

ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ 2022



**ΕΞ ΑΠΟΣΤΑΣΕΩΣ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΣΤΗ
ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

**ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ:
ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ
ΚΑΛΗΣ ΖΩΗΣ**

ΑἰΒΑΖΙΔΟΥ ΣΕΒΑΣΤΗ

ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ/22



**ΕΞ ΑΠΟΣΤΑΣΤΕΩΣ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΣΤΗ
ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

**ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ:
ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ
ΚΑΛΗΣ ΖΩΗΣ**

**Διατριβή η οποία υποβλήθηκε προς απόκτηση εξ
αποστάσεως μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών στη Διοίκηση
Τουριστικών Επιχειρήσεων στο Πανεπιστήμιο Νεάπολις**

ΑΪΒΑΖΙΔΟΥ ΣΕΒΑΣΤΗ

ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ/2022

Πνευματικά δικαιώματα

Copyright © Αϊβαζίδου Σεβαστή, 2022

Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος. All rights reserved.

Η έγκριση της διατριβής από το Πανεπιστημίου Νεάπολις δεν υποδηλώνει απαραίτητως και αποδοχή των απόψεων του συγγραφέα εκ μέρους του Πανεπιστημίου.

Περιεχόμενα

Περίληψη στα Ελληνικά	7
Περίληψη στα Αγγλικά	9
Μέρος πρώτο	
Κεφάλαιο I	
A. Τουρίστας	10
B. Φιλοξενία	11
C. Τουριστικά Καταλύματα	12
D. Ξενοδοχεία City & Resorts	13
E. Κατάταξη Ξενοδοχείων	14
Κεφάλαιο II	
A. Μορφές Τουρισμού	18
B. Εναλλακτικός Τουρισμός	19
C. Αθλητικός Τουρισμός	20
D. Τουρισμός Υγείας	22
Κεφάλαιο III	
Τουριστικό Πακέτο	23
Μέρος Δεύτερο	
Κεφάλαιο IV	
Πακέτο A- Spiritual	26
i. Ενότητα Γυμναστική	26
ii. Ενότητα Φαγητό	29
iii. Ενότητα Spa	32
Πακέτο B- Healthy	33
i. Ενότητα Γυμναστική	33
ii. Ενότητα Φαγητό	36
iii. Ενότητα Spa	38
Πακέτο Γ- Hercules	39
i. Ενότητα Γυμναστική	39
ii. Ενότητα Φαγητό	41
iii. Ενότητα Spa	44
Κεφάλαιο V	
Υπηρεσίες Δωματίου	45
Κεφάλαιο VI	

Τμήμα Marketing & Πωλήσεων	46
Αγορά της Ευρώπης	46
Συμπεράσματα	52
Βιβλιογραφία	54

Ονοματεπώνυμο Φοιτητή/Φοιτήτριας: Αϊβαζίδου Σεβαστή

Τίτλος Μεταπτυχιακής Διατριβής: Ξενοδοχειακές Μονάδες και Υπηρεσίες Καλής Ζωής

Η παρούσα Μεταπτυχιακή Διατριβή εκπονήθηκε στο πλαίσιο των σπουδών για την απόκτηση εξ αποστάσεως μεταπτυχιακού τίτλου στο Πανεπιστήμιο Νεάπολις και εγκρίθηκε στις [ημερομηνία έγκρισης] από τα μέλη της Εξεταστικής Επιτροπής.

Εξεταστική Επιτροπή:

Πρώτος επιβλέπων (Πανεπιστήμιο Νεάπολις Πάφος).....[ονοματεπώνυμο, βαθμίδα, υπογραφή]

Μέλος Εξεταστικής Επιτροπής:[ονοματεπώνυμο, βαθμίδα, υπογραφή]

Μέλος Εξεταστικής Επιτροπής:[ονοματεπώνυμο, βαθμίδα, υπογραφή]

Ευχαριστίες

Θα ήθελα να ευχαριστήσω την επιβλέπουσα καθηγήτριά μου κα Ευανθία Καρδούλια, της οποίας η συμβολή και καθοδήγηση στην μεταπτυχιακή μου διατριβή ήταν ιδιαιτέρως σημαντική.

Αφιέρωση

Αφιερωμένο στους γονείς μου.
Το αιώνιο στήριγμά μου σε κάθε νέο εγχείρημα.

Περίληψη στα Ελληνικά

Ο τουρισμός στην Ελλάδα θεωρείται η βαριά βιομηχανία της. Πλήθος τουριστών συρρέουν κάθε χρόνο στα ελληνικά νησιά και στις παραθαλάσσιες περιοχές προκειμένου να απολαύσουν τον ήλιο, τη θάλασσα, το φαγητό και τις ομορφιές της χώρας μας. Το εύκρατο κλίμα και ο ήλιος το μεγαλύτερο μέρος του χρόνου βοηθούν στην καλή ψυχολογία. Τα τελευταία δύο χρόνια, η παγκόσμια πανδημία του κορωνοϊού, μας υπενθύμισε ότι το σημαντικότερο άυλο αγαθό που έχουμε είναι η υγεία μας. Η διατήρηση αυτής επιτυγχάνεται με τη σωστή διατροφή σε συνδυασμό με την εκγύμναση. Στις περιόδους του καθολικού εγκλεισμού η αποστολή μηνύματος 6, μας ανάγκασε να βγαίνουμε έξω με σκοπό την άθληση και αυτό σιγά σιγά να γίνεται τρόπος ζωής, έστω με τη μορφή κάποιων ολιγόλεπτων ασκήσεων κάθε μέρα.

Στη παρούσα μεταπτυχιακή διατριβή, γίνεται προσπάθεια να συνδεθούν οι δύο αυτοί κλάδοι, του τουρισμού και της ευεξίας μέσω της γυμναστικής σε πολυτελή παραθεριστικά θέρετρα, τα οποία βέβαια διαθέτουν τις απαραίτητες υποδομές. Ο κόσμος πλέον έχει στραφεί στη καθημερινή άθληση, και τη σωστή διατροφή, μειώνοντας τις τροφές πλούσιες σε κορεσμένα λίπη, τα γνωστά junk food, και κάνοντας μόδα τους υγιεινούς τρόπους ζωής. Η Ελλάδα, έχοντας πληθώρα μεγάλων και πολυτελών τουριστικών καταλυμάτων μπορεί να προωθήσει εκτός από τα φυσικά της κάλλη, τον υγιεινό τρόπο ζωής ακόμα και στη διάρκεια των διακοπών, με σκοπό να προσελκύσει τουρίστες που επιθυμούν ακόμα και όταν δεν είναι στο σπίτι τους να γυμναστούν και να διατηρούν την ευεξία τους.

Τα περισσότερα resorts στην Ελλάδα διαθέτουν τελευταίας τεχνολογίας εξοπλισμούς για την άθληση των επισκεπτών, αλλά και διάφορες άλλες αθλητικές δραστηριότητες. Επιπλέον, η γαστρονομία είναι σε υψηλά επίπεδα, λόγω των καλών πρώτων υλών ειδικά των φρούτων και λαχανικών τους καλοκαιρινούς μήνες. Έτσι, στη παρούσα μεταπτυχιακή εργασία θα γίνει μία προσπάθεια να παρουσιαστούν τρεις διαφορετικές προσφορές σε υπάρχοντα τουριστικά πακέτα, προκειμένου να γίνει πιο θελκτικός ο προορισμός Ελλάδα και σε άλλες κατηγορίες ανθρώπων, και μέσα από τις διακοπές τους οι τουρίστες να γνωρίσουν τον υγιεινό τρόπο ζωής, μέσα από προτεινόμενα προγράμματα άθλησης, αλλά και διατροφής και να τα εντάξουν στην καθημερινότητά τους στον τόπο διαμονής τους. Επιπροσθέτως, θα γίνει ανάλυση των τριών διαφορετικών προσφερόμενων υπηρεσιών όσον αφορά τα προγράμματα γυμναστικής, τη διατροφή, την αποθεραπεία μέσω των Spa και τη διαμόρφωση των δωματίων. Τέλος, θα αναλυθεί το

αγοραστικό κοινό της Ευρώπης και σε ποιες χώρες θα διαφημιστεί και θα προωθηθεί το εκάστοτε πακέτο, ανάλογα με τις επιλογές των τουριστών στην καθημερινή τους ζωή.

Περίληψη στην Αγγλική Γλώσσα

Tourism is considered to be Greece's "heavy" industry. Many tourists flock to the Greek islands and coastal areas every year in order to enjoy the sun, the sea, the food and other beauties of our country. The temperate and sunny climate for most of the year help the psychology of the people. For the past two years, the global coronavirus pandemic has reminded us that the most important intangible asset that we have is our health. Safeguarding our health is achieved with proper nutrition in conjunction with exercise. In times of general lock down, sending a "message 6", encouraged us to go out for workouts and after some time this became a way of life, even in the form of brief exercise sessions for a few minutes every day.

In the present postgraduate dissertation, I made an attempt to connect the two fields of tourism and wellness, through fitness in luxury resorts, which of course have the necessary infrastructures and equipment. Nowadays, people are exercising on a daily basis and moved to a healthier nutrition plan, by reducing their intake of high saturated fats - the well-known junk food - and making healthy lifestyle a trend. Greece, having a plethora of large and luxurious hotels and resorts, can promote, apart from its natural beauty, a healthy lifestyle even during the holidays, in order to attract tourists who want to exercise and maintain their well-being even when away from home.

The majority of Greek resorts offer their guests the most modern training equipment and a plethora of other sports activities. In addition, gastronomy is at a high level, due to the high quality raw materials, especially fruits and vegetables during the summer period. In the present postgraduate dissertation, I make an attempt to present three different offers in existing touristic packages, in order to make "destination Greece" more attractive to other categories of people, and through their vacations to allow them to incorporate a healthier lifestyle through suggested exercise and nutrition programs and to include them in their daily routine at their place of residence.

Furthermore, I will analyse the three different services offered in regards to the fitness programs, the nutrition, the Spa recovery and room configuration. Finally, I will analyse the European market and the respective countries that the package will be advertised and promoted to, depending on their choices in everyday life.

Μέρος Πρώτο

Στο πρώτο μέρος της διπλωματικής διατριβής, θα ασχοληθούμε με τις ξενοδοχειακές μονάδες, αναλύοντας όρους που έχουν σχέση με τον τουρισμό. Θα γίνει μία μικρή ιστορική αναδρομή στη λέξη φιλοξενία και πώς από τα αρχαία χρόνια έχει συνδεθεί η φιλοξενία με τους Έλληνες, οι οποίοι δημιούργησαν τα πρώτα καταλύματα. Έπειτα, θα μιλήσουμε για την κατάταξη των ξενοδοχείων, καταλήγοντας στα ξενοδοχεία πέντε αστέρων (5*) και στα είδη του τουρισμού δίνοντας έμφαση στον εναλλακτικό τουρισμό και πιο συγκεκριμένα στον αθλητικό τουρισμό και στον τουρισμό υγείας.

Κεφάλαιο I

A. Τουρίστας

Ο τουρισμός είναι μία λέξη που συνδέεται άρρηκτα με τις λέξεις ταξίδι και φιλοξενία. Από τα αρχαία κιόλας χρόνια οι Έλληνες ταξίδευαν, παρά τις δυσκολίες που αντιμετώπιζαν με τους κακοφτιαγμένους δρόμους, τα ελλιπή μεταφορικά μέσα, τους κινδύνους των κακοποιών αλλά και των καιρικών συνθηκών, όχι για λόγους βέβαια ψυχαγωγίας αλλά για εμπορικούς, θρησκευτικούς αλλά και αθλητικούς σκοπούς (Σιταράς & Τζένος, 2007). Οι πρώτοι ταξιδιώτες ήταν άνθρωποι μορφωμένοι, επιστήμονες και έμποροι, οι οποίοι συνδύαζαν τα ταξίδια με το επάγγελμά τους (Τσάρτας, 1996). Μέσα σ' αυτούς υπήρχαν κρατικοί υπάλληλοι, αξιωματούχοι, επιστήμονες και άτομα που ανήκαν σε ευκατάστατες τάξεις (Βενετσανοπούλου, 2006). Επιπλέον, όσο τα μεταφορικά μέσα εξελίσσονταν, τόσο πιο εύκολη και ξεκούραστη γινόταν η μεταφορά και το ταξίδι.

Οι αρχαίοι Έλληνες κατάλαβαν από νωρίς την ιδιαίτερη σημασία των ταξιδιών και οι άνθρωποι του πνεύματος και των γραμμάτων την ελληνιστική εποχή δημιούργησαν μία κατηγορία συγγραφέων που ονομάστηκαν “περιηγητές”, κάποιοι από τους οποίους είναι ο Ηρόδοτος, ο Πausanίας και ο Πλάτωνας (Βενετσανοπούλου, 2006), οι οποίοι έθεσαν τα θεμέλια για τρεις διαφορετικές κατηγορίες “τουριστών” στην αρχαιότητα. Ο πρώτος από αυτούς, ο Ηρόδοτος ήταν “το πρότυπο του ευφυή τουρίστα” (Βαρβαρέσος, 2000), διότι έκανε ταξίδια για να μάθει τα ήθη, τα έθιμα και τον πολιτισμό των χωρών και πόλεων που επισκεπτόταν. Ο Pausanίας, από την άλλη πλευρά, ήταν αυτός που έκανε ταξίδια για να γράψει *ταξιδιωτικούς οδηγούς* για τους τόπους που επισκεπτόταν, και το έργο του εκ των υστέρων γνώρισε τεράστια επιτυχία, διότι μπόρεσαν οι μελετητές σε αρχαιολογικές έρευνες να ταυτίσουν τα μέρη με τα όσα διαβάζουμε στα αρχαία κείμενα. Ο Pausanίας ήταν και

αυτός ένας άνθρωπος θεοσεβούμενος και με περιουσία, αν αναλογιστεί κανείς ότι τα ταξίδια του κόστιζαν αρκετά (Habicht, 1998). Στην τελευταία κατηγορία των πρώτων τουριστών μπορούμε να εντάξουμε τον Πλάτωνα, του οποίου τα ταξίδια είχαν καθαρά εκπαιδευτικό και πολιτικό χαρακτήρα, προκειμένου να μπορέσει να εφαρμόσει της πολιτικές του θεωρίες (Ανδρόνικος, 2010). Επιπλέον, ιδρύοντας την *Ακαδημία*, θεωρείται ο πρώτος που έθεσε τις βάσεις για την ανάπτυξη της εκπαίδευσης του τουρισμού.

Ο τουρίστας των αρχαίων χρόνων διαφέρει κατά πολύ από τον τουρίστα του σήμερα, και δεν μπορεί ο τουρίστας να θεωρηθεί εξέλιξη του περιηγητή της αρχαίας Ελλάδας (Ανδρόνικος, 2010), διότι πλέον δεν πηγαίνει σε άλλη πόλη ή χώρα με σκοπό να συζητήσει με τους ντόπιους, να ενσωματωθεί στον τόπο και να συμμετάσχει ενεργά στα κοινά. Ταξιδεύει προκειμένου να δει κάτι, άλλες φορές ενθουσιάζεται, άλλες όχι αλλά πάντα με ένα τουριστικό ενδιαφέρον που τον ενσωματώνει στο μέρος όπου ταξιδεύει. Σύμφωνα με τον ΠΟΤ, τουρίστας είναι ο άνθρωπος που διαμένει σε έναν προορισμό για πάνω από 24ώρες για σκοπούς αναψυχής, ξεκούρασης, αθλητικούς, θρησκευτικούς ακόμα και επαγγελματικούς (www.unwto.org/)

Ο τουρισμός τα νεότερα χρόνια έχει αποκτήσει άλλη σημασία. Προέρχεται αρχικά από τη γαλλική λέξη *tour*, που σημαίνει γύρος – περιήγηση, και για πρώτη φορά η λέξη τουρίστας χρησιμοποιείται στην Αγγλία το 1800, ως *tourist* (Βενετσανοπούλου, 2006). Πώς ορίζεται λοιπόν ο τουρισμός; “Είναι η προσωρινή μετακίνηση ανθρώπων σε τουριστικούς προορισμούς για πάνω από 24 ώρες μακριά από τον τόπο κατοικίας τους, με την παράλληλη ανάπτυξη τουριστικών δραστηριοτήτων σε εγκαταστάσεις που δημιουργήθηκαν για να ικανοποιούν τις ανάγκες και τις επιθυμίες των πελατών – φιλοξενούμενων” (Ηγουμενάκης, 1998, www.unwto.org). Η ανάπτυξη αυτού του είδους τουρισμού γνώρισε μεγάλη ανάπτυξη μετά το τέλος του Β’ Παγκοσμίου πολέμου (Σιταράς & Τζένος, 2007). Στην Ελλάδα ειδικά είναι ένας από τους πιο σημαντικούς οικονομικούς κλάδους που συμβάλει σημαντικά στην αύξηση του ΑΕΠ, τόσο από την άποψη του εισερχόμενου χρήματος αλλά και της απασχόλησης στο ίδιο το κράτος και των επενδύσεων (Ξανθουλάκη, 2010). Έτσι, από τη μία έχουμε εισροή χρήματος από τους τουρίστες που επισκέπτονται διάφορα μέρη της Ελλάδος και καταναλώνουν μεγάλα ποσά στη διαμονή και τη διασκέδασή τους, και από την άλλη αυξάνονται οι θέσεις εργασίας και υπάρχει κίνηση του χρήματος.

B. Φιλοξενία

Ο θεσμός της φιλοξενίας είναι γνωστός από τα αρχαία χρόνια, καθώς οι περιηγητές έπρεπε να βρουν ένα μέρος να περάσουν τις ημέρες που βρίσκονταν στον νέο αυτό τόπο. Ο όρος φιλοξενία είναι σύνθετος και προέρχεται από τις λέξεις «φιλώ», δηλαδή αγαπώ και ξένος· αγαπώ ή περιθάλλω κάποιον ξένο. Στην αρχή η φιλοξενία ήταν ιδιωτική σε κάποιο σπίτι, διότι ο ξένος ήταν ένα πρόσωπο ξεχωριστό, σταλμένο από τους θεούς και σε κάποιες περιπτώσεις ακόμα και ιερό, διότι οι οικοδεσπότες είχαν την πεποίθηση ότι οι θεοί μεταμορφώνονταν σε θνητούς προκειμένου να εξετάσουν τους ανθρώπους και αν τηρούν τους θρησκευτικούς κανόνες και τους νόμους. Αργότερα, αυτό θα αλλάξει μορφή και θα δημιουργηθούν τα πρώτα πανδοχεία και καταλύματα για αυτούς τους σκοπούς. Για τους ντόπιους οι ξένοι ήταν η μόνη επαφή επικοινωνίας με άλλα ήθη, έθιμα και πολιτισμούς (Garland, 1998). Σύμφωνα με τον Λαλούμη, οποίος ανέλυσε τις αρχαίες πηγές, υπήρχαν τρεις φάσεις φιλοξενίας:

A. η πρώτη, η οποία είναι και πιο δύσκολη διότι μόλις είχαν ξεκινήσει ελάχιστοι άνθρωποι να ταξιδεύουν. Ήταν ένα σπάνιο φαινόμενο, γι' αυτό οι ντόπιοι αναζητούσαν την παρέα του ταξιδιώτη – επισκέπτη και να μάθουν όσο το δυνατόν περισσότερα πράγματα από αυτόν. Η φιλοξενία του ήταν ένας λόγος αντιπαλότητας των ντόπιων, ποιος θα κέρδιζε τον ξένο στο σπίτι του.

B. η δεύτερη, κατά την οποία όλο ένα και περισσότεροι άνθρωποι άρχισαν να ταξιδεύουν, οπότε το ενδιαφέρον των ντόπιων για αυτούς μειωνόταν. Οι πληροφορίες που έδιναν οι ταξιδιώτες ήταν γνωστές και το κύρος των κατοίκων δεν εξαρτιόταν από την καλή φιλοξενία. Έτσι, η πολιτεία ανέλαβε να διαμορφώσει τα πρώτα καταλύματα προκειμένου να μπορούν να διανυκτερεύσουν οι ξένοι.

Γ. η τρίτη φάση, αρχίζει να μοιάζει με τα δεδομένα της εποχής που διανύουμε. Το πλήθος τουριστών αυξάνεται, η ζήτηση για καταλύματα αυξάνεται, οπότε δημιουργούνται τα πρώτα ξενοδοχεία επί πληρωμή, με την μεσολάβηση της πολιτείας (Λαλούμης, 1998).

C. Τουριστικά καταλύματα

Από τη τρίτη φάση της φιλοξενίας ξεκινάνε να χτίζονται και να διαμορφώνονται και τα καταλύματα. Τα πρώτα είτε δημόσια, είτε ιδιωτικά ξενοδοχεία ονομάζονται *καταγώγια*, από τη λέξη «κατάγομαι», δεν είχαν αρνητική χροιά (Λαλούμης, 1998) και χτίζονταν σε κεντρικά σημεία των πόλεων, κοντά σε ναούς ή σε μέρη όπως οι Δελφοί, η Επίδαυρος και

άλλα, μέρη τα οποία φιλοξενούσαν θεάματα. Στη συνέχεια, εμφανίζονται τα πανδοχεία, στην ύπαιθρο ή σε δρόμους, για να διευκολύνουν τους ταξιδιώτες να ξεκουράζονται, τα οποία έχουν υποδομές φιλοξενίας και των ζώων των επισκεπτών (Ηγουμενάκης, 1998).

Τουριστικό κατάλυμα, ορίζεται το μέρος το οποίο προσφέρει στους πελάτες δωμάτια για διανυκτέρευση και άλλες πρόσθετες υπηρεσίες για τη διευκόλυνσή τους, όπως κάποιο χώρο εστίασης. Στις μέρες μας στην Ελλάδα έχουμε δύο μεγάλες κατηγορίες τουριστικών καταλυμάτων. Σύμφωνα με τη νομοθεσία, (υπ' αριθ. 4276/2014, που δημοσιεύτηκε στο ΦΕΚ τόμος Α 155/30.07.2014) τα κύρια ξενοδοχειακά καταλύματα διακρίνονται σε: α) ξενοδοχεία, β) οργανωμένες τουριστικές κατασκηνώσεις (camping), γ) ξενώνες φιλοξενίας νέων, δ) σύνθετα τουριστικά καταλύματα και ε) ξενοδοχεία συνιδιοκτησίας (condo hotels). Τα μη κύρια ξενοδοχειακά καταλύματα διακρίνονται σε: α) αυτοεξυπηρετούμενα καταλύματα - τουριστικές επιπλωμένες επαύλεις (βίλες), β) αυτοεξυπηρετούμενα καταλύματα - τουριστικές επιπλωμένες κατοικίες και γ) ενοικιαζόμενα επιπλωμένα δωμάτια – διαμερίσματα.

Προκειμένου να ταξινομήσουμε τα ξενοδοχειακά καταλύματα σε κατηγορίες και αστέρια, πρέπει να λάβουμε υπόψη κάποιους παράγοντες, όπως η άνεση, το μέγεθος, οι παρεχόμενες υπηρεσίες και ο λόγος λειτουργίας του. Οι κανόνες αυτοί ποικίλουν σε κάθε χώρα, και ακόμα και το διεθνές σύστημα κατηγοριοποίησης με βάση τα αστέρια μπορεί να διαφοροποιείται από χώρα σε χώρα, ή ακόμα και σε διαφορετικές πόλεις της ίδιας χώρας (Βαρβαρέσος, 2008).

D. Ξενοδοχεία City & Resorts

Σύμφωνα με τη νομοθεσία, (υπ' αριθ. 4276/2014, που δημοσιεύτηκε στο ΦΕΚ τόμος Α 155/30.07.2014) ξενοδοχείο ορίζουμε την επιχείρηση η οποία λειτουργεί εντός ή εκτός των πόλεων, προσφέροντας κατάλυμα με ή χωρίς διατροφή και λειτουργεί ως ανεξάρτητη μονάδα ή ως τμήμα μεγάλων ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, οι αποκαλούμενες αλυσίδες. Είναι δηλαδή μία επιχείρηση που νοικιάζει δωμάτια, διαμερίσματα ή ολόκληρα σπίτια, με διάφορες παρεχόμενες υπηρεσίες, όπως μέρη εστίασης, μπαρ, χώρους καλλωπισμού και άλλες συμπληρωματικές υπηρεσίες που έχουν άμεση σχέση με τις ανάγκες των πελατών (Χυτήρης, 1991). Τα ξενοδοχεία χωρίζονται σε κατηγορίες ανάλογα με το που βρίσκονται, ποιους σκοπούς αποσκοπούν και τα είδη των πελατών. Όλες οι κατηγορίες είναι εφικτό να δημιουργηθούν σε περιοχές εντός και εκτός σχεδίου πόλεως, κι έτσι τα ξενοδοχεία χωρίζονται σε city hotels και resorts. Τα city hotels βρίσκονται μέσα σε πόλεις ή οικισμούς,

σε εμπορικά κέντρα, αεροδρόμια, λιμάνια και σταθμούς τρένων ή λεωφορείων και η διαμονή σ' αυτά είναι ολιγοήμερη. Από την άλλη τα resorts, ή αλλιώς παραθεριστικά ξενοδοχεία, βρίσκονται στα προάστια των πόλεων, σε παραδοσιακούς οικισμούς ή εκτός σχεδίου πόλεων κοντά σε θάλασσα, δάσος, ή βουνό και οι παραμονή σ' αυτά διαρκεί πάνω από 3 ημέρες (Χυτήρης, 1991). Επιπλέον τα περισσότερα resorts, χαρακτηρίζονται από "εποχικότητα" λόγω του ότι λειτουργούν είτε τους καλοκαιρινούς μήνες, είτε τους χειμερινούς και άλλες ανάγκες έχουν οι τουρίστες καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου και άλλες όσοι έρχονται σε εποχικά ξενοδοχεία. Ο όρος εποχικότητα συνδέεται άμεσα με τον τουρισμό και τον όρο της αναψυχής, ως «η τάση των τουριστικών ροών, οι οποίες συγκεντρώνονται σε σχετικά σύντομες περιόδους του έτους» (Allcock, 1989). Τα resorts στην Ελλάδα, βασίζονται στη φυσική εποχικότητα, (Baum & Lundtrop, 2001) η οποία προσελκύει τουρίστες τους καλοκαιρινούς μήνες, διότι οι κλιματολογικές συνθήκες (ιδίως οι υψηλές θερμοκρασίες και ο ήλιος) ευνοούν τις διακοπές στα ελληνικά νησιά και στις παραθαλάσσιες περιοχές, ενώ από την άλλη στην Ελβετία για παράδειγμα, λόγω του χιονιού και των χειμερινών θερέτρων ευνοείται ο χειμερινός τουρισμός, εποχικός πάλι.

Ε. Κατάταξη ξενοδοχείων

Σε μία γενικότερη ανάγνωση, με βάση τα κριτήρια από το ευρωπαϊκό site της HOTREC, <https://www.hotelstars.eu/greece/criteria>, τα ξενοδοχεία μπορούν να χωριστούν σε κατηγορίες όπως παρακάτω:

Α. Ξενοδοχεία 1*

Τα χαρακτηριστικά των ξενοδοχείων με ένα αστέρι (1*) πρέπει να είναι τα εξής:

- * Δωμάτια με ντουζ ή μπανιέρα και τουαλέτα
- * Καθημερινή υπηρεσία καθαριότητας δωματίου
- * Τηλεόραση
- * Πρόσβαση internet σε κοινόχρηστους χώρους και στα δωμάτια
- * Τραπέζι και καρέκλες
- * Είδη μπάνιου, όπως σαμπουάν και αφρόλουτρο
- * Πετσέτες μπάνιου
- * Ρεσεψιόν
- * Πρωινό
- * Ποτά στο ξενοδοχείο

- * Δυνατότητα προκαταβολής

Β. Ξενοδοχεία 2*

Τα χαρακτηριστικά των ξενοδοχείων με δύο αστέρια (2*) πρέπει να είναι εκτός από όλα τα παραπάνω και τα εξής:

- * Πρωινό σε μπουφέ
- * Φως ανάγνωσης δίπλα στο κρεβάτι
- * Ράφια για τα λευκά είδη (πετσέτες)
- * Πετσέτες μπάνιου αλλά και χεριών
- * Δίγλωσσο προσωπικό
- * Σετ ραπτικής και βερνίκι παπουτσιών κατά παραγγελία

Γ. Ξενοδοχεία 3*

Τα χαρακτηριστικά των ξενοδοχείων με τρία αστέρια (3*) πρέπει να είναι εκτός από όλα τα παραπάνω και τα εξής:

- * 10 ώρες reception, αλλά διαθέσιμος άνθρωπος εξυπηρέτησης 24ώρες μέσω τηλεφώνου ή ψηφιακής πλατφόρμας
- * Υπηρεσία φύλαξης αποσκευών κατόπιν αιτήματος
- * Σαλόνι στο χώρο της reception
- * Προσφορά ποτού στο δωμάτιο
- * Τηλεφωνική συσκευή για εσωτερική και εξωτερική επικοινωνία
- * Συσκευές ψυχαγωγίας ήχου και πολυμέσων
- * Στεγνωτήρας μαλλιών
- * Καθρέφτης και σχάρα (ψαλίδι) τοποθέτησης αποσκευών
- * Υπηρεσία πλυντηρίου και σιδερώματος
- * Πρόσθετα μαξιλάρια και κουβέρτες
- * Σύστημα διαχείρισης παραπόνων
- * Δίγλωσση ιστοσελίδα

Δ. Ξενοδοχεία 4*

Τα χαρακτηριστικά των ξενοδοχείων με τέσσερα αστέρια (4*) πρέπει να είναι εκτός από όλα τα παραπάνω και τα εξής:

- * 16 ώρες reception, αλλά διαθέσιμος άνθρωπος εξυπηρέτησης 24ώρες μέσω τηλεφώνου ή ψηφιακής πλατφόρμας
- * Lobby με καθίσματα και μπαρ για κατανάλωση ποτών
- * Πρωινό σε μπουφέ αλλά και υπηρεσία πρωινού στο δωμάτιο με κάρτα μενού
- * Mini bar και ποτά μέσω room service τουλάχιστον 16 ώρες διαθέσιμα
- * Πολυθρόνα και βοηθητικό τραπεζάκι στα δωμάτια
- * Μπουρνούζι και παντόφλες (κατόπιν παραγγελίας)
- * Καθρέφτης καλλωπισμού, μεγάλη επιφάνεια αποθήκευσης στο μπάνιο και set καλλυντικών προϊόντων (σκουφάκι, λίμα νυχιών, μπατονέτες, βαμβάκι)
- * Διεθνή τηλεοπτικά κανάλια

Ε. Ξενοδοχεία 5*

Τα χαρακτηριστικά των ξενοδοχείων με πέντε αστέρια (5*) πρέπει να είναι εκτός από όλα τα παραπάνω και τα εξής:

- * 16 ώρες reception, αλλά διαθέσιμος άνθρωπος εξυπηρέτησης 24ώρες μέσω τηλεφώνου ή ψηφιακής πλατφόρμας
- * Πάρκινγκ με παρκαδόρο
- * Τμήμα concierge (guest relation)
- * Groom (υπηρεσία αποσκευών)
- * Υπηρεσία μεταφοράς (με λεωφορείο, είτε λιμουζίνα)
- * Προσωποποιημένος χαιρετισμός και υποδοχή για κάθε επισκέπτη με προσφορά στο δωμάτιο
- * Mini bar και room service 24 ώρες το 24ωρο
- * Πρόσβαση στο internet στα δωμάτια και κατόπιν αιτήματος συσκευή για πιο ισχυρό σήμα
- * Χρηματοκιβώτιο στο δωμάτιο
- * Υπηρεσία σιδερώματος με επιστροφή εντός της ώρα

- * Σετ ραπτικής και βερνίκι παπουτσιών
- * Turn down service (υπηρεσία προετοιμασίας του κρεβατιού το βράδυ)
- * Πρωινό στο δωμάτιο με κάρτα πρωινού

Στη συγκεκριμένη κατηγορία στην οποία θα εξετάσουμε παρακάτω και τα προσφερόμενα πακέτας με βάση την υπ' αριθμόν 216/ 8.1.2015 απόφαση της υπουργού τουρισμού “Καθορισμός τεχνικών και λειτουργικών προδιαγραφών και βαθμολογούμενων κριτηρίων για τα ξενοδοχεία και κατάταξη αυτών σε κατηγορίες αστερών”, η οποία δημοσιεύτηκε στο ΦΕΚ στο τεύχος Β στις 9.1.2015, και συγκεκριμένα με βάση το άρθρο 4 παρ. 3 αυτής, τα ξενοδοχεία στην Ελλάδα, παίρνουν τα αστερία με βάση τα μόρια που συγκεντρώνουν από τις προσφερόμενες υπηρεσίες τους ή και από τα ίδια τα κτίρια. Για να χαρακτηριστεί ένα ξενοδοχείο 5* πρέπει να έχει συγκεντρώσει τουλάχιστον 5500 μόρια. Μερικά επιπλέον χαρακτηριστικά θεωρούνται και τα εξής:

- * Σταθμός φόρτισης ηλεκτρικών οχημάτων
- * Βρίσκονται σε περιοχές ιδιαίτερου φυσικού κάλλους ή σε παραδοσιακούς οικισμούς
- * Το κτίριο είναι χαρακτηρισμένο ως διατηρητέο
- * Προσαύξηση των υποχρεωτικών εμβαδών των δωματίων
- * Business Center με δυνατότητα εκτύπωσης, σάρωσης και φαξ
- * Αίθουσα πολλαπλών χρήσεων
- * Κοινόχρηστες τουαλέτες
- * Σύγχρονες υπηρεσίες (δορυφορική τηλεόραση, σύνδεση των κινητών με τις τηλεοράσεις, τηλεοράσεις νέας τεχνολογίας)
- * Μαγνητικά – ηλεκτρονικά κλειδιά (κάρτες κλειδιά)
- * Μηχανή espresso, βραστήρας, υλικά για καφέ και τσάι
- * Σίδερο και σιδερώστρα στο δωμάτιο
- * Επιλογή διαφορετικών μαξιλαριών
- * Ζυγαριά, πετσέτες θαλάσσης ή πισίνας
- * Διαφορετικά μαγαζιά εστίασης, είτε μπουφέ είτε a la carte
- * Πισίνες (ενηλίκων αλλά και παιδιών)
- * Spa, κέντρα ομορφιάς, χώροι άθλησης, γήπεδα για αθλοπαιδιές
- * Ιδιωτικές πισίνες, jacuzzi

- * Ειδικές πιστοποιήσεις (Ecolabel, ISO 9001:2008, 22000:2005, HACCP, ISO εταιρικής κοινωνικής ευθύνης 26000-Social Responsibility Standard, Green Key, Ελληνικό Πρωινό κ.α)

Σύμφωνα με όλα τα παραπάνω, η συγκεκριμένη μελέτη εστιάζει στα εποχικά ξενοδοχεία ή αλλιώς resorts γιατί οι τουρίστες που επισκέπτονται τα παραπάνω καταλύματα έχουν περισσότερο χρόνο και ο λόγος της επίσκεψής τους είναι για αναψυχή και όχι για επαγγελματικούς λόγους. Έχουν την πολυτέλεια του χρόνου προκειμένου να διαλέξουν ένα από τα προσφερόμενα πακέτα και να τα αξιοποιήσουν κατάλληλα στις διακοπές τους.

Κεφάλαιο II

A. Μορφές Τουρισμού

Ο τουρισμός, όπως έχει ειπωθεί παραπάνω, είναι ένα φαινόμενο που υπάρχει από τα αρχαία χρόνια. Ξεκινώντας πρώτα από τον επαγγελματικό τουρισμό και καταλήγοντας χρόνια μετά στον τουρισμό όπως τον γνωρίζουμε σήμερα, με πλήθος διαφορετικών κινήτρων και μορφών. Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού, ανάλογα με τις ανάγκες του ατόμου και τα κίνητρά του για μετακίνηση, μπορεί να διαμορφωθεί ως εξής

- a. *Ατομικός Τουρισμός*. Απευθύνεται κυρίως σε άτομα με μεγάλη οικονομική ευχέρεια, που σκοπό τους έχουν την ξεκούραση, τη περιήγηση και την ψυχαγωγία. Χαρακτηριστικό τους είναι ότι το οργανώνουν μεμονωμένα, χωρίς τη βοήθεια κάποιου πρακτορείου.
- b. *Μαζικός Τουρισμός*. Πληθώρα ατόμων που μετακινούνται μαζικά με τα ίδια μεταφορικά μέσα, για συγκεκριμένη περίοδο, και κάνουν τις ίδιες δραστηριότητες.
- c. *Εσωτερικός Τουρισμός*. Τουρίστες που επισκέπτονται άλλες πόλεις και χωριά της ίδιας τους της χώρας.
- d. *Εποχιακός Τουρισμός*. Τουρίστες επισκέπτονται μέρη του κόσμου, συγκεκριμένες χρονικές περιόδους, όπου το κλίμα ευνοεί τον τουρισμό την εποχή αυτή.
- e. *Εναλλακτικός Τουρισμός*. Άνθρωποι που αναζητούν διαφορετικούς λόγους για την επίσκεψη σε έναν τόπου, σαν αντιστάθμισμα του μαζικού τουρισμού. Είναι ο διαφορετικός τουρισμός. Αυτός που διαφοροποιείται από κάτι συγκεκριμένο και παραδοσιακό σε κάτι μη συμβατικό (Μαντρατζή, 2016).

B. Εναλλακτικός Τουρισμός

Αρχικά, το μοντέλο που επικρατούσε στον τουρισμό της Ελλάδας ήταν αυτό των 4S (Βαρβαρέσος, 2009). Sun· η Ελλάδα διαθέτει ήλιο τους περισσότερους μήνες του χρόνου, πράγμα που ευνοεί την καλή διάθεση για διακοπές. Sand· άμμο διαθέτουν οι περισσότερες παραλίες είτε στη νησιωτική Ελλάδα, είτε στα παράλια της ηπειρωτικής. Sea· θάλασσες, οργανωμένες και μη, με καταπράσινα νερά και βραβευμένες σε παγκόσμιο επίπεδο. Sex· έρωτας, που μπορεί να ανθίσει κάτω από τις παραπάνω συνθήκες, σε συνδυασμό με το μεσογειακό ταπεραμέντο και την αυθεντικότητα των ντόπιων.

Το μοντέλο αυτό όμως, με το πέρας των χρόνων άρχισε να φθίνει και οι τουρίστες να έχουν άλλες απαιτήσεις όταν ταξιδεύουν. Λόγω των διαφοροποιημένων αναγκών και προκειμένου να σκιαγραφηθεί πιο σωστά η έννοια του τουρισμού, παρουσιάστηκε το μοντέλο των 4E. Environment and clean nature· αφοσίωση στο περιβάλλον και στις δράσεις γύρω από αυτό ή αλλιώς οικολογικός τουρισμός. Educational tourism and culture· εκπαιδευτικός τουρισμός με ιδιαίτερη έμφαση σε αρχαιολογικούς χώρους και ό,τι έχει να κάνει με την παράδοση. Event· εκδηλώσεις που μπορεί να ποικίλουν σε χαρακτήρα, όπως εκθέσεις. Entertainment and fun· τουρισμός που έχει σχέση με την ψυχαγωγία και τη διασκέδαση. Ο Εναλλακτικός τουρίστας φαίνεται είναι πιο ευαισθητοποιημένος σε θέματα περιβαλλοντικά, κοινωνικά, πολιτιστικά, οικολογικά, αθλητικά, και προκαλούν ακόμα και τις επιχειρήσεις να ενδιαφερθούν για πράγματα για τα οποία μέχρι τώρα αδιαφορούσαν στο βωμό του εύκολου χρήματος, όπως το περιβάλλον (Λαλούμης, 2015).

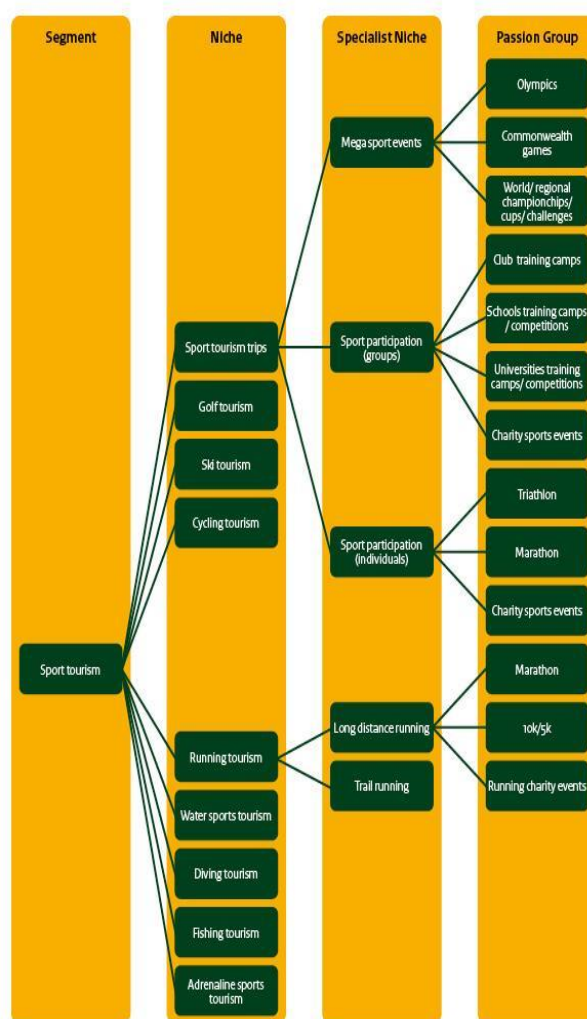
Ο εναλλακτικός τουρίστας αποφεύγει να κινείται μαζικά και προτιμά τις ολιγομελείς ομάδες επιλέγει ή να ταξιδεύει μόνος του. Προτεραιότητά του δεν είναι οι τουριστικές υποδομές και τα ξενοδοχεία, αλλά η επαφή με τη φύση, το περιβάλλον, να γνωρίσει νέες κουλτούρες και πολιτισμούς, να εξερευνήσει τον πλούτο του τόπου αλλά και να μάθει από αυτόν και τους ντόπιους (Μαντρατζή, 2016). Συνήθως, το εισόδημά του είναι παραπάνω από το μέσο εισόδημα και το δαπανά σ' αυτές τις διαφορετικές εμπειρίες, δεδομένου ότι και η εκπαίδευσή του είναι ανάλογη και διαφέρει από τον μέσο πολίτη της χώρας του.

Με το παραπάνω μοντέλο, γίνεται εύκολα αντιληπτό ότι άρχισαν να αναπτύσσονται σιγά σιγά νέες μορφές τουρισμού που διαφέρουν από τις προηγούμενες. Σ' αυτό το σημείο να παρατηρήσουμε ότι ο τουρισμός είναι ένας "ζωντανός οργανισμός", διότι εξαρτάται από τους ανθρώπους και αναπτύσσεται ή αλλάζει σύμφωνα με αυτούς. Άλλες μορφές

αναπτύσσονται πιο νωρίς, από την αρχαία εποχή και άλλες αργότερα (Ματζουράνη κ.α, 2007). Από τους προ-χριστιανικούς χρόνους, σε Ελλάδα, Μεσοποταμία, Περσία και Αίγυπτο παρατηρούμε εκτός από τον επαγγελματικό τουρισμό, τον πολιτιστικό, τον ιαματικό, τον θρησκευτικό και τον αθλητικό τουρισμό. Οι δύο αυτές τελευταίες μορφές, εμφανίστηκαν κυρίως στην Ελλάδα, και ο αθλητικός τουρισμός μπορεί να συνδεθεί άμεσα με τη μετάβαση αθλητών σε μέρη που γίνονταν αγώνες, προς τιμήν των Ολύμπιων Θεών. Μερικοί από τους αγώνες αυτούς είναι τα Πύθια, τα Ίσθμια, τα Νεμέα και το μεγάλο γεγονός κάθε τέσσερα χρόνια που σταματούσαν ακόμα και οι πόλεμοι οι Ολυμπιακοί Αγώνες.

C. Αθλητικός Τουρισμός

Αν σχεδιάσουμε ένα γράφημα για τον τουρισμό θα μπορούσε να είναι το εξής. Στην κορυφή βρίσκεται η γενική έννοια του τουρισμού. Από κάτω οι πέντε γενικές κατηγορίες του τουρισμού (ατομικός, μαζικός, εσωτερικός, εποχιακός, εναλλακτικός), και έπειτα οι επιμέρους διαφοροποιήσεις οι οποίες μπορεί να είναι ίδιες σε όλες τις παραπάνω κατηγορίες (πολιτιστικός, ιαματικός, επαγγελματικός, θρησκευτικός, αθλητικός). Τέλος κάτω από αυτές τις διαφοροποιήσεις μπορεί να υπάρχουν και άλλες υπο-κατηγορίες. Στον αθλητικό τουρισμό που μας ενδιαφέρει, ανάλογα με τα πιο στοχευμένα κίνητρα για τα οποία οι επισκέπτες κάνουν ταξίδια υπάρχουν και άλλες ομάδες (Κοκκώσης, Τσάρτας, Γκρίμπα, 2011). Ανάλογα με τα κριτήρια όπως για παράδειγμα η θάλασσα, μπορεί να έχουμε Yachting και Ιστιοπλοϊκό Τουρισμό, καταδυτικό, θαλάσσιων σπορ (Δρόσου, 2020), ενώ υπάρχουν και ο τουρισμός περιπέτειας, ο αναρριχητικός τουρισμός, ή ο τουρισμός μεγάλων αθλητικών γεγονότων. Ενδεικτική είναι η παρακάτω εικόνα που διαχωρίζει τον αθλητικό τουρισμό σε υποκατηγορίες.



Εικόνα 1
(πηγή από cbι.eu. CBI - Ministry of Foreign Affairs)

Στην Ελλάδα, ειδικά τα τελευταία δύο χρόνια λόγω της παγκόσμιας πανδημίας και του εγκλεισμού, οι άνθρωποι με μοναδικό πρόσχημα την άθληση, το τρέξιμο αλλά και το περπάτημα, ξεχύθηκαν στους δρόμους αντιλαμβανόμενοι την αξία της άθλησης σε εξωτερικούς χώρους. Αυτό συνδέεται με το εύκρατο κλίμα που ευνοεί τις αθλητικές δραστηριότητες, αλλά και τα θαλάσσια σπορ τους καλοκαιρινούς μήνες, οι οποίοι συνδέονται με διακοπές και μπορούν να θεωρηθούν “γενεσιουργός αιτία του Αθλητικού τουρισμού” (Κώστα & Υφαντίδου, 2015). Ο αθλητικός τουρισμός είναι ένα κοινωνικό και οικονομικό φαινόμενο κατά το οποίο υπάρχει αλληλεπίδραση μεταξύ αθλητών, επισκεπτών, δραστηριοτήτων αλλά και του προορισμού. Η επιλογή του προορισμού μπορεί να γίνει με βάση τις προτεινόμενες δραστηριότητες και έτσι ο τόπος να γνωρίσει άνθηση τόσο οικονομική όσο και τοπική μέσα από αυτή την εναλλακτική μορφή τουρισμού.

Τι είναι ο αθλητικός τουρίστας; Χαρακτηριστικά του είναι “η ενεργητική και παθητική ανάμειξή του σε οποιαδήποτε αθλητική δραστηριότητα, η οποία είναι πιθανόν να είναι οργανωμένη, αλλά και τυχαία” (Κώστα & Υφαντίδου, 2015). Η μετακίνηση των αρχαίων Ελλήνων για τους Ολυμπιακούς αγώνες γινόταν είτε για να παρακολουθήσουν τους αγώνες είτε για να λάβουν μέρος. Αν θέλουμε να το συγκεκριμενοποιήσουμε το παραπάνω, μπορούμε να θέσουμε και τον όρο «Αθλητικός Τουρισμός Διακοπών». Πρόκειται για τουρίστες που έχουν ενεργή συμμετοχή σε αθλητικές δραστηριότητες κατά την περίοδο των διακοπών τους, είτε σε οργανωμένες ομάδες είτε μεμονωμένα, αλλά και αυτοί που έχουν παθητική συμμετοχή σε κάποια δραστηριότητα γιατί βρέθηκαν τυχαία στο χώρο. (Κώστα & Υφαντίδου, 2015). Σ’ αυτή τη κατηγορία συναντάμε τουρίστες, οι οποίοι κατά τη διάρκεια των διακοπών τους, για λόγους αναψυχής, συμμετέχουν σε δραστηριότητες όπως η ορειβασία, η πεζοπορία, η αναρρίχηση αλλά και σε extreme sports, όπως η ελεύθερη πτώση (Παναγιαννόπουλος, 2020). Έτσι, ο τουρισμός αναψυχής και ξεκούρασης μπορεί να συνδεθεί με τις αθλητικές δραστηριότητες, οι οποίες βοηθούν στη σωματική και ψυχική ευημερία.

D. Τουρισμός Υγείας

Μία ακόμα κατηγορία εναλλακτικού τουρισμού είναι και ο ιαματικός, όπου οι τουρίστες επιθυμούν να συνδυάσουν τις διακοπές τους με κάποιες θεραπευτικές αγωγές που συνδέονται με πιθανά χρόνια προβλήματα υγείας, προκειμένου να αποκαταστήσουν τη φυσική τους κατάσταση και υγεία (Cockerell N., 1996). Ο ιαματικός τουρισμός διακρίνεται στις εξής τρεις κατηγορίες · θεραπευτικός ιαματικός τουρισμός, τουρισμός αναπήρων και τουρισμός αναζωογόνησης. (Σύνδεσμος Δήμων και Κοινοτήτων Ιαματικών πηγών Ελλάδας, 2000).

Στη συγκεκριμένη περίπτωση, μας ενδιαφέρει ο τουρισμός αναζωογόνησης, ο οποίος συνδυάζεται με τον αθλητικό τουρισμό όπως έχει ήδη γίνει αναφορά, και όπως θα αναλυθεί παρακάτω στα προτεινόμενα πακέτα. Ο τουρισμός αναζωογόνησης προσφέρεται σε κέντρα ιαματικού – θεραπευτικού τουρισμού (spa resorts), όπου σκοπός είναι η αποκατάσταση προϋπαρχουσών παθήσεων, αλλά και σε κέντρα τουρισμού υγείας (health resorts), όπου εδώ δεν υπάρχουν ιαματικές πηγές, αλλά περισσότερες θεραπείες και δραστηριότητες για την βελτίωση της ψυχικής και σωματικής υγείας (Σπαθή, 2000). Είναι μία νέα μορφή του ιαματικού τουρισμού που πολλοί τον ονομάζουν «νέο τουρισμό υγείας».

Αυτό οφείλεται περισσότερο στην ανάπτυξη ξενοδοχειακών μονάδων που πληρούν προϋποθέσεις για τη δημιουργία κέντρων ευεξίας και σπα.

Κεφάλαιο III

Τουριστικό Πακέτο

Οι πελάτες ενός ξενοδοχείου, και ιδιαίτερα των resorts, χωρίζονται σε δύο μεγάλες κατηγορίες. Από τη μία, υπάρχουν οι μεμονωμένοι πελάτες και από την άλλη αυτοί που κλείνουν μέσω πρακτορείων. Στη πρώτη κατηγορία, οι πελάτες κλείνουν μόνοι τους τη διαμονή τους, συνήθως απευθείας από την ιστοσελίδα του ξενοδοχείου είτε από ηλεκτρονικές πλατφόρμες όπως booking.com, expedia.com και έπειτα σε συνεννόηση με το τμήμα της reception ή του guest relation κανονίζουν όλα τα υπόλοιπα, όπως μεταφορά από και προς το αεροδρόμιο, πιθανές κρατήσεις εστιατορίων αλλά και λοιπές πληροφορίες δραστηριοτήτων εντός και εκτός του χώρου. Οι συγκεκριμένοι πελάτες θέλουν να έχουν τον πλήρη έλεγχο του ταξιδιού τους και να μην έχουν εξάρτηση από κάποιον tour operator, ο οποίος θα τους προγραμματίσει τις διακοπές τους. Είναι συνήθως πελάτες νεαρής ηλικίας ή με εμπειρία στα ταξίδια. Στη δεύτερη κατηγορία, οι πελάτες απευθύνονται σε ένα τουριστικό γραφείο, προκειμένου να κλείσουν τις διακοπές τους και να έχουν μία βοήθεια τόσο στην επιλογή του προορισμού αλλά και στα παρελκόμενα που είναι τα αεροπορικά εισιτήρια, η μεταφορά από και προς το αεροδρόμιο, η διατροφή αλλά ακόμα και τυχόν ασφάλειες σε περίπτωση ακύρωσης πτήσης, ή προβλήματος με το ξενοδοχείο και την συνολική παραμονή σε έναν ξένο τόπο.

Μέσω τουριστικών πρακτορείων, είναι οι πελάτες που κλείνουν πακέτα διακοπών, ή αλλιώς τουριστικά πακέτα. Σύμφωνα με το Προεδρικό Διάταγμα 7/2018 «Οργανωμένα ταξίδια-ταξιδιωτικοί διακανονισμοί (είναι μεταφορά της οδηγίας 2015/2302/ΕΕ) » ως πακέτο νοείται «ο συνδυασμός τουλάχιστον δύο διαφορετικών ειδών ταξιδιωτικών υπηρεσιών στο πλαίσιο του ίδιου ταξιδιού ή των ίδιων διακοπών εάν:

α) οι εν λόγω υπηρεσίες έχουν συνδυαστεί από έναν έμπορο, ακόμη και κατόπιν αιτήματος ή σύμφωνα με την επιλογή του ταξιδιώτη, πριν από τη σύναψη ενιαίας σύμβασης που περιλαμβάνει όλες τις εν λόγω υπηρεσίες, ή

β) ανεξάρτητα από το αν συνάπτονται χωριστές συμβάσεις με παρόχους επιμέρους ταξιδιωτικών υπηρεσιών, οι υπηρεσίες αυτές:

αα) αγοράζονται από ένα μόνο σημείο πώλησης και έχουν επιλεγεί πριν ο ταξιδιώτης συμφωνήσει να πληρώσει, ή

ββ) προσφέρονται, πωλούνται ή χρεώνονται σε τιμή όπου συνυπολογίζονται όλες οι εν λόγω υπηρεσίες ή σε μία συνολική τιμή,

γγ) διαφημίζονται ή πωλούνται με τον όρο «πακέτο» ή με παρεμφερή όρο, ή

δδ) συνδυάζονται μετά τη σύναψη σύμβασης με την οποία ένας έμπορος προσφέρει το δικαίωμα στον ταξιδιώτη να επιλέξει μεταξύ διαφόρων τύπων ταξιδιωτικών υπηρεσιών, ή

εε) αγοράζονται από χωριστούς εμπόρους μέσω συνδεδεμένων διαδικτυακών διαδικασιών κράτησης όπου το όνομα, τα στοιχεία πληρωμών και η διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου διαβιβάζονται από τον έμπορο, με τον οποίο συνάπτεται η πρώτη σύμβαση, σε άλλον έμπορο ή εμπόρους και η σύμβαση με τον τελευταίο έμπορο ή εμπόρους συνάπτεται το αργότερο 24 ώρες μετά την επιβεβαίωση κράτησης της πρώτης ταξιδιωτικής υπηρεσίας». Πιο συγκεκριμένα, ένα πακέτο μπορεί να περιλαμβάνει τα εισιτήρια μεταφοράς προς τον προορισμό και από, τη διαμονή, τη μεταφορά από και προς το αεροδρόμιο και τη διατροφή. Μπορεί να περιλαμβάνει επιπλέον παροχές – τουριστικές υπηρεσίες, οι οποίες είναι προαιρετικές όπως εκδρομές, προσφορές σε σπα, ακόμα και εκπτώσεις στα υποκαταστήματα του ξενοδοχείου. Το τουριστικό πακέτο, σύμφωνα με τον ορισμό του Andre Perrault, είναι ένα “ταξίδι με κύρια επιδίωξη τις διακοπές” (Βαρβαρέσος, 2000).

Στην ουσία το τουριστικό πακέτο, δίνει ένα πλήρες πρόγραμμα διακοπών στα άτομα προκειμένου να απαλλαγούν από όλες τις προετοιμασίες του ταξιδιού και να ελαχιστοποιηθούν οι δυσάρεστες εκπλήξεις, όπως για παράδειγμα η μη ασφαλής μεταφορά από το αεροδρόμιο με κάποια άγνωστη εταιρεία που έκλεισε ο ταξιδιώτης μέσω διαδικτύου ή με κάποιον που βρήκε έξω από το αεροδρόμιο.

Οφείλει να αποτελείται τουλάχιστον από δύο τουριστικές υπηρεσίες μεταξύ των οποίων η μεταφορά η διαμονή και τυχόν άλλες επιπρόσθετες υπηρεσίες (όπως για παράδειγμα ενοικίαση μεταφορικών μέσων, παροχή καταλύματος, αλλά και τυχόν άλλες υπηρεσίες, ακόμα και ενοικιάσεις αυτοκινήτων). Να είναι πλήρες οργανωμένο και να έχει σταθερή τιμή.

Όσον αφορά την τιμή, καθορίζεται από πολλούς παράγοντες όπως ο τύπος του εισιτηρίου (business ή economic), η ποιότητα του ξενοδοχείου και τα αστέρια, αν η μεταφορά γίνει με ιδιωτικό αυτοκίνητο ή σε λεωφορείο καθώς και αν η διατροφή περιέχει μόνο πρωινό, ημι-διατροφή ή και τα τρία γεύματα της ημέρας. Στο συνολικό κόστος υπολογίζεται και 7-10% το κέρδος του τουριστικού πρακτορείου.

Οι υπηρεσίες που θα αναλυθούν παρακάτω θα αποτελούν μέρος ενός συνολικού πακέτου, ως κίνητρο δηλαδή για την αγορά ενός τουριστικού πακέτου που θα περιλαμβάνει ήδη τα παραπάνω στοιχεία. Η τιμή με τις επιπλέον υπηρεσίες δε θα διαφοροποιείται διότι θα παρέχονται σαν επιπλέον προσφορές, αλλά θα είναι υποχρεωτική η ενημέρωση του ξενοδοχείου σε περίπτωση που οι ταξιδιώτες το επιλέξουν, προκειμένου να γνωρίζουν τους συμμετέχοντες και να γίνει σωστή προετοιμασία των δωματίων, των ημερήσιων γευμάτων αλλά και των αθλητικών δραστηριοτήτων.

Εν κατακλείδι, το πακέτο θα περιλαμβάνει:

- * Αεροπορικά εισιτήρια
- * Μεταφορά από και προς το αεροδρόμιο
- * Διαμονή και διαμόρφωση του δωματίου ανάλογα με το πακέτο που θα επιλέξουν
- * Διατροφή και διαμόρφωση του ημερήσιου διαιτολογίου ανάλογα με το πακέτο
- * Τρία διαφορετικά προγράμματα άθλησης
- * Υπηρεσίες Spa

Μέρος Δεύτερο

Το δεύτερο μέρος της παρούσας μεταπτυχιακής διατριβής είναι μία πρωτογενής ιδέα που προσπαθεί να προωθήσει την ευεξία και τη καλή ζωή, ακόμα και στους τουρίστες, οι οποίοι κατά τη διάρκεια των διακοπών τους σε πολυτελή τουριστικά θέρετρα θα μπορούν να επιλέξουν πιο ενισχυμένες παροχές. Θα παρουσιαστούν τρία διαφορετικά πακέτα που θα περιέχουν πληροφορίες για διαφορετικά είδη γυμναστικής ανάλογα με τα ενδιαφέροντα των τουριστών, τα οποία θα συνδυάζονται με διατροφή και θεραπείες σπα, ακόμα και με παροχές των δωματίων. Τέλος, υπάρχει ένα κεφάλαιο που ασχολείται με το αγοραστικό κοινό, τα ενδιαφέροντα των Ευρωπαίων και σε ποιες χώρες μπορεί να γίνει προώθηση των πακέτων.

Κεφάλαιο IV

Πακέτο A – Spiritual

i. *Ενότητα Γυμναστική*



Εικόνα 2

(πηγή: thesunsetyoga.com)

Η πρώτη κατηγορία, αυτή που ονομάζουμε Fitness, είναι ένας συνδυασμός πνεύματος και σώματος ή αλλιώς body and mind. Οι άνθρωποι της κατηγορίας αυτής, έχουν ως πρωταρχικό λόγο της ενασχόλησής τους με προγράμματα όπως yoga και pilates, την ηρεμία και γαλήνη της ψυχής μέσω της εκγύμνασης. Οι γρήγοροι ρυθμοί ζωής, οι αυξημένες επαγγελματικές και οικογενειακές υποχρεώσεις, οι πιεστικές κοινωνικές και οικονομικές συνθήκες οδηγούν στη σωματική και συναισθηματική κόπωση, καθώς και στη διάσπαση του νου. Επίσης, στη yoga καταφεύγουν και άνθρωποι που η δουλειά τους είναι καθιστική σε ένα γραφείο για πάνω από 8 ώρες, πράγμα που επιφέρει πολλές αρνητικές επιπτώσεις στον οργανισμό (Μάντζαρη, 2009). Όλα τα παραπάνω είναι μερικοί από τους λόγους που

οι άνθρωποι στρέφονται σ' αυτό το είδος εκγύμνασης, και οι ανάγκες τους είναι η σωματική και συναισθηματική υγεία (Jones, 1998).

Ξεκινώντας από τη yoga, σύμφωνα με ποικίλες φιλοσοφίες αλλά με τον ίδιο κεντρικό άξονα και με δεδομένο ότι υπάρχουν διάφορες σχολές - ο οργανισμός χαλαρώνει μέσω των ασκήσεων, των αναπνοών και του διαλογισμού και απώτερος σκοπός είναι να φτάσει στη πλήρη πνευματική ανάπτυξη ή αλλιώς στην *«μυστική ένωσή του με το απόλυτο Εν»* (Γιαννουλάτος, 2016). Δημιουργείται δηλαδή η αίσθηση της σύνδεσης του ατόμου με όσα υπάρχουν στο σύμπαν (Bell, 2001), μέχρι να φτάσει στο επίπεδο να ζει μέσα από το Θεϊκό φως (Compagnito & Martinelli, 2006).

Η yoga αποτελείται από ένα φιλοσοφικό σύστημα για τη ζωή και την εναρμόνιση του σώματος μέσω των ασκήσεων, έχει την έννοια της «ασκητικής τεχνικής με κάθε μέθοδο διαλογισμού» (Eliade, 1958). Απευθύνεται σε όλους τους τύπους ανθρώπου, με διαφορετικό σωματότυπο και ηλικία και δεν απαιτεί να έχει συγκεκριμένα καλή φυσική κατάσταση ο γιόγκι (Hurtado, 2008).

Στην περίπτωση αυτή ο γιόγκι, ακόμα και στις διακοπές του, αναζητά αυτό τον τρόπο ζωής. Αναζητά την ηρεμία και τη χαλάρωση που μπορεί να του προσφέρει ένας προορισμός σε συνδυασμό με τις ασκήσεις γιόγκα και τον διαλογισμό που μπορεί να έχει, γνωρίζοντας άλλες αύρες και ενεργειακές συνδέσεις του σώματός του με το σύμπαν από διαφορετικά μέρη του κόσμου. Ο γιόγκι ή ο άνθρωπος που θα κλείνει αυτό το πακέτο, επιζητά μέσα από τις διακοπές του την αποκόλλησή του από την καθημερινότητα που του προκαλεί σύγχυση και στρες και προσδοκά μέσα από τη χαλαρότητα που οι διακοπές του δίνουν, να αυξήσει την ευεξία του σώματος, να μπορεί να κοιμηθεί πιο ήρεμα, διότι ο διαλογισμός και συγκεκριμένες ασκήσεις μπορούν να τον βοηθήσουν, να μειώσει το αίσθημα της κούρασης και τους στρες. Σε γενικές γραμμές να αποφορτιστεί από την αρνητική ενέργεια της καθημερινότητας και των υποχρεώσεων και να γεμίσει τις μπαταρίες του με θετικές σκέψεις, αλλά και μέσα από τις αναπνοές να διατηρήσει τη συναισθηματική του ισορροπία (Jones, 1998).

Από την άλλη βέβαια, το συγκεκριμένο πακέτο είναι ωφέλιμο και για ανθρώπους που δεν γνωρίζουν αυτό τον τρόπο ζωής διότι είναι μία καλή ευκαιρία να τον γνωρίσουν. ***New habit from Hotel to Home.*** Τέτοια πακέτα ως επί το πλείστο παρέχονται σε ξενοδοχεία 5*, οπότε οι άνθρωποι που επιλέγουν τέτοια ξενοδοχεία αναζητούν την ηρεμία και τη

χαλάρωση μέσω των υπηρεσιών των εκάστοτε ξενοδοχείων. Είναι άτομα με πολλές καθημερινές υποχρεώσεις και στρες, που διαλέγουν πολυτελή ξενοδοχεία για τις διακοπές τους που θα έχουν όλες τις παροχές μέσα, όπως διαφορετικά εστιατόρια, μπαρ, χώρους αναψυχής, σπα, πισίνα και παραλία, προκειμένου να μην χρειάζονται μεταφορικά μέσα για να μετακινούνται και να ηρεμούν μέσα σ' αυτά. Τους δίνεται η ευκαιρία μέσα από τη σωστή στάση του σώματος, τις ανάσες, τις κινήσεις και τον διαλογισμό (Jones, 1998) να πετύχουν την επαναφόρτιση της ενέργειάς τους και να οικειοποιηθούν έναν τρόπο ζωής που θα τους βοηθάει στη καθημερινότητά τους.

Εν συνεχεία, στην ίδια κατηγορία εκγύμνασης που συνδυάζεται το σώμα και το μυαλό είναι η μέθοδος Pilates. Δεν είναι τόσο αρχαία πρακτική όπως η yoga, αλλά είναι μία τεχνική που δημιουργήθηκε από τον Joseph Pilates το 1900, για την αποκατάσταση τραυματισμών, μέθοδος με την οποία εναρμονίζεται και εκπαιδεύεται το μυαλό και το σώμα με απώτερο σκοπό την επίτευξη της υγείας του ατόμου (Isacowitz, 2014). Η φιλοσοφία της μεθόδου αυτής είναι η εναρμόνιση του σώματος, του μυαλού και του πνεύματος με στόχο την ευεξία (Pilates, 1945).

Στο σημείο αυτό, αξίζει να αναφερθεί ότι όπως και η yoga έτσι και οι pilates είναι μέθοδοι εκγύμνασης που δεν απαιτείται από το άτομο να έχει καλή φυσική κατάσταση, συγκεκριμένη ηλικία, φύλο ή σωματότυπο (Isacowitz, 2014). Αυτό οφείλεται στη συγκεκριμένη περίπτωση, στο γεγονός ότι ξεκίνησε η μέθοδος αυτή για την αποκατάσταση τραυματισμών στρατιωτών του 1^{ου} παγκοσμίου πολέμου, έπειτα χορευτών όταν ο Πιλάτες, έφτιαξε το πρώτο του στούντιο στη Νέα Υόρκη, και έχει φτάσει στις μέρες μας να είναι μία μέθοδος που χαρίζει ευεξία και βελτιώνει την καθημερινότητα των ασκούμενων (Isacowitz, 2014), καθώς διασφαλίζει και τη συνολική τους υγεία.

Η μέθοδος pilates, με βάση τον δημιουργό της, έχει έξι βασικές αρχές: τον έλεγχο της αναπνοής, την αυτοσυγκέντρωση, το κέντρο, τον έλεγχο του σώματος, την ακρίβεια στη στάση του σώματος και την ροή των κινήσεων μέσω της ενέργειας. Το σώμα είναι σαν μία ολότητα που τα άκρα και ο κορμός συνδέονται άκρατα με όλες τις μυϊκές μονάδες (Gagnon, 2005), με σκοπό την ενδυνάμωση όλων. Σύμφωνα με όλα τα παραπάνω, η μέθοδος αυτή προσφέρει μία γενικευμένη ευημερία στο άτομο, αφού είναι μία ήπια μορφή άσκησης και σε συνδυασμό με βαθιές και σωστές αναπνοές, και την ευθυγράμμιση του σώματος, ανακουφίζει τους πόνους του σώματος και προσφέρει ηρεμία στο πνεύμα. Είναι ιδιαίτερα βοηθητική μέθοδος σε άτομα με προβλήματα άγχους καθώς και κακών ψυχολογικών

επιπτώσεων όπως κατάθλιψη, η οποία μπορεί να προκληθεί από πολλούς παράγοντες, είτε από κάποια αναπηρία είτε από την ένταση της καθημερινότητας και τα προβλήματά της.

Και οι δύο αυτοί τρόποι εκγύμνασης, απευθύνονται σε όλες τις ηλικίες, σε όλα τα φύλα και σε κάθε είδους σωματότυπο, εφόσον είναι ήπιας έντασης γυμναστική. Απευθύνονται σε άτομα τα οποία έχουν ως σκοπό των διακοπών τους, την χαλάρωση, την ηρεμία, τη μείωση του στρες και την παραγωγή ενδορφινών, οι οποίες μετά από κάθε είδος γυμναστικής εκρήγνυνται και προσφέρουν το αίσθημα της ευχαρίστησης και της χαράς στα άτομα. Η χαλάρωση αυτή βέβαια είναι συνδεδεμένη με την αναζωογόνηση, την ευεξία και τη διαύγεια (Bell, 2001), άρα αλληλένδετη με την έννοια των διακοπών. Έτσι, χαλαρώνοντας το νου, το σώμα και τα συναισθήματα φτάνουν τα άτομα σε μία εσωτερική ηρεμία (Brown, 2006).

ii. *Ενότητα Φαγητό*

Οι άνθρωποι, οι οποίοι ασχολούνται με μεθόδους εκγύμνασης όπως yoga και pilates, έχουν μία ιδιαίτερη σύνδεση με τη φύση και τα προϊόντα της. Η ψυχή τους είναι εναρμονισμένη μ' αυτή και προσπαθούν να τη χρησιμοποιούν όσο το δυνατόν πιο κοντά στην αρχική της μορφή.

Όσον αφορά τις διατροφικές τους συνήθειες, οι περισσότεροι από αυτούς είναι χορτοφάγοι. Υπάρχει μία διάκριση σε αυτούς που τρώνε μόνο λαχανικά, σπόρους, καρπούς και φρούτα και σ' αυτούς που τρώνε επίσης τα παράγωγα των ζώων, όπως γαλακτοκομικά και αυγά. Οι χορτοφάγοι πιστεύουν πως η διατροφή αυτή είναι υψηλής ποιότητας, πιο υγιεινή και τους προσφέρει καλύτερη ποιότητα ζωής. (Rosen, 2011). Σύμφωνα με την American Dietetic Association, η χορτοφαγική διατροφή μειώνει τον κίνδυνο να αναπτύξουν οι άνθρωποι καρδιακά προβλήματα, διαβήτη, καρκίνο στο στήθος και υπέρταση. Εκτός από αυτά, οι γιόγκι αγαπούν τα ζάχαρη, διότι τους «υπόσχεται ένα γλυκό και υψηλό επίπεδο ευδαιμονίας» (Rosen, 2011).

Οι άνθρωποι αυτής της ιδεολογίας δεν τρώνε κρέας διότι πιστεύουν πως τα ζώα προορίζονται μόνο για θυσίες, για συγκεκριμένους σκοπούς και όχι για να ταΐσουν εμάς. Θεωρούν τους ανθρώπους που σκοτώνουν τα ζώα δολοφόνους και ότι θα υποφέρουν για αυτή τη πράξη τους όταν πεθάνουν, αλλά και όταν ξαναγεννηθούν. Εφόσον θέλουν την ύψιστη σύνδεση με το σύμπαν, τις δυνάμεις καθώς και ό,τι θεϊκό υπάρχει, δεν μπορούν να

ζουν έχοντας στο μυαλό τους ότι έχουν σκοτώσει μία ψυχή πάνω σ' αυτή τη γη (Rosen, 2011).

Τα εστιατόρια στα ξενοδοχεία 5* αστερών χωρίζονται ενδεικτικά σε τρεις κατηγορίες.

- Buffet
- A la carte
- Set Menu

Αυτή η διάκριση είναι κυρίως για το δείπνο, αφού τα περισσότερα meal plan, που παρέχονται είναι είτε μόνο πρωινό, είτε ημιδιατροφή, δηλαδή πρωινό και ένα ακόμα γεύμα που συνήθως είναι το βραδινό. Το πρωινό σερβίρεται σε μπουφέ.

Πρωινό. Στον πρωινό μπουφέ, θα προσφέρεται ένα corner που θα περιέχει προϊόντα κατάλληλα για χορτοφαγική διατροφή. Στην Ελλάδα η μεσογειακή διατροφή, ειδικά το καλοκαίρι, υποστηρίζει πολύ αυτού του είδους τις συνήθειες διότι είναι μία χώρα γεμάτη φρέσκα φρούτα και λαχανικά, τα οποία μπορούν να καταναλωθούν και ωμά. Αρχικά θα υπάρχει πληθώρα τέτοιων προϊόντων, ειδικά αυτών που είναι εποχής. Φρέσκα λαχανικά και παρθένο ελαιόλαδο που θα προωθεί και την ελληνική κληρονομιά. Επιπλέον, θα υπάρχουν φρούτα και άφθονο ελληνικό μέλι διαφόρων ποικιλιών, καθώς και γι' αυτούς που δεν τρώνε καθόλου παράγωγα ζώων, μέλι σφενδάμου.

Στην Ελλάδα και ιδιαίτερα σε ξενοδοχεία πολυτελείας, υπάρχουν πολλά διαφορετικά είδη ψωμιών, τα οποία μπορεί να έχουν λίγα υλικά όπως νερό, αλάτι, αλεύρι καθώς και σπόρους ή διαφορετικά άλευρα. Το αλεύρι είναι εξαιρετικό στοιχείο της διατροφής μας διότι περιέχει γλουτένη, που βοηθάει στην ανάπτυξη και την συντήρηση του μυϊκού μας ιστού· άμυλο, το οποίο δίνει ενέργεια στον οργανισμό· κυτταρίνη, η οποία είναι απαραίτητη για την καλή πέψη και λειτουργία του εντέρου· φυτικές ίνες, που κρατούν χαμηλά τα επίπεδα χοληστερόλης και τριγλυκεριδίων· βιταμίνες του συμπλέγματος Β, που είναι υπεύθυνες για την καλή κατάσταση του πεπτικού και νευρικού συστήματος, καθώς και του δέρματος (Μποσδίκος, 2005).

Εν συνεχεία, θα υπάρχουν ωμοί ξηροί καρποί καθώς και αλείμματα ξηρών καρπών που τα τελευταία χρόνια είναι αρκετά διαδεδομένα και πρόκειται να σημειωθεί αύξηση της τάσης του 3,5% για το χρονικό διάστημα 2021-2026 (Mordor Intelligence 2020). Επιπλέον, λόγω της παγκόσμιας πανδημίας του Covid-19, οι καταναλωτές είναι πιο

συνειδητοποιημένοι και καταφεύγουν σε πιο αγνά προϊόντα προκειμένου να έχουν στη καθημερινότητά τους υψηλής διατροφικής αξίας τρόφιμα, τα οποία δεν είναι γεμάτα συντηρητικά και κορεσμένα λιπαρά. Αντιθέτως, έχουν καλά λίπη π.χ. πεκάν 70%, μακαντάμια 66%, καρύδια Βραζιλίας 65%, καρύδια 60%, αμύγδαλα 55% και φυστίκι 55%, (Blomhoff etc, 2006) πρωτεΐνη και λίγα έχουν άμυλο και αντιοξειδωτικά (Halvorsen et al. 2002). Οι ξηροί καρποί θεωρούνται πλέον κύριο συστατικό για πολλές διατροφές παγκοσμίως (Haddad et al. 1999). Πολλές εταιρείες ειδικά μικρές επιχειρήσεις στην Ελλάδα, έχουν επενδύσει πάνω σε αλείμματα ξηρών καρπών και οι επιλογές ποικίλουν.

Υπάρχουν βούτυρα όπως φυσιτικοβούτυρο, αμυγδαλοβούτυρο, φουντουκοβούτυρο, ταχίνι, αλλά και συνδυασμός αυτών όπως για παράδειγμα μία ελληνική start up εταιρεία στην Αθήνα προωθεί ταχίνι με καρύδα, ταχίνι με λιναρόσπορο, φουντουκοβούτυρο με κακάο και χουρμά ή αλλιώς μια υγιή παραλλαγή της μερέντας χωρίς ζάχαρη και συντηρητικά, ταχίνι – αμυγδαλοβούτυρο – φυσιτικοβούτυρο. Μαζί με τα αλείμματα, θα υπάρχουν και μαρμελάδες διαφόρων φρούτων.

Τέλος, από ένα πρωινό δεν μπορεί να λείπει το γάλα. Εκτός από αγελαδινά και πρόβεια γάλατα είναι ευρέως διαδεδομένα και άλλου είδους γάλατα, όπως το γάλα αμυγδάλου, καρύδας και σόγιας. Προϊόντα που μπορούν να καταναλωθούν από χορτοφάγους και το κάθε ένα έχει δικά του θετικά στοιχεία, όπως για παράδειγμα το γάλα αμυγδάλου που δεν περιέχει χοληστερόλη και βοηθά στη διατήρηση του σωματικού βάρους, (Al Tamimi, 2016)· το γάλα καρύδας περιέχει θρεπτικά στοιχεία που βοηθούν στην καλή λειτουργία του αίματος και τη μείωση της αρτηριακής πίεσης (Axe, 2015)· ενώ το γάλα σόγιας περιέχει περισσότερο σίδηρο και λιγότερα λιπαρά οξέα σε σχέση με το αγελαδινό γάλα (Hajirostamloo, 2009). Σε συνδυασμό με δημητριακά κανονικά ή και ολικής άλεσης τα οποία χαρίζουν πολλή ενέργεια και συμπεριλαμβάνουν πολυακόρεστα λιπαρά, ω3, και είναι εξαιρετική πηγή υδατανθράκων και πρωτεϊνών. (Sarwar1 etc, 2015)

Βραδινό. Στα ξενοδοχεία το βραδινό σέρβις χωρίζεται σε 3 υποκατηγορίες, όπως έχει αναφερθεί και παραπάνω. Στη περίπτωση του μπουφέ εκτός από τα φρούτα και λαχανικά που θα υπάρχουν, είτε ωμά είτε μαγειρεμένα με διάφορους τρόπους, οι ποικιλίες των μαγειρευτών φαγητών θα είναι πλούσιες.

Αρχικά, τα ζυμαρικά είναι μία τεράστια γκάμα προϊόντων που μπορούν να σερβιριστούν με διάφορους τρόπους. Μακαρόνια, κριθαράκι, ρύζι, noodles. Είτε με

λαχανικά, πολλά μπαχαρικά, συνδυασμός με μανιτάρια αντί κάποιου κρέατος ή με σόγια, προϊόν ευρέως διαδεδομένο στους χορτοφάγους. Άλλες επιλογές σαν ορεκτικά μπορούν να είναι κολοκυθοκεφτέδες, τοματοκεφτέδες, ρεβυθοκεφτέδες αλλά και πολλές σούπες λαχανικών.

iii. Ενότητα Spa

Είναι γεγονός ότι οι διάφορες θεραπείες μασάζ, πριν από κάποιο αθλητικό γεγονός στοχεύουν στην προετοιμασία του αθλητή για την καλύτερη απόδοσή του αλλά και για τη μείωση τραυματισμών (Braverman D and Schulman R, 1999). Το ίδιο ισχύει και για την αποθεραπεία, διότι με το μασάζ γίνεται καλύτερη κυκλοφορία του αίματος, μειώνονται οι καρδιακοί παλμοί διεγείρονται οι νευρικές απολήξεις, μειώνεται ο μυϊκός πόνος και επαναδομούνται οι τραυματισμένοι ιστοί από την προπόνηση που έχει προηγηθεί.

Μία από τις θεραπείες που ενδείκνυται για τους ανθρώπους αυτής της κατηγορίας είναι το “hot stone massage”, το οποίο ανακουφίζει, χαλαρώνει και τονώνει το μυϊκό σύστημα ολόκληρου του σώματος (Νικολάου, 2009) Είναι μυοχαλαρωτικό μασάζ, με ζεστές ηφαιστειακές πέτρες που διατηρούν τη θερμότητα, εφόσον έχουν ζεσταθεί σε ζεστό νερό. Η θερμότητα βοηθά να μαλακώσουν οι μύες και μέσω της χαλάρωσης απελευθερώνεται η ένταση. Λειτουργεί ανακουφιστικά για τον θεραπευόμενο.



Εικόνα 3

(πηγή: coastadayspa.com)

Μία ακόμα θεραπεία που μπορεί να αποτελέσει μέρος του πακέτου είναι αυτή της “σοκολατοθεραπείας”. Εκτός από τους αντιοξειδωτικούς παράγοντες που επιδρούν θετικά στην επιδερμίδα, η σοκολάτα επιδρά θετικά και στον εσωτερικό ψυχικό κόσμο του ατόμου,

διότι καταπολεμά το στρες και το άγχος. Έχει ευεργετικές ιδιότητες διότι ενυδατώνει το κορμί, και ηρεμεί τον άτομο, αφήνοντας μία μοναδική αίσθηση χαλάρωσης και ξεκούρασης του μυαλού. Τέλος, η σοκολατοθεραπεία έχει αντικαταθλιπτικές ιδιότητες.

Πακέτο Β – Healthy

i. Ενότητα Γυμναστική



Εικόνα 4
(πηγή: personal album – outdoor workout in Lemnos)

Η γυμναστική στο πακέτο αυτό είναι υποκατηγορία του strength and conditioning, την οποία ονομάζουμε cardiovascular respiratory endurance, η αλλιώς καρδιαγγειακή και αναπνευστική αντοχή. Είναι ένα επίπεδο πιο πάνω σε ένταση από την πρώτη κατηγορία, μέτριας έντασης γυμναστική. Είναι οι άνθρωποι που ασχολούνται με τη γυμναστική, προκειμένου να διατηρήσουν την αντοχή τους και να μειώσουν το λίπος. Συνήθως οι άνθρωποι που θα επιλέγουν αυτό το πακέτο έχουν ήδη επαφή με τη γυμναστική ή αν είναι αρχάριοι θα θέλουν ένα πιο δυναμικό πρόγραμμα προκειμένου να εκτονωθούν.

Οι προπονήσεις ή αλλιώς τα προγράμματα που θα υπάρχουν σ' αυτή τη κατηγορία έχουν σχέση με την αερόβια άσκηση και με ασκήσεις μόνο με το βάρος του σώματος, σε συνδυασμό με ένα σταθερό επίπεδο σφυγμών. Αερόβια άσκηση θεωρείται η άσκηση κατά την οποία πολλές μυϊκές ομάδες του σώματος κινούνται ρυθμικά και επαναλαμβανόμενα προκαλώντας ταυτόχρονα αύξηση πρόσληψης του οξυγόνου και κατά συνέπεια των καρδιακών χτύπων με αποτέλεσμα την ταχύτερη καύση θερμίδων (Achten J and Jeukendrup AE, 2004). Με την αερόβια άσκηση, αυτό που πρέπει να επιτυγχάνεται είναι ο ανώτατος

όγκος οξυγόνου που καταναλώνεται από τα κύτταρα κατά την μεγαλύτερη προσπάθεια του ατόμου με βάση τον χρόνο· αυτό αλλιώς ονομάζεται *μέγιστη πρόσληψη οξυγόνου* και εν συντομία το γράφουμε $\text{VO}_2 \text{ max}$ (Μεταξάς Θ, 2008).

Σύμφωνα με μελέτες η πρόσληψη $\text{VO}_2 \text{ max}$, έχει πολλές θετικές επιδράσεις στον οργανισμό των ασκούμενων. Αρχικά, το αναπνευστικό σύστημα προσλαμβάνει μεγάλες ποσότητες αίματος με αποτέλεσμα αυτό να διοχετεύεται στο αίμα και να υπάρχει καλύτερη κυκλοφορία. Με την πρόσληψη επαρκούς οξυγόνου, η καρδιά διοχετεύεται με μεγάλες ποσότητες αίματος, ενώ οι μύες συμμετέχουν ενεργά στην μεταφορά ενέργειας.

Με την αερόβια άσκηση, τα άτομα επιδιώκουν να αναπτύξουν τις αντοχές τους αλλά και επιτυγχάνεται η μεγαλύτερη σε ποσοστό καύση λίπους (Achten J and Jeukendrup AE, 2004). Είναι κοινά αποδεκτό ότι η αερόβια άσκηση βοηθά ακόμα περισσότερο κάποιες συγκεκριμένες κατηγορίες ανθρώπων όπως τους παχύσαρκους, οι οποίοι μπορεί να εμφανίσουν υπέρταση λόγω αύξησης τους βάρους ασχέτως ηλικίας (Ben-Dov I et al., 2000)· άτομα μεγάλης ηλικίας, τα οποία εμφανίζουν μυοσκελετικά προβλήματα· βοηθά στη πρόσληψη ασθενειών όπως εγκεφαλικά επεισόδια, ακόμα και τη γεροντική άνοια ή τη μείωση πιθανοτήτων όγκου στον εγκέφαλο που μπορεί να συμβεί σε μεγαλύτερες ηλικίες τόσο σε δομικές, αλλά και σε γνωστικές περιοχές του εγκεφάλου (Colcombe J et al., 2006)· άτομα με δυσλειτουργίες του κυκλοφορικού και του αναπνευστικού συστήματος, στα οποία η πρόσληψη οξυγόνου δεν είναι επαρκής και οι σκελετικοί μύες δεν μπορούν να αξιοποιήσουν σωστά το λιγοστό οξυγόνο, με αποτέλεσμα να δυσχεραίνεται η σωστή λειτουργία των συστημάτων αυτών (Raven PB et al., 1998).

Η αερόβια άσκηση έχει πολλές θετικές πτυχές τις οποίες πολλοί άνθρωποι κατά τη διάρκεια των διακοπών τους δε θέλουν να παραμελήσουν αλλά να τις χρησιμοποιήσουν συνδυαστικά. Όπως ήδη έχει αναφερθεί, πολλά είναι τα οφέλη στον οργανισμό των ασκούμενων με το είδος αυτό της εκγύμνασης. Συμβάλλει στην σωστή διαχείριση του σωματικού βάρους (Banz WJ et al., 2003), στην πρόσληψη καρδιοαναπνευστικών δυσλειτουργιών, στη σωστή στάση του σώματος αλλά και σε μυοσκελετικά προβλήματα.

Το πιο σημαντικό, όμως, στη περίπτωση των διακοπών είναι η ψυχολογία των ατόμων. Διότι ο τουρίστας πηγαίνει σε ένα ξένο μέρος προκειμένου να χαλαρώσει, να ξεφύγει από την καθημερινότητα και να απολαύσει λίγες μέρες ξεγνοιασιάς. Η συνεισφορά αυτού του είδους γυμναστικής είναι μεγάλη και αφορά όλες τις ηλικίες, τα φύλα και τη φυσική τους κατάσταση. Μεγάλο πλήθος ανθρώπων χρησιμοποιούν τέτοιου είδους

γυμναστική, ήπιας έντασης προκειμένου να αποφορτιστούν από το καθημερινό άγχος και στρες που προκαλείται από τους έντονους ρυθμούς της καθημερινότητας. Η αύξηση θερμοκρασίας του σώματος μετά την άσκηση και η καλή αιμάτωση του εγκεφάλου προκαλούν αύξηση της αδρεναλίνης και αποβολή του άγχους (Guszkowska M, 2004).

Επιπλέον, έστω και μετά από μισή ώρα άσκησης ο οργανισμός απελευθερώνει ενδορφίνη και ενεργοποιείται το σύμπλεγμα των μονοαμινών, ορμονών που επηρεάζουν θετικά τη ψυχολογία των ατόμων (Sarsan A et al., 2006). Άρα, το αίσθημα της χαράς και της ευεξίας μπορεί να επιδρά θετικά κατά τη διάρκεια των διακοπών των ατόμων κάτι το οποία επιδιώκουμε με την λειτουργία αυτών των πακέτων. Επίσης, άτομα που έχουν κακή ψυχολογική κατάσταση, χρόνιες παθήσεις ή των τελευταίων ετών διότι πολλοί έχουν επηρεαστεί από τη παγκόσμια πανδημία, η αερόβια άσκηση ενδείκνυται προκειμένου να ξεπεράσουν ψυχολογικές μεταπτώσεις (Altchiler L and Motta R, 1994).

Το πακέτο αυτό απευθύνεται σε όλους τους τύπους, σε κάθε ηλικία και φύλο. Μπορεί να χωριστεί σε δύο επίπεδα, αρχαρίων και προχωρημένων, διότι αρκετοί τουρίστες που επιλέγουν να ασκηθούν στις διακοπές τους, ήδη έχουν κάποια σχέση με τη γυμναστική στον τόπο προέλευσής τους, αλλά και σ' αυτούς που θα γνωρίσουν τα οφέλη της αερόβιας άσκησης και θα τα υιοθετήσουν στην ζωή τους και στη καθημερινότητά τους μετά το πέρας των διακοπών. Σ' αυτό το είδος εκγύμνασης συναντάμε όργανα όπως διάδρομο, ελλειπτικά, σκονιάκια, spinning αλλά και ομαδικά προγράμματα τα οποία μπορούν να συνδυαστούν με δραστηριότητες εκτός ξενοδοχείου. Όπως για παράδειγμα ποδηλασία εκτός ξενοδοχείου με παράλληλη εξιστόρηση της ιστορίας του τόπου αλλά και γνωριμίας με τη φύση. Αυτό μπορεί να γίνει και με το hiking, ή αλλιώς πεζοπορία. Έτσι οι άνθρωποι γυμνάζονται, γνωρίζουν και συζητούν με νέους ανθρώπους και διασκεδάζουν παράλληλα με την άθληση. Τέλος, τα περισσότερα ξενοδοχεία στην Ελλάδα ειδικά τα 5*, διαθέτουν μεγάλες πισίνες και σε συνδυασμό με τον καλό καιρό τους περισσότερους μήνες, μπορούν να υπάρχουν και προγράμματα aqua aerobic.

Η αερόβια άσκηση θα έλεγε κανείς ότι είναι μία αναγκαία δραστηριότητα για τα άτομα κάθε ηλικίας, διότι προσφέρει μία καλύτερη ποιότητα ζωής και βοηθάει στην αντιμετώπιση του άγχους και των προβλημάτων της καθημερινότητας.

ii. Ενότητα Φαγητό

Οι άνθρωποι της κατηγορίας αυτής, έχουν έναν μία πιο ισορροπημένη διατροφή, σε σχέση με αυτούς του πρώτου πακέτου, η οποία ορίζεται ως *η διατροφή που περιέχει όλα τα θρεπτικά συστατικά που απαιτούνται για τη φυσιολογική λειτουργία του οργανισμού, στις κατάλληλες ποσότητες και επιτυγχάνεται καταναλώνοντας ποικιλία τροφίμων* (Mahan & Escott-Stump 2014). Τρώνε δηλαδή όλα τα παραπάνω με την προσθήκη κρέατος και ψαριού. Γι' αυτούς η γυμναστική και η διατροφή είναι μία αλυσίδα, η οποία έχει τις τέλειες ισορροπίες όπως η πυραμίδα τροφίμων. Μεγαλύτερο ποσοστό πρωτεΐνης και λιγότεροι υδατάνθρακες και κορεσμένα λιπαρά.

Οι πρωτεΐνες είναι βασικό στοιχείο της διατροφής αυτής, διότι είναι υπεύθυνες για την ανάπτυξη, τη συντήρηση και την αντικατάσταση των μυϊκών ιστών μετά από μία προπόνηση. Ένας ενήλικας πρέπει να καταναλώνει τόση ποσότητα ώστε να καλύπτει το 10-15% των θερμιδικών του αναγκών σε καθημερινή βάση (Astley & Finglas, 2016). Η έλλειψη πρόσληψης πρωτεϊνών προκαλεί διαταραχές στις λειτουργίες που οργανισμού και μειώνει την άμυνα του οργανισμού σε πιθανές λοιμώξεις.

Οι υδατάνθρακες από την άλλη, αποτελούν μία πηγή γρήγορης ενέργειας των κυττάρων του οργανισμού μας. Είναι σημαντικοί για την λειτουργία των εσωτερικών οργάνων, το νευρικό σύστημα καθώς και την αναδόμηση των μυών. Μαζί με τις πρωτεΐνες, βοηθούν στην αντιμετώπιση των λοιμώξεων (deWit, 2013), και πρέπει να καλύπτουν το 45-65% των ημερήσιων θερμίδων της ισορροπημένης διατροφής (Astley & Finglas, 2016).

Τα λίπη είναι συμπυκνωμένη πηγή ενέργειας με μεγαλύτερο αριθμό θερμίδων και αποτελούν την κύρια μορφή ενέργειας για το σώμα (Garg et al., 2014). Σε μία ισορροπημένη διατροφή το λίπος πρέπει να είναι περίπου το 30% των ημερήσιων θερμίδων.

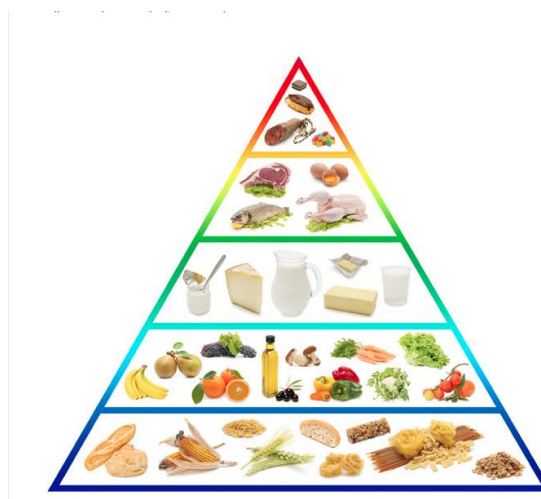
Πρωινό. Το σημαντικότερο γεύμα της ημέρας το οποίο μας διασφαλίζει ενέργεια, προκειμένου να ανταπεξέλθουμε στις ανάγκες όλης της ημέρας (Κουρκούτα, Ράρρα & Αμπραχίμ, 2013). Το πρωινό πρέπει να είναι υψηλό σε ποιότητα με τη πρόσληψη όλων των απαραίτητων θρεπτικών συστατικών (Alexy, Wicher & Kersting, 2010).

Εκτός από τα φρούτα και λαχανικά που υπάρχουν στον εκάστοτε buffet των ξενοδοχείων, σημαντικό ρόλο στο πρωινό έχουν τα δημητριακά, διότι έχουν μεγάλη περιεκτικότητα σε φυτικές ίνες, που τα καθιστούν σημαντική πηγή θρεπτικών συστατικών, βιταμινών, ανόργανων στοιχείων και πηγή αντιοξειδωτικών (Williams, 2014), τα οποία

συνδυάζονται με γάλα ή γιαούρτι. Πολλές μελέτες έχουν εξετάσει τη συμβολή του γάλακτος στη καθημερινότητα των ανθρώπων και συνιστούν την κατανάλωση 400ml γάλακτος ή ισοδύναμων προϊόντων λόγω της θετικής επίδρασης που έχουν στον οργανισμό (Prentice, 2014), διότι περιέχουν πολλά θρεπτικά συστατικά όπως πρωτεΐνη, λιπαρά οξέα, ασβέστιο, φώσφορο, μαγνήσιο, κάλιο, βιταμίνες A, D, B12, B2 (Dror & Allen, 2013).

Το ελληνικό πρωινό μπορεί να θεωρηθεί βάση της ισορροπημένης διατροφής, μέσω της μεσογειακής διατροφής, διότι σύμφωνα με την Unesco αποτελεί *άυλη πολιτιστική κληρονομιά της ανθρωπότητας*. Ένα ελληνικό πρωινό διαθέτει απλούς συνδυασμούς τροφών, οι οποίες αν συνδυαστούν σωστά ανάλογα με τις ανάγκες των ατόμων συνθέτουν ένα υγιές πρωινό με καλές πρώτες ύλες και υγιεινό τρόπο μαγειρέματος. Βασικά επιπλέον συστατικά είναι το ψωμί και διάφορα αρτοσκευάσματα όπως κουλούρι Θεσσαλονίκης, παραδοσιακές πίτες, τοπικά βούτυρα, μέλι, μαρμελάδες, τυριά λευκά και κίτρινα καθώς και αλλαντικά αλλά κύριο χαρακτηριστικό να είναι ντόπια, φρέσκοι χυμοί, και καφέδες όλων των ειδών, και ελληνικός στη χόβολη (www.greekbreakfast.gr)

Βραδινό. Το βραδινό βασίζεται κι αυτό στη μεσογειακή διατροφή η οποία με βάση τη πυραμίδα των τροφών υποδεικνύει ποιες τροφές πρέπει να καταναλώνονται περισσότερο και ποιες λιγότερο.



Εικόνα 5

(πηγή: google Images)

Σε γενικές γραμμές, όπως φαίνεται και από το γράφημα υπάρχουν όλες οι κατηγορίες τροφών, όπως όσπρια, λαχανικά, ξηροί καρποί, δημητριακά, ψάρια, γαλακτοκομικά, κρέας, πουλερικά και μικρή κατανάλωση κρασιού κατά τη διάρκεια των γευμάτων. (Trichoroulou

et al., 2003). Όλα αυτά μπορούν να υπάρχουν σε ένα buffet ξενοδοχείου και να εναλλάσσονται οι κατηγορίες μεταξύ τους και ο τρόπος μαγειρέματος.

Αξίζει στο πακέτο αυτό να αναφερθεί η αξία των ψαριών, τα οποία αποτελούν πηγή πρωτεϊνών, είναι πλούσια σε ω3 πολυακόρεστα λιπαρά οξέα, βιταμίνες D και B2, ψευδάργυρο ιώδιο, μαγνήσιο και κάλιο, όπως επίσης είναι χαμηλά στα κακά λίπη που βρίσκονται στο κόκκινο κρέας (Seafood Selector, 2017). Τέλος, η κατανάλωση ψαριών συμβάλει στη μείωση καρδιαγγειακών προβλημάτων (Harris, 2008).

Από την άλλη το κρέας είναι κι αυτό σημαντική πηγή πρωτεΐνης και λίπους. Με βάση έρευνα του National Food Survey, έγινε γνωστό ότι η κατανάλωση κρέατος δίνει 15% ενέργεια, 30% πρωτεΐνη, 22% λίπη καθώς και βιταμίνες B2, B6, B12, A, και σίδηρο. Το κρέας, εξαιτίας του λίπους, προκαλεί εύκολα το αίσθημα του κορεσμού και το λίπος δίνει περισσότερη γεύσης στο κρέας. Είναι επίσης πηγή ενέργειας και αποτελεί σημαντικό δομικό στοιχείο των κυττάρων.

Σε εστιατόρια τα οποία είναι a la carte ή set menu, θα υπάρχουν συνδυασμοί γευμάτων που θα παρέχουν διαφορετικές επιλογές στους επισκέπτες κάθε βράδυ, σύμφωνα με τα παραπάνω στοιχεία.

iii. Ενότητα Spa

Σημαντικό μέρος των πακέτων αυτών όπως έχει ήδη αναφερθεί είναι η αποθεραπεία των ασκούμενων μέσω θεραπειών από τα εκάστοτε κέντρα Spa. Οι ασκήσεις αυτού του πακέτου συνήθως χωρίζονται σε διαφορετικά τμήματα του σώματος ανά ημέρα. Υπάρχει βέβαια το τρέξιμο, το σχοινάκι ή το ποδήλατο σαν προθέρμανση αλλά συνήθως γυμνάζονται συγκεκριμένες μυϊκές ομάδες κάθε μέρα.

Το προσφερόμενο σ' αυτό το πακέτο μασάζ, θα μπορούσε να είναι το **σουηδικό μασάζ**. Εφόσον η αερόβια άσκηση έχει επίδραση σε όλο μας το σώμα, εκτός από τις μυϊκές ομάδες που αφοσιωνόμαστε αργότερα, η συγκεκριμένη θεραπεία βοηθάει επειδή καλύπτει όλο το σώμα, χωρίς να εστιάζει όμως σε μία συγκεκριμένη μυϊκή ομάδα. Σκοπός του είναι να χαλαρώσει όλο το σώμα του θεραπευόμενου, να αυξήσει την κυκλοφορία του αίματος και του οξυγόνου, αλλά να μειώσει και την ένταση. Ενδείκνυται γιατί βοηθά άτομα με αθλητική δραστηριότητα και άτομα που στη καθημερινότητά τους έχουν καθιστική ζωή.

Μετά το τέλος της θεραπείας, το άτομο θα νιώθει μία πλήρη αίσθηση τόνωσης, γενικής ευεξίας του σώματος λόγω της υπεραιμίας από τη κυκλοφορία του αίματος και χαλάρωση. Τέλος, να αναφερθεί ότι το σουηδικό μασάζ βοηθά στην καταπολέμηση των πονοκεφάλων, του καθημερινού στρες και της κατάθλιψης.

Πακέτο Γ: Hercules

i. Ενότητα Γυμναστική



Εικόνα 6

(πηγή: pinterest.com)

Το πακέτο αυτό είναι λίγο πιο εξειδικευμένο και προορίζεται σε ανθρώπους που ήδη ασχολούνται με τη γυμναστική και το συγκεκριμένο τρόπο ζωής στη καθημερινότητά τους. Στην κατηγορία strength and conditioning υπάρχει η δεύτερη υποκατηγορία που ονομάζουμε weight and powerlifting ή αλλιώς σε πιο απλή γλώσσα είναι οι bodybuilders αλλά εξετάζουμε το ερασιτεχνικό επίπεδο. Στη κατηγορία αυτή, έχουμε γυμναστική πιο μεγάλης έντασης από τις προηγούμενες δύο, αλλά εξίσου μεγάλη αύξηση των καρδιακών σφυγμών.

Με την εκγύμναση αυτή επιτυγχάνεται η μυϊκή ενδυνάμωση και είναι ο δεύτερος πιο δημοφιλής τρόπος άσκησης (Thompson, 2015). Η προπόνηση περιλαμβάνει ασκήσεις με αντιστάσεις αλλά και βάρη προκειμένου να αυξηθεί η σωματική και αθλητική απόδοση και αυξάνει ταυτόχρονα τη δύναμη και την ισχύ του αθλούμενου (Danneels et al., 2001; Tricoli, Lamas, Carnevale & Uprinowitsch, 2005; Wilson, Newton, Murphy & Humphries,

1993), τα οποία είναι μετρήσεις που ορίζουν και οριοθετούν την φυσική απόδοση (Fitzgerald, Tanaka, Tran, & Seals, 1997; Frontera et al., 2000; Janssen & Ross, 2005).

Οι επισκέπτες που θα επιλέξουν αυτό το πακέτο, έχουν ήδη σαν κριτήριο επιλογής ενός προορισμού, το γεγονός της ύπαρξης ενός γυμναστηρίου στο ξενοδοχείο. Στη καθημερινότητα τους υπάρχει συστηματική ενασχόληση με τη γυμναστική και συγκεκριμένα με την αύξηση της μυϊκής τους δύναμης, την ικανότητα δηλαδή των μυών να *“υπερνικούν εξωτερικές αντιστάσεις”* και να βελτιώνουν το σχήμα και τη φόρμα του σώματός τους. Ο μέσος όρος προπόνησης τους είναι 2 ώρες κάθε μέρα, τουλάχιστον 5 μέρες την εβδομάδα για πάνω από 10 χρόνια (William, 2001).

Αυτό που γίνεται εύκολα αντιληπτό για τα άτομα που ασχολούνται μ’ αυτό το τύπο γυμναστικής είναι η εξωτερική τους εμφάνιση διότι έχουν τεράστια μυϊκή υπερτροφία, γεγονός που τους κάνει να φαίνονται πιο έντονα οι μύες τους και να είναι πιο διογκωμένο το σώμα τους, αυξάνοντας τη μυϊκή μάζα του σώματος. Οι αθλούμενοι της κατηγορίας αυτής, θεωρούν ιδανικό να έχουν ένα αδύνατο σώμα αλλά εξαιρετικά μυώδες. Αυτό επιτυγχάνεται με καθημερινές προπονήσεις που περιλαμβάνουν ασκήσεις αντιστάσεων και λίγη αερόβια προπόνηση, σε συνδυασμό με ελεγχόμενη διατροφή, έτσι ώστε τα επίπεδα λίπους να είναι μονοψήφιος αριθμός (Pickett TC, Lewis RJ, Cash TF, 2005).

Στα άτομα που θα επιλέξουν αυτό το πακέτο, θα τους δίνονται δύο επιλογές άθλησης, που θα μπορούν να συνδυάσουν. Αρχικά, θα υπάρχουν προγράμματα τα οποία οι επισκέπτες σε συνεννόηση με τον γυμναστή θα μπορούν να διαμορφώσουν σε προσωπικό επίπεδο και ανάλογα με τις ανάγκες του καθενός. Αυτά τα προγράμματα θα είναι σε στυλ personal training, ούτως ώστε να μην χάσουν την καθημερινή τους ενασχόληση και να προσαρμόσουν την καθημερινή άθληση στη περίοδο των διακοπών, που τις περισσότερες φορές οι τουρίστες κάνουν ατασθαλίες. Μερικές από τις ασκήσεις που εντάσσονται σ’ αυτή τη κατηγορία άθλησης, σε συνδυασμό με το αερόβιο, που μπορεί να είναι το τρέξιμο, το ελλειπτικό αλλά και το σκονιάκι, είναι ασκήσεις όπως βαθιά καθίσματα (squats), πιέσεις πάγκου (bench press), άρσεις θανάτου, εκτάσεις τρικεφάλων πάνω από το κεφάλι (overhead tricep extensions), κάμψις δικεφάλων με μπάρα (Barbell Curls), άρσεις για τις κνήμες (Barbell Curls).

Η δεύτερη επιλογή, θα είναι τα ομαδικά προγράμματα, με σκοπό την άθληση, αλλά και τη διασκέδαση μεταξύ άγνωστων συν-τουριστών στο ίδιο ξενοδοχείο. Εκτός από την άθληση, θα τους δίνεται η δυνατότητα να συζητήσουν πρακτικές προπόνησης ή διατροφής,

ανάλογα με τη χώρα προέλευσής τους, να συνάψουν σχέσεις και κατ' επέκταση να διασκεδάσουν, απολαμβάνοντας άλλους χώρους του ξενοδοχείου. Τέτοια προγράμματα θα είναι κατάλληλα διαμορφωμένα για ερασιτέχνες και προχωρημένους και μπορούν να είναι συνδυασμός του body sculpt (ενδυνάμωση όλου του σώματος με βαράκια, λάστιχα αντίστασης αλλά και μεγάλες μπάλες), του hips and abs (σμίλευση των μηρών, γλουτών και κοιλιακών) καθώς και του cross training (διαλειμματική προπόνηση υψηλής έντασης για όλες τις μυϊκές ομάδες).

Πλεονεκτήματα αυτής της γυμναστικής εκτός από την ίδια την ενασχόληση με την γυμναστική και την έκκριση των ενδορφινών, των ορμονών της ευτυχίας, είναι η αποφυγή της οστεοπόρωσης, αφού γυμνάζει το σώμα και ενδυναμώνει τα οστά. Μειώνει τους μυϊκούς πόνους και τους πιθανούς πόνους στη μέση. Σημαντικό στοιχείο αυτού του τρόπου ζωής είναι η πειθαρχία, διότι ακολουθούν πιστά τα προγράμματα γυμναστικής αλλά και διατροφής, και αυξάνεται η αυτοεκτίμηση και αυτοπεποίθησή τους . Τέλος, απομακρύνει το άγχος και το στρες από τους ασκούμενους και τους βοηθά στη ψυχική τους ηρεμία και ισορροπία.

ii. *Ενότητα Φαγητό*

Όπως ήδη έχει αναφερθεί, ένα από τα χαρακτηριστικά των αθλητών αυτής της κατηγορίας είναι η υπερτροφία. Οι τελευταίοι έχουν εμμονή με τη διατροφή, σε σημείο που μπορεί να εκδηλώσουν διατροφικές ή και ψυχολογικές διαταραχές (Mangweth B et al, 2001). Υπερτροφία σημαίνει η πρόσληψη περισσότερων θερμίδων από αυτές που συνίσταται για τον μέσο άνθρωπο. Αυτό όμως είναι συνδεδεμένο με τη πρόσληψη σωστών θερμίδων, προκειμένου να μειωθούν τα ποσοστά λίπους και να αυξηθεί η μυϊκή μάζα. Έτσι, τα γεύματά τους πρέπει να είναι πλούσια σε θερμίδες και καταναλώνουν μεγάλες ποσότητες και σε μικρά χρονικά διαστήματα, προκειμένου να λειτουργεί σωστά ο μεταβολισμός τους. Πρέπει να είναι πλούσια σε υδατάνθρακες οι οποίοι είναι το κύριο συστατικό της διατροφής, διότι δίνουν την απαραίτητη ενέργεια που χρειάζονται για μία τόσο έντονη προπόνηση και είναι τα “αποδοτικότερα καύσιμα σε σχέση με τα λίπη και την πρωτεΐνη” (Lemon, 2000)· λίπη, τα οποία είναι μία ακόμα σημαντική πηγή ενέργειας· πρωτεΐνες, οι οποίες βοηθούν στην ανάπλαση των μυϊκών ιστών του οργανισμού· και υγρό, τα οποία λόγω της έντασης της γυμναστικής χάνουν μέσω τους ιδρώτα υγρά και ηλεκτρολύτες.

Πρωινό: Είναι το γεύμα που πρέπει να είναι πλούσιο σε όλες τις παραπάνω κατηγορίες. Σε συνδυασμό με το γεγονός ότι οι ασκούμενοι αυτής της κατηγορίας δεν έχει διατροφικές απαγορεύσεις όπως στις προηγούμενες δύο περιπτώσεις, είναι πιο εύκολο να έχουν περισσότερες επιλογές σε ένα μπουφέ ξενοδοχείου.

Αρχικά, είναι η κατάλληλη ώρα της ημέρας για τη κατανάλωση ζάχαρης, αλλά όχι επεξεργασμένης. Η πρόσληψη γίνεται μέσα από τα φρούτα, διότι τα γλυκά δεν περιέχουν θρεπτικές αξίες και μπορεί να μειώσουν τα επίπεδα της τεστοστερόνης και να επηρεαστεί η ανάπτυξη του μυϊκού ιστού. Τα φρούτα που ενδείκνυνται στη περίπτωση αυτή και καταναλώνουν στη καθημερινότητά τους οι ασκούμενοι είναι grapefruit, μήλα, μούρα, πορτοκάλια, μπανάνες, φράουλες, ροδάκινα, δαμάσκηνα, σταφύλια και ανανάς, πολλά από τα οποία είναι φρούτα των ανοιξιάτικων και καλοκαιρινών μηνών στην Ελλάδα και βρίσκονται σε αφθονία. Στην ίδια πληθώρα συναντάμε και τα λαχανικά, τα οποία είναι φρέσκα και μπορούν να καταναλωθούν όλες τις ώρες της ημέρας και είναι τα εξής: μπρόκολο,, σπανάκι, σπαράγγια, πράσινες σαλάτες, τομάτες, πιπεριές, μανιτάρια, φασολάκια, αγγουράκια και κολοκυθάκια.

Σημαντική είναι και η πρόσληψη των υδατανθράκων κατά τη διάρκεια του πρωινού, διότι ενισχύονται οι ορμόνες που είναι υπεύθυνες για τη σωστή καθοδήγηση των θρεπτικών στοιχείων στους μύες. Μερικοί από αυτούς τους υδατάνθρακες που μπορούν να συναντήσουν στο μπουφέ είναι η βρώμη, ψωμί και δημητριακά ολικής άλεσης, καθώς και κρέμες ρυζιού ή σιταριού. Τα δημητριακά συνδυάζονται με γιαούρτι το οποίο είναι αργής καύσης καζεΐνη, που βοηθά στην μυϊκή αποκατάσταση μετά από την άσκηση.

Επιπροσθέτως, από ένα σωστό πρωϊνό δεν μπορούν να λείπουν οι πρωτεΐνες. Τα ασπράδια αυγών σε όλες τις μορφές, βραστά, ομελέτα είτε στο φούρνο είναι ένα σύνηθες γεύμα των αθλούμενων αυτής της κατηγορίας, τα οποία μπορούν να συνδυαστούν με γαλοπούλα, τυρί cottage, μανιτάρια, καπνιστό σολομό αλλά και λαχανικά. Ένα πλήρες πιάτο που δίνει ενέργεια για πρωινή προπόνηση.

Τέλος, απαραίτητα είναι τα καλά λίπη, όχι μόνο κατά τη διάρκεια του πρωινού που θεωρείται το πιο σημαντικό γεύμα της ημέρας αλλά και μέσα στη μέρα σαν

σνακ. Τέτοια λίπη είναι οι ξηροί καρποί όπως αμύγδαλα, καρύδια, κάσιους, και φυστίκια είναι πλούσιοι σε θρεπτικά στοιχεία, το φυστικοβούτυρο μαζί με ψωμί ολικής άλεσης είναι ο τέλειος συνδυασμός για την πρόσληψη καλών λιπαρών και υδατανθράκων καθώς και το αβοκάντο και το ελαιόλαδο.

Οι τουρίστες που θα επιλέξουν αυτό το πακέτο, γνωρίζουν ήδη ότι με την άσκηση υψηλής έντασης ιδρώνουν πολύ, και χάνουν νερό και ηλεκτρολύτες, οπότε για να το αναπληρώσουν χρειάζονται μεγαλύτερη πρόσληψη αλατιού στα φαγητά τους και μεγάλες ποσότητες νερού. Ειδικά στην Ελλάδα τους καλοκαιρινούς μήνες στα νησιά ο υδράργυρος είναι αρκετά υψηλός και η κατανάλωση νερού είναι βασική καθημερινή προϋπόθεση για τη σωστή λειτουργία του οργανισμού.

Βραδινό: Έχει ήδη αναφερθεί ότι τα ξενοδοχεία τέτοιου επιπέδου διαθέτουν εστιατόρια με μπουφέ και a la carte. Η σύνθεση του a la carte μενού θα βασιστεί σε όσα στοιχεία μπορούν να υπάρξουν και στο μπουφέ, έχοντας προετοιμάσει διαφορετικούς συνδυασμούς και σε περίπτωση που το επιθυμούν θα το έχουν συζητήσει με τον chef προκειμένου να είναι και σωστά ζυγισμένες οι θερμίδες.

Το γεύμα τους θα είναι πλήρες, και θα περιλαμβάνει έναν συνδυασμό υδατανθράκων, λαχανικών και πρωτεϊνών. Οι κορυφαίοι υδατάνθρακες που συνηθίζουν να έχουν στο διαιτολόγιό τους αλλά όχι σε μεγάλες ποσότητες είναι η γλυκοπατάτα, το καστανό ρύζι, οι φακές, τα φασόλια και τα μακαρόνια ολικής άλεσης. Από την άλλη, οι τροφές πλούσιες σε πρωτεΐνες που είναι πρέπει να λαμβάνουν καθημερινά είναι στήθος κοτόπουλου, άπαχο φιλέτο κοτόπουλο, σολομός, γαλοπούλα, μπακαλιάρος, τόνος, πέστροφα και ξιφίας.

Συμπληρώματα διατροφής. Για τη διατήρηση της μυϊκής μάζας, οι αθλούμενοι πρέπει να προσλαμβάνουν περισσότερες θερμίδες από αυτές που καίνε, να μην είναι δηλαδή σε θερμιδικό έλλειμα, αλλά πλεόνασμα. Γι' αυτό το λόγο στο πακέτο αυτό θα υπάρχουν προσφορές συμπληρωμάτων διατροφής σε υγρή μορφή προκειμένου η υπηρεσία του ξενοδοχείου να πληροί όλες τις προδιαγραφές που φαντάζεται ο επισκέπτης. Τα πιο γνωστά είναι τα πρωτεϊνούχα συμπληρώματα διατροφής που καταναλώνονται μεταξύ των γευμάτων προκειμένου να συμπληρώσουν την καθημερινή πρόσληψη των απαραίτητων πρωτεϊνών στον οργανισμό. Αρκετά σημαντικοί είναι και οι ηλεκτρολύτες που βοηθούν τους

οργανισμούς να μη αφυδατωθούν. Αυτά τα συμπληρώματα που είναι ακίνδυνα για τον ανθρώπινο οργανισμό, μαζί με σνακ όπως ξηροί καρποί μπορούν να βρίσκονται στα δωμάτια ως προσφορές, μαζί με άφθονο νερό.

iii. *Ενότητα Spa*

Μετά από μία κουραστική και επίπονη προπόνηση είτε σε ομαδικό είτε σε ατομικό επίπεδο, όπου οι μύες έχουν καταπονηθεί και οι καρδιακοί σφυγμοί έχουν ανέβει, η καλύτερη αποθεραπεία μετά από μία σειρά διατάσεων είναι ένα μασάζ. Το πακέτο θα περιλαμβάνει θεραπεία deep tissue, ή αλλιώς βαθύ μασάζ ιστών.

Το deep tissue είναι ένα μασάζ στο οποίο ασκείται μεγάλη πίεση, δεν είναι χαλαρωτικό όπως στα προηγούμενα πακέτα, αλλά επικεντρώνεται στην αποκατάσταση της λειτουργίας των μυών, καθώς αυξάνεται η αιμάτωση των μυών και η οξυγόνωση όλου του οργανισμού. Ο θεραπευόμενος είναι πιθανό να νιώσει πιο έντονους, από τους ήδη υπάρχοντες, πόνους αλλά αυτό απαλλάσσει σταδιακά το σώμα από τις εντάσεις και τους πόνους.

Επίσης, θα έχουν σαν επιλογή και το αθλητικό μασάζ το οποίο αποτελείται από επίσης έντονες μαλάξεις των βαθύτερων ιστών αλλά προστίθενται οι διατάσεις με σκοπό να ξεδιπλωθούν οι μύες, ούτως ώστε να υπάρξει μεγαλύτερη ευλυγισία, επιτάχυνση της ροής του αίματος και αίσθημα ευφορίας.

Κεφάλαιο V

Υπηρεσίες Δωματίου

Τελευταία υπηρεσία όλων των κατηγοριών είναι οι παροχές του δωματίου. Σημαντικό ρόλο στη ψυχολογία των ανθρώπων παίζουν τα χρώματα και στον κάθε άνθρωπο διαφορετικά. Τα χρώματα δημιουργούν μία διάθεση και μπορούν να πυροδοτήσουν ακόμα και συναισθηματικές αντιδράσεις στον θεατή. Αυτό συμβαίνει διότι κάθε χρώμα μπορεί να λειτουργήσει συμβολικά ή σημειολογικά αλλά και να μεταφέρει στο θεατή προηγούμενες εμπειρίες. (Κωνσταντόπουλος, 2013). Αυτό βέβαια μπορεί να αλλάξει και εξαρτάται από τα ερεθίσματα του κάθε ανθρώπου και το υπόβαθρο, πολιτισμικό, θρησκευτικό και ψυχολογικό που έχει. (Εκο, 1994). Η επίδραση των χρωμάτων και η διάθεση που μπορεί να του προκαλέσει ένα χρώμα είναι μοναδική για τον κάθενα (Goethe, 2008). Υπάρχουν, όμως κοινές παραδοχές, και χρώματα τα οποία είτε μπορούν να στρεσάρουν τους ανθρώπους είτε να τους ηρεμούν. Το μπλε για παράδειγμα, συμβολίζει τη ψυχραιμία, την ονειροπόληση, την ειρήνη και την ανάπαυση. Γαληνεύει, ηρεμεί τα έντονα συναισθήματα και επιφέρει συναισθηματική γαλήνη. Θα μπορούσαν τα δωμάτια να έχουν μία απαλή απόχρωση του μπλε, παρότι το σύννηθες χρώμα για τα δωμάτια ξενοδοχείου είναι το λευκό.

Εν συνεχεία, όσον αφορά τον φωτισμό οι άνθρωποι μετά από κάθε σωματική άσκηση, επίπονη ή όχι, μεγάλης ή μικρής έντασης επιδιώκουν την ηρεμία και τη χαλάρωση. Ο θερμός φωτισμός (270K-3000K) είναι το κύριο χαρακτηριστικό για την επίτευξη αυτή, διότι σύμφωνα με το κιρκάδιο ρυθμό το θερμό φως βοηθά να ολοκληρωθεί ο κύκλος της ημέρας. (Westinghouse, 2019). Κάτω από αυτό το φως μπορούν να ευδοκιμήσουν χαλαρές συζητήσεις και ευχάριστες στιγμές.

Τέλος, το αρωματικό χώρο σε ένα δωμάτιο ξενοδοχείου παίζει καθοριστικό ρόλο. Τα αιθέρια έλαια επιδρούν στα συναισθήματα και στη διάθεση των ανθρώπων γεγονός που τα διαφοροποιεί από τα υπόλοιπα συνθετικά αρωματικά. Αναδύουν ένα ευχάριστο και χαλαρωτικό άρωμα που δρα ευεργετικά και καταπραϋντικά στον οργανισμό των ανθρώπων. Τα αιθέρια έλαια ισορροπούν το σώμα και τείνουν να ηρεμούν και να τονώνουν την ψυχή (Ζάρπα, 1999).

Κεφάλαιο VI

i. Τμήμα Marketing & Πωλήσεων

Τα παραπάνω τρία προσφερόμενα πακέτα, ως επιπλέον προσφερόμενες υπηρεσίες δεν θα έχουν καμία αξία, αν δεν προωθηθούν κατάλληλα στο αγοραστικό κοινό από το εκάστοτε ξενοδοχείο. Πρέπει δηλαδή να βρεθεί το σωστό αγοραστικό κοινό της Ευρώπης προκειμένου να προωθήσουμε ανάλογα το κάθε πακέτο. Το τμήμα του ξενοδοχείου που αναλαμβάνει αυτή τη διαδικασία είναι το τμήμα το marketing. Είναι το τμήμα που ασχολείται με τις ανάγκες του καταναλωτή, την ικανοποίηση αυτών αλλά παράλληλα και την επίτευξη των στόχων της επιχείρησης (Alvin, 2006). Για να είναι πετυχημένο ένα marketing απαιτεί βαθιά γνώση του πελατολογίου, των συνεργατών και των υπηρεσιών που θέλει να προωθήσει προκειμένου με τα κατάλληλα μέσα να πετύχει τους στόχους της επιχείρησης και να καλύψει τις ανάγκες των πελατών. Το τμήμα του marketing είναι αυτό που μελετά τις ανάγκες και δημιουργεί τα προϊόντα και τις υπηρεσίες (Ηγουμενάκης, 2004), και δεν πρέπει να συγχέεται με το τμήμα των πωλήσεων, το οποίο μέσα από τον σωστό τρόπο πώλησης ενός προϊόντος δημιουργεί επιπλέον ανάγκες σε έναν αγοραστή (Taylor, 2001)

Στη συγκεκριμένη περίπτωση έχουμε δημιουργήσει ένα προϊόν το οποίο μέσα από το τμήμα marketing, θα βρούμε τους κατάλληλους αποδέκτες και μέσα από το τμήμα των πωλήσεων θα προσπαθήσουμε να το προωθήσουμε σε όλο το αγοραστικό κοινό της Ευρώπης, προκειμένου να το γνωρίσουν και οι υπόλοιποι. Θα καλύψουμε ήδη υπάρχουσες ανάγκες αλλά θα δημιουργήσουμε νέες σε νέους τουρίστες.

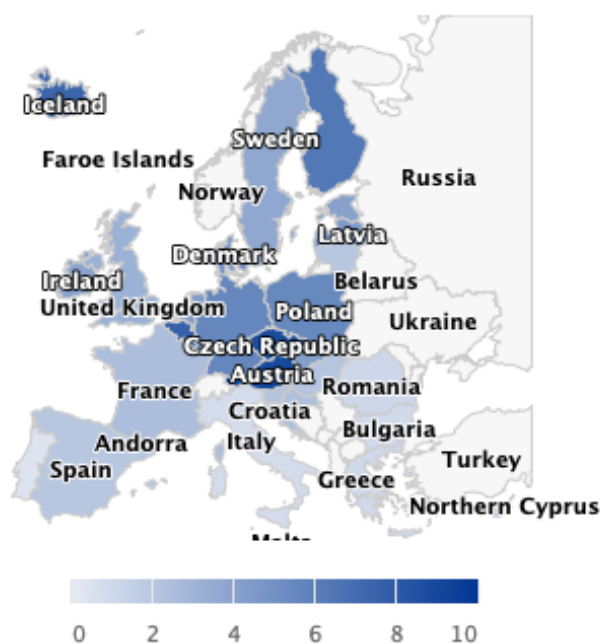
ii. Αγορά της Ευρώπης

Ο αθλητικός τουρισμός στην Ευρώπη αντιπροσωπεύει το 10% των ευρωπαϊκών δαπανών για τον τουρισμό το 2018 με βάση έρευνα του VynZ, μετά τη Βόρεια Αμερική (<https://www.unwto.org/sport-tourism>) . Η παγκόσμια αγορά αθλητικού τουρισμού για το 2018 ήταν 1,5 δισεκατομμύρια και αναμένεται σύμφωνα με την ίδια έρευνα να αυξηθεί κατά μέσο όρο κατά 36% έως το 2023. Η αύξηση αυτή, όμως, λόγω της παγκόσμιας πανδημίας

του COVID-19, είχε μειωθεί κατά 39% το 2020 αλλά υπήρξε ανάκαμψη το 2021. Τα αθλητικά γεγονότα πολλές φορές είναι μη βιώσιμα από τουριστική άποψη διότι επενδύονται πολλά λεφτά πριν τους αγώνες και οδηγούν τις πόλεις σε υπερτουρισμό, φαινόμενο στο οποίο δεν μπορούν να ανταπεξέλθουν.

Γι' αυτό το λόγο εστιάζουμε σε ερασιτέχνες αθλητές σε ξενοδοχεία και προγράμματα μέσα σε αυτά προκειμένου να είναι βιώσιμος ο τουρισμός, να αυξηθεί η τουριστική σεζόν και να υπάρχουν περισσότερες θέσεις εργασίας, ούτως ώστε να υπάρχει εισροή χρήματος και διακίνηση αυτού μέσα στις ευρύτερες περιοχές των τουριστικών καταλυμάτων. Σύμφωνα με τον UNWTO (<https://www.unwto.org/sport-tourism>) διακρίνουμε δύο κατηγορίες ανθρώπων που συμμετέχουν σε αθλητικές δραστηριότητες στη διάρκεια των διακοπών τους: τους ημειπαγγελματίες αθλητές και τις αθλητικές ομάδες αναψυχής, που εντάσσονται στη κατηγορία του τουρισμού με φίλους ή με την οικογένεια. Οι χώρες προορισμού έχουν χαμηλό κόστος, αλλά πολλές ευκαιρίες για αθλητικές δραστηριότητες συνδυάζοντας αθλητικά ή μη τουριστικά θέρετρα. Τέτοια θέρετρα είναι το Wimbledon, αλλά και το Super Bowl.

Στην Ευρώπη, σύμφωνα με το CBI, Centre for the Promotion of Imports from developing countries, οι κάτοικοι της Δανίας, Φιλανδίας και της Αυστρίας κάνουν περισσότερα αθλητικά ταξίδια, ενώ η Γερμανία, Γαλλία και το Ηνωμένο Βασίλειο προσφέρουν περισσότερες ευκαιρίες στην ευρωπαϊκή αγορά λόγω μεγέθους, οικονομικής κατάστασης και κλίματος σε σχέση με τις βόρειες και κρύες χώρες.

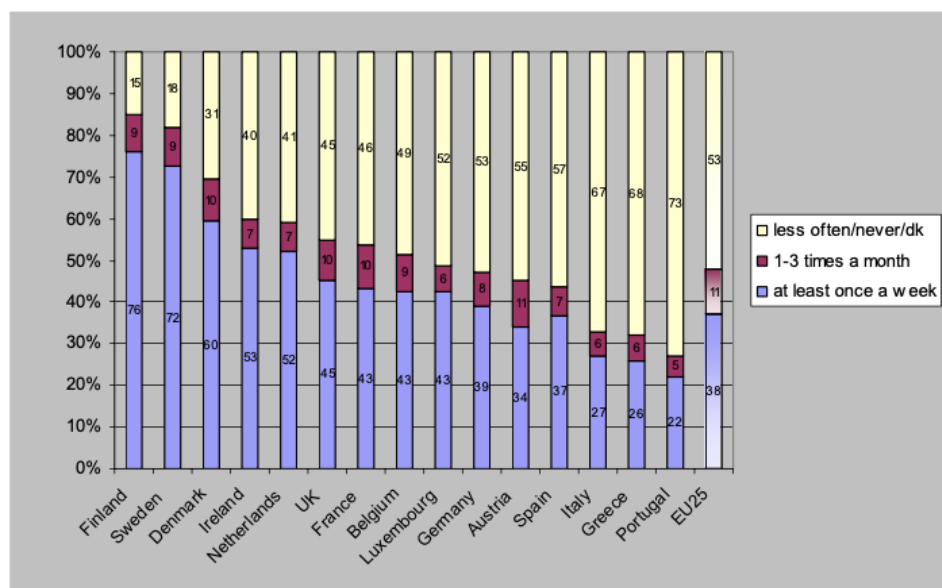


Εικόνα 7

(πηγή από cbi.eu CBIMinistry of Foreign Affairs)

Οι ημιαπαγγελματίες αθλητές ή οι αθλητές αναψυχής ταξιδεύουν σε γκρουπ και ενδιαφέρονται για καταλύματα που διαθέτουν αθλητικές εγκαταστάσεις αλλά να μπορούν να συνδυάσουν το αθλητικό τους ταξίδι με δραστηριότητες αναψυχής μαζί με τα άλλα μέλη της ομάδας, που μπορεί να είναι ακόμα και μέλη της οικογένειάς τους. Resorts 5* μπορούν να διαθέτουν τέτοιες υποδομές και να είναι ελκυστικά για αυτούς. Οι περισσότερες αναζητήσεις στο google για αθλητικές δραστηριότητες αναφέρονται σε επαγγελματικό επίπεδο που οι περισσότεροι τουρίστες μπορούν να επισκεφτούν έναν προορισμό, να παρακολουθήσουν ένα αθλητικό θέαμα και να επισκεφτούν παράλληλα τουριστικά θέρετρα, που έχουν σχέση με την πολιτισμική κουλτούρα του τόπου. Είναι μία ευκαιρία η Ελλάδα θα γίνει πόλος έλξης τουριστών οι οποίοι μαζί με τις διακοπές τους θα μπορούν να γυμνάζονται είτε σε επαγγελματικό, είτε σε ερασιτεχνικό επίπεδο και απολαμβάνουν και τις διακοπές τους.

Figure 2.1 Percentage of population in 15 EU member states aged 15 and over who do exercise or play sport, by frequency (2004). Source: European Commission, Eurobarometer 62.0, 2004.



Εικόνα 8

(πηγή: Sport participation in the European Union Trends and differences

Commissioned by Nike Europe Operations Netherlands BV

Maarten van Bottenburg Bas Rijnen Jacco van Sterkenburg)

Μία ακόμη έρευνα σύμφωνα με το παραπάνω διάγραμμα, μας δείχνει ότι οι Σκανδιναβικές χώρες έχουν υψηλότερα επίπεδα άθλησης σε σχέση με τις νότιες και ανατολικές, ενώ στη μέση βρίσκονται οι δυτικές χώρες. Ορισμένες χώρες αποκλίνουν από αυτή τη δομή: στην Τσεχική Δημοκρατία, τη Σλοβακία, τη Σλοβενία, τη Μάλτα και την Κύπρο, μεγαλύτερο ποσοστό του πληθυσμού ασκείται ή συμμετέχει σε αθλήματα τακτικά ή εντατικά από τον ευρωπαϊκό μέσο όρο (Bottenburg etc, 2005). Αυτό πολλές φορές ευθύνεται στο ποσοστό ευημερίας των χωρών, καθώς και στο κατά κεφαλήν εισόδημα των ατόμων, διότι αυτοί που μπορούν να γυμναστούν είναι αυτοί που έχουν και καλό εισόδημα. Επιπλέον, οι κάτοικοι των Σκανδιναβικών χωρών έχουν περισσότερο ελεύθερο χρόνο, γι' αυτό μπορούν να αθληθούν περισσότερο στη καθημερινότητά τους.

Εν συνεχεία, στο ίδιο άρθρο (Bottenburg etc, 2005), βλέπουμε την παρακάτω έρευνα αναφορικά με το πόσο χρόνο την ημέρα διαθέτουν οι άντρες και οι γυναίκες σε καθημερινή άθληση. Γίνεται αντιληπτό, ότι οι άντρες των Σκανδιναβικών χωρών (όπως Νορβηγία, Φιλανδία) αλλά και αυτοί της Γερμανίας και Σουηδίας γυμνάζονται περισσότερο από τις γυναίκες και εξακολουθούν τα αποτελέσματα να είναι ίδια, για το γεγονός ότι οι Σκανδιναβοί διαθέτουν περισσότερο χρόνο στην άθλησή τους σε σχέση με τους νότιους.

Active sports***							
	Women	Men	Mean#		Women	Men	Mean
	Hours and minutes per day				Proportion of people who spent any time on the activity, % per day		
Norway	0:12	0:15	0:13	Finland	19	20	19.5
Finland	0:11	0:15	0:13	Germany	17	15	16
Germany	0:12	0:13	0:12	Norway	14	16	15
Sweden	0:09	0:16	0:12	Sweden	11	16	13.5
Slovenia	0:07	0:12	0:09	Slovenia	10	13	11.5
UK	0:07	0:12	0:09	Estonia	11	10	10.5
France	0:05	0:11	0:08	UK	9	12	10.5
Belgium	0:05	0:10	0:07	Belgium	7	10	8.5
Estonia	0:04	0:06	0:05	France	6	10	8
Hungary	0:02	0:06	0:04	Hungary	3	5	4

Εικόνα 9

(πηγή: Sport participation in the European Union Trends and differences

Commissioned by Nike Europe Operations Netherlands BV

Maarten van Bottenburg Bas Rijnen Jacco van Sterkenburg)

Τέλος, τα παρακάτω αποτελέσματα μας δείχνουν τρεις βασικούς παράγοντες που επηρεάζουν την άθληση των Ευρωπαίων πολιτών.

Gender	Men	41%
	Women	35%
Age groups	15-24	60%
	25-39	41%
	40-54	34%
	55+	28%
	<i>Finished studies at:</i>	
Education level	Age 15 or younger	20%
	Between 16-19	32%
	Age 20 or older	50%

Source: European Commission, Eurobarometer 213, 62.0, 2004

Εικόνα 9

(πηγή: Sport participation in the European Union Trends and differences

Commissioned by Nike Europe Operations Netherlands BV

Maarten van Bottenburg Bas Rijnen Jacco van Sterkenburg)

- * Οι άντρες γυμνάζονται περισσότερο από τις γυναίκες.
- * Οι ηλικιακές ομάδες που δίνουν περισσότερη έμφαση στη γυμναστική είναι μεταξύ 15-24 καθώς και 25-39. Όσο αυξάνεται η ηλικία μειώνεται η άθληση.
- * Υπάρχει υψηλότερο ποσοστό συμμετεχόντων σε αθλήματα που έχουν ανώτερη εκπαίδευση ή επαγγελματικό επίπεδο.

Από όλα τα παραπάνω, αρχικά γίνεται αντιληπτό ότι πρέπει να γνωρίζουμε το πακέτο και τις προσφερόμενες υπηρεσίες προκειμένου να μπορέσουμε να το πουλήσουμε κατάλληλα. Πρωτίστως το τμήμα marketing πρέπει να είναι σε θέση να το κάνει δελεαστικό σε χώρες που ήδη ασχολούνται με τον αθλητισμό σε καθημερινή βάση και αυτές είναι οι Σκανδιναβικές χώρες, αλλά και χώρες με υψηλό ΑΕΠ όπως Αγγλία, Γαλλία και Γερμανία. Εφόσον, σ' αυτή τη μερίδα ανθρώπων υπάρχει ήδη η ανάγκη για καθημερινή άθληση, η προώθηση και των τριών πακέτων θα μπορεί να προσελκύσει μεγάλο πλήθος τουριστών. Το βιοτικό τους επίπεδο είναι υψηλό οπότε θα βοηθήσει στην αγορά πακέτων που έχουν σχέση με την εκγύμναση, τη σωστή διατροφή και τις θεραπείες Spa. Σ' αυτά τα πακέτα, θα

προστίθενται και οι υπόλοιπες τουριστικές δραστηριότητες του τόπου, η ελληνική φύση, φιλοξενία και διασκέδαση.

Στον αντίποδα, βρίσκεται το τμήμα πωλήσεων το οποίο θα πρέπει να δημιουργήσει τις κατάλληλες συνθήκες προκειμένου να εισχωρήσει στους υπόλοιπους ευρωπαίους την ανάγκη να αγοράσουν τα προσφερόμενα πακέτα. Στους λαούς που δεν ασχολούνται σε καθημερινή βάση με την γυμναστική, το τμήμα πωλήσεων μπορεί να διαφημίσει καλύτερα τα πρώτα δύο πακέτα που ενδείκνυνται ακόμα και για αρχάριους, προκειμένου να τους μυήσουν στη γυμναστική και στη σωστή διατροφή, και το σλόγκαν ***New habit from Hotel to Home*** να τους γίνει μία όμορφη συνήθεια με σκοπό να επισκέπτονται πιο συχνά την εκάστοτε ξενοδοχειακή μονάδα και να γίνουν συχνοί πελάτες.

Συμπεράσματα

Οι δύσκολες εποχές που διανύουμε, κατακλυζόμενοι από την παγκόσμια πανδημία covid-19, έχουν υπενθυμίσει σε όλους μας ότι το παγκόσμιο αγαθό είναι η υγεία μας. Είναι ένα αγαθό το οποίο δεν πρέπει να ξεχνάμε ακόμα και όταν βρισκόμαστε σε διακοπές, όπου οι περισσότεροι τουρίστες την περίοδο αυτή θέλουν να ξεφύγουν από τη καθημερινότητά τους και τα πρέπει. Έτσι, βλέπουμε τουρίστες στην Ελλάδα, οι οποίοι ζουν μία έκλυτη ζωή, γεμάτη ανθυγιεινές καταχρήσεις για τον οργανισμό και δεν συνάδουν με τον πολιτισμό και την κουλτούρα της χώρας μας.

Δεδομένου ότι οι αρχαίοι μας πρόγονοι είχαν σαν σταθμό τη φράση “νους υγιής εν σώματι υγιεί”, με την παρούσα μεταπτυχιακή διατριβή προσπάθησα να προτείνω κάποιες πρόσθετες υπηρεσίες, τρία διαφορετικά πακέτα προκειμένου να ενσωματωθούν στα ήδη υπάρχοντα, ως πιο εμπλουτισμένες επιλογές. Αυτό θα έχει ως αποτέλεσμα οι τουρίστες να έρχονται στη χώρα μας, όχι μόνο με σκοπό τη νυχτερινή διασκέδαση των νησιών τους καλοκαιρινούς μήνες, αλλά να γνωρίσουν κι έναν άλλο τρόπο ζωής, τον οποίο θα τον υιοθετήσουν στις χώρες τους. Από την άλλη, θα δίνεται η επιλογή σε τουρίστες που ήδη αθλούνται σε καθημερινή βάση, να μην χάσουν αυτή την επαφή και να γνωρίσουν άλλες φιλοσοφίες ανθρώπων, γυμναστών ακόμα και διατροφών.

Τα τρία αυτά πακέτα, όπως έχουν επεξηγηθεί, δίνουν τη δυνατότητα στους τουρίστες των resorts να συνδυάσουν μαζί με τις διακοπές αναψυχής, δύο ακόμα μορφές εναλλακτικού τουρισμού· τον αθλητικό τουρισμό και τον τουρισμό υγείας. Η Ελλάδα είναι μία χώρα, στην οποία ο συνδυασμός διαφορετικών μορφών τουρισμού μπορεί να ευδοκιμήσει εύκολα και να προσφέρει πλήθος θετικών επιπτώσεων. Αρχικά, μπορεί να μεγαλώσει η τουριστική περίοδος, πέραν του Οκτωβρίου προσφέροντας έτσι περισσότερες θέσεις εργασίας σε εποχιακούς υπαλλήλους. Η Ελλάδα θα γίνει ένας προσφιλής προορισμός που σε συνδυασμό με τον πολιτισμό, την ιστορία, τα φυσικά κάλλη, τη μεσογειακή διατροφή και την ελληνική φιλοξενία, θα προσφέρει περισσότερες εμπειρίες στον τουρίστα, τον οποίο θα επιδιώξουμε να τον κάνουμε χρόνιο πελάτη.

Η οικονομία της Ελλάδος βασίζεται στον τουρισμό και τα περισσότερα έσοδά της είναι από τον εισερχόμενο τουρισμό. Οφείλουμε να βρούμε νέες ιδέες και προτάσεις προκειμένου να κάνουμε ελκυστικό το “προϊόν Ελλάδα”, σε μεγάλο μέρος τουριστών. Μετά

την παγκόσμια πανδημία του Covid-19, οι τουρίστες αναζητούν εναλλακτικές μορφές τουρισμού και δραστηριότητες που θα τους αναζωογονήσουν και θα τους προκαλέσουν σωματική και ψυχική ευεξία. Ο αθλητισμός μαζί με την υγιεινή διατροφή και τις θεραπείες spa είναι το τρίπτυχο που μπορεί να εκτοξεύσει την τουριστική οικονομία στα ύψη.

Βιβλιογραφία

Ελληνόγλωσση Βιβλιογραφία

1. Ανδρόνικος Μ., Γιαλούρης Ν., Κακρίδης Ι., Καραγιώργα-Σταθακοπούλου Θ., Κύρκος Β., Παλαιολόγος Κ., Πενταζου Μ., Σακελλαράκης Ι. (1982) *Οι Ολυμπιακοί αγώνες στην αρχαία Ελλάδα: Αρχαία Ολυμπία και Ολυμπιακοί αγώνες*, Αθήνα: Εκδοτική Αθηνών Α.Ε
2. Γιαννουλάτος Α., (2016) *Ιστορία επιζώντων θρησκευμάτων: σημαντικά κεφάλαια, θρησκευματα Κίνας, Ινδίας, Μέσης Ανατολής, Αφρικής, μυστικισμός κ.ά., Δημοσιογραφικός Οργανισμός Λαμπράκη*, Αθήνα 2016
3. Βαρβαρέσος Σ. (2000), ‘ ‘ *Τουρισμός Οικονομικές Προσεγγίσεις* ’ ’, Προπομπός: Αθήνα
4. Βαρβαρέσος Σ. (2008), *Οικονομική του τουρισμού: Εννοιολογικές Θεωρητικές και μεθοδολογικές προσεγγίσεις από τον 19ο έως τον 20ο αιώνα*, Αθήνα: Προπομπός
5. Βελισσαρίου, Ε. (2000). *Μάνατζμεντ Ειδικών και Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού*. Πάτρα: Ε.Α.Π.
6. Βενετσανοπούλου Μ. (2006), *Η κρατική συμβολή στον τουρισμό: Εναλλακτικές μορφές τουρισμού*, Αθήνα: Interbooks
- Δρόσου, Α. (2020). *Μορφές εναλλακτικού τουρισμού στην περιοχή των Τζουμέρκων Ηπείρου (Διπλωματική Εργασία)*. Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο, Πάτρα.
7. Έκο, Ο., (1994). *Θεωρία σημειωτικής*., Αθήνα, Εκδόσεις "Γνώση".
8. Ζάρπα Μ. , Ειδικός Εφαρμογών Αισθητικής, ‘Άρθρο: Κατηγορίες αιθέριων ελαίων’’, BeautyView. (<http://www.beautyview.gr/>)
9. Ηγουμενάκης Γ. Ν. & Ηγουμενάκης Ν. Γ. (2004). *Τουριστικό Μάρκετινγκ. Γενικές Αρχές*. Αθήνα: Interbooks.
10. Ηγουμενάκης Ν. και Κραβαρίτης Κ. και Λύτρας Π. (1998) *Εισαγωγή στον τουρισμό*, Αθήνα: Interbooks
11. Κοκκώσης, Χ., Τσάρτας, Π. & Γκρίμπα, Ε. (2011). *Ειδικές και Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού*. Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.
12. Κώστα, Γ., Υφαντίδου, Γ. (2015). *Η ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού*. Αθήνα: ΣΕΑΒ
13. Λαλούμης, Δ. (2015). *Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων*. Αθήνα: ΣΕΑΒ.
14. Λαλούμης Δ. (1998): *Διοίκηση τουριστικών επιχειρήσεων*, Αθήνα, εκδόσεις Σταμούλης
15. Μάντζαρη, Ο. (2009). *Yoga στο γραφείο. Yoga world & εναλλακτικές θεραπείες*.
16. Μαντρατζή, Π. (2016). *Ο εναλλακτικός τουρισμός στην Ελλάδα: μεγέθη, εξέλιξη, προοπτικές* (Διπλωματική Εργασία). Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας, Βόλος.

17. Μεταξάς Θ. (2008) *Αερόβια Ικανότητα Εργοσπιρομέτρηση: πανεπιστημιακές παραδόσεις για τους φοιτητές/τριες του τμήματος Επιστήμης Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού του Αριστοτελείου Πανεπιστημίου Θεσσαλονίκης για το μάθημα της Εργομετρίας*.
18. Μοίρα, Π., Παρθένης, Σ. (2011). *Πολιτισμικός-Βιομηχανικός Τουρισμός*. Αθήνα: Εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη.
19. Μποσδίκος Δ. (2005), *Από το σιτάρι στο ψωμί, τεχνολογία αρτοποιίας*, Αθήνα:Κορμος
Ειδικές Εκδόσεις Κωνσταντόπουλος, Π., (2013). *Graphic Design.*, Αθήνα, gramma.
20. Νικολάου Ε. (Φεβρουάριος 2009). Είδη Μασάζ, Ανακτήθηκε Οκτώβριο-Νοέμβριο 2011 από www.thai-reiki-shiatsu.gr
21. Ξανθουδάκη Ε. και Φελλά Μ. (2010) *Ελληνικός τουρισμός και διεθνής οικονομική κρίση*, ΤΕΙ Κρήτης, Σχολή Διοίκησης και Οικονομίας, Τμήμα Λογιστικής
22. Παπαγιαννόπουλος, Ν. (2020). *Διερεύνηση προοπτικής ανάπτυξης αθλητικού τουρισμού στον Ολυμπο* (Διπλωματική Εργασία). Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο, Πάτρα.
23. Σιτάρας Θ. και Τζένος Χ. (2007), *Εισαγωγή στη θεωρία του τουρισμού*, Αθήνα: Interbooks
24. Σπαθή Σ. (2000), *Ο ιαματικός τουρισμός και η ανάπτυξη του τουρισμού υγείας στην Ελλάδα*, ΚΕΠΕ: Αθήνα
25. Σύνδεσμος Δήμων και Κοινοτήτων Ιαματικών Πηγών Ελλάδος – Ελληνική Θερμαλιστική Εταιρεία (2006), *Ιαματικές Πηγές και Λουτροπόλεις – Ελληνικός Θερμαλισμός*, Σ.Δ.Κ.Ι.Π.Ε. – Ε.Θ.Ε.: Θεσσαλονίκη
26. Χυτήρης Λ.(1991), *Το μάνατζμεντ των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων*, Αθήνα: Interbooks

Ξενόγλωσση Βιβλιογραφία

27. Alvin j. S. (2006), *What is marketing*, Harvard Business School Press, Boston, Massachusetts.
28. Achten J, Jeukendrup AE. (2004), *Relation between plasma lactate concentration and fat*
29. Al Tamimi, J.Z. (2016). *Effects of almond milk on body measurements and blood pressure*. Food and Nutrition Sciences 7
30. Astley S., Finglas P. (2016). *Nutrition and Health. Reference Module in Food Sciences*
31. Axe, F. (2015). *Coconut milk nutrition-9 Benefits and recipes* [Online].
32. Banz WJ, Maher MA, Thompson WG et al. (2003) *Effects of resistance versus aerobic training on coronary artery disease risk factors*. Exp Biol Med

33. Baum, T., & Lundtrop, S (2001), *Seasonality in tourism*, Routledge
34. Bell, R. (2001). *Γιόγκα, οδηγός για απλές τεχνικές*. (Ι. Γαγλία, μεταφρ.). Αθήνα: Ψύχαλος.
35. Ben-Dov I, Grossman E, Stein A, Shachor D, Gaides M. Marked (2000), *weight reduction lowers resting and exercise blood pressure in morbidly obese subjects*. Am J Hypertens
36. Bottenburg V.M, Bas R., Jacco V. S., (2005), *Sport participation in the European Union Trends and differences*, W.J.H. Mulier Instituut 's-Hertogenbosch
37. Braverman d. Schulman R. (1999) *Massage techniques in rehabilitation medicine. Physical medicine and rehabilitation clinics of north America*. 10 (3): 631
38. Brown, C. (2006). *Η βίβλος της γιόγκα*. (Ν. Κλαδούχα, μεταφρ.). Αθήνα: Ισόρροπον.
39. Cockerell N., (1996) *Spas and Health resorts in Europe*, Travel and Tourism Analyst, No1
40. Colcombe SJ, Erickson KI, Scalf PE, Kim JS, Prakash R, McAuley E, Elavsky S, Marquez DX, Liang H, Kramer AF. (2006) *Journals of Gerontology Series A: Biological Sciences & Medical Sciences*
41. Compagnino, S. & Martinelli, D. (2006). *Γιόγκα, φιλοσοφία, ασκήσεις, διατροφή, αναπνοή*. (Β. Κατσιφός, μεταφρ.) Αθήνα: Lector
42. Danneels L. A., Vanderstraeten G. G., Combier D. C., Witvrouw E. E., Bourgois J, Dankaerts W, & Cuyper, H. J. (2001). *Effects of three different modalities on the cross sectional area of the lumbar multifidus muscle in patients with chronic low back pain*. British Journal of Sports Medicine
43. deWit, S., (2013), *Βασικές αρχές και δεξιότητες της Νοσηλευτικής φροντίδας* (επιμέλεια Ελληνικής έκδοσης Κοτρώτσιου Ε.) Αθήνα Ιατρικές εκδόσεις Λαγός.
44. Dror, D. K., & Allen, L. H. (2013). *Dairy product intake in children and adolescents in developed countries: trends, nutritional contribution, and a review of association with health outcomes*. <https://doi.org/10.1111/nure.12078>
45. Eliade M., 1958, *Yoga immortality and freedom*, translated from the French from Willard R. Trask, 56η έκδοση, New York: Bollingen Foundation Inc
46. Fitzgerald, M. D., Tanaka, H., Tran, Z. V., & Seals, D. R. (1997). *Age-related declines in maximal aerobic capacity in regularly exercising vs. sedentary women: a meta-analysis*. Journal of Applied Physiology.
47. Garg R., Sharma N., Sanjeev K. (2014). *Nutrigenomics and nutrigenetics: concepts and applications in nutrition research and practice*. Acta Med.
48. Garland R. (1998) *Οι Αρχαίοι Έλληνες, Η καθημερινή τους Ζωή* Αθήνα: Βασδέκης

49. Goethe, J. V., (2008). *Η θεωρία των χρωμάτων.*, Αθήνα, PRINTA.
50. Guskowska M. (2004) *Effects of exercise on anxiety, depression and mood.* Psychiatr Pol
51. Habicht C. (1998), *Pausanias : Guide to ancient Greece*, για την ελληνική γλώσσα: Ινστιτούτο του βιβλίου- Α. Καρδαμίτσα, Γ.Α. Πίκουλας, Αθήνα: Ινστιτούτο του Βιβλίου
52. Hajirostamloo B., (2009). *Comparison of nutritional and chemical parameters of soymilk and cow milk*, World Academy of Science, Engineering and Technology 57.
53. Harris WS. (2008). *The omega-3 index as a risk factor for coronary heart disease.* Am J Clin Nutr
54. Hurtado, S. (2008). *Γιόγκα, αναζητώντας την ισορροπία.* (Β. Μουζακίτης, μεταφρ.). Αθήνα: Καλοκάθη.
55. Isacowitz, R., 2014. *Pilates: Your complete guide to mat work and apparatus exercises*, 2nd edn, Champaign, IL: Human Kinetics.
56. Jones, A. (1998). *Γιόγκα, πρακτικός οδηγός.* (Θ. Χανιώτης, μεταφρ.). Αθήνα: Μέδουσα/Σέλας.
57. Lemon P. W., (2000), *Beyond the zone: protein needs of active individuals*, J am coll Nutr
58. Mangweth B, Pope Jr, Kemmler G, Ebenbichler C, Hausmann A, De Col C, Kreutner B, Kinzl J, Biebl W, 2001. "Body Image and Psychopathology in Male Bodybuilders", Psychother Psychosom;
59. Mordor Intelligence (2020). *Food Spreads Market-Growth, trends, Covid-19 impact, and forecasts*
60. Pickett TC, Lewis RJ, Cash TF, (2005), "Men, muscles, and body image: comparisons of competitive bodybuilders, weight trainers, and athletically active controls", Br J Sports Med
61. Pilates, J. H., 1945. *PILATES' Return to Life Through Contrology*, Miami, FL: PILATES METHOD ALLIANCE, INC.
62. Raven PB, Welch-O'Connor RM, Shi X. (1998), *Cardiovascular function following reduced aerobic activity.* Med Sci Sports Exerc
63. Rosen, Steven J. (2011), *Food for the soul, vegetarianism and Yoga traditions*, Oxford.
64. Sarsan A, Ardic F, Oya Topuz MO, Sermez Y. (2006) *The effects of aerobic and resistance exercises in obese women.* Clinical Rehabilitation
65. Taylor D. (2001). *Hospitality Sales and Promotion, Strategies for Success.* Oxford: Butterworth Heinemann.

66. Thompson, W. R. (2015). Worldwide survey reveals fitness trends for 2016: 10th anniversary edition. ACSM's Health Fitness
67. Trichopoulou, A., Costacou, T., Bamia, C. and Trichopoulos, D. (2003). *Adherence to a Mediterranean Diet and Survival in a Greek Population. New England Journal of Medicine.*
68. Tricoli, V., Lamas, L., Carnevale, R., & Uprinowitsch, C. (2005). *Short term effects of lower body function power development: Weightlifting vs. vertical jump training program.* Journal of Strength and Conditioning Research
69. Westinghouse. (2019, 05). <http://www.westinghouselighting.com/color-temperature.aspx> *oxidation rates over a wide range of exercise intensities.* Int J Sports Med.
70. William D. McArdle, Frank I. Katch, Victor L. Katch, (2001), *Φυσιολογία της άσκησης*, Τόμος Ι
71. Williams, P. G. (2014). *The Benefits of Breakfast Cereal Consumption: A Systematic Review of the Evidence Base. Advances in Nutrition.* <https://doi.org/10.3945/an.114.006247>
72. Wilson, G. J., Newton, R. U., Murphy, A. J., & Humphries, B. J. (1993). *The optimal training load for the development of dynamic athletic performance.* Medicine and Science in Sports and Exercise

Άρθρα

1. Haddad E, Sabatè J & Whitten CG (1999) Vegetarian food guide pyramid: a conceptual framework. American Journal of Clinical Nutrition 70, 615S–619S.
2. Halvorsen BL, Holte K, Myhrstad MC, et al. (2002) A systematic screening of total antioxidants in dietary plants. J Nutr 132, 461 – 471.
3. Joan Sabatè, Emilio Ros and Jordi Salas-Salvado Nuts: nutrition and health outcomes, British Journal of Nutrition (2006), 96, Suppl. 2, S1–S2
4. Muhammad Haroon Sarwar¹, Muhammad Farhan Sarwar², Muhammad Sarwar^{3*}, Niaz Ahmad Qadri⁴ and Safia Moghal, (2013) The importance of cereals (Poaceae: Gramineae) nutrition in human health: A review, Journal of cereals and oilseeds
5. Pilates and the “powerhouse”— Joseph E. Muscolino & Simona Cipriani, Journal of Bodywork and Movement Therapies. Volume 8, Issue 1, January 2004, Pages 15-24

6. Rune Blomhoff^{1*}, Monica H. Carlsen¹, Lene Frost Andersen¹ and David R. Jacobs Jr^{1,2} Health benefits of nuts: potential role of antioxidants, British Journal of Nutrition (2006), 96, Suppl. 2, S52–S60
7. Seafood Selector. (2017). The benefits of eating fish. [online] Available at: <http://seafood.edf.org/benefits-eating-fish> [Accessed 15 Sep. 2017].

Links

<https://www.greekbreakfast.gr/parousiash-tou-programmatos-se-enarkthria-ekdhlwsh>

<https://www.cbi.eu/market-information/tourism/sport-tourism/market-potential>

<https://www.unwto.org/>

<https://www.grhotels.gr>

<https://www.hotrec.eu>

<https://lawdb.intrasoftnet.com>

<https://sete.gr/>

<https://www.hotelstars.eu>