

ΑΝΩΤΑΤΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΑΤΡΑΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΕΙΣΗΓΗΤΗΣ: Κος ΑΝΑΣΤΑΣΙΟΣ ΠΑΝΑΓΟΠΟΥΛΟΣ
ΣΠΟΥΔΑΣΤΗΣ: ΔΡΟΣΟΣ ΠΛΑΤΗΣ

Πτυχιακή εργασία
Θέμα: «Οι Ολυμπιακοί Αγώνες του 2004 και οι συνέπειες στην
τουριστική κίνηση της Ελλάδας»



ΠΑΤΡΑ, ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ 2005

ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΙΣΑΓΩΓΗΣ	6550
----------------------	------

1^ο Κεφάλαιο: Ολυμπιακοί Αγώνες και Οικονομία

1.1 Εισαγωγή- Οικονομικές επιπτώσεις

Οι Ολυμπιακοί Αγώνες είναι ένα ειδικό αθλητικό γεγονός, το μεγαλύτερο στον κόσμο, το οποίο από τουριστικής πλευράς αποτελεί πρόκληση για την χώρα υποδοχής. Δεν είναι δε λίγες οι περιπτώσεις που ο βασικός λόγος για τον οποίο μία πόλη- χώρα θέτει υποψηφιότητα για την τέλεση των Αγώνων είναι η τουριστική της ανάπτυξη. Είναι, λοιπόν, πάρα πολύ σημαντική η εξέταση των τουριστικών επιπτώσεων που θα έχει η τέλεση των Αγώνων του 2004 στην Αθήνα και σε ολόκληρη την Ελλάδα.

Αντικειμενικός σκοπός της μελέτης είναι η εκτίμηση των επιπτώσεων των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004 στον Ελληνικό Τουρισμό, με ιδιαίτερη έμφαση στην ευρύτερη περιοχή της Αττικής, και ο σχεδιασμός των στρατηγικών προώθησης- προβολής που θα μεγιστοποιήσουν τα οφέλη για τον Ελληνικό Τουρισμό. Οι επιπτώσεις αυτές δεν περιορίζονται μόνο στο έτος που θα τελεστούν οι Αγώνες, αλλά εκτείνονται σε μια σχετικώς μακρά χρονική περίοδο που ξεκινά σχεδόν από την ανάθεση των Αγώνων και φτάνει μέχρι και επτά χρόνια μετά τους Αγώνες (1998-2011).

Η εμπειρία των πόλεων που έχουν αναλάβει την διοργάνωση Ολυμπιακών Αγώνων έχει δείξει ότι συνήθως υπερεκτιμώνται οι άμεσες τουριστικές επιδράσεις. Το αποτέλεσμα είναι η δημιουργία πλεονάζουσας προσφοράς καταλυμάτων που συνεπάγεται σπατάλη πόρων για την κοινωνία και μείωση της απόδοσης του επενδυσόμενου κεφαλαίου για τον ιδιώτη τουριστικό επιχειρηματία.

Απαιτείται, όμως, ιδιαίτερη προσοχή, όταν μεταφέρεται η εμπειρία άλλων πόλεων λόγω των σημαντικών ιδιαιτεροτήτων που χαρακτηρίζουν την κάθε περίπτωση. Για παράδειγμα, οι δύο πόλεις των ΗΠΑ, Ατλάντα και Λος Άντζελες, στηρίχτηκαν περισσότερο στον εσωτερικό τουρισμό, ο οποίος αποδείχτηκε κατώτερος του αναμενόμενου. Όσον αφορά στην Αθήνα, οι δύο πόλεις η εμπειρία των οποίων θα μπορούσε κάτω από ορισμένες προϋποθέσεις να φανεί χρήσιμη, είναι το Σίδνεϋ και η Βαρκελώνη. Η μεν πρώτη διότι είναι η

πιο πρόσφατη, η δε δεύτερη διότι είναι Ευρωπαϊκή και με κάποια κοινά χαρακτηριστικά με την Αθήνα.

Η πιο σημαντική επίδραση των Ολυμπιακών Αγώνων είναι η αναμενόμενη αύξηση της τουριστικής ζήτησης της χώρας μας. Η ζήτηση αυτή αποτελείται από όλους εκείνους που θα επισκεφθούν την Αθήνα αποκλειστικά για τους Αγώνες, είτε πριν από αυτούς, είτε κατά τη διάρκεια των Αγώνων. Η ζήτηση αυτή θα προκύψει από όλους τους επισκέπτες που θα έρθουν στην Ελλάδα λόγω της μεγάλης προβολής που θα τύχει η Αθήνα και η Ελλάδα από την τέλεση των Αγώνων.

Σύμφωνα με την πρόβλεψη πριν από τους Αγώνες αναμένεται να αφιχθούν στην Αττική 24 χιλιάδες αλλοδαποί επισκέπτες και στη διάρκεια των Αγώνων αυτές εκτιμώνται ότι θα ανέρχονται σε 60 χιλιάδες. Συνολικά αναμένεται να επισκεφτούν την Αθήνα την περίοδο των Αγώνων 147 χιλιάδες αλλοδαποί επισκέπτες, οι οποίοι και θα πρέπει να φιλοξενηθούν σε κάθε είδους καταλύματα, συμπεριλαμβανομένου και του Ολυμπιακού Χωριού. Την περίοδο των Αγώνων η συντριπτική πλειοψηφία των επισκεπτών θα είναι είτε φίλαθλοι (50 χιλιάδες), είτε παρακινούμενοι επισκέπτες (60 χιλιάδες).

Η πιο σημαντική κατηγορία αλλοδαπών επισκεπτών είναι οι παρακινούμενοι τουρίστες που θα έρθουν στην Ελλάδα για μια μακρά χρονική περίοδο 1998-2011. Το σύνολο των παρακινούμενων αλλοδαπών που θα επισκεφθούν την Ελλάδα την περίοδο 1998-2011 ανέρχεται στα 6 εκατομμύρια ή κατά μέσο όρο 440 χιλιάδες επιπλέον αλλοδαποί τουρίστες ετησίως.

Όπως είναι αναμενόμενο, οι Ολυμπιακοί Αγώνες δεν θα αφήσουν ανέπαφη την προσφορά των υποδομών καταλυμάτων. Οι προσδοκίες των επενδυτών θα οδηγήσουν σε μία αύξηση της προσφοράς. Σύμφωνα με το κεντρικό σενάριο, η πρόβλεψη της μελέτης είναι ότι η προσφορά καταλυμάτων θα αυξηθεί στην περιοχή της Αττικής από 70 χιλιάδες κλίνες το 1997 στις 85 χιλιάδες το 2004 και περίπου στις 100 χιλιάδες μέχρι το 2011. Οι κλίνες αυτές περιλαμβάνουν τόσο τις ξενοδοχειακές όσο και άλλες, μη ξενοδοχειακές κλίνες. Η αύξηση της αναμενόμενης προσφοράς

συμπεριλαμβάνει και τις ήδη προγραμματισμένες κλίνες στο αεροδρόμιο των Σπάτων και την επαναλειτουργία ξενοδοχείων που είχαν κλείσει.

Η διαφορά μεταξύ της αναμενόμενης προσέλευσης αλλοδαπών τουριστών και της αναμενόμενης αύξησης της υποδομής δίνει τις ανάγκες σε νέες πρόσθετες υποδομές καταλυμάτων. Δύο είναι τα βασικά ερωτήματα. Πρώτον αν η Αθήνα θα μπορέσει να ικανοποιήσει τη ζήτηση καταλυμάτων κατά τη διάρκεια των Αγώνων και δεύτερον αν απαιτείται αύξηση της προσφοράς καταλυμάτων για να ικανοποιηθεί η επιπλέον ζήτηση στο σύνολο της χώρας και στην Αττική.

Την περίοδο των Ολυμπιακών Αγώνων αναμένονται 147 χιλιάδες αλλοδαποί επισκέπτες αλλά 128,5 χιλιάδες θα έχουν ανάγκη καταλύματος. Οι υπόλοιποι θα φιλοξενηθούν στο Ολυμπιακό Χωριό (15 χιλιάδες), σε κατασκηνώσεις και φοιτητικές εστίες (4 χιλιάδες).

Η προσφορά καταλυμάτων ανέρχεται σε 154,5 χιλιάδες κλίνες που συμπεριλαμβάνουν τις 85 χιλιάδες κλίνες της Αττικής, τις 39 χιλιάδες της ευρύτερης περιοχής, τις 5 χιλιάδες σε κρουαζιερόπλοια και τις 26 χιλιάδες κλίνες σε μη καταγεγραμμένα καταλύματα ιδιωτών, όπως διαμερίσματα και σπίτια.

Η σύγκριση της αναμενόμενης ζήτησης και προσφοράς οδηγεί στο συμπέρασμα ότι δεν θα υπάρξει καμία ανάγκη νέων κλινών για την αντιμετώπιση της ζήτησης αιχμής στην Αττική την περίοδο των Αγώνων.

Από τις εκτιμήσεις που έχουν γίνει προκύπτει το συμπέρασμα ότι η αναμενόμενη προσφορά καταλυμάτων επαρκεί για την ικανοποίηση της αναμενόμενης ζήτησης καταλυμάτων τόσο στην Αττική όσο και στην Ελλάδα. Μία επιπλέον ανάγκη αφορά μόνο το 2004, έτος τέλεσης των Αγώνων, η οποία θα πρέπει να αντιμετωπιστεί με προσωρινά καταλύματα. Το 2011, το τελευταίο έτος της ανάλυσης, οι ανάγκες σε κλίνες θα ανέρχονται σε 103 χιλιάδες στην Αττική ενώ η προσφορά θα ανέρχεται στις 100 χιλιάδες. Για το σύνολο της χώρας οι αντίστοιχοι αριθμοί είναι 858 και 834 χιλιάδες.

Μία από τις δεσμεύσεις της διοργανώτριας πόλης είναι η διάθεση ξενοδοχειακών καταλυμάτων υψηλών κατηγοριών, πολυτελείας και πρώτης κατηγορίας, για τα μέλη της Διεθνούς Ολυμπιακής Επιτροπής, τους χορηγούς

και τους ανθρώπους των μέσων επικοινωνίας. Η Αττική, με την ευρύτερη περιοχή, μπορεί να ικανοποιήσει μία ζήτηση για τέτοιας κατηγορίας καταλύματα της τάξης των 15 χιλιάδων δωματίων. Απαραίτητη, όμως, προϋπόθεση είναι η σωστή διαχείριση των καταλυμάτων, ιδιαίτερος η έγκαιρη δέσμευσή τους για τις ανάγκες των Ολυμπιακών Αγώνων.

Οι Ολυμπιακοί Αγώνες μπορούν να ταξινομηθούν ως ένα ειδικό γεγονός (hallmark event) με περιορισμένη χρονική διάρκεια (2 εβδομάδες), αλλά με σημαντικές μακροχρόνιες επιδράσεις, τουλάχιστον μιας δεκαετίας. Η οικονομική επίδραση των ειδικών αθλητικών εκδηλώσεων έχει γίνει αντικείμενο πολλών μελετών, κυρίως διότι αποτελεί σημαντικό προσδιοριστικό παράγοντα για την ανάληψη και τέλεση αυτών των γεγονότων. Από μακροοικονομικής σκοπιάς, οι Ολυμπιακοί Αγώνες μπορούν να αναλυθούν ως μία θετική διαταραχή της ζήτησης, η οποία αρχίζει από τη χρονική περίοδο που ανατίθενται οι Αγώνες στην πόλη και τελειώνει με την τέλεση των Αγώνων. Οι δαπάνες κατασκευής διαφόρων έργων υποδομής για τους Ολυμπιακούς Αγώνες, οι αφίξεις αλλοδαπών τουριστών και οι πωλήσεις εισιτηρίων και τηλεοπτικών δικαιωμάτων των Αγώνων αποτελούν πηγές αύξησης της συνολικής ζήτησης. Η επίδραση της αύξησης της ζήτησης μπορεί να ταξινομηθεί σύμφωνα με το κριτήριο των χρονικών φάσεων των Αγώνων στις ακόλουθες τρεις κατηγορίες:

- Περίοδος της προετοιμασίας (1998 – 2004)
- Περίοδος των Αγώνων (2004 – 2005)
- Περίοδος μετά τους Αγώνες (2005 – 2011)

Οι Ολυμπιακοί Αγώνες έχουν σημαντικές οικονομικές επιπτώσεις στο σύνολο της οικονομικής δραστηριότητας και στην οικονομική ευημερία των κατοίκων. Οι επιδράσεις αυτές, όμως, επηρεάζουν την περιοχή που γίνονται οι Αγώνες και όχι τόσο το σύνολο της χώρας, δημιουργώντας σημαντικά προβλήματα ισοκατανομής των οποιωνδήποτε οικονομικών ωφελειών που μπορεί να προκύψουν από τους Αγώνες. Όσο μεγαλύτερη είναι η χώρα σε έκταση και πληθυσμό,

τόσο μεγαλύτερη είναι και η διαφοροποίηση των επιδράσεων μεταξύ των περιφερειών. Πάντως, στην περίπτωση της Ελλάδας, η μικρότερη σε πληθυσμό και σε έκταση χώρα που της ανατέθηκε η διοργάνωση Ολυμπιακών Αγώνων, το σύνολο της χώρας μπορεί να θεωρηθεί ως μία περιφέρεια που θα ωφεληθεί συνολικά από τους Αγώνες.

Η οικονομική ανάλυση των Ολυμπιακών Αγώνων βασίζεται πάνω στις επιδράσεις τριών κατηγοριών δραστηριοτήτων:

- Δραστηριότητες που λαμβάνουν χώρα κατά τη διάρκεια των Αγώνων, όπως προβολή των Αγώνων και πώληση εισιτηρίων.
- Κατασκευαστικές δραστηριότητες για τη δημιουργία της κατάλληλης υποδομής, αναγκαίας για την τέλεση των Αγώνων, όπως γηπέδων, Ολυμπιακού Χωριού, κέντρου τύπου και τηλεόρασης και μέσων μεταφοράς.
- Διεθνείς τουριστικές επισκέψεις, είτε για την παρακολούθηση των Αγώνων, είτε λόγω της προβολής της πόλης-χώρας.

Οι οικονομικές επιδράσεις των δραστηριοτήτων αυτών έχουν σημαντικές διαφοροποιήσεις όσον αφορά στον χρονικό ορίζοντα των τριών περιόδων που αναφέρθηκαν παραπάνω. Είναι σχεδόν βέβαιο ότι μετά, αλλά και πριν τους Ολυμπιακούς Αγώνες, θα γίνουν πολλές διεθνείς αθλητικές συναντήσεις. Οι δραστηριότητες αυτές περιλαμβάνονται στην κατηγορία των διεθνών επισκέψεων. Η μόνη δραστηριότητα, της οποίας οι επιπτώσεις διαρκούν και στις τρεις χρονικές περιόδους είναι του διεθνούς τουρισμού.

1.2 Τουριστικές επιπτώσεις

Οι Ολυμπιακοί Αγώνες μπορούν να θεωρηθούν ως ένα Τουριστικό Αθλητικό γεγονός (sport-event tourism) το πιο σημαντικό αυτής της κατηγορίας. Η ανάληψη της οργάνωσης τέτοιων γεγονότων, πολλές φορές, γίνεται με αντικειμενικό σκοπό την τουριστική ανάπτυξη μιας

χώρας ή περιοχής. Γενικά, τα οφέλη από την οργάνωση τέτοιων εκδηλώσεων είναι:

A. Η προσέλκυση τουριστών υψηλού εισοδήματος και η δημιουργία μιας μόνιμης τουριστικής πελατείας.

B. Η δημιουργία μιας ευνοϊκής τουριστικής εικόνας για τη χώρα προορισμού.

Γ. Η δημιουργία και ο εκσυγχρονισμός των τουριστικών υποδομών.

Δ. Η χρησιμοποίηση των διεθνών μέσων επικοινωνίας για ένα μεγάλο χρονικό διάστημα για τη μετάδοση διάφορων μηνυμάτων.

E. Η δημιουργία εξειδικευμένου ανθρώπινου δυναμικού στους οργανωτικούς, χρηματοοικονομικούς και διοικητικούς τομείς, με ειδική έμφαση στην τέλεση ειδικών γεγονότων (events).

Οι Ολυμπιακοί Αγώνες μπορούν, αν αξιοποιηθούν κατάλληλα, να έχουν σημαντική και διαρκή επίπτωση στην τουριστική οικονομία μιας χώρας. Το σύνολο των επιδράσεων μπορεί να ταξινομηθεί σε τρεις κατηγορίες ανάλυσης των επιπτώσεων:

A. Η Ολυμπιακή Αγορά

B. Η Εσωτερική Τουριστική Αγορά

Γ. Η Διεθνής Τουριστική Αγορά

A. Η Ολυμπιακή Αγορά

Η Ολυμπιακή Αγορά περιλαμβάνει ένα πλέγμα οικονομικών δραστηριοτήτων που είναι το αποτέλεσμα της οργάνωσης αυτού του ειδικού τουριστικού αθλητικού γεγονότος. Απαιτείται αρκετός χρόνος, αλλά και σημαντικοί χρηματικοί πόροι για δραστηριότητες που άμεσα σχετίζονται με το γεγονός, όπως:

- Μάρκετινγκ προβολής και δημοσίων σχέσεων
- Χρηματοδοτήσεις και χορηγίες
- Εισιτήρια και άλλες υπηρεσίες για τους θεατές
- Μεταφορά και καταλύματα για τους θεατές, τους αθλητές και τους επισήμους

- Ασφάλεια και υπηρεσίες έκτακτων αναγκών
- Προετοιμασία των αθλητικών και άλλων εγκαταστάσεων

Για κάθε Ολυμπιάδα, για την εκτέλεση των παραπάνω δραστηριοτήτων, συστήνεται ειδικός οργανισμός που δημιουργεί χιλιάδες θέσεις εργασίας και μεγάλη οικονομική δραστηριότητα στην περιοχή.

Β. Η Εσωτερική Τουριστική Αγορά

Η επίδραση στην εσωτερική τουριστική αγορά είναι σημαντική για μεγάλες χώρες, όπως οι Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής ή η Αυστραλία. Για την περίπτωση της Αθήνας, η επίπτωση αυτή δεν εκτιμάται ότι θα είναι πολύ σημαντική, τουλάχιστον όσον αφορά στην τουριστική επίπτωση. Η Ελλάδα είναι, γεωγραφικά και πληθυσμιακά, η μικρότερη χώρα που έχει αναλάβει την τέλεση ενός τέτοιου μεγάλου αθλητικού γεγονότος. Από την άποψη αυτή, η Ελλάδα μπορεί να θεωρηθεί ως μια 'πόλη' που αναλαμβάνει την τέλεση των Αγώνων.

Γ. Η Διεθνής Τουριστική Αγορά

Η επίδραση των Αγώνων στη Διεθνή Τουριστική Αγορά είναι διαχρονική, ξεκινά από την ανάληψη των Αγώνων και διαρκεί μερικά χρόνια μετά τους Αγώνες. Στην περίπτωση της Αθήνας, η σχετική περίοδος καλύπτει το χρονικό διάστημα από το 1998 ως το 2011. Οι διεθνείς επισκέπτες μπορούν να ταξινομηθούν στις ακόλουθες τρεις κατηγορίες:

- Επισκέπτες πριν τους Αγώνες
- Επισκέπτες-Θεατές των Αγώνων
- Επισκέπτες που προσελκύονται στη χώρα λόγω της διεθνούς προβολής

Στην πρώτη κατηγορία επισκεπτών ανήκουν εκείνοι που θα επισκεφτούν την Ελλάδα πριν τους Αγώνες, όπως μέλη της Διεθνούς Ολυμπιακής Οικογένειας, άνθρωποι των ΜΜΕ, χορηγοί, αθλητές, επίσημοι από άλλες χώρες και θεατές.

Στη δεύτερη κατηγορία ανήκουν οι ίδιοι επισκέπτες, μόνο που λαμβάνουν τη μέγιστη δυνατή κορύφωση λόγω της τέλεσης των Αγώνων.

Στην τρίτη κατηγορία ανήκουν όλοι εκείνοι οι ξένοι τουρίστες που επισκέπτονται τη χώρα λόγω της προβολής-δημοσιότητας που έτυχε η χώρα από τους Αγώνες. Η κατηγορία αυτή διαρκεί όλη την περίοδο, πριν, κατά τη διάρκεια και μετά τους Αγώνες.

Η εκτίμηση της επίδρασης που έχει ο διεθνής τουρισμός εξαρτάται από τον αριθμό των τουριστών, τη διάρκεια παραμονής τους (αριθμός διανυκτερεύσεων) και τη μέση ημερήσια δαπάνη των τουριστών.

1.3 Ανάγκες σε καταλύματα

Το πιο σημαντικό, ίσως, συμπέρασμα που προκύπτει από την ανάλυση των προηγούμενων Ολυμπιακών Αγώνων είναι ότι οι ανάγκες σε καταλύματα είχαν υπερεκτιμηθεί. Σε μερικές περιπτώσεις, όπως του Λος Άντζελες και της Βαρκελώνης, παρατηρήθηκε μία πτώση των επισκεπτών κατά την περίοδο τέλεσης των Αγώνων. Στην περίπτωση της Βαρκελώνης, τον ίδιο χρόνο που είχαν τελεστεί οι Αγώνες (1992) έλαβαν χώρα δύο παράλληλα σημαντικά γεγονότα στην Ισπανία: Η Διεθνής Έκθεση EXPO στην πόλη της Σεβίλλης και η πρωτεύουσα Μαδρίτη είχε οριστεί Πολιτιστική Πρωτεύουσα της Ευρώπης.

Υπάρχουσα Ξενοδοχειακή Υποδομή

Ο σχεδιασμός της ελληνικής υποψηφιότητας για τους Ολυμπιακούς Αγώνες του 2004, ως προς την ξενοδοχειακή υποδομή, στηρίχτηκε σε τρία επιμέρους προγράμματα:

- Η υπάρχουσα ξενοδοχειακή υποδομή στην πόλη των Αθηνών (βασικό σχέδιο ως προς την απόσταση των καταλυμάτων από τις Ολυμπιακές εγκαταστάσεις, χρονικής διάρκειας 5-30 λεπτών της ώρας).
- Η υπάρχουσα ή προγραμματισμένη να ολοκληρωθεί ξενοδοχειακή υποδομή πριν το 2004 στην ευρύτερη περιοχή των Αθηνών, του Αργοσαρωνικού και του Νότιου Ευβοϊκού Κόλπου (συμπληρωματικό σχέδιο ως προς την απόσταση των καταλυμάτων από τις Ολυμπιακές εγκαταστάσεις, χρονικής διάρκειας 30-75 λεπτών της ώρας).
- Η υπάρχουσα ή προγραμματισμένη να ολοκληρωθεί ξενοδοχειακή υποδομή πριν το 2004 σε περιοχές που βρίσκονται στον Κεντρικό άξονα Αθηνών-Κορίνθου-Πάτρας και Αθηνών-Λαμίας, καθώς και περιοχές που γειτνιάζουν με αυτούς, όπως το Ναύπλιο, το Τολό και η Χαλκίδα (επιπλέον σχεδιασμός που αφορά καταλύματα που βρίσκονται σε χρονική απόσταση από τις Ολυμπιακές εγκαταστάσεις γύρω στα 45-90 λεπτά της ώρας).

Οι ανωτέρω σχεδιασμοί περιγράφουν αποκλειστικά το ελάχιστο των υπάρχοντων καταλυμάτων με κριτήριο τη χρονική απόσταση.

Πρόβλεψη για Διάθεση Καταλυμάτων

Σύμφωνα με τον φάκελο υποψηφιότητας, στη διάρκεια των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004 η Αθήνα και οι γειτνιάζουσες σ' αυτήν περιοχές αναμένεται ότι θα φιλοξενήσουν περίπου 145.000 επισκέπτες-θεατές ημερησίως. Ένας σημαντικός αριθμός επισκεπτών

θα μείνει σε καταλύματα που βρίσκονται σε χρονική απόσταση μικρότερη της μιας ώρας από τις Ολυμπιακές Αθλητικές Εγκαταστάσεις και τις αντίστοιχες του Φαληρικού Δέλτα.

Η επιλογή των καταλυμάτων βασίζεται στα ακόλουθα κριτήρια: απόσταση χρονικής διάρκειας μικρότερης των 60 λεπτών, κατηγορία του ξενοδοχείου σύμφωνα με τις επίσημες προδιαγραφές, επίπεδο προσφερομένων υπηρεσιών και ποιότητα του περιβάλλοντος (φυσικό περιβάλλον, αρχαιολογικοί χώροι, δημόσια υποδομή κλπ).

Ο βασικός σχεδιασμός ως προς την εξασφάλιση καταλύματος για τους περίπου 145.000 επισκέπτες θα στηριχτεί σε δύο κατηγορίες προσφερόμενων κλινών:

- Των υπαρχόντων ξενοδοχείων όλων των κατηγοριών
- Των νέων εγκαταστάσεων που αναμένεται είτε να ανεγερθούν, είτε να ανακαινιστούν, συμπεριλαμβανομένων των κρουαζιερόπλοιων και των κατασκηνώσεων.

Σύμφωνα με τον σχεδιασμό οι επισκέπτες θα εξυπηρετηθούν σε χώρους όπως:

1. Ξενοδοχεία
2. Κρουαζιερόπλοια
3. Παραθεριστικές κατοικίες
4. Κατασκηνώσεις

Με τον όρο παραθεριστικές κατοικίες εννοούνται τα σπίτια και τα διαμερίσματα που βρίσκονται σε περιοχές τουριστικές και ενοικιάζονται κατά τη διάρκεια της τουριστικής περιόδου ή καθ' όλο το έτος σε τουρίστες, ημεδαπούς ή αλλοδαπούς.

Θα πρέπει να θεωρείται βέβαιο ότι η πλειονότητα των επισκεπτών θα επιλέξει κάποιο από τα καταλύματα που βρίσκονται σε χρονική απόσταση μικρότερη των 30 λεπτών της ώρας από τις Ολυμπιακές Αθλητικές Εγκαταστάσεις.

Όπως καταγράφηκε στον φάκελο υποψηφιότητας, οι κλίνες των ξενοδοχείων της Αττικής ανέρχονται περίπου στις 62.000, εκ των

οποίων οι 55.500 ανήκουν σε ξενοδοχεία Α', Β' και Γ' κατηγορίας. Σ' αυτό το δυναμικό αναμένεται να προστεθούν περίπου 3.000 κλίνες υψηλών κατηγοριών γύρω από το αεροδρόμιο των Σπάτων, σε εκτάσεις του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού στην Ανάβυσσο και με τη λειτουργία του Ξενία στο Λαγονήσι.

Πέρα από την υπάρχουσα υποδομή, όπως παρουσιάστηκε στον φάκελο υποψηφιότητας για την ανάληψη των Αγώνων, υπάρχει πρόβλεψη να οικοδομηθούν νέες ξενοδοχειακές μονάδες στην ευρύτερη περιοχή των Αθηνών για να καλύψουν την αυξημένη ζήτηση κλινών, ιδιαίτερα αυτής από τις πρόσφατα δημιουργηθείσες Δημοκρατίες της Ανατολικής Ευρώπης. Η ήδη υπάρχουσα υποδομή σ' αυτές τις περιοχές ανέρχεται σε 120.000 κλίνες.

Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός, ότι με την ευκαιρία των Ολυμπιακών Αγώνων πολλά ξενοδοχεία στην πόλη των Αθηνών, όλων των κατηγοριών, θα υποχρεωθούν να προβούν σε εκσυγχρονισμό των εγκαταστάσεών τους και σε αναβάθμιση των παρεχόμενων υπηρεσιών. Σίγουρα οι μικρές μονάδες θα αντιμετωπίσουν ιδιαίτερα μεγάλο οικονομικό πρόβλημα προκειμένου να αντεπεξέλθουν στις υψηλές απαιτήσεις των τουριστών.

Ο αναπτυξιακός νόμος παρέχει τη δυνατότητα σε ξενοδοχεία αυτής της κατηγορίας, που διαθέτουν κάτω των 50 κλινών, να υπαχθούν με ελάχιστη επένδυση το ποσό των 25 εκατομμυρίων δραχμών. Επίσης, δίνεται η δυνατότητα και σε ξενοδοχεία Δ' και Ε' κατηγορίας να συμπεριληφθούν στο νόμο, εάν στεγάζονται σε κτίρια παραδοσιακά ή διατηρητέα και με την προϋπόθεση ότι μετά τον εκσυγχρονισμό θα αναβαθμιστούν τουλάχιστο σε Γ' κατηγορία.

Ένα πρόβλημα που θα πρέπει να αντιμετωπιστεί είναι το χαμηλό επίπεδο των παρεχόμενων υπηρεσιών από το περίπου 27% των ξενοδοχειακών μονάδων που λειτουργούν στην περιοχή των Αθηνών, τα οποία αποκλείονται από προγράμματα εκσυγχρονισμού και δημιουργούν μια πολύ αρνητική εικόνα για τον ελληνικό τουρισμό.

Τα παραπάνω στοιχεία προέρχονται από τον φάκελο υποψηφιότητας. Αν και δεν υπάρχουν μεγάλες διαφοροποιήσεις, είναι πολύ σημαντικό να αναφερθεί ότι στον φάκελο δεν αναφέρονται δύο παράμετροι που κατά πολύ θα προσδιορίσουν και τις ανάγκες σε καταλύματα.

Η πρώτη παράμετρος αφορά τον εσωτερικό τουρισμό. Οι 145.000 επισκέπτες-θεατές συμπεριλαμβάνουν και τους ημεδαπούς. Για παράδειγμα, οι επισκέπτες της Βαρκελώνης το 1992 προέρχονταν κυρίως από τις άλλες περιοχές της Ισπανίας (44%). Ακόμη μεγαλύτερα ήταν τα ποσοστά για την Ατλάντα και το Λος Άντζελες (γύρω στο 70%). Οι πιο πολλοί από αυτούς έμειναν σε οικογένειες και φίλους.

Η δεύτερη παράμετρος που πρέπει να ληφθεί υπόψη είναι η μέση διαμονή, κυρίως στη διάρκεια των Αγώνων. Οι θεατές δεν έρχονται για όλους τους Αγώνες, αλλά ενδιαφέρονται για συγκεκριμένα αθλήματα. Στην παρούσα φάση υποθέτουμε ότι κάθε μέρα στην Αθήνα θα βρίσκονται 50 χιλιάδες αλλοδαποί θεατές.

Λαμβάνοντας υπόψη αυτές τις δύο παραμέτρους, οι εκτιμήσεις που παρουσιάζονται στην παρούσα μελέτη δεν διαφοροποιούνται σημαντικά από τα στοιχεία του φακέλου υποψηφιότητας. Η όποια διαφοροποίηση στην τελική εκτίμηση, η οποία σημειωτέον είναι σημαντική, οφείλεται σε διαφορετικό υπολογισμό των αφίξεων αλλοδαπών.

1.4 Συμπεράσματα

Συμπερασματικά στην ενότητα αυτή παρουσιάστηκαν περιληπτικά οι οικονομικές συνέπειες των Ολυμπιακών Αγώνων, με ιδιαίτερη έμφαση στον τουρισμό. Επίσης παρουσιάστηκαν οι ανάγκες σε καταλύματα όπως αυτές έχουν καταγραφεί στον φάκελο της ελληνικής υποψηφιότητας για τους Αγώνες του 2004.

Το βασικό συμπέρασμα είναι ότι η πιο σημαντική οικονομική επίπτωση των Ολυμπιακών Αγώνων, είναι οι αναμενόμενες επιπρόσθετες αφίξεις αλλοδαπών τουριστών, που αρχίζουν πριν τους Αγώνες και τελειώνουν πολύ μετά τους Αγώνες. Στην περίπτωση της Ελλάδας, το διάστημα αυτό περιλαμβάνει την περίοδο από το 1998 ως το 2011.

Ο ελληνικός φάκελος υποψηφιότητας, που αποτελεί και την επίσημη δέσμευση της Ελλάδας, ανεβάζει τον αριθμό των επισκεπτών για τους οποίους θα απαιτηθούν καταλύματα, στις 200 χιλιάδες περίπου.

2^ο Κεφάλαιο: Η εμπειρία άλλων πόλεων που ανέλαβαν να διοργανώσουν Ολυμπιακούς Αγώνες

2.1 Εισαγωγή

Οι άμεσες και οι μακροπρόθεσμες επιπτώσεις των Ολυμπιακών Αγώνων που έχουν τελεστεί σε άλλες πόλεις αποτελούν χρήσιμη εμπειρία για την εκτίμηση των επιπτώσεων που θα έχει η τέλεσή τους και στην Αθήνα το 2004. Η αξιοποίηση της εμπειρίας συνίσταται, εκτός από το ακαδημαϊκό ενδιαφέρον, στον εντοπισμό εκείνων των παραγόντων που συνέβαλαν αποφασιστικά στη μεγιστοποίηση των ωφελειών από την τέλεση των Αγώνων. Θα πρέπει, όμως, να τονιστεί εξ αρχής, ότι η μεταφορά της εμπειρίας των άλλων πόλεων στην Αθήνα θα πρέπει να γίνει με μεγάλη προσοχή διότι το περιβάλλον τέλεσης των Αγώνων είναι διαφορετικό.

Η εμπειρία των άλλων πόλεων αξιοποιείται και παρουσιάζεται στην παρούσα μελέτη, έχοντας κατά νου τις ιδιαιτερότητες που χαρακτηρίζουν τις πόλεις αυτές σε σύγκριση με την Αθήνα. Οι

διαφοροποιήσεις μπορεί να οφείλονται σε πολλούς παράγοντες. Μερικοί από αυτούς είναι και οι ακόλουθοι.

Πρώτον, η εμπειρία των πόλεων που τέλεσαν Αγώνες στο μακρινό, σχετικώς, παρελθόν, δηλαδή πριν τους Ολυμπιακούς Αγώνες του Λος Άντζελες το 1984, δεν είναι ιδιαίτερος χρήσιμη, διότι οι κανόνες της Διεθνούς Ολυμπιακής Επιτροπής ήταν τελείως διαφορετικοί, όσον αφορά στα δικαιώματα εμπορευσιμότητας των Αγώνων, των απαιτήσεων σε υποδομές και του αριθμού των αθλημάτων. Για παράδειγμα, όσον αφορά στην Αθήνα, οι Ολυμπιακοί Αγώνες που έγιναν στο Σίδνεϋ έχουν μεγαλύτερη σημασία απ' ότι αυτών της Μελβούρνης το 1956, της Ρώμης το 1960, του Τόκιο το 1964 ή του Μόντρεαλ το 1976.

Δεύτερον, διότι οι Ολυμπιακοί Αγώνες που έγιναν κάτω από τελείως διαφορετικές οικονομικές και πολιτικές συνθήκες, όπως οι Ολυμπιακοί Αγώνες της Μόσχας το 1980, δεν έχουν σχεδόν καμία χρησιμότητα για την Αθήνα. Μπορεί να είναι χρήσιμοι για το αγωνιστικό μέρος, αλλά όχι και για γενικότερες οικονομικές (τουριστικές) επιπτώσεις.

Τρίτον, από τη σκοπιά των τουριστικών επιπτώσεων, η εμπειρία των Ολυμπιακών Αγώνων που έγιναν στην Αμερική (Ατλάντα το 1996 και Λος Άντζελες το 1984) δεν έχουν την ίδια σημασία για την Αθήνα, όπως οι Αγώνες που έγιναν στην Ευρώπη (Βαρκελώνη, 1992). Ο πιο σημαντικός λόγος είναι ότι στην πρώτη περίπτωση οι τουριστικές επιπτώσεις αφορούν τον εσωτερικό τουρισμό, ενώ στη δεύτερη περίπτωση υπάρχει σημαντική αύξηση στη διεθνή τουριστική κίνηση.

Τέταρτον, υπάρχουν σημαντικές διαφοροποιήσεις όσον αφορά στις γενικότερες προσδοκίες από την ανάληψη της τέλεσης των Αγώνων. Για παράδειγμα, υπάρχουν πόλεις που αναλαμβάνουν την τέλεση των Αγώνων, διότι τους θεωρούν μία ευκαιρία για νέο ξεκίνημα, όσον αφορά στην οικονομική τους ανάπτυξη, ενώ άλλες πόλεις την αναλαμβάνουν για άλλους λόγους, όπως γοήτρου και επίδειξης ισχύος. Για παράδειγμα το Μεξικό, η Βαρκελώνη και η Αθήνα ανήκουν

στην πρώτη κατηγορία, ενώ το Λος Άντζελες και η Ατλάντα στη δεύτερη κατηγορία.

Το συμπέρασμα που προκύπτει είναι ότι οι πιο σημαντικές πόλεις για την Αθήνα είναι το Σίδνεϋ, λόγω των κοινών οργανωτικών και τεχνολογικών απαιτήσεων και η Βαρκελώνη, λόγω της ομοιότητας του τουριστικού περιβάλλοντος. Η εμπειρία της Βαρκελώνης είναι ιδιαίτερα σημαντική και για άλλους λόγους, εκτός από τις ομοιότητες στον τουριστικό τομέα. Όπως και η Αθήνα σήμερα, έτσι και η Βαρκελώνη πριν τους Αγώνες του 1992, αντιμετώπιζε προβλήματα υποβάθμισης ή ανυπαρξίας γενικότερων υποδομών που θα μπορούσαν να συντελέσουν στη μακροπρόθεσμη οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη. Οι Αγώνες για τη Βαρκελώνη ήταν η αφορμή για ένα αναπτυξιακό ξεκίνημα. Κάτι ανάλογο επιδιώκει και η Αθήνα.

Για τους παραπάνω λόγους στην ενότητα αυτή δίνεται μεγαλύτερη έμφαση στις πόλεις του Σίδνεϋ και της Βαρκελώνης. Η προετοιμασία του Σίδνεϋ είναι χρήσιμη ως εμπειρία προετοιμασίας για την Αθήνα, ιδιαίτερα του τρόπου αντιμετώπισης των αλλοδαπών τουριστών. Η εμπειρία της Βαρκελώνης εκτιμάται ότι είναι η πιο χρήσιμη για την μέτρηση των τουριστικών επιπτώσεων στην περίπτωση της Αθήνας το 2004. Αυτός είναι ο λόγος που στις εκτιμήσεις των προβλέψεων των τουριστικών επιπτώσεων χρησιμοποιείται η εμπειρία της Βαρκελώνης ως ενδεχόμενο σενάριο για την Αθήνα του 2004. Οι εμπειρίες των άλλων πόλεων δεν έχουν ιδιαίτερη σημασία για την Αθήνα.

Η Ατλάντα και το Λος Άντζελες είναι χρήσιμες διότι δείχνουν ίσως τον τρόπο με τον οποίο θα μπορούσαν να προσελκυσθούν τουρίστες από την Αμερική και σε μερικές περιπτώσεις τον τρόπο με τον οποίο μπορεί να αντιμετωπιστεί, με προσωρινά καταλύματα, η μεγάλη ζήτηση κατά τη διάρκεια των Αγώνων. Η εμπειρία των άλλων πόλεων μόνο ένα γενικότερο ενδιαφέρον μπορεί να έχει και γι αυτό δεν παρουσιάζεται αναλυτικά. Θα πρέπει να σημειωθεί ότι υπάρχει και μία αντικειμενική δυσκολία ανάλυσης αυτών των Ολυμπιακών Αγώνων,

διότι μόνο οι πρόσφατοι Ολυμπιακοί Αγώνες αποτέλεσαν αντικείμενο συστηματικών μελετών και συλλέχτηκαν τα κατάλληλα στοιχεία. Σε μερικές περιπτώσεις είναι αδύνατο να εκτιμηθεί η ζήτηση για καταλύματα διότι δεν υπάρχουν αξιόπιστα στατιστικά στοιχεία. Υπάρχουν οι αρχικές εκτιμήσεις για τη ζήτηση, αλλά δεν υπάρχουν οι μετρήσεις των πραγματικών αφίξεων σε κάθε Ολυμπιάδα.

2.2 Ανάθεση και σκοποί των Ολυμπιακών Αγώνων- Η εμπειρία από Σίδνεϋ-Βαρκελώνη

Η ανάθεση της τέλεσης των Αγώνων σε μία πόλη από την Διεθνή Ολυμπιακή Επιτροπή είναι μία πολύπλοκη και χρονοβόρος διαδικασία, ιδιαίτερα πρόσφατα με την έντονη εμπορευματοποίηση των Αγώνων. Ο φάκελος υποψηφιότητας της κάθε πόλης είναι ογκώδης και απαιτεί την στήριξη πολλών παραγόντων του δημόσιου και ιδιωτικού τομέα για να μπορέσει να πείσει τους «Αθάνατους» της ΔΟΕ. Η κάθε πόλη προβάλλει τους δικούς της λόγους και δίνει το δικό της μήνυμα για την ανάληψη των Αγώνων.

Από τους σκοπούς που έθεσε η κάθε πόλη θα πρέπει να κριθεί και η επιτυχία των Αγώνων. Για παράδειγμα, το Λος Άντζελες θεωρείται ότι πέτυχε διότι κατάφερε όχι μόνο να ισοσκελίσει τον προϋπολογισμό, αλλά να πετύχει και κέρδος. Με το ίδιο κριτήριο δεν μπορεί να αξιολογηθούν οι Αγώνες του 1980 που έγιναν στη Μόσχα.

Στις 23 Σεπτεμβρίου 1993, επτά χρόνια πριν από τους Αγώνες του 2000, η Διεθνής Ολυμπιακή Επιτροπή ανέθεσε την τέλεσή τους στην πόλη του Σίδνεϋ από τις 15 Σεπτεμβρίου ως την 1^η Οκτωβρίου 2000.

Το Σίδνεϋ είναι μία σύγχρονη μεγαλούπολη 4 εκατομμυρίων κατοίκων που προέρχονται από 100 διαφορετικές εθνότητες. Το Σίδνεϋ ανήκει στην Πολιτεία της Νέας Νότιας Ουαλίας, μία από τις 8 διοικητικές περιοχές της Αυστραλίας, που γεωγραφικά βρίσκεται στη νοτιοανατολική ακτή της Αυστραλίας.

Την ευθύνη οργάνωσης των Αγώνων ανέλαβε η Οργανωτική Επιτροπή Ολυμπιακών Αγώνων του Σίδνεϋ . Η πολιτειακή κυβέρνηση της Νέας Νότιας Ουαλίας της Αυστραλίας ανέλαβε την ευθύνη εξασφάλισης όλων των αναγκαίων υποδομών. Οι εκτιμήσεις των Αυστραλών ήταν ότι περίπου 10.200 αθλητές και 5.100 επίσημοι της ΔΟΕ από 200 χώρες θα συμμετάσχουν στα 28 αγωνίσματα του προγράμματος των Αγώνων. Τους Αγώνες κάλυψαν 15.000 άτομα των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης και τους παρακολούθησαν 3,5 δισεκατομμύρια τηλεθεατές σε όλο τον κόσμο. Ο αριθμός των εισιτηρίων που πουλήθηκαν ανήλθε στα 5,5 εκατομμύρια. Ο προϋπολογισμός για τους Αγώνες ανήλθε περίπου στα 2,2 δισεκατομμύρια δολάρια.

Σύμφωνα με τα επίσημα στοιχεία των Αυστραλών 132.000 άτομα επισκέφθηκαν καθημερινά το Σίδνεϋ για να παρακολουθήσουν τους Αγώνες και 1,6 εκατομμύρια τουρίστες επισκέφθηκαν την πόλη το διάστημα 1996-2004 ως αποτέλεσμα της προβολής που της εξασφάλισε η τέλεση των Αγώνων, δημιουργώντας έσοδα περίπου 6 δισεκατομμυρίων δολαρίων. Ο εσωτερικός τουρισμός της Αυστραλίας ανήλθε στις 360 χιλιάδες θεατές κατά τη διάρκεια των Αγώνων. Οι τουρίστες επισκέφθηκαν και γειτονικές περιοχές εκτός αυτής της Νέας Νότιας Ουαλίας.

Όσον αφορά τις αφίξεις ανά ήπειρο η πλειοψηφία τους προήλθε από την Ασία (50%). Μόνο το 25% από την Ευρώπη και το 15% από την Βόρεια Αμερική. Η εικόνα αυτή καταδεικνύει την σπουδαιότητα της απόστασης που θα επιβεβαιωθεί κατά τον πιο πειστικό τρόπο για την Βαρκελώνη, όπου η συντριπτική πλειοψηφία των επισκεπτών προέρχονταν από την Ευρώπη (83%). Η Βαρκελώνη, όπως και το Σίδνεϋ, είναι μία σύγχρονη μεγαλούπολη με πληθυσμό 4 εκατομμύρια κατοίκους και οι Αγώνες του 1992 μεταμόρφωσαν την πόλη.

Αυτό που ενδιαφέρει άμεσα την Αθήνα είναι οι τουριστικές, άμεσες και μακροπρόθεσμες, επιδράσεις. Όπως αναφέραμε η εμπειρία της Βαρκελώνης είναι η πιο χρήσιμη για την Αθήνα το 2004 από όλες τις

άλλες πόλεις που διοργάνωσαν Ολυμπιακούς Αγώνες στο παρελθόν. Οι Αγώνες άλλαξαν τις τουριστικές δυνατότητες της Βαρκελώνης που από την αφάνεια έγινε μία από τις σημαντικότερες πόλεις τουριστικού προορισμού της Ευρώπης και τόπος διεθνών εμπορικών και επιστημονικών συναντήσεων. Αρκεί να αναφερθεί ότι το 1997 στην Βαρκελώνη έγιναν 1.000 συνέδρια και διεθνείς συναντήσεις. Ο αντίστοιχος αριθμός το 1990 ήταν 373.

Η μεγαλύτερη πρόκληση για την πόλη της Βαρκελώνης ήταν η αναμόρφωσή της μέσα από σημαντικά έργα που έγιναν. Η πόλη ήταν κλειστή προς τη θάλασσα λόγω διαφόρων εργοστασίων και εγκαταλελειμμένων κτιρίων που εμπόδιζαν την προσέγγιση σε αυτήν. Όλα αυτά γκρεμίστηκαν για να χτιστούν 2.000 διαμερίσματα σε μία περιοχή με σχεδόν 5 χιλιόμετρα αμμουδιά. Τα διαμερίσματα αυτά χρησιμοποιήθηκαν για να φιλοξενήσουν τους θεατές και είχαν πωληθεί σε ιδιώτες πολύ νωρίτερα από την έναρξη των Αγώνων. Δεν είναι υπερβολή να ειπωθεί ότι η πόλη γκρεμίστηκε και ξαναχτίστηκε από την αρχή με νέους περιφερειακούς δρόμους 25 χιλιομέτρων, την κατασκευή 25 αθλητικών έργων που συμπεριλάμβαναν την ανακαίνιση του Ολυμπιακού Σταδίου και την δημιουργία ενός κλειστού 18.000 θέσεων. Νέα ξενοδοχεία κτίστηκαν που πρόσθεσαν 4.000 κλίνες την περίοδο 1990-1992. Το αεροδρόμιο ανακατασκευάστηκε και δύο τηλεπικοινωνιακοί πύργοι κτίστηκαν. Το συνολικό κόστος ανάπλασης της πόλης ανήλθε στα 8 δισεκατομμύρια δολάρια, χωρίς να συμπεριλαμβάνονται τα 2 δισεκατομμύρια των δαπανών της Οργανωτικής Επιτροπής. Η συνολική οικονομική επίδραση, που συμπεριλαμβάνει και τις πολλαπλασιαστικές επιδράσεις, ανήλθε στο ποσό των 30 δισεκατομμυρίων δολαρίων.

Οι μακροπρόθεσμες, όμως, επιδράσεις αφορούν τις τουριστικές επιπτώσεις από την ανάληψη των Αγώνων. Στην περίπτωση της Βαρκελώνης έχουμε στην διάθεσή μας άμεσα και μακροπρόθεσμα στατιστικά στοιχεία. Σύμφωνα με αυτά, η πλειοψηφία των αλλοδαπών επισκεπτών μετά τους Αγώνες ήταν Ευρωπαίοι.

2.3 Ατλάντα και Λος Άντζελες

Η Ατλάντα θα μείνει στην ιστορία ως οι Ολυμπιακοί Αγώνες που σκοπό είχαν μόνο το κέρδος. Η οργανωτική πλευρά των Αγώνων δεν ικανοποίησε την συντριπτική πλειοψηφία αυτών που συμμετείχαν. Μάλλον αποτελούν παράδειγμα προς αποφυγή. Τους Αγώνες παρακολούθησαν 1,5 δισεκατομμύριο τηλεθεατές από 220 χώρες τις 17 ημέρες των Αγώνων. Ο συνολικός προϋπολογισμός ήταν της τάξης των 1,7 δισεκατομμυρίων δολαρίων, εκ των οποίων το 40% περίπου καλύφθηκε από χορηγίες (628 εκατομμύρια δολάρια).

Αλλά ακόμη και στον τομέα της μεγιστοποίησης του κέρδους δεν θεωρούνται ότι πέτυχαν το σκοπό τους. Μελέτη έδειξε ότι δεν υπήρξε σημαντική αύξηση της οικονομικής δραστηριότητας, αλλά παρατηρήθηκε μία μετατόπιση της καταναλωτικής δαπάνης από άλλου είδους διασκέδαση προς τους Ολυμπιακούς Αγώνες. Αρχικά είχαν προβλέψει ότι μόνο το 35% των επισκεπτών θα έμενε σε φίλους και οικογένειες. Ο πραγματικός αριθμός έφτασε το 70%. Οι θεατές από την Πολιτεία της Γεωργίας όπου έγιναν οι Αγώνες αποτέλεσαν το 45% του συνόλου των θεατών, αντί του ενός τρίτου που είχε αρχικά υπολογιστεί.

Η μεγαλύτερη, ίσως, προσφορά των Ολυμπιακών Αγώνων που έγιναν στο Λος Άντζελες το 1984 είναι ότι έγινε πλέον συνείδηση σε όλους ότι ένα μεγάλο αθλητικό γεγονός μπορεί να έχει μεγάλη οργανωτική επιτυχία, χωρίς ταυτόχρονα να έχει και οικονομικές απώλειες (ελλείμματα). Το αντίθετο μάλιστα. Οι Αγώνες μπορεί να αφήνουν και κέρδη. Κύρια πηγή εσόδων ήταν τα τηλεοπτικά δικαιώματα που για τους Αγώνες του Λος Άντζελες έφτασαν τα 225 εκατομμύρια δολάρια. Στο Λος Άντζελες ταξίδεψαν 400 χιλιάδες θεατές για να παρακολουθήσουν τους Αγώνες, αντί 625 χιλιάδων που είχαν αρχικά προβλέψει. Ακόμα και οι πωλήσεις των εισιτηρίων ήταν κάτω του αναμενόμενου. Μόνο το 75% των εισιτηρίων είχαν πωληθεί και φυσικά πολύ λιγότερα χρησιμοποιήθηκαν. Εκείνο, όμως, που έχει

ενδιαφέρον είναι ότι η πλειοψηφία των επισκεπτών δεν έμεινε σε καταλύματα, αλλά σε φίλους ή σε οικογένειες.

Η μέση διαμονή ήταν 6 ημέρες, ενώ οι Αγώνες είχαν διάρκεια 16 ημέρες. Εκείνο που είναι σημαντικό είναι ότι η καταναλωτική συμπεριφορά των επισκεπτών των Αγώνων ήταν διαφορετική από τη συνηθισμένη τουριστική συμπεριφορά, ιδιαίτερα για εστιατόρια και για άλλου είδους διασκέδαση που μπορεί να προσφέρει μία πόλη, εκτός φυσικά από τους Αγώνες. Την περίοδο των Αγώνων στο Λος Άντζελες δεν παρατηρήθηκε καμία ιδιαίτερη κίνηση στον κύκλο εργασιών των υπηρεσιών που συνήθως καταναλώνουν οι τουρίστες. Η τηλεοπτική κάλυψη των Αγώνων είχε ως αποτέλεσμα τον περιορισμό του διαθέσιμου χρόνου για άλλες δραστηριότητες εκ μέρους των επισκεπτών.

2.4 Άλλες διοργανώτριες πόλεις

Πολύ λίγες πληροφορίες υπάρχουν για τις άλλες πόλεις όπου έγιναν οι Ολυμπιακοί Αγώνες μετά το 1956. Το Μόντρεαλ το 1976 θα μείνει στην ιστορία ως οι Αγώνες που δημιούργησαν τεράστια χρέη για τους κατοίκους της πόλης, που ακόμα πληρώνουν. Οι εκτιμήσεις το ανεβάζουν στο ένα δισεκατομμύριο δολάρια Καναδά. Πάντως, θα πρέπει να αναφερθεί εδώ ότι η Διεθνής Ολυμπιακή Επιτροπή έχει επισημάνει ότι το Μόντρεαλ αποφάσισε να κάνει σημαντικές επενδύσεις στις υποδομές της πόλης, χωρίς αυτές να απαιτούνται από τους Αγώνες. Αν αφαιρεθούν αυτές οι επενδύσεις, τότε η ΔΟΕ ισχυρίζεται ότι οι Αγώνες του Μόντρεαλ άφησαν κέρδος της τάξης των 116 εκατομμυρίων δολαρίων.

Το σημαντικότερο, όμως, για την παρούσα μελέτη είναι οι εκτιμήσεις των αφίξεων των αλλοδαπών τουριστών λόγω των Αγώνων. Το συμπέρασμα που συνάγεται από τα διαθέσιμα στοιχεία είναι ότι υπήρξε μία υπερεκτίμηση του αριθμού των αφίξεων.

Για παράδειγμα, στο Τόκιο το 1964 προέβλεπαν αφίξεις γύρω στις 150.000, αλλά τελικά μόνο 70.000 επισκέφτηκαν την πόλη. Για το Μόναχο και το Μόντρεαλ δεν υπάρχουν στοιχεία για τις πραγματικές αφίξεις αλλοδαπών τουριστών, αλλά προέβλεπαν 1,8 και 1,5 εκατομμύρια επισκέπτες αντίστοιχα, αριθμοί που φυσικά δεν πραγματοποιήθηκαν. Οι Αγώνες της Μόσχας προσέλκυσαν μόνο 30.000 αλλοδαπούς τουρίστες.

2.5 Συμπεράσματα για την Αθήνα το 2004

Η προηγούμενη ανασκόπηση της εμπειρίας των άλλων πόλεων που ανέλαβαν την διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων μετά τον Δεύτερο Παγκόσμιο Πόλεμο, ιδιαίτερα της Βαρκελώνης και του Σίδνεϋ, οδηγεί στα παρακάτω συμπεράσματα όσον αφορά στην διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004 στην Αθήνα.

- Από τα στοιχεία και τις μελέτες που υπάρχουν ότι στις πόλεις που έγιναν Ολυμπιακοί Αγώνες δεν παρουσιάστηκε μία κατακόρυφη άνοδος στις αφίξεις τουριστών τη χρονιά που έγιναν οι Αγώνες. Δεν παρουσιάστηκε ιδιαίτερη αύξηση στη Μόσχα και την Βαρκελώνη, ενώ είναι δύσκολο να εκτιμηθεί η αύξηση στην Ατλάντα και το Λος Άντζελες.
- Η εμπειρία των προηγούμενων πόλεων έχει δείξει ότι παρουσιάζεται μία σταθερή αύξηση στις διεθνείς αφίξεις τουριστών μετά την τέλεση των Ολυμπιακών Αγώνων.
- Εξίσου σημαντική είναι και η αρνητική επίδραση που μπορούν να έχουν οι Ολυμπιακοί Αγώνες στην άφιξη αλλοδαπών και ημεδαπών τουριστών που θέλουν να αποφύγουν την πολυκοσμία λόγω των Αγώνων. Η επίδραση αυτή ήταν χαρακτηριστική για το Λος Άντζελες αλλά και για τη Βαρκελώνη.
- Η τέλεση των Ολυμπιακών Αγώνων αυξάνει σημαντικά την προβολή της πόλης και της χώρας για ένα μεγάλο χρονικό

διάστημα που αρχίζει από την ανάθεση και τελειώνει λίγο μετά την τέλεση των Αγώνων. Η διεθνής αυτή προβολή δεν είναι πάντοτε θετική και μπορεί να έχει αρνητικές συνέπειες στις αφίξεις αλλοδαπών τουριστών, σε περίπτωση μη επιτυχούς διοργάνωσης.

- Τέλος, το πιο σημαντικό ίσως συμπέρασμα από την διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων σε άλλες πόλεις, είναι ότι παρατηρείται μία υπερεκτίμηση της τουριστικής ζήτησης, ιδιαίτερα για το έτος τέλεσης των Αγώνων.

Πάντως οι μελέτες που έχουν γίνει για τους προηγούμενους Ολυμπιακούς Αγώνες και αφορούν την τουριστική επίδραση είναι λίγες και δεν μπορούμε να εξάγουμε απόλυτα ασφαλή συμπεράσματα. Εκείνο που είναι εξαιρετικά δύσκολο να εκτιμηθεί είναι τι θα συνέβαινε στον τουριστικό τομέα, αν δεν είχαν ανατεθεί οι Αγώνες, κάτι το οποίο μπορεί να διαφοροποιείται σημαντικά από πόλη σε πόλη ή από χώρα σε χώρα.

Τα ανωτέρω συμπεράσματα αποτελούν χρήσιμο υλικό για την αξιολόγηση των τουριστικών επιπτώσεων στην Αθήνα το 2004. Πάντως η Αθήνα, όπως και κάθε άλλη πόλη, αποτελεί μία ιδιαίτερη περίπτωση, διότι οι συνθήκες που επικρατούν στην ελληνική τουριστική αγορά αλλά και η τεχνολογία για το 2004 είναι πολύ διαφορετικές απ' ό,τι ήταν στις άλλες πόλεις. Από αυτή την άποψη απαιτείται ιδιαίτερη προσοχή όταν γίνονται συγκρίσεις.

3° Κεφάλαιο: Η Διεθνής Τουριστική Ζήτηση

3.1 Εισαγωγή

Όπως προαναφέρθηκε η Βαρκελώνη θεωρείται ότι διοργάνωσε τους καλύτερους Ολυμπιακούς Αγώνες της σύγχρονης εποχής, τόσο από

αγωνιστικής όσο και από οργανωτικής πλευράς. Εκείνο όμως που θα πρέπει ιδιαίτερα να αναφερθεί είναι ότι η Βαρκελώνη μεταμορφώθηκε με αφορμή ή και λόγω των Ολυμπιακών Αγώνων, σε σημείο μάλιστα που σήμερα να αποτελεί πόλο έλξης πολλών αλλοδαπών τουριστών. Αρκεί να αναφερθεί ότι οι διανυκτερεύσεις από 3,8 εκατομμύρια το 1990 αυξήθηκαν στα 7 εκατομμύρια το 1997, ακολουθώντας μία πορεία συνεχούς και σταθερής αύξησης.

Η ικανοποίηση της ζήτησης πραγματοποιήθηκε με μία σταδιακή αύξηση των ξενοδοχειακών υποδομών της πόλης της Βαρκελώνης. Οι ξενοδοχειακές μονάδες αυξήθηκαν από 118 το 1990, στις 148 το 1992 και στις 165 το 1997. Αντίστοιχα οι ξενοδοχειακές κλίνες αυξήθηκαν από 18.569 το 1990, στις 25.055 το 1992 και στις 28.770 το 1997. Δικαιολογημένα, λοιπόν, θεωρούν πολλοί ότι οι Ολυμπιακοί Αγώνες του 1992 άλλαξαν τις τουριστικές προοπτικές της πόλης της Βαρκελώνης. Καταδεικνύεται, έτσι, η σημαντική επίπτωση που μπορεί να έχουν οι Ολυμπιακοί Αγώνες στον τουρισμό.

Η αύξηση της μόνιμης τουριστικής ζήτησης, παρακινούμενης από τους Αγώνες, δημιουργεί τις προϋποθέσεις για την αύξηση και βελτίωση των καταλυμάτων. Δεν είναι τυχαίο ότι μέρος του φακέλου υποψηφιότητας μιας πόλης για την ανάληψη των Αγώνων αποτελούν και οι υποδομές της σε καταλύματα, ξενοδοχειακά και άλλα. Το πρόβλημα, όμως, με τις υποδομές των καταλυμάτων είναι ότι συνήθως γίνεται μία υπερεκτίμηση των αναγκών σε καταλύματα που οφείλεται στην υπερεκτίμηση της ζήτησης του διεθνούς τουρισμού, σε υποεκτίμηση των υπάρχουσών και αναμενόμενων εναλλακτικών υποδομών καταλυμάτων ή και στα δύο.

Στην περίπτωση της Ελλάδας, η πιο σημαντική επίδραση είναι η αναμενόμενη σταθερή και μακροχρόνια αύξηση αλλοδαπών τουριστών. Τα οφέλη που θα προκύψουν εξαρτώνται από το πόσο αξιόπιστες θα είναι οι προβλέψεις για την αναμενόμενη αύξηση στην προσέλευση αλλοδαπών τουριστών που θα επιτρέψει τον καλύτερο σχεδιασμό των απαιτούμενων υποδομών, κυρίως των καταλυμάτων.

3.2 Σενάρια για την τουριστική ζήτηση

Ο τουρισμός αποτελεί ένα δυναμικό φαινόμενο και η αγορά του είναι παγκόσμια και για αυτό το λόγο πάρα πολύ ανταγωνιστική. Οι επιλογές χωρών και περιοχών προορισμού που κάνουν οι αλλοδαποί εξαρτώνται από πολλούς παράγοντες, οι σημαντικότεροι των οποίων είναι το εισόδημα και η τιμή. Η τελευταία συμπεριλαμβάνει και τις οποιεσδήποτε διακυμάνσεις στην συναλλαγματική ισοτιμία του νομίσματος της χώρας προορισμού. Η μεγάλη σημασία που έχει ο τουρισμός για την οικονομική ανάπτυξη μιας χώρας ή μιας περιφέρειας οδήγησε στην εκτενή μελέτη των προσδιοριστικών παραγόντων της τουριστικής ζήτησης με την ανάπτυξη οικονομετρικών υποδειγμάτων. Οι πιο σημαντικοί σκοποί αυτών των υποδειγμάτων ήταν η εκτίμηση ελαστικοτήτων, κυρίως των τιμών και του εισοδήματος, η μέτρηση των μακροοικονομικών επιπτώσεων της τουριστικής ανάπτυξης, η πρόβλεψη της ζήτησης και ο σχεδιασμός αποτελεσματικής τουριστικής πολιτικής.

Οι βασικές υποθέσεις επί των υποδειγμάτων είναι ότι ο τουρισμός επηρεάζεται θετικά από το κατά κεφαλή εισόδημα και αρνητικά από την τιμή. Δεν είναι, λοιπόν, καθόλου παράξενο που τις τελευταίες δεκαετίες έχουμε μία σημαντική αύξηση του παγκόσμιου κατά κεφαλή εισοδήματος και μία σημαντική πτώση του κόστους μεταφοράς και επικοινωνίας. Και οι δύο παράγοντες συνετέλεσαν στην σημαντική αύξηση της κίνησης αλλοδαπών τουριστών. Αναμένεται δε η μακροχρόνια αυτή τάση να συνεχιστεί, αλλά είναι πραγματικά πολύ δύσκολο να γίνουν συγκεκριμένες προβλέψεις για ένα μεγάλο χρονικό διάστημα, όπως αυτό της παρούσης μελέτης, 1998-2011.

Τρεις κατηγορίες παραγόντων θα επηρεάσουν τις προοπτικές του διεθνούς τουρισμού τα επόμενα δεκαπέντε χρόνια: οικονομικοί, τεχνολογικοί και θεσμικοί. Οι οικονομικοί αναφέρονται στην εξέλιξη των εισοδημάτων και των τιμών. Οι τεχνολογικοί αφορούν τις

μεταβολές στις μεταφορές, στην πληροφορική και στις τηλεπικοινωνίες. Τέλος, οι θεσμικοί αφορούν κύρια την απελευθέρωση των αερομεταφορών και την καθιέρωση της τηλεργασίας. Σύμφωνα με πρόσφατη μελέτη, στη χειρότερη περίπτωση η αύξηση της διεθνούς τουριστικής ζήτησης θα ανέλθει τα επόμενα δεκαπέντε χρόνια στο 3,5% ετησίως, ενώ στην καλύτερη στο 4,5% ετησίως.

Στην περίπτωση της Ελλάδας, οι προβλέψεις για τις διεθνείς τουριστικές αφίξεις εκτιμώνται ότι θα είναι λίγο πιο αισιόδοξες από τις αναμενόμενες παγκόσμιες τάσεις και αυτό χωρίς να υπολογίσουμε την επίδραση των Ολυμπιακών Αγώνων. Αν και κάποιες προβλέψεις στην αρχή της τρέχουσας δεκαετίας προέβλεπαν υπερβολικές αφίξεις, παρ' όλα αυτά ο ελληνικός τουρισμός από τα μέσα της δεκαετίας του 1960 είχε μία συνεχή άνοδο, φτάνοντας στα 10,5 εκατομμύρια αφίξεις το 1997 και τα 12 εκατομμύρια το 1998. Οι αριθμοί αυτοί είναι μέσα στο γενικότερο πλαίσιο των μακροχρόνιων τάσεων του ελληνικού τουρισμού.

Η βασική υπόθεση εργασίας που γίνεται στην παρούσα μελέτη είναι ότι αυτή η τάση θα συνεχιστεί. Η τάση αυτή αποτελεί τη βάση ή το σενάριο της τουριστικής ζήτησης που θα αναμενόταν, αν οι Αγώνες δεν γίνονταν στην Ελλάδα. Πάντως θα πρέπει να σημειωθεί ότι μία σημαντική εξέλιξη θα επηρεάσει θετικά τις αφίξεις αλλοδαπών τουριστών. Η καθιέρωση του Ευρώ αναμένεται να έχει θετικές επιδράσεις στις αφίξεις, κυρίως τουριστών από τις χώρες που αποτελούν μέλη της ζώνης του Ευρώ, διότι θα μειωθεί σημαντικά το κόστος συναλλαγών. Το πόσο μεγάλη θα είναι αυτή η επίδραση δεν μπορεί να εκτιμηθεί εύκολα, διότι οι τουριστικά ανταγωνίστριες χώρες της Ελλάδας όπως η Ιταλία, η Ισπανία και η Πορτογαλία είναι ήδη μέλη της ζώνης του ευρώ.

Η εκτίμηση που γίνεται είναι ότι χωρίς τους Ολυμπιακούς Αγώνες οι αφίξεις θα συνέχιζαν να αυξάνονται με ρυθμούς της μακροχρόνιας τάσης, φτάνοντας τα 17 εκατομμύρια αφίξεις το 2011. Το ερώτημα

που τίθεται είναι ποια θα είναι η μακροχρόνια επίδραση των Ολυμπιακών Αγώνων.

Οι Ολυμπιακοί Αγώνες είναι ένα μοναδικό τουριστικό γεγονός που απευθύνεται στην παγκόσμια τουριστική αγορά. Ο τουρίστας που επισκέπτεται μια πόλη-χώρα για να παρακολουθήσει τους Ολυμπιακούς Αγώνες είναι συνήθως πιο νέος, πιο μορφωμένος. Οι σημαντικές διαφοροποιήσεις στις αφίξεις αλλοδαπών τουριστών για την παρακολούθηση των Ολυμπιακών Αγώνων προέρχονται κυρίως από την απόσταση. Είναι αναμενόμενο όταν οι Αγώνες γίνονται στην Αμερική να τους παρακολουθήσουν περισσότεροι από την ίδια ήπειρο. Και αντίστοιχα όταν οι Αγώνες γίνονται στην Ευρώπη να τους παρακολουθήσουν περισσότεροι Ευρωπαίοι.

Όπως έχει ήδη αναφερθεί, συνήθως υπάρχει μία υπερεκτίμηση των αφίξεων αλλοδαπών τουριστών που είτε έρχονται για να παρακολουθήσουν τους Αγώνες, είτε παρακινούνται από την προβολή που απολαμβάνει η πόλη-χώρα που φιλοξενεί τους Αγώνες. Η διάκριση αυτή είναι πολύ σημαντική και θα πρέπει να ληφθεί υπόψη για να εκτιμηθούν σωστά οι αναμενόμενες αφίξεις αλλοδαπών τουριστών. Θα πρέπει λοιπόν, να διακριθούν οι επισκέπτες-θεατές από τους παρακινούμενους αλλοδαπούς επισκέπτες. Οι τελευταίοι έρχονται στην Ελλάδα λόγω της προβολής που θα τύχει η χώρα μας από την τέλεση των Αγώνων. Οι επισκέπτες-θεατές αποτελούν τον ελάχιστο αριθμό αλλοδαπών που θα έρθουν στην Ελλάδα. Ο ελάχιστος αυτός αριθμός αποτελεί το πιο απαισιόδοξο σενάριο αφίξεων και σε καμία περίπτωση δεν θεωρείται αναμενόμενο για την Ελλάδα.

Το δεύτερο σενάριο είναι το πιο πιθανό και υποθέτει ότι θα υπάρξει μία σταδιακή ποσοστιαία αύξηση από 1% το 1998 έως 5% το 2005 και μετά μία σταδιακή πτώση στο 1% μέχρι το 2011. Το σενάριο αυτό αποτελεί το κεντρικό σενάριο της μελέτης. Η υπόθεση που γίνεται για την ελληνική περίπτωση είναι ότι η παρακινούμενη ζήτηση δεν αφορά μόνο την Αθήνα, αλλά και το σύνολο της χώρας, καθώς το

μέγεθος της Ελλάδας δεν αιτιολογεί διαφοροποιήσεις. Όσον αφορά στην Αττική, η υπόθεση που γίνεται σε αυτό το σενάριο είναι ότι, λόγω των Αγώνων, θα μπορέσει η περιοχή της Αττικής να διατηρήσει το μερίδιό της στο σύνολο της χώρας.

Το τρίτο σενάριο είναι και το πιο αισιόδοξο και στηρίζεται στην εμπειρία της Βαρκελώνης. Σύμφωνα με το σενάριο αυτό, η τουριστική κίνηση της Αθήνας θα αυξηθεί σημαντικά με βασικά διαχρονικά χαρακτηριστικά την μικρή έως ανύπαρκτη αύξηση πριν από τους Αγώνες, την σημαντική αύξηση κατά τη διάρκεια των Αγώνων, αλλά την πολύ μεγάλη αύξηση μετά τους Αγώνες και την σημαντική πτώση αργότερα. Η επιπρόσθετη υπόθεση που γίνεται στην παρούσα μελέτη γι αυτό το σενάριο είναι ότι εξίσου σημαντική θα είναι και η επίδραση της τουριστικής κίνησης για το σύνολο της χώρας.

Τέλος, θα πρέπει να επισημανθεί ότι από τουριστικής πλευράς θεωρείται αμελητέα η επίδραση της εσωτερικής τουριστικής κίνησης, παρακινούμενης από τους Ολυμπιακούς Αγώνες.

3.3 Πρόβλεψη της τουριστικής ζήτησης χωρίς τους Ολυμπιακούς Αγώνες

Οι επιπτώσεις που θα έχουν οι Ολυμπιακοί Αγώνες στην ελληνική τουριστική ανάπτυξη εξαρτώνται από το τι θα γινόταν αν η Αθήνα δεν είχε εκλεγεί για την τέλεση των Αγώνων του 2004. Με δεδομένο το μεγάλο χρονικό διάστημα για το οποίο απαιτείται πρόβλεψη, 1998-2011, είναι πραγματικά πάρα πολύ δύσκολο να γίνει οποιαδήποτε πρόβλεψη στηριζόμενη σε κάποιο διαρθρωτικό μακροοικονομικό υπόδειγμα. Η καλύτερη επιλογή είναι να υποτεθεί ότι η ιστορική εμπειρία της ελληνικής τουριστικής αγοράς θα συνεχιστεί με τους ίδιους ρυθμούς τάσεως και στο χρονικό διάστημα που μας ενδιαφέρει. Αν δούμε ιστορικά την τάση αφίξεων αλλοδαπών τις τελευταίες δεκαετίες στη χώρα μας θα διαπιστώσουμε ότι οι 40.000 αφίξεις το 1951 έφτασαν τις 500.000 αφίξεις το 1961, τα 2,3 εκατομμύρια

αφίξεις το 1971, τα 5,6 εκατομμύρια το 1981 και τα 8,6 εκατομμύρια το 1991.

Αντίθετη είναι η τάση για την Αττική βάσει του υποδείγματος. Οι προβλέψεις για τις αφίξεις βαίνουν συνεχώς μειούμενες από 1,7 εκατομμύρια το 1997 στο 1,6 εκατομμύρια το 2004 με ακόμη μεγαλύτερη μείωση που φτάνει στα 1,1 εκατομμύρια αφίξεις το 2011. Οι παραπάνω απαισιόδοξες προβλέψεις για την Αττική αποτελούν και ένα σημαντικό λόγο για τον οποίο η τέλεση των Αγώνων στην Αθήνα το 2004 αποτελεί τη μεγάλη ευκαιρία για την αναβάθμιση της πόλης. Η αξιοποίηση των Αγώνων και συνεπώς η αναμενόμενη άφιξη τουριστών εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τις στρατηγικές τουριστικής αξιοποίησης των Αγώνων.

3.4 Στρατηγικές τουριστικής αξιοποίησης των Αγώνων

Οι Ολυμπιακοί Αγώνες είναι ένα ειδικό τουριστικό αθλητικό γεγονός που από τη σκοπιά του Μάρκετινγκ αποτελεί μία μεγάλη ευκαιρία ανάπτυξης της τουριστικής στρατηγικής που θα αλλάξει ριζικά το διεθνές τουριστικό συγκριτικό πλεονέκτημα της χώρας για την επόμενη δεκαετία. Θα πρέπει να γίνει αντιληπτό ότι η χάραξη και η διαχείριση των διαφόρων στρατηγικών Μάρκετινγκ των Ολυμπιακών Αγώνων προϋποθέτει τη γνώση του συστήματος Μάρκετινγκ, δηλαδή το σύστημα της προσφοράς και της ζήτησης. Εκείνο που έχει ιδιαίτερο ενδιαφέρον στην ελληνική περίπτωση, είναι ότι το σωστό Μάρκετινγκ θα συντελέσει στη σωστή διαχείριση της διεθνούς ζήτησης, που θα ανταποκρίνεται στην προσφορά των υποδομών καταλυμάτων, τόσο συνολικά, όσο και κατά κατηγορία ξενοδοχειακών και μη ξενοδοχειακών καταλυμάτων.

Το σύστημα Μάρκετινγκ των Ολυμπιακών Αγώνων αποτελείται από τρία βασικά και αλληλοεξαρτώμενα στοιχεία.

Το πρώτο βασικό στοιχείο είναι η προσφορά, που περιλαμβάνει την προετοιμασία και την τέλεση όλων των αγωνισμάτων, την επιλογή

του τόπου υποδοχής και όλων των υπηρεσιών εξυπηρέτησης που αυτό συνεπάγεται, τα μέσα μαζικής ενημέρωσης (τηλεόραση, ραδιόφωνο, τύπος) και τα διάφορα πακέτα χορηγιών που προσφέρει στην περίπτωση των Ολυμπιακών Αγώνων η ΔΟΕ, αλλά και η χώρα τέλεσης.

Το τρίτο στοιχείο στο σύστημα Μάρκετινγκ είναι η ζήτηση που περιλαμβάνει τις εθνικές ομάδες και τους αθλητές τους, όλες τις ομοσπονδίες των Ολυμπιακών αθλημάτων, τους θεατές, τους τουρίστες, τους τηλεθεατές, τους αναγνώστες και όλες τις επιχειρήσεις που θέλουν να διαφημιστούν μέσα από τους Ολυμπιακούς Αγώνες. Η χορηγία αποτελεί σημαντική πηγή εσόδων των Ολυμπιακών Αγώνων, ιδιαίτερα μετά τους Ολυμπιακούς Αγώνες του Λος Άντζελες το 1984.

Το δεύτερο στοιχείο του συστήματος Μάρκετινγκ των Ολυμπιακών Αγώνων είναι όλοι οι μεσάζοντες μεταξύ των φορέων προσφοράς και των φορέων ζήτησης. Πολλές φορές, είναι οι ίδιοι που αναλαμβάνουν την προετοιμασία του φακέλου υποψηφιότητας, την ανεύρεση χορηγών, την προσέλκυση θεατών και γενικότερα την οργάνωση του όλου αθλητικού γεγονότος.

Με δεδομένο το παραπάνω πλαίσιο Μάρκετινγκ των Ολυμπιακών Αγώνων, τίθεται το ερώτημα πώς μπορεί η Αθήνα να αξιοποιήσει κατά τον καλύτερο τρόπο αυτή τη σημαντική προβολή. Αρχής γενομένης από το τέλος των Ολυμπιακών Αγώνων του Σίδνεϋ, η Αθήνα και η Ελλάδα μπορούν να αναπτύξουν μία σειρά από στρατηγικές, με επιδίωξη τη μεγιστοποίηση των ωφελειών. Τέτοιες στρατηγικές είναι:

- ο Οργάνωση νέων αθλητικών γεγονότων πριν το 2004 που θα συνδέονται με τους Ολυμπιακούς Αγώνες, ως ευκαιρίες προετοιμασίας των αθλητών και προσαρμογής στις κλιματολογικές συνθήκες της Ελλάδας. Τα γεγονότα αυτά μπορεί να οργανώνονται σε διάφορες περιοχές της Ελλάδας.

- Οργάνωση αθλητικών εκδηλώσεων για μη ολυμπιακά αθλήματα σε συνεργασία με τις διεθνείς ομοσπονδίες τους.
- Οργάνωση συμμετοχικών αθλητικών γεγονότων, χωρίς τη συνεργασία των αντίστοιχων ομοσπονδιών, που μπορεί να ελκύσει πολλούς τουρίστες μόνο και μόνο ως μέσο αναψυχής.
- Οργάνωση ειδικών «ολυμπιακών» εκδρομών, πριν και μετά τους Αγώνες, που θα περιλαμβάνει και άλλους ιστορικούς χώρους που έχουν σχέση με τον αθλητισμό.
- Οργάνωση μη αθλητικών εκδηλώσεων, όπως διεθνείς εκθέσεις, επιστημονικά και επαγγελματικά συνέδρια.
- Δημιουργία θεμάτων που θα εμπνέουν τα μέσα μαζικής επικοινωνίας και μετά τους Αγώνες.

Τα παραπάνω παραδείγματα εκδηλώσεων και δραστηριοτήτων αξιοποίησης των Αγώνων αποτελούν ένα μόνο μέρος μιας συνολικής στρατηγικής που θα πρέπει να αναπτυχθεί για την πλήρη αξιοποίηση των Αγώνων.

3.5 Εκτίμηση της άμεσης ζήτησης

Η άμεση επίδραση των Ολυμπιακών Αγώνων στη διεθνή τουριστική ζήτηση αφορά τις αφίξεις όλων εκείνων που έχουν σχέση με τους Αγώνες που χρονολογικά τοποθετείται πριν και κατά τη διάρκεια των Αγώνων. Η ζήτηση αυτή είναι κοινή για όλους τους Ολυμπιακούς Αγώνες και εξαρτάται βασικά από τον αριθμό των Ολυμπιακών Αθλημάτων που συνεχώς αυξάνονται και σήμερα φτάνουν τα 28. Αν και ο υπολογισμός της ζήτησης αυτής είναι αυθαίρετος, ωστόσο το μέγεθός της είναι πολύ μικρό για να επηρεάσει το τελικό αποτέλεσμα. Επίσης, κάποιες προσαυξήσεις έχουν γίνει για να λάβουν υπόψη τις αφίξεις που θα γίνουν λόγω της Πολιτιστικής Ολυμπιάδας.

Η πιο σημαντική κατηγορία επισκεπτών αφορούν τα μέλη της Διεθνούς Ολυμπιακής Επιτροπής που σύμφωνα με τις συμβατικές υποχρεώσεις

επισκέφτηκαν τακτικά την Ελλάδα για έλεγχο και ενημέρωση. Επίσης, η δεύτερη μεγάλη κατηγορία επισκεπτών αφορά τα μέλη των διεθνών ομοσπονδιών των διαφόρων αγωνισμάτων για να επιβλέψουν τους χώρους και τις εγκαταστάσεις που θα γίνουν τα αθλήματα τους. Η τρίτη κατηγορία αφορά τους αθλητές που όσο πλησίαζε η ημερομηνία τέλεσης των Αγώνων επισκέπτονταν τη χώρα για να συνηθίσουν, τόσο τις κλιματολογικές συνθήκες, όσο και τις αθλητικές εγκαταστάσεις. Τέλος, μία κατηγορία αφορά τους χορηγούς, αλλά και τους άμεσα συνδεδεμένους με αυτούς, που είναι οι άνθρωποι των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης.

Το σύνολο των επισκεπτών που θα έρθουν στην Ελλάδα την περίοδο 1998-2004 για τους Αγώνες ανέρχεται στις 111 χιλιάδες που αποτελεί ένα πολύ μικρό ποσοστό των τουριστών που θα επισκεφθούν την Ελλάδα, λόγω της προβολής που θα τύχει η χώρα μας στο εξωτερικό από την τέλεση των Αγώνων.

3.6 Παρακινούμενη ζήτηση

Οι επιπτώσεις των Ολυμπιακών Αγώνων στην άφιξη αλλοδαπών τουριστών αφορούν τόσο την Ελλάδα όσο και την ευρύτερη περιοχή της Αττικής. Οι προβλέψεις γίνονται για τις αφίξεις στο σύνολο της χώρας. Οι προβλέψεις αυτές χρησιμοποιούνται για να εκτιμηθούν οι πιθανές αφίξεις στην Αττική, χρησιμοποιώντας τρία σενάρια.

Επιπτώσεις στο σύνολο της χώρας

Τρία είναι τα σενάρια όσον αφορά στην παρακινούμενη ζήτηση. Το πρώτο σενάριο περιορίζεται μόνο στις αφίξεις λόγω των Αγώνων και υποθέτει ότι η παρακινούμενη ζήτηση θα είναι πολύ μικρή.

Το δεύτερο σενάριο, που είναι και το πιο πιθανό, υποθέτει μία σταδιακή αύξηση της παρακινούμενης ζήτησης με τη σταθεροποίησή της μερικά χρόνια μετά τους Αγώνες.

Το τρίτο σενάριο υποθέτει μία μικρή αύξηση πριν και κατά τη διάρκεια των Αγώνων, μεγάλη αύξηση μετά τους Αγώνες και μία μικρή μείωση μερικά χρόνια μετά τους Αγώνες.

1° σενάριο

Σύμφωνα με αυτό το σενάριο, για τα 14 χρόνια της πρόβλεψης που γίνεται, μόνο 1,2 εκατομμύρια αλλοδαποί τουρίστες θα επισκεφτούν την Ελλάδα λόγω των Αγώνων. Κατά μέσο όρο, κάθε χρόνο η επίπτωση των Αγώνων στις αφίξεις εκτιμάται ότι θα είναι 90 χιλιάδες με απόκλιση 67 χιλιάδες τουρίστες.

2° σενάριο

Το δεύτερο σενάριο, που θεωρείται και το πιο πιθανό, βασίζεται σε μία σταδιακή αύξηση του ποσοστού παρακινούμενων αφίξεων αλλοδαπών μέχρι ένα χρόνο μετά τους Αγώνες και μετά μία σταδιακή πτώση του ποσοστού αύξησης που φτάνει το 1% το 2011.

Στο σενάριο αυτό οι παρακινούμενες αφίξεις για τα 14 χρόνια της περιόδου 1998-2011 ανέρχονται περίπου στα 6 εκατομμύρια. Κατά μέσο όρο, οι ετήσιες αφίξεις ανέρχονται στις 440 χιλιάδες επισκέπτες με τυπική απόκλιση 222 χιλιάδες τουρίστες.

3° σενάριο

Μία από τις διαφορές μεταξύ του 2^{ου} και του 3^{ου} σεναρίου είναι ότι στο τελευταίο οι επιδράσεις εστιάζονται στην περίοδο 2003-2006. Ανάλογη είναι και η ιστορική εμπειρία της Βαρκελώνης.

Σύμφωνα με το σενάριο αυτό, οι συνολικές παρακινούμενες αφίξεις για το σύνολο της περιόδου ανέρχονται στα 6,8 εκατομμύρια αλλοδαπών τουριστών. Κατά μέσο όρο οι ετήσιες αφίξεις ανέρχονται σε 485 χιλιάδες με πολύ μεγάλη τυπική απόκλιση της τάξης των 636 χιλιάδων τουριστών.

Επιπτώσεις στην Αττική

Οι Ολυμπιακοί Αγώνες του 2004 αποτελούν τη μεγάλη ευκαιρία για την ουσιαστική αναβάθμιση της ευρύτερης περιοχής της Αθήνας και της Αττικής. Τα μεγάλα έργα σε συνδυασμό με την προβολή της πόλης για τα επόμενα επτά χρόνια θα βοηθήσουν την Αττική να διατηρήσει το ποσοστό αφίξεων που έχει τα τελευταία χρόνια και μάλιστα είναι πολύ πιθανό να πετύχει και αύξησή του.

3.7 Συμπεράσματα

Τα σενάρια που αφορούν την αναμενόμενη αύξηση στις αφίξεις αλλοδαπών τουριστών προσδιορίζουν ένα εύρος εκτιμήσεων που στην καλύτερη περίπτωση θα είναι γύρω στις 500 χιλιάδες επιπρόσθετες αφίξεις κάθε χρόνο από το 1998 έως το 2011.

Εκείνο όμως που είναι πιο σημαντικό ως συμπέρασμα είναι οι μεγάλες διαχρονικές διακυμάνσεις στις αφίξεις, δημιουργώντας μία ζήτηση αιχμής, κυρίως το έτος τέλεσης των Αγώνων, δηλαδή το 2004.

Οι παραπάνω γενικές παρατηρήσεις για την Ελλάδα ισχύουν και για την περιοχή της Αττικής. Το μεγαλύτερο πρόβλημα για την Αττική δεν είναι η μεγάλη ζήτηση στο σύνολο της περιόδου, κυρίως μετά τους Αγώνες, αλλά η αντιμετώπιση της ζήτησης τις 17 μέρες που θα διαρκέσουν οι Αγώνες, διότι σε αυτό το συγκεκριμένο χρονικό διάστημα θα επισκεφθούν την Αθήνα γύρω στις 110 χιλιάδες αλλοδαποί επισκέπτες.

4° Κεφάλαιο: Προσφορά καταλυμάτων

4.1 Εισαγωγή

Σε αυτή την ενότητα καταγράφουμε και παρουσιάζουμε τις υποδομές καταλυμάτων στην Αττική και την ευρύτερη περιοχή της που αποτελεί τους νομούς Κορινθίας, Αργολίδας, Βοιωτίας και Εύβοιας. Επιπλέον γίνεται μια ανάλυση ξενοδοχειακών υποδομών στην Αττική κατά κατηγορία ξενοδοχείου. Ακόμα γίνεται μία πρόβλεψη των υποδομών καταλυμάτων χωρίς τους Αγώνες μέχρι το 2011 για να εκτιμηθούν οι επιπτώσεις των Αγώνων στην προσφορά καταλυμάτων και τέλος αναφέρονται οι εκτιμήσεις των Ελλήνων Ξενοδόχων όσον αφορά στις βελτιώσεις και στις νέες μονάδες που σχεδιάζονται να πραγματοποιηθούν μέχρι το 2004.

4.2 Υποδομή καταλυμάτων

Η παρουσίαση της υποδομής καταλυμάτων γίνεται σε σχέση με τις μονάδες, τα δωμάτια και τις κλίνες που με λίγες διαφοροποιήσεις συνδέονται άρρηκτα με την ιστορική τους πορεία. Τα στοιχεία προέρχονται από τον Ελληνικό Οργανισμό Τουρισμού και θα πρέπει να σημειωθεί ότι το 1986 για το Νομό Αττικής έγινε μία αναπροσαρμογή των στοιχείων προς τα πάνω που οφειλόταν σε ένα σύστημα διευρυμένης καταγραφής.

Οι μονάδες καταλυμάτων της χώρας ήταν 7.850 το 1997, σχεδόν διπλάσιες από αυτές του 1981 των 4.104 μονάδων. Αυτό καταδεικνύει την μεγάλη αύξηση που παρουσίασε ο τουρισμός της χώρας μας ιδιαίτερα μετά τα μέσα της δεκαετίας του 1970 . Από το 1961 μέχρι και το 1975 οι μονάδες καταλυμάτων ήταν κάτω των 3.000. Από το 1975 και μετά παρουσιάζεται μία συνεχής άνοδος.

Σε αντίθεση με το σύνολο της χώρας, οι μονάδες καταλυμάτων της Αττικής παρουσιάζουν μία στασιμότητα σε όλη τη διάρκεια της δεκαετίας

1980 και 1990. Η μέγιστη τιμή των μονάδων της περιόδου ήταν 860 μονάδες το 1989, ενώ η μικρότερη τιμή σημειώθηκε το 1987 και ήταν 836 μονάδες. Αποτέλεσμα της στασιμότητας αυτής ήταν το μερίδιο της Αττικής στο σύνολο της χώρας να φθίνει συνεχώς και από 15% που ήταν το 1986 να φτάσει στο 11% το 1997.

Το συμπέρασμα είναι ότι έχουμε μία πτώση, τόσο σε σχετικές, όσο και σε απόλυτες τιμές. Αυτό σημαίνει ότι πολλές μονάδες της Αττικής έκλεισαν, είχαμε 24 λιγότερες μονάδες το 1997 απ' ότι το 1989, ποσοστό πτώσης 3% και οι μονάδες καταλυμάτων της Αττικής είναι σε σχέση με το σύνολο της χώρας λιγότερο σύγχρονες.

Ανάλογη πορεία με τις μονάδες της Αττικής είχαν και οι μονάδες της ευρύτερης περιοχής της Αττικής, αν και τα τελευταία δύο χρόνια παρουσιάστηκε μία μικρή αύξηση των μονάδων, φτάνοντας το 1997 στις 503 μονάδες. Ως ποσοστό στο σύνολο της χώρας, οι μονάδες της περιοχής αυτής έχουν μία συνεχή πτωτική τάση από 11% το 1981 στο 6% το 1997. Το 1997 η περιοχή αυτή, μαζί με την Αττική, είχε το 17% των μονάδων καταλυμάτων ολόκληρης της χώρας, με ένα σύνολο μονάδων γύρω στις 1350.

Τα διαθέσιμα δωμάτια καταλυμάτων στο σύνολο της χώρας έχουν συνεχή αύξηση από 31 χιλιάδες δωμάτια το 1961 στα 305 χιλιάδες δωμάτια το 1997. Από το 1981 ως το 1997 τα διαθέσιμα δωμάτια της χώρας τριπλασιάστηκαν.

Τα δωμάτια της Αττικής σε σχετικές και απόλυτες τιμές μειώνονται. Από το 1986, τα διαθέσιμα δωμάτια παραμένουν στάσιμα, γύρω στα 38 χιλιάδες δωμάτια, που είχε ως επακόλουθο να μειωθεί το ποσοστό τους από 19% το 1987 σε 12% το 1997.

Τα διαθέσιμα δωμάτια της ευρύτερης περιοχής της Αττικής με τους 4 νομούς που γειτνιάζουν σε αυτή, έφτασαν τις 19 χιλιάδες το 1997, ακολουθώντας μία συνεχή πτωτική πορεία το διάστημα 1981-1997. Το δε ποσοστό τους στο σύνολο της χώρας έπεσε από 10% που ήταν το 1981 στο 6% το 1997. Συνολικά η Αττική μαζί με τους 4 νομούς διαθέτει περίπου 57 χιλιάδες δωμάτια.

Εκείνο που έχει περισσότερη σημασία είναι ότι η Αττική, μαζί με την ευρύτερη περιοχή της, μπορεί με το υπάρχον δυναμικό σε κλίνες, να φιλοξενήσει 110 χιλιάδες επισκέπτες. Ακόμη και η πιο απομακρυσμένη περιοχή δεν βρίσκεται σε απόσταση μεγαλύτερη των 90 λεπτών της ώρας, που είναι μέσα στο όριο της απόστασης που τέθηκε και στον φάκελο υποψηφιότητας που αφορά τα καταλύματα.

Οι Αγώνες αποτελούν μία χρυσή ευκαιρία για την αναβάθμιση της Αττικής και των όμορων νομών, κάτι ανάλογο με ό,τι έγινε και στη Βαρκελώνη. Η συνεχής πτώση των υποδομών καταλυμάτων στην Αττική και στο σύνολο των άλλων νομών δείχνει ότι, από τουριστικής πλευράς, υπάρχει μία σημαντική υποβάθμιση της Αθήνας και ότι οι Ολυμπιακοί Αγώνες μπορούν να αποτελέσουν μία ευκαιρία αναβάθμισής της, κάτι ανάλογο με την περίπτωση της Βαρκελώνης. Αν εξαιρέσει κανείς τη στατιστική εφαρμογή του 1986, η υποδομή καταλυμάτων της Αττικής φθίνει ως ποσοστό στο σύνολο της χώρας. Ανάλογη είναι η εικόνα και για την ευρύτερη περιοχή της Αττικής.

Αναμενόμενη είναι η διαφοροποίηση των ποσοστών για τα ξενοδοχεία πολυτελείας, αφού αφορούν πολύ μεγάλες μονάδες. Το 1997, τα ξενοδοχεία πολυτελείας αντιστοιχούσαν στο 2% του συνόλου των ξενοδοχειακών μονάδων της Αττικής, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό για τα δωμάτια και τις κλίνες ήταν 13%. Την περίοδο 1981-1997 παρατηρείται μία πτώση του ποσοστού των ξενοδοχείων πολυτελείας από 5% στο 2%. Αντίστοιχα παρατηρείται μία πτώση του ποσοστού των δωματίων και των κλινών από 19% στο 13%.

Το συμπέρασμα που προκύπτει από την ανάλυση των στοιχείων είναι ότι η Αττική χρειάζεται σχετικά περισσότερα ξενοδοχεία Α' και Β' κατηγορίας και λιγότερα Γ' κατηγορίας.

4.3 Εκτίμηση της αναμενόμενης υποδομής

Υπάρχουν σημαντικά μεθοδολογικά προβλήματα για μία στατιστική εκτίμηση της αναμενόμενης υποδομής καταλυμάτων. Ο μικρός αριθμός ιστορικών παρατηρήσεων, καθώς τα στοιχεία είναι διαθέσιμα από το 1981 και μετά, είναι το πιο σημαντικό πρόβλημα. Εξίσου σημαντικό πρόβλημα αποτελεί και η αναπροσαρμογή των στοιχείων που έγινε το 1986 από τον Ελληνικό Οργανισμό Τουρισμού (ΕΟΤ).

Παρόλα τα προβλήματα, οι προβλέψεις αυτές είναι χρήσιμες, ιδιαίτερα τα διάφορα εναλλακτικά σενάρια, διότι σε συνδυασμό με τις εκτιμήσεις για τη ζήτηση, θα δείξουν τις ανάγκες που θα προκύψουν για νέες κλίνες στην Αττική, αλλά και στο σύνολο της χώρας.

Πάντως θα πρέπει να αναφερθεί προκαταβολικά ότι πιο σημαντικό από τις οποιεσδήποτε προβλέψεις είναι η πολιτική διαχείριση της αναμενόμενης ζήτησης που θα γίνει από όλους τους άμεσα ενδιαφερόμενους φορείς: κυβέρνηση, επιτροπή διοργάνωσης των Ολυμπιακών Αγώνων και ξενοδόχους.

Οι προβλέψεις γίνονται μόνο για τις κλίνες της Αττικής και όχι για την ευρύτερη περιοχή. Τα αποτελέσματα είναι σχεδόν τα ίδια και για τις άλλες μεταβλητές: μονάδες και δωμάτια ή για την ευρύτερη περιοχή της Αττικής. Πάντως υπάρχει και ένας ουσιαστικός λόγος. Η οποιαδήποτε επίδραση στην προσφορά καταλυμάτων λόγω των Ολυμπιακών Αγώνων, αναμένεται πολύ περισσότερο να γίνει στην Αττική και πολύ λιγότερο στους γειτονικούς νομούς.

Η πρόβλεψη για τις κλίνες γίνεται χρησιμοποιώντας την ιστορική σειρά των κλινών της Αττικής από το 1981 έως το 1997. Όπως προκύπτει από την πρόβλεψη, οι διαθέσιμες κλίνες το 2004 θα ήταν 68.500 και το 2011 θα έφταναν στις 68.750 αν δεν γίνονταν οι Ολυμπιακοί Αγώνες. Παρατηρείται μία σχετική πτώση των κλινών βάσει της λογικής που διατρέχει το συγκεκριμένο υπόδειγμα προβλέψεων.

Μία άλλη προσέγγιση υποθέτει ότι η επίδραση των Ολυμπιακών Αγώνων θα είναι η διατήρηση, εκ μέρους της Αθήνας, του μεριδίου που έχει σήμερα, θα σταματήσει δηλαδή η συνεχής πτωτική τάση από το 1981. Το 1997 το μερίδιο αυτό ήταν 12%.

Σύμφωνα με αυτές τις προβλέψεις, οι κλίνες αναμένεται να αυξηθούν από 580 χιλιάδες το 1997, στις 700 χιλιάδες το 2004 και στις 830 χιλιάδες το 2011. Η εκτίμηση αυτή είναι 30% μεγαλύτερη από την πρόβλεψη που έγινε χωρίς τους Ολυμπιακούς Αγώνες.

Η τρίτη προσέγγιση πρόβλεψης γίνεται χρησιμοποιώντας την εμπειρία της Βαρκελώνης, πέντε χρόνια μετά την τέλεση των Αγώνων. Υποθέτουμε ότι η ποσοστιαία αύξηση των κλινών θα είναι ίδια με αυτή της Βαρκελώνης.

Σύμφωνα με αυτή την πρόβλεψη, οι διαθέσιμες κλίνες θα αυξηθούν από τις 70 χιλιάδες το 1997, στις 101 χιλιάδες το 2004 και στις 103 χιλιάδες το 2011.

Η πρόβλεψη για τις 85 χιλιάδες κλίνες το 2004 συμπεριλαμβάνει και τις κάθε είδους μη ξενοδοχειακές κλίνες. Στην πρόβλεψη συμπεριλαμβάνονται οι νέες ξενοδοχειακές μονάδες των Σπάτων και η επαναλειτουργία ξενοδοχειακών μονάδων που είχαν κλείσει.

4.4 Συμπεράσματα

Η Ελλάδα το 1997 διέθετε 7.850 μονάδες καταλυμάτων, εκ των οποίων οι 836 βρίσκονταν στην Αττική (11%) και οι 503 στους τέσσερις γειτονικούς νομούς της Αττικής (Κορινθίας, Αργολίδας, Βοιωτίας και Εύβοιας) ή σε ποσοστό 6%. Τα διαθέσιμα δωμάτια της χώρας το 1997 ήταν περίπου 300 χιλιάδες με 38.000 στην Αττική (12%) και 19.000 στους τέσσερις γειτονικούς νομούς, που αντιστοιχεί στο 6% του συνόλου της χώρας. Το σύνολο των κλινών των καταλυμάτων ανέρχονταν στις 578 χιλιάδες εκ των οποίων οι 70 χιλιάδες ήταν στην Αττική (12%) και οι 36 χιλιάδες στους γειτονικούς νομούς (6%).

5° Κεφάλαιο: Εκτίμηση της αναγκαίας πρόσθετης υποδομής καταλυμάτων

5.1 Εισαγωγή

Σε αυτή την ενότητα θέτουμε τρία βασικά ερωτήματα. Το πρώτο αφορά τις απαιτήσεις σε καταλύματα τις μέρες που θα γίνουν οι Αγώνες. Έχει η Αθήνα και η ευρύτερη περιοχή τις απαιτούμενες υποδομές σε καταλύματα για να φιλοξενήσει τους θεατές και τους τουρίστες κατά τη διάρκεια των Αγώνων;

Το δεύτερο ερώτημα αφορά τις μακροχρόνιες υποδομές σε καταλύματα για την ικανοποίηση της αναμενόμενης αύξησης της ζήτησης μέχρι το 2011. Σύμφωνα με τα στοιχεία των προβλέψεων, ο συνολικός αριθμός των τουριστών θα φτάσει στα 17 εκατομμύρια για την Ελλάδα και περίπου 3,5 εκατομμύρια για την Αττική.

Το τρίτο ερώτημα αφορά τη διάρθρωση και τη διαχείριση της ζήτησης καταλυμάτων. Οι Ολυμπιακοί Αγώνες απαιτούν συγκεκριμένες κατηγορίες ξενοδοχειακών καταλυμάτων που προβλέπονται μέσα από τις συμβατικές υποχρεώσεις με τη ΔΟΕ. Το ερώτημα που τίθεται είναι αν η διάρθρωση των καταλυμάτων της Αττικής επαρκεί για να αντιμετωπίσει τη ζήτηση κατά τη διάρκεια των Αγώνων. Εξίσου σημαντική με τη διάρθρωση είναι και η διαχείριση που θα γίνει, έτσι ώστε τα διαθέσιμα καταλύματα κατά τάξεις να μπορούν να διατεθούν ανάλογα.

5.2 Ανάγκες ξενοδοχειακών καταλυμάτων στη διάρκεια των Αγώνων

Το πιο σημαντικό θέμα για τη Διεθνή Ολυμπιακή Επιτροπή, αλλά και την ελληνική οργανωτική επιτροπή των Αγώνων του 2004, ήταν η ικανοποιητική φιλοξενία όλων όσων ήρθαν για διάφορους λόγους τον Αύγουστο του 2004 στην Αθήνα. Από την άλλη πλευρά, είναι πολύ

σημαντικό να μη γίνουν υπερεκτιμήσεις αυτής της ζήτησης για τα καταλύματα και κυρίως να μην δημιουργηθούν λανθασμένες προσδοκίες όσον αφορά στη μόνιμη (παρακινούμενη) αύξηση της ζήτησης καταλυμάτων. Οι δύο ζητήσεις διαφοροποιούνται.

Η εκτίμησή μας για τον αριθμό των αλλοδαπών που θα βρίσκονται στην Αθήνα κατά τη διάρκεια των Αγώνων του 2004 και έχουν ανάγκη καταλύματος θα ανέλθει στις 128,5 χιλιάδες κατά τη διάρκεια των Αγώνων, που αντιστοιχούν σε 1,9 εκατομμύρια διανυκτερεύσεις.

Τα αναμενόμενα καταλύματα την περίοδο των Αγώνων θα ανέλθουν περίπου στις 85 χιλιάδες κλίνες όλων των κατηγοριών (ξενοδοχειακών και μη ξενοδοχειακών) στην περιοχή της Αττικής. Επίσης, υπάρχουν 5 χιλιάδες κλίνες σε κρουαζιερόπλοια και 26 χιλιάδες κλίνες άλλων καταλυμάτων που ανεβάζουν το συνολικό αριθμό στις 116 χιλιάδες κλίνες. Οι κλίνες αυτές για τις 17 ημέρες μας δίνουν περίπου στα 2 εκατομμύρια διαθέσιμες διανυκτερεύσεις, οι οποίες καλύπτουν πλήρως τη ζήτηση των 1,9 εκατομμυρίων διανυκτερεύσεων.

Σε περίπτωση που ο αριθμός αυτός αυξηθεί, υπάρχουν άλλες 39 χιλιάδες διαθέσιμες κλίνες στην ευρύτερη περιοχή της Αττικής και τους τέσσερις γειτονικούς νομούς, που δυνητικά θα μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν για τη φιλοξενία των διαφόρων κατηγοριών επισκεπτών.

Με την άρση του κορεσμού στις αρχές του 2001 συμφωνήθηκε να λειτουργήσουν και να επαναλειτουργήσουν κατά τη διάρκεια των Ολυμπιακών Αγώνων 37 νέες ξενοδοχειακές μονάδες, κυρίως στις υψηλές κατηγορίες, 5 και 4 αστέρων. Η συνολική δυναμικότητα των μονάδων αυτών υπολογίζεται στις 4.600 κλίνες, ενώ η συνολική επένδυση για την ολοκλήρωση των παραπάνω ξενοδοχείων ανήλθε στα 350-400 εκατομμύρια ευρώ.

Όσον αφορά την ανακαίνιση ξενοδοχείων Β' κατηγορίας και κατώτερων κατηγοριών, σε εφαρμογή σχετικών διατάξεων για την ενίσχυση των ξενοδοχείων αυτών, αποφασίστηκε η επένδυση εκσυγχρονισμού με 3.000 ευρώ ανά δωμάτιο σε 33 ξενοδοχειακές κλίνες στο νομό Αττικής με τις οποίες η «Αθήνα 2004» έχει συνυπογράψει την Ολυμπιακή

Ξενοδοχειακή Συμφωνία και σε 77 ξενοδοχειακές κλίνες στους όμορους νομούς της Αττικής και στις Ολυμπιακές πόλεις, που δεν έχουν προσχωρήσει στην Ολυμπιακή Ξενοδοχειακή Συμφωνία.

Ο συνολικός προϋπολογισμός είναι 30 εκατομμύρια ευρώ.

Αυτές οι επενδύσεις πραγματοποιήθηκαν.

Οι τουριστικές επενδύσεις εκσυγχρονισμού το διάστημα 1998-2004 ανήλθαν συνολικά στο ποσό των 511,4 εκατομμυρίων ευρώ.

5.3 Μακροχρόνιες ανάγκες σε καταλύματα

Ο προσδιορισμός των αναγκών σε καταλύματα γίνεται με κάπως διαφορετικό τρόπο από τον συνηθισμένο και αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι ο αριθμός των διανυκτερεύσεων από τα επίσημα στοιχεία υπερεκτιμούν σημαντικά τις πραγματικές διανυκτερεύσεις. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα, η μέση διανυκτέρευση αλλοδαπών τουριστών να φαίνεται ότι είναι πολύ μικρή, περίπου 5 μέρες, ενώ άλλες εκτιμήσεις τις ανεβάζουν πάνω από 12 ημέρες. Αν χρησιμοποιήσουμε τη μέση διαμονή των 5 περίπου ημερών, τότε θα έχουμε μία σημαντική υποεκτίμηση των πραγματικών αναγκών σε υποδομές καταλυμάτων.

Η προσέγγιση που ακολουθήσαμε είναι διαφορετική. Εκτιμάται ότι ο αριθμός των αφίξεων είναι πιο κοντά στην πραγματικότητα απ' ό,τι ο αριθμός των διανυκτερεύσεων. Επίσης, η καταγραφή των διαθέσιμων κλινών είναι μία καλή προσέγγιση του πραγματικού αριθμού, ιδιαίτερα στην περιοχή της Αττικής. Υπολογίστηκε, λοιπόν, ο αριθμός των τουριστών ανά διαθέσιμη κλίνη που για το σύνολο της χώρας ανέρχεται γύρω στις 20 αφίξεις και με πολύ μικρή διακύμανση για μία μεγάλη χρονική περίοδο από το 1980 ως το 1997.

Οι 20 αυτές αφίξεις ανά κλίνη χρησιμοποιούνται για να μετατρέψουν το σύνολο των αναμενόμενων αφίξεων από το 1998 ως το 2011 σε ζήτηση κλινών. Οι ανάγκες της χώρας σε κλίνες φαίνονται παρουσιάζοντας το πιο πιθανό σενάριο. Εδώ βλέπουμε και τις ανάγκες σε κλίνες για όλη την περίοδο των 14 χρόνων οι οποίες ανέρχονται στις 67 χιλιάδες, και αυτές μόνο για την

ικανοποίηση της ζήτησης αιχμής, διότι στο τέλος της περιόδου θα υπάρχει μία υπερπροσφορά κλινών της τάξης των 43 χιλιάδων.

Η ίδια ανάλυση έγινε και για την Αττική. Η μόνη διαφοροποίηση είναι στον αριθμό των αφίξεων ανά διαθέσιμη κλίνη, που στην περίπτωση της Αττικής είναι μεγαλύτερη και ανέρχεται στις 30. Για την ικανοποίηση της ζήτησης αιχμής θα απαιτηθούν 29 χιλιάδες νέες κλίνες, αλλά δεν απαιτείται καμία νέα κλίνη για την αντιμετώπιση της μακροχρόνιας ζήτησης κλινών.

5.4 Διάρθρωση και διαχείριση των αναγκών σε καταλύματα

Η προηγούμενη ανάλυση κατέδειξε ότι, τόσο στο σύνολο της χώρας όσο και στην Αττική, δεν υπάρχει ανάγκη ιδιαίτερης ενίσχυσης των επενδύσεων σε ξενοδοχειακές υποδομές. Η παραδοχή αυτή ενισχύεται από το γεγονός ότι, τόσο η Βαρκελώνη το 1992, όσο και το Σίδνεϋ το 2000, υπολείπονταν της Αθήνας σε διαθέσιμα δωμάτια. Η πρώτη είχε 13.352 δωμάτια το 1992 και 15.273 το 1997, ενώ η δεύτερη το 2000 είχε περίπου 35.500 δωμάτια. Η Αθήνα πλεονεκτεί και απέναντι στην Ατλάντα, η οποία το 1996 είχε 65.000 διαθέσιμες κλίνες, ενώ η Αθήνα το 1997 70.000 και το 2004 85.000 κλίνες.

Το γεγονός ότι η Αθήνα έχει μεγαλύτερη υποδομή σε καταλύματα από τις τρεις προαναφερθείσες πόλεις δεν σημαίνει ότι έχουν λυθεί όλα τα προβλήματα. Θα πρέπει να εξεταστεί κατά πόσο η Αθήνα έχει επάρκεια σε ξενοδοχεία πολυτελείας και πρώτης κατηγορίας που απαιτούνται για την φιλοξενία κυρίως των μελών της ΔΟΕ, των χορηγών και των ανθρώπων των μέσων μαζικής ενημέρωσης.

Σύμφωνα με τα στοιχεία του ΕΟΤ, το 1997 η Αττική είχε περίπου 10 χιλιάδες δωμάτια στις κατηγορίες πολυτελείας και πρώτης. Στην ευρύτερη περιοχή της Αττικής υπάρχουν άλλα 3,5 χιλιάδες δωμάτια αυτών των κατηγοριών. Η αναμενόμενη υποδομή καταλυμάτων, ιδιαιτέρως στην Αττική (περιοχή αεροδρομίου, Λαγονήσι κλπ), εκτιμάται στα 2-2,5 χιλιάδες επιπλέον δωμάτια. Συγκριτικά με τις άλλες πόλεις η Αθήνα βρίσκεται μεταξύ της Βαρκελώνης και

του Σίδνεϋ. Η Βαρκελώνη το 1992 είχε 52 ξενοδοχειακές μονάδες υψηλών κατηγοριών (5 και 4 αστέρων). Το Σίδνεϋ το 1996 είχε 67 μονάδες με 13.000 δωμάτια. Η Αθήνα το 1997 είχε 60 ξενοδοχειακές μονάδες αντίστοιχων κατηγοριών.

Το συμπέρασμα που προκύπτει από τα παραπάνω είναι ότι η Αθήνα μαζί με την ευρύτερη περιοχή της μπορεί να καλύψει τη ζήτηση σε υψηλές κατηγορίες της τάξης των 15.000 δωματίων. Άλλωστε, όπως προαναφέρθηκε, έχει εκπονηθεί πρόγραμμα για την ανακαίνιση τέτοιων κατηγοριών ξενοδοχείων σε 4.600 κλίνες ύψους εκατοντάδων εκατομμυρίων ευρώ. Το αποτέλεσμα έδειξε ότι χρειάστηκαν τέτοιας κατηγορίας καταλύματα σε 13 χιλιάδες δωμάτια.

Όσον αφορά στις άλλες κατηγορίες και σε σύγκριση με το Σίδνεϋ και τη Βαρκελώνη, προκύπτει το συμπέρασμα ότι η Αθήνα έχει μία υπερπροσφορά καταλυμάτων τρίτης και μικρότερων κατηγοριών (δύο αστέρων και μικρότερες κατηγορίες) και μία σχετική έλλειψη σε ξενοδοχεία δεύτερης κατηγορίας (τριών αστέρων). Το Σίδνεϋ είχε περί τα 10.000 δωμάτια τριών αστέρων το 1997, ενώ η Αθήνα είχε 9.000. Σε μικρότερες κατηγορίες το Σίδνεϋ είχε μόνο 4.000, ενώ η Αθήνα ξεπερνούσε τα 15.000 δωμάτια.

Το συμπέρασμα που προκύπτει από εδώ είναι ότι η Αθήνα έχει επάρκεια ξενοδοχειακών μονάδων σε όλες τις κατηγορίες. Εκείνο που απαιτείται είναι η αναβάθμιση πολλών ξενοδοχειακών μονάδων χαμηλών κατηγοριών, ιδιαιτέρως τρίτης κατηγορίας, κάτι που όπως προαναφέρθηκε, πραγματοποιήθηκε.

Με δεδομένη την επάρκεια των καταλυμάτων τόσο στο σύνολο, όσο και στις κατηγορίες, το μεγαλύτερο πρόβλημα που κλήθηκε να αντιμετωπίσει η Αθήνα το 2004, ήταν η διαχείριση των καταλυμάτων. Στην περίπτωση της Βαρκελώνης, τρία χρόνια πριν τους Αγώνες, το 1989, είχαν δεσμευτεί το 80% των απαιτούμενων καταλυμάτων σύμφωνα με τις συμβατικές υποχρεώσεις της πόλης. Για την περίπτωση της Αθήνας απαιτήθηκε, όπως και σε άλλες πόλεις, ο συντονισμός τριών φορέων: κυβέρνησης, οργανωτικής επιτροπής και ξενοδόχων.

5.5 Συμπεράσματα

Δύο είναι τα βασικά συμπεράσματα της ενότητας αυτής: Πρώτον ότι κατά την διάρκεια των Αγώνων υπήρχε επάρκεια καταλυμάτων για να φιλοξενηθούν οι 128.000 περίπου αλλοδαποί επισκέπτες που χρειάστηκαν κατάλυμα. Ο αριθμός των αναμενόμενων επισκεπτών ήταν περίπου 147.000 άτομα, αλλά μέρος από αυτά έμειναν στο Ολυμπιακό Χωριό, σε φοιτητικές εστίες και σε άλλα δημοσιογραφικά χωριά.

Το δεύτερο συμπέρασμα είναι ότι οι Ολυμπιακοί Αγώνες θα αυξήσουν την εισροή αλλοδαπών τουριστών που ξεκινά από το 1998 και φτάνει ως το 2011. Οι ανάγκες σε νέες κλίνες, λόγω της τέλεσης των Ολυμπιακών Αγώνων, ήταν σχετικά μικρές. Επιπλέον ακόμα και στην περίπτωση που επικρατήσει ανά έτος η μεγαλύτερη δυνατή απαίτηση από όλα τα σενάρια, ο συνολικός αριθμός για τα επόμενα χρόνια είναι γύρω στις 80 χιλιάδες κλίνες, που αντιπροσωπεύει το 10% των διαθέσιμων κλινών.

Δεν απαιτείται καμία νέα ενίσχυση για την αύξηση του αριθμού των κλινών. Όσον αφορά στην Αθήνα, δεν προβλέπεται να υπάρξει ανάγκη για νέες κλίνες πέρα από αυτές που προβλέπονται να γίνουν μέσα στο πλαίσιο των γενικότερων τάσεων του ελληνικού τουρισμού.

6° Κεφάλαιο: Η κληρονομιά των Ολυμπιακών Αγώνων της Αθήνας

6.1 Τα οφέλη από την διαφημιστική προβολή της Ελλάδας

Δεν μπορεί να αποτιμηθεί σε χρήμα η διεθνής προβολή της χώρας μας την περίοδο των Ολυμπιακών Αγώνων και αυτό διότι η έμμεση δημοσιότητα που

έγινε για την Ελλάδα ήταν κολοσσιαία, οδηγώντας την αξιοπιστία της χώρας μας σε υψηλά επίπεδα. Η διαπίστωση αυτή ανήκει στον κύριο Γ. Φλέσσα, διευθύνοντα σύμβουλο της Civitas, ο οποίος επιχειρώντας μία μίνι αποτίμηση της αξίας της διαφημιστικής προβολής της χώρας με αφορμή το κορυφαίο αθλητικό γεγονός του πλανήτη, είπε χαρακτηριστικά: «Αν ένα λεπτό τηλεοπτικής παρουσίας σε ένα καλό ελληνικό τηλεοπτικό κανάλι κοστίζει 30.000-40.000 ευρώ, πόσο μπορεί να αποτιμηθεί η τηλεθέαση σε πανίσχυρα τηλεοπτικά δίκτυα που παρακολουθούν δύο δισεκατομμύρια άνθρωποι σε 202 χώρες τόσο κατά τη διάρκεια των Αγώνων όσο και στο διάστημα πριν και μετά τις αθλητικές διοργανώσεις»;

Συνομιλώντας με τους ανθρώπους των διαφημιστικών εταιριών και των επιχειρήσεων επικοινωνίας για την αξία της προβολής της Ελλάδας στο εξωτερικό κατανοεί κανείς ότι αυτή είναι πολύ σημαντική διότι αφορά κερδισμένη και όχι πληρωμένη δημοσιότητα. Χαρακτηριστικές είναι οι δηλώσεις του κυρίου Μιχαλάκη, εκπροσώπου τηλεοπτικού σταθμού, ο οποίος είπε: «Πώς μπορείς να μεταφράσεις σε αξία την έμμεση δημοσιότητα που έγινε για τη χώρα μας από την τελετή έναρξης που παρακολούθησαν πάνω από 4 δισεκατομμύρια άνθρωποι σε ολόκληρο τον κόσμο; Το εξαιρετικά ενδιαφέρον σημείο της όλης υπόθεσης είναι ότι αυτό αφορούσε έμμεση προβολή».

Σε αυτό το σημείο αξίζει να αναφερθούμε στα ποσοστά τηλεθέασης των Αγώνων αφού οι Αγώνες της Αθήνας είχαν τηλεθέαση 7-10% μεγαλύτερη σε σχέση με την αντίστοιχη των Αγώνων του Σίδνεϋ. Και αυτό αποτελεί ένα ενδεικτικό στοιχείο της τεράστιας έμμεσης προβολής της χώρας μας, που ορισμένοι την προσδιορίζουν στο επίπεδο των πολλών δεκάδων τρισεκατομμυρίων ευρώ.

Στην πραγματικότητα, η προβολή της Ελλάδας με τα συνακόλουθα οφέλη δεν ολοκληρώνεται με την τελετή λήξης των Ολυμπιακών Αγώνων. «Οι Αγώνες έχουν πολλαπλασιαστικά οφέλη, αφού η προβολή της Ελλάδας λειτουργεί σε βάθος χρόνου», σύμφωνα με τον κύριο Βαρελά, διευθύνοντα σύμβουλο της διαφημιστικής Falcon.

Στην «ολυμπιακή προίκα» ωστόσο οφείλει κανείς να συνυπολογίσει την τεράστια προβολή που μπορεί να προκύψει από ενδεχόμενη ανάληψη διοργάνωσης μικρότερου μεγέθους αλλά παγκόσμιας εμβέλειας αθλητικών γεγονότων. Η διεκδίκηση παγκόσμιων ή πανευρωπαϊκών πρωταθλημάτων σε επιμέρους αθλήματα, λέει ο κύριος Αντύπας, διευθύνων σύμβουλος της Rowland, θα μας δώσει τη δυνατότητα να κάνουμε αυτό που λέμε event marketing, να αξιοποιήσουμε, δηλαδή, μια διοργάνωση ή ένα αθλητικό γεγονός για να προβάσουμε τη χώρα μας. Και αυτό αναμφίβολα αποτελεί την πιο αξιόπιστη, οικονομική και πλέον δυναμική μέθοδο προβολής.

Γι αυτό το σκοπό η πολιτεία και φορείς δημόσιου και ιδιωτικού τομέα για να εκταμιευθούν τα οφέλη της τεράστιας αυτής διαφημιστικής εκστρατείας διαπιστώνουν ότι θα πρέπει να χαραχτεί μία εθνική στρατηγική επικοινωνίας η οποία δεν θα είναι διασπασμένη σε διάφορους τομείς. Πρέπει με δυο λόγια να δούμε το πώς θα συντονίσουμε τις επιδιώξεις μας στους τρεις βασικούς τομείς που μας ενδιαφέρουν δηλαδή τον τουρισμό, την προσέλκυση ξένων επενδύσεων και τις εξαγωγές ελληνικών προϊόντων. Βεβαίως, την ίδια στιγμή πρέπει να εξειδικεύσουμε την επικοινωνία ανά χώρα, διότι άλλα μηνύματα εισέπραξε ο γερμανός πολίτης και άλλα ο πολίτης της Βραζιλίας. Με βάση τα μηνύματα που εισέπραξε η κάθε χώρα, θα χαράξουμε και την αντίστοιχη επικοινωνιακή πολιτική. Και αυτό διότι ο πολίτης της μιας χώρας επηρεάζεται στην απόφασή του κυρίως από συναισθηματικούς παράγοντες, ενώ αντιθέτως κάποιος άλλος από αυστηρά λογικούς παράγοντες. Αυτό οφείλουμε να το λάβουμε υπόψη.

Όσον αφορά τον τουρισμό θα πρέπει να επιλέξουμε ανάμεσα στο μοντέλο του μαζικού τουρισμού ή μια νέα στρατηγική με σκοπό να αυξήσουμε την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών. Γι αυτό θα πρέπει να βελτιώσουμε κάθετα το επίπεδο της τουριστικής εκπαίδευσης, να αναπτύξουμε μια σχέση με τον ξένο επισκέπτη που να βασίζεται στην πραγματική φιλοξενία, τον πολιτισμό και τον πολύ υψηλό επαγγελματισμό.

6.2 Προοπτικές για τον αθλητικό τουρισμό από την τέλεση των Αγώνων

Η σύγχρονη διεθνής τουριστική βιομηχανία βασίζεται σε ένα πλήθος γεγονότων και εκδηλώσεων κάθε είδους τα οποία είναι καταναμεμημένα καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου και λειτουργούν ως μαγνήτες ενδιαφέροντος εκ μέρους των υποψηφίων επισκεπτών.

Στελέχη της αγοράς εκτιμούν ότι με ναυαρχίδα την ολυμπιακή Αθήνα πρέπει να δημιουργηθεί ένα ημερολόγιο μεγάλων εκδηλώσεων κάθε είδους, μεμονωμένων αλλά και επαναλαμβανόμενων, οι οποίες θα προβάλλονται έντονα στο εξωτερικό. Τέτοια γεγονότα μπορεί να είναι αθλητικά ή πολιτιστικά, επισημαίνουν τουριστικοί παράγοντες.

Αρκεί να σκεφτεί κανείς το τεράστιο ενδιαφέρον που συγκεντρώνουν τα διεθνή φεστιβάλ, τα μεγάλα αθλητικά γεγονότα ή οι αγώνες της Φόρμουλα 1 και μεγάλες διεθνείς εκθέσεις.

Τέτοιες εκδηλώσεις, υποστηρίζουν τουριστικοί επιχειρηματίες, πρέπει να δημιουργηθούν σε κάθε ελληνικό τουριστικό προορισμό. Πρέπει μάλιστα να κατανέμονται καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου και όχι μόνο τον Αύγουστο ή το τρίμηνο του καλοκαιριού, όπως γίνεται σήμερα στις περισσότερες περιπτώσεις.

Οι αθλητικές εγκαταστάσεις που δημιουργήθηκαν για τους Αγώνες απέσπασαν κολακευτικά σχόλια από τα διεθνή ΜΜΕ για την αρτιότητά τους και θεωρούνται υπερσύγχρονες αθλητικές εγκαταστάσεις διεθνώς. Κόστισαν δισεκατομμύρια ευρώ και πρέπει να θεωρηθούν μοχλοί που θα φέρουν συνάλλαγμα στη χώρα, αποτελώντας τη βάση για την ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού. Αν αυτό οργανωθεί σωστά, θα έχει ως αποτέλεσμα τη σταδιακή δημιουργία νέων μορφών τουρισμού υψηλής εισοδηματικής απόδοσης, ενώ παράλληλα θα προσελκύσει πρόσθετες επενδύσεις, προσφέροντας θέσεις εργασίας σε όλη την ελληνική περιφέρεια.

Το κέντρο κωπηλασίας του Σχοινιά, για παράδειγμα, μπορεί να αποτελέσει τη βάση για να δημιουργηθεί ένα ολοκληρωμένο σύνολο προπονητικών κέντρων

που θα μπορούν να προετοιμάζονται ομάδες από όλο τον κόσμο σε κλιματολογικές συνθήκες που θεωρούνται από τις καλύτερες στον κόσμο.

Τουριστικοί παράγοντες αναρωτιούνται γιατί η Ελλάδα με τα 3.000 νησιά δεν μπορεί να αναδειχθεί κορυφαίο προπονητικό κέντρο ιστιοπλοΐας οργανώνοντας πληθώρα αγώνων κατά τη διάρκεια του έτους. Η βασική έλλειψη, ωστόσο, δεν είναι η ανυπαρξία ενός ολοκληρωμένου δικτύου σύγχρονων μαρίνων. Είναι χαρακτηριστικό ότι ενώ το 2002 η Ελλάδα είχε 15 μαρίνες η πλειονότητα των οποίων δεν διαθέτει τις στοιχειώδεις υποδομές, η Τουρκία είχε 15 υπερσύγχρονες, η Πορτογαλία 17 και η Ισπανία 260!

Ο δε τουρισμός γκολφ μπορούσε να αποτελέσει μόνιμη υπολογίσιμη πηγή εσόδων, αφού οι κλιματικές συνθήκες σε περιοχές όπως η Κρήτη και η Ρόδος, η νότια Πελοπόννησος αλλά και η Χαλκιδική θεωρούνται ιδανικές για το άθλημα. Τα εκατομμύρια των φανατικών φιλάθλων του γκολφ ωστόσο, θέλουν τουλάχιστον 3-4 διαφορετικά γήπεδα σε μια περιοχή για να την επισκεφθούν. Έτσι η χώρα μας δεν καταφέρνει να μπει στον χρυσοφόρο χάρτη των προορισμών γκολφ, αφού τα μόλις πέντε γήπεδα γκολφ που διαθέτει είναι διασκορπισμένα στα τέσσερα σημεία της Ελλάδας, από την Κέρκυρα μέχρι τη Ρόδο και από τη Χαλκιδική μέχρι την Κρήτη. Την ίδια στιγμή οι ανταγωνιστές μας διέθεταν, ήδη από το 2002, 10 η Τουρκία, 12 η Αίγυπτος, 55 η Πορτογαλία και 264 η Ισπανία.

Η δημιουργία των απαιτούμενων γηπέδων γκολφ, ωστόσο, προσκρούει επί δεκαετίες στην έλλειψη μεγάλων ενιαίων εκτάσεων, καθώς και στο θέμα του ορισμού χρήσεων γης.

6.3 Προοπτικές για τον πολιτιστικό τουρισμό

Ο πολιτιστικός τουρισμός θα μπορούσε να αποτελεί το ισχυρό χαρτί του ελληνικού τουρισμού για να διαφοροποιηθεί από τους ανταγωνιστές του. Μουσεία, φεστιβάλ κινηματογράφου, θεάτρου, χορού και μουσικής, συναυλίες

μεγάλων ονομάτων, εκθέσεις έργων τέχνης, ακόμα και δημοπρασίες έργων λειτουργούν ως μοχλοί δημοσιότητας στα διεθνή ΜΜΕ.

Για ν' αναπτυχθεί όμως ο πολιτιστικός τουρισμός θα πρέπει προηγουμένως να δημιουργηθεί το βασικό προϊόν. Κι εδώ αρχίζουν τα προβλήματα, αφού οι πολιτιστικοί πόροι δεν είναι καν πλήρως καταγεγραμμένοι σε ορισμένες περιπτώσεις.

Δεν μπορεί να πουληθεί ως τουριστικό προϊόν ο πολιτισμός όταν η συσκευασία του είναι από ανύπαρκτη έως δυσφημιστική για το ίδιο το πολιτιστικό προϊόν. Τα μουσεία υστερούν εμφανώς σε κτιριακές εγκαταστάσεις, ακόμα και σήμερα η πρωτεύουσα δεν διαθέτει ένα μουσείο μοντέρνας τέχνης εφάμιλλο των άλλων ευρωπαϊκών πόλεων, ενώ ακόμη και η κατασκευή του νέου Μουσείου της Ακρόπολης προχωράει πολύ αργά.

Γαλλία, Ιταλία και Ισπανία θεωρούνται σήμερα από τις κύριες πηγές που προβάλλουν την πολιτιστική πτυχή του τουριστικού προϊόντος με τη χρήση όλων των σύγχρονων μεθόδων. Ιδιαίτερα μάλιστα των νέων τεχνολογιών και του Ίντερνετ.

Είναι χαρακτηριστικό ότι σε εξειδικευμένες ιστοσελίδες στο Διαδίκτυο οι οποίες αναφέρονται σε μουσεία από όλο τον κόσμο με δυνατότητα πρόσβασης μέσω Διαδικτύου, μετρώνται μόλις έξι ελληνικά μουσεία.

Στον αντίποδα βρήκαμε όλα τα γνωστά γαλλικά μουσεία, περισσότερα από 150 μουσεία και πολιτιστικούς οργανισμούς της Ισπανίας, πάνω από 140 μουσεία της Πορτογαλίας κι επιπλέον πλήρη δεδομένα για συνολικά 718 πορτογαλικά μουσεία κάθε είδους.

Η μεγάλη έμφαση που δίνει η Ιταλία προκειμένου να προσελκύσει τουρίστες με πολιτιστικά ενδιαφέροντα είναι οφθαλμοφανής, αφού στο Ίντερνετ βρήκαμε περισσότερα από 400 on line μουσεία σε κάθε γωνιά της Ιταλίας. Το αποτέλεσμα βέβαια είναι η Ιταλία να υποδέχεται τουρίστες όλο το χρόνο, χωρίς να χρειάζεται να περιμένει τους τρεις καλοκαιρινούς μήνες τις πτήσεις τσάρτερ των τουρ οπερέιτορ.

Η σύγκριση των ξένων με τα ελληνικά μουσεία γίνεται συντριπτική και μόνο αν κοιτάξει κανείς τις ιστοσελίδες τους.

Με εξαίρεση το Μουσείο Μπενάκη, τα λιγοστά μουσεία μας που εμφανίζονται στο Ίντερνετ διαθέτουν υποτυπώδεις πληροφορίες παρουσιασμένες με αισθητική που παραπέμπει στα πρώτα χρόνια του Ίντερνετ.

Εύκολα αντιλαμβάνεται λοιπόν κανείς ότι οι ξένοι που θα ήθελαν να δουν τη χώρα μας για να επισκεφθούν τα μουσεία μας θα χρειαζόταν να καταβάλουν μεγάλο κόπο, ενώ παράλληλα δεν έχουν καμία δυνατότητα να προ-κρατήσουν εισιτήρια ώστε να οργανώσουν οι ίδιοι το πακέτο των διακοπών τους.

Στις μεγάλες διεθνείς εκθέσεις τουρισμού η ανυπαρξία προβολής του ελληνικού πολιτισμού γίνεται εκκωφαντική, αφού συνήθως περιοριζόμαστε σε ένα περίπτερο του Φεστιβάλ Αθηνών, όταν άλλες χώρες φροντίζουν να κρατήσουν μεγάλα περίπτερα προβάλλοντας συνολικά το πολιτιστικό τους προϊόν.

Πλούσια σε περιεχόμενο, φτωχή όμως σε αξιοποίηση αποδεικνύεται και η ελληνική ιστορία. Μόλις ένας στους δέκα τουρίστες που επισκέπτονται κάθε χρόνο τη χώρα μας περνά την πύλη ενός ελληνικού μουσείου, ενώ σύμφωνα με άλλους υπολογισμούς η σχέση αυτή μπορεί να φτάνει ακόμα και το 1:20.

Το γεγονός καταδεικνύει με σαφήνεια ότι η πολιτιστική κληρονομιά της χώρας, το ισχυρό της χαρτί σύμφωνα με τη γνώμη των ειδικών και κύριο όπλο στην προσπάθεια διαφοροποίησης του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, παραμένει εντελώς αναξιοποίητο, σε αντίθεση με ό,τι συμβαίνει στο εξωτερικό.

Είναι χαρακτηριστικό ότι ενώ τα τελευταία χρόνια προσελκύουμε περίπου 13 εκατομμύρια τουρίστες ετησίως, ο συνολικός αριθμός όσων επισκέφτηκαν τα ελληνικά μουσεία, σύμφωνα με στοιχεία του 2002, μετά βίας ξεπερνά τα 2,5 εκατομμύρια άτομα. Και σ' αυτούς συμπεριλαμβάνονται βεβαίως και οι έλληνες επισκέπτες.

Όπως είπαμε λοιπόν το 2002 επισκέφτηκαν τα ελληνικά μουσεία περίπου 2,5 εκατομμύρια επισκέπτες έναντι 2,2 εκατομμυρίων επισκεπτών το 1998. Από το σύνολο των επισκεπτών του 2002 το ελληνικό Δημόσιο εισέπραξε 7,5 εκατομμύρια ευρώ. Είναι χαρακτηριστικό ότι το Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο της Αθήνας επισκέφτηκε το 2002 μικρός αριθμός ατόμων, τη δε Εθνική Πνακοθήκη περίπου 224.000 άτομα.

Τα περισσότερα μουσεία δεν ξεπερνούν τους 5.000 επισκέπτες το χρόνο, ενώ πολλά έχουν μόλις 1.000 επισκέπτες ετησίως. Έτσι δημιουργείται ένας φαύλος κύκλος, καθώς τα μουσεία δεν έχουν έσοδα για να συντηρηθούν και το Δημόσιο σπαταλά πόρους που θα μπορούσε να αξιοποιήσει για τον εκσυγχρονισμό τους.

Τουριστικοί παράγοντες επιρρίπτουν ευθύνες για την κατάσταση στο καθεστώς λειτουργίας των μουσείων, το οποίο είναι προσαρμοσμένο στα ωράρια εργασίας των δημοσίων υπαλλήλων και όχι τις ώρες που θα εξυπηρετούσαν περισσότερο τους επισκέπτες. Το αποτέλεσμα είναι οι αρχαιολογικοί χώροι και τα μουσεία να μην συμπεριλαμβάνονται στις προτιμήσεις ελλήνων και ξένων όταν αναζητούν επιλογές για τον ελεύθερο χρόνο τους. Πρόβλημα υπάρχει και σε επίπεδο προβολής, καθώς ελάχιστα αξιοποιείται το Διαδίκτυο, ενώ δεν υπάρχει ούτε συνολική καταγραφή των μουσείων της χώρας ώστε οι επισκέπτες να συνδυάζουν τις διακοπές τους με επισκέψεις σε αυτά. Στελέχη της τουριστικής αγοράς τονίζουν ότι αν δεν ανατραπεί άρδην αυτή η φιλοσοφία, τα μουσεία και οι χώροι πολιτισμού δεν θα μπορέσουν να γίνουν ελκυστικοί για τους επισκέπτες, ντόπιους και μη. Κι αν δεν είναι ελκυστικοί, δεν μπορούν να πουληθούν ως προϊόν. Οπότε οι προσδοκίες για την ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού και η ανάδειξη της έντονης πολιτιστικής διάστασης του ελληνικού τουρισμού κινδυνεύουν να παραμείνουν στη σφαίρα των εξαγγελιών, στερώντας από τη χώρα ένα ισχυρό πλεονέκτημα.

6.4 Προοπτικές για τον συνεδριακό τουρισμό

Οι προσδοκίες των ξενοδόχων της Αθήνας για υψηλά κέρδη από τους Ολυμπιακούς Αγώνες τους ώθησαν στο να επενδύσουν περί το 1,4 δισεκατομμύριο ευρώ ώστε να ανακαινίσουν εκ βάθρων τα ξενοδοχεία τους.

Το αποτέλεσμα ήταν να βρεθεί η Αθήνα με μια ολυμπιακή ξενοδοχειακή προίκα η οποία, σύμφωνα με τον πρόεδρο της Ένωσης Ξενοδόχων Αττικής (ΕΞΑ) κύριο Τσακίρη, αριθμεί περίπου 62.000 κλίνες υψηλού επιπέδου σε περισσότερα από 550 ξενοδοχεία όλων των κατηγοριών. Από το σύνολο των κλινών υπολογίζεται ότι 16.000-17.000 ανήκουν σε μονάδες πολυτελείας, 12.000-σε --ξενοδοχεία Α' κατηγορίας, 12.000-14.000 σε Β' κατηγορίας. Οι υπόλοιπες κατανέμονται στις κατηγορίες Γ', Δ', και Ε'.

Οι ξενοδόχοι της Αθήνας προσδοκούσαν ότι κατά τη διάρκεια των Ολυμπιακών Αγώνων θα είχαν συνολικά 2 εκατομμύρια διανυκτερεύσεις και οι εισπράξεις τους θα πλησίαζαν τα 350 εκατομμύρια ευρώ.

Οι διανυκτερεύσεις πλησίασαν τελικά σε ποσοστό 10-15% τον τελικό στόχο της ΕΞΑ, καθώς υπολογίζεται ότι έφτασαν τα 1,8 εκατομμύρια.

Σύμφωνα με τον κύριο Τσακίρη βασικό μέλημα είναι να γίνει η Αθήνα προορισμός για την οργάνωση συνεδρίων και εκθέσεων.

Τον ίδιο στόχο άλλωστε είχαν θέσει στο παρελθόν και άλλες πόλεις που διοργάνωσαν Ολυμπιακούς Αγώνες, όπως η Βαρκελώνη και το Σίδνεϋ.

Ο συνεδριακός και εκθεσιακός τουρισμός αντιπροσωπεύει άνω του 25% του παγκόσμιου τουρισμού και έχει το πλεονέκτημα ότι εξασφαλίζει ταυτόχρονα σε πολλά ξενοδοχεία μεγάλο αριθμό πελατών, υψηλής εισοδηματικής στάθμης.

Ενδεικτικό του τζίρου που δημιουργεί ένα συνέδριο είναι το γεγονός ότι, σύμφωνα με στελέχη της αγοράς, ένα συνέδριο 1.000 ατόμων πραγματοποιεί τζίρο περί τα 3 εκατομμύρια ευρώ, συμπεριλαμβανομένων των αεροπορικών εισιτηρίων, το κόστος διανυκτερεύσεων σε ξενοδοχεία και ψώνια.

Σύμφωνα με στοιχεία το 2002 κάθε συνέδρος κατέβαλλε κατά μέσο όρο κάθε μέρα που μετείχε σ' ένα συνέδριο 108 δολάρια για τη συμμετοχή του ενώ δαπανούσε 346 δολάρια.

Αυτός είναι και ο λόγος που οι ολυμπιακές πόλεις στρέφονται στον συνεδριακό τουρισμό προκειμένου να αξιοποιήσουν στο έπακρο τον μεγάλο αριθμό πλήρως ανακαινισμένων ξενοδοχείων που απέκτησαν με αφορμή τους Αγώνες. Συνηθίζεται άλλωστε τα ξενοδοχεία που εκσυγχρονίστηκαν στους Ολυμπιακούς Αγώνες, να διατηρούν υψηλές τιμές και μετά τους Αγώνες, με

αποτέλεσμα να αναζητούν σε τέτοιες μορφές τουρισμού την πελατεία που μπορεί να πληρώσει ακριβότερες υπηρεσίες.

Ωστόσο για να επιτευχθεί ο στόχος πρέπει να πληρούνται ορισμένες προϋποθέσεις. Πρώτο αίτημα των ξενοδόχων είναι η δημιουργία ενός μητροπολιτικού συνεδριακού/ εκθεσιακού κέντρου της πρωτεύουσας, αφού χωρίς αυτό δεν είναι δυνατόν να αναδειχθεί η Αθήνα σε υπολογίσιμο προορισμό συνεδρίων. Αυτό που φοβούνται όμως οι ξενοδόχοι της Αθήνας είναι ότι η δημιουργία του συνεδριακού κέντρου θα καθυστερήσει, άγνωστο για πόσο, αφού εξαρτάται από τις αποφάσεις που θα λάβει η κυβέρνηση στο θέμα της αξιοποίησης των ολυμπιακών εγκαταστάσεων. Πρόθεση των υπουργείων Τουριστικής Ανάπτυξης και Οικονομίας είναι το μητροπολιτικό συνεδριακό κέντρο να προέλθει από την μετατροπή κάποιας από τις υπάρχουσες ολυμπιακές εγκαταστάσεις.

Οι ξενοδόχοι εμφανίζονται έτοιμοι να δεχτούν ένα συνεδριακό κέντρο δυναμικότητας 5.000-6.000 θέσεων, ενώ εγκαταλείπονται οι μαξιμαλιστικοί στόχοι του παρελθόντος που μιλούσαν για συνεδριακό κέντρο έως και 15.000 θέσεων. Μετά από σχετική απόφαση θα δημιουργηθεί συνεδριακό κέντρο χωρητικότητας 5.000 θέσεων στην περιοχή του Φαλήρου, εκεί όπου διεξαγόταν το άθλημα του Tae Kwon Do στη διάρκεια των Ολυμπιακών Αγώνων.

Ο συνεδριακός τουρισμός θεωρείται από πολλούς ότι είναι ο πλέον αποτελεσματικός τρόπος να ξαναγίνει τουριστικός προορισμός η Αθήνα. Παράλληλα, λένε, θα ενισχυθεί ο ρόλος του αεροδρομίου των Σπάτων, το οποίο θα διεκδικήσει με αξιώσεις ρόλο περιφερειακού κόμβου του διεθνούς δικτύου αερομεταφορών.

Όσον αφορά την οργάνωση, ακόμα και αν υπήρχε το συνεδριακό κέντρο της Αθήνας, η οργάνωση του κλάδου υστερεί εμφανώς έναντι του ανταγωνισμού. Είναι χαρακτηριστικό ότι το εξειδικευμένο γραφείο συνεδριακού και εκθεσιακού τουρισμού της πρωτεύουσας, το Athens Convention and Visitors Bureau, πέρασε από μεγάλες δυσκολίες μέχρι να δημιουργηθεί με πολύ μεγάλη καθυστέρηση. Ακόμα και τώρα η οργάνωσή του είναι υποτυπώδης, ενώ η έλλειψη πόρων δεν του δίνει τη δυνατότητα ούτε να προβάλλει

αποτελεσματικά το συνεδριακό προϊόν της Αθήνας αλλά ούτε και να διατηρεί στελεχικό δυναμικό που θα κλείνει συνέδρια φέρνοντας δουλειές στην ολυμπιακή πρωτεύουσα.

Σύμφωνα με τα πιο πρόσφατα στοιχεία της Διεθνούς Ένωσης Συνεδριακού και Εκθεσιακού Τουρισμού, η Ελλάδα καταλαμβάνει την 18^η θέση στον πίνακα με τις χώρες που οργάνωσαν τα περισσότερα μεγάλα συνέδρια την περίοδο 2000-2004. Σύμφωνα με τα στοιχεία, στη χώρα μας οργανώθηκαν 42 μεγάλα συνέδρια το 2000, 49 το 2001 και 64 το 2002. Το χτύπημα της 11^{ης} Σεπτεμβρίου αποδείχτηκε ισχυρό για τον συνεδριακό τουρισμό, αφού ο αριθμός των συνεδρίων μειώθηκε σημαντικά την διετία 2003 και 2004, με αποτέλεσμα να εκτιμάται ότι το 2004 θα οργανωθούν στην Ελλάδα μόλις 21 μεγάλα συνέδρια.

Όσον αφορά τον ανταγωνισμό πιο ψηλά από την Ελλάδα στην παγκόσμια κατάταξη βρίσκονται οι περισσότεροι από τους κύριους ανταγωνιστές μας, αφού η Πορτογαλία βρίσκεται στην 17^η θέση, η Ιταλία στην 10^η, η Γαλλία στην 7^η και η Ισπανία στην 2^η θέση.

Αν όμως σε επίπεδο χωρών η 18^η θέση της κατάταξης θεωρείται καλή, η σημαντική υστέρηση της Ελλάδας έναντι των ανταγωνιστών της προκύπτει ανάγλυφα από τον πίνακα κατάταξης των πόλεων που οργάνωσαν τα περισσότερα μεγάλα συνέδρια την περίοδο 2000-2004.

Εκεί η Αθήνα βρίσκεται μόλις στην 32^η θέση, ενώ η Κωνσταντινούπολη κατατάσσεται τρεις θέσεις πιο ψηλά, στην 29^η. Το μετα-ολυμπιακό Σίδνεϋ βρίσκεται στην 14^η θέση και η Σεούλ στην 8^η. Εντυπωσιακή είναι η παρουσία της πορτογαλικής Λισαβόνας στην 5^η θέση, ενώ η Ισπανία κατάφερε να έχει την Μαδρίτη στην 28^η και την μετα-ολυμπιακή Βαρκελώνη στην 2^η θέση.

Αποκαλυπτική της έλλειψης μεγάλων συνεδριακών χώρων, ωστόσο, είναι η κατάσταση των πόλεων με βάση τον αριθμό όσων συμμετείχαν στα μεγάλα συνέδρια την περίοδο 1999-2002. Εκεί η Αθήνα δεν συγκαταλέγεται καν μεταξύ των 50 πόλεων του πίνακα, ενώ την ίδια στιγμή η Κωνσταντινούπολη βρίσκεται στην 24^η θέση, η Λισαβόνα στη 10^η και η Βαρκελώνη στην 1^η.

7^ο Κεφάλαιο: Το σχέδιο αξιοποίησης των Ολυμπιακών εγκαταστάσεων

Το στρατηγικό σχέδιο της κυβέρνησης για την αξιοποίηση των Ολυμπιακών εγκαταστάσεων ανακοίνωσε σε συνέντευξη Τύπου η αναπληρώτρια υπουργός Πολιτισμού κυρία Πετραλιά.

Η υπουργός υπογράμμισε ότι με το σχέδιο αξιοποίησης των Ολυμπιακών εγκαταστάσεων ξεκαθαρίζει το ζήτημα της κύριας και συμπληρωματικής δραστηριότητας για την κάθε εγκατάσταση ξεχωριστά, ενώ περιγράφονται αναλυτικά οι διαδικασίες για την υλοποίηση των σχεδίων.

Παράλληλα ανακοινώθηκε ότι το υπουργείο Πολιτισμού πρόκειται να καταθέσει στη Βουλή εντός του Δεκεμβρίου σχέδιο νόμου το οποίο θα διασφαλίζει ότι οι προτεινόμενες λύσεις για την αξιοποίηση της κάθε εγκατάστασης εδράζονται σε ασφαλείς νομικές βάσεις.

Το σχέδιο θα διασφαλίζει ταχείες και αποτελεσματικές διαδικασίες για την τελική αδειοδότηση και σύννομη λειτουργία των εγκαταστάσεων, ενώ παράλληλα θα προσαρμόζει τις υφιστάμενες χρήσεις γης στις ανάγκες της αξιοποίησης με απαράβατη γενική αρχή σε όλες τις περιπτώσεις τον σεβασμό της ακεραιότητας των στρατηγικών επιλογών και την προστασία του περιβάλλοντος.

Η υπουργός πρόσθεσε ότι θα προχωρήσει άμεσα σε προσκλήσεις ενδιαφέροντος και ανοιχτούς διεθνείς διαγωνισμούς για να εξυπηρετηθούν οι δημόσιοι στόχοι ως προς τις χρήσεις, αλλά και να προσελκυσθούν σημαντικές επενδύσεις και τεχνογνωσία.

Σε ό,τι αφορά τις διαδικασίες που θα ακολουθηθούν τόνισε ότι η κάθε διαγωνιστική διαδικασία θα κινηθεί στα πλαίσια της κοινοτικής νομοθεσίας προκειμένου να τηρηθούν οι αρχές της διαφάνειας και της νομιμότητας. Επεσήμανε ακόμη ότι η κάθε εγκατάσταση αντιμετωπίζεται διαφορετικά καθώς υπάρχουν έργα ώριμα προς δημοπράτηση, όπως η μαρίνα του Αγίου Κοσμά, ενώ στην περίπτωση άλλων εγκαταστάσεων η διαγωνιστική διαδικασία

ενδεχομένως να περιλαμβάνει ένα πιο μακρύ στάδιο πρόσκλησης ενδιαφέροντος πριν την τελική φάση επιλογής προκειμένου, μέσα από την μελέτη εναλλακτικών προτάσεων, να καταστεί δυνατή η επιλογή της κοινωνικά, χωροταξικά και οικονομικά βέλτιστης λύσης.

7.1 Αττική

Η υπουργός αναφέρθηκε ξεχωριστά στον σχεδιασμό για την κάθε Ολυμπιακή εγκατάσταση. Σε ότι αφορά το Κωπηλατοδρόμιο του Σχοινιά επεσήμανε ότι πρόκειται να αναδειχθεί σε βασικό Κέντρο Οικολογικής Ευαισθητοποίησης του λεκανοπεδίου, οργανικά ενταγμένο στο ευρύτερο πλαίσιο διαμόρφωσης του Πρότυπου Οικολογικού Πάρκου. Σε αυτό το πλαίσιο θα σχεδιαστούν νέες διαδρομές, παρατηρητήρια και χώροι εξυπηρέτησης των πολιτών. Παράλληλα το Κέντρο θα λειτουργήσει ως χώρος προετοιμασίας ελληνικών και ξένων ομάδων και φυσικά θα φιλοξενεί αγώνες κωπηλασίας.

Η εγκατάσταση των Άνω Λιοσίων μεταμορφώνεται σε Κέντρο Πολιτισμού και Τεχνολογίας και πρόκειται να στεγάσει τις Σχολές και Ακαδημίες Πολιτισμού (χορού, κινηματογράφου, θεάτρου, μουσικής). Εδώ θα στεγαστεί επίσης και το Εθνικό Ψηφιακό Μουσείο.

Στη Νίκαια (σπίτι της Άρσης Βαρών) θα πραγματοποιηθούν παρεμβάσεις για την διευκόλυνση της προσβασιμότητας ενώ η Ολυμπιακή εγκατάσταση θα συνδεθεί με τους γειτονικούς δημοτικούς χώρους και το Κατράκειο Θέατρο προκειμένου το σύνολο της περιοχής να καταστεί ελκυστικός πόλος αθλητισμού, πολιτισμού και αναψυχής υπερτοπικού ενδιαφέροντος.

Η κλειστή εγκατάσταση του Γαλασίου χωροθετείται ως κέντρο ψυχαγωγικού αθλητισμού και υποστηρικτικών επιχειρηματικών δραστηριοτήτων. Σημειώνεται ότι η εγκατάσταση φιλοξενεί ήδη σημαντικές αθλητικές συναντήσεις (χρησιμοποιείται από την ομάδα μπάσκετ της ΑΕΚ) και εκδηλώσεις πολιτιστικού χαρακτήρα.

Το Κέντρο Ιππασίας στο Μαρκόπουλο αναδιαμορφώνεται, με στόχο την ανάπτυξη ενός Θεματικού Πάρκου αθλητικού και πολιτιστικού ενδιαφέροντος. Σε αυτή την κατεύθυνση θα δράσει συμπληρωματικά και η εγκατάσταση του Ο.Ι.Δ.Ε. Με τον τρόπο αυτό, πέρα από την κάλυψη των αναγκών του ιππικού

ερασιτεχνικού αθλητισμού, η εγκατάσταση θα αποτελέσει πόλο έλξης επισκεπτών. Αξίζει να σημειωθεί ότι το υφιστάμενο θεσμικό πλαίσιο παρέχει την δυνατότητα ανέγερσης ξενοδοχειακής μονάδας στη συγκεκριμένη εγκατάσταση.

Το γειτονικό Κέντρο Σκοποβολής αξιοποιείται για τις ανάγκες του ερασιτεχνικού αθλητισμού, αλλά και για τις μόνιμες σκοπευτικές ανάγκες των σωμάτων ασφαλείας.

Ο.Α.Κ.Α.

Το Ολυμπιακό Συγκρότημα θα αποτελέσει βασικό μεταολυμπιακό πόλο έλξης του λεκανοπεδίου. Στις γνωστές, βασικές αθλητικές του χρήσεις, προστίθενται μια σειρά άλλων υποστηρικτικών και συμπληρωματικών δραστηριοτήτων, που θα καταστήσουν το συγκρότημα διεθνώς αναγνωρίσιμο τόπο επίσκεψης, τόσο από Έλληνες όσο και από ξένους για αθλητικούς, πολιτιστικούς και ψυχαγωγικούς λόγους.

Ειδικότερα, σε τμήμα του Διεθνούς Κέντρου Ραδιοτηλεόρασης ιδρύεται το Μουσείο Ελληνικών Ολυμπιακών Αγώνων. Παράλληλα το μεγαλύτερο τμήμα των 110.000 τ.μ. του Κέντρου θα δοθεί για επιχειρηματικές δραστηριότητες. Στο γειτονικό Κέντρο Γραπού Τύπου μεταφέρεται το Υπουργείο ΠΕ.ΧΩ.Δ.Ε. το οποίο σήμερα στεγάζεται σε περισσότερα από 50 κτίρια.

Τέλος στο συγκρότημα του Ο.Α.Κ.Α. και με κεντρικό σημείο αναφοράς το αρχιτεκτονικό έργο του Καλατράβα, το Τείχος των Εθνών και την Αγορά, δημιουργείται Ολυμπιακός περίπατος. Σε αυτό το πλαίσιο πρόκειται να γίνουν συμπληρωματικά έργα στο συγκρότημα προκειμένου ο χώρος να γίνει ελκυστικός για τους κατοίκους και τους τουρίστες.

Στο Γουδί οι υφιστάμενες Ολυμπιακές εγκαταστάσεις μοντέρνου πεντάθλου και η κλειστή εγκατάσταση θα λειτουργήσουν για τις ανάγκες του ερασιτεχνικού αθλητισμού και του πολιτισμού, ενταγμένες στο συνολικό σχέδιο ανάπλασης της περιοχής.

Παραλιακό Μέτωπο

Στην παραλιακή ζώνη από το Στάδιο Ειρήνης και Φιλίας μέχρι τον Άγιο Κοσμά δημιουργείται ένα ενιαίο θαλάσσιο μέτωπο που θα φιλοξενήσει μια σειρά πολιτιστικών, αθλητικών, ναυταθλητικών, συνεδριακών, τουριστικών και ψυχαγωγικών υπηρεσιών.

Ειδικότερα, στο μέτωπο του Φαλήρου χωροθετείται Μητροπολιτικό Συνεδριακό Κέντρο. Σε αυτό το πλαίσιο, όπως αναφέρθηκε νωρίτερα, θα μετασκευαστεί κατάλληλα το κλειστό γήπεδο του Tae Kwon Do, έτσι ώστε να προσφέρει έναν άρτιο και εξειδικευμένο χώρο φιλοξενίας μεγάλων συναντήσεων, της τάξης των 5.000 συνέδρων.

Το παράλιο μέτωπο του Φαλήρου θα αποτελεί επίσης υπερτοπικό πόλο αναψυχής και πολιτισμού. Το μέτωπο θα διαθέτει εγκαταστάσεις αναψυχής και εστίασης, παράλιους περιπάτους, αθλητικούς και ναυταθλητικούς χώρους. Προβλέπεται επίσης να διατεθούν χώροι στους όμορους δήμους Καλλιθέας, Παλαιού Φαλήρου, Μοσχάτου, αλλά και του Πειραιά, για την ανάπτυξη ελαφρών αθλητικών δράσεων. Τέλος στον Άγιο Κοσμά δημιουργείται μαρίνα υψηλών προδιαγραφών.

Ελληνικό

Στο Ελληνικό αναπτύσσονται σε υπάρχουσες Ολυμπιακές εγκαταστάσεις χώροι θεματικού αθλητισμού και παράπλευρων πολιτιστικών και ψυχαγωγικών δραστηριοτήτων στο πλαίσιο της αρχιτεκτονικής μελέτης του Οργανισμού Ρυθμιστικού Σχεδίου Αθήνας για την δημιουργία του μεγάλου Μητροπολιτικού Πάρκου.

7.2 Περιφέρεια

Σε ότι αφορά την ανάπτυξη των εγκαταστάσεων της περιφέρειας επισημάνθηκε ότι οι Ολυμπιακές εγκαταστάσεις θα αξιοποιηθούν με βάση τις ιδιαιτερότητες της κάθε περιοχής και πόλης.

Ειδικότερα, για το Παγκρήτιο Στάδιο σημειώθηκε ότι αναδεικνύεται μαζί με τις γειτονικές δημόσιες εκτάσεις, οι οποίες αναπτύσσονται και αναπλάθονται, σε συνεργασία με τον Δήμο, προκειμένου η πόλη του Ηρακλείου να βρει την

πρότυπη και ελκυστική έξοδο στην θάλασσα, που της λείπει σήμερα. Το νέο θαλάσσιο μέτωπο που διαμορφώνεται στον Δυτικό Άξονα, ενώνοντας την πόλη και το στάδιο, χωρίς να παρεμβάλλεται οικοδομικός ιστός, προσφέρει στους κατοίκους πολλά οφέλη.

Τα άλλα δύο περιφερειακά στάδια, το Παμπελοποννησιακό και το Πανθεσσαλικό Στάδιο, διατηρούν τον κύριο χαρακτήρα τους, αλλά αναπτύσσουν και παράλληλες δραστηριότητες ως προπονητικά κέντρα για την ανάπτυξη αθλητικού τουρισμού.

Κλείνοντας την ομιλία της η υπουργός ανακοίνωσε την εκτέλεση 1.500 έργων στην περιφέρεια την επόμενη διετία για τα οποία θα διατεθούν περισσότερα από 300 εκατομμύρια ευρώ μέσω του νέου προγράμματος «Ελλάδα 2005-2007». Με την υλοποίηση του σχεδίου αυτού, όχι μόνο το λεκανοπέδιο, αλλά το σύνολο της χώρας συμμετέχει στην μεταολυμπιακή ανάπτυξη.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

1^ο Κεφάλαιο: Ολυμπιακοί Αγώνες και Οικονομία

- 1.1 Εισαγωγή- Οικονομικές επιπτώσεις
- 1.2 Τουριστικές επιπτώσεις
- 1.3 Ανάγκες σε καταλύματα
- 1.4 Συμπεράσματα

2^ο Κεφάλαιο: Η εμπειρία άλλων πόλεων που ανέλαβαν Ολυμπιακούς Αγώνες

- 2.1 Εισαγωγή
- 2.2 Ανάθεση και σκοποί των Αγώνων- Η εμπειρία από Σίδνεϋ και Βαρκελώνη
- 2.3 Η Ατλάντα και το Λος Άντζελες
- 2.4 Άλλες διοργανώτριες πόλεις
- 2.5 Συμπεράσματα για την Αθήνα το 2004

3^ο Κεφάλαιο: Η διεθνής τουριστική ζήτηση

- 3.1 Εισαγωγή
- 3.2 Σενάρια για την τουριστική ζήτηση
- 3.3 Πρόβλεψη της τουριστικής ζήτησης χωρίς τους Αγώνες
- 3.4 Στρατηγικές τουριστικής αξιοποίησης των Αγώνων
- 3.5 Εκτίμηση της άμεσης ζήτησης
- 3.6 Παρακινούμενη ζήτηση
- 3.7 Συμπεράσματα

4^ο Κεφάλαιο: Προσφορά καταλυμάτων

- 4.1 Εισαγωγή
- 4.2 Υποδομή καταλυμάτων
- 4.3 Εκτίμηση της αναμενόμενης υποδομής
- 4.4 Συμπεράσματα

5^ο Κεφάλαιο: Εκτίμηση της αναγκαίας πρόσθετης υποδομής καταλυμάτων

- 5.1 Εισαγωγή
- 5.2 Ανάγκες ξενοδοχειακών καταλυμάτων στη διάρκεια των Αγώνων
- 5.3. Μακροχρόνιες ανάγκες σε καταλύματα
- 5.4 Διάρθρωση και διαχείριση των αναγκών σε καταλύματα
- 5.5 Συμπεράσματα

6° Κεφάλαιο: Η κληρονομιά των Ολυμπιακών Αγώνων της Αθήνας

- 6.1 Τα οφέλη από την διαφημιστική προβολή της Ελλάδας
- 6.2 Προοπτικές για τον αθλητικό τουρισμό από την τέλεση των Αγώνων
- 6.3 Προοπτικές για τον πολιτιστικό τουρισμό
- 6.4 Προοπτικές για τον συνεδριακό τουρισμό

7° Κεφάλαιο: Το σχέδιο αξιοποίησης των Ολυμπιακών εγκαταστάσεων

- 7.1 Αττική
- 7.2 Περιφέρεια

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνική

- ΚΕΠΕ (1994). Οικονομία και Αθλητισμός, Αθήνα: ΚΕΠΕ.
- Κουζέλης, Α.Κ. (1997). Οι Επιπτώσεις της Συναλλαγματικής Πολιτικής στις Πρόσφατες Επιδόσεις του Τουριστικού Τομέα, Αθήνα: ΙΤΕΠ.
- Παπανίκος, Γ.Θ. (1996 α). Αθλητισμός: Μάνατζμεντ -Μάρκετινγκ- Οικονομία, Αθήνα: Τελέθριον.
- Παπανίκος, Γ.Θ. (1996 β). Μάρκετινγκ: Έννοια- Μεθοδολογία -Θεωρίες, Αθήνα: Aias Educational Consulting.
- Παυλόπουλος, Π.Γ. (1998). Το Πανόραμα του Παγκόσμιου Τουρισμού, Αθήνα: ΙΤΕΠ.
- Παυλόπουλος, Π.Γ. & Κουζέλης, Α.Κ. (1998). Περιφερειακή Ανάπτυξη της Ελλάδος και Τουρισμός, Αθήνα: ΙΤΕΠ.
- Τσίτουρας, Α.Κ. (1998). Η Εποχικότητα του Τουρισμού στην Ελλάδα και τις Ανταγωνίστριες Χώρες, Αθήνα: ΙΤΕΠ.
- Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος (2002)- Ξενοδοχειακό Δυναμικό ΞΕΕ.
- Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού. Διεύθυνση Μελετών και Επενδύσεων ΕΟΤ.
- ΟΕΟΑ ΑΘΗΝΑ 2004
- «Κυριακάτικη Ελευθεροτυπία» (29/8/04 και 12/9/04)
- «Βήμα της Κυριακής» (29/8/04)
- www.business2005.gr

Διεθνής

- Arani, A.A. (1993). 'Atlanta 1996 : A Status Report', Sport Marketing Quarterly, 2(2), 17-26.
- Archer, B.H. (1984). Economic Impact: Misleading Multiplier, Annals of Tourism Research, 11 (4), 517-518
- Brunet, F. (1993). Economy of the 1992 Barcelona Olympic Games, Barcelona: Centre d'Estudis Olímpics i de l'Esport, Universitat Autònoma de Barcelona in cooperation with the IOC Olympic Study and Research Centre.
- Burns, J.P.A., Hatch, J.H. & Mules, T.J. (1986). The Adelaide Grand Prix: The Impact of a Special Event, Adelaide: Centre for South Australia Economic Studies.
- Cebula R.J. & Belton, W.J. (1997). Economics of the Sports Industry, New York: Mc Graw-Hill.
- Chalip, L., Green, B.C. & Velden, L.V. (1998). 'Sources of Interest in Travel to the Olympic Games', Journal of Vacation Marketing, 4 (1), 7-22.
- Grouch, G.I. (1995). 'A Meta Analysis of Tourism Demand', Annals of Tourism Research, 22(1), 103-118.
- Davidson, L.S. & Schaffer, W.A. (1980). A Discussion of Methods Employed in Analysing the Impact of Short-term Entertainment Events Journal of Travel Research, 18, 12-16.
- De Delas, I. (1997) Tourism and the Olympic Games: The Barcelona Experience. Mimeo.

