελευταία χρόνια σημαντικές επενδύσεις στον κλάδο του τουρισμού, ενισχύοντας την εικόνα της Ελλάδας αφενός ως τουριστικού προορισμού παγκόσμιου βεληνεκούς, και αφετέρου ως τουριστική αγορά με εξαιρετικές επενδυτικές ευκαιρίες. (<http://travel-agent.eu>, n.d.)

Η Ελλάδα το 2014, με 22 εκ. αφίξεις, κατέλαβε την 15η θέση στην παγκόσμια κατάταξη χωρών με βάση τον αριθμό αφίξεων τουριστών. Παρά τη θεαματική άνοδο κατά 23% που σημείωσαν οι αφίξεις μη κατοίκων στα σύνορα, η χώρα μας κέρδισε μόνο μια θέση ως προς το προηγούμενο έτος 2013. Οι ευρωπαϊκές χώρες και ιδιαίτερα οι χώρες της ΕΕ διαδραματίζουν πρωταγωνιστικό ρόλο, τόσο ως πηγές των διεθνών τουριστικών ροών όσο και ως προορισμοί του διεθνούς τουρισμού. Οι διεθνείς τουριστικές αφίξεις στις 28 χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης από 153 εκ. το 1980 έφθασαν τα 457 εκ. το 2014, αποτελώντας το 40% του παγκόσμιου συνόλου. Το 2014 οι αφίξεις καθώς και οι διανυκτερεύσεις εξακολούθησαν να αυξάνονται σε όλες σχεδόν τις χώρες της ΕΕ. Είναι αξιοσημείωτο ότι σε όλους τους προορισμούς της ΕΕ,

² Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων

η πλειοψηφία των διεθνών αφίξεων προήλθε από χώρες της ΕΕ, καταδεικνύοντας τον δυναμισμό των ενδο-ευρωπαϊκών μετακινήσεων.

Μεταξύ των ετών 2006 και 2014 σημειώθηκε αύξηση των διεθνών εισπράξεων από τον τουρισμό συνολικά κατά 21%, με μέσο ετήσιο ρυθμό 2,7%. Τα συνολικά έσοδα από τον διεθνή τουρισμό στη διάρκεια του 2014 ακολούθησαν την ανοδική πορεία των αφίξεων, φθάνοντας τα 1.248 δις δολάρια, έναντι μόλις 917 δις το 2009 (αύξηση 35,8%). Είναι χαρακτηριστικό, λοιπόν, ότι οι δέκα πρώτες χώρες σε εισπράξεις το 2014 απορρόφησαν το ήμισυ (49,5%) του συνόλου των διεθνών τουριστικών εισπράξεων (σε USD) ενώ το 2008 οι δέκα πρώτες είχαν απορροφήσει το 48,1% του συνόλου. Η μεγάλη συγκέντρωση των εισροών στις «υπερδυνάμεις» των προορισμών, πάντως, δεν έχει εμποδίσει την ανάπτυξη αναδυόμενων προορισμών στην Ασία, τον Ειρηνικό, τη Ν. Αμερική και αλλού. (Χατζηδάκης, 2015)

2.3 Υπό-τομείς τουρισμού

Τα είδη και οι μορφές του τουρισμού είναι διακρίσεις του γενικού τουριστικού συστήματος. Αποδίδουν τις σχέσεις και τα φαινόμενα που παρουσιάζονται μεταξύ των αντικειμενικών και υποκειμενικών τουριστικών στοιχείων. Με βάση τα κίνητρα και τις ανάγκες που δημιουργούν τα άτομα να κάνουν τουρισμό, διακρίνουμε τους «υπό - τομείς του τουρισμού». Με βάση τα εξωτερικά φαινόμενα και τις επιδράσεις που προκαλεί η συμμετοχή στον τουρισμό, διακρίνουμε «τις μορφές του τουρισμού». Έτσι καταρτίστηκε ο παρακάτω κατάλογος με τα είδη και τις μορφές του τουρισμού .

2.3.1 Ήλιος και Θάλασσα

Το τουριστικό προϊόν «Ήλιος και Θάλασσα» ανέκαθεν αποτελούσε για την Ελλάδα σημαντική πηγή εσόδων, βοηθούμενη από το ήπιο κλίμα, την ποικιλία ηλιόλουστων νησιών και όμορφων παραλιών, καθώς επίσης και από τις παραδοσιακές και αυθεντικές ξενοδοχειακές υποδομές. Την παρούσα στιγμή, η Ελλάδα επενδύει στην αναβάθμιση των παραδοσιακών προϊόντων «Ήλιος και Θάλασσα», ακολουθώντας τις παρακάτω στρατηγικές κινήσεις :

- Βελτίωση της ποιότητας και πιστοποίηση των ξενοδοχειακών μονάδων, καθώς επίσης και δημιουργία πολυτελών θέρετρων, με σκοπό να προσελκύσει

η Ελλάδα κοινά με υψηλότερα εισοδήματα που ενδιαφέρονται για τουριστικά προϊόντα υψηλότερης αξίας

- Προσαρμογή του νομοθετικού πλαισίου, έτσι ώστε να συνδυάζονται οι τουριστικές επενδύσεις με την κατασκευή παραθεριστικών κατοικιών, με απώτερο στόχο την προσέλκυση συνταξιούχων και ανθρώπων τρίτης ηλικίας για διακοπές «μακράς διαρκείας»
- Βελτίωση των υποδομών μεταφοράς, μέσα από την αναβάθμιση των περιφερειακών αεροδρομίων, λιμένων, μαρίνων και του οδικού δικτύου
- Δημιουργία νέων, στοχευμένων τουριστικών προϊόντων, εστιασμένα σε συγκεκριμένες θεματικές ενότητες, με κύριο άξονα την τοπική κουλτούρα και τις φυσικές ομορφιές, και με σκοπό να αυξηθεί το μέσο τουριστικό έξοδο ανά ημέρα, καθώς επίσης και να επιμηκυνθεί η τουριστική περίοδος πέρα από τους καλοκαιρινούς μήνες.

Ως μέρος της νέας αυτής στρατηγικής, οι ιδιωτικές επενδύσεις, τόσο σε εδραιωμένους τουριστικούς προορισμούς, όπως τα νησιά του Αιγαίου, του Ιονίου και η Κρήτη, όσο και σε αναπτυσσόμενους και πολλά υποσχόμενους προορισμούς, όπως η Πελοπόννησος, είναι καλοδεχούμενες και υποστηρίζονται ενεργά από το Ελληνικό Κράτος.

Μια πολλά υποσχόμενη επενδυτική ευκαιρία που συνδυάζει τις υπάρχουσες υποδομές με την ανάπτυξη νέων αγορών, είναι η αναβάθμιση των τοπικών και καλά τοποθετημένων ξενοδοχείων σε επώνυμα-branded ξενοδοχεία/ξενοδοχειακές αλυσίδες. Σύμφωνα με μια πρόσφατη μελέτη για τα Ελληνικά επώνυμα ξενοδοχεία, η Ελλάδα έχει σημαντικά χαμηλότερη παρουσία διεθνών brands, τόσο από την πλευρά των ξενοδοχείων (6% έναντι άνω του 15% σε άλλες χώρες της ΕΕ), όσο και από την πλευρά των δωματίων (24% του συνόλου των δωματίων στην Ελλάδα σε σχέση με περισσότερο από 37% σε άλλες χώρες της ΕΕ).

2.3.2 Θαλάσσιος Τουρισμός

Η ανάπτυξη των απαιτούμενων υποδομών για να υποστηριχθεί ο θαλάσσιος τουρισμός είναι μια από τις μεγαλύτερες προκλήσεις που έχει αναλάβει η Ελλάδα για τα επόμενα χρόνια. Συγκεκριμένα, το ελληνικό κράτος προχωρά:

- Στην αναβάθμιση των εγκαταστάσεων των λιμένων, με σκοπό την αύξηση της δυνατότητας φιλοξενίας κρουαζιερόπλοιων, έτσι ώστε περισσότερες εταιρίες κρουαζιέρας να εδρεύουν στα Ελληνικά λιμάνια κατά την διάρκεια των μεσογειακών τους δρομολογίων.
- Στην ιδιωτικοποίηση και αναβάθμιση των κρατικών μαρίνων, με σκοπό να προσελκύουν περισσότερα γιοτ/σκάφη αναψυχής.

Αρκετοί διεθνείς επενδυτές έχουν ήδη εκδηλώσει το ενδιαφέρον τους και έχουν προβεί σε επενδύσεις στο θαλάσσιο τουρισμό της Ελλάδας, αναγνωρίζοντας την ασύγκριτη ευκαιρία που παρουσιάζεται σε αυτό το υψηλής αξίας τουριστικό προϊόν.

Η Ελλάδα βιώνει μια περίοδο άνθησης του αριθμού των κρουαζιερόπλοιων και των επισκεπτών, κυρίως μετά τις πρόσφατες ρυθμιστικές αλλαγές που εφαρμόζει η χώρα προκειμένου να καταργηθεί το καμποτάζ στις κρουαζιέρες. Η απόφαση αυτή έχει απελευθερώσει την αγορά της κρουαζιέρας καθώς επιτρέπει στα μη-Ευρωπαϊκά κρουαζιερόπλοια να ξεκινούν από τα ελληνικά λιμάνια, και σε συνδυασμό με τις προγραμματισμένες βελτιώσεις των υποδομών σε μεγάλα ελληνικά λιμάνια, αναμένεται μια σημαντική αύξηση του αριθμού κρουαζιερόπλοιων που είτε θα χρησιμοποιούν τα ελληνικά λιμάνια ως σημείο αφετηρίας, είτε ως πιθανούς προορισμούς.

Τα βασικά ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα της Ελλάδας είναι η μεγάλη ακτογραμμή, ο σημαντικός αριθμός διαθέσιμων λιμανιών – τα πιο πολλά σε προορισμούς παγκόσμιου βεληνεκούς, και οι μικρές αποστάσεις μεταξύ των τουριστικών προορισμών, σε μια χώρα στην καρδιά μιας ιδιαίτερα τουριστικής περιοχής της Ανατολικής Μεσογείου.

2.3.3 Τουρισμός Πόλεων

Ο τουρισμός πόλεων αναφέρεται σε διακοπές τριών ή τεσσάρων ημερών σε μεγάλες πόλεις, κατά τη διάρκεια των οποίων ο επισκέπτης συνδυάζει πολιτισμικές δραστηριότητες με τις αστικές δραστηριότητες που προσφέρει ο κάθε προορισμός. Αποτελεί πηγή τουριστικών εσόδων καθ' όλη την διάρκεια του έτους, και έχει συμβάλει σημαντικά στην ανάπτυξη πολλών πόλεων της Ευρώπης και της Ασίας.

Τόσο η Αθήνα, όσο και η Θεσσαλονίκη συνδυάζουν αρμονικά όλα εκείνα τα χαρακτηριστικά που απαιτούνται για να εδραιώσουν την θέση τους στην αγορά του τουρισμού πόλης: σημαντική πολιτισμική κληρονομιά, δραστήρια και έντονη αστική ζωή, ένα συνεχώς αυξανόμενο δίκτυο απευθείας πτήσεων από σημαντικές πόλεις του εξωτερικού, καθώς και το ήπιο και ευχάριστο κλίμα που επιτρέπει στους επισκέπτες να απολαύσουν βόλτες και μικρές εξορμήσεις σε κοντινά νησιά όπως τις Σπέτσες ή την Ύδρα, ή να επισκεφτούν σημαντικούς αρχαιολογικούς χώρους, όπως αυτός της Βεργίνας.

Με στοχευμένες επενδύσεις στις ξενοδοχειακές υποδομές, τις εγκαταστάσεις και τις παρεχόμενες τουριστικές υπηρεσίες, η Αθήνα και η Θεσσαλονίκη μπορούν να βελτιώσουν εντυπωσιακά την εικόνα τους τόσο στην Δυτική Ευρώπη, όσο και σε αναδυόμενες αγορές όπως η Ρωσία, η Τουρκία και το Ισραήλ, με αποτέλεσμα να γίνουν πιο ελκυστικοί και ανταγωνιστικοί διεθνείς προορισμοί για τον τουρισμό πόλεων.

Σε αυτό το πλαίσιο, τόσο το Υπουργείο Τουρισμού, όσο και οι αντίστοιχες τοπικές υπηρεσίες έχουν εκδηλώσει την ενεργή τους υποστήριξη σε όσους ενδιαφέρονται για επενδύσεις και επιχειρηματικές πρακτικές που θα μπορούσαν να συμβάλλουν στη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των δύο πόλεων και που θα τις καταστήσουν πιο ελκυστικές ως τουριστικούς προορισμούς.

2.3.4 Πολιτισμικός και Θρησκευτικός Τουρισμός

Η Ελλάδα είναι μία από τις πλουσιότερες χώρες στην Ευρώπη ως προς την σπουδαιότητα και το πλήθος των ιστορικών μνημείων. Η Ελλάδα μετράει 17 μνημεία «Παγκόσμιας Κληρονομιάς», σημαντικό αριθμό μουσείων, μνημείων και αρχαιολογικών χώρων, καθώς και πολλές εκκλησίες και σημεία θρησκευτικού ενδιαφέροντος, γεγονός που την τοποθετεί μέσα στην πρώτη δεκάδα των προορισμών με ιστορική και πολιτισμική σημασία.

Παρουσιάζονται πολλές επενδυτικές ευκαιρίες που θα μπορούσαν δυνητικά να αξιοποιήσουν αυτήν την σπουδαία πολιτιστική κληρονομιά, συμπεριλαμβανομένων και των παρακάτω:

- Ψηφιοποίηση και ηλεκτρονική απεικόνιση των πολιτισμικών στοιχείων της Ελλάδας, καθώς επίσης και παροχή υπηρεσιών όπως εικονικά μουσεία και τρισδιάστατες περιηγήσεις / ξεναγήσεις σε μνημεία και αρχαιολογικούς χώρους
- Αναβάθμιση των τόπων πολιτισμικής κληρονομιάς, μέσα από την παροχή ποιοτικών υπηρεσιών και εγκαταστάσεων, καθώς επίσης και βελτίωση των τοπικών υποδομών
- Δημιουργία και ανάπτυξη θεματικών προϊόντων σχετικά με συγκεκριμένα στοιχεία, όπως η Ελληνική Ορθόδοξη Θρησκεία και οι ανασκαφές αρχαιολογικών χώρων

Στο πλαίσιο αυτό, το Υπουργείο Πολιτισμού έχει εκδηλώσει την πρόθεσή του να ακολουθήσει μία δυναμική στρατηγική, η οποία θα αναβαθμίσει σημαντικά την πολιτιστική κληρονομιά της Ελλάδας, με απώτερο στόχο να εμπλουτιστούν τα υπάρχοντα πολιτισμικά προϊόντα τουρισμού. Σε αυτή την κατεύθυνση, το Υπουργείο Πολιτισμού είναι ανοιχτό σε συζητήσεις σχετικά με επενδύσεις που θα συμβάλουν στην επίτευξη της ανωτέρω στρατηγικής.

2.3.5 Ιατρικός Τουρισμός

Η ανάγκη για την παροχή υψηλής ποιότητας ιατρικής περίθαλψης με ανταγωνιστικές τιμές σε ένα φιλόξενο περιβάλλον, οδήγησε στην ανάπτυξη του ιατρικού τουρισμού, ο οποίος για πολλές χώρες αποτελεί σημαντική πηγή εισοδήματος και συμβάλει ενεργά στην οικονομική τους ανάπτυξη.

Η Ελλάδα, με το άρτια εξειδικευμένο ιατρικό προσωπικό, εκπαιδευμένο σε χώρες της Ευρώπης και της Αμερικής, την ευκολία πρόσβασης σε κύριες αγορές, όπως η Ευρώπη και η Μέση Ανατολή, τις εξαιρετικές καιρικές συνθήκες και το ήπιο κλίμα, έχει τη δυνατότητα να κατακτήσει κυρίαρχη θέση σε διάφορους τομείς του ιατρικού τουρισμού.

Επενδύσεις που θα στοχεύσουν στην ανάπτυξη εξειδικευμένων ιατρικών κλινικών, κέντρων φροντίδας για ηλικιωμένους, κέντρων μακροχρόνιας αποκατάστασης και κέντρων ευεξίας, βοηθούμενες από τον υψηλό αριθμό ιατρών και υγειονομικού προσωπικού υπόσχονται να εξασφαλίσουν υψηλές αποδόσεις. (Σπάθη, 2000)

2.3.6 Συνεδριακός Τουρισμός (MICE³)

Η αγορά του Συνεδριακού Τουρισμού αποτελεί μια αγορά εξέχουσας σημασίας για την Ελληνική Οικονομία, εισάγοντας έναν σημαντικό αριθμό εταιρικών και κυβερνητικών αντιπροσώπων και επαγγελματιών σε μια μεγάλη γκάμα νέων προορισμών, οι οποίοι μπορεί αργότερα να επιλεγθούν από τους ίδιους τους αντιπροσώπους για διακοπές αναψυχής.

Μέχρι τους ολυμπιακούς αγώνες του 2004 η Ελλάδα υστερούσε στην ανάπτυξη συνεδριακών υποδομών που θα ήταν άμεσα διαθέσιμα για φιλοξενία μεγάλης-κλίμακας συνεδρίων. Από εκείνο το σημείο και έπειτα, στη χώρα πραγματοποιήθηκε μια σημαντική αναβάθμιση των αντίστοιχων υποδομών κυρίως στα μεγάλα αστικά κέντρα και σε δημοφιλείς προορισμούς με αποτέλεσμα η Ελλάδα να είναι σε θέση σήμερα να προσφέρει έναν σημαντικό αριθμό συνεδριακών εγκαταστάσεων που κυμαίνονται από μεγάλες αίθουσες και θέατρα μέχρι ακόμα και σε μικρότερα ξενοδοχεία και συνεδριακά κέντρα.

Έχοντας υπόψη τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα της Ελλάδας στο συνεδριακό τουρισμό καθώς και την επιθυμία πολλών ελληνικών πόλεων για την ανάπτυξη αυτού του είδους τουρισμού, είναι κατι παραπάνω από βέβαιο ότι υπάρχουν αρκετά σημαντικές ευκαιρίες για τους επενδυτές προκειμένου να αξιοποιήσουν τις ανεκμετάλλευτες πηγές αυτού του τομέα για μελλοντική ανάπτυξη. Αυτές οι επενδύσεις υποστηρίζονται ιδιαίτερα από τους εκάστοτε ισχύοντες Επενδυτικούς Νόμους και σε συνδυασμό με τις κατάλληλες ξενοδοχειακές υποδομές της χώρας και το εξαιρετικό κλίμα, μπορεί να τοποθετήσουν την Ελλάδα στην πρώτη θέση του συνεδριακού τουρισμού της Ευρώπης, προσελκύοντας έναν σημαντικό αριθμό συνεδρίων μεγάλων πολυεθνικών για παράδειγμα, αποδίδοντας με αυτόν τον τρόπο επικερδείς αποδόσεις επί του επενδεδυμένου κεφαλαίου. (www.enterprisegreece.gov.gr, n.d.)

³ Meetings, incentives, conferencing, exhibitions

2.3.7 Ολοκληρωμένα Θέρετρα και Παραθεριστική Στέγαση

Πρόσφατη Νομοθεσία για τα Ολοκληρωμένα Θέρετρα και τις εξοχικές κατοικίες εισήγαγε νέες ευκαιρίες στον τομέα των τουριστικών θερέτρων. Η νομοθεσία (4002/2011) παρέχει το κατάλληλο περιβάλλον για σημαντικές άμεσες ξένες επενδύσεις. Ο νόμος ορίζει για πρώτη φορά τα Τουριστικά Θέρετρα, και παρέχει το νομικό πλαίσιο για επενδύσεις σε αυτόν τον κλάδο. Μέρος των τουριστικών κατοικιών που συμπεριλαμβάνονται στα ολοκληρωμένα τουριστικά θέρετρα μπορούν πλέον να εκμισθωθούν ή να μεταβιβαστούν σε τρίτους. (Κοκκώσης, 2011)

2.4 Συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία

Στον παρακάτω πίνακα, παρουσιάζονται τα στοιχεία για την άμεση και έμμεση συμβολή του τουρισμού στο ΑΕΠ της χώρας.

Πίνακας: Άμεση και έμμεση συμβολή του τουρισμού στο ΑΕΠ της χώρας

	2013	2014	2015
Δαπάνη Εισερχόμενων Τουριστών	11.707	13.005	13.679
Δαπάνη Τουριστών Κρουαζιέρας	445,2	388	446,6
Δαπάνη Εταιρειών Κρουαζιέρας	216	191	210
Αερομεταφορές	1.077	1.177	1.250
Θαλάσσιες μεταφορές	148	151	145
Εγχώριος τουρισμός: Καταλύματα - Εστίαση	1.195	1.315	1.312
Επενδύσεις	200	200	200
Συνολική Εγχώρια δαπάνη	14.988,2	16.427,10	17.242,80
ΑΕΠ Τρέχουσες Τιμές	180.389	177.560	176.023
Άμεση % Συμβολή	8,30%	9,30%	9,80%

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, Τράπεζα της Ελλάδος και Εκτιμήσεις ΙΝΣΕΤΕ

Η άμεση συμβολή του τουρισμού στο ΑΕΠ εκτιμάται στο 9,8% του ΑΕΠ το 2015 (2014:9,3%, 2013: 8,3%), με τον εσωτερικό τουρισμό και τις επενδύσεις στον τουρισμό να διαμορφώνονται ακόμη σε πολύ χαμηλά επίπεδα λόγω της βαθιάς ύφεσης και της αβεβαιότητας για τα μελλοντικά εισοδήματα στην ελληνική οικονομία. Ο πολλαπλασιαστής που προσδιορίζει τη συνολική (άμεση και έμμεση) επίπτωση του Τουρισμού στο ΑΕΠ της χώρας έχει εκτιμηθεί στο 2,2 από το IOBE και στο 2,65 από το ΚΕΠΕ. Ο πολλαπλασιαστής αυτός διαμορφώνεται τα τελευταία χρόνια σε σχετικά υψηλά επίπεδα εξαιτίας και του γεγονότος ότι η πρόσθετη ζήτηση που δημιουργεί η ανάπτυξη του εξωτερικού Τουρισμού στην εγχώρια οικονομία καλύπτει ένα σημαντικό κενό που υπάρχει στην ενεργό ζήτηση στην Ελληνική

οικονομία στην περίοδο 2010 - 2015. Σε αυτό το περιβάλλον, η συμβολή του Τουρισμού αυξάνεται δεδομένου ότι ο εξωτερικός τουρισμός αναπτύσσεται σε μια περίοδο κατά την οποία η εγχώρια ζήτηση και το ΑΕΠ της χώρας σημειώνουν μεγάλη πτώση. Όπως φαίνεται στον παραπάνω πίνακα, με βάση αυτούς τους πολλαπλασιαστές, η συμβολή του τουρισμού στο ΑΕΠ της χώρας υπερβαίνει το 21% το 2015. Αναμένεται δε να διαμορφωθεί σε επίπεδα άνω του 23% το 2021, παρά την αναμενόμενη έως τότε ανάκαμψη και της βιομηχανικής και γεωργικής παραγωγής, αλλά και του τομέα των κατασκευών.

Όσον αφορά την απασχόληση στους τομείς παροχής υπηρεσιών καταλύματος και εστίασης αυξήθηκε περισσότερο από την αύξηση της συνολικής απασχόλησης το 2014 και το 2015 με αποτέλεσμα η συμβολή της στη συνολική απασχόληση να αυξηθεί στο 8,4% το 2014 και στο 9,0% το 2015, από 7,4% το 2012 και το 2013 και από 7,0% το 2010. Επίσης, η συμβολή του τουρισμού στην αύξηση της απασχόλησης σε άλλους τομείς της οικονομίας (χονδρικό και λιανικό εμπόριο και επισκευές, μεταφορές και αποθήκευση, ενημέρωση και επικοινωνία, επαγγελματικές, επιστημονικές και τεχνικές δραστηριότητες, εκπαίδευση, υγεία, Τέχνες, διασκέδαση και ψυχαγωγία, κ.ά.) ήταν αυξανόμενη στην περίοδο 2011 - 2015. Έτσι, η συνολική συμβολή του τουρισμού στην απασχόληση στην Ελλάδα εκτιμάται στο 18,9% της συνολικής απασχόλησης το 2015, από 14,9% το 2010.

Τέλος, με βάση μόνο την αύξηση της προστιθέμενης αξίας στους Τομείς του Χονδρικού και Λιανικού Εμπορίου, μεταφορών και Καταλύματος - Εστίασης, η επίπτωση του Τουρισμού στην αύξηση του ΑΕΠ εκτιμάται ότι ήταν μεγαλύτερη από τις 0,31 π.μ.⁴ το 2015, τις 1,45 π.μ. το 2014 και τις 0,03 π.μ. το 2013. Σημειώνεται, ότι η αύξηση της προστιθέμενης αξίας του συγκεκριμένου κλάδου οφείλεται μόνο στον Τουρισμό, ενώ η μεταβολή της προστιθέμενης αξίας των κλάδων του εμπορίου και των μεταφορών ήταν αρνητική, παρά την έμμεση ενίσχυσή τους από την εντυπωσιακή αύξηση του εξωτερικού τουρισμού στην περίοδο 2013 - 2015. Επομένως, η επίπτωση του τουρισμού στη μεταβολή του ΑΕΠ είναι μεγαλύτερη την επίπτωση που προαναφέρθηκε από την αύξηση της ΑΠΑ του συγκεκριμένου κλάδου. (Ίκκος, 2015)

⁴ Ποσοστιαίες μονάδες

2.5 Προοπτικές τουρισμού

Ο Τουρισμός είναι κλάδος που προσφέρει διεθνώς εμπορεύσιμες υπηρεσίες και είναι πλήρως εκτεθειμένος στον διεθνή ανταγωνισμό. Η διεθνής ανταγωνιστικότητα του ελληνικού τουρισμού στηρίζεται πρωτίστως στα αναμφισβήτητα συγκριτικά πλεονεκτήματα της χώρας σε αυτόν τον Τομέα. Ο τουρισμός μπορεί να θεωρείται ως δεσπόζων τομέας στην Ελληνική οικονομία. Η αυτοδύναμη ανάπτυξή του μπορεί να έχει σημαντικές θετικές επιπτώσεις στην ανάπτυξη των άλλων κλάδων παραγωγής και ιδιαίτερα εκείνων που είναι επίσης εκτεθειμένοι στο διεθνή ανταγωνισμό.

Από την άλλη πλευρά, η διεθνής ανταγωνιστικότητα του τουρισμού επιβαρυνόταν έως το 2009 από την οικονομική πολιτική της χώρας, η οποία με το συνεχές φούσκωμα της εγχώριας ζήτησης - με ανεξέλεγκτο δανεισμό από το εξωτερικό ευνοούσε την δραστηριότητα σε τομείς που παράγουν μη εμπορεύσιμα (διεθνώς) προϊόντα (αγαθά και υπηρεσίες).

Κατά τα τελευταία 50 χρόνια στην Ελλάδα αναπτύχθηκε ο μαζικός τουρισμός, υποστηριζόμενος από διάφορες επιχειρηματικές δραστηριότητες και με γνώμονα τη ζήτηση της αγοράς (Liakara, 2010). Αυτό έχει προκαλέσει την επιδείνωση του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος που είναι μερικές φορές μη αναστρέψιμη και έχει σημαντικές αρνητικές επιπτώσεις στις τοπικές οικονομίες και κοινότητες. Είναι σαφές ότι η περαιτέρω ανάπτυξη αυτού του τρόπου του τουρισμού δεν μπορεί να διατηρηθεί, δημιουργώντας μεγάλες απειλές για τις τοπικές κοινότητες και παρεμποδίζοντας όλες τις άλλες προσπάθειες για τη δημιουργία εναλλακτικών βιώσιμων μορφών τουρισμού. (Agaliotou, 2014)

Ο τουρισμός, λοιπόν, αποτελεί κεντρικό πυλώνα ανάπτυξης της ελληνικής οικονομίας, με σημαντική συνεισφορά στο Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν και στην απασχόληση. Το γεγονός αυτό υποδεικνύει το ρόλο που καλείται να διαδραματίσει στην αναπτυξιακή πορεία της οικονομίας και ιδιαίτερα στην υιοθέτηση ενός νέου παραγωγικού προτύπου το οποίο θα στηρίζεται σε μεγαλύτερο βαθμό, συγκριτικά με το παρελθόν, στην εξωστρέφεια.

Η πλούσια πολιτιστική κληρονομιά, οι ήπιες κλιματολογικές συνθήκες και τη φυσική ομορφιά της Ελλάδας έχουν ως συνέπεια η χώρα να συγκαταλέγεται μεταξύ των σατανικότερων τουριστικών προορισμών παγκοσμίως. Η περαιτέρω ανάπτυξη του τουρισμού μπορεί να προσφέρει πολλαπλά οφέλη τα οποία διαχέονται σε ολόκληρη την οικονομία, στηρίζοντας τις παραγωγικές της δομές και την περιφερειακή ανάπτυξη ιδιαίτερα σε περιοχές της χώρας, όπως τις νησιωτικές, όπου οι αναπτυξιακές προοπτικές είναι μικρότερες. Το γεγονός αυτό υποδεικνύει την αναγκαιότητα διερεύνησης των διακλαδικών σχέσεων και της συνεισφοράς του τουριστικού τομέα στην εγχώρια παραγωγική δραστηριότητα.

Η μεγαλύτερη συνεισφορά προέρχεται από τις υπηρεσίες καταλύματος, ενώ σε συνδυασμό με την εστίαση, αποτελούν τα 2/3 σχεδόν της άμεσης επίδρασης του τουρισμού. Σημαντική είναι επίσης, η συνεισφορά στο εγχώριο προϊόν από τις μεταφορές, ιδιαίτερα τις θαλάσσιες και τις οδικές, οι οποίες περιλαμβάνουν ένα εκτεταμένο δίκτυο παροχής υπηρεσιών με σκοπό τις μετακινήσεις των επισκεπτών στη χώρα. Στις αεροπορικές μεταφορές, η αντίστοιχη συνεισφορά είναι ελαφρώς ηπιότερη παρά το γεγονός ότι το μεγαλύτερο μέρος των αφίξεων πραγματοποιείται με το συγκεκριμένο μεταφορικό μέσο. Η εξέλιξη αυτή συνδέεται με την ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού και τη μετακίνηση μεγάλου αριθμού τουριστών με ναυλωμένες πτήσεις (charter), η πλειοψηφία των οποίων πραγματοποιούνται από ξένες αεροπορικές εταιρίες. Το γεγονός αυτό έχει ως συνέπεια η δαπάνη για την μετακίνηση να λογίζεται ως όφελος για την οικονομία της χώρας όπου οι αεροπορικές αυτές εταιρείες έχουν την έδρα τους. (Danchev, 2012)

Σε επιμέρους κατηγορίες, η συνεισφορά από τον κλάδο των Ταξιδιωτικών γραφείων και από τις Πολιτιστικές-Ψυχαγωγικές – Αθλητικές δραστηριότητες κυμαίνεται στο 4% περίπου, ενώ για το Λιανικό εμπόριο προσεγγίζει το 5%. Ενδεικτικό, επίσης, της αλληλεπίδρασης των κλάδων από την ανάπτυξη του τουρισμού αποτελεί η περίπτωση της Διοργάνωσης Εμπορικών Εκθέσεων - Συνεδρίων, όπου η σχετικά μικρή άμεση η συνεισφορά του κλάδου αντανακλά τις θετικές επιπτώσεις (σε όρους δημιουργίας προστιθέμενης αξίας) από την πραγματοποίηση συνεδρίων κυρίως για τα ξενοδοχεία και την εστίαση.

Η έμμεση συνεισφορά του τουρισμού, ωστόσο, εκτιμάται σε 5,2 δισ. ευρώ, με τους κλάδους των οποίων η δραστηριότητα επηρεάζεται σε μεγαλύτερο βαθμό από την

τουριστική κατανάλωση, να είναι το Εμπόριο, οι Χρηματοοικονομικές υπηρεσίες, ο κλάδος Διαχείρισης ακίνητης περιουσίας, οι Κατασκευές και η Μεταποίηση. Αντίστοιχα, η προκαλούμενη επίδραση από την αύξηση του διαθέσιμου εισοδήματος στα νοικοκυριά ανέρχεται σε 13,9 δισ. ευρώ, με συνέπεια ο τουρισμός να συνεισφέρει το 15,1% (ή 34,4 δισ. ευρώ) του συνολικού ακαθάριστου προϊόντος της χώρας το 2010

3. Τουρισμός ευεξίας

3.1 Εννοιολογική προσέγγιση

Ως τουρισμός ευεξίας μπορεί να ορισθεί ως ο τουρισμός που απευθύνεται σε επισκέπτες οι οποίοι επιθυμούν να συνδυάσουν τις διακοπές τους με υπηρεσίες πρόληψης, διατήρησης ή βελτίωσης της υγείας τους μέσω συγκεκριμένων προγραμμάτων ολικής αναζωογόνησης και χαλάρωσης σε σωματικό, πνευματικό αλλά και συναισθηματικό επίπεδο. Ένας τομέας που έχει αναπτυχθεί ραγδαίως τα τελευταία χρόνια (Guiry, 2013). Ένας τομέας επίσης που συμβάλει οικονομικά και στις οικονομίες των χωρών δια μέσου της προσέλκυσης επισκεπτών (Niv, 1989) , συγκεκριμένα μελέτη σχετικά με την Σιγκαπούρη έδειξε θετική σχέση μεταξύ οικονομικής ανάπτυξης της χώρας, τουλάχιστον σε μακροχρόνιο ορίζοντα, και εισερχόμενου τουρισμού για τουρισμό ευεξίας (Lee, 2010). Αυτό οφείλεται στο ότι τας τελευταία χρόνια, ο σύγχρονος άνθρωπος έχει συνειδητοποιήσει πλέον ότι διάφοροι παράγοντες όπως η επιβάρυνση του περιβάλλοντος, το άγχος του σύγχρονου τρόπου ζωής ή το κάπνισμα, αποτελούν τους πλέον ενοχοποιητικούς παράγοντες για την πρόκληση των περισσότερων ασθενειών και το πρόωρο γήρας, με αποτέλεσμα να γίνει μια στροφή σταδιακά προς φυσικές μεθόδους αντιμετώπισής τους με παράλληλη μείωση της χρήσης φαρμάκων. Μια τέτοια φυσική μέθοδος αποτελούν και τα προϊόντα του τουρισμού ευεξίας με διάφορες μελέτες να το επιβεβαιώνουν αυτό (Altin, 2012)

Βέβαια, υπάρχει μια εσφαλμένη αντίληψη του κοινού ότι ο τουρισμός ευεξίας απευθύνεται μόνο σε πελάτες υψηλής οικονομικής επιφάνειας και όχι στον μέσο καταναλωτή. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι η μελέτη του Emilio Becheri (1989) (Becheri, 1989) ο οποίος κάνει μια διάκριση μεταξύ των κέντρων υγείας και ιαματικών λουτρών και συγκεκριμένα υποστηρίζει ότι οι βασικές διαφορές, μεταξύ άλλων έχουν να κάνουν με το εισόδημα των επισκεπτών, δηλαδή τα ιαματικά λουτρά απευθύνονται επισκέπτες μεσαίου και χαμηλού επιπέδου. Όμως πλήθος υπερπολυτελών κέντρων υγείας έχουν αναπτυχθεί στον Ελλαδικό χώρο τα οποία διαθέτουν όλο τον κατάλληλο εξοπλισμό, εξειδικευμένους γιατρούς, κλινικές, κέντρα θεραπείας, ελεγχόμενη διαίτα, τεράστιους χώρους πρασίνου με κήπους και λίμνες ακόμα και αθλητικά κέντρα συνδυάζοντας με έντεχνο τρόπο ιατρικές υπηρεσίες ήπιας μορφής με αναψυχή, προσφέροντας ένα συνολικό πακέτο υπηρεσιών υγείας, χαλάρωσης και διακοπών σε προσιτές τιμές έτσι ώστε αυτές οι υπηρεσίες να απολαμβάνονται και από τον μέσο καταναλωτή (<http://www.healthpages.gr>, n.d.)

Σαν τουρισμό ευεξίας θα αναφερθούμε κυρίως στην υδροθεραπεία, η οποία είναι ιδιαίτερα σημαντική όχι μόνο για την πρόληψη, διατήρηση και βελτίωση της υγείας αλλά και για την αντιμετώπιση διαφόρων παθήσεων. Παράλληλα επιδρά και συμπληρωματικά τόσο στην κλινική όσο και χειρουργική ιατρική καθώς και στις θεραπείες με φάρμακα. Η υδροθεραπεία περιλαμβάνει με την σειρά της την θαλασσοθεραπεία, τα λεγόμενα spa και τον παραδοσιακό ιαματικό τουρισμό ή θερμαλισμό με τον οποίο θα ασχοληθεί η παρούσα εργασία. Στην Ελλάδα σήμερα υπάρχουν πάνω από 200 ιαματικές πηγές με 70 από αυτές να λειτουργούν και τις 45 να βρίσκονται υπο την εποπτεία του Ε.Ο.Τ. με τις πιο φημισμένες για τις θεραπευτικές τους ιδιότητες να βρίσκονται στα καμένα βούρλα και στην Αιδηψό (αναλυτικότερα βλ. επόμενες ενότητες). Όπως γίνεται αντιληπτό πολλές ιαματικές πηγές στην Ελλάδα παραμένουν αναξιοποίητες ή τουλάχιστον γίνεται προσπάθεια αξιοποίησής τους (<http://www.oryktosploutos.net>, n.d.).

3.2 Ο τουρισμός ευεξίας παγκοσμίως

Σε ότι αφορά τον τουρισμό ευεξίας σε παγκόσμιο επίπεδο, σύμφωνα με το έγκριτο περιοδικό τουρισμού (ηλεκτρονική μορφή) travel and tour world, η συγκεκριμένη

αγορά αναμένεται να φτάσει έως το 2020 τα 1.018,5 δολάρια με μέσο ετήσιο ρυθμό ανάπτυξης της τάξεως του 10,89% λαμβάνοντας υπόψη ως έτος βάσης το 2016. Το 2013 ο ρυθμός ανάπτυξης ήταν στο 12,7% ξεπερνώντας το αντίστοιχο ποσοστό του 2012 που ήταν στο 9%. Συνολικά οι δαπάνες για τουρισμό ευεξίας έφτασαν το 2013 στα 494 δις. Δολάρια, ξεπερνώντας το ποσό αυτό την προληπτική και εξατομικευμένη αγορά υγείας η οποία ήταν στα 432,7 δις. Και πλησιάζοντας την αγορά στις κατηγορίες της υγιεινής διατροφής και απώλειας βάρους (574, 2 δις.). Επιπλέον αξίζει να σημειωθεί ότι ο τουρισμός ευεξίας αυξήθηκε 74% ταχύτερα από τον παγκόσμιο τουρισμό συνολικά μέσα στο 2016 δηλ. 14,6% έναντι 7,3%.

Η αύξηση της εν λόγω αγοράς προέρχεται κυρίως από την αυξανόμενη ευαισθητοποίηση σχετικά με τις μεθόδους αντιγήρανσης (βλ. και 3.1.) με πολλούς άνδρες και πολλές γυναίκες να υποβάλλονται πλέον σε αισθητικές επεμβάσεις προσώπου προκειμένου να επιτύχουν νεανικότερη εμφάνιση. Οι χώρες στις οποίες η ζήτηση για την αισθητική προσώπου αυξάνεται είναι Οι ΗΠΑ, η Βραζιλία, το Μεξικό, η Κίνα, η Ινδία, η Γαλλία, η Ιταλία και η Νότια Αφρική. Οι Η.Π.Α. αυτή την στιγμή μπορούμε να πούμε ότι κατέχει την μερίδα του λέοντος στην παγκόσμια τουριστική αγορά ευεξίας αντιπροσωπεύοντας το 43% του συνολικού μεριδίου αγοράς αποτελώντας και τον κυρίαρχο στην συγκεκριμένη αγορά. Γενικά οι κυρίαρχες εταιρείες στον χώρο σε παγκόσμιο επίπεδο είναι οι: Accor, Allergan, Carlson Rezidor, Four Seasons, Fitpacking, Galderma, Hilton, Hyatt, IHG, Ipsen, KPJ Υγείας, Marriott, Miraval Resort & Spa, το Mövenpick, Omni Hotels Management, Pravassa, Rancho La Puerta, Shangri-La, και Starwood. (<http://www.travelandtourtourworld.com>, n.d.)

Μια άλλη έρευνα επίσης, έδειξε ότι γενικά χώρες με ανάπτυξη στον τουρισμό ευεξίας είναι χώρες που προέρχονται από την κεντρική Ευρώπη και ορισμένες από την μεσόγειο, από την βόρεια Αμερική και από την νοτιοανατολική Ασία (Csirmaz, 2015)



Παρακάτω παρατίθεται πίνακας με στοιχεία σχετικά με τις 20 κορυφαίες αγορές παγκοσμίως στον τουρισμό ευεξίας για το 2015.

	Number of Trips (millions)	Direct Employment (millions)	Expenditures (US\$ billions)	Rank in 2015 (2013 Rank)
United States	161.2	1.87	\$202.2	1 (1)
Germany	58.5	1.11	\$60.2	2 (2)
France	30.6	0.32	\$30.2	3 (3)
China	48.2	2.37	\$29.5	4 (9)
Japan	37.8	0.18	\$19.8	5 (4)
Austria	14.6	0.16	\$15.4	6 (5)
Canada	25.3	0.25	\$13.5	7 (6)
United Kingdom	20.6	0.18	\$13.0	8 (10)
Italy	6.6	0.15	\$12.7	9 (7)
Mexico	15.3	0.48	\$12.6	10 (11)
Switzerland	9.2	0.10	\$12.2	11 (8)
India	38.6	5.32	\$11.8	12 (12)
Thailand	9.7	0.50	\$9.4	13 (13)
Australia	8.5	0.10	\$8.2	14 (16)
Spain	13.6	0.08	\$7.7	15 (14)
S. Korea	18.0	0.13	\$6.8	16 (15)
Indonesia	5.6	0.52	\$5.3	17 (17)
Turkey	9.3	0.06	\$4.8	18 (19)
Russia	13.5	0.15	\$3.5	19 (18)
Brazil	8.6	0.12	\$3.3	20 (24)

Πηγή: <http://travel-agent.eu>

3.3 Ιαματικός τουρισμός

3.3.1 Ιστορική αναδρομή υδροθεραπευτικής τέχνης

Αναφέρθηκε εκτενώς στο 1^ο κεφάλαιο

3.3.2 Είδη υδροθεραπείας

i. Εσωτερική υδροθεραπεία

Η εσωτερική υδροθεραπεία περιλαμβάνει:

- Την ποσιοθεραπεία , η οποία επιτυγχάνεται δια μέσου της πόσης ιαματικών νερών τα οποία έχουν συγκεκριμένα ποιοτικά χαρακτηριστικά , ενώ σε αρκετά ιαματικά νερά αποδίδεται και διουρητική δράση. Η συγκεκριμένη θεραπεία ενδείκνυται για θεραπεία παθήσεων ουροποιητικού , νεφρών και πεπτικού συστήματος όπως η νεφρολιθίαση , χολολιθίαση , χρόνια χολοκυστίτιδα και δυσκινησία χοληφόρων , παθήσεων στομάχου και εντέρων , καθώς και παθήσεων ήπατος και χοληδόχου κύστης με την εφαρμογή της να έχει συνήθως διάρκεια 3 – 4 εβδομάδων.
- Την εισπνοθεραπεία , η οποία πραγματοποιείται με εισπνοή αερίων ή των σταγονιδίων των μεταλλικών νερών μέσω βοήθειας ειδικών συσκευών και βασίζεται στην μετατροπή των ιαματικών νερών σε μορφή σταγονιδίων και στην εκμετάλλευση των αερίων τα οποία περιέχονται σε αυτά. Είναι ενδεδειγμένη θεραπεία για την αντιμετώπιση παθήσεων του αναπνευστικού συστήματος , όπως βρογχικό άσθμα και χρόνια βρογχίτιδα.

ii. Εξωτερική υδροθεραπεία

Η εξωτερική υδροθεραπεία περιλαμβάνει:

- Την λουτροθεραπεία, μια θεραπεία που πραγματοποιείται με την εμβάπτιση του σώματος σε ατομικό λουτήρα ή και πισίνα με ιαματικό νερό. Ένας τέτοιου είδους κύκλος θεραπείας μπορεί να διαρκέσει περίπου δυο εβδομάδες και η διαδικασία περιλαμβάνει ένα λουτρό την ημέρα μετά από μια ολοκληρωμένη πέψη και ακολουθείται από ανάπαυση μισής ώρας περίπου. Η εν λόγω θεραπεία ενδείκνυται για θεραπεία δερματολογικών παθήσεων όπως έκζεμα, ψωρίαση, κνησμοί, νεανική ακμή και εγκαύματα. Επίσης, είναι κατάλληλη θεραπεία για την αντιμετώπιση χρόνιων ρευματικών παθήσεων και αρθροπαθήσεων για την θεραπεία των οποίων επίσης χρησιμοποιούνται

και η λασποθεραπεία και η κινησιοθεραπεία. Άλλες παθήσεις που μπορεί να θεραπεύσει η συγκεκριμένη μέθοδος είναι παθήσεις του νευρικού συστήματος καθώς και γυναικολογικές παθήσεις όπως κολπίτιδες και διαταραχές έμμηνου ρύσης.

- Τις καταιονήσεις όπου για ορισμένο χρονικό διάστημα το σώμα δέχεται το θερμομεταλλικό νερό με χαμηλή ή υψηλή πίεση.
- Τις υδρομαλάξεις, οι οποίες γίνονται με εφαρμογή πίεσης στο ανθρώπινο σώμα, ενώ αυτό βρίσκεται μέσα σε ιαματικά νερά και ενδείκνυται σε περιπτώσεις μετατραυματικής θεραπείας, καταγμάτων και κακώσεων, αρθροπαθειών, οσφυαλγίας, ισχαιμίας, σπονδυλαρθρίτιδας και σπαστικών παραλύσεων.
- Την υδροκινησιοθεραπεία η οποία αποτελεί έναν συνδυασμό λουτροθεραπείας και κινησιοθεραπείας με το σώμα να βρίσκεται στο νερό.
- Την πηλοθεραπεία (λασποθεραπεία) δηλαδή την εφαρμογή πηλού ή λάσπης που έχει ωριμάσει σε πάσχοντα σημεία του σώματος, με εμβάπτιση αυτού στον πηλό.

3.4 Ορισμός και επιστημονική προσέγγιση θερμαλισμού

Σύμφωνα με τα παραπάνω ως θερμαλισμός, όπως διαφορετικά ονομάζεται ο παραδοσιακός ιαματικός τουρισμός, μπορεί να ορισθεί ότι είναι ο τουρισμός που περιλαμβάνει το σύνολο των δραστηριοτήτων του ιαματικού τουρισμού, ο οποίος μαζί με τις διευρυμένες δραστηριότητες αναψυχής και αναζωογόνησης που μπορούν να έχουν όχι μόνο οι ασθενείς αλλά και οι μη ασθενείς τουρίστες που επισκέπτονται τις ιαματικές πηγές. Επίσης περιλαμβάνει την ενεργειακή αξιοποίηση των θερμομεταλλικών νερών, την γενικότερη χρήση της γεωθερμικής ενέργειας και την χρήση των μεταλλικών νερών. Από την άποψη του τουρισμού αυτές οι δυο έννοιες χρησιμοποιούνται χωρίς να γίνεται κάποια διάκριση.

Ως ιαματικά νερά, μπορούμε να ονομάσουμε τα νερά των φυσικών ή ιαματικών πηγών τα οποία πηγάζουν μέσα από πετρώματα και βράχους και βγαίνουν μέσα από τη γη. Επίσης ονομάζονται και μεταλλικά λόγω των διαλυμένων μεταλλικών στοιχείων που περιέχουν στην σύστασή τους. Τα πιο συχνά περιεχόμενα υδατοδιαλυτά μεταλλικά στοιχεία των νερών αυτών είναι το νάτριο, το κάλλιο, το

ασβέστιο, το μαγνήσιο, το ράδιο, ο σίδηρος, το ιώδιο, το φώσφορο και το θείο. Από τα αέρια εμπεριέχονται το διοξείδιο του άνθρακα, το υδροθείο, το άζωτο, το οξυγόνο και το υδρογόνο, που δίνουν και την χαρακτηριστική οσμή που διακρίνει τα νερά της κάθε περιοχής. Η κάθε ιαματική πηγή μπορεί να χαρακτηριστεί αναλόγως τον βαθμό οξύτητας σε θειούχος αλκαλική, χλωρονατριούχος, οξυπηγή ή ραδιούχος. Κύριο χαρακτηριστικό δε, αυτών των πηγών είναι η θερμοκρασία η οποία μπορεί να φτάσει μέχρι τους και τους 70 βαθμούς κελσίου.

Οι θεραπευτικές ιδιότητες λοιπόν των ιαματικών νερών, αποδίδονται στα μεταλλικά άλατα και στις μεταξύ τους ενώσεις, καθώς και σε ορισμένες κολλοειδείς ουσίες που εμπεριέχονται στην σύστασή τους και στην διάσπαση των αερίων με άλλες έρευνες να αποδίδουν την θεραπευτική τους ιδιότητα στην ακτινοβολία που αντλούν από τα βάθη της γης. Μια πιο σύγχρονη αντίληψη όμως, αναφέρει ότι η υδροθεραπεία περιέχει την έννοια μιας ερεθιστικής θεραπείας σε ορισμένα όργανα, όπως το ιώδιο στο θυροειδή αδένα και το θείο στους αρθρικούς χόνδρους. Στις μέρες μας ο ρόλος των ιαματικών πηγών επαναπροσδιορίζεται και εκτός από την ιατρική και κοσμετολογία για την Παρασκευή καλλυντικών και δερματολογικών προϊόντων για την ενυδάτωση του δέρματος, την αντιμετώπιση της λιπαρότητας και της ακμής, των εκζεμάτων κτλ. Στην χώρα μας σήμερα υπάρχει μεγάλος αριθμός ιαματικών πηγών πάνω στις οποίες βασίζονται μεγάλες τουριστικές μονάδες για τις οποίες θα γίνει εκτενής αναφορά στην επόμενη ενότητα. (<http://www.healthpages.gr>, n.d.)

3.5 Τουριστικά θέρετρα ιαματικού τουρισμού στην Ελλάδα

3.5.1 Λουτρά Αιδηψού

Σύμφωνα με την μυθολογία τα ιαματικά νερά της περιοχής οφείλονται στην θεά Αθηνά η οποία ζήτησε από τον Ήφαιστο, τον δαμαστή της φωτιάς, να φτιάξει θερμά λουτρά για να πηγαίνει εκεί και να ξεκουράζεται από τους άθλους του. Ο Ήφαιστος λοιπόν, χτύπησε με το σφυρί του τον βράχο της Αιδηψού δημιουργώντας στο σημείο εκείνη μια ιαματική πηγή. Η Αιδηψός από αρχαιοτάτων χρόνων αποτελούσε σημαντικό θέρετρο, λόγω των ιαματικών της πηγών, κάτι το οποίο το επιβεβαιώνουν και κείμενα του Αριστοτέλη, του Πλούταρχου και του Στράβωνα. Αλλά και κατά την διάρκεια των ρωμαϊκών χρόνων αρκετοί αυτοκράτορες όπως ο Αδριανός και ο Σέπτιμος τίμησαν την περιοχή.

Κατά την διάρκεια του 20^{ου} αιώνα, τα λουτρά έχουν επισκεφθεί ο Ωνάσης, ο Τσώρτσιλ και η Γκρέτα Γκάρμπο όπως και άλλες επώνυμες προσωπικότητες. Το πολυτελές Thermae Sylla Spa Wellness Hotel το οποίο λειτουργεί από το 1897 είναι κτισμένο πάνω σε μια ομάδα από τις φυσικές ιαματικές θερμομεταλλικές πηγές της Αιδηψού όπου το νερό αναβλύζει μέσα από πετρώματα και από βάθος τριών χιλιομέτρων σε θερμοκρασία 75 βαθμών κελσίου. Ο χώρος προσφέρει μια ενδιαφέρουσα πρόταση ευεξίας και εναλλακτικής θεραπείας για όλο τον χρόνο στους επισκέπτες της. (<https://www.tripadvisor.com.gr>, n.d.; <http://history-pages.blogspot.gr/2012/02/15.html>, n.d.)



Thermae Sylla Spa Wellness Hotel

3.5.2 Λουτρά Καμένων Βούρλων

Οι ιαματικές πηγές των καμένων βούρλων βρίσκονται στον νομό Φθιώτιδας στην Εθνική οδό Αθηνών-Λαμίας στους πρόποδες του βουνού Κνημίδα σε απόσταση 165 χλμ. από την Αθήνα. Χτισμένα σε τοποθεσία μεταξύ βουνού και θάλασσάς, τα Καμένα βούρλα αποτελούν έναν από τους πιο γνωστούς, σε ότι αφορά τις

λουτροπόλεις, προορισμούς στην Ελλάδα. Τα καμένα βούρλα για πολλές δεκαετίες γνώρισαν μέρες δόξας ως ένα από τα πιο δημοφιλή τουριστικά θέρετρα της Ελλάδας. Ακόμα και σήμερα συγκεντρώνει πολλούς επισκέπτες τόσο για την φυσική της ομορφιά και για την εξαιρετική της τοποθεσία όσο και για τις ιαματικές της πηγές.

Τα νερά αναβλύζουν από τους πρόποδες του βουνού και οι θεραπευτικές ιδιότητες ενδείκνυνται για την θεραπεία χρόνιων ρευματικών παθήσεων. Η σημαντικότερη τουριστική μονάδα που εκμεταλλεύεται τα ιαματικά νερά στην περιοχή είναι το ξενοδοχείο Γαλήνη, μια σύγχρονη τουριστική μονάδα που μπορεί να προσφέρει στον επισκέπτη μια ποικιλία επιλογών όπως πισίνα με ιαματικό νερό , spa με ιαματικό νερό επίσης και μια σειρά από αθλητικές δραστηριότητες που μπορεί να βρει ο πελάτης του ξενοδοχείου , καθώς η μονάδα διαθέτει γήπεδα βόλεϊ, τένις κ.α. όλο τον χρόνο. (<https://www.tripadvisor.com.gr>, n.d.; <http://history-pages.blogspot.gr/2012/02/15.html>, n.d.)



Galini Wellness Spa & Resort

3.5.3 Λουτρά Λουτρακίου

Το Λουτράκι βρίσκεται απέναντι από την Κόρινθο, στη θέση που βρισκόταν στην αρχαιότητα η πόλη Θέρμαι. Η κοντινή του απόσταση, μόλις 80χλμ, από την Αθήνα αλλά και από σπουδαίους αρχαιολογικούς χώρους όπως η Επίδαυρος και οι Μυκήνες καθώς και το εύκρατο μεσογειακό του κλίμα με τις πανέμορφες παραλίες καθιστούν το Λουτράκι έναν μοναδικό προορισμό διακοπών. Το Λουτράκι λοιπόν αποτελεί και μια από τις σημαντικές Ελληνικές λουτροπόλεις με την πρώτη γραπτή αναφορά στα ιαματικά νερά του να την συναντάμε από τον Ξενοφώντα (431περίπου-355 π.Χ.). στο Λουτράκι βρίσκεται και το κέντρο ποσιθεραπείας το οποίο στεγάζεται στο κτίριο πηγή, ένα κτίριο φιλοτεχνημένο με ψηφιδωτά του Στέφανου Στεφανόπουλου, ένα δείγμα μιας πρώιμης αλλά χωρίς μεγάλη συνέχεια, προσπάθεια εθνικού στυλ. Το εμβληματικό αυτό οικοδόμημα χτίστηκε μετά τον μεγάλο σεισμό της Κορίνθου⁵, όταν ξεπήδησε από το σημείο εκείνο μια ιαματική πηγή. Οι πλήρως ανακαινισμένες εγκαταστάσεις των λουτρών θερμαί Λουτράκι διατηρούν ακόμα την αύρα της δεκαετίας του '30 όταν και κτίστηκαν. Οι θερμές πηγές περιέχουν πολύ χλωριούχο νάτριο και έτσι απέκτησαν την θεραπευτική ικανότητα τους, κυρίως για παθήσεις των νεφρών, του στομαχιού αλλά και για αρθριτικές και νευραλγικές παθήσεις. Ακόμα και το πόσιμο νερό που βγαίνει από τα πηγάδια της περιοχής έχει μεγάλη σημασία για την υγεία και για τον λόγο αυτό πωλείται εμφιαλωμένο στην αγορά. Οι θεραπευτικές του ιδιότητες οφείλονται κυρίως στη μικρή ποσότητα μαγνησίου που περιέχει. (<http://www.thermes.com.gr/>, n.d.)

⁵ Ο σεισμός της Κορίνθου του 1928 έλαβε χώρα στην περιοχή της Κορινθίας στο βορειοανατολικό άκρο της Πελοποννήσου. Ο κυρίως σεισμός εκδηλώθηκε στις 22 Απριλίου του 1928, ώρα 22:14 και καταγράφηκε μέγεθος 6,3 βαθμών της κλίμακας Ρίχτερ. Η δόνηση προκάλεσε σημαντικές καταστροφές, δυσανάλογες του μεγέθους της, λόγω της κακής ποιότητας κατασκευής των κτισμάτων της Κορίνθου και των γειτονικών οικισμών. Για την ανοικοδόμηση της πόλης εφαρμόστηκαν για πρώτη φορά στην Ελλάδα νέοι κανονισμοί αντισεισμικής κατασκευής.



Ξενοδοχείο Thermes

3.5.4 Λουτρά Μεθάνων

Ένας άλλος προορισμός ιαματικού τουρισμού είναι και τα Μέθανα αποτελούμενα από αρχαιολογικά μνημεία εξαιρετικού ενδιαφέροντος, βυζαντινές εκκλησίες καθώς και ένα «κοιμισμένο» ηφαιστείο. Χαρακτηριστικό γνώρισμα της περιοχής είναι η βρωμολίμνη με τα ανοικτόχρωμα νερά και την έντονη μυρωδιά θείου και το ανακαινισμένο κτίριο του υδροθεραπευτηρίου. Τα Μέθανα είναι γνωστά επίσης και για το ηφαιστειό του, το οποίο παραμένει θεωρητικά ενεργό (αφού η τελευταία, έστω και υποθαλάσσια έκρηξή του σημειώθηκε το 1700) και στο οποίο οφείλονται οι θεραπευτικές ιδιότητες των νερών του οι οποίες ήταν γνωστές από τα αρχαία χρόνια.

Στην ουσία πρόκειται για νερά ιαματικά, πλούσια σε πολύτιμα ιχνοστοιχεία μετάλλων και ορυκτών, με ευεργετικές ιδιότητες για πολλές παθήσεις όπως αρθροπάθεια, δισκοπάθεια, ρευματοπάθεια, σπονδυλαρθρίτιδα κ.α.. η οργανωμένη χρήση των θειούχων πηγών της περιοχής άρχισε το 1870 και το 1830 κτίστηκε το υδροθεραπευτήριο των θειούχων πηγών του δημοσίου. Σήμερα στα Μέθανα ολοκληρωμένα ιαματικά κέντρα spa είναι το «Methana Volcanic Spa» και το

υδροθεραπευτήριο των Αγίων Αναργύρων «Αι Πηγαί» (<http://history-pages.blogspot.gr/2012/02/15.html>, n.d.)



Methana Volcanic Spa



Αι πηγαί

3.5.5 Λουτρά Θερμών

Τα λουτρά θερμών βρίσκονται στην Ικαρία η οποία συγκαταλέγεται ανάμεσα στις 15 κυριότερες ιαματικές πηγές της χώρας μας και οι πηγές της βρίσκονται στην περιοχή του δήμου Αγίου Κήρυκα. Συγκεκριμένα στα Θερμά υπάρχει το σύγχρονο κέντρο υδροθεραπείας του «Σπηλαίου», που έχει πλήρως ανακαινιστεί. Βρίσκεται στην παραλία των Θερμών μέσα σε μια φυσική σπηλιά και διαθέτει ατμόλουτρο, σάουνα για 15 άτομα και 2 πισίνες με υδρομασάζ για 6-7 άτομα, η κάθε μία, με χλωριονατριούχο νερό που ανανεώνεται. Έχει επίσης 4 ντουζιέρες γλυκού νερού και

μια επιπλέον ντουζιέρα για άτομα με ειδικές ανάγκες. Στην πλατεία των Θερμών λειτουργεί και το σύγχρονο υδροθεραπευτήριο «Απόλλων». Το συνθέτουν 26 μεγάλοι λουτήρες (μπανιέρες) από τους οποίους οι δυο καμπίνες φιλοξενούν 2 άτομα (2 μπανιέρες) και οι δυο άλλοι έχουν τη δυνατότητα χρήσης υδρομασάζ, για όσους το επιλέξουν. Υπάρχουν καμπίνες όπου ο λούμενος μπορεί να επιλέξει ανάμεσα στο νερό του Σπηλαίου ή του Απόλλωνα. Επίσης υπάρχει η δυνατότητα μίξης των δύο πηγών. Οι εγκαταστάσεις προσφέρονται και για άτομα με ειδικές ανάγκες. Στο μέλλον θα προστεθούν άλλοι 6 λουτήρες και 1 σάουνα. Υπάρχουν και άλλες μικρότερες πηγές, από τις οποίες μερικές είναι κλειστές. Οι θερμοπηγές της Ικαρίας είναι μεταξύ των πιο ραδιενεργών πηγών του κόσμου, ανήκουν στην κατηγορία των υπέρθερμων ραδιενεργών αλιπηγών και διαφέρουν μεταξύ τους ως προς την ένταση της ραδιενέργειας και τη θερμοκρασία. Θα πρέπει να τονίσουμε ότι δεν υπάρχει κίνδυνος από τη ραδιενέργεια των πηγών κατά το λούσιμο, γιατί αυτή οφείλεται αποκλειστικά στο ραδόνιο, το οποίο και αποβάλλεται, και όχι στα άλατα ραδίου. Αφετέρου το νερό που καταλήγει στους λουτήρες έχει μειωμένο ποσό ραδιενέργειας, καθώς αναμιγνύεται με το θαλασσίνο. Ακόμη ο τρόπος χρήσης των υδάτων μειώνει αισθητά το ποσόν της ραδιενέργειας. Το ραδόνιο εισπνεόμενο ή προσροφόμενο από το δέρμα φθάνει λόγω της διαλυτότητάς του στα λιποειδή των νεύρων επιδρώντας ευεργετικά στις οδονηρές νευρίτιδες και νευραλγίες. Η παρουσία οιστρογόνων στις πηγές Μουσταφά και Σπηλαίου ωφελούν στις γυναικολογικές παθήσεις. Τα νερά των θερμομεταλλικών πηγών Ικαρίας θεωρούνται κατάλληλα για τη θεραπεία των παρακάτω παθήσεων: Υπόξεις και χρόνιοι ρευματισμοί (διάφορες μορφές αρθρίτιδας), ουρική αρθρίτιδα, νευραλγίες, νευρίτιδες και μυϊτιδες, γυναικολογικές παθήσεις, διαταραχές των ενδοκρινών αδένων, ορισμένες περιπτώσεις ανωμαλιών του κυκλοφορικού συστήματος, διαταραχές του αναπνευστικού συστήματος, δερματικές παθήσεις. (<http://history-pages.blogspot.gr/2012/02/15.html>, n.d.)

3.5.6 Λουτρά Καϊάφα

Τα λουτρά του Καϊάφα βρίσκονται στο νότιο μέρος του νομού Ηλείας στους πρόποδες του όρους Λάπιθα στην ομώνυμη λίμνη Καϊάφα. Σύμφωνα με τον μύθο ο κένταυρος Νέσσος ξέπλυνε την πληγή του που προκλήθηκε από κτύπημα βέλους του Ηρακλή. Δίπλα από τα λουτρά ακριβώς υπάρχει μια μικρή υπαίθρια λιμνούλα. Στην χερσαία έκτασή της απέναντι από την λίμνη βρίσκονται το μεγάλο και το μικρό

σπήλαιο των Ανυγριδών νυμφών που αποτελούν και τις ιαματικές πηγές της ιδιοκτησίας με νερά κατάλληλα για λουτροθεραπεία τα οποία έχουν διαμορφωθεί σε υδροθεραπευτήριο. Ενδείκνυνται τα νερά αυτά, για αρθροπάθειες, δερματικές και γυναικολογικές παθήσεις, σε χολολιθιάσεις και ηπατίτιδες, σε παθήσεις του γαστρεντερικού συστήματος, σε υποτονικές δυσπεψίες και σε ατονικές δυσκοιλιότητες από χολική ανεπάρκεια. Σε απόσταση 200 μ. περίπου, βρίσκεται η ιαματική πηγή του Γερανιού, με νερό ιδανικό για ποσιθεραπεία. Στα λουτρά του Γερανιού, οι καρδιοπαθείς ανταμώνουν στα χαλκοπράσινα νερά μιας μικρότερης σπηλιάς με 32 βαθμούς Κελσίου, αφού η καρδιά τους δεν αντέχει μεγαλύτερη θερμοκρασία. Σε ένα μικρότερο ακόμη σπήλαιο, οι πάσχοντες πίνουν κρύο θειούχο νερό. Το υδροθεραπευτήριο λουτρών Καϊάφα, που διαχειρίζονται τα Ελληνικά Τουριστικά Ακίνητα, αποτελείται από δύο δεξαμενές μέσα σε φυσική σπηλιά και 20 λουτήρες. Ξενοδοχεία είναι κτισμένα στο νησάκι της λίμνης, μια επιμήκη λωρίδα μήκους 1.300 μ. και πλάτους περίπου 100 μ. που επικοινωνεί με την ξηρά μέσω στενής γέφυρας. Στο νησάκι υπάρχουν ακόμη υπαίθριες ξύλινες εγκαταστάσεις που εξυπηρετούν τις αθλητικές δραστηριότητες που αναπτύσσονται στη λίμνη. Η μεταφορά από τα ξενοδοχεία προς το υδροθεραπευτήριο γίνεται με μικρό πλοιάριο. (<http://history-pages.blogspot.gr/2012/02/15.html>, n.d.)



Λίμνη Καϊάφα

4. Ανάπτυξη του Business plan

4.1 Εισαγωγή

Στο παρόν κεφάλαιο θα γίνει μια παρουσίαση ενός business plan μιας υποθετικής εταιρείας που επιθυμεί να δραστηριοποιηθεί στον χώρο του ιαματικού τουρισμού. Η εταιρεία αυτή, λοιπόν, ως υποθέσουμε ότι έχει σαν στόχο την άντληση χρηματοδότησης μέσω τραπεζικού δανεισμού, οπότε θέλει να παρουσιάσει στη τράπεζα που θα την χρηματοδοτήσει ένα πλάνο σχετικά με τις δραστηριότητές της καθώς και να αναλύσει τα στοιχεία του εσωτερικού αλλά και κυρίως του εξωτερικού περιβάλλοντος της, προκειμένου να αποδείξει ότι θα είναι σε θέση στο μέλλον να ανταποκριθεί προς τις υποχρεώσεις της προς τον τραπεζικό οργανισμό, με άλλα λόγια να είναι κερδοφόρα.

Η δομή του παρόντος business plan στηρίζεται σε ηλεκτρονικές σημειώσεις του μαθήματος «επιχειρηματικότητα και καινοτομία» του Δ εξαμήνου του τμήματος διοίκησης επιχειρήσεων της σχολής οικονομίας και διοίκησης του Α.Ε.Ι. ΠΕΙΡΑΙΑ Τ.Τ.. Επίσης θα πρέπει να αναφερθεί ότι ορισμένα από τα σημεία του πλάνου έχουν ήδη αναφερθεί στα προηγούμενα κεφάλαια, οπότε στα σημεία αυτά θα υπάρχει και σχετική παραπομπή στην αντίστοιχη ενότητα του κεφαλαίου. Τέλος δεν θα αναφερθούν οικονομικά στοιχεία παρελθόντων ετών (ισολογισμοί, αποτελέσματα χρήσεως κλπ) για τον απλούστατο λόγο ότι η επιχείρηση είναι νέα στον χώρο.

4.2 Executive summary

Η εταιρεία μας ονομάζεται spa lux resort και στόχο έχει την ίδρυση μιας ξενοδοχειακής μονάδας ιαματικού τουρισμού στον Ελλαδικό χώρο, η οποία μονάδα θα πρέπει να πληροί τις προϋποθέσεις ενός αντίστοιχου θέρετρου του εξωτερικού. Με άλλα λόγια θέλουμε να ιδρύσουμε μια καινοτόμα, σε σχέση με τις αντίστοιχες ελληνικές, επιχείρηση που να συνδυάζει τόσο υψηλής ποιότητας παροχές ξεκούρασης όσο και ιατρικές παροχές. Για τον λόγο αυτό το ξενοδοχείο θα πρέπει να ανήκει στην κατηγορία πέντε αστέρων με το προσωπικό να πλαισιώνουν εκτός από το σύνηθες προσωπικό ξενοδοχείου και εξειδικευμένο ιατρικό προσωπικό με το συνολικό προσωπικό να ανέρχεται στους 200 σε αριθμό. Από τα παραπάνω γίνεται αντιληπτό ότι η εταιρεία «χτυπάει» στο ευαίσθητο σημείο των Ελληνικών επιχειρήσεων τέτοιου είδους οι οποίες δεν μπορούν να συνδυάσουν αυτά που εμείς επιδιώκουμε.

Το συνολικό ποσό που απαιτείται για αυτήν την επένδυση, μετά από προσεκτική μελέτη την οποία επιμελήθηκε γνωστή εταιρεία επενδυτικών συμβούλων ανέρχεται συνολικά στα 15.317.600 ευρώ και το οποίο θα αναλυθεί εκτενέστερα στις επόμενες ενότητες. Το ποσό των 10.317.600 ευρώ ήδη έχει κεφαλαιοποιηθεί δια μέσου της έκδοσης 20.635.200 κοινών μετοχών ονομαστικής αξίας 0,5 ευρώ όπου το 70% αυτού του ποσού έχει καταβληθεί από τα ανώτερα στελέχη και ιδιοκτήτες της εταιρείας μας ενώ το υπόλοιπο 30% από διάφορες άλλες επιχειρήσεις δείγμα της εμπιστοσύνης που απολαμβάνει το εγχείρημά μας στο επενδυτικό κοινό. Οπότε το υπόλοιπο ποσό των 5.000.000 ευρώ το ζητάμε από την τράπεζά σας μέσω δανεισμού, θεωρώντας ότι ο δανεισμός μιας επιχείρησης της οποίας η σχέση ιδίων προς ξένων κεφαλαίων αρχικά θα είναι 2,06 (δηλ. τα ίδια κεφάλαια φτάνουν να καλύψουν 2,06 φορές τα δανειακά κεφάλαιά της) είναι μια συμφέρουσα πρόταση για εσάς διότι σε συνδυασμό με τις προβλεπόμενες οικονομικές αποδόσεις της εταιρείας μας (οι οποίες θα είναι μεγαλύτερες από τις αντίστοιχες άλλων ξενοδοχείων, λόγω της μείωσης των λειτουργικών εξόδων εξαιτίας των επενδύσεων σε ανανεώσιμες πηγές ενέργειας) η εταιρεία μας θα είναι σε θέση να ανταποκριθεί στις υποχρεώσεις μας προς την τράπεζά σας. Η spa lux resort A.E. λοιπόν ήδη έχει αρχίσει τις οικοδομικές εργασίες στον ιδιόκτητο χώρο της στην περιοχή των Μεθάνων αξίας 3.000.000 ευρώ, οπότε καταλαβαίνετε ότι η παραπάνω σχέση ιδίων προς ξένων κεφαλαίων ανεβαίνει και άλλο, και περιμένει την δική σας έγκριση προκειμένου να δημιουργηθεί ένα έργο το

οποίο θα συνεισφέρει στην τοπική κοινωνία δίνοντάς της εκτός από οικονομικά οφέλη (π.χ. θέσεις εργασίας) αλλά και την αίγλη ενός δημοφιλούς προορισμού ιαματικού τουρισμού παγκοσμίως.

4.3. Τμηματοποίηση αγοράς

4.3.1. Ορισμός

Η τμηματοποίηση της αγοράς ορίζεται ως η υποδιαίρεση της συνολικής αγοράς σε ομοιογενή τμήματα πελατών , που το καθένα μπορεί εύκολα να επιλεγεί και να αντιμετωπιστεί ως μια μικρότερη εξειδικευμένη αγορά με τα πλεονεκτήματα της τμηματοποίησης της αγοράς για μια επιχείρηση να είναι τα εξής:

- ✓ Μπορεί να διαπιστώνει τις ευκαιρίες της αγοράς και να σχεδιάζει στρατηγικές Μάρκετινγκ με τέτοιο τρόπο, ώστε να επιφέρει το μεγαλύτερο δυνατό αποτέλεσμα.
- ✓ Γνωρίζοντας τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του συγκεκριμένου τμήματος της αγοράς, τα στελέχη Μάρκετινγκ μπορούν να αναπτύξουν το κατάλληλο προϊόν, να χρησιμοποιήσουν κερδοφόρες στρατηγικές τιμολόγησης, να επιλέξουν τα κατάλληλα δίκτυα διανομής και τέλος να επιλέξουν τα κατάλληλα εργαλεία και μηνύματα για να επικοινωνήσουν την προσφορά και να προσελκύσουν αποτελεσματικότερα το συγκεκριμένο τμήμα της αγοράς.
- ✓ Ο επιχειρηματίας ή τα στελέχη Μάρκετινγκ έχουν την δυνατότητα να συντονίζουν και να κατευθύνουν τον προϋπολογισμό του Μάρκετινγκ σε εκείνο το τμήμα της αγοράς που θεωρείται πιο κερδοφόρο.

Οι τρόποι και τα κριτήρια της τμηματοποίησης της αγοράς μπορούν να διακριθούν σε:

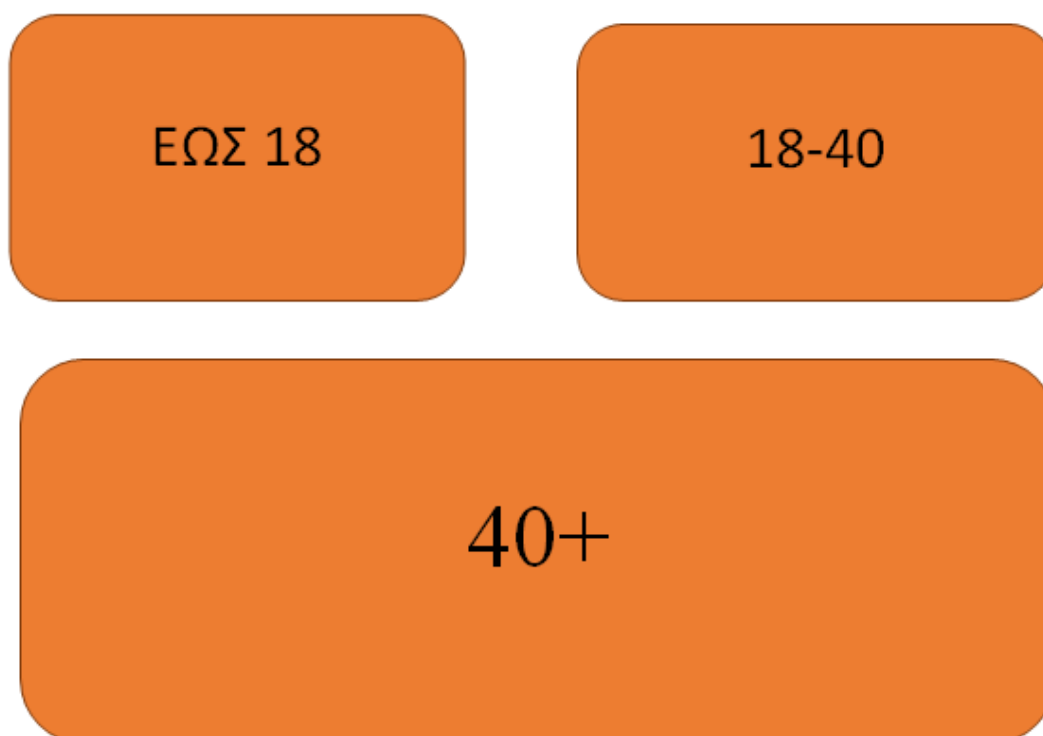
- ✓ Γεωγραφικά κριτήρια
- ✓ Δημογραφικά κριτήρια
- ✓ Ψυχογραφικά κριτήρια
- ✓ Αγοραστικής συμπεριφοράς

Με τις προϋποθέσεις για μια άρτια τμηματοποίηση να είναι:

- ✓ Η δυνατότητα εντοπισμού και μέτρησης των κοινών χαρακτηριστικών, δηλαδή να είναι δυνατή η ποσοτική και ποιοτική περιγραφή του τμήματος της αγοράς ως προς το προφίλ που το χαρακτηρίζει.
- ✓ Η δυνατότητα εφαρμογής συγκεκριμένης πολιτικής μάρκετινγκ να είναι δυνατή η διαφοροποιημένη προσέγγιση του συγκεκριμένου τμήματος και η συγκέντρωση των προσπαθειών του μάρκετινγκ σε αυτό.
- ✓ Το μέγεθος του τμήματος της αγοράς να είναι τέτοιο ώστε οικονομικά να δικαιολογείται η διαφορετική μεταχείριση του
(<https://wikimarkt.wikispaces.com>, n.d.)

4.3.2 Τμηματοποίηση της αγοράς ιαματικού τουρισμού

Η τμηματοποίηση της αγοράς, σε ότι αφορά την περίπτωση μας, έγινε με βάση δυο κριτήρια, τα δημογραφικά κριτήρια και συγκεκριμένα τριών μεταβλητών της ηλικίας του ετήσιου εισοδήματος αλλά και τις εθνικότητας του πληθυσμού. Οπότε από τα παραπάνω προέκυψαν τα παρακάτω σχεδιαγράμματα.



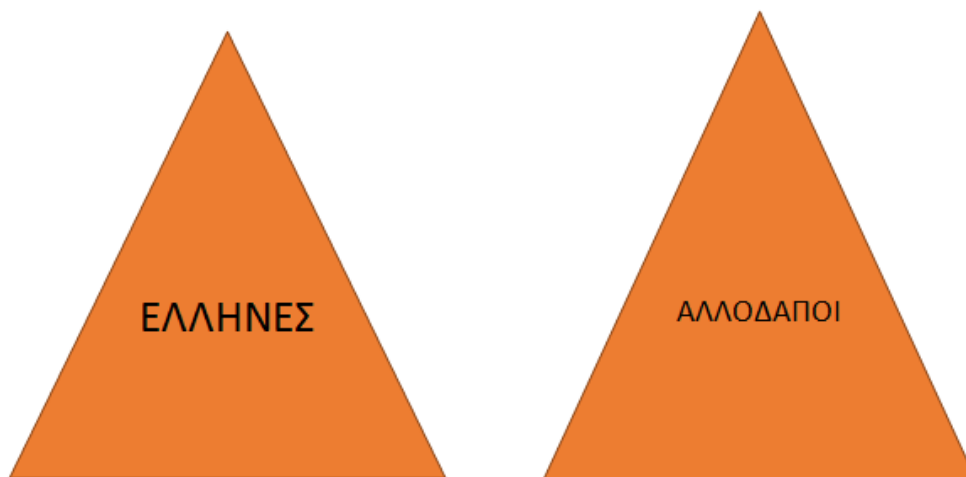
Δημογραφικά κριτήρια (ηλικία)

Χωρίσαμε το πληθυσμό σε τρεις διαφορετικές ηλικιακές ομάδες όπου στη πρώτη τοποθετήθηκαν οι ανήλικοι, στην δεύτερη άτομα ηλικίας μεταξύ 18 έως 40 ετών και στην τρίτη τοποθετήθηκαν άτομα άνω των 40 ετών. Έπειτα χωρίστηκε ο πληθυσμός με βάση το εισόδημά τους, σε δύο ομάδες όπου στην πρώτη έχουμε τα άτομα των οποίων το ετήσιο εισόδημά τους είναι κάτω των 50000 ευρώ ενώ στην δεύτερη η ομάδα αποτελείται από δυναμικούς πελάτες των οποίων το ετήσιο εισόδημα ξεπερνάει τις 50000 ευρώ.



Δημογραφικά κριτήρια (ετήσιο εισόδημα)

Τέλος χωρίσαμε το πληθυσμό και σε εθνικότητες δηλαδή σε Έλληνες, επειδή το ξενοδοχείο θα είναι σε Ελλαδικό χώρο και σε αλλοδαπούς. Βέβαια αξίζει να αναφερθεί σε ότι αφορά το Ελληνικό τουριστικό κοινό, ότι οι Έλληνες δεν επιλέγουν τον τουριστικό τους προορισμό βάσει κάποιου συγκεκριμένου τουριστικού θέματος για παράδειγμα τουρισμός ευεξίας (Tsourgiannis, 2015)



Δημογραφικά κριτήρια (εθνικότητα)

Αυτές οι διακρίσεις έγιναν προκειμένου να βοηθηθούμε, ως το προς τα ποιές θα είναι οι επιθυμητές ομάδες που θα πρέπει να στοχεύσουμε. Από τα παραπάνω, λοιπόν εμείς θέλουμε να στοχεύσουμε σε άτομα ανεξαρτήτου εθνικότητας άνω των 40 ετών και με

εισόδημα άνω των 50000 ευρώ διότι θεωρούμε ότι το κόστος των υπηρεσιών μας απευθύνεται σε άτομα σχετικά υψηλού εισοδήματος (οπότε δεν μας ενδιαφέρει η εθνικότητα τους) αλλά και σε άτομα άνω των 40 ετών διότι οι υπηρεσίες που παρέχονται απευθύνονται κυρίως σε άτομα με παθήσεις που παρουσιάζονται σε μεγάλο ποσοστό σε ανθρώπους της συγκεκριμένης ηλικιακής ομάδας. Ειδικότερα σε αυτήν την περίπτωση της ηλικίας, σχετική έρευνας έδειξαν ότι ο βασικός λόγος που τα άτομα αυτής της ηλικίας προτιμούν τον τουρισμό ευεξίας γενικά, είναι η υγεία τους (Mrcela, 2015), (Chen, 2013) Ένα μάλλον ομοιογενές, ως προς την ηλικία και το εισόδημα τουλάχιστον, τμήμα χωρίς βέβαια να αποκλείσουμε και άλλα τμήματα (κυρίως ηλικιακά) της αγοράς ειδικότερα αν λάβουμε υπόψη σχετικές έρευνες, οι οποίες υποστηρίζουν την ανομοιογένεια των λεγόμενων τουριστών (Voight, 2011). Επίσης είναι σκόπιμο να αναφερθεί ότι η επιλογή τις συγκεκριμένης ομάδας πληθυσμού, σε ότι αφορά το ηλικιακό κριτήριο, βασίστηκε σε διάφορες μελέτες που έχουν γίνει πάνω στο συγκεκριμένο θέμα όπως αυτή των Chen, Chang και Wu (Chen, 2013), σύμφωνα με την οποία για τα άτομα μη νεαρής ηλικίας βασικός προσδιοριστικός παράγοντας επιλογής ξενοδοχείου είναι οι υπηρεσίες υγείας που προσφέρει κάθε ξενοδοχειακή μονάδα. Οι Yang, Pack και Lee (Yang, 2015) θα τολμήσουμε να πούμε ότι πήγαν το θέμα ένα βήμα παραπάνω καθώς σε ανάλογη έρευνα που πραγματοποίησαν κατέδειξαν συσχέτιση μεταξύ καταναλωτικής συμπεριφοράς σε ότι αφορά την επιλογή ξενοδοχείου και υπηρεσιών υγείας που προσφέρει το τελευταίο, χωρίς να αναφέρουν ηλικιακό περιορισμό δηλαδή με άλλα λόγια ο τουρισμός ευεξίας προτιμάτε και από νεαρότερα άτομα.

Στον παρακάτω πίνακα απεικονίζονται συνοπτικά οι λόγοι που οι δυνητικοί επισκέπτες μπορεί να επισκεφθούν την μονάδα μας ή να την απορρίψουν και όπως παρατηρούμε είναι κοινοί (θετικοί και αρνητικοί) για όλες τις ομάδες δηλαδή ο θετικός λόγος είναι ότι ο επισκέπτης θα μπορεί να συνδυάσει το υπέροχο ελληνικό κλίμα με υπερπολυτελείς ανέσεις που όμοιές του δεν θα βρει σε κανένα άλλο ξενοδοχείο στην Ελλάδα. Στον αντίποδα, σε αναπτυγμένες χώρες του εξωτερικού ο επισκέπτης είναι σε θέση να έχει περισσότερες επιλογές σε ότι αφορά την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών που του προσφέρονται δηλαδή περισσότερα πολυτελή θέρετρα, όμοια με το δικό μας.

<u>ΟΜΑΔΑ</u>	<u>ΓΙΑ ΠΟΙΟΝ ΛΟΓΟ ΘΑ</u>	<u>ΓΙΑ ΠΟΙΟΝ ΛΟΓΟ ΔΕΝ ΘΑ</u>
--------------	--------------------------	------------------------------

	<u>ΠΡΟΤΙΜΗΣΟΥΝ ΕΜΑΣ</u>	<u>ΠΡΟΤΙΜΗΣΟΥΝ ΕΜΑΣ</u>
ΗΛΙΚΙΑ ΑΝΩ ΤΩΝ 40	ΣΥΝΔΥΑΣΜΟΣ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΚΑΙΡΟΥ ΜΕ ΥΠΕΡΠΟΛΥΤΕΛΕΙΣ ΑΝΕΣΣΕΙΣ	ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΕΣ ΕΠΙΛΟΓΕΣ ΣΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ
ΕΙΣΟΔΗΜΑ ΑΝΩ ΤΩΝ 50000	ΣΥΝΔΥΑΣΜΟΣ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΚΑΙΡΟΥ ΜΕ ΥΠΕΡΠΟΛΥΤΕΛΕΙΣ ΑΝΕΣΣΕΙΣ	ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΕΣ ΕΠΙΛΟΓΕΣ ΣΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ
ΕΛΛΗΝΕΣ	ΣΥΝΔΥΑΣΜΟΣ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΚΑΙΡΟΥ ΜΕ ΥΠΕΡΠΟΛΥΤΕΛΕΙΣ ΑΝΕΣΣΕΙΣ	ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΕΣ ΕΠΙΛΟΓΕΣ ΣΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ
ΑΛΛΟΔΑΠΟΙ	ΣΥΝΔΥΑΣΜΟΣ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΚΑΙΡΟΥ ΜΕ ΥΠΕΡΠΟΛΥΤΕΛΕΙΣ ΑΝΕΣΣΕΙΣ	ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΕΣ ΕΠΙΛΟΓΕΣ ΣΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ

4.4 Τάσεις και προοπτικές της αγοράς ιαματικού τουρισμού

Στην παρούσα ενότητα, διαμέσου ενός άρθρου, το οποίο παρατίθεται αυτούσιο από την επιθεώρηση κλινικής φαρμακολογίας και φαρμακοκινητικής, θα γίνει αντιληπτό για ποιο λόγο είναι αναγκαία η δημιουργία στην χώρα μας ενός τέτοιου έργου και τα οφέλη που θα αποκομίσει η εσωτερική οικονομία.

«Ο Ιαματικός Τουρισμός αποτελεί εναλλακτική μορφή Τουρισμού αρκετά παραμελημένη στην Ελλάδα, που έχει μεγάλα περιθώρια ανάπτυξης και μπορεί να συντελέσει στην ανανέωση και διαφοροποίηση του σύγχρονου τουριστικού προϊόντος. Ο τόπος μας έχει πλήθος Ιαματικών Πηγών σε εξαιρετικό φυσικό περιβάλλον, με τεράστιες δυνατότητες αξιοποίησης των θεραπευτικών κέντρων και εξέλιξής τους σε παραθεριστικά κέντρα υγείας, όπως είναι τα μεγάλα κέντρα Τουρισμού Υγείας της Κεντρικής Ευρώπης. Έχει όλες τις προϋποθέσεις για να αναπτύξει τον Ιαματικό Τουρισμό και τον Τουρισμό Υγείας, καθώς συνδυάζει το υπέροχο μεσογειακό περιβάλλον, την παράδοση στην υγιεινή διατροφή και το υψηλό επίπεδο εκπαίδευσης ιατρικό προσωπικό.

Ο βασικός σκοπός των αναπτυξιακών σχεδιασμών του τομέα του τουρισμού θα πρέπει να είναι η προσέλκυση επενδύσεων, ώστε να αναπτυχθούν και στην Ελλάδα

σύγχρονα κέντρα τουρισμού υγείας, όπως γίνεται με ταχείς ρυθμούς στις χώρες της Κεντρικής Ευρώπης. Έχει ήδη επιδειχθεί ενδιαφέρον από ξένους κι Έλληνες επενδυτές για την αξιοποίηση των ιαματικών πηγών μας και τη μετατροπή τους σε σύγχρονα κέντρα τουρισμού υγείας (Θεσσαλονίκη – Ικαρία). Τα οικονομικά οφέλη θα είναι πολλά για την Τοπική Κοινωνία. Με την ανάπτυξη των πηγών θα υπάρξει τόνωση της οικονομίας. Ενδεικτικά αναφέρονται τα ακόλουθα:

- Εισροή συναλλάγματος, λόγω μακράς διαμονής.
- Νέες θέσεις απασχόλησης.
- Ζήτηση για ανάπτυξη υπηρεσιών αγοράς.
- Ζήτηση αγαθών για περισσότερους μήνες το χρόνο κι εξομάλυνση της εποχικότητας των τουριστικών δραστηριοτήτων κατά τη διάρκεια των θερινών μηνών – φορολογικά και άλλα έσοδα για τις τοπικές αρχές.
- Βελτίωση υπηρεσιών στον τομέα των μεταφορών (αεροδρόμια, οδικές συνδέσεις κ.λπ.) .
- Ζήτηση για εγκαταστάσεις και ειδική υποδομή.

Τέλος, για την ανάπτυξη του προϊόντος μερικά σημεία στα οποία θα πρέπει να δώσουμε σημασία, μεταξύ άλλων, είναι: η έρευνα αγοράς και διαφήμισης, η πιστοποίηση του προϊόντος μας, η θεσμοθέτηση και πιστοποίηση Facilitators για τις υπηρεσίες τουρισμού υγείας που θα δώσει την απαραίτητη ώθηση για την ομαλή διεξαγωγή όλων των διαδικασιών που απαιτούνται. Είναι σίγουρο πως στα αμέσως επόμενα χρόνια, έχουμε πολλά να περιμένουμε από τον Ιαματικό Τουρισμό». (<http://nea-gnosi.gr>, n.d.)

4.5 Ανάλυση ανταγωνιστών

Βλ. ενότητα 3.5.

4.6 Στρατηγική προώθησης των υπηρεσιών

Όπως ήδη έχει προαναφερθεί ο στόχος μας είναι η παροχή υψηλής ποιότητας υπηρεσιών σε συγκεκριμένες ομάδες πελατών, σχετικά υψηλής οικονομικής επιφάνειας. Για τον λόγο αυτό η προώθηση των υπηρεσιών δεν θα γίνει μέσω των κλασσικών τρόπων διαφημίσεως όπως για παράδειγμα τηλεόραση αλλά μέσω πρακτορείων τουρισμού που εξειδικεύονται στην ανεύρεση πελατών τέτοιου είδους, τα οποία συνεργαζόμενα γραφεία δεν θα είναι μόνο στην Ελληνική επικράτεια αλλά και στην αλλοδαπή, σημαντικό είναι επίσης να αναφερθεί ότι ήδη έχουν γίνει οι πρώτες «προσυμφωνίες» δηλαδή συμφωνίες χωρίς επικυρωμένα έγγραφα ακόμα με γνωστό ταξιδιωτικό γραφείο παγκοσμίου βεληνεκούς.

Η εταιρεία μας επίσης διαμέσου αυτού του γραφείου θα στραφεί και στην μέθοδο της χρονομίσθωσης ή διαφορετικά Timesharing όπου ο καταναλωτής αγοράζει ένα χρονομερίδιο διακοπών. Χρονομερίδιο λοιπόν, σημαίνει ότι ο καταναλωτής αγοράζει μια ορισμένη χρονική περίοδο, συνήθως μια εβδομάδα ή περισσότερο, σε συγκρότημα φιλοξενίας με άλλα λόγια στην ουσία αγοράσει για ένα συγκεκριμένο χρονικό διάστημα μια εξοχική κατοικία. Το χρονομερίδιο είναι ένας τρόπος προκειμένου ο καταναλωτής να μην πιέζετε από την φορολογική δέσμευση (ιδιαίτερα για τον Έλληνα βλ. ΕΝΦΙΑ) της αγοράς εξοχικής κατοικίας. Τα συγκροτήματα προσφέρουν, κατά κανόνα, την επιλογή ιδιοκτησίας και διαμονής μίας εβδομάδας, με τη δυνατότητα αγοράς πρόσθετων εβδομάδων στο ίδιο συγκρότημα ή σε άλλα που ανήκουν στην ίδια κατασκευαστική εταιρεία. Τα ακίνητα τμηματικής ιδιοκτησίας και τα Club προορισμών συνήθως προσφέρουν μεγαλύτερες περιόδους ιδιοκτησίας σε διάστημα αρκετών εβδομάδων – συχνά σε ακίνητα υψηλής αξίας σε καλές τοποθεσίες.

Ο καταναλωτής επίσης μέσω αυτού του τρόπου διακοπών προστατεύεται και νομικά καθώς οι ιδιοκτήτες χρονομεριδίου επωφελούνται από την ισχυρότερη νομοθεσία περί προστασίας καταναλωτών από οποιονδήποτε άλλο ιδιώτη πελάτη. Από το 2011, η Οδηγία Χρονομεριδίου της ΕΕ έχει θέσει αυστηρούς κανόνες στον τρόπο πώλησης χρονομεριδίων. συμπεριλαμβανομένης της απαγόρευσης είσπραξης οποιασδήποτε μορφής προκαταβολής και μιας περιόδου υπαναχώρησης 14 ημερών μετά από την υπογραφή του συμφωνητικού αγοράς. Κατά τη διάρκεια αυτής της περιόδου, ο

αγοραστής μπορεί να ακυρώσει το συμφωνητικό και να μην προβεί σε συμφωνία ούτε οποιαδήποτε πληρωμή. Όλα τα παραπάνω λοιπόν αποτελούν εγγύηση εσόδων για την επιχείρησή μας καθώς θα πρέπει να τονιστεί ότι τα χρήματα των χρονομεριδίων προκαταβάλλονται κάτι που σημαίνει υψηλή ρευστότητα για εμάς. (<https://www.rci.com>, n.d.)

Τέλος δεν μπορεί να μην αναφερθούμε και στα έσοδα που θα προκύψουν και από τον συνεδριακό τουρισμό καθώς η μονάδα μας θα διαθέτει και συνεδριακούς χώρους 500 τ.μ. κατάλληλους για ιατρικά συνέδρια. Ένας κλάδος όπου σύμφωνα με την ετήσια έκθεση του διεθνούς Οργανισμού International Congress and Convention Association (ICCA), η χώρα μας στην παγκόσμια κατάταξη οργάνωσης συνεδρίων κατέλαβε το 2016 την 25η θέση (168 συνέδρια) έναντι της 26ης (152) το 2015, ενώ στην ευρωπαϊκή κατάταξη πήρε τη 15η θέση. Όπως επίσης, θα ενισχυθεί η προβολή των ανανεώσιμων πηγών ενέργειας που θα χρησιμοποιεί η μονάδα για την κάλυψη των ενεργειακών της αναγκών και τα πλεονεκτήματα που θα προκύψουν για το περιβάλλον από την χρήση τους κάτι που θεωρείται βέβαιο ότι θα ανεβάσει την δημοτικότητα και κατά συνέπεια την επισκεψιμότητα της επιχείρησής μας. (Michailidou, 2016)

4.7 Οικονομικά στοιχεία

Στην παρούσα ενότητα θα γίνει αναφορά στα οικονομικά στοιχεία της επιχείρησης και όπως ήδη έχει προαναφερθεί, επειδή αυτή είναι νέα επιχείρηση δεν είναι δυνατόν να παρατεθούν οικονομικά στοιχεία παρελθόντων ετών. Αυτό που μπορεί να δοθεί είναι μια ανάλυση του κοστολογίου κατασκευής της μονάδας καθώς και μια ανάλυση των λειτουργικών της εξόδων σε ότι αφορά τις αμοιβές προσωπικού παραθέτοντας σχετικούς πίνακες.

Στον παρακάτω πίνακα δίνονται τα κόστη που απαιτούνται για την κατασκευή της μονάδας μας. Χαρακτηριστικό είναι το γεγονός ότι καταφέραμε το κόστος των διαφόρων άλλων εργασιών π.χ. υπαίθριο παρκινγκ να ισούται με το 20% του συνολικού κόστους, δείγμα των άριστων μεθόδων κοστολόγησης που διαθέτει το οικονομικό επιτελείο της εταιρείας μας. Στα κόστη βεβαίως περιλαμβάνονται και οι εισφορές προς τους ασφαλιστικούς οργανισμούς των εργαζομένων που απασχολούνται στην ανέγερση του έργου.

<u>ΕΙΔΟΣ</u>	<u>ΜΟΝΑΔΑ ΜΕΤΡΗΣΗΣ</u>	<u>ΑΡΙΜΟΣ</u>	<u>ΚΟΣΤΟΣ ΑΝΑ ΜΟΝΑΔΑ</u>	<u>ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ</u>
ΔΩΜΑΤΙΑ	ΔΩΜΑΤΙΑ	50	66160	3308000
ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΙ ΧΩΡΟΙ	T.M.	500	1600	800000
ΚΟΙΝΟΧΡΗΣΤΟΙ ΧΩΡΟΙ	T.M.	3000	1600	4800000
ΠΙΣΙΝΕΣ/SPA	T.M.	15000	146	2190000
ΑΝΕΜΟΓΕΝΝΗΤΡΙΕΣ	ΑΝΕΜΟΓΕΝΝΗΤΡΙΕΣ	2	1000000	2000000
ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΆΛΛΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ		1	2219600	2219600
				15317600

Στον επόμενο πίνακα δίνεται η ανάλυση του ανθρώπινου δυναμικού της μονάδας, όπου παρατηρούμαι από ποιοτικής πλευράς οι άνθρωποι πόροι μας δεν είναι οι συνηθισμένοι μιας ξενοδοχειακής μονάδας, λόγω της ιδιαιτερότητας που έχει το ξενοδοχείο μας, δηλαδή εντάξαμε στο προσωπικό μας και ιατρικό προσωπικό αποτελούμενο από 15 ιατρούς διαφόρων ειδικοτήτων και 30 νοσοκόμες , οι οποίοι θα έχουν ως αρμοδιότητα την υλοποίηση των κατάλληλων μεθόδων αντιμετώπισης των ασθενειών των επισκεπτών μας.

Περνώντας στα ποσοτικά στοιχεία παρατηρούμαι ότι οι αμοιβές του προσωπικού είναι ιδιαίτερα υψηλές, κάτι που θα είναι σε θέση ο αναγνώστης να το συγκρίνει παρακάτω, γεγονός που σημαίνει ότι οι υπάλληλοι θα είναι πιο αποδοτικοί στην εργασία τους.

	ΘΕΣΗ	ΑΤΟΜΑ	ΜΙΚΤΟΣ ΜΙΣΘΟΣ	ΕΙΣΦΟΡΑ ΙΚΑ	ΣΥΝΟΛΟ	ΣΥΝΟΛΟ ΕΙΣΦΟΡΩΝ
A	ΓΕΝΙΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ	1	3000	480	3000	480
B	ΠΡΟΙΣΤΑΜΕΝΟΣ ΥΠΟΔΟΧΗΣ	2	2500	400	5000	800
	ΒΟΗΘΟΙ	2	1500	240	3000	480
Γ	ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΤΗΛ. ΚΕΝΤΡΟΥ	1	2500	400	2500	400
	ΤΗΛΕΦΩΝΗΤΡΙΕΣ	4	1200	192	4800	768
	ΥΠΑΛΛΗΛΟΙ ΚΡΑΤΗΣΕΩΝ	4	1200	192	4800	768
Δ	ΘΥΡΩΡΟΙ	4	1200	192	4800	768
E	ΓΚΡΟΥΜΣ	12	1200	192	14400	2304
ΣΤ	ΡΕΣΕΨΙΟΝΙΣΤ	6	1200	192	7200	1152
	ΒΟΗΘΟΙ	6	900	144	5400	864
	ΚΑΜΑΡΙΕΡΕΣ/ΚΑΘΑΡΙΣΤΡΙΕΣ	6	900	144	5400	864
	ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΕΣ(Π.Χ. ΚΗΠΟΥΡΟΙ, ΜΠΑΡ,ΚΟΥΖΙΝΑ)	50	900	144	45000	7200
Z	ΙΑΤΡΟΙ	15	3000	480	45000	7200
	ΝΟΣΟΚΟΜΕΣ	30	1500	240	45000	7200
					195300	31248

Συγκεκριμένα σύμφωνα με τα άρθρα 2 και 3 της Σ.Σ.Ε. (16.2.2016) σχετικά με τους όρους αμοιβής και εργασίας των εργαζομένων στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις όλης

της χώρας αυτοί κατατάσσονται σύμφωνα με την ειδικότητά τους και ανεξαρτήτως φύλου, στις εξής τέσσερις (4) κατηγορίες:

- Κατηγορία Α: Υπάλληλος υποδοχής (ρεσεψιονίστ), μαιτρ, υπομαιτρ (ή κάπταιν), θυρωρός Α, νυχτοθυρωρός Α, μπουφετζής Α, προϊστάμενος υπνοδωματίων και κοινοχρήστων χώρων και μάγειρας Α.
- Κατηγορία Β: Προϊστάμενος πλυντηρίου και λινόθηκης, βοηθός υποδοχής, θυρωρός Β, σερβιτόρος τραπεζαρίας - σαλονιού ή ορόφων (θαλαμηπόλος), μπάρμαν ή μπάρμειντ και μάγειρας Β.
- Κατηγορία Γ: Βοηθός σερβιτόρου, οροφοκόμος (βαλές), θυρωρός υπηρεσίας, βοηθός θυρωρείου ή μπουφέ ή εστιατορίου ή μπαρ ή λινόθηκης, γκρουμ, ντόρμαν ή εξωτερικός θυρωρός, λινόθηκάριος, εφόσον δεν καλύπτονται από άλλη Σ.Σ.Ε. ή Δ.Α. και μάγειρας Γ και καμαριέρης-α.
- Κατηγορία Δ: Πλύντρια, σιδερώτρια, καθαρίστρια κοινοχρήστων χώρων, μοδίστρα, λαντζέρης, λουτρονόμος, προϊστάμενος και βοηθός ιατρείου.

Για τους οποίους ισχύουν οι εξής αμοιβές (<https://www.taxheaven.gr>, n.d.):

- Κατηγορία Α: 838,48 ευρώ
- Κατηγορία Β: 820,80 ευρώ
- Κατηγορία Γ: 804,55 ευρώ
- Κατηγορία Δ: 768,84 ευρώ

Όπως γίνεται αντιληπτό η μικρότερη διαφορά σε σχέση με τους μισθούς που ορίζει η σύμβαση είναι αυτής της δ κατηγορίας η οποία ανέρχεται στο 17%. Τέλος η μη εξάρτηση από συμβατικές πηγές ενέργειας μας επιτρέπει να συμπίεσουμε τα σταθερά μας κόστη και αυτά να αποτελούνται κυρίως από το κόστος ανθρωπίνου δυναμικού. Αναλύοντας περισσότερο και εφαρμόζοντας τον αλγόριθμο συνολικοί μηνιαίοι μισθοί * μισθοί τον χρόνο /αριθμός δωματίων/ημέρες χρόνου προκύπτει $195300 * 14^6 / 50 / 365 = 149,81$ ευρώ σταθερά έξοδα να δωμάτιο ημερησίως, κάτι το

⁶ Συμπεριλαμβάνονται δώρα Πάσχα και Χριστουγέννων το οποίο θα ισούται με έναν μισθό σε αντίθεση με όσα ισχύουν στην αγορά και συγκεκριμένα για τον υπολογισμό του ποσού του Δώρου Πάσχα λαμβάνεται υπόψη ο τρόπος αμοιβής των μισθωτών δηλαδή αν αμείβονται με ημερομίσθιο ή με μισθό. Η χρονική περίοδος που υπολογίζεται το Δώρο αρχίζει από την 1 Ιανουαρίου μέχρι 30 Απριλίου κάθε έτους. Συνεπώς, αν κάποιος εργαστεί ολόκληρο το ανωτέρω χρονικό διάστημα δικαιούται να

οποίο σημαίνει ότι αν πάρουμε σαν βάση την μέση τιμή των δωματίων ίδιας κατηγορίας ξενοδοχείων η οποία είναι στα 241 ευρώ μετα από έρευνα που πραγματοποιήσαμε σε γνωστό τουριστικό site, τα περιθώρια κέρδους είναι αρκετά υψηλά. Στα σταθερά κόστη θα πρέπει να προσμετρηθούν και λειτουργικά έξοδα αξίας 28700, επιπλέον το οικονομικό τμήμα της εταιρείας υπολόγισε, βάσει συμφωνιών που έχουν υπογραφεί με προμηθευτές, ότι το μεταβλητό κόστος ανα δωμάτιο είναι στα 40 ευρώ (μπουφές, αναψυκτικά κτλ.) οπότε εφαρμόζοντας τον τύπο του νεκρού σημείου ο οποίος είναι:

Συνολικό σταθερό κόστος/τιμή δωματίου – μοναδιαίο μεταβλητό κόστος και δεδομένου ότι η τιμή θα διαμορφωθεί στα 300 ευρώ ημερησίως αντικαθιστώντας τον τύπο προκύπτει ο αριθμός 861 δηλαδή θέλουμε μηνιαίως 861 διανυκτερεύσεις δηλαδή περίπου οι μισές από τον συνολικό αριθμό διανυκτερεύσεων για να καλύψει η επιχείρηση όλα της τα έξοδα, όπου συνολικός αριθμός διανυκτερεύσεων είναι αριθμός δωματίων * ημέρες μήνα δηλ. $50 \cdot 30 = 1500$.

λάβει μισό μηνιαίο μισθό αν αμείβεται με μισθό και 15 ημερομίσθια αν αμείβεται με ημερομίσθιο.
(πηγή: (<https://kepea.gr>, n.d.))

Συμπεράσματα

Ο τουρισμός ευεξίας έχει πολλά αφηρημένα οφέλη για τον πληθυσμό. Αυτό οδηγεί στην αποδοχή των χωρών στην παγκόσμια πλατφόρμα. Κοινωνικές και πολιτισμικές αλληλεπιδράσεις συμβαίνουν μεταξύ των ανθρώπων. Οι διεθνείς σχέσεις βελτιώνονται. Το παγκόσμιο μάρκετινγκ και το ιατρικό εμπόριο συμβαίνουν. Αυτό είναι ένα είδος εικόνας / πιστοποίησης που δείχνει ότι υπάρχει υψηλό επίπεδο υπηρεσιών υγειονομικής περίθαλψης στις χώρες αυτές. Είναι ένα πλεονέκτημα για τον διεθνή ανταγωνισμό και αυτό έχει ως αποτέλεσμα την αύξηση της ικανοποίησης του ασθενούς.

Οι Uysal, Sirgy, Woo και Kim (Uysal, 2016) υποδηλώνουν ότι οι μελετητές τείνουν να χρησιμοποιούν τους όρους «ποιότητα ζωής» (ή QoL) και ευημερία εναλλάξιμα. Ωστόσο, σημειώνουν επίσης ότι οι ερευνητές συνήθως αναφέρονται σε αντικειμενικά ή υποκειμενικά μέτρα, που στη συνέχεια θα μπορούσαν να χαρακτηριστούν ως υποκειμενική ευημερία, ευτυχία, ικανοποίηση από την ζωή, αντιληπτή QoL. Ακόμα, ο Kruger (2012) δήλωσε ότι η ικανοποίηση της ζωής επηρεάζεται από την ικανοποίηση από την οικογένεια, την κοινωνική ζωή, τον ελεύθερο χρόνο και την αναψυχή, την υγεία, την εργασία, τα οικονομικά και τα ταξίδια. Οι ερευνητές της ποιότητας ζωής (π.χ. Sirgy, 2012) υποστηρίζουν ότι η υποκειμενική ευημερία σημαίνει ικανοποίηση με τους τομείς ζωής και τη ζωή συνολικά. (Uysal, 2016)

Η αύξηση του αριθμού ερευνών έχει αποδείξει ότι ο τουρισμός είναι ευεργετικός για την ψυχική και σωματική ευεξία, αλλά ορισμένα είδη τουρισμού έχουν ερευνηθεί περισσότερο από άλλα. Ένα παράδειγμα είναι ο φυσικός τουρισμός όπου οι ιδιαίτεροι φυσικοί πόροι και το κλίμα μπορούν να επηρεάσουν σαφώς τα επίπεδα ευημερίας.

Βέβαια, υπάρχει μια εσφαλμένη αντίληψη του κοινού ότι ο τουρισμός ευεξίας απευθύνεται μόνο σε πελάτες υψηλής οικονομικής επιφάνειας και όχι στον μέσο καταναλωτή. Ωστόσο, η αύξηση της εν λόγω αγοράς προέρχεται κυρίως από την αυξανόμενη ευαισθητοποίηση σχετικά με τις μεθόδους αντιγήρανσης, που προσελκύει ολοένα και περισσότερους τουρίστες παγκοσμίως.

Ωστόσο, απαιτείται περισσότερη έρευνα για την ιδανική διάρκεια, συχνότητα, φύση και τοποθεσία του τουρισμού, προκειμένου να διερευνηθούν περαιτέρω οι εν λόγω

έννοιες. Είναι επίσης σημαντικό να εξεταστεί σε ποιο βαθμό το φύλο, η ηλικία, το επίπεδο εισοδήματος, η οικογενειακή κατάσταση ή ο πολιτισμός επηρεάζουν τις επιπτώσεις των εμπειριών των διακοπών στην υποκειμενική ευημερία. Υπάρχει ανάγκη να εξεταστεί η ευημερία από την ανατολική παρά τη δυτική προοπτική, ειδικά καθώς οι ασιατικές τουριστικές αγορές συνεχίζουν να αναπτύσσονται. Οι υπεύθυνοι χάραξης πολιτικής και οι υπεύθυνοι για τον τουρισμό θα σίγουρα ενδιαφέρονται για το πώς οι διαφορετικές τουριστικές πρακτικές (π.χ. προορισμοί, δραστηριότητες) ενημερώνουν διαφορετικές έννοιες ευημερίας. Η έρευνα θα ήταν επίσης ιδανική για να εξακριβωθεί κατά πόσο οι απαιτήσεις των παρόχων περιοδεύει για την μεγιστοποίηση της ευημερίας των τουριστών ή των κατοίκων πληρούνται πραγματικά.

Οι μελλοντικές κατευθύνσεις για την έρευνα θα μπορούσαν να περιλαμβάνουν την εξέταση των δεσμών μεταξύ ευημερίας, βιώσιμου τουρισμού και εταιρικής κοινωνικής ευθύνης. Αυτό θα μπορούσε επίσης να περιλαμβάνει την περαιτέρω εξέταση των υπηρεσιών τουρισμού, ευημερίας και (πολιτιστικών) οικοσυστημάτων. Τα οφέλη του τουρισμού για άτομα με βραχυπρόθεσμα και μακροπρόθεσμα προβλήματα υγείας θα μπορούσαν επίσης να αποτελέσουν ένα εκτεταμένο πεδίο μελέτης.

Επιπλέον, παρόλο που θα μπορούσε να υποστηριχθεί ότι όλες οι μορφές τουρισμού συμβάλλουν στην ευημερία με κάποιο τρόπο, είναι σημαντικό να παράσχουμε συγκεκριμένες αποδείξεις αυτού του ισχυρισμού, ειδικά εάν επιθυμείται μακροπρόθεσμο ή επαναλαμβανόμενο όφελος. Για το σκοπό αυτό, οι ερευνητές ίσως χρειαστεί να αξιοποιήσουν τις δεξιότητες των ιατρικών επιστημόνων και όχι μόνο των ψυχολόγων για να αποκτήσουν τα πιο αξιόπιστα δεδομένα. Πράγματι, μια ακόμη πιο ολοκληρωμένη, πολυεπιστημονική προσέγγιση στη μελέτη της ευημερίας είναι σαφώς προϋπόθεση για τυχόν μελλοντικές σπουδές.

Πηγές – Βιβλιογραφία

Βιβλιογραφία

- ❖ Adams, K., Snyder, J., Crooks, V., Johnston, R. (2015) "Tourism discourse and medical tourists' motivations to travel", *Tourism Review*, Vol. 70 Issue: 2, pp.85-96
- ❖ Agaliotou, C. (2014) Reutilization of industrial buildings and sites in Greece can act as a lever for the development of special interest/alternative tourism, *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 175, pp. 291 – 298
- ❖ Altin, U., Bektas, G., Antep, Z., Irban, A. (2012) The international patient's portfolio and marketing of Turkish health tourism, *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 58, pp 1004 – 1007
- ❖ Becheri, E. (1989) "From thermalism to health tourism", *The Tourist Review*, Vol. 44 Issue: 4, pp.15-19
- ❖ Boga, T., Weiermair, K. (2011) "Branding new services in health tourism", *Tourism Review*, Vol. 66 Issue: 1/2, pp.90-106
- ❖ Burkart, A.J., Medlik, S. (1974) *Tourism, Past, Present and Future*. Heinemann
- ❖ Chen, K.H., Chang, F.H., Wu, C. (2013) "Investigating the wellness tourism factors in hot spring hotel customer service", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 25 Issue: 7, pp.1092-1114
- ❖ Csirmaz, E., Peto, K. (2015) International trends in recreational and wellness tourism, *Procedia Economics and Finance* 32, pp 755 – 762
- ❖ Danchev, S., Παρατσιώκας, Ν. (2012) Η επίδραση του τουρισμού στην ελληνική οικονομία, Έκθεση Ι.Ο.Β.Ε, Αθήνα
- ❖ Beladi, H., Chao, C., Shan, M., Hollas, D. (2015) Medical tourism and health worker migration in developing countries, *Economic Modelling* 46 pp 391–396

- ❖ Guiry, M., Scott, J., Vequist, D. (2013) "Experienced and potential medical tourists' service quality expectations", *International Journal of Health Care Quality Assurance*, Vol. 26 Issue: 5, pp.433-446
- ❖ Heeley, J. (1980) "The definition of tourism in Great Britain: Does terminological confusion have to rule?", *The Tourist Review*, Vol. 35 Issue: 2, pp.11-14
- ❖ Hofer, S., Honegger, F., Hubeli, J. (2012) "Health tourism: definition focused on the Swiss market and conceptualisation of health(i)ness", *Journal of Health Organization and Management*, Vol. 26 Issue: 1, pp.60-80
- ❖ Lee, C.G. (2010) Health care and tourism: Evidence from Singapore, *Tourism Management* 31, pp 486–488
- ❖ Lickorish, L.J. (1970) "Planning for Tourism", in: T. L. Burton (ed.): *Recreation Research and Planning*. Allen and Unwin, p. 166
- ❖ McCabe, S., Johnson, S. (2013) The happiness factor in tourism: subjective well-being and social tourism, *Annals of Tourism Research*, Vol. 41, pp. 42–65
- ❖ Michailidou, A., Vlachokostas, C., Moussiopoulos, N., Maleka, D. (2016) Life Cycle Thinking used for assessing the environmental impacts of tourism activity for a Greek tourism destination, *Journal of Cleaner Production* 111, pp 499-510
- ❖ Morgan, N., Pritchard, A., Sedgley, D. (2015) Social tourism and well-being in later life, *Annals of Tourism Research* 52, pp 1–15
- ❖ Mrcela, N. et al. (2015) When elders choose: Which factors could influence the decision-making among elderly in the selection of health tourism services?, *Medical Hypotheses* 85, pp 898–904
- ❖ Niv, A. (1989) "Health tourism in Israel: A developing industry", *The Tourist Review*, Vol. 44 Issue: 4, pp.30-32
- ❖ Smith, M., Diekmann, A. (2017) Tourism and wellbeing, *Annals of Tourism Research* 66, pp 1–13
- ❖ Tsourgiannis, L. et al. (2015) Exploring the factors affecting Greek people to make vacation in Greece: A preliminary analysis, *Procedia Economics and Finance* 19, pp 342 – 352
- ❖ Uysal, M., Sirgy, M., Woo, E., Kim, H. (2016) Quality of life (QOL) and well-being research in tourism, *Tourism Management* 53, pp 244-261

- ❖ Voigt, C., Brown, G., Howat, G. (2011) "Wellness tourists: in search of transformation", *Tourism Review*, Vol. 66 Issue: 1/2, pp.16-30
- ❖ Yang, J.Y., Paek, S., Kim, T., Lee, T. (2015) "Health tourism: Needs for healing experience and intentions for transformation in wellness resorts in Korea", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 27 Issue: 8, pp.1881-1904
- ❖ Βασιλείου, Μ. (2014) Τουριστική ανάπτυξη και ειδικές μορφές τουρισμού – ο τουρισμός ευεξίας στην Ελλάδα, Διατριβή, Πανεπιστήμιο Αιγαίου, Χίος
- ❖ Ίκκος, Α. (Ιούλιος 2015) «Η συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία το 2014 – υνοπτική απεικόνιση βασικών μεγεθών», SETE Intelligence, Αθήνα
- ❖ Κοκκώσης, Χ., Τσάρτας, Π, Γκρίμπα, Ε. (2011) Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού, Ζήτηση και προσφορά νέων προϊόντων τουρισμού, Εκδόσεις Κριτική, Αθήνα
- ❖ Σπάθη, Σ.Κ. (2000) Ο ιαματικός τουρισμός και η ανάπτυξη του τουρισμού υγείας στην Ελλάδα, ΚΕΠΕ, Αθήνα
- ❖ Χατζηδάκης, Α. (2015) Τάσεις της τουριστικής κίνησης 2008-2015, Ε.Ο.Τ, Αθήνα

Ηλεκτρονικές πηγές

- ❖ <http://www.emeraldinsight.com>
- ❖ <http://www.enterprisegreece.gov.gr/gr/ependyseis/ependytikoi-tomeis/toyrismos>
- ❖ <http://www.healthpages.gr>
- ❖ <http://www.iama.gr/ethno/Therm/sarakiwt.html>
- ❖ <http://www.kathimerini.gr/873678/article/ta3idia/ston-kosmo/pws-8a-ta3ideyoyme>
- ❖ <https://kepea.gr>
- ❖ <http://lyrakosgeorge.weebly.com/taiota-epsilon943nualphaiota-piomicroniota972tauetataualpha-zetaomega942sigmaf.html>
- ❖ <http://www.nutritiontreatment.gr/blog/?p=1>
- ❖ <http://www.oryktosploutos.net>
- ❖ <http://nea-gnosi.gr>

- ❖ <https://physiowellness.org/%CE%B5%CF%85%CE%B5%CE%BE%CE%AF%CE%B1/%CF%84%CE%AF-%CE%B5%CE%AF%CE%BD%CE%B1%CE%B9-%CE%B7-%CE%B5%CF%85%CE%B5%CE%BE%CE%AF%CE%B1/>
- ❖ <https://www.taxheaven.gr>
- ❖ <http://www.tovima.gr>
- ❖ <http://travel-agent.eu>
- ❖ <http://www.travelandtourworld.com>
- ❖ <https://wikimarkt.wikispaces.com>
- ❖ <https://www.rci.com>
- ❖ <http://www.thermes.com.gr/>
- ❖ <http://history-pages.blogspot.gr/2012/02/15.html>