



Καινοτομία και επιχειρηματικότητα στον Τουρισμό

Μάθημα: Ειδικές και Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού

Τσαρτας Πάρις

Καθηγητής Τουριστικής Ανάπτυξης

ΑΘΗΝΑ 2016-17

Ενότητα 5η: ΟΜΑΔΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΟΥΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ, ΤΗΝ ΥΓΕΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΖΩΗΣ

5.1. Λέξεις κλειδιά, ορολογία

Πίνακας 1

Ιαματικός τουρισμός	Τουρισμός ευεξίας	Κοινωνικός τουρισμός
Τουρισμός υγείας	Κέντρα αναζωογόνησης	Τουρισμός ατόμων τρίτης ηλικίας ή Τουρισμός παραχείμανσης
Θεραπευτικός τουρισμός	Κέντρα θαλασσοθεραπείας SPA (ΣΠΑ)	Τουρισμός ατόμων με ειδικές ανάγκες
Θερμαλισμός	Κοινωνικό Κράτος	ΕΕΜΤ
Ιατρικός τουρισμός	Κοινωνική πολιτική	ΟΜΤΔ

Πηγή: Κοκκώσης, Τσάρτας, Γκρίμπα, 2010

Ενότητα 5η: ΟΜΑΔΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΟΥΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ, ΤΗΝ ΥΓΕΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΖΩΗΣ

5.2 Εισαγωγικές παρατηρήσεις

Πίνακας 2

5^η ΟΜΑΔΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΟΥΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ, ΤΗΝ ΥΓΕΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΖΩΗΣ	
ΥΓΕΙΑ ΚΑΙ ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΖΩΗΣ	ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΙ ΛΟΓΟΙ
<u>A. Ιαματικός τουρισμός / Θεραπευτικός τουρισμός</u>	<u>B. Κοινωνικός τουρισμός</u>
<i>A1. Ιατρικός τουρισμός</i>	<i>B1. Τουρισμός ατόμων με ειδικές ανάγκες</i>
<i>A2. Τουρισμός ευεξίας</i>	<i>B2. Τουρισμός ατόμων τρίτης ηλικίας</i>

Πηγή: Κοκκόσης, Τσάρτας, Γκρίμπα, 2010

Ενότητα 5η: ΟΜΑΔΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΟΥΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ, ΤΗΝ ΥΓΕΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΖΩΗΣ

5.3. Εννοιολογική οριοθέτηση

➤Κίνητρα υγείας και ποιότητας ζωής: Θα αναλυθούν τα χαρακτηριστικά εκείνα των ειδικότερων μορφών τουρισμού οι οποίες εντάσσονται στην ευρύτερη ομάδα του τουρισμού με κυρίαρχα κίνητρα την υγεία και την ποιότητα ζωής και είναι: ιαματικός/θεραπευτικός τουρισμός ο οποίος αποτελεί μια ευρύτερη μορφή τουρισμού στην οποία συμπεριλαμβάνονται οι ειδικότερες μορφές όπως ο ιατρικός τουρισμός και ο τουρισμός ευεξίας.

Ορισμοί:

- Στον ιαματικό/θεραπευτικό τουρισμό βασικό στοιχείο αποτελεί η χρήση ιαματικών πηγών ή θεραπειών, ενώ στόχος είναι η πρόληψη, η διατήρηση ή η αποκατάσταση της σωματικής/ψυχικής υγείας του ατόμου.
- Στον ιατρικό τουρισμό σκοπός είναι η παροχή ιατρικών υπηρεσιών σε μη υγιή άτομα για αποκατάσταση ασθενειών/παθήσεων και μάλιστα σε ειδικούς χώρους με νοσοκομειακές υποδομές.
- Στον τουρισμό ευεξίας το ταξίδι που πραγματοποιείται έχει ως κύριο κίνητρο τη διατήρηση ή βελτίωση της υγείας των συμμετεχόντων σε αυτό, με τη χρήση δραστηριοτήτων αθλητισμού ή υγείας -θεραπείες, spa κ.ο.κ

Ενότητα 5η: ΟΜΑΔΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΟΥΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ, ΤΗΝ ΥΓΕΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΖΩΗΣ

5.3. Εννοιολογική οριοθέτηση

➤Κίνητρα σχετικά με κοινωνικούς λόγους: θα αναλυθούν τα χαρακτηριστικά των μορφών τουρισμού που καθορίζονται από κοινωνικούς λόγους καθώς και τα χαρακτηριστικά εκείνα των ειδικότερων μορφών τουρισμού οι οποίες εντάσσονται στην ευρύτερη ομάδα του κοινωνικού τουρισμού δηλαδή ο τουρισμός ατόμων με ειδικές ανάγκες και ο τουρισμός ατόμων τρίτης ηλικίας .

Ορισμοί:

- ο κοινωνικός τουρισμός αποτελεί επίσης μια ευρύτερη μορφή τουρισμού εμπερικλείοντας το σύνολο των τουριστικών υπηρεσιών, άμεσων ή έμμεσων, που διευκολύνουν και ενισχύουν τη συμμετοχή στον τουρισμό ασθενέστερων ειδικών κοινωνικο-οικονομικών ομάδων (νέοι, αγρότες, άνεργοι, πολύτεκνοι).
- Στον Τουρισμό Ατόμων με Ειδικές Ανάγκες προσφέρονται υπηρεσίες, υποδομές και δραστηριότητες οι οποίες εξυπηρετούν αυτή την ομάδα τουριστών με ειδικά χαρακτηριστικά.
- Στον Τουρισμό, τέλος, Τρίτης Ηλικίας προσφέρονται υπηρεσίες, υποδομές και δραστηριότητες οι οποίες εξυπηρετούν αυτή την ομάδα τουριστών με ειδικά χαρακτηριστικά.

Ενότητα 5η: ΟΜΑΔΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΟΥΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ, ΤΗΝ ΥΓΕΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΖΩΗΣ

5.4.Χαρακτηριστικά γνωρίσματα

5.4.1.Ιαματικός /Θεραπευτικός τουρισμός :

- **Σκοπός**
- **Αντικείμενο** :α) *θεραπεία, αποκατάσταση ή πρόληψη βλαβών του οργανισμού, β) ανανέωση βασικών βιολογικών και ψυχικών λειτουργιών, γ) βελτίωση της ψυχικής και σωματικής υγείας, ευεξίας και ομορφιάς*
- **Οργάνωση / Διαχείριση**
- **Διακρίσεις ιαματικών πηγών ανάλογα με το Ινστιτούτο Γεωλογικών και Μεταλλευτικών Ερευνών**
- **Είδη κέντρων ανάλογα με το προσφερόμενο προϊόν**
- **Κατηγορίες κέντρων ιαματικού τουρισμού**
- **Είδη παθήσεων και θεραπειών**



Ενότητα 5η: ΟΜΑΔΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΟΥΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ, ΤΗΝ ΥΓΕΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΖΩΗΣ

5.4.2 Ιατρικός τουρισμός

- Σκοπός
- Αντικείμενο
- Οργάνωση / Διαχείριση
- Τρόποι οργάνωσης
- Δραστηριότητες

Ενότητα 5η: ΟΜΑΔΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΟΥΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ, ΤΗΝ ΥΓΕΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΖΩΗΣ

5.4.3.Τουρισμός ευεξίας

- **Σκοποί / Στόχοι**
- **Οργάνωση / Διαχείριση**
- **Αρχές ευεξίας:**
 - Προσανατολισμός ερευνών σε αίτια ευεξίας παρά σε αίτια αρρώστιας (θετική θεώρηση των πραγμάτων).
 - Ισορροπία (πνεύματος και σώματος).
 - Πολυδιάσταση, υποκειμενικότητα (διαφοροποίηση και εξατομίκευση με βάση τις ανάγκες διαφορετικών ομάδων πελατών).
- **Βασικά στοιχεία**
- **Είδη θεραπειών**
- **Είδη περιποιήσεων**
- **Είδη προγραμμάτων**
- **Κατηγορίες spa**



Ενότητα 5η: ΟΜΑΔΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΟΥΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ, ΤΗΝ ΥΓΕΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΖΩΗΣ

5.4.4. Κοινωνικός τουρισμός

- Σκοπός
- Φορείς/οργανωτές
- Διαχείριση
- Τρόποι οργάνωσης
- Δραστηριότητες



Ενότητα 5η: ΟΜΑΔΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΟΥΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ, ΤΗΝ ΥΓΕΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΖΩΗΣ

5.4.5. Τουρισμός ατόμων με ειδικές ανάγκες

- Σκοπός
- Οργάνωση/Διαχείριση
- Τρόποι οργάνωσης
- Δραστηριότητες



Ενότητα 5η: ΟΜΑΔΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΟΥΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ, ΤΗΝ ΥΓΕΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΖΩΗΣ

5.4.6. Τουρισμός ατόμων τρίτης ηλικίας

- Σκοπός
- Οργάνωση/Διαχείριση
- Δραστηριότητες

Ενότητα 5η: ΟΜΑΔΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΟΥΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ, ΤΗΝ ΥΓΕΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΖΩΗΣ

5.5. Τουριστική προσφορά – παράγοντες ανάπτυξης κάθε προϊόντος:

- Υπηρεσίες, Υποδομές, Πρόσβαση
Ειδικές εγκαταστάσεις
- Θέλητρα, Πόροι, Ενδιαφέροντα

Ενότητα 5η: ΟΜΑΔΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΟΥΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ, ΤΗΝ ΥΓΕΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΖΩΗΣ

5.6. Τουριστική ζήτηση – τάσεις και προοπτικές κάθε προϊόντος:

- Χωρική διάσταση
- Χρονική διάσταση
- Αγορά-στόχος
- Ταξιδιωτική δαπάνη
- Τουριστικό πακέτο

Ενότητα 5η: ΟΜΑΔΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΟΥΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ, ΤΗΝ ΥΓΕΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΖΩΗΣ

5.7. S.W.O.T. Ανάλυση

Πίνακας 3				
S.W.O.T. ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ 5 ^{ης} ΟΜΑΔΑΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ (ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΟΥΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ, ΤΗΝ ΥΓΕΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΖΩΗΣ) <u>Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ</u>				
	ΒΑΣΙΚΟΙ ΑΞΟΝΕΣ ΑΝΑΛΥΣΗΣ			
	Δυνατά σημεία	Αδύνατα σημεία	Ευκαιρίες	Απειλές
ΒΑΣΙΚΟΙ ΤΟΜΕΙΣ ΑΝΑΛΥΣΗΣ				
Θεσμικός/ Αναπτυξιακός	-Ευρύτερο και ειδικό θεσμικό πλαίσιο που ευνοεί την ανάπτυξη δραστηριοτήτων υγείας και ευεξίας στον κλάδο	-Συχνά χρονοβόρες διαδικασίες από πλευράς κράτους στην αναβάθμιση χώρων και περιοχών με ειδικές εγκαταστάσεις αυτού του τύπου	-Συστηματικότερη διασύνδεση αυτής της Ομάδας προϊόντων με τον πολιτισμό και τη θάλασσα	-Ανταγωνιστική πολιτική από πολλές χώρες εντός και εκτός Ευρώπης
	-Παρεμβάσεις (υποδομές, ειδικές τουριστικές υποδομές, μεταφορικό δίκτυο, επενδύσεις), ώστε να αξιοποιηθούν και να αναβαθμιστούν οι αντίστοιχοι πόροι			

Οικονομικός	-Διαμόρφωση θετικού επενδυτικού κλίματος, τα τελευταία χρόνια	-Χρονοβόρες διαδικασίες ολοκλήρωσης επενδυτικών σχεδίων και προγραμμάτων και ένταξη σε Νόμους περί κινήτρων	-Ικανοποιητική κερδοφορία που αποτελεί βάση για πετυχημένες επενδύσεις	-Καθυστέρηση και υψηλό κόστος των επενδύσεων
Ανθρώπινο δυναμικό	-Σημαντική η αύξηση, τα τελευταία χρόνια, του αριθμού των απασχολούμενων στον κλάδο υγείας και ευεξίας	-Ελλείψεις σε ειδικευμένο προσωπικό, σε τοπικό και σε περιφερειακό επίπεδο	-Ανάπτυξη και δημιουργία νέων εξειδικευμένων θέσεων εργασίας στο σταθερά αναπτυσσόμενο κλάδο της Ομάδας προϊόντων με βάση την υγεία και ποιότητα ζωής, αλλά και το κοινωνικό κριτήριο	-Μέτρια ποιότητα προσφερόμενων υπηρεσιών λόγω χρήσης ανεπίκαιρου προσωπικού
		-Μη επαρκής ποιότητα υπηρεσιών σε σχέση με το κόστος		-Προβλήματα από ελλείψεις σε ειδικευμένο προσωπικό και μάνατζερ

<p>Τουριστική προσφορά</p>	<p>-Διασύνδεση με άλλες τουριστικές δραστηριότητες, τόσο των <u>ΕΕΜΤ</u>, όσο και του τουρισμού διακοπών</p>	<p>-Ασαφής συχνά και μη επαρκώς εξειδικευμένη διαφημιστική εικόνα</p>	<p>-Σημαντικά περιθώρια επέκτασης υπαρκτών δραστηριοτήτων και συνεργιών του ιαματικού, ιατρικού τουρισμού και του τουρισμού ευεξίας με τον τουρισμό διακοπών</p>	<p>- Λόγω της οικονομικής κρίσης συνεχής αναζήτηση «φθηνών» ανταγωνιστικών πακέτων, τόσο στη Μεσόγειο, όσο και αλλού</p>
	<p>-Υπαρξη περιοχών με διεθνή αναγνώριση και «εικόνα» στη χώρα</p>	<p>-Ανεπάρκεια υποδομών (ειδικών, κυρίως) σε περιφερειακό επίπεδο</p>	<p>-Ανταπόκριση στα σύγχρονα κίνητρα των ευρωπαίων τουριστών</p>	<p>-Ανεπαρκής οργάνωση και προβολή των πόρων που διαθέτει η χώρα</p>

<p>Τουριστική ζήτηση</p>		<p>-Δυναμική της ζήτησης που δείχνει ότι διαθέτει πολλά περιθώρια ανάπτυξης ακόμη</p>	<p>-Δυνατότητα διασύνδεσης με πολλές και διαφορετικές <u>ΕΕΜΤ</u></p>	<p>-Σχετικά υψηλού οικονομικού επιπέδου δυναμικές «ομάδες στόχου» οι οποίες επηρεάζονται, συχνά, από την οικονομική κρίση</p>
	<p>-Σταθερή ζήτηση από δυναμικές αγορές (Ευρώπη, Η.Π.Α.) και <u>γαρακτηριστικά επαναληπτικότητας</u></p>	<p>-Σημαντικό μέρος της υποδομής και των προσφερόμενων δραστηριοτήτων απαιτούν αναβάθμιση με υψηλό κόστος συντήρησης και αύξηση της αισθητικής τους αξίας</p>	<p>-Δυνατότητα διασύνδεσης διαφορετικών προορισμών στον ιαματικό τουρισμό και στον τουρισμό ευεξίας</p>	

Πηγή: Κοκκώσης, Τσαρτας, Γκρίμπα 2010

Πίνακας 4

**S.W.O.T. ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ 5^{ης} ΟΜΑΔΑΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ
(ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΟΥΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ, ΤΗΝ ΥΓΕΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ
ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΖΩΗΣ)
Η ΔΙΕΘΝΗΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ**

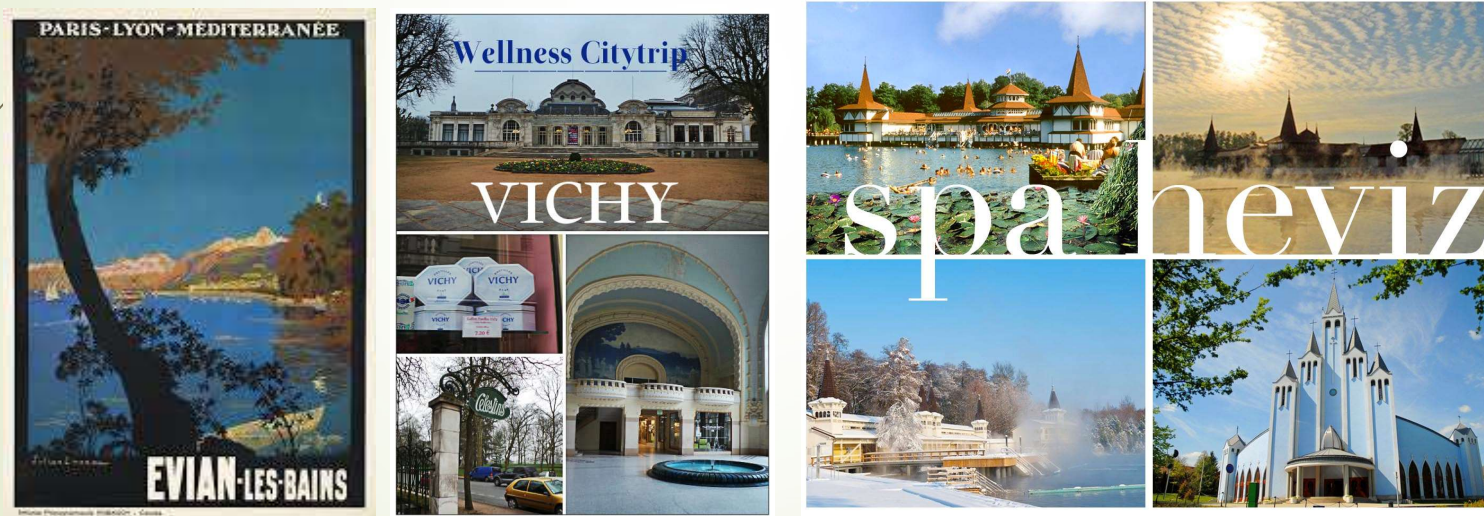
ΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ	ΑΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ	ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ	ΑΠΕΙΛΕΣ
Διαμόρφωση θετικού επενδυτικού κλίματος, τα τελευταία χρόνια	Μη επαρκής ποιότητα υπηρεσιών σε σχέση με το κόστος	Δυνατότητα διασύνδεσης διαφορετικών προορισμών στον ιαματικό τουρισμό και στον τουρισμό ευεξίας	Λόγω της οικονομικής κρίσης συνεχής αναζήτηση «φθηνών» ανταγωνιστικών πακέτων, τόσο στη Μεσόγειο, όσο και αλλού
Ζήτηση από διαφορετικές «αγορές-στόχους» πελατών (παραδοσιακές και νέες) με ποικιλία κοινωνικο-οικονομικών χαρακτηριστικών	Ανεπάρκεια υποδομών (ειδικών, κυρίως) σε περιφερειακό επίπεδο	Δυνατότητα διασύνδεσης με πολλές και διαφορετικές <u>ΕΕΜΤ</u> και ανταπόκριση στα σύγχρονα κίνητρα των ευρωπαϊών τουριστών	

Πηγή: Κοκκώσης, Τσαρτας, Γκρίπλα 2010

Ενότητα 5η: ΟΜΑΔΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΟΥΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ, ΤΗΝ ΥΓΕΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΖΩΗΣ

5.8. Καλές πρακτικές – επιτυχημένα παραδείγματα

- Case study τουρισμού υγείας ή τουρισμού ευεξίας στην Ευρώπη



Ενότητα 5η: ΟΜΑΔΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΟΥΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ, ΤΗΝ ΥΓΕΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΖΩΗΣ

5.8. Καλές πρακτικές – επιτυχημένα παραδείγματα

➤ Case study κοινωνικού τουρισμού στην Ευρώπη

- Στην Ισπανία το SEGITTUR (Sociedad Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas) και το IMSERSO (Imsero Instituto de Mayores y Servicios Sociales),
- Στη Γαλλία το ANCV (με προϊόντα το Cheques Vacances και το Coupon Sport ancv),
- Στη Μάλτα το NSTS (National Student Travel Foundation),
- Στην Ελλάδα ο ΕΟΤ και η Εργατική Εστία.

Ενότητα 5η: ΟΜΑΔΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΟΥΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ, ΤΗΝ ΥΓΕΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΖΩΗΣ

5.8. Καλές πρακτικές – επιτυχημένα παραδείγματα

➤ Victoria Spa – Αυστραλία

- Ακμή στις πρώτες δεκαετίες του 1900
- Μακρά περίοδος στασιμότητας μέχρι τη δεκαετία του 1970 εξαιτίας της έλλειψης επενδύσεων αλλά και της επικράτησης του μαζικού ηλιοτροπικού τουρισμού
- Τη δεκαετία του 1990, οι αλλαγές στις τάσεις της ζήτησης οδηγούν σε σημαντικές επενδύσεις και μια νέα στρατηγική marketing για το προϊόν του τουρισμού ευεξίας (όχι μόνο ιαματικού)
- Σήμερα έχει εντυπωσιακούς ρυθμούς ανάπτυξης της ζήτησης



Ενότητα 5η: ΟΜΑΔΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΟΥΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ, ΤΗΝ ΥΓΕΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΖΩΗΣ

5.8. Καλές πρακτικές – επιτυχημένα παραδείγματα

➤ Case study ιαματικού τουρισμού στην πόλη Spa του Βελγίου

- Η πόλη Spa του Βελγίου στις αρχές του 20ου αι. διέθετε ιδιαίτερη αρχιτεκτονική και αισθητική ιαματικό κέντρο και ένα από τα φημισμένα καζίνο της εποχής όπου συγκέντρωνε την κοινωνική elite της Ευρώπης.

- Μετά το 1980, έγιναν επενδύσεις για τον επαναπροσδιορισμό της πόλης ως προορισμού όπου προσφέρεται ένα πλέγμα υπηρεσιών ειδικού τουρισμού, ένα σύνθετο πακέτο (με δραστηριότητες κοινωνικοποίησης, καζίνο, φεστιβάλ, grand prix formula κ.α.) τουριστικής ανάπτυξης.



Ενότητα 5η: ΟΜΑΔΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΟΥΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ, ΤΗΝ ΥΓΕΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΖΩΗΣ

5.8. Καλές πρακτικές – επιτυχημένα παραδείγματα

➤ Case study ιαματικού τουρισμού στην Αιδηψό

- Γνώρισε την ακμή της στα τέλη του 19ου αι- αρχές 20ου αι.

- Από τη δεκαετία 1970 αρχίζει η σταδιακή υποβάθμιση του τουριστικού προϊόντος με έλλειψη επενδύσεων, ανανεωτικών πρωτοβουλιών και περιορισμένο target group τουριστών (τρίτης ηλικίας κυρίως).

- Στις αρχές της δεκαετίας του 2000 κάποιες ιδιωτικές πρωτοβουλίες ανέλαβαν την ανακαίνιση και προβολή παραδοσιακών εγκαταστάσεων ιδιαίτερης αισθητικής



Ενότητα 5η: ΟΜΑΔΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΟΥΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ, ΤΗΝ ΥΓΕΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΖΩΗΣ

5.9. Σύндεση – Συνάφεια με λοιπές Ομάδες Προϊόντων

Πίνακας 5

**ΒΑΘΜΟΣ ΣΥΝΑΦΕΙΑΣ ΤΗΣ 5^{ης} ΟΜΑΔΑΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ
(ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΟΥΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ, ΤΗΝ ΥΓΕΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΖΩΗΣ) ΜΕ ΤΙΣ ΥΠΟΛΟΙΠΕΣ ΟΜΑΔΕΣ ΚΑΙ ΤΟΝ ΟΜΤΑ**

		Υπόλοιπες Ομάδες προϊόντων						ΟΜΤΑ
		1 ^η	2 ^η	3 ^η	4 ^η	6 ^η	7 ^η	
Επίπεδο συνάφειας 5 ^{ης} Ομάδας προϊόντων	Ελάχιστη ή μικρή συνάφεια					√		
	Μέτρια ή μεσαία συνάφεια		√				√	
	Μεγάλη ή πολύ μεγάλη συνάφεια	√		√	√			√

Πηγή: Κοκκώσης, Τσάρτας, Γκρίμπα

Ενότητα 5η: ΟΜΑΔΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΟΥΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ, ΤΗΝ ΥΓΕΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΖΩΗΣ

Πίνακας 6

**ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΑ ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΣΥΣΧΕΤΙΣΗΣ ΤΗΣ 5^{ης} ΟΜΑΔΑΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ
(ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΟΥΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ,
ΤΗΝ ΥΓΕΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΖΩΗΣ)**

Σύνδεση 5 ^{ης} Ομάδας προϊόντων με άλλες Ομάδες Προϊόντων	Στοιχεία σύνδεσης και γενικές παρατηρήσεις
1^η ΟΜΑΔΑ: ΦΥΣΗ, ΥΠΑΙΘΡΟΣ	<ul style="list-style-type: none"> • Κοινωνικός τουρισμός σε παραδοσιακούς οικισμούς και παράλληλες δραστηριότητες φυσιολατρίας. • Ιαματικός τουρισμός σε συνδυασμό με δραστηριότητες φυσιολατρίας.
2^η ΟΜΑΔΑ: ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ, ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ	<ul style="list-style-type: none"> • Δραστηριότητες τουρισμού ευεξίας σε συνδυασμό με παρακολούθηση καλλιτεχνικών εκδηλώσεων. • Κοινωνικός τουρισμός σε συνδυασμό με σεμινάρια εκπαίδευσης (π.χ. τοπική γαστρονομία).
3^η ΟΜΑΔΑ: ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ, ΕΡΓΑΣΙΑ	<ul style="list-style-type: none"> • Δραστηριότητες τουρισμού ευεξίας σε συνδυασμό με επιστημονικό συνέδριο.
4^η ΟΜΑΔΑ: ΘΑΛΑΣΣΑ	<ul style="list-style-type: none"> • Τουρισμός ατόμων τρίτης ηλικίας σε συνδυασμό με κρουαζιέρα. • Ιαματικός / θεραπευτικός τουρισμός σε συνδυασμό με δραστηριότητες θαλάσσιου τουρισμού (παραθαλάσσια θέρετρα).

Ενότητα 5η: ΟΜΑΔΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΟΥΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ, ΤΗΝ ΥΓΕΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΖΩΗΣ

Πίνακας 6

**ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΑ ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΣΥΣΧΕΤΙΣΗΣ ΤΗΣ 5^{ης} ΟΜΑΔΑΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ
(ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΟΥΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ,
ΤΗΝ ΥΓΕΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΖΩΗΣ)**

Σύνδεση 5 ^{ης} Ομάδας προϊόντων με άλλες Ομάδες Προϊόντων	Στοιχεία σύνδεσης και γενικές παρατηρήσεις
6^η ΟΜΑΔΑ: ΘΕΜΑΤΙΚΟ ΚΙΝΗΤΡΟ	<ul style="list-style-type: none"> • Δραστηριότητες τουρισμού ευεξίας σε συνδυασμό με επίσκεψη σε καζίνο. • Τουρισμός ατόμων τρίτης ηλικίας σε συνδυασμό με δραστηριότητες θαλάσσιου τουρισμού.
7^η ΟΜΑΔΑ: ΠΑΡΑΘΕΡΙΣΜΟΣ, REAL ESTATE, TIMESHARING	<ul style="list-style-type: none"> • Κατοχή ιδιόκτητης παραθεριστικής κατοικίας σε συνδυασμό με τον τουρισμό ατόμων τρίτης ηλικίας. • Παραθερισμός σε λουτροπόλεις με παράδοση στον ιαματικό τουρισμό.
ΟΡΓΑΝΩΜΕΝΟΣ ΜΑΖΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΔΙΑΚΟΠΩΝ	<ul style="list-style-type: none"> • Κοινωνικός τουρισμός σε συνδυασμό με διακοπές καλοκαιριού. • Ιαματικός / θεραπευτικός τουρισμός σε συνδυασμό με διακοπές μικρής διάρκειας σε λουτροπόλεις. • Τουρισμός ατόμων με ειδικές ανάγκες σε συνδυασμό με διακοπές καλοκαιριού.

Πηγή: Κοκκώσης, Τσάρτας, Γκρίμπα

Ενότητα 5η: ΟΜΑΔΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΟΥΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ, ΤΗΝ ΥΓΕΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΖΩΗΣ

5.10. Σύνοψη – Συμπεράσματα

- Δυναμική ζήτηση, διεθνώς και στην Ελλάδα, συνολικά και ιδιαίτερα στο τμήμα των ειδικών μορφών οι οποίες σχετίζονται με την υγεία και την ευεξία, κατά την τελευταία δεκαετία
- Η αλλαγή στα κοινωνικά πρότυπα και τις κοινωνικές αντιλήψεις στα σύγχρονα κράτη οι οποίες θεωρούν το ταξίδι «δικαίωμα» για όλους και ιδιαίτερα για τους λιγότερο προνομιούχους, ενισχύει το σύνολο των μορφών αυτής της ομάδας
- Οι προσφερόμενες υποδομές και υπηρεσίες, τόσο στον κοινωνικό τουρισμό, όσο και στον τουρισμό υγείας παρουσιάζουν σημαντικές διαφορές από χώρα σε χώρα
- Με εξαίρεση το σύγχρονο τμήμα του τουρισμού ευεξίας καθώς και τις λουτροπόλεις με παράδοση, λείπει ένα συστηματικό branding και ένα εξειδικευμένο μάρκετινγκ, στις περισσότερες χώρες
- Σημαντικές οι δυσκολίες σε στελέχωση με ανθρώπινο δυναμικό και δημιουργία υποδομών, καθώς και στην αναγκαία αλλαγή νοοτροπίας των επιχειρηματιών και των διαφορετικών stakeholders, ώστε να γίνουν αποδεκτές οι ειδικές μορφές που συνδέονται, τόσο με τον ιαματικό /θεραπευτικό τουρισμό και τον κοινωνικό τουρισμό
- Θετικό για τον ιαματικό / θεραπευτικό τουρισμό είναι το γεγονός ότι στις περισσότερες ειδικές μορφές του, πλην των τουριστών, υπάρχει και ζήτηση από τον τοπικό πληθυσμό (ιδιαίτερα στα αστικά κέντρα, στις λουτροπόλεις και στους τουριστικούς προορισμούς)

Ενότητα 5η: ΟΜΑΔΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΟΥΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ, ΤΗΝ ΥΓΕΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΖΩΗΣ

5.11. Ερωτήσεις κατανόησης

- Επισημάνετε ποια είναι τα κοινά χαρακτηριστικά και οι διαφορές στα κίνητρα όσων κάνουν κοινωνικό τουρισμό (όλες οι υπομορφές) και τουρισμό υγείας (όλες οι υπομορφές).
- Ποιοι είναι οι κυριότεροι λόγοι (έως δυο) οι οποίοι εκτιμάτε ότι επιβάλλουν την ανάπτυξη προγραμμάτων κοινωνικού τουρισμού στα σύγχρονα κράτη;
- Ποια είναι τα κυριότερα κοινωνικά και καταναλωτικά πρότυπα (έως τρία) τα οποία συμβάλουν στην ανάπτυξη του ιαματικού τουρισμού και του τουρισμού ευεξίας στη σύγχρονη εποχή;
- Υπάρχουν συγκριτικά πλεονεκτήματα -στην περίπτωση της Ελλάδας- τα οποία ενισχύουν την άποψη ότι απαιτείται η ανάπτυξη του τουρισμού υγείας; Αναφέρατε τα τρία κυριότερα.
- Από τις ευκαιρίες και απειλές της διεθνούς S. W. O.T. ανάλυσης επιλέξτε μια, στην κάθε περίπτωση, την οποία θεωρείτε σημαντική και εξηγήστε το γιατί.

Ενότητα 5η: ΟΜΑΔΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΕ ΚΥΡΙΑΡΧΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΟΥΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ, ΤΗΝ ΥΓΕΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΖΩΗΣ

5.13. Παράρτημα

5.13.1. Αγγλική ορολογία

Medical /Health Tourism	Ιατρικός Τουρισμός
Wellness Tourism	Τουρισμός Ευεξίας
<u>Thermalism</u> Tourism	Ιαματικός/Θεραπευτικός Τουρισμός
Social Tourism	Κοινωνικός Τουρισμός
Disabled People Tourism	Τουρισμός ατόμων με ειδικές ανάγκες
Senior Citizens Tourism	Τουρισμός ατόμων τρίτης ηλικίας