

ΠΑΡΕΧΌΜΕΝΕΣ ΥΠΗΡΕΣΪΕΣ ΣΤΟΝ ΙΑΜΑΤΙΚΌ ΤΟΥΡΙΣΜΌ ΚΑΙ
ΑΞΙΟΛΌΓΗΣΗ ΤΩΝ ΑΝΤΙΛΪΨΕΩΝ ΤΗΣ ΖΗΤΗΣΗΣ: ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΆ,
ΚΪΝΗΤΡΑ ΚΑΙ ΕΜΠΕΙΡΪΕΣ ΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ.

ΑΛΈΞΙΟς ΓΈΩΡΓΙΟς ΚΑΝΆΚΗς

Α.Μ.: 19004

ΕΠΙΒΛΈΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗς: ΒΑΣΙΛΕΪΆΔΗς ΧΡΗΣΤΟς

Δομή Παρουσίασης

- ▶ Αρχικά γίνεται μια σύντομη αναφορά στον Ιαματισμό και τις υπηρεσίες του, καθώς και για τις οικονομικές δυνατότητες του Ιαματικού Τουρισμού και πώς αυτός αναπτύσσεται στον Ελλαδικό χώρο.
- ▶ Στην συνέχεια εξετάζεται η σύνδεση του Ιαματικού τουρισμού με την καταναλωτική συμπεριφορά και την ζήτηση των υπηρεσιών του αλλά και την θεματολογία της διπλωματικής εργασίας.
- ▶ Στο 3^ο μέρος αναλύονται τα αποτελέσματα της έρευνας που διεξήχθη μέσω ερωτηματολογίου.
- ▶ Ενώ τέλος κλείνει με τα συμπεράσματα της ανάλυσης και ορισμένες προτάσεις βελτίωσης.

Σκοπός Έρευνας - Διπλωματικής

Ο βασικός σκοπός της έρευνας είναι η αποτύπωση του «Γιατί» οι καταναλωτές εν τέλει επιλέγουν υπηρεσίες και προϊόντα στον Ιαματισμό, με στόχο την ανάδειξη των χαρακτηριστικών της συμπεριφοράς τους.

Ιαματισμός - Θερμαλισμός

Ο Ιαματισμός, ή αλλιώς και Θερμαλισμός, είναι γνωστός ήδη από αρχαιοτάτων χρόνων, με τις θεραπευτικές του ιδιότητες να αποτελούν πόλο συζήτησης και έρευνας για δεκάδες μελετητές ανά τα χρόνια.

- ▶ Αναφέρεται στην πνευματική και σωματική ευεξία του ανθρώπου με την χρήση ποικίλων μεθόδων που επίκεντρο έχουν τα θερμά μεταλλικά νερά.
- ▶ Γνωστότερες υπηρεσίες του Θερμαλισμού αποτελούν η Λουτροθεραπεία, Πηλοθεραπεία και Υδροθεραπεία.
- ▶ Για πολλούς αποτελεί μονόδρομο για μια ισορροπημένη και υγιής ζωή.

Ιαματικός Τουρισμός

Για πάρα πολλές Ευρωπαϊκές χώρες ο τουρισμός ευεξίας είναι ο πιο αναπτυσσόμενος αλλά και παράλληλα ο πιο παραμερισμένος κλάδος των Οικονομιών.

- ▶ Πιο συγκεκριμένα, η Ευεξία, αποτελεί πλέον το 5,5% της Διεθνούς Οικονομίας.
- ▶ Ετήσια έσοδα κοντά στα 4,5 τρισεκατομμύρια δολάρια παγκοσμίως.
- ▶ Αποτελεί έναν από τους μεγαλύτερους πόλους έλξης καταναλωτών κυρίως λόγω της χαλάρωσης και της σύνδεσης με την φύση που προσφέρει μέσω των υπηρεσιών του.

Το Ιαματικό Προϊόν στην Ελλάδα

Η Ελλάδα προσελκύει κοντά στους 85 χιλιάδες τουρίστες – ασθενείς κάθε χρόνο, με τα έσοδα ανά επίσκεψη και επισκέπτη να ξεπερνούν και των 5 χιλιάδων ευρώ.

- ▶ Πολλοί Έλληνες ερευνητές επισημαίνουν την σημαντικότητα του Ιαματικού Τουρισμού στην παραγωγική ανασυγκρότηση της Οικονομίας.
- ▶ Βέβαια, εξαιτίας και του θαλασσοκεντρικού χαρακτήρα της χώρας μας αλλά και της αδυναμίας κρατικής υποστήριξης, η ανάπτυξη του Θερμαλισμού υπόκειται σε δεύτερη μοίρα.

Ευδιάκριτη είναι λοιπόν η σημασία του Ιαματικού Τουρισμού για την οικονομική ανάπτυξη στον Ελλαδικό χώρο.

Καταναλωτική Συμπεριφορά και Κίνητρα

Η συμπεριφορά του καταναλωτή στην αγορά καθορίζεται σε μεγάλο βαθμό από τα κίνητρά του, τα οποία εν τέλει θα ωθήσουν τον καταναλωτή στην επιλογή τουριστικού προορισμού και υπηρεσιών.

Σύμφωνα με τον Dann, (Dann, 1977), ο καταναλωτής επηρεάζεται από 2 κατηγορίες παραγόντων:

- ▶ Οι Ωθητικοί, αυτοί που προκαλούν την επιθυμία για τουρισμό και
- ▶ Οι Ελκυστικοί, που έλκουν σε έναν προορισμό ή και υπηρεσία τον καταναλωτή.

Σε ένα μείγμα Ελκυστικών και Ωθητικών παραγόντων βασίστηκε η έρευνα, με μεγαλύτερη εστίαση στους πρώτους.

Έρευνα

Για την επίτευξη του σκοπού και του στόχου της έρευνας δημιουργήθηκε ερωτηματολόγιο, του οποίου η δομή, κατά κύριο λόγο, βασίστηκε σε πρόσφατη έρευνα στην Αυστραλία, ενώ έγινε διαθέσιμο τόσο ηλεκτρονικά όσο και σε έντυπη μορφή που μοιράσθηκε στο Ιαματικό κέντρο Λαγκαδά. Για την καλύτερη κατανόηση του Ελληνικού κοινού στον Ιαματικό Τουρισμό συνέβαλε και έρευνα που έγινε στο Σμόκοβο της Καρδίτσας.

Αποτελέσματα Έρευνας

Όσον αφορά τα δημογραφικά χαρακτηριστικά:

- ▶ Το 62,5% ήταν γυναίκες, με τον ανδρικό πληθυσμό να αποτελεί το 37,5 του συνολικού πληθυσμού, με μέση ηλικία τα 35,7 έτη.
- ▶ Το μεγαλύτερο ποσοστό ήταν άγαμο και κατείχε απολυτήριο Λυκείου.
- ▶ Για το συντριπτικό ποσοστό, το εισόδημα δεν ανερχόταν τις 15 χιλιάδες ευρώ, ενώ το 68,3% δήλωσε πως εργάζεται.

Όσον αφορά την καταναλωτική συμπεριφορά και τα κίνητρα:

- ▶ Αναφορικά το μεγαλύτερο μέρος των ερωτηθέντων επισκέφθηκε τα ιαματικά κέντρα του Λαγκαδά και της Αριδαίας.
- ▶ Μόλις για 22% του πληθυσμού ήταν η πρώτη φορά που επισκέπτονταν κάποιο ιαματικό κέντρο.
- ▶ Από τους ελκυστικούς παράγοντες που εξετάσθηκαν, οι σημαντικότεροι ήταν τα Ιατρικά Οφέλη και η Σύνδεση με τη Φύση.
- ▶ Η σωστή θερμοκρασία του νερού και η καθαρότητά του ήταν από τα χαρακτηριστικά που επηρέασαν θετικά την εμπειρία των καταναλωτών.

Υπηρεσίες Ιαματισμού

- ▶ Η Λουτροθεραπεία αποτέλεσε την δημοφιλέστερη υπηρεσία με ποσοστό χρήσης 65%, με την Υδροθεραπεία να ακολουθεί για το 22,5% των καταναλωτών.
- ▶ Για το 42,5% η επίσκεψη στο ιαματικό κέντρο διήρκησε από μία έως και τρεις ώρες ενώ για το 40% λιγότερο από μια ώρα.
- ▶ Τέλος, για την ενημέρωσή τους οι καταναλωτές επέλεξαν το οικογενειακό - φιλικό τους περιβάλλον και το διαδίκτυο.

Συνολική Εμπειρία

Στις περιπτώσεις διανυκτέρευσης σε κάποια ξενοδοχειακή μονάδα, κατά μέσο όρο οι καταναλωτές έμειναν ικανοποιημένοι από την ποιότητα των υπηρεσιών και την πληθώρα επιλογών.

Γενικά στο σύνολό τους οι καταναλωτές έμειναν ευχαριστημένοι από την εμπειρία τους κατά το ιαματικό ταξίδι, είτε αυτό αφορά τις υπηρεσίες Θερμαλισμού που επέλεξαν είτε την ξενοδοχειακή μονάδα.

Τελικές Σκέψεις και Προτάσεις

Ο Ιαματικός Τουρισμός στην Ελλάδα αν και παραμερισμένος, με σωστό χειρισμό, έχει δυνατότητες ανάπτυξης, κυρίως με:

- ▶ Κρατικές χρηματοδοτήσεις για την ενίσχυση ιδιωτικών πρωτοβουλιών.
- ▶ Εστίαση των υπηρεσιών στην ποιοτικότερη κάλυψη των αναγκών, ιδίως της Λουτροθεραπείας και της Υδροθεραπείας.
- ▶ Περαιτέρω βελτίωση της προσβασιμότητας και των υποδομών εντός και εκτός των ιαματικών κέντρων.
- ▶ Ευρύτερη διάθεση πληροφοριών μέσω του διαδικτύου.