

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΑΤΡΩΝ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΔΙΕΘΝΗΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΣ



ΜΠΙΛΙΩΝΑ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΑ

Α.Μ. :4463

ΕΠΙΒΛΕΠΟΥΣΑ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ:

Κα ΑΝΑΣΤΑΣΙΑ ΖΑΦΕΙΡΟΠΟΥΛΟΥ

ΑΘΗΝΑ 2013

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΡΟΛΟΓΟΣ	5
ΠΕΡΙΛΗΨΗ	5
ΛΕΞΕΙΣ ΚΛΕΙΔΙΑ	5

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο

ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΚΑΙ ΟΡΙΣΜΟΙ

1.1 ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	6
1.2 ΤΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ	9
1.3 Η ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ	11
1.4 ΠΩΣ ΕΠΙΛΕΓΕΙ ΚΑΠΟΙΟΣ ΕΝΑΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟ	12
1.5 ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ	14
1.6 ΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΚΥΚΛΩΜΑ	15

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο

ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

2.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ	16
2.2 ΠΑΡΑΜΕΤΡΟΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΤΟΥ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	17
2.3 ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΟ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΤΟΥ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ..	18
2.3.1 ΟΡΙΣΜΟΙ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	19
2.4 ΤΑ ΕΙΔΗ ΤΟΥ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	20
2.4.1 ΜΟΡΦΕΣ ΚΑΙ ΜΟΝΤΕΛΑ ΤΟΥ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	22

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο

ΑΘΛΗΤΙΚΕΣ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ–ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΠΕΡΙΠΕΤΕΙΑΣ

3.1	ΣΗΜΑΝΤΙΚΕΣ ΑΘΛΗΤΙΚΕΣ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ.....	24
3.2	ΟΛΥΜΠΙΑΚΟΙ ΑΓΩΝΕΣ.....	25
3.2.1	ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΘΕΛΓΗΤΡΑ ΚΑΙ ΟΛΥΜΠΙΑΚΟΙ ΑΓΩΝΕΣ.....	26
3.2.2	Η ΜΕΤΑ-ΟΛΥΜΠΙΑΚΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ.....	27
3.3	ΚΛΑΣΙΚΟΣ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΣΗΜΑΝΤΙΚΕΣ ΑΘΛΗΤΙΚΕΣ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ.....	30
3.3.1	ΜΑΡΑΘΩΝΙΟΣ.....	30
3.3.2	ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ ΠΡΩΤΑΘΛΗΜΑ ΣΤΙΒΟΥ.....	33
3.4	ΜΕΓΑΛΕΣ ΠΟΔΟΣΦΑΙΡΙΚΕΣ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ.....	34
3.5	ΜΕΓΑΛΕΣ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ ΜΗΧΑΝΟΚΙΝΗΤΟΥ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ.....	37
3.6	ΑΛΛΕΣ ΣΗΜΑΝΤΙΚΕΣ ΑΘΛΗΤΙΚΕΣ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ ΔΙΕΘΝΩΣ.....	40
3.7	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΠΕΡΙΠΕΤΕΙΑΣ.....	41
3.7.1	ΑΘΛΗΜΑΤΑ ΗΠΙΑΣ ΠΕΡΙΠΕΤΕΙΑΣ–SOFT ADVENTURE SPORTS.....	42
3.7.2	ΑΘΛΗΜΑΤΑ ΑΚΡΑΙΑΣ ΠΕΡΙΠΕΤΕΙΑΣ – EXTREME SPORTS.....	46

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο

ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

4.1	Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΟ ΔΙΕΘΝΗ ΧΩΡΟ.....	52
4.1.1	Ο ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	56
4.1.2	ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΣΤΑ ΠΛΑΙΣΙΑ ΤΟΥ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	56
4.2	ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ	

ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	57
4.2.1 ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΚΑΙ ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	57
4.3 ΔΙΕΘΝΗΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	59
4.3.1 ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ ΤΟΥ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΟΙ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ.....	59
4.4 Ο ΕΥΡΩΠΑΪΚΟΣ ΠΡΟΣΑΝΑΤΟΛΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	60
4.5 ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ.....	62
4.6 Η ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΗ ΔΙΑΣΤΑΣΗ ΤΩΝ ΘΑΛΑΣΣΙΩΝ ΑΘΛΗΤΙΚΩΝ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ ΚΑΙ Η ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΡΟΩΝ.....	64
4.7 ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΟΙ ΠΙΝΑΚΕΣ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΟΥΣ ΟΛΥΜΠΙΑΚΟΥΣ ΑΓΩΝΕΣ 2004.....	65
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	66
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	68

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Αντικείμενο της παρούσης εργασίας είναι η μελέτη του τουρισμού και η συσχέτισή του με τον Διεθνή Αθλητισμό. Πρόκειται για μια νέα μορφή τουρισμού (αθλητικός τουρισμός), που έχει αρχίσει να παίρνει μεγάλες διαστάσεις, ενώ ήδη υλοποιείται από όλο και περισσότερες χώρες ανά τον κόσμο, λόγω των κερδών αλλά και των ευκαιριών που προσφέρει. Η παρούσα εργασία θα προσπαθήσει να παρουσιάσει με σαφήνεια τη σχέση μεταξύ αθλητισμού και τουρισμού, τον ορισμό του λεγόμενου αθλητικού τουρισμού, τις μορφές που μπορεί να πάρει, την προβλεπόμενη εξέλιξή του, την ισχύουσα κατάσταση στην χώρα μας αλλά και τις θετικές καθώς και τις αρνητικές συνέπειες που έχει για τον πολίτη και την εκάστοτε χώρα.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Στο πρώτο κεφάλαιο γίνεται μια γενική αναφορά στον τουρισμό, στις έννοιες και στους ορισμούς του, καθώς και στις επιπτώσεις της τουριστικής δραστηριότητας.

Στο δεύτερο κεφάλαιο αναφέρεται ο ορισμός του Αθλητικού Τουρισμού, όπως επίσης αναλύονται τα είδη, οι μορφές και τα μοντέλα του

Στο τρίτο κεφάλαιο αναφέρονται πληροφορίες γύρω από παγκόσμια αθλητικά γεγονότα, με σημαντικότερο όλων τους Ολυμπιακούς Αγώνες, όπως επίσης και για τον Τουρισμό Περιπέτειας και τα αθλήματα του.

Στο τέταρτο και τελευταίο κεφάλαιο αναλύονται οι εξελίξεις, οι επιπτώσεις και οι προοπτικές του Αθλητικού Τουρισμού, τόσο στην Ελλάδα, όσο και σε διεθνή επίπεδο. Επιπλέον αναλύονται οι πολιτικές της Ευρωπαϊκής Ένωσης που σχετίζονται με τον αθλητικό τουρισμό και αναφέρονται κάποιες σχετικές έρευνες.

ΛΕΞΕΙΣ ΚΛΕΙΔΙΑ

Αθλητικός Τουρισμός, Σημαντικές Αθλητικές Διοργανώσεις, Τουρισμός Περιπέτειας, Extreme Sports, Ανάπτυξη Αθλητικού Τουρισμού στην Ελλάδα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο

ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ - ΟΡΙΣΜΟΙ

1.1 ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ένας από τους σημαντικότερους κλάδους για την Ελλάδα είναι ο τουρισμός. Η Ελλάδα έχει μακρά παράδοση φιλοξενίας από τα αρχαία χρόνια μέχρι σήμερα. Για τη διατήρηση και την ανάπτυξη του τουρισμού είναι απαραίτητη η συνεργασία όλων των άμεσα ή έμμεσα εμπλεκόμενων φορέων ιδιωτικού και δημόσιου τομέα.

Στη βάση του ο τουρισμός, αποτελεί ένα οικονομικό φαινόμενο με σημαντικές επιδράσεις και αντίκτυπο σε μεγάλο αριθμό κοινωνικών ομάδων, ατόμων αλλά και στο περιβάλλον (Ηγουμενάκης, Κραβαρίτης, 2004). Στην Ελλάδα, η οποία αποτελεί έναν από τους δημοφιλέστερους τουριστικούς προορισμούς παγκοσμίως, οι επιδράσεις αυτές αυξάνονται σημαντικά, αν ληφθεί επιπλέον υπόψη ότι περί το 20% του ενεργού ανθρώπινου δυναμικού της χώρας εργάζεται σε επιχειρήσεις που συνδέονται με τον τουρισμό.

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (WTO) δίνει τον παρακάτω ορισμό για τον τουρισμό: *«Ο τουρισμός περιλαμβάνει τις δραστηριότητες των ανθρώπων που ταξιδεύουν και διαμένουν σε προορισμούς και περιοχές άλλες εκτός από αυτές που αποτελούν το συνηθισμένο περιβάλλον τους και για χρονικό διάστημα που δεν ξεπερνά τον έναν χρόνο, με σκοπό την αναψυχή, την ικανοποίηση των επαγγελματικών τους αναγκών κ.ά.»*. (Ακριβός, Σαλεσιώτης, 2007)

Οι άνθρωποι σήμερα ταξιδεύουν πιο συχνά, όμως ενώ ο αριθμός των ταξιδιών αυξάνεται, η διάρκειά τους μικραίνει. Μεγαλώνει η ανάγκη για περισσότερη φροντίδα προς τον πελάτη με έμφαση στις επιθυμίες και τις ιδιαιτερότητές του. Προς την ίδια κατεύθυνση κινείται και η οργάνωση των επιχειρήσεων, η οποία είναι πλέον προσανατολισμένη στον πελάτη και στην καινοτομία ή αλλιώς στο μάρκετινγκ του τουριστικού προϊόντος. Οι αιτίες που οδήγησαν στην σημερινή επέκταση του τουριστικού φαινομένου συνοψίζονται σε ορισμένα κύρια σημεία, όπως είναι:

- Η αύξηση του κοινωνικού κράτους και η συνακόλουθη αύξηση του διαθέσιμου εισοδήματος των πολιτών.

- Η μείωση των ωρών εργασίας.
- Οι πληρωμένες διακοπές.
- Οι ετήσιες υποχρεωτικές άδειες για διακοπές.
- Η αύξηση της πληροφόρησης και η γνώση και άλλων πολιτισμών που έχει ως αποτέλεσμα την βελτίωση της εκπαίδευσης και των μέσων επικοινωνίας.
- Η ανάπτυξη του διεθνούς εμπορίου και των συναλλαγών.
- Η σημαντικότερη αναβάθμιση των μέσων μεταφοράς (από 25 εκατ. ταξιδιωτών το 1950, στα 673 εκατ. το 2000). (Ακριβός, Σαλεσιώτης, 2007)

Η σύγχρονη τουριστική βιομηχανία εμπεριέχει μια σειρά από χαρακτηριστικά που τη διακρίνουν από τους υπόλοιπους κλάδους της οικονομίας. Ειδικότερα :

- Ο τουρισμός μπορεί να έχει σημαντικές θετικές επιπτώσεις (οικονομικές, κοινωνικές, πολιτισμικές) αλλά δεν πρέπει να παραβλέπεται το γεγονός ότι μπορεί να έχει και σημαντικότερες αρνητικές επιπτώσεις στην οικονομία, την κοινωνία και το περιβάλλον. Συμπερασματικά ο τουρισμός ξεφεύγει από τον παραδοσιακό του ρόλο και μεταλλάσσεται με βάση τις ευρύτερες κοινωνικές και πολιτισμικές αλλαγές. Συγκεκριμένα:
- Ο τουρισμός μετατρέπεται από οικονομία των υπηρεσιών σε οικονομία των εμπειριών.
- Ο τουρίστας χαρακτηρίζεται από αυξημένη κοινωνική και περιβαλλοντική ευαισθησία.
- Το σύστημα των κοινωνικών αξιών μεταβάλλεται συνεχώς.
- Η παγκοσμιοποίηση επιδρά στην ανάπτυξη του τουρισμού.
- Η σύνδεση της τεχνολογίας με το Μάρκετινγκ γίνεται πλέον απαραίτητη. (Ακριβός, Σαλεσιώτης, 2007, Ηγουμενάκης, Κραβαρίτης, 2004)
- Πολλές νέες ειδικές μορφές τουρισμού προτείνονται, είτε ως λύσεις προκειμένου να αντιμετωπιστούν τα προβλήματα που προκλήθηκαν από τη γρήγορη και απρογραμμάτιστη ανάπτυξη του μαζικού ηλιοτροπικού τουρισμού τις τελευταίες δεκαετίες, είτε ως εργαλείο για την ανάπτυξη περιοχών, που δε διαθέτουν τους πόρους για την ανάπτυξη της συγκεκριμένης μορφής τουρισμού (Κοκκώσης, Τσάρτας 2001). Για παράδειγμα, «ο τουρισμός πέρα απ' τις ακτές», αποτελεί αναμφισβήτητη τη νέα τάση στην παγκόσμια τουριστική αγορά, που επιβεβαιώνει την διαρκή μεταβολή στην οποία βρίσκεται τόσο ή προσφορά, όσο και η ζήτηση.¹

¹ Ακριβός, Σαλεσιώτης, 2007, Ηγουμενάκης, Κραβαρίτης, 2004

Όμως, για να αποτελέσει λύση η ανάπτυξη των ειδικών μορφών τουρισμού, οφείλει να στοχεύει στη μεγιστοποίηση των ωφελειών για τον προορισμό από την ανάπτυξή τους και ταυτόχρονα στην ελαχιστοποίηση των αρνητικών συνεπειών που θα παρουσιαστούν από την ανάπτυξη της δραστηριότητας αυτής, παρουσιάζοντας καλύτερες επιδόσεις από εκείνες του τουρισμού των 3S. Οι επιπτώσεις μιας δραστηριότητας καταγράφονται στην οικονομική ανάπτυξη, την κοινωνική δομή και την περιβαλλοντική κατάσταση της περιοχής υποδοχής. Όμως, η επιβεβαίωση των καλύτερων επιδόσεων των ειδικού ενδιαφέροντος μορφών τουρισμού, αλλά και αυτή η βελτίωση των επιπτώσεων του συμβατικού τουρισμού αναψυχής, που σύμφωνα με την πρόσφατη βιβλιογραφία δεν είναι βιώσιμος (*Bramwell 2004, Κοκκώσης 2001*), απαιτούν ένα σαφές πλαίσιο μέτρησης επιπτώσεων (*Ross, Wall 1999*).²

Η εισαγωγή σε παγκόσμιο επίπεδο της έννοιας της βιώσιμης ανάπτυξης, ως πλαισίου για την αξιολόγηση της ανθρώπινης ευημερίας οδηγεί σε δύο κρίσιμες αλλαγές στο υφιστάμενο σύστημα:

- Η αξιολόγηση των επιδόσεων του τουρισμού δεν βασίζεται μόνο στην καταγραφή της οικονομικής απόδοσης του συστήματος (οικονομική αποτελεσματικότητα), αλλά στην συμβολή της στην κοινωνική ισότητα (διάχυση των αποτελεσμάτων της ανάπτυξης στα διαφορετικά κοινωνικά στρώματα – ενδογενή ισότητα) και στην περιβαλλοντική διατήρηση
- Η αξιολόγηση αυτή δεν γίνεται μόνο σε βραχυχρόνιο ορίζοντα, αλλά σε μακροχρόνια προοπτική, αφού πρέπει να εξασφαλιστούν οι συνθήκες ανάπτυξης και των επόμενων γενεών, μέσα από την αύξηση του υπάρχοντος ανθρωπογενούς, ανθρώπινου, φυσικού και κοινωνικού κεφαλαίου.³

Όταν ένα τουριστικό προϊόν έχει χαμηλές οικονομικές, κοινωνικές και περιβαλλοντικές επιδόσεις, έχουμε να κάνουμε με μη βιώσιμο τουρισμό. Ως

² Η ανάπτυξη αυτών των μορφών βασίζεται στην ύπαρξη διαφοροποιημένης ζήτησης από την πλευρά των τουριστών και στοχεύει στην ικανοποίηση των ιδιαίτερων ενδιαφερόντων τους, που επικεντρώνονται γύρω από μία δραστηριότητα, την οποία επιθυμούν να ασκήσουν κατά κύριο λόγο κατά τη διάρκεια του ταξιδιού τους και η οποία διαφέρει από την απλή έκθεση στον ήλιο την ημέρα και τη διασκέδαση στα μπαρ το βράδυ, όπως συμβαίνει με τον τουρισμό παραλίας

³ Η δημιουργία μακροχρόνιων οικονομικών προοπτικών σε μία περιοχή με την ανάπτυξη δραστηριοτήτων με υψηλή προστιθέμενη αξία και αυξανόμενη ζήτηση, η παραγωγή νέας γνώσης μέσα από την έρευνα και την τεχνολογική ανάπτυξη, η εκπαίδευση του ανθρώπινου δυναμικού, η «συνετή» χρήση των ανανεώσιμων και μη φυσικών πόρων αποτελούν καθοριστικά στοιχεία μιας βιώσιμης αναπτυξιακής στρατηγικής

«βιώσιμος τουρισμός» ορίζεται ο τουρισμός εκείνος που με τις υψηλές οικονομικές, κοινωνικές και περιβαλλοντικές επιδόσεις, συμβάλει στην υψηλότερη δυνατή ευημερία και βιωσιμότητα της περιοχής υποδοχής μακροχρόνια (άριστο επίπεδο δε νοείται).

Με βάση τη βιβλιογραφία, ο μαζικός τουρισμός παραλίας είναι μη βιώσιμος διότι τα οικονομικά οφέλη για την περιοχή υποδοχής είναι χαμηλά, ενώ οι αρνητικές κοινωνικές και περιβαλλοντικές επιπτώσεις είναι υψηλές (*Briassoulis 1995*). Οποιαδήποτε θέση στο σύστημα των αξόνων είναι προτιμητέα, καθώς βελτιώνει την υπάρχουσα κατάσταση, ενώ κινείται προς την θεωρούμενη ως «βέλτιστη» κατάσταση.

1.2 ΤΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Τα τουριστικά προϊόντα που βασίζονται σε ειδικού ενδιαφέροντος μορφές τουρισμού (π.χ. πολιτιστικός, ιαματικός, εκπαιδευτικός, περιπέτειας, φυσιολατρικός, οικο-τουρισμός, ναυταθλητικός, συνεδριακός, θαλάσσιος κλπ.), είναι περισσότερο βιώσιμα, διότι έχουν καλύτερες επιδόσεις εφόσον έχουν διαφορετικά χαρακτηριστικά από το μαζικό τουρισμό παραλίας. Κάποια από τα προϊόντα αυτά φαίνεται να έχουν καλύτερες, κυρίως οικονομικές, επιδόσεις (π.χ. συνεδριακός τουρισμός, τουρισμός κινήτρων, θαλάσσιος), ενώ άλλα να έχουν καλύτερες περιβαλλοντικές επιδόσεις (π.χ. φυσιολατρικός, περιπατητικός, αγροτουρισμός).

Κύρια χαρακτηριστικά της έννοιας αυτής είναι:

- Η μικρής κλίμακας, ελεγχόμενη και ρυθμιζόμενη ανάπτυξη,
- Η ποικιλία δραστηριοτήτων σε βάση ατομική/ ανεξάρτητη ή μικρής κλίμακας
- Η έμφαση στην απόκτηση εμπειριών για τις τοπικές κουλτούρες και στη διατήρηση παραδοσιακών αξιών» (*Fennell 2001: 32, Κομίλης 2001: 31, Inskoop 1991: 166*)⁴

Η βελτίωση των επιδόσεων της οικονομίας, της κοινωνίας και του περιβάλλοντος μιας περιοχής εξαρτάται από πλήθος παραγόντων που επηρεάζουν και τους τρεις αυτούς τομείς, σε μεγαλύτερο ή μικρότερο βαθμό. Οι παράγοντες αυτοί σχετίζονται με τη ζήτηση του κάθε προϊόντος από τους τουρίστες, την προσφορά του από τις επιχειρήσεις και τους φορείς των

⁴ Η επιβεβαίωση των θέσεων αυτών απαιτεί ένα σύστημα μέτρησης των επιπτώσεων της κάθε μορφής τουρισμού και των επιμέρους προϊόντων και αξιολόγησης της κατάστασης.

επιμέρους προορισμών και από τον τρόπο της οργάνωσης και προώθησής του στην παγκόσμια τουριστική αγορά.

Η αξιολόγηση των τουριστικών προϊόντων γίνεται βάσει των παραγόντων που επηρεάζουν τις αποδόσεις τους, που με τη σειρά τους επηρεάζουν το επίπεδο ευημερίας της περιοχής υποδοχής. Επομένως, είναι απαραίτητη η ανάλυση σε δύο επίπεδα:

- i. να εκτιμηθεί η απόδοση των επιμέρους τουριστικών προϊόντων ανά μονάδα πωλούμενου προϊόντος (διανυκτέρευση) και στις τρεις διαστάσεις της βιώσιμης ανάπτυξης (οικονομία, κοινωνία, περιβάλλον),
- ii. να εκτιμηθούν οι επιπτώσεις στην περιοχή υποδοχής στη βάση των συνολικών πωλήσεων (σύνολο των διανυκτερεύσεων), όλων των επιμέρους τουριστικών προϊόντων που προσφέρει ένας προορισμός.

Η απόδοση του τουριστικού προϊόντος θα πρέπει να μετρηθεί και ως προς τις τρεις διαστάσεις της βιώσιμης ανάπτυξης: **την οικονομική**, όπου η κατά κεφαλή ημερήσια τουριστική δαπάνη αποτελεί τον κρίσιμο δείκτη, **την κοινωνική**, όπου πρέπει να εκτιμηθούν η δημιουργούμενη απασχόληση (ποσοτικά, αριθμός απασχολούμενων, διάρκεια) και τα ποιοτικά της χαρακτηριστικά (επίπεδο εκπαίδευσης, φύλο), **την περιβαλλοντική**, όπου η ανά διανυκτέρευση κατανάλωση πόρων και παραγωγή αποβλήτων, αλλά και η πάγια μεταβολή (αλλοίωση) του περιβάλλοντος που προκαλούν οι τουριστικές υποδομές και ανωδομές αποτελούν τις προς εξέταση παραμέτρους.

Οι παράγοντες που επηρεάζουν την απόδοση του κάθε προϊόντος, ομαδοποιούνται σε παράγοντες ζήτησης, προσφοράς και οργάνωσης της αγοράς του. Η ζήτηση αφορά στους τουρίστες που επισκέπτονται μία περιοχή και το κίνητρό τους για το συγκεκριμένο ταξίδι, η προσφορά αφορά στα χαρακτηριστικά των υποδομών, ανωδομών και υπηρεσιών, που διαμορφώνουν τα τουριστικά προϊόντα και γενικά του προορισμού, και τέλος η οργάνωση αφορά στον τρόπο με τον οποίο τα προϊόντα προωθούνται και διακινούνται στην αγορά.

Το τουριστικό προϊόν διαφέρει από τα υπόλοιπα προϊόντα της αγοράς στο ότι δεν έχει συγκεκριμένη σύνθεση: ένα προϊόν μίας μορφής τουρισμού μπορεί να είναι απλό, δηλαδή να αποτελείται μόνο από τις βασικές υπηρεσίες που χαρακτηρίζουν τη συγκεκριμένη μορφή ή να είναι ιδιαίτερα σύνθετο, όταν περιέχει πολλές δραστηριότητες. Ο τουρίστας επιλέγει από τις υπηρεσίες και δραστηριότητες που προσφέρονται και συνθέτει το δικό του προϊόν.⁵

⁵ Όπως για παράδειγμα σε ένα εστιατόριο ο πελάτης-καταναλωτής μπορεί να επιλέξει το μενού

1.3 Η ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ

Οι παραγωγοί του τουριστικού προϊόντος νιώθουν ανασφάλεια για την επιτυχία της διανομής του προϊόντος τους, εάν το προωθήσουν οι ίδιοι. Γι' αυτό είναι σχεδόν αναγκασμένοι να το «πουλήσουν» στους μεγάλους πράκτορες, ώστε να εξασφαλίσουν την επιτυχή προώθησή του, ακόμα και αν κερδίζουν λιγότερο, λαμβάνοντας όμως μικρότερο επιχειρηματικό ρίσκο.⁶

Εκτός, όμως, από το είδος των συμβολαίων, σημαντικό ρόλο στη διαμόρφωση των τιμών και στα οικονομικά οφέλη του επιχειρηματία και τελικά του προορισμού παίζει και το είδος των παροχών. Πράγματι, η εμφάνιση των συμβολαίων all-inclusive δημιουργεί νέα κατάσταση στην αγορά, κυρίως σε ό,τι αφορά στις εκτός ξενοδοχείων επιχειρήσεις, που βλέπουν τη ζήτηση των υπηρεσιών τους να μειώνεται. Οι tour-operators, εκμεταλλευόμενοι την ανασφάλεια των μικρομεσαίων μονάδων, πιέζουν για μείωση των τιμών και για αύξηση των προσφερόμενων υπηρεσιών, κλείνοντας τα πακέτα τους με συμβόλαιο guarantee.

Η εμπλοκή των tour-operators στην αγορά ευνοεί τους καταναλωτές, οι οποίοι μπορούν να βρουν φθηνά προϊόντα, εξασφαλισμένης ποιότητας και σχετική ασφάλεια, αφού ο πράκτοράς τους βρίσκεται μαζί τους στον προορισμό. Υπάρχουν, όμως, οφέλη και για τον προορισμό και τις τοπικές επιχειρήσεις. Οι tour-operators συμβάλουν στη βελτίωση της προσπελασιμότητας στην περιοχή με τις πτήσεις charter. Επιπλέον, στις περισσότερες περιπτώσεις μπορούν να συμβάλουν και στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου (*Bastakis et al. 2004*).

Από την άλλη μεριά, τα οφέλη ανά διανυκτέρευση για τον προορισμό είναι πολύ μεγαλύτερα, όταν οι τουρίστες πληροφορούνται είτε μόνοι τους (π.χ. Internet, φυλλάδια), είτε από τους τοπικούς πράκτορες ατομικά, και μπορούν να οργανώσουν το ταξίδι τους από μόνοι τους, όπως το επιθυμούν, προαγοράζοντας μία σειρά βασικών και συμπληρωματικών υπηρεσιών

(προκαθορισμένος συνδυασμός σε σχετικά χαμηλή τιμή), να καταναλώσει μόνο ένα βασικό πιάτο, ή να επιλέξει πολλά ειδικά εδέσματα (κρέας, ψάρι, τοπική ή ξένη κουζίνα κ.λπ.). Οι συνδυασμοί που μπορεί να κάνει, όταν η προσφορά είναι μεγάλη είναι άπειροι. Σε όλες τις περιπτώσεις, θα έχει ικανοποιήσει το ίδιο βασικό κίνητρο, αλλά με ιδιαίτερο τρόπο με βάση τις διαφοροποιημένες προτιμήσεις.

⁶ Αυτό σημαίνει πρακτικά ότι στο ίδιο κατάλυμα θα πληρώσει διαφορετική τιμή ο μεμονωμένος τουρίστας (τιμή πόρτας), διαφορετική ο συχνός και επαναλαμβανόμενος τουρίστας (business), ή το μικρό group, διαφορετική ο πράκτορας που έχει κλείσει με συμβόλαιο allotment ένα αριθμό κλινών και τέλος διαφορετική τιμή ο πράκτορας που έχει κλείσει το κατάλυμα με συμβόλαιο guarantee.

κατευθείαν από τους παραγωγούς. Στην περίπτωση αυτή, η έλλειψη ενδιάμεσων φορέων στην αλυσίδα διακίνησης του προϊόντος, επιτρέπει στον παραγωγό να απολαμβάνει υψηλότερη τιμή ανά διανυκτέρευση. Για να είναι αυτό εφικτό, είναι αναγκαία η ύπαρξη ενός τοπικού φορέα για την οργάνωση και προώθηση του προορισμού ενιαία.

Ανάμεσα στους τουρίστες που αγοράζουν μαζικό προϊόν, όπως διατίθεται από τα super-markets της τουριστικής αγοράς (Tour-operators), και σε εκείνους που κινούνται σε ατομική βάση, υπάρχουν και εκείνοι που διακινούνται με λιγότερο μαζικό τρόπο, μέσα από μικρά group, οργανωμένα από πρακτορεία, με μικρή ή χωρίς επαναληψιμότητα μέσα στο χρόνο. Στην κατηγορία αυτή, ανήκουν και οι περισσότερες μορφές τουρισμού ειδικού ενδιαφέροντος.

Ένα άλλο στοιχείο της προσφοράς που επηρεάζει την απόδοση του προϊόντος είναι οι τουριστικές επιχειρήσεις της περιοχής. Αυτό που παίζει ρόλο είναι το μέγεθός τους και η κατηγορία τους και αφορά κυρίως στα καταλύματα, ενώ διαδραματίζουν ρόλο και οι άλλες τουριστικές επιχειρήσεις (ταξιδιωτικά γραφεία, γραφεία ενοικίασης μεταφορικών μέσων, τουριστικά λεωφορεία, εστιατόρια κ.λπ.). Τα καταλύματα μπορούν να κατηγοριοποιηθούν σε δύο μεγάλες διακριτές ομάδες: στις μικρές οικογενειακές μονάδες και στις μεγάλης κλίμακας επιχειρήσεις. Οι λοιπές τουριστικές επιχειρήσεις ανήκουν συνηθέστερα στην πρώτη κατηγορία, όταν δεν αποτελούν τμήμα μιας αλυσίδας.

1.4 ΠΩΣ ΕΠΙΛΕΓΕΙ ΚΑΠΟΙΟΣ ΕΝΑΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟ

Ο τρόπος με τον οποίο επιλέγουν οι τουρίστες τον προορισμό του ταξιδιού τους βασίζεται στην προσδοκία της ικανοποίησης του κινήτρου τους, αλλά και στη σχέση ποιότητας – τιμής ή ακόμα και μόνο βάσει της χαμηλής τιμής του προϊόντος. Από την άλλη μεριά, οι τουρίστες των 3S (Sea, Sun, Sand) έχουν τη δυνατότητα να επιλέξουν τον προορισμό των διακοπών τους ανάμεσα σε πολλούς προορισμούς σε ολόκληρο τον κόσμο και καθ' όλη τη διάρκεια του έτους, των οποίων τα προϊόντα αποτελούν στενά υποκατάστατα. Οπότε, στην περίπτωση αυτή, η τιμή διαδραματίζει τον καθοριστικό ρόλο στην τελική επιλογή.

Εκτός από το κίνητρο της μετακίνησης, παράγοντες που σχετίζονται με τη ζήτηση και επηρεάζουν την απόδοση των τουριστικών προϊόντων είναι η χρονική περίοδος του έτους κατά την οποία πραγματοποιείται το ταξίδι, αλλά και η διάρκεια παραμονής του τουρίστα στον προορισμό. Επίσης, σημαντικό ρόλο στην τελική απόδοση του προϊόντος διαδραματίζει η συμπεριφορά του κάθε τουρίστα στον προορισμό. Η συμπεριφορά σχετίζεται με τον τρόπο που δρα ο τουρίστας, δηλαδή, το κατάλυμα που επιλέγει για να μείνει, τον τρόπο και

το μέσο που επιλέγει για να μετακινηθεί μέσα στον προορισμό και τις λοιπές δαπάνες που κάνει στον προορισμό, όπως αυτές της διατροφής (όταν δεν περιλαμβάνονται στο πακέτο διακοπών), των αγορών και της διασκέδασης.

Για όλες τις παραγωγικές δραστηριότητες υπάρχει μια αγορά που φέρνει σε επαφή τους παραγωγούς και τους καταναλωτές. Η οργάνωση αυτή γίνεται συνήθως από τους ενδιάμεσους φορείς διακίνησης (χονδρικό - λιανικό εμπόριο), ο ρόλος των οποίων είναι να «μετατρέψει» τα προϊόντα και τις υπηρεσίες σε μία μορφή που ταιριάζει καλύτερα στις ανάγκες των καταναλωτών, ενώ υπάρχει και η δυνατότητα άμεσης διάθεσης του προϊόντος. Ο τρόπος οργάνωσης της διανομής του τουριστικού προϊόντος αναφέρεται στο βαθμό της εμπλοκής των θεσμικών εταίρων στην οργάνωση, στην προώθηση, και στη διανομή του τουριστικού προϊόντος (*Τσάρτας 1996*). Όσο μεγαλύτερος είναι ο βαθμός της εμπλοκής⁷ αυτής και μάλιστα μεγάλων και ξένων τουριστικών πρακτόρων (χονδρικό εμπόριο), τόσο περισσότερο η παραγωγή γίνεται μαζική, το προϊόν ομογενοποιείται, απλοποιείται και γίνεται φθηνότερο.

Η τουριστική ζήτηση αναφέρεται στον τρόπο με τον οποίο ο τουρίστας – καταναλωτής επιλέγει κάποιο προϊόν, προκειμένου να ικανοποιήσει τις ανάγκες, τις προτιμήσεις και τα ενδιαφέροντά του, αλλά και στη συμπεριφορά του στον *για να ξεκουραστεί, άλλος για να γνωρίσει νέους τόπους και ανθρώπους, άλλος γιατί είναι αναγκασμένος από τις επαγγελματικές του υποχρεώσεις κ.λπ.* (*Τσάρτας 1996*) Γι' αυτές τις ανάγκες υπάρχουν και οι αντίστοιχες μορφές για να τις ικανοποιήσουν, ενώ η συνεχής διαφοροποίηση των αναγκών δημιουργούν και νέες μορφές τουρισμού.⁸

Έτσι, αν κατατάξουμε σε μια κλίμακα τα διάφορα τουριστικά προϊόντα, ανάλογα με το κίνητρο της μετακίνησης του τουρίστα, θα έχουμε από τη μία μεριά τα ταξίδια χαλάρωσης και από την άλλη τα ταξίδια με κάποιο ειδικό ενδιαφέρον, ενώ ενδιάμεσα θα υπάρχουν ταξίδια με δραστηριότητες, που όμως δεν έχουν τον ίδιο βαθμό ομοιογένειας. Τίποτα δεν εμποδίζει έναν τουρίστα ειδικού ενδιαφέροντος να αφιερώσει τμήμα των διακοπών του για χαλάρωση και ξεκούραση στην παραλία, αλλά και τον παθητικό τουρίστα αναψυχής να

⁷ Συνήθως, η εμπλοκή θεσμικών εταίρων στην οργάνωση είναι μεγαλύτερη στα ταξίδια του εξωτερικού σε κάθε χώρα. Αυτό δικαιολογείται εν μέρει και από τη φυσική απόσταση ενός προορισμού από τις χώρες προέλευσης των τουριστών και από την πολιτισμική απόσταση (π.χ. γλώσσα, συνήθειες κ.λπ.), παράγοντες που ενισχύουν τον ρόλο των ενδιάμεσων.

⁸ Έτσι, συναντάμε τουρισμό αναψυχής, παραλίας, αθλητικό, υγείας, συνεδριακό, επαγγελματικό, πολιτιστικό, εκπαιδευτικό, παρατήρησης της φύσης, κ.λπ. Το κίνητρο της μετακίνησης οδηγεί τον τουρίστα καταναλωτή αρχικά στην επιλογή της μορφής τουρισμού και στη συνέχεια, με βάση τα (τουριστικά) προϊόντα που προσφέρονται από τους προορισμούς, αγοράζει τελικά ένα.

συμμετέχει σε μία εκδρομή σε μία περιπατητική διαδρομή στο δάσος.⁹ Βέβαια, η κατάταξη των τουριστών με βάση το κίνητρο μπορεί να χαρακτηριστεί ιδιαίτερα υποκειμενική και δύσκολη, καθώς πρακτικά υπάρχουν τόσα διαφορετικά κίνητρα, όσοι και οι τουρίστες που μετακινούνται.

1.5 ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ

Η εξέταση των επιπτώσεων της τουριστικής δραστηριότητας γίνεται με βάση τις τρεις διαστάσεις της βιώσιμης ανάπτυξης (οικονομική αποτελεσματικότητα, κοινωνική ισότητα και περιβαλλοντική διατήρηση), ιδιαίτερα όταν λαμβάνεται υπόψη και η μακροχρόνια διάστασή τους, παραπέμποντας στην έννοια του βιώσιμου τουρισμού. Όλες, όμως, οι μορφές τουρισμού δεν έχουν τις ίδιες, θετικές ή αρνητικές, επιπτώσεις.

Τις βέλτιστες επιπτώσεις έχουν, θεωρητικά, οι μορφές εκείνες που είναι καλύτερα προσαρμοσμένες στις ιδιαίτερες συνθήκες της περιοχής όπου αναπτύσσονται, αξιοποιώντας με μακροχρόνια προοπτική τους τοπικούς φυσικούς, ανθρώπινους και ανθρωπογενείς πόρους. Εξάλλου, και το γεγονός ότι οι μορφές αυτές βασίζονται στους τοπικούς πόρους περισσότερο από τις συμβατικές μορφές τουρισμού, μας οδηγεί στο να εξετάζουμε τα τουριστικά προϊόντα, όπως προσφέρονται στις συγκεκριμένες περιοχές.

Κατά συνέπεια, το ζητούμενο είναι να βρεθεί το κατάλληλο πλαίσιο αξιολόγησης των διαφορετικών τουριστικών προϊόντων σε ό,τι αφορά στη συμβολή τους στη βιώσιμη ανάπτυξη μιας περιοχής υποδοχής, έτσι ώστε να χρησιμοποιηθεί ως εργαλείο σχεδιασμού της τουριστικής ανάπτυξης και στη συνέχεια να επιβεβαιωθεί η υπόθεση ότι οι ειδικές μορφές τουρισμού έχουν καλύτερες επιδόσεις από τον μαζικό τουρισμό παραλίας.

Η βελτίωση των επιδόσεων του μαζικού τουρισμού μπορεί να επιτευχθεί μέσα από την εφαρμογή συστημάτων περιβαλλοντικής διαχείρισης στα ξενοδοχεία, που να οδηγούν στη μείωση της κατανάλωσης νερού και ενέργειας, στη μείωση των υλικών συσκευασίας και στην ανακύκλωση των υπόλοιπων στερεών αποβλήτων, με την εκπαίδευση του τοπικού δυναμικού και την αξιοποίησή του στις τουριστικές επιχειρήσεις, με την επιμήκυνση της

⁹ Όμως, είναι τελείως διαφορετικό ένας τουρίστας να αγοράσει μια εκδρομή με κατάδυση στην Κέρκυρα και άλλο να αγοράσει μια εβδομάδα καταδυτικού τουρισμού στην Ερυθρά Θάλασσα. Στην περίπτωση αυτή, βέβαια, θα πρέπει να διευκρινιστεί ότι ο κάθε τουρίστας χαρακτηρίζεται από το βασικό κίνητρο βάσει του οποίου μετακινήθηκε και την κύρια δραστηριότητα γύρω από την οποία οργάνωθηκε (και τις περισσότερες φορές προαγοράστηκε) το ταξίδι (συνέδριο, καταδύσεις, παρατήρηση πουλιών, πεζοπορία, ιστιοπλοΐα κ.λπ.) και όχι βάσει των δραστηριοτήτων που άσκησε τυχαία κατά τη διάρκεια του ταξιδιού του.

τουριστικής περιόδου, με τον εμπλουτισμό του προϊόντος με νέες δραστηριότητες, με τη χρήση των προϊόντων των τοπικών επιχειρήσεων και με την επανεπένδυση των κερδών.

Η βελτίωση αυτή, όμως, έχει συγκεκριμένα όρια που έχουν να κάνουν με τα εγγενή χαρακτηριστικά του συγκεκριμένου προϊόντος. Ο μαζικός τουρισμός, μεταξύ άλλων:

- i. Κατευθύνεται από τους μεγάλους Tour-Operators, οι οποίοι λόγω της δεσπόζουσας θέσης τους στην αγορά, επιτυγχάνουν χαμηλές τιμές σε βάρος των τοπικών παραγωγών, που βρίσκονται σε υψηλό ανταγωνισμό μεταξύ τους.
- ii. Οδηγεί σε υψηλές συγκεντρώσεις πληθυσμού σε συγκεκριμένο χώρο και χρόνο με αποτέλεσμα τις υψηλές περιβαλλοντικές και κοινωνικές πιέσεις.
- iii. Έχει υψηλό βαθμό τυποποίησης, γεγονός που οδηγεί σε παραγκωνισμό προϊόντων και ιδιαίτερων χαρακτηριστικών των περιοχών υποδοχής, ομογενοποιώντας τα παραγόμενα προϊόντα.
- iv. Δημιουργεί προσωρινές και εποχικές θέσεις απασχόλησης, κυρίως για μη ειδικευμένο προσωπικό, διανέμοντας χαμηλά εισοδήματα.

1.6 ΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΚΥΚΛΩΜΑ

Το τουριστικό κύκλωμα αποτελεί τη βάση στην οποία στηρίζεται η διανομή και κατανάλωση, με την ευρεία έννοια, του τουριστικού προϊόντος ή αλλιώς του τουριστικού πακέτου. Για την αρμονική εκτέλεση των λειτουργιών του τουριστικού κυκλώματος απαιτείται η ύπαρξη και η ομαλή συνεργασία των παρακάτω επιχειρήσεων:

- Του **προμηθευτή (supplier)**. Είναι η επιχείρηση που παρέχει τις εκάστοτε επιμέρους υπηρεσίες που συνθέτουν το τουριστικό προϊόν.
- Του **οργανωτή ταξιδιών (tour operator)**, που παράγει και φροντίζει την ομαλή υλοποίηση του πακέτου.
- Του **τοπικού πράκτορα ή λιανοπωλητή (retail agent)**. Είναι το τουριστικό γραφείο της χώρας προέλευσης που πουλά τα πακέτα στον τελικό καταναλωτή.
- Του **άμεσου ή γενικού αντιπροσώπου (representative/incoming tour operator)**. Είναι το τουριστικό γραφείο που βρίσκεται στη χώρα

προορισμού του πακέτου και φροντίζει για την παραλαβή των τουριστών από το σημείο άφιξής τους και την μεταφορά τους στο ξενοδοχείο, την παροχή των συμπεριλαμβανόμενων στο πακέτο υπηρεσιών, καθώς και για την εξυπηρέτηση των τουριστών στις «πύλες» εισόδου και εξόδου της χώρας του.

- Του **τοπικού πράκτορα (local agent)** ή **έμμεσου αντιπροσώπου**, που συμβάλει στις προηγούμενες υπηρεσίες σε συνδυασμό με τον άμεσο αντιπρόσωπο. (Ακριβός, Σαλεσιώτης, 2007)

Κεφάλαιο 2^ο

ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

2. 1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Οι δραστηριότητες του αθλητικού τουρισμού είναι στενά συνδεδεμένες με τις δραστηριότητες του ελεύθερου χρόνου και της αναψυχής. Η ανάπτυξη μιας αμφίδρομης σχέσης μεταξύ αθλητισμού και τουρισμού, αποτελεί μια μελλοντική ευρωπαϊκή, ίσως και παγκόσμια πρόκληση. Τα τελευταία χρόνια στη χώρα μας, οι ασχολούμενοι με το τουριστικό γίγνεσθαι, όποια θέση και αν κατέχουν, προφέρουν όλο και πιο συχνά τις λέξεις εναλλακτικές μορφές τουρισμού, ήπιες μορφές τουρισμού, θεματικές μορφές τουρισμού, νέες μορφές τουρισμού.

Με τους παραπάνω προσδιοριστικούς όρους, επιχειρείται η διαφοροποίηση και ο εμπλουτισμός τουριστικών δραστηριοτήτων από εκείνες που συνάδουν με τον μαζικό τουρισμό, αλλά και τον χαρακτηρίζουν. Ο αθλητικός τουρισμός αποτελεί εναλλακτική μορφή τουρισμού. Οι αθλητικές εκδηλώσεις αποτελούν το κίνητρο που έλκει διάφορες ομάδες ατόμων για να μετακινηθούν, είτε από το εσωτερικό της χώρας όπου τελούνται, είτε από το εξωτερικό και παράλληλα να επωφεληθούν διαφόρων δραστηριοτήτων αναψυχής. Τέτοιου είδους αθλητικές εκδηλώσεις μπορεί να είναι οι Ολυμπιακοί Αγώνες ή ένα παγκόσμιο πρωτάθλημα ποδοσφαίρου ή μπάσκετ, κ.ά., όπου ο παθητικός θεατής δοθείσης της ευκαιρίας μετατρέπεται σε ενεργό τουρίστα. Αυτή είναι η μία όψη του αθλητικού τουρισμού.

Η άλλη αφορά στην εκδήλωση και ικανοποίηση των ψυχοσωματικών αναγκών, διαφόρων ομάδων ατόμων, μέσω του αθλήματος. Σε αυτή την περίπτωση παρατηρούμε την ενασχόληση του τουρίστα με κάποιο σπορ (σκι, rafting, κλπ) σε συνδυασμό με άλλες δραστηριότητες. Σύμφωνα με την British Tourist Authority και το English Tourist Board, υποστηρίζουν ότι έως και 20% των τουριστικών ταξιδιών έχουν ως πρωταρχικό σκοπό την συμμετοχή σε αθλητικές δραστηριότητες, ενώ μέχρι και το 50% των διακοπών περιλαμβάνουν

περιστασιακή συμμετοχή σε αθλήματα. Κατά τον Π. Λύτρα (2008) τόσο η αθλητική όσο και η τουριστική βιομηχανία στην Ελλάδα έρχονται σε άμεση συνάφεια με τον τομέα του αθλητικού τουρισμού. Οι σχετιζόμενοι τομείς περιλαμβάνουν τουριστικούς και αθλητικούς φορείς, αθλητικά σωματεία, εταιρίες διοργάνωσης και προώθησης εκδηλώσεων, γραφεία ταξιδιών, tour operators, ξενοδοχεία και την πλήρη κλίμακα των επιχειρήσεων που προμηθεύουν αγαθά και υπηρεσίες, τόσο σε τουριστικούς, όσο και σε αθλητικούς οργανισμούς.

2.2. ΠΑΡΑΜΕΤΡΟΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΤΟΥ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Τουρισμός και αθλητισμός στη διάρκεια των τελευταίων πενήντα χρόνων ακολουθούν μια παράλληλη πορεία ανάπτυξης, αποτελώντας ταυτόχρονα και τις δυο μαζικότερους κοινωνικούς θεσμούς της διεθνούς κοινότητας.

Πιο αναλυτικά, μπορούμε να διακρίνουμε τις εξής περιπτώσεις:

- i. Εξετάζοντας την περίπτωση που έχει σχέση με την **ευκαιριακή ενασχόληση ενός τουρίστα με ένα οποιοδήποτε σπορ**, ο οποίος επιλέγει για την παραμονή του ένα ξενοδοχειακό κατάλυμα , πρέπει να λάβουμε υπόψη μας πως απαιτείται ένας ικανός αριθμός αποφάσεων , καθώς και ανάλογη προβολή. Έτσι λοιπόν σε πολλά ξενοδοχεία , στα πλαίσια της προσφοράς, δημιουργούνται εγκαταστάσεις αθλοπαιδιών (μπάσκετ, τένις) οι οποίες δεν απαιτούν μεγάλες επιφάνειες καθώς επίσης και ναυταθλητικές εγκαταστάσεις (ιστιοπλοΐα, θαλάσσιο σκι). Οι κάτοικοι των Ευρωπαϊκών κυρίως κρατών, αφιερώνουν αρκετό χρόνο στην ατομική τους υγεία και κατά κανόνα στην άθληση. Ορισμένες ομάδες ατόμων από αυτά τα κράτη, επιλέγουν τον τόπο των διακοπών τους με μοναδικό κριτήριο ένα από τα αγαπημένα τους σπορ. Αυτές λοιπόν οι ομάδες ατόμων συγκροτούν μια ειδική κατηγορία τουριστών, **τους αθλητικούς τουρίστες**. Τα σπορ στα οποία επιδίδονται αφορούν είτε τις θαλάσσιες περιοχές, είτε τους ορεινούς ή ημιορεινούς όγκους. Σε ότι αφορά στη θάλασσα, οι ενδιαφερόμενοι επιδίδονται στην ιστιοσανίδα, την ιστιοπλοΐα, το θαλάσσιο σκι, τις καταδύσεις, κ.ά.. Για παράδειγμα στην Αττική, η περιοχή του Σχοινιά έλκει μεγάλο αριθμό επισκεπτών οι οποίοι επιδίδονται στην ιστιοσανίδα. Σε ότι αφορά στο βουνό, οι αθλητικοί τουρίστες αρέσκονται σε σπορ όπως η ορειβασία, το παραπέντε, το ανεμόπτερο, το καγιάκ, το σκι, το ποδήλατο βουνού, κ.ά. Σε πολλές περιπτώσεις η ανάπτυξη του αγροτουρισμού με τις

υποδομές του, έρχεται ως αρωγός στην ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού.

- ii. Μια άλλη περίπτωση αθλητικού τουρισμού αποτελεί η ανάπτυξη των αθλητικών προπονητικών κέντρων. Τα **Κέντρα Προπονητικού Αθλητικού Τουρισμού** είναι εγκαταστάσεις ειδικής τουριστικής υποδομής. Συνδυάζουν τη δυνατότητα παραθερισμού ή πραγματοποίησης άλλων μορφών τουρισμού καθώς και τη δυνατότητα άσκησης δραστηριοτήτων ελεύθερου χρόνου με αθλητικές δραστηριότητες των πελατών και των επισκεπτών, που συνδέονται με την εν γένει άθλησή τους, την διατήρηση σε ιδανικές φυσικές συνθήκες, την θεραπευτική αθλητική αγωγή τους, την προπόνησή τους εν όψει των οργανωμένων αθλητικών τους δραστηριοτήτων. Η τουριστική τους σπουδαιότητα έγκειται στο γεγονός ότι εκτός από τους ίδιους τους αθλητές, οι συνοδοί τους μπορούν να ασχοληθούν με διάφορες τουριστικές δραστηριότητες. Τα ΚΕ.Π.Α.Τ (Κέντρα Προπονητικού Αθλητικού Τουρισμού) μπορούν να ιδρύονται μόνο από ξενοδοχειακές επιχειρήσεις στα πλαίσια βελτίωσης της λειτουργίας των ξενοδοχειακών τους μονάδων.

2.3 ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΟ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο Αθλητικός Τουρισμός είναι μια ειδική μορφή ποιοτικού τουρισμού η οποία μας δίνει την ευκαιρία να επενδύσουμε σε μια τεράστια δυναμική αγορά αλλά και ταυτόχρονα να επιτύχουμε μια προστιθέμενη αξία στο τουριστικό μας προϊόν μέσω της ανάπτυξης, της διαφοροποίησης και της αναβάθμισής του.



Στο Παγκόσμιο Συνέδριο για τον Αθλητισμό και τον Τουρισμό, το οποίο πραγματοποιήθηκε στην Βαρκελώνη τον Φεβρουάριο του 2001, αναλύθηκαν οι δραστηριότητες του Αθλητισμού και του Τουρισμού και υπήρξε η ευκαιρία να παρουσιαστεί ο τρόπος με τον οποίο αλληλεπιδρούν. Από το Συνέδριο προέκυψε, μεταξύ άλλων, ότι ο αθλητισμός και ο τουρισμός μπορούν μαζί να βοηθήσουν στην ανάπτυξη νέων τουριστικών προορισμών, στην ανάκαμψη αυτών που αντιμετωπίζουν προβλήματα και στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου. Οι παραγωγοί της τουριστικής βιομηχανίας οι οποίοι ανέκαθεν αναζητούσαν νέους τομείς επέκτασης των δραστηριοτήτων τους διέκριναν νωρίς τα οικονομικά κυρίως οφέλη του αθλητικού τουρισμού και προχώρησαν σε σημαντικές επενδύσεις. Ως συνέπεια, ο αθλητικός τουρισμός χαρακτηρίζεται από γοργό ρυθμό ανάπτυξης, μεγάλες δυνατότητες εξέλιξης και από το ιδιαίτερο ενδιαφέρον που δημιουργεί σε όλους τους εμπλεκόμενους στο τουριστικό κύκλωμα, παραγωγούς και καταναλωτές. Είναι φανερό ότι ο αθλητικός τουρισμός αποτελεί ένα ιδιαίτερα σύνθετο και ευρύ φαινόμενο. Για την ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού υπάρχει η ανάγκη για διευρυμένη υψηλής ποιότητας υποδομή σε διάφορους τομείς υποστήριξης, οι οποίοι είναι το φυσικό περιβάλλον, οι υπηρεσίες, η διασκέδαση, οι μεταφορές, το τεχνητό περιβάλλον, η στέγαση, η πολιτιστική κληρονομιά, οι οργανισμοί και οι κατασκευασμένες διευκολύνσεις.

Ο όρος Αθλητικός Τουρισμός χρησιμοποιείται από το 1985 και διεκδικεί σήμερα πολύ σημαντικό μερίδιο αγοράς τουρισμού διεθνώς γι αυτό μελετάται και ξεχωριστά. Πρωτοπόρες χώρες στο είδος σήμερα είναι η Αυστρία, ο Καναδάς, η Νέα Ζηλανδία, η Αυστραλία, η Γαλλία και η Ισπανία.

2.3.1 ΟΡΙΣΜΟΙ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Για τις ανάγκες μελέτης και τεκμηρίωσης του φαινομένου του αθλητικού τουρισμού η ευρύτερη έννοια του αθλητισμού φαίνεται να είναι περισσότερο εύχρηστη. Η έννοια αυτή θα υιοθετηθεί και στη συνέχεια της ενότητας. Συγκεκριμένα, δεχόμαστε ότι ο όρος **αθλητισμός** είναι *το πεδίο των ανταγωνιστικών ή μη ανταγωνιστικών δραστηριοτήτων με τις οποίες ασχολούνται οι άνθρωποι για αναψυχή, εξάσκηση ή για βελτίωση κάποιων επιδόσεων ή φυσιολογικών τους παραμέτρων*. Στον ορισμό αυτό πρέπει να προστεθεί η διάκριση ανάμεσα στην *ενεργητική* και στην *παθητική* συμμετοχή, στη φυσική δηλαδή συμμετοχή του ατόμου σε αθλητικές δραστηριότητες και στην παρακολούθηση κάποιων αθλητικών δραστηριοτήτων είτε ζωντανά, είτε μέσω των ραδιοτηλεοπτικών μέσων. Στην περίπτωση του αθλητικού τουρισμού τόσο ο παθητικός όσο και ο ενεργητικός αθλητισμός είναι σημαντικές μορφές σε αντιδιαστολή με την περίπτωση της προαγωγής υγείας όπου κύριο ενδιαφέρον παρουσιάζει η ενεργητική συμμετοχή των ατόμων σε φυσικές δραστηριότητες.

Οι Standeven and De Knop (1999) ορίζουν ως *τουρισμό* την προσωρινή μετακίνηση ανθρώπων πέρα από τον τόπο μόνιμης διαμονής τους η οποία συνεπάγεται εμπειρίες διαφορετικές από τις καθημερινές. Ο τουρισμός έχει αρκετές επιμέρους διακρίσεις, όμως για τις ανάγκες του αντικειμένου υπό συζήτηση είναι αρκετή η διάκριση μεταξύ επαγγελματικού τουρισμού και τουρισμού διακοπών.

Οι ίδιοι συγγραφείς ορίζουν την έννοια του **αθλητικού τουρισμού** ως *όλες τις μορφές ενεργητικής και παθητικής ανάμιξης σε αθλητικές δραστηριότητες όπου η συμμετοχή είναι τυχαία ή οργανωμένη και γίνεται για επαγγελματικούς ή μη λόγους με προϋπόθεση τη μετακίνηση μακριά από τον τόπο διαμονής και εργασίας*.

2.4 ΤΑ ΕΙΔΗ ΤΟΥ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Για την καλύτερη μελέτη του φαινομένου έχουν προταθεί κατά καιρούς κάποια μοντέλα που βοηθούν στην κατηγοριοποίηση και συστηματοποίησή του.

Οι Gammon and Robinson (1997) διακρίνουν δυο κυρίως άξονες διαχωρισμού της σχέσης αθλητισμού – τουρισμού και τους εκφράζουν με τις έννοιες

«αθλητικός τουρισμός» και «τουριστικός αθλητισμός». Παράλληλα δίνουν έναν «στενό» και έναν «ευρύ» ορισμό για κάθε κατηγορία.

- i. **Αθλητικός τουρισμός:** Περιλαμβάνει άτομα ή ομάδες που συμμετέχουν ενεργητικά ή παθητικά σε ανταγωνιστικές ή μη, αθλητικές δραστηριότητες κατά τη διάρκεια της μετακίνησής τους έξω από το συνηθισμένο τους περιβάλλον. Το κριτήριο εδώ είναι ότι η αθλητική δραστηριότητα αποτελεί το κύριο κίνητρο της μετακίνησης ενώ το τουριστικό στοιχείο παίζει τον ρόλο της ενίσχυσης της συνολικής εμπειρίας.
 - **«Στενός» ορισμός:** περιλαμβάνει τον αθλητικό τουρίστα που παρακολουθεί ή συμμετέχει σε ένα ανταγωνιστικό αθλητικό γεγονός, π.χ. Ολυμπιακοί αγώνες, μαραθώνιος Λονδίνου.
 - **Ευρύς ορισμός:** περιλαμβάνει άτομα που ταξιδεύουν για να συμμετέχουν σε δραστηριότητες αθλητικής αναψυχής, π.χ. γκολφ, σκι, περπάτημα.
- ii. **Τουριστικός αθλητισμός:** Περιλαμβάνει άτομα που ταξιδεύουν και συμμετέχουν ενεργά ή παθητικά σε κάποια αθλητική δραστηριότητα. Το ταξίδι σε αυτή την περίπτωση είναι το κύριο κίνητρο μετακίνησης. Ο τουριστικός αθλητισμός αγνοείται από τη διεθνή βιβλιογραφία, όμως αποτελεί σημαντικό κομμάτι της σχέσης τουρισμού – αθλητισμού.
 - **«Στενός» ορισμός:** περιλαμβάνει ανθρώπους που ταξιδεύουν και ο αθλητισμός λειτουργεί ως δευτερεύον κίνητρο της μετακίνησης. Παραδείγματα αυτής της κατηγορίας αποτελούν οι πελάτες των clubs, π.χ. Robinson, Aldiana, Center Parks.
 - **Ευρύς ορισμός:** περιλαμβάνει άτομα τα οποία συμμετέχουν σε αθλητικές δραστηριότητες σε εντελώς τυχαία ή περιστασιακή βάση κατά τη διάρκεια των διακοπών τους. Στην κατηγορία αυτή εμπίπτουν και οι πελάτες των ξενοδοχείων κλασσικού τύπου οι οποίοι συμμετέχουν στις δραστηριότητες της animation.

Οι Standeven and De Knop (1999) αποδέχονται τον διαχωρισμό των Gammon and Robinson (1997) στο θεωρητικό τους μοντέλο κάνοντας όμως τη διάκριση του αθλητικού τουρισμού σε επαγγελματικό και διακοπών και παράλληλα σε ενεργητικό και παθητικό. Οι συγγραφείς αυτοί προτείνουν τις παρακάτω κατηγορίες μελέτης:

- i. **Επαγγελματικός αθλητικός τουρισμός**

- **Ενεργητική συμμετοχή,** π.χ. αθλητές που συμμετέχουν στους Ολυμπιακούς αγώνες.

- **Παθητική συμμετοχή**, π.χ. δημοσιογράφοι που καλύπτουν τους Ολυμπιακούς αγώνες.
- ii. **Αθλητικός τουρισμός διακοπών**. Η κατηγορία αυτή ταυτίζεται με το προηγούμενο θεωρητικό μοντέλο που αναπτύχθηκε από τους Gammon and Robinson (1997). Περιληπτικά, οι Standeven and De Knop (1999) διαχωρίζουν τις παρακάτω κατηγορίες.

Παθητική μορφή

- i. **Τυχαίος παρατηρητής**. Τυχαίοι παρατηρητές ορίζονται ως οι θεατές που παρακολουθούν το γεγονός χωρίς να το έχουν προσχεδιάσει, π.χ. ένας τουρίστας που επισκέφθηκε την Αθήνα και εκεί αποφάσισε να παρακολουθήσει έναν αγώνα του Παγκοσμίου Πρωταθλήματος Βόλεϊ.
- ii. **Συνειδητοποιημένος παρατηρητής**, ορίζεται ως ο παρατηρητής που σχεδιάζει το ταξίδι του με βάση το αθλητικό γεγονός και που συμμετέχει παθητικά αλλά συμμετέχει σε βάθος.

Ενεργητική μορφή

- i. **Αθλητικές δραστηριότητες διακοπών** (οργανωμένες – ατομικές)
- ii. **Διακοπές αθλητικής δραστηριότητας** (διακοπές μονής ή πολλαπλής αθλητικής δραστηριότητας)

Παράλληλα, το μοντέλο του Kurtzman (1999) βοηθά σημαντικά στην κατανόηση των εκφάνσεων του αθλητικού τουρισμού με χειροπιαστά παραδείγματα. Ο μελετητής υιοθετεί μια διαφορετική οπτική γωνία για τον αθλητικό τουρισμό, εξετάζοντάς τον όχι από την σκοπιά του αθλητικού επισκέπτη όπως στα δυο προηγούμενα μοντέλα αλλά από την σκοπιά του αθλητικού γεγονότος, εκδήλωσης ή και τρόπου υλοποίησης του αθλητικού τουρισμού. Η οπτική αυτή γωνία αν και μπορεί να κατηγορηθεί ως πάσχουσα από «μυωπικό μάρκετινγκ» εντούτοις προσφέρει ένα εξαιρετικά χρήσιμο περιγραφικό οδηγό. Ο Kurtzman (1999) διακρίνει πέντε κατηγορίες οι οποίες δίνονται παρακάτω με παραδείγματα:

- i. **Γεγονότα – εκδηλώσεις (events) αθλητικού τουρισμού**: Ολυμπιακοί αγώνες, τοπικά, περιφερειακά, εθνικά και διεθνή τουρνουά, αθλητικές συναντήσεις, παγκόσμια πρωταθλήματα, φιλικά παιχνίδια, αθλητικά φεστιβάλ.
- ii. **Αθλητικές – τουριστικές ατραξιόν**: αθλητικά μουσεία, αθλητικά shows και επιδείξεις, σεμινάρια και συνέδρια.
- iii. **Tours αθλητικού τουρισμού**: περπάτημα, σπηλαιολογία, σαφάρι, ποδηλασία, αθλήματα περιπέτειας.

- iv. **Θέρετρα αθλητικού τουρισμού:** θέρετρα γκολφ, καταδύσεων, ψαρέματος, φυσικής κατάστασης και ευεξίας, λουτροπόλεις.
- v. **Κρουαζιέρες αθλητικού τουρισμού:** κρουαζιέρες αθλητικών διασημοτήτων, φυσικής κατάστασης και ευεξίας, κρουαζιέρες επισκέψεων σε προορισμούς με αθλητικές εγκαταστάσεις.

2.4.1 ΜΟΡΦΕΣ ΚΑΙ ΜΟΝΤΕΛΑ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Σύμφωνα με έρευνα της κ. Ελένης Γλύνια (2000) καθηγήτριας στο ΤΕΦΑΑ του Αριστοτέλειου Πανεπιστήμιου Θεσσαλονίκης οι πέντε μορφές που προκύπτουν από τον ορισμό και συναντώνται στην Ελλάδα είναι:

- i. **Προπονητικός τουρισμός-επαγγελματικές ομάδες.** Εδώ συγκαταλέγονται οι επαγγελματίες, ομάδες ή αθλητές και όλοι οι παράγοντες – συνοδοί κλπ. που έρχονται για εγκλιματισμό ή προπόνηση σε έναν προορισμό και δημιουργούν τουριστική κίνηση. Αυτό συμβαίνει συνήθως έναν χρόνο πριν από ένα σημαντικό αθλητικό γεγονός στον προορισμό όπου έχει προγραμματιστεί ή σε άλλο προορισμό με παρόμοιες κλιματολογικές κυρίως συνθήκες. Η ανάπτυξη αυτής της μορφής προϋποθέτει:
 - Έρευνα και εκτίμηση αναγκών.
 - Εξασφάλιση προδιαγραφών και μακροπρόθεσμο σχεδιασμό μάρκετινγκ.
 - Επενδύσεις σε ειδικές υποδομές – κύριες και βοηθητικές.
 - Εκπαίδευση λειτουργών και διαρκή τεχνική υποστήριξη.
 - Επαναπροσδιορισμό αναγκών και θέσεων.
- ii. **Παρακολούθηση – θέαση γεγονότων.** Φίλαθλοι επισκέπτες που με κεντρικό άξονα την παρακολούθηση του αθλητικού γεγονότος, δημιουργούν τουριστική δραστηριότητα.
- iii. **Συμμετοχή σε μεγάλα γεγονότα.** Στην κατηγορία αυτή ανήκουν μικρότερης έκτασης αθλητικά γεγονότα, όπως οι μααραθώνιοι πόλεων, τα τοπικά αθλητικά τουρνουά, τα διάφορα ράλι, οι πολυήμερες εκδηλώσεις υπαίθριων δραστηριοτήτων, οι δρόμοι προσανατολισμού στα δάση, όπου η συμμετοχή είναι συνήθως ανοιχτή και μαζική, κ.ά.
- iv. **Υπαίθριες δραστηριότητες.** Αφορά σε εκδρομείς του σαββατοκύριακου, κυρίως ανθρώπους της πόλης, που εξορμούν για πολλαπλά σπορ και πολιτιστικές δραστηριότητες. Συνήθως πηγαίνουν σε προστατευόμενες φυσικές περιοχές για σκι και ορειβασία σε χειμερινά θέρετρα το χειμώνα ή για μπάνιο, surfing κλπ. σε παραθαλάσσια θέρετρα το καλοκαίρι.
- v. **Άθληση – ψυχαγωγία ξενοδοχείων.** Ο αθλητισμός αναψυχής ή αθλητική αναψυχή αφορά στις ειδικές δραστηριότητες που διοργανώνουν οι

μεγάλες κυρίως ξενοδοχειακές μονάδες. Στην Ελλάδα συνδυάζεται σε μεγάλο ποσοστό με πολιτιστικές, επιμορφωτικές αλλά και περιβαλλοντικές δραστηριότητες. Δραστηριότητες στις οποίες συμμετέχουν ενεργητικά άτομα διαφόρων ηλικιών, των οποίων όμως η ενασχόληση δεν εμπίπτει στις κατηγορίες του επαγγελματικού και ερασιτεχνικού αθλητισμού.

ΜΟΝΤΕΛΑ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Το πρώτο μοντέλο είναι του Hall (1992), ανάλογα με τα κίνητρα που έχει ο συμμετέχων, θέτοντας σαφείς διαχωριστικές γραμμές ανάμεσα σε άλλες εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Δηλαδή όταν η δραστηριότητα είναι ήπια και η συμμετοχή μη ανταγωνιστική, τότε ο αθλητικός τουρισμός τείνει προς τον τουρισμό υγείας. Όταν η δραστηριότητα είναι έντονη και ο ανταγωνισμός υψηλός, ο αθλητικός τουρισμός λαμβάνει την πιο χαρακτηριστική μορφή του, με τη συμμετοχή σε αθλητικές διοργανώσεις κορυφής.

Ένα άλλο μοντέλο (Standeven & De Knop, 1999), που παρουσιάζει όλους τους τύπους του αθλητικού τουρίστα και τις πιθανές δραστηριότητές του, μπορεί να χρησιμοποιηθεί στο μάρκετινγκ για τις ομάδες – στόχους.

Το τρίτο μοντέλο του Kurtzman (1999) περιορίζεται στο ότι μπορεί να προβλέψει την επισκεψιμότητα του προορισμού ενός αθλητικού γεγονότος και βάσει της πρόβλεψης να σχεδιαστούν οι διάφορες υπηρεσίες, η διαθεσιμότητα κλινών κλπ.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο

ΑΘΛΗΤΙΚΕΣ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ – ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΠΕΡΙΠΕΤΕΙΑΣ

3.1 ΣΗΜΑΝΤΙΚΕΣ ΑΘΛΗΤΙΚΕΣ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ

Τα τελευταία χρόνια, στο πλαίσιο του ανταγωνισμού των πόλεων εντάχθηκε το φαινόμενο της διεξαγωγής «μέγα-διοργανώσεων». Ως μεγάλα γεγονότα χαρακτηρίζονται οι εκδηλώσεις εκείνες που διοργανώνονται και λαμβάνουν χώρα για μια μικρής διάρκειας χρονική περίοδο και μόνο μια φορά μέσα σε ένα έτος. Πρόκειται δηλαδή για εκδηλώσεις κυρίως διεθνούς εμβέλειας με συγκεκριμένο θεματικό χαρακτήρα δηλαδή αθλητικού, πολιτιστικού ή και εμπορικού περιεχομένου. Τέτοιες διοργανώσεις προσελκύουν μεγάλο αριθμό ατόμων και αποτελούν το μέσο για μια γενικότερη αναμόρφωση, εκσυγχρονισμό και οικονομική άνοδο των πόλεων. Τα τουριστικά αυτά ταξίδια

ξεχωρίζουν γιατί χαρακτηρίζονται από σταθερότητα και επανάληψη. Οι μεγάλες διοργανώσεις και ιδιαίτερα οι αθλητικές έχουν μακροχρόνιες επιπτώσεις. Είναι προφανές ότι αποτελούν ορόσημο για όλο τον κόσμο, κυρίως όμως για την διοργανώτρια χώρα.

3.2 ΟΛΥΜΠΙΑΚΟΙ ΑΓΩΝΕΣ

Οι **Ολυμπιακοί Αγώνες** είναι αθλητική διοργάνωση πολλών αγωνισμάτων που γίνεται κάθε τέσσερα χρόνια. Η καταγωγή των αγώνων είναι η Αρχαία Ελλάδα, και έχουν αναβιωθεί από τον Γάλλο βαρόνο Πιέρ ντε Κουμπερτέν στα τέλη του 19ου αιώνα. Οι Αγώνες της Ολυμπιάδας, γνωστοί και ως Θερινοί Ολυμπιακοί, τελούνται κάθε τέσσερα χρόνια από το 1896 και μετά, με εξαίρεση τις χρονιές κατά τη διάρκεια των Παγκοσμίων πολέμων. Το 1924 άρχισαν ειδικοί Ολυμπιακοί Αγώνες, οι Χειμερινοί Ολυμπιακοί, για χειμερινά αθλήματα. Από το 1994 οι χειμερινοί αγώνες δεν γίνονται πια την ίδια χρονιά με τους Θερινούς Ολυμπιακούς.

Οι Ολυμπιακοί Αγώνες αποτελούσαν στην Αρχαία Ελλάδα μέρος των εορτασμών προς τιμή του Δία, βασιλιά όλων των Θεών του Ολύμπου. Η πρώτη γραπτή μαρτυρία για τους Αγώνες προέρχεται από το 900 π.χ. αλλά πιστεύεται πως υπήρχαν οι Αγώνες και πιο παλιά, αφού η μαρτυρία λέει πως οι αγώνες διοργανώνονταν κάθε 4 χρόνια.

Κατά την διάρκεια των αγώνων, 7 μέρες πριν και 7 μέρες μετά, τηρούταν ανακωχή σε όλους τους πολέμους που γίνονταν στην Ελλάδα, πράγμα που δείχνει πως βάση διεξαγωγής των αγώνων ήταν η ειρήνη. Με την προσπάθεια της αναβίωσης των Ολυμπιακών Αγώνων ήθελαν να επαναφέρουν το Ολυμπιακό Πνεύμα, τις αξίες που αντιπροσώπευε όπως ήταν το ήθος, η περηφάνια, η αγάπη για τη γη, ο σεβασμός, η δύναμη, η αγάπη για την ειρήνη και η συμφιλίωση των κρατών. Κάθε τέσσερα χρόνια αυτό το πνεύμα αναβιώνει κατά τους Ολυμπιακούς Αγώνες ανεξάρτητα σε ποια χώρα διοργανώνονται, γι' αυτό άλλωστε οι σύγχρονοι Ολυμπιακοί Αγώνες είναι εξίσου σημαντικοί στην ανθρωπότητα όσο ήταν και οι αρχαίοι.

Σήμερα, όμως, εντυπωσιάζουν όχι μόνο με την απόδοση των αθλητών αλλά και με την αίγλη με την οποία διοργανώνονται και εξελίσσονται. Τον θεατή εντυπωσιάζουν, εκτός άλλων, οι εγκαταστάσεις, τα νέα αθλήματα και άλλα πολλά δευτερεύοντα, τα οποία μπορεί να μην έχουν μεγάλη σημασία ή άμεση σχέση με τον αθλητισμό, αλλά φανερώνουν πως οι συγκεκριμένοι αγώνες είναι ξεχωριστοί, πως είναι γιορτή της ανθρωπότητας και όχι μία συνηθισμένη αθλητική διοργάνωση.

3.2.1 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΘΕΛΓΗΤΡΑ ΚΑΙ ΟΛΥΜΠΙΑΚΟΙ ΑΓΩΝΕΣ

Τα μεγάλα γεγονότα, με μεγαλύτερο όλων αυτό των Ολυμπιακών Αγώνων, ασκούν επίδραση στην διοργανώτρια περιοχή από την πρώτη στιγμή της διαδικασίας διεκδίκησής τους, σε πολλά και διαφορετικά επίπεδα. Έχουν κοινωνικό αντίκτυπο στους κατοίκους της διοργανώτριας πόλης, προκαλούν την αύξηση των δαπανών των τουριστών και κατά συνέπεια επιπλέον εισόδημα για την περιοχή, αφήνουν κληρονομιά στις επόμενες γενιές τις υποδομές που δημιουργούνται, ενώ επιδρούν μακροπρόθεσμα στον τουρισμό και την οικονομική δραστηριότητα της περιοχής μέσω της προβολής και της διαφήμισης του τόπου από τα ΜΜΕ. Αυτό μπορεί να συμβεί σε διάφορα στάδια στην διαδικασία οργάνωσης και διεξαγωγής του γεγονότος, πριν ή μετά την διεξαγωγή του.

Ο χρονικός ορίζοντας των Ολυμπιακών Αγώνων χωρίζεται σε τρεις χρονικές περιόδους. Στην Περίοδο της Προετοιμασίας, στην Περίοδο της Διεξαγωγής και στην μετά-Ολυμπιακή Περίοδο. Την περίοδο της προετοιμασίας και την περίοδο Διεξαγωγής τους στόχος είναι η έγκαιρη ολοκλήρωση των ολυμπιακών υποδομών και η επιτυχής οργάνωση, σχεδιασμός και τέλεση των αγώνων. Στα πλαίσια αυτά αποστολή των Ολυμπιακών Αγώνων αποτελούν:

- Η οργάνωση των καλύτερων Ολυμπιακών Αγώνων, με στόχο η εκάστοτε ολυμπιακή πόλη να αποτελεί σημείο αναφοράς για το μέλλον.
- Η αναπροσαρμογή του Ολυμπιακού Ιδεώδους στα σύγχρονα πλαίσια της 3^{ης} χιλιετίας – ως προς τους Αγώνες του μέλλοντος σε σχέση με τους παραδοσιακούς Αγώνες.
- Η ανάπτυξη και εγκαθίδρυση της Πολιτιστικής Ολυμπιάδας .
- Η ίδρυση και προώθηση του οργανισμού της Ολυμπιακής Εκεχειρίας.
- Η συνεισφορά στη βελτίωση του περιβάλλοντος και της ποιότητας της ζωής.
- Η συνεισφορά στην ταχεία και σταθερή ανάπτυξης της χώρας.
- Η διατήρηση μιας επιτυχούς ισορροπίας ανάμεσα στα Ολυμπιακά Ιδεώδη και την εμπορική πλευρά των Αγώνων.
- Η απόδοση μιας πλούσιας κληρονομιάς στις επόμενες γενεές.

Οι Ολυμπιακοί Αγώνες αποτελούν μια μεγάλη ευκαιρία για την ουσιαστική αναβάθμιση της ευρύτερης περιοχής μιας ολυμπιακής πόλης. Τα μεγάλα έργα υποδομής που δημιουργούνται σε συνδυασμό με την προβολή της πόλης βοηθούν να διατηρήσει, αλλά και να ενισχύσει το ποσοστό των αφίξεων και των διανυκτερεύσεων των τουριστών. Η διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων έχει, επίσης πολλά έμμεσα και άμεσα οικονομικά αποτελέσματα για

την κάθε πόλη και την περιφέρειά της. Οι Ολυμπιακοί Αγώνες, μέσω του δυναμικού τους αντίκτυπου δεν δημιουργούν μόνο στιγμιαία αύξηση της τουριστικής ζήτησης, αλλά επηρεάζουν θετικά την τουριστική ζήτηση και μακροπρόθεσμα.

Οι Ολυμπιακοί Αγώνες προσφέρουν ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα, τα οποία ωφελούν κυρίως την κάθε ολυμπιακή πόλη, αλλά και την χώρα στο σύνολό της. Τα έργα υποδομής που δημιουργούνται καλλιεργούν την ουσιαστική συνεργασία μεταξύ δημόσιου και ιδιωτικού τομέα, θεμελιώνοντας μια μακροχρόνια οργανωμένη στρατηγική για τον τουρισμό. Η στρατηγική αυτή στηρίζεται στην απομάκρυνση από τον μαζικό τουρισμό που μειώνει τα έσοδα του τουριστικού προϊόντος και στην βελτίωση του τουριστικού προϊόντος με στόχο πλέον καταναλωτές υψηλού και μεσαίου εισοδήματος, πολιτική που οδηγεί στην μεγιστοποίηση των εσόδων. Στην άμβλυνση της εποχικότητας μέσω διαφόρων μορφών θεματικού τουρισμού. Στην βελτίωση της υλικοτεχνικής υποδομής, αλλά και του ανθρώπινου δυναμικού, καθώς και στην συνεχή προσπάθεια βελτίωσης, μέσω συνεχούς έρευνας της αγοράς και διαφήμισης. Οι αγώνες είχαν άμεσες ευεργετικές επιπτώσεις και στην απασχόληση, στην εξειδίκευση του εργατικού δυναμικού σε ευαίσθητους τομείς, όπως η πληροφορική, τα ΜΜΕ, η οργάνωση και διοίκηση επιχειρήσεων, στις επενδύσεις και στο εθνικό εισόδημα (τουρισμό, βιομηχανία) αλλά και στον κατασκευαστικό τομέα.

3.2.2 Η ΜΕΤΑ-ΟΛΥΜΠΙΑΚΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ

Ο αντίκτυπος αυτός, ωστόσο, δεν είναι ικανός από μόνος του να διασφαλίσει τη συνέχιση των καλών αυτών αποτελεσμάτων. Στην μετά-Ολυμπιακή περίοδο στόχο αποτελεί η εδραίωση της πόλης ως ελκυστικός αστικός προορισμός στην συνείδηση των τουριστών στο διεθνές τουριστικό γίγνεσθαι. Στα πλαίσια αυτά θα πρέπει να προσδιορισθεί ο ρόλος της εκάστοτε πόλης σε περιφερειακό, εθνικό και διεθνές επίπεδο, προκειμένου η πόλη να ανταποκριθεί στον έντονο ανταγωνισμό του τουρισμού πόλεων. Σε αυτό θα συμβάλλει η σαφής καταγραφή και τεκμηρίωση της πραγματικής κατάστασης στην ολυμπιακή πόλη και την ευρύτερη περιοχή της μετά τους Ολυμπιακούς Αγώνες, καθώς και η διαμόρφωση μιας εξειδικευμένης, ευέλικτης και καινοτόμου μεθοδολογίας μάρκετινγκ για την πόλη, με βάση την διεθνή εμπειρία.

Για παράδειγμα η **τουριστική κίνηση της Αθήνας** έδειξε ότι μετά από μια μακρά περίοδο ύφεσης και με σημείο καμπής το «ολυμπιακό» έτος του 2004, ακολούθησε από το 2005 και μετά μια τριετία ραγδαίας τουριστικής ανόδου. Είναι χαρακτηριστικό ότι στο Δήμο Αθηναίων μειώθηκαν οι διανυκτερεύσεις από τα 5,1 εκ. το 1998 σε λιγότερες από 4 εκ. το 2003, ωστόσο το 2007

επανήλθε η Αθήνα στα επίπεδα τουριστικής κίνησης που υπήρχαν προ του 2000. Το 2007 σημειώθηκε επίσης ρεκόρ πληρότητας στα αθηναϊκά ξενοδοχεία, η οποία ανήλθε στο 60,3%. Το μεγαλύτερο κομμάτι της τουριστικής δραστηριότητας της Αττικής συγκεντρώνεται εντός των ορίων του Δήμου Αθηναίων, όπου πραγματοποιείται το 65% των διανυκτερεύσεων όλης της Περιφέρειας Αττικής (πλην Νήσων).

Η πλειονότητα των τουριστών είναι Έλληνες, οι οποίοι πραγματοποιούν το 30% όλων των διανυκτερεύσεων στα ξενοδοχεία της Αθήνας. Εντυπωσιακή άνοδο σημείωσαν οι Αμερικανοί τουρίστες, των οποίων ο αριθμός διπλασιάστηκε τα τρία τελευταία χρόνια. Αποτελούν τη δεύτερη σημαντικότερη αγορά για τον αθηναϊκό τουρισμό εισφέροντας το 15% των διανυκτερεύσεων. Ακολουθούν οι Ιταλοί, οι Γάλλοι, οι Βρετανοί, οι Γερμανοί και οι Κύπριοι με μερίδιο στις διανυκτερεύσεις της τάξης του 4-5%. Οι Έλληνες και ξένοι επισκέπτες της Αθήνας εμφανίζονται να έχουν αντίστροφο εποχικό κύκλο. Η υψηλότερη αναλογία των διανυκτερεύσεων που πραγματοποιούν οι Έλληνες καταγράφεται τους χειμερινούς μήνες – δηλ. μεταξύ Νοεμβρίου και Μαρτίου – δεδομένου ότι η ελληνική πελατεία των αθηναϊκών ξενοδοχείων ταξιδεύει σε μεγάλο βαθμό για επαγγελματικούς λόγους. Αντιθέτως, η κίνηση των ξένων επισκεπτών εντοπίζεται κυρίως την περίοδο Απριλίου-Οκτωβρίου.¹⁰

Οι Ολυμπιακοί Αγώνες του 2004 είχαν μεγάλη επίδραση στον ξενοδοχειακό κλάδο της Αθήνας. Μεταξύ άλλων, επέφεραν τη ριζική αναβάθμιση στο ξενοδοχειακό δυναμικό, αφού πολλά ξενοδοχεία επένδυσαν στην ανακαίνιση των εγκαταστάσεων και τον εμπλουτισμό των προσφερόμενων υπηρεσιών, ενώ υπήρξε μια μεγάλης κλίμακας μετατόπιση ξενοδοχειακών κλινών από τις χαμηλές στις υψηλές κατηγορίες.

Αυτό που διαφοροποίησε την Αθήνα από τις προηγούμενες ολυμπιακές πόλεις ήταν ότι το ξενοδοχειακό δυναμικό της πόλης και της ευρύτερης μητροπολιτικής περιοχής αυξήθηκε μόνο κατά 5%, όταν λ.χ. η συνολική ξενοδοχειακή δυναμικότητα του Σύδνεϋ αυξήθηκε το 2000 κατά 30%, της δε Βαρκελώνης κατά 32% το 1992. Αυτό προστάτευσε τον ξενοδοχειακό κλάδο της

¹⁰ Για το σύνολο της ξενοδοχειακής πελατείας της Αθήνας παρατηρείται μειωμένος αριθμός διανυκτερεύσεων το τετράμηνο Νοεμβρίου-Φεβρουαρίου, ενώ αξιοπρόσεκτη είναι επίσης η κάμψη που παρουσιάζει η κίνηση το μήνα Αύγουστο από πλευράς τόσο ελληνικής όσο και ξένης πελατείας. Από τη σύγκριση με άλλους δημοφιλείς αστικούς προορισμούς της Ευρώπης γίνεται εμφανές ότι η προολυμπιακή περίοδος της Αθήνας αποτέλεσε για τις περισσότερες ευρωπαϊκές πόλεις περίοδο ραγδαίας τουριστικής ανάπτυξης, γεγονός που μεγάλωσε την απόσταση μεταξύ της Αθήνας και των άλλων προορισμών για city breaks. Από το 2005 και μετά καλύφθηκε από την Αθήνα ένα μέρος αυτής της απόστασης, χωρίς ωστόσο να έχει ακόμη αξιοποιήσει πλήρως το δυναμικό για περαιτέρω αύξηση της τουριστικής της κίνησης.

πόλης από την υπερπροσφορά κλινών που παρατηρήθηκε στις άλλες ολυμπιακές πόλεις και επέτρεψε την επίτευξη υψηλών επιδόσεων.

Σύμφωνα με τις μετρήσεις της ICCA, η Αθήνα επέτυχε τα τελευταία χρόνια πολύ καλές επιδόσεις στη διεθνή συνεδριακή αγορά διπλασιάζοντας τον αριθμό των διοργανώσεων που φιλοξενεί κατ' έτος. Η αύξηση του αριθμού των συνεδρίων που σημειώθηκε κατά την προολυμπιακή περίοδο – από περίπου 25 στα 50 ετησίως – οδήγησε σε μια σταθεροποίηση σε αυτά τα υψηλά επίπεδα και μετά τους Αγώνες. Η Αθήνα απέχει ωστόσο σημαντικά από τις κορυφαίες συνεδριακές πόλεις της Ευρώπης (η Βιέννη λ.χ. υποδέχεται τριπλάσιο αριθμό συνεδρίων από αυτόν της Αθήνας), ωστόσο μετά το 2000 έχει να επιδείξει υψηλότερο ρυθμό ανάπτυξης από αρκετούς ανταγωνιστές της.

Μετά από μια περίοδο αυξομειώσεων της επισκεψιμότητας σε όλα τα αξιοθέατα της Αττικής κατά τα έτη 1998-2002 και κατόπιν της μεγάλης πτώσης του 2003, παρατηρείται μια συνεχής αύξηση στα εισιτήρια από το 2004 και μετά. Η αύξηση οφείλεται σε μια ραγδαία άνοδο της επισκεψιμότητας στους αρχαιολογικούς χώρους και ιδίως στην Ακρόπολη. Μεταξύ των τριών άλλων πιο δημοφιλών αξιοθέατων της Αττικής, μόνο το Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο είχε αντίστοιχη ανοδική πορεία μετά την επαναλειτουργία του το 2004. Τα άλλα δύο αξιοθέατα της πρώτης τετράδας – δηλ. ο αρχαιολογικός χώρος του Σουνίου και το Μουσείο Μπενάκη – είδαν να σταθεροποιείται ο αριθμός των επισκεπτών τους γύρω στους 200 χιλιάδες ετησίως μετά τους Ολυμπιακούς Αγώνες.¹¹

Οι τουρίστες που έρχονται στην Αθήνα και την Αττική φεύγουν ικανοποιημένοι από την επίσκεψή τους σε ποσοστό περί το 90%. Η πολιτιστική κληρονομιά της πόλης αποτελεί το βασικό κίνητρο της επίσκεψής τους και το στοιχείο που τους δίνει τη μεγαλύτερη ικανοποίηση. Στον υψηλό βαθμό ικανοποίησης συντελεί επίσης η ιδιοσυγκρασία των Αθηναίων και οι βελτιωμένες υποδομές. Αντιθέτως, ως αδύνατα σημεία εμφανίζονται τα γνωστά περιβαλλοντικά προβλήματα και οι υψηλές τιμές, όχι όμως σε βαθμό που να ανατρέπουν την εικόνα της Αθήνας ως σύγχρονης και ασφαλούς πόλης που αποτελεί «προίκα» των Ολυμπιακών Αγώνων. Από την άλλη εμφανίζεται η Αθήνα ως ένας μάλλον μονοδιάστατος προορισμός, αφού οι επισκέπτες της εστιάζουν την προσοχή τους στα πολιτιστικά μνημεία του παρελθόντος και

¹¹ Συνθέτοντας τα αποτελέσματα των εναλλακτικών μεθόδων υπολογισμού της ημερήσιας και συνολικής μέσης τουριστικής δαπάνης προκύπτει μείωση αυτής κατά την περίοδο 2000-03 που μπορεί να αποδοθεί κατά κύριο λόγο στις αρνητικές διεθνείς συγκυρίες. Κατά το Ολυμπιακό έτος 2004 παρατηρείται αύξηση των μεγεθών η οποία ωστόσο ακολουθείται από πτώση κατά τα έτη 2005 και 2006. Το 2007, πάντως, παρατηρείται εκ νέου άνοδος η οποία και στον βαθμό που θα διατηρηθεί θα αποτελέσει σαφή απόδειξη των ωφελειών που είχε η πόλη από τη διοργάνωση των Αγώνων.

κινούνται κυρίως στο ιστορικό κέντρο της πόλης, αγνοώντας πολλές άλλες ελκυστικές πτυχές της Πρωτεύουσας. Αυτή η εικόνα σαφώς και αδικεί την Αθήνα και αποτελεί το σημείο που χρήζει ριζικής βελτίωσης.

Από τις απαντήσεις 41 tour operators του εξωτερικού διεφάνει ότι οι Ολυμπιακοί Αγώνες έδωσαν μετά την τέλεσή τους μίαν αξιόλογη ώθηση στη ζήτηση ταξιδιών προς την Αθήνα. Σε αυτήν συνέτειναν ιδίως τα έργα συγκοινωνιακής υποδομής (μετρό, τραμ, οδικό δίκτυο, αεροδρόμιο) που ανέφεραν ως παράδειγμα πολλοί από τους ερωτηθέντες tour operators καθώς και η εικόνα της σύγχρονης ευρωπαϊκής πρωτεύουσας που προσέδωσε η επιτυχημένη διεξαγωγή των Αγώνων στην Αθήνα. Μερικές εταιρίες επισήμαναν ότι μετά από μια αρχική άνοδο στη ζήτηση για ταξίδια στην Αθήνα – αμέσως μετά τους Αγώνες του 2004 – επήλθε κάμψη από το 2007 και μετά.

Όπως και να έχει οι Ολυμπιακοί αγώνες, θα μπορούσαν να λειτουργήσουν ως καταλύτης που αφήνει στο πέρασμά του ένα μόνιμο σημάδι στη πόλη, στη χώρα που τους φιλοξενεί και τους ανθρώπους της, μέσω της οικονομικής, κοινωνικής και αστικής ή ιστορικής επιρροής του. Τα αποτελέσματα θετικά ή αρνητικά θα αποτελούσαν πάντα επίκεντρο συζητήσεων.



3.3 ΚΛΑΣΙΚΟΣ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΣΗΜΑΝΤΙΚΕΣ ΑΘΛΗΤΙΚΕΣ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ

3.3.1 ΜΑΡΑΘΩΝΙΟΣ

Ο Μαραθώνας έγινε γνωστός από την κοσμοϊστορική μάχη που έγινε εκεί το Σεπτέμβριο του 490 π.χ. μεταξύ Αθηναίων και Περσών. Η πόλη

πήρε την ονομασία της από τον τοπικό ήρωα Μάραθο. Οι Αθηναίοι μετά τη νίκη τους στο Μαραθώνα γνώρισαν βαθύτερα και πλατύτερα τις δυνατότητές τους και δεν άργησαν να κάνουν την πόλη τους μεγάλη στρατιωτική δύναμη της εποχής. Η μάχη του Μαραθώνα εξάλλου αποτελεί ορόσημο στην ιστορία της ανθρωπότητας, γιατί αποτελεί την πρώτη αποφασιστική σύγκρουση μεταξύ ελληνικού και ασιατικού πολιτισμού.

Ο δήμος Μαραθώνα αποτελείται από τον Μαραθώνα, τη Νέα Μάκρη, το Βαρνάβα και το Γραμματικό. Ο Μαραθώνας παρουσιάζει ένα εξαιρετικό φυσικό τοπίο. Έχει τη μοναδική τεχνητή λίμνη της Αττικής (φράγμα Μαραθώνος), πλούσιο πράσινο, εύφορο κάμπο και 12 χιλιόμετρα αμμώδους παραλίας στον ιστορικό όρμο του Μαραθώνα. Η φύση προίκισε πλούσια τον Μαραθώνα και είναι αξιοσημείωτη η ποικιλία των φυσικών καλλονών, όπως το φαράγγι της Οινόης και το μοναδικό πευκόδασος με κουκουναριές, ένα από τα ελάχιστα της Μεσογείου και ο υδροβιότοπος του Σχοινιά (Εθνικό Πάρκο).

Το όνομα του Μαραθώνα - μοναδικό τοπωνύμιο που φέρει στο όνομά του το Ολυμπιακό αγώνισμα - είναι γνωστό στα πέρατα της οικουμένης. Η γεωγραφική του θέση και το εύφορο έδαφος, έκαναν τον Μαραθώνα ιδανικό τόπο για την ανάπτυξη της ειρηνικής ανθρώπινης δραστηριότητας και τον ανέδειξαν σε σκαλοπάτι της Αττικής, για την υποδοχή του πολιτισμού από τους προϊστορικούς χρόνους.

Ο κλασικός Μαραθώνιος Αθηνών είναι ένας διεθνής ετήσιος αγώνας μαραθωνίου (κατατάσσεται στους 10 καλύτερους του κόσμου) που συνήθως διεξάγεται το Νοέμβριο. Κάθε χρόνο μετέχουν πάνω από 5.000 αθλητές και αθλήτριες. Ο αγώνας γίνεται στην κλασική διαδρομή και καθιερώθηκε προς τιμήν του αγνώστου Αθηναίου οπλίτη, ο οποίος το 490 π.χ. έτρεξε από το Μαραθώνα στην Αθήνα για να ανακοινώσει τη νίκη των Αθηναίων εναντίον των Περσών στη μάχη που διεξήχθη εκεί.

Ο Κλασικός Μαραθώνιος Αθηνών αποτελεί ένα μοναδικό γεγονός που λαμβάνει χώρα πάνω στην αυθεντική, ιστορική, Ολυμπιακή Μαραθώνια Διαδρομή. Η μοναδικότητα αυτής της διοργάνωσης, η δυνατότητα δηλαδή που έχει κάποιος να τρέξει πάνω στη διαδρομή που έτρεξαν ο αρχαίος Αθηναίος μαραθωνομάχος- Ημεροδρόμος, ο Σπύρος Λούης και οι πρώτοι Ολυμπιονίκες μαραθωνοδρόμοι, προσελκύει κάθε χρόνο όλο και περισσότερους δρομείς αλλά και απλούς ανθρώπους απ' όλο τον κόσμο.

Διεξήχθη για πρώτη φορά το 1955 και γινόταν ανά διετία ως το 1967. Το 1967 μετατράπηκε σε ετήσιο και ως ημερομηνία διεξαγωγής καθορίστηκε η 6η Απριλίου, ημέρα έναρξης της Ολυμπιάδας 1896, η οποία καθορίστηκε να εορτάζεται ως "ολυμπιακή ημέρα" από την Επιτροπή Ολυμπιακών Αγώνων της Ελλάδας.

Το 1972 αποφασίστηκε να μεταφερθεί τον Οκτώβριο και παράλληλα να γίνει ανοικτός και σε μη συστηματικούς αθλητές. Όμως, η απήχηση του ολυμπιακού μαραθωνίου της 6ης Απριλίου συνετέλεσε ώστε να μην διακοπεί, με αποτέλεσμα από το 1973 ως το 1980 να διεξάγονται δύο διεθνείς μαραθώνιοι: ένας τον Απρίλιο στις εορτές για την ολυμπιακή ημέρα και ένας τον Οκτώβριο.

Από το 1983 γίνεται στη μνήμη του βαλκανιονίκη και ειρηνιστή πολιτικού **Γρηγόρη Λαμπράκη**. Η διοργάνωση έχει μικτό χαρακτήρα, τόσο για πρωταθλητές όσο και για μη ανταγωνιστικούς δρομείς και έχει καθιερωθεί να διεξάγεται τη δεύτερη Κυριακή του Νοεμβρίου. Επίσης, κάποιες χρονιές διεξάγεται παράλληλα και το πανελλήνιο πρωτάθλημα μαραθωνίου καθώς και λαϊκοί αγώνες πέντε και δέκα χιλιομέτρων.

Θεωρείται ως ένας από τους δυσκολότερους αγώνες Μαραθωνίου στον κόσμο, καθώς οι αθλητές καλούνται να διανύσουν 10 χλμ. ανηφόρας. Ο αγώνας ξεκινά από τον Μαραθώνα και καταλήγει στο Παναθηναϊκό Στάδιο της Αθήνας. Οι Έλληνες αθλητές έχουν κερδίσει τους περισσότερους τίτλους στον μαραθώνιο αυτό, ωστόσο σήμερα, αθλητές από την Ανατολική Αφρική και την Ιαπωνία κυριαρχούν στους αγώνες.

Από το 1990, ο αγώνας αυτός είναι ο επίσημος αγώνας σύμφωνα με τον **ΣΕΓΑΣ (Σύνδεσμος Ελληνικών Γυμναστικών Αθλητικών Σωματείων)** για τον πανελλήνιο τίτλο του μαραθωνίου. Το 2010 η διεξαγωγή του κλασικού Μαραθωνίου αποτέλεσε μέρος των εκδηλώσεων για τον εορτασμό των 2.500 χρόνων από την μάχη του Μαραθώνα, με αποτέλεσμα να προβληθεί ιδιαίτερα το γεγονός και να υπάρξει μεγάλη αύξηση των συμμετεχόντων που ξεπέρασαν τους 20.000. Το 2011 μετείχαν 9.000 μααραθονοδρόμοι και 8.500 δρομείς στα άλλα αγωνίσματα (5 και 10 χλμ).

Από το 2006, η προσπάθεια του ΣΕΓΑΣ για την αναβάθμιση του Μαραθωνίου έχει τεθεί κάτω από την Αιγίδα του Προέδρου της Ελληνικής Δημοκρατίας, κ. Κάρου Παπούλια, αναδεικνύοντας έτσι την ιστορική σημασία του γεγονότος, την προσφορά του στην Ειρήνη και την Φιλία των λαών και την ανάγκη αναβάθμισής του έτσι ώστε να είμαστε υπερήφανοι για τον Κλασικό Μαραθώνιο Αθηνών. Επίσης, τα Υπουργεία Πολιτισμού, Τουρισμού, Μεταφορών και Επικοινωνιών και μία σειρά άλλων κρατικών φορέων ενισχύσουν την προσπάθεια του ΣΕΓΑΣ για την αναβάθμιση του Κλασικού Μαραθωνίου και την καθιέρωσή του ως ένα μεγάλο ετήσιο αθλητικό, πολιτιστικό και τουριστικό γεγονός διεθνούς εμβέλειας.

Από το 2007, σε συνεργασία με IAAF (International Association of Athletics Federations – Παγκόσμια Ομοσπονδία Κλασικού Αθλητισμού) και την AIMS (Παγκόσμια Ένωση Μαραθωνίων) , καθιερώθηκε η ετήσια

διοργάνωση στην πόλη του Μαραθώνα ενός διεθνούς Συμποσίου για το Μαραθώνιο, την παραμονή του αγώνα, το οποίο μέσα από την προσέλκυση στη χώρα μας δεκάδων άλλων διοργανωτών Μαραθωνίων δρόμων δίνει ουσιαστικά στον Κλασικό Μαραθώνιο Αθηνών το πρωτοπόρο ρόλο που ιστορικά και θεσμικά του αξίζει.

Ο Μαραθώνιος του 2010 έφερε στην Αθήνα 10.000 δρομείς και σύμφωνα με τις έρευνες άλλες 10.000 συνοδούς τους. Αυτοί οι 20.000 επισκέπτες από το εξωτερικό που ήρθαν στην Αθήνα με αφορμή το Μαραθώνιο, έμειναν στην Ελλάδα κατά μέσο όρο 5 ημέρες και ξόδεψαν ο καθένας 1.000-1.200 ευρώ για ξενοδοχείο, φαγητό, δώρα, μετακινήσεις, ξεναγήσεις, κλπ. Δηλαδή, έφερε στην αγορά της Ελλάδας πάνω από 20 εκ. ευρώ. Είναι το μεγαλύτερο ετήσιο επαναλαμβανόμενο γεγονός στη Ελλάδα με τέτοιο οικονομικό και τουριστικό αντίκτυπο.

Τα οφέλη του Κλασικού Μαραθωνίου της Αθήνας είναι :

- i. Έσοδα από την μετακίνηση, την διαμονή, την διατροφή, την προπόνηση, τις αγορές, την περιήγηση και κάθε κατανάλωση προϊόντων και υπηρεσιών από τους συμμετέχοντες στον Μαραθώνιο και τους συνοδούς τους, με αποτέλεσμα την τόνωση της οικονομικής ανάπτυξης της Αθήνας και της ευρύτερης περιοχής.
- ii. Αναβάθμιση τουριστική στην Αθήνα και στην υπόλοιπη Αττική.
- iii. Προτροπή των Αθηναίων και κατ' επέκταση όλων των Ελλήνων για μεγαλύτερη συμμετοχή στο Μαραθώνιο.
- iv. Διεθνή προβολή της Ελλάδος και της θετικής εικόνας της.
- v. Παροχή απασχόλησης σε ανέργους.
- vi. Αύξηση του τουριστικού Α.Ε.Π. της Ελλάδος.
- vii. Διατήρηση και βελτίωση του περιβάλλοντος.

3.3.2 ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ ΠΡΩΤΑΘΛΗΜΑ ΣΤΙΒΟΥ

Το **Παγκόσμιο Πρωτάθλημα Στίβου** είναι διοργάνωση στίβου που λαμβάνει χώρα κάθε δύο χρόνια. Τελούνται υπό την αιγίδα της IAAF(Παγκόσμια Ομοσπονδία Κλασικού Αθλητισμού), η οποία αποφασίζει, μετά από εξέταση κατατεθειμένων φακέλων υποψηφιοτήτων, ποια πόλη θα διοργανώσει το επόμενο Παγκόσμιο Πρωτάθλημα Στίβου.

Η ιδέα για την δημιουργία ενός παγκόσμιου πρωταθλήματος για τον στίβο, ξεχωριστό από τους Ολυμπιακούς αγώνες υλοποιήθηκε το 1983 στο Ελσίνκι της Φινλανδίας (η IAAF είχε αποφασίσει από το 1913 πως οι Ολυμπιακοί αγώνες θα λειτουργούσαν ως παγκόσμιο πρωτάθλημα για τα αγωνίσματα του στίβου).

Παρόμοιες διοργανώσεις σε σχέση με τον κλασικό αθλητισμό αλλά μικρότερης εμβέλειας είναι :

- Ευρωπαϊκό Πρωτάθλημα Ανοιχτού Στίβου
- Ευρωπαϊκό Πρωτάθλημα Κλειστού Στίβου
- Βαλκανικοί Αγώνες Στίβου
- Πανελλήνιο Πρωτάθλημα Στίβου
- Πανελλήνιο Πρωτάθλημα Ανώμαλου Δρόμου
- Σπάρταθλον (Το Σπάρταθλον (είναι ένας ετήσιος διεθνής αγώνας υπερμαραθωνίου δρόμου 245,3 χιλιομέτρων, που διεξάγεται στην Ελλάδα από το 1983 στη διαδρομή Αθήνα – Σπάρτη.)

3.4 ΜΕΓΑΛΕΣ ΠΟΔΟΣΦΑΙΡΙΚΕΣ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ

ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ ΚΥΠΕΛΛΟ ΠΟΔΟΣΦΑΙΡΟΥ

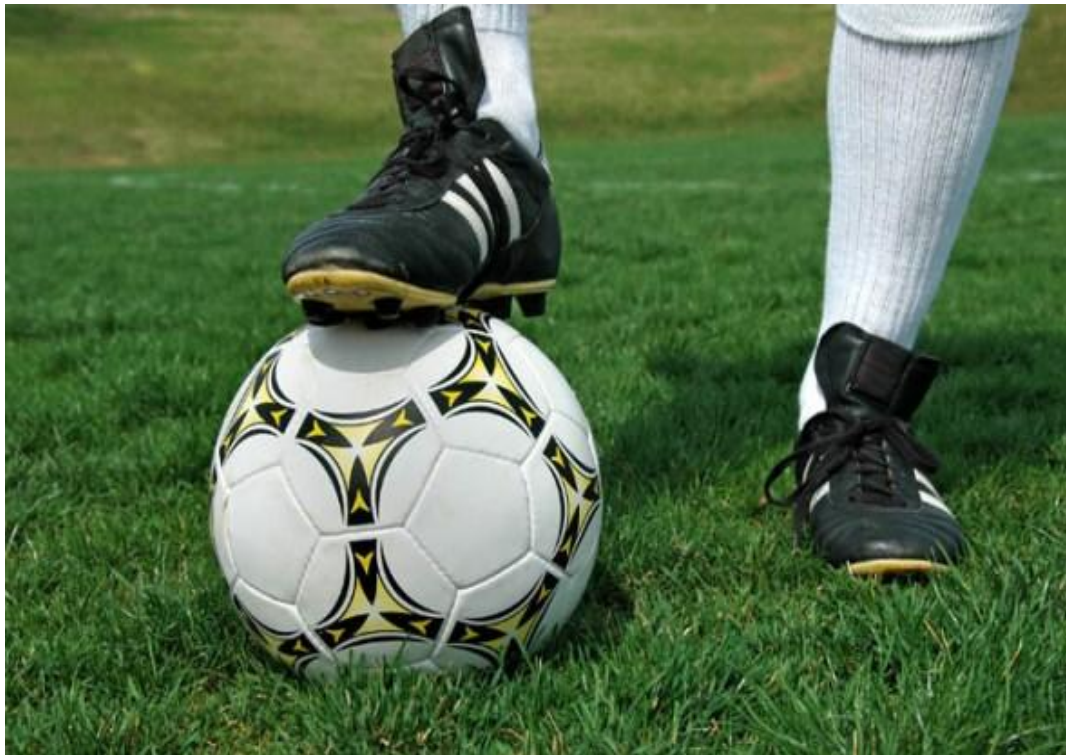
Παγκόσμιο κύπελλο ποδοσφαίρου ή αλλιώς **Μουντιάλ** είναι μια ποδοσφαιρική διοργάνωση, η οποία πραγματοποιείται κάθε τέσσερα χρόνια υπό την αιγίδα της Παγκόσμιας Ομοσπονδίας Ποδοσφαίρου (FIFA). Σε αυτήν παίρνουν μέρος οι εθνικές ομάδες των χωρών μελών της ομοσπονδίας, οι οποίες κατάφεραν να προκριθούν ύστερα από προκριματικούς αγώνες. Θεωρείται η κορυφαία ποδοσφαιρική διοργάνωση, η οποία καταφέρνει να προσελκύσει πλήθος θεατών, τηλεθεατών και χορηγών.

Για το έτος 2010, το παγκόσμιο κύπελλο ποδοσφαίρου διεξήχθη στην χώρα της Νοτίου Αφρικής με την συμμετοχή 32 εθνικών ομάδων και από τις πέντε ηπείρους. Νικήτρια ανακηρύχθηκε η εθνική ομάδα της **Ισπανίας**, κερδίζοντας στον τελικό της διοργάνωσης την εθνική ομάδα της **Ολλανδίας** στην παράταση με 1-0.

Το πρώτο Παγκόσμιο Κύπελλο που καλύφθηκε από την τηλεόραση ήταν του 1954. Σήμερα το μουντιάλ αποτελεί το αθλητικό γεγονός που έχει την μεγαλύτερη τηλεθέαση στον κόσμο, ξεπερνώντας ακόμα και τους Ολυμπιακούς αγώνες. Οι τηλεθεατές που παρακολούθησαν το παγκόσμιο κύπελλο του 2002 έφτασαν τα 28.2 δισεκατομμύρια, ενώ τον τελικό παρακολούθησαν 1,1 δις άνθρωποι. Την κλήρωση των ομίλων εκείνου του μουντιάλ παρακολούθησαν 300 εκατομμύρια τηλεθεατές.

Στο 19^ο Μουντιάλ στην Νότια Αφρική το 2010 κόπηκαν περίπου 370.000 εισιτήρια. Το 60% των εισιτηρίων των αγώνων πουλήθηκε σε Νοτιοαφρικανούς, το 38% σε επισκέπτες από άλλες ηπείρους, ενώ μόλις 2% σε άλλους Αφρικανούς. Σύμφωνα με κάποιους οικονομικούς αναλυτές οι τουρίστες που ταξίδεψαν στη Νότια Αφρική παρέμειναν στη χώρα περισσότερο χρόνο και ξόδεψαν περισσότερα χρήματα, αφού το ακαθάριστο οικονομικό προϊόν του Μουντιάλ έφτασε το 9,3 δις. Ευρώ. Βέβαια δεν μπορεί κανείς να μην παρατηρήσει και κάποια άλλα οφέλη για την χώρα, όπως βελτίωση των υποδομών (στάδια, αεροδρόμια, συγκοινωνίες, οδικό σύστημα) και καταπολέμηση της ανεργίας.

Η παρακολούθηση του ποδοσφαίρου βέβαια είναι ένα είδος αθλητικού τουρισμού που με τα χρόνια παίρνει μεγάλες διαστάσεις και αποκτά ακόμα περισσότερους οπαδούς που επιδιώκουν μεγάλο πάθος για να φτάσουν στον προορισμό τους. Χαρακτηριστικό παράδειγμα ο 60χρονος Σβεν Μποργκ. Ο Σουηδός λάτρης του ποδοσφαίρου έφυγε την 1η Απριλίου του 2009 από τη Λαπωνία για τη Νότια Αφρική με το κάρο του. Χωρίς πυξίδα, χάρτες και με μόνη βοήθεια τους ανθρώπους που συναντούσε ο Μποργκ έκανε περίπου 20 χιλιόμετρα την ημέρα και φυσικά ξεκουραζόταν στη φύση. Το περίεργο της υπόθεσης όμως δεν σταματάει στη Νότια Αφρική αλλά συνεχίζει αφού ο 60χρονος Σουηδός θα γύριζε στη Λαπωνία με το κάρο του και υπολόγιζε ότι θα έφτανε τον Οκτώβριο του 2012.



ΕΥΡΩΠΑΙΚΟ ΠΡΩΤΑΘΛΗΜΑ ΠΟΔΟΣΦΑΙΡΟΥ

Το **Ευρωπαϊκό πρωτάθλημα ποδοσφαίρου** (γνωστό ως **EURO**) είναι η κυριότερη Ευρωπαϊκή διοργάνωση ποδοσφαίρου εθνικών ομάδων και διοργανώνεται από την ΟΥΕΦΑ. Διεξάγεται κάθε τέσσερα χρόνια από το 1960. Από το 1984 και επίσημα από το 1991 διεξάγεται και ευρωπαϊκό πρωτάθλημα γυναικών. Πρωταθλήτριες χώρες είναι η Ισπανία και η Γερμανία με 3 ευρωπαϊκά τρόπαια η κάθε μία. Ακολουθεί η Γαλλία με 2 και η ΕΣΣΔ, η Ιταλία, η Τσεχοσλοβακία, η Ολλανδία, η Δανία και η Ελλάδα με 1 ευρωπαϊκό κύπελλο.

ΚΥΠΕΛΛΟ ΑΜΕΡΙΚΗΣ

Το **Κόπα Αμέρικα (Copa América** , αλλιώς "Κύπελλο Αμερικής") είναι η κυριότερη διοργάνωση των εθνικών ομάδων ανδρών υπό την αιγίδα της CONMEBOL, της λατινοαμερικάνικης, δηλαδή, Ομοσπονδίας Ποδοσφαίρου. Πρόκειται για την αρχαιότερη (από το 1916) ποδοσφαιρική οργάνωση στον κόσμο.

ΚΥΠΕΛΛΟ ΕΘΝΩΝ ΑΦΡΙΚΗΣ

Το **Κύπελλο Εθνών Αφρικής** (ή αλλιώς **Copa Africa**) είναι η σημαντικότερη ποδοσφαιρική διοργάνωση της αφρικανικής ζώνης του παγκοσμίου ποδοσφαίρου. Διεξάγεται κάθε δύο χρόνια.

ΑΣΙΑΤΙΚΟ ΚΥΠΕΛΛΟ ΕΘΝΩΝ ΠΟΔΟΣΦΑΙΡΟΥ

Το **Ασιατικό Κύπελλο (AFC Asian Cup**) αποτελεί την σημαντικότερη ίσως ποδοσφαιρική διοργάνωση της Ασιατικής Ποδοσφαιρικής Ομοσπονδίας (**AFC**). Η νικήτρια ομάδα γίνεται πρωταθλήτρια Ασίας και αυτόματα προκρίνεται στο Κύπελλο Συνομοσπονδιών της FIFA.

ΧΡΥΣΟ ΚΥΠΕΛΛΟ CONCACAF

Το **Χρυσό Κύπελλο CONCACAF (Confederation Of North and Central American and Caribbean Association Football)** είναι η κυριότερη διεθνής ποδοσφαιρική διοργάνωση των χωρών μελών της CONCACAF . Οι χώρες που συμμετέχουν είναι αυτές που βρίσκονται στη Βόρεια Αμερική, στην Κεντρική Αμερική και στην Καραϊβική.

ΚΥΠΕΛΛΟ ΕΘΝΩΝ ΩΚΕΑΝΙΑΣ

Το **Κύπελλο Εθνών της Ωκεανίας (OFC Nations Cup)** αποτελεί ποδοσφαιρική διοργάνωση που διεξάγεται κάθε δυο χρόνια με τη συμμετοχή των κρατών μελών της Ποδοσφαιρικής Συνομοσπονδίας της Ωκεανίας. Με εξαίρεση τις μεγάλες χώρες στην Ωκεανία (Αυστραλία και Νέα Ζηλανδία), ελάχιστη προσοχή έχει δοθεί από τις χώρες του υπόλοιπου κόσμου στην εν

λόγω διοργάνωση. Όμως, ο ανταγωνισμός και η σημαντικότητα έχει αυξηθεί καθώς οι νικητές του Κυπέλλου Εθνών προκρίνονται στο Κύπελλο Συνομοσπονδίας και στα πλείοφ του Παγκοσμίου Κυπέλλου.

3.5 ΜΕΓΑΛΕΣ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ ΜΗΧΑΝΟΚΙΝΗΤΟΥ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ

ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ ΠΡΩΤΑΘΛΗΜΑ ΡΑΛΙ ΟΔΗΓΩΝ (World Rally Championship)

Το Παγκόσμιο πρωτάθλημα Ράλι οδηγών ή αλλιώς Παγκόσμιο πρωτάθλημα Ράλι (**World Rally Championship**), είναι πρωτάθλημα για επαγγελματίες οδηγούς αυτοκινήτων ράλι. Το πρώτο πρωτάθλημα, διεξήχθη το 1973. Το WRC (εν συντομία στην Αγγλική γλώσσα), αποτελείται από 13 αγώνες και ο κάθε αγώνας διαρκεί τρεις ημέρες. Οι αγώνες ράλι μπορεί να έχουν χιόνι, χώμα και άσφαλτο. Στο WRC υπάρχουν τέσσερις διαφορετικές κατηγορίες: Το **World Rally Championship**, όπου είναι η κορυφαία κατηγορία, το **Super 2000 Rally Championship**, όπου είναι η κατηγορία για αυτοκίνητα 2.000 κυβικών, το **Production World Rally Championship**, όπου μπορούν να πάρουν μέρος μόνο αυτοκίνητα της κατηγορίας, Group N, και το τελευταίο το **Junior World Rally Championship**, όπου συμμετέχουν οδηγοί με τα αυτοκίνητά τους, να φτάνουν μέχρι τα 1.600 κυβικά.

ΡΑΛΙ ΑΚΡΟΠΟΛΗΣ

Το Ράλι Ακρόπολις (επίσημη εμπορική ονομασία τα τελευταία χρόνια: *The rally of Gods* [GR: Το ράλι των Θεών]) είναι ένας από τους παλαιότερους και σημαντικότερους αγώνες αυτοκινήτου. Ξεκίνησε να διοργανώνεται από την ΕΛΠΑ(Ελληνική Λέσχη Αυτοκινήτου & Περιηγήσεων) το 1951 και πλέον αποτελεί μέρος του Παγκοσμίου Πρωταθλήματος Ράλι (WRC). Θεωρείται από τα πιο απαιτητικά και ανταγωνιστικά Ράλι του πρωταθλήματος. Το 1951, από μια ιδέα μιας ομάδας οδηγών και με την βοήθεια της Shell διοργανώθηκε ένας αγώνας 1923 χιλιομέτρων. Την επόμενη χρονιά (1952) η ΕΛΠΑ αναλαμβάνει την διοργάνωση του αγώνα και το 1953 ο αγώνας γίνεται διεθνής. Το 1956 ο αγώνας συμπεριλαμβάνεται στους αγώνες του Ευρωπαϊκού πρωταθλήματος. Από το 1993 συμπεριλαμβάνεται στο παγκόσμιο πρωτάθλημα οδηγών και στο παγκόσμιο πρωτάθλημα κατασκευαστών του Παγκοσμίου Πρωταθλήματος Ράλι. Επίσης περιλαμβάνεται στα πανελλήνια πρωταθλήματα και κύπελλα κλάσεων, στο κύπελλο της FIA(Fédération Internationale de l'Automobile-Διεθνής Ομοσπονδία Αυτοκινήσεως) για αυτοκίνητα παραγωγής και στο παγκόσμιο κύπελλο για κατασκευαστές αυτοκινήτων τουρισμού.

Το Ράλι Ακρόπολις για την Ελλάδα αποτελεί μία διοργάνωση υψηλών απαιτήσεων που δίνει μια σημαντική ευκαιρία για την στήριξη και την προώθηση όχι μόνο του αθλητισμού αλλά του πολιτισμού και του τουρισμού. Στο φετινό (2012) ράλι συμμετείχαν 55 πληρώματα από 32 χώρες και αυτό είχε σαν συνέπεια τη μεγάλη τηλεοπτική κάλυψη του αγώνα, μεταφέρθηκαν εικόνες της Ελλάδας σε όλο τον κόσμο. Μια τεράστια διαφήμιση για την Ελλάδα και μια τονωτική ένεση στον χώρο του Τουρισμού, αφού η σωστή οργάνωση και οι κατάλληλες υποδομές επιτρέπουν σε ακόμη περισσότερο κόσμο να έρθει κοντά στους αγαπημένους του οδηγούς, βιώνοντας ακόμη πιο έντονα την εμπειρία του Ράλι Ακρόπολις.



ΡΑΛΙ ΚΑΤΑΛΩΝΙΑΣ

Το **Ράλι Καταλωνίας** είναι αγώνας ράλι αυτοκινήτων του παγκοσμίου πρωταθλήματος. Διοργανώνεται κάθε χρόνο από το 1965 στην Καταλωνία της Ισπανίας. Γίνεται στο Σαλού της Καταλωνίας και είναι ένα από τα Παλαιότερα Ράλι του WRC. Οι Περισσότερες Διαδρομές γίνονται στην άσφαλτο. Τα προηγούμενα Ράλι γίνονταν στην Κόστα Μπράβα.

ΡΑΛΙ ΜΟΝΤΕ ΚΑΡΛΟ

Το **Ράλι Μόντε Κάρλο** είναι αγώνας αυτοκινήτων ράλι του παγκοσμίου πρωταθλήματος ράλι. Διοργανώνεται, κάθε χρόνο από το 1911 στο Μόντε Κάρλο. Οι ειδικές διεξάγονται στα βουνά γύρω από το Μονακό, τα οποία, σε

πολλές περιπτώσεις, είναι καλυμμένα με χιόνι. Θεωρείται ένας από τους σημαντικότερους αγώνες αυτοκινήτου παγκοσμίως.

ΡΑΛΙ ΚΥΠΡΟΥ

Το **Ράλι Κύπρου** υπάρχει από το 1970. Γινόταν τοπικά ράλι μέχρι που το 2000 πήρε την απόφαση να ενταχθεί στο Παγκόσμιο Πρωτάθλημα Ράλι. Το Ράλι της Κύπρου θεωρείται ως το πιο αργό ράλι στον κόσμο. Η αιτία είναι επειδή στις διαδρομές του υπάρχει <<παχύ χώμα>> με αποτέλεσμα να χάνουν την ταχύτητα τα αυτοκίνητα ράλι που συμμετέχουν.

ΦΟΡΜΟΥΛΑ 1

Η **Φόρμουλα 1 (Formula 1 ή και F1)** είναι πρωτάθλημα αγώνων αυτοκινήτου. Το *Formula* αναφέρεται σε ένα σύνολο κανονισμών που πρέπει να τηρούνται από τις ομάδες και τα αυτοκίνητα που λαμβάνουν μέρος σε κάθε αγώνα. Για αυτοκίνητα μικρότερων δυνατοτήτων υπάρχουν τα πρωταθλήματα GP2 (αντικατέστησε τη Φόρμουλα 3000 το 2005) και Φόρμουλα 3, τα οποία θεωρούνται "προθάλαμοι" στην πορεία των νέων οδηγών προς τη Φόρμουλα 1. Την ευθύνη της διοργάνωσης των αγώνων φέρει η F.I.A., η Διεθνής Ομοσπονδία Αυτοκινήσεως.

Το 1950 η Διεθνής Ομοσπονδία Αυτοκινήσεως (Fédération Internationale de l'Automobile), απεφάσισε να διοργανώσει το πρώτο Παγκόσμιο Πρωτάθλημα Οδηγών με κανόνες της Formula 1. Αν και αρχικώς είχαν κέντρο την Ευρώπη, οι αγώνες, που λέγονται Grand Prix (*Grand Prix*, γαλλικά σημαίνει *μεγάλο βραβείο*), γίνονται πλέον σε πολλές χώρες ανά τον κόσμο. Διάσημες διαδρομές (πίστες) είναι αυτή στο Autodromo Nazionale di Monza στην Ιταλία, το Grand Prix του Μονακό, το Ευρωπαϊκό Grand Prix στη Βαλένσια της Ισπανίας και αυτό του Silverstone στην Μεγάλη Βρετανία.

Η Formula 1 είναι το ακριβότερο σπορ στον κόσμο, τόσο όσον αφορά τις επενδύσεις που πρέπει να διενεργήσουν οι ομάδες σε τεχνολογία και οδηγούς, όσο και τα εισιτήρια των θεατών. Τα εισιτήρια για κάθε αγώνα είναι από αρκετά έως πολύ ακριβά (ενδεικτικά το 2008 η χαμηλότερη τιμή εισιτηρίου για όλο το διήμερο του αγώνα είχε καθοριστεί στα 300 δολάρια, με την ακριβότερη στα 3000 δολάρια), και μόνον όσοι έχουν την οικονομική ευχέρεια για συχνά - και μακρινά - ταξίδια μπορούν να παρακολουθήσουν περισσότερους από έναν αγώνες το χρόνο. Ο λόγος των επενδύσεων σε αυτό το τόσο δαπανηρό άθλημα είναι η δοκιμή νέων τεχνολογιών με τελικό στόχο την άμεση χρησιμοποίησή τους σε οχήματα μαζικής παραγωγής. Χαρακτηριστικά αναφέρεται ότι η χρήση της δισκοφρένου έγινε για πρώτη φορά στον αγώνα του Λε Μαν από την Jaguar.

ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ ΠΡΩΤΑΘΛΗΜΑ ΜΟΤΟΣΙΚΛΕΤΑΣ (ΜΟΤΟ GP)

Το Moto GP είναι ο κορυφαίος παγκόσμιος αγώνας μοτοσικλέτας με 18 αγώνες σε 13 χώρες των 4 ηπείρων και με παγκόσμια τηλεοπτική κάλυψη. Ιδρύθηκε ως ένα παγκόσμιο πρωτάθλημα από την FIM (Federation Internationale de Motocyclisme) το 1949 και αυτό το κατατάσσει ως το παλαιότερο πρωτάθλημα μηχανοκίνητου αθλητισμού στον κόσμο. Το Moto GP το παρακολουθούν εκατομμύρια θεατές κάθε χρόνο. Χαρακτηριστικό παράδειγμα το Moto GP του 2011, το οποίο παρακολούθησαν περισσότεροι από 2,2 εκατομμύρια άνθρωποι, είτε από κοντά, είτε μέσω των media.

3.6 ΑΛΛΕΣ ΣΗΜΑΝΤΙΚΕΣ ΑΘΛΗΤΙΚΕΣ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ ΔΙΕΘΝΩΣ

ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ ΠΡΩΤΑΘΛΗΜΑ ΚΑΛΑΘΟΣΦΑΙΡΙΣΗΣ (ΜΠΑΣΚΕΤ)

Το **Παγκόσμιο Πρωτάθλημα Καλαθοσφαίρισης** (επίσημη ονομασία **FIBA World Championship** «Παγκόσμιο Πρωτάθλημα FIBA») είναι η σπουδαιότερη διοργάνωση της FIBA (Διεθνής Ομοσπονδία Μπάσκετ). Στην Ελλάδα είναι περισσότερο γνωστό ως **Μουντομπάσκετ** (Mundobasket). Το Παγκόσμιο Πρωτάθλημα διεξάγεται ανά τετραετία, σε διαφορετική χώρα κάθε φορά. Συμμετέχουν εθνικές ομάδες ανδρών από ολόκληρο τον πλανήτη, οι οποίες διαγωνίζονται για τον τίτλο του Παγκόσμιου Πρωταθλητή.

ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ ΠΡΩΤΑΘΛΗΜΑ ΒΑΡΕΩΝ ΒΑΡΩΝ –WWE (World Heavyweight Championship)

Το **Παγκόσμιο Πρωτάθλημα Βαρέων Βαρών** είναι ένας επαγγελματικός τίτλος βαρέων βαρών και χρησιμοποιείται από την εταιρία πάλης WWE. Πρόκειται για τον παγκόσμιο τίτλο του SmackDown, ο οποίος πρωτοξεκίνησε το 2002 και γενικά θεωρείται ως το πιο σημαντικό πρωτάθλημα που διατίθενται σήμερα στο SmackDown.

Ο ΓΥΡΟΣ ΤΗΣ ΓΑΛΛΙΑΣ

Ο **Ποδηλατικός Γύρος της Γαλλίας**, γνωστότερος ως *Tour de France*, είναι η πιο γνωστή διεθνής αθλητική διοργάνωση της ποδηλασίας και η σημαντικότερη διοργάνωση ανοιχτού δρόμου, με ιστορία 104 ετών. Διεξάγεται κάθε χρόνο, στα τέλη Ιουλίου. Η διαδρομή περνά από πολλά μέρη σε όλη την έκταση της Γαλλίας (και κάποια σε γειτονικές χώρες), καλύπτοντας απόσταση πάνω από 4.000 χιλιόμετρα. Μαζί με τον Γύρο της Ιταλίας και τον Γύρο της Ισπανίας, ο Γύρος της Γαλλίας είναι μια από τις τρεις βασικές διοργανώσεις

(και η μεγαλύτερη σε διάρκεια) της Διεθνούς Ένωσης Ποδηλασίας (*Union Cycliste Internationale*) και γεγονός γνωστό ακόμα και σε αυτούς που δεν ασχολούνται συστηματικά με την ποδηλασία. Θεωρείται μια από τις πιο απαιτητικές διοργανώσεις, και κατά τη διάρκειά του έχουν συμβεί και μερικοί θάνατοι ποδηλατών. Κατά παράδοση, η συμμετοχή στον Γύρο της Γαλλίας γίνεται κατόπιν πρόσκλησης, που απευθύνεται από τους διοργανωτές μόνο στις καλύτερες από τις επαγγελματικές ομάδες του κόσμου.

ΔΙΕΘΝΗΣ ΠΟΔΗΛΑΤΙΚΟΣ ΓΥΡΟΣ ΕΛΛΑΔΟΣ

Ο Διεθνής Ποδηλατικός Γύρος Ελλάδας, γνωστότερος ως *Γύρος της Ελλάδας* είναι αθλητική διοργάνωση της ποδηλασίας ανοιχτού δρόμου που διοργανώνεται στην Ελλάδα. Διοργανώθηκε για πρώτη φορά το 1968 ως «Έπαθλο Αρχαιοτήτων» και επανήλθε το 1981, αλλά όχι σε ετήσια βάση. Από το 2005 είναι μέρος του Ποδηλατικού Γύρου της Ευρώπης που διοργανώνεται από την Διεθνή Ένωση Ποδηλασίας. Το 2007-2010 οι αγώνες ακυρώθηκαν αλλά επέστρεψαν το 2011. Ο Γύρος πραγματοποιείται συνήθως τον Απρίλιο ή τον Μάιο, και η διαδρομή διακρίνεται σε πέντε ή περισσότερα ετάπ (*στάδια, etapes*).

3.7 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΠΕΡΙΠΕΤΕΙΑΣ

Ορισμός

Τουρισμός περιπέτειας καλείται «η δραστηριότητα αναψυχής που λαμβάνει χώρα σε έναν ασυνήθιστο, εξωτικό, απομονωμένο ή δυσπρόσιτο προορισμό και χαρακτηρίζεται από έναν βαθμό ρίσκου και συγκίνησης για αυτόν που την πραγματοποιεί. **Ανάλογα με τον βαθμό ρίσκου και το επίπεδο των ικανοτήτων** που απαιτούνται για τέτοιου τύπου τουριστικές δραστηριότητες, αυτές διακρίνονται σε δύο κατηγορίες: **στον τουρισμό ήπιας περιπέτειας** (*soft adventure tourism*) ο οποίος απαιτεί στοιχειώδεις δεξιότητες και εμπεριέχει μικρό ρίσκο και **στον τουρισμό ακραίας περιπέτειας** (*extreme ή hard adventure tourism*) ο οποίος απαιτεί σημαντική εμπειρία, εξοικείωση με την φύση και τους κινδύνους της και καλή φυσική και πνευματική κατάσταση. Ο τουρισμός περιπέτειας είναι μια νέα, συνεχώς αναπτυσσόμενη, μορφή τουρισμού που προσελκύει κυρίως κατοίκους των μεγαλουπόλεων με υψηλή οικονομική επιφάνεια, οι οποίοι αναζητούν μια διέξοδο από τους έντονους εργασιακούς ρυθμούς, το στρες και την ρουτίνα που αντιμετωπίζουν στην πόλη. Εντάσσεται στο λειτουργικό πλαίσιο των αθλητικών δραστηριοτήτων με επαγγελματικό ή ερασιτεχνικό χαρακτήρα που ενεργοποιούν την τουριστική δραστηριότητα και δεν σχετίζεται με τα μεγάλα αθλητικά γεγονότα που λαμβάνουν χώρα σε τακτά χρονικά διαστήματα. Η συνεχιζόμενη ικανοποίηση

των επισκεπτών από τις εμπειρίες τους εδραιώνεται και παράλληλα ενισχύει την μελλοντική ζήτηση για αυτά τα αθλητικά / τουριστικά προϊόντα.

3.7.1 ΑΘΛΗΜΑΤΑ ΗΠΙΑΣ ΠΕΡΙΠΕΤΕΙΑΣ-SOFT ADVENTURE SPORTS

Τα **αθλήματα ήπιας περιπέτειας** είναι κυρίως αθλήματα που πραγματοποιούνται κατά κύριο λόγο στο έδαφος και κρύβουν λιγότερους κινδύνους από τα extreme sports. Έχουν ως σκοπό την φυσική άσκηση, την χαλάρωση και παράλληλα την επαφή με την φύση. Τα πιο γνωστά αθλήματα αυτής της κατηγορίας είναι :

ΠΕΖΟΠΟΡΙΑ-TREKKING

Η πεζοπορία είναι μια δραστηριότητα σωματική κατά την οποία διανύεται περπατώντας μια μεγάλη απόσταση τουλάχιστον 5km αλλιώς δεν θεωρείται πεζοπορία αλλά περπάτημα και διακρίνεται σε 3 κατηγορίες ανάλογα με τον βαθμό δυσκολίας: **1.Απλή πεζοπορία, 2.Ορεινή πεζοπορία, 3.Ορειβασία.** Στην πρώτη κατηγορία, η ελάχιστη διανυόμενη απόσταση είναι 5km (περίπου μια - δύο ώρες) και πραγματοποιείται σε εδάφη με πολύ μικρή κλίση (χωρίς μεγάλη υψομετρική διαφορά) κι ελαφρύ εξοπλισμό ενώ στην δεύτερη κατηγορία, η απόσταση των 15-20km. και οι 5-8 ώρες πορείας αποτελούν τον κανόνα. Ο εξοπλισμός είναι εξειδικευμένος και ιδιαίτερα την χειμερινή περίοδο επιβάλλεται να είναι ο κατάλληλος. Η ορεινή πεζοπορία μπορεί να γίνει σε οποιοδήποτε βουνό. Τα βασικά χαρακτηριστικά της είναι η υψομετρική διαφορά της διαδρομής, που μπορεί να φθάσει τα 500-600m. και το γεγονός ότι η πορεία γίνεται συνήθως σε υψόμετρα μεγαλύτερα των 500m.

ΙΠΠΑΣΙΑ ΑΝΑΨΥΧΗΣ

Ιππασία αναψυχής είναι μια διασκεδαστική υπαίθρια αθλητική δράση, και είναι επίσης μια καλή μορφή άσκησης. Η ιππασία ενδυναμώνει τον πυρήνα των μυών του σώματος. Επίσης, αποτελεί δραστηριότητα που ανακουφίζει το στρες και την ψυχική κούραση δίνοντας την ευκαιρία στον συμμετέχοντα να ασκηθεί μέσα στη φύση. Δραστηριότητες όπως η ιππασία έχουν αρχίσει να κερδίζουν ολοένα και περισσότερους φίλους. Υπάρχουν αρκετοί φορείς και ιππικά κέντρα που διοργανώνουν εκδρομές με άλογα. Συνήθως οι εκδρομές αυτές γίνονται με τη συμμετοχή αρχάριων ιππέων, χωρίς αυτό να σημαίνει ότι δεν υπάρχουν προγράμματα για πιο έμπειρους.

ΕΞΕΡΕΥΝΗΣΗ ΣΠΗΛΑΙΩΝ –CAVING

Το caving ως αθλητική δραστηριότητα αναψυχής έχει σαν στόχο την εξερεύνηση, των σπηλαίων. Το περιβάλλον των σπηλαίων αποτελεί πρόκληση και για τον εξερευνητή - φυσιολάτρη - αθλητή. Τα σπήλαια είναι γεωλογικά φαινόμενα μεγάλης σημασίας. Η εξερεύνηση των σπηλαίων είναι μια δραστηριότητα που συνδυάζει τη ζωή στην φύση, την άθληση, την μάθηση αλλά και την κοινωνική επαφή και την συνεργασία. Υπάρχουν **σπηλιές** που μία οικογένεια μπορεί να κάνει μία βόλτα ή ακόμα και οργανωμένη ξενάγηση σε ένα οριοθετημένο μονοπάτι. Επίσης υπάρχουν σπηλιές που απαιτούν την καταρρίχηση ή το σύρσιμο στη λάσπη για ατελείωτα μέτρα. Η εξερεύνηση απαιτεί συχνά τεχνικές αναρρίχησης και καταρρίχησης με σχοινιά, κατάδυση, ορεινή πεζοπορία καθώς και διαβίωση στο ύπαιθρο. Γι' αυτό η σωστή εκπαίδευση είναι απαραίτητη για όποιον θέλει να εξερευνησει τα σπήλαια.



MOUNTAIN BIKE – ΠΟΔΗΛΑΤΟ ΒΟΥΝΟΥ

Το mountain bike είναι ένα ποδήλατο ειδικά σχεδιασμένο και κατασκευασμένο για κίνηση μακριά από τους δρόμους της πόλης, σε έδαφος δύσβατο και με μεγάλες κλίσεις. Οι συνθήκες αυτές απαιτούν γερή κατασκευή, ειδικά λάστιχα (τρακτερωτά), πολύ δυνατά φρένα, αμορτισέρ και ειδικό σύστημα σασμάν με πολλές (18 έως 27) ταχύτητες, που διευκολύνουν την ποδηλασία στο ανώμαλο έδαφος και στις ανηφόρες. Το mountain bike ξεκίνησε από την Αμερική, πριν από είκοσι περίπου χρόνια, και τελευταία γνωρίζει τεράστια αναγνώριση και κερδίζει πιστούς φίλους. Ιδιαίτερα δημοφιλές στην

Ελλάδα, μιας και οι καιρικές συνθήκες είναι ιδανικές. Από το 1996 το mountain bike ανήκει στα Ολυμπιακά αθλήματα. Βασική προϋπόθεση είναι βέβαια να ξέρει κάποιος ποδήλατο. Όμως στην περίπτωση του mountain bike χρειάζεται επιπλέον εκπαίδευση, γιατί οι εδαφικές συνθήκες είναι απαιτητικές και υπάρχει κίνδυνος τραυματισμού. Μπορεί να κάνει κανείς mountain bike σχεδόν παντού στην φύση.

OFF ROAD JEEP SAFARI

Το Off-roading είναι ένας όρος ο οποίος χρησιμοποιείται για τη δραστηριότητα της διάσχισης δασικών περιοχών, ποταμών, χωμάτινων και χιονισμένων δρόμων αλλά και την ανάβαση βουνών με τετρακίνητο όχημα (αυτοκίνητο ή μοτοσικλέτα). Θεωρείται μια υπαίθρια δραστηριότητα περιπέτειας η οποία καλλιεργεί κλίμα συνεργασίας και ομαδικότητας στους συμμετέχοντες ανακαλύπτοντας σπάνιες φυσικές ομορφιές. Η εκτός δρόμου οδήγηση είναι μια από τις πιο συναρπαστικές δραστηριότητες που φέρνει τον άνθρωπο κοντά στη φύση ενώ ταυτόχρονα μπορεί να ανεβάσει την αδρεναλίνη στα ύψη, ειδικά εάν συνδυαστεί με τη διαβίωση στη φύση. Κάποιες μεγάλες πολυεθνικές εταιρείες για λόγους marketing διοργανώνουν off road διαδρομές ανά τον κόσμο. Οι πιο φημισμένες διοργανώσεις αυτού του είδους είναι το **Camel Trophy**, το **Marlboro Adventure Team**, το **Cutty Sark Crossing**.

ΙΣΤΙΟΠΛΟΪΑ ΑΝΑΨΥΧΗΣ - SAILING

Η ιστιοπλοΐα πήρε το όνομά της από το ιστίο (κομμάτι πανί που χρησιμοποιούσαν στα παλιά χρόνια οι ναυτικοί), τα οποία δένονταν στα κατάρτια των σκαφών για να δίνουν ώθηση. Τότε σε κατάσταση νηνεμίας τα πράγματα ήταν αρκετά δύσκολα, γιατί έπρεπε να επέμβει ο άνθρωπος και η μυϊκή του δύναμη τραβώντας τα κουπιά. Τώρα με βάση την εξέλιξη των εποχών τα πράγματα στην ιστιοπλοΐα είναι πιο εύκολα, λόγω των μηχανών που χρησιμοποιούνται σε τέτοιες περιπτώσεις. Στις μέρες μας η ιστιοπλοΐα είναι ένα από τα πιο ενδιαφέροντα, δημοφιλή, και συναρπαστικά θαλάσσια αθλήματα που υπάρχουν. Τα πλεονεκτήματα αυτού του αθλήματος πολλά, εφόσον καταφέρνει και συνδυάζει την άμεση επαφή με την φύση και πιο συγκεκριμένα με την θάλασσα, και φυσικά την σωστή σωματική διάπλαση του πληρώματος.

PAINTBALL – ΧΡΩΜΑΤΟΣΦΑΙΡΙΣΗ

Το Paintball είναι ένα ομαδικό άθλημα που παίζεται σε πεδίο, από δύο ομάδες, οι οποίες προσπαθούν να επιτύχουν κάποιο σκοπό, συνήθως να κατακτήσουν τη σημαία της αντίπαλης ομάδας, να βγάλουν εκτός μάχης όλους τους αντιπάλους για να κατακτήσουν την νίκη. Το συγκεκριμένο παιχνίδι περιπέτειας εκτός από τη σωματική άσκηση που προσφέρει, σκοπεύει να διδάξει το νόημα και τη χρησιμότητα της ομαδικής και όχι ατομικής απόδοσης, της συνεργασίας και επίσης συμβάλλει στη βελτίωση των ικανοτήτων ηγεσίας ενός παίκτη. Το paintball είναι το τρίτο πιο δημοφιλές extreme άθλημα στο κόσμο πίσω από τα πατίνια και το skate board.

ORIENTEERING/ ΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΣ ΠΡΟΣΑΝΑΤΟΛΙΣΜΟΣ

Προσανατολισμός ονομάζεται η διαδικασία της εύρεσης, με τη βοήθεια της πυξίδας, της ακριβούς θέσης ενός ατόμου πάνω στον χάρτη και στην συνέχεια η χάραξη συγκεκριμένης πορείας προς ένα επιθυμητό σημείο. Το orienteering ή "αγωνιστικός προσανατολισμός" είναι ένα άθλημα ιδιαίτερα δημοφιλές στο εξωτερικό και ιδιαίτερα στην βόρεια Ευρώπη. Όλοι μπορούν να πάρουν μέρος στο αγώνισμα αυτό. Δεν είναι απαραίτητο να τρέχει κανείς, κάλλιστα μπορεί κάποιος να περπατήσει, γεγονός που βοηθάει τους ηλικιωμένους ή άτομα με σωματικές αναπηρίες να λάβουν μέρος. Ο προσανατολισμός είναι ευχάριστη αλλά και προκλητική δραστηριότητα. Αποτελεί μια μορφή άσκησης μέτριας έως υψηλής έντασης ενώ απαιτεί την ανάπτυξη ομαδικού πνεύματος.

ΤΟΞΟΒΟΛΙΑ ΑΝΑΨΥΧΗΣ

Η τοξοβολία ως υπαίθρια δραστηριότητα αναψυχής θεωρείται χαμηλής επικινδυνότητας. Είναι μια δραστηριότητα περισσότερο εγκεφαλική χωρίς να απαιτεί ιδιαίτερα φυσικά προσόντα από τον συμμετέχοντα. Η ικανότητα της αίσθησης της όρασης είναι σαφώς από τους πιο σημαντικούς παράγοντες για επιτυχή στόχευση σε συνδυασμό με τον συγχρονισμό των κινήσεων όλων των άνω άκρων.

SNORKELING

Snorkeling ονομάζεται η πρακτική της κολύμβησης πάνω ή μέσα από την επιφάνεια του νερού χρησιμοποιώντας μάσκα κατάδυσης αναπνευστήρα και βατραχοπέδιλα. Η χρήση αυτού του εξοπλισμού επιτρέπει στον συμμετέχοντα σε αυτή την δραστηριότητα την παρατήρηση της υποβρύχιας ζωής, για εκτεταμένο χρονικό διάστημα, με σχετικά μικρή σωματική προσπάθεια. Είναι

μια από τις πιο διαδεδομένες δραστηριότητες αναψυχής παγκοσμίως και επιλέγεται κυρίως σε χώρες που περιβάλλονται από θάλασσα και πλούσια υποβρύχια ζωή.

TUBING

Το πιο ήπιο όλων των καλοκαιρινών sports είναι το tubing. Είναι, άλλωστε, και αυτό που συναντάται συχνότερα στις οργανωμένες παραλίες, αφού μπορούν να το ασκήσουν άτομα κάθε ηλικίας, ακόμα κι αν η φυσική τους κατάσταση δεν είναι η ιδανική. Τα tubes, που μοιάζουν με γιγαντιαία ντόνατς, είναι φουσκωτά πλαστικά που επιπλέουν στο νερό, ενώ διαθέτουν και ειδικές λαβές για να κρατιέται από αυτές ο αναβάτης. Το «άθλημα» σχετίζεται λίγο πολύ με το windsurfing, αφού και τα tubes δένονται με σχοινιά σε σκάφος που τα έλκει με μεγάλη ταχύτητα. Ο σκοπός είναι να απολαύσουν οι αναβάτες μία τρελή κούρσα στο νερό, με πολλά σκαμπανεβάσματα, πεσίματα και στροφές, χωρίς να διατρέχουν όμως κανένα σωματικό κίνδυνο αφού όλοι φορούν γιλέκα-σωσίβια. Στο σκάφος, άλλωστε, υπάρχουν άτομα για την επίβλεψη των αναβατών. Όπως τα παραπάνω, έτσι και αυτό το άθλημα επεκτάθηκε με τα χρόνια και, όμοια με τα tubes, δημιουργήθηκαν «μπανάνες» που χωράνε 8-9 άτομα, «καναπέδες», για δύο ή τρία άτομα, και διάφορα άλλα φουσκωτά παιχνίδια που μπορούν να έλκονται από σκάφος.

3.7.2 ΑΘΛΗΜΑΤΑ ΑΚΡΑΙΑΣ ΠΕΡΙΠΕΤΕΙΑΣ -EXTREME SPORTS

Τα **extreme sports** ανήκουν στην κατηγορία των αθλημάτων που σε γενικές γραμμές απαιτούν ένα συνδυασμό ταχύτητας, ύψους, κινδύνου, υψηλού επιπέδου φυσικής άσκησης και άκρως εξειδικευμένου εξοπλισμού. Ο ορισμός, βέβαια, της λέξης εξελίσσεται και από τις δεκαετίες του '70 και '80, όταν μόνο η αναρρίχηση θεωρείτο extreme sport. Σήμερα ο όρος έχει φτάσει να σημαίνει αθλήματα που προκαλούν εξάψεις αδρεναλίνης, όπως snowboard, snowblade, skateboard, kite surfing κ.ά. Τα ακραία σπορ (extreme sports) είναι μια δράση που είναι άμεσα συνδεδεμένη με την ανάπτυξη του Αθλητικού Τουρισμού, της Αναψυχής και του Ελεύθερου Χρόνου. Επίσης έχει διαπιστωθεί παγκοσμίως, ότι ο **τουρισμός και ο αθλητισμός** αποτελούν δύο από τις πιο κερδοφόρες επιχειρήσεις για πολλές σύγχρονες χώρες, και πρέπει να επισημανθεί η στενή σχέση τους με τα ακραία σπορ (extreme sports).

Η διάκριση ανάμεσα σε ένα ακραίο άθλημα και ένα συμβατικό, έχει να κάνει κυρίως με το επίπεδο των κινδύνων που δημιουργούνται στα ακραία αθλήματα και έχει ως αποτέλεσμα την αύξηση της αδρεναλίνης. Για παράδειγμα το rugby είναι επικίνδυνο, αλλά δε θεωρείται extreme sport, αυτό οφείλεται

στην παραδοσιακή εικόνα του. Μία κοινή πτυχή των extreme sports είναι η αντιπολιτιστική αύρα, η οποία σηματοδοτεί την απόρριψη της εξουσίας από τους δυσανεστημένους νέους. Τα πιο δημοφιλή αθλήματα της κατηγορίας είναι:

ΟΡΕΙΒΑΣΙΑ

Η ορειβασία αποτελεί την πλέον δύσκολη μορφή της πεζοπορίας . Συνήθης στόχος της ορειβασίας είναι η κατάκτηση κάποιας κορυφής. Στην ορειβασία η απόσταση δεν παίζει ουσιαστικό ρόλο έχει όμως παρατηρηθεί ότι κατά μέσο όρο διανύονται 2 - 3 χλμ. την ώρα. Πιο σημαντικό στοιχείο είναι ότι ανά ώρα καλύπτονται περίπου 300 μέτρα υψομετρικής διαφοράς που σημαίνει ότι για να ανέβει κανείς 1000 μέτρα απαιτούνται περίπου 4 ώρες μαζί με τις στάσεις. Μια συνήθης ορειβατική ανάβαση διαρκεί 7 - 10 ώρες μαζί με την επιστροφή. Κομμάτι της ορειβασίας είναι και η αναρρίχηση.

ΑΝΑΡΡΙΧΗΣΗ -CLIMBING

Αναρρίχηση (climbing) ή αναρρίχηση βράχου (rock climbing / crag climbing) χαρακτηρίζεται το σκαρφάλωμα, με καλοκαιρινές συνθήκες (με χειμερινές συνθήκες χαρακτηρίζεται αλπινισμός), σε οποιαδήποτε κορυφή βουνού, που γίνεται όμως από την απόκρημνη πλευρά της και που αναγκαστικά εφαρμόζεται η αναρριχητική τεχνική (μικρού ή μεγάλου βαθμού δυσκολίας) και απαιτείται η χρήση διαφόρων βοηθητικών οργάνων.



ΚΑΤΑΡΡΙΧΗΣΗ – RAPPEL

Καταρρίχηση ονομάζεται η τεχνική με την οποία ο αθλητής κατεβαίνει από ψηλά χρησιμοποιώντας ένα σχοινί. Η καταρρίχηση είναι η τεχνική κατάβασης από βράχο ή η κατάβαση σε φαράγγι μετά την αναρρίχηση. Η κατάβαση συνήθως γίνεται πάνω στο σχοινί με το οποίο χρησιμοποιήθηκε για την άνοδο.

ΔΙΑΣΧΙΣΗ ΦΑΡΑΓΓΙΩΝ- CANYONING

Η διάσχιση φαραγγιών είναι ένας όρος που χρησιμοποιείται για να περιγράψει μια υπαίθρια αθλητική δραστηριότητα περιπέτειας η οποία συνδυάζει την πεζοπορία βουνού, αναρρίχηση βράχων καταρρίχηση, κολύμπι, βουτιές στο νερό, πήδημα από βράχια. Με άλλα λόγια είναι η δραστηριότητα κατάβασης από ένα βουνό ακολουθώντας τον πυθμένα ενός φαραγγιού. Πάντα, στη διάσχιση φαραγγιού, το σημείο εισόδου στο φαράγγι είναι διαφορετικό από το σημείο εξόδου και βρίσκεται ψηλότερα από αυτό. Μια διάσχιση φαραγγιού συνήθως διαρκεί λίγες ώρες αλλά μπορεί να διαρκέσει και πολλές ημέρες, με διανυκτερεύσεις μέσα στο φαράγγι, αν αυτό είναι μακρύ και δύσκολο.

RAFTING

Το rafting έχει πάρει την ονομασία του από την Αγγλική λέξη raft = σχεδία και είναι ομαδικό σπορ κατάβασης ποταμού με φουσκωτή βάρκα. Το rafting είναι η κατάβαση ποταμού με φουσκωτή βάρκα που κινείται με κουπιά, ωστόσο σε αντίθεση με την κωπηλασία, το ρεύμα του ποταμού είναι αυτό που καθορίζει την ταχύτητα ενώ τα κουπιά χρησιμοποιούνται για να κατευθύνουν, για την αποφυγή των εμποδίων που βρίσκονται στον δρόμο της βάρκας ή σε κάθε άλλη περίπτωση ανάγκης. Το rafting δίνει την δυνατότητα επίσκεψης τοποθεσιών μοναδικής ομορφιάς, οι οποίες με κανέναν άλλο τρόπο δεν είναι προσεγγίσιμες, γι' αυτό και τα τελευταία χρόνια αυξάνεται ραγδαία ο αριθμός των συμμετεχόντων.



CANOE – KAYAK

Το canoe – kayak είναι μια υπαίθρια δραστηριότητα αναψυχής με ευρεία απήχηση παγκοσμίως. Συνδυάζει την αθλητική δράση στην ύπαιθρο και λαμβάνει χώρα σε ποτάμια λίμνες και θάλασσα. Τα κανό είναι ελαφριά και κινούνται με τη μυϊκή δύναμη ενός ή περισσότερων κωπηλατών οι οποίοι χρησιμοποιούν κουπί διπλό ή μονό. Το canoe δεν έχει πηδάλιο, η πορεία κρατιέται με το κουπί. Τα καγιάκ είναι μικρότερα σε μέγεθος από τα canoe, με μυτερή πλώρη και πρύμνη και συνήθως με ένα μόνο άνοιγμα. Εκεί κάθετα ο κωπηλάτης που χρησιμοποιεί διπλό μονοκόμματο κουπί.

SCUBA DIVING- ΑΥΤΟΝΟΜΗ ΚΑΤΑΔΥΣΗ

Η αυτόνομη κατάδυση είναι μια μορφή κατάδυσης κατά την οποία ο δύτης χρησιμοποιεί ειδικό εξοπλισμό, ο οποίος του δίνει τη δυνατότητα να αναπνέει υποβρυχίως. Συνηθέστερα, η αυτόνομη κατάδυση αποκαλείται SCUBA diving (Self-Contained Underwater Breathing Apparatus). Διαφέρει από την ελεύθερη κατάδυση, στην οποία ο δύτης καταδύεται αυτόνομα χωρίς όμως να φέρει καταδυτικό αναπνευστικό εξοπλισμό.

ΘΑΛΑΣΣΙΟ ΣΚΙ

Το σκι είναι ένα από τα πιο δημοφιλή θαλάσσια αθλήματα, συνδυάζοντας το υδάτινο στοιχείο με την ταχύτητα. Το θαλάσσιο σκι είναι μια από τις πιο δημοφιλείς καλοκαιρινές δραστηριότητες ιδιαίτερα στην χώρα μας, όπου ο

συμμετέχων μπορεί να απολαύσει το φυσικό κάλος των ακτών με την αδρεναλίνη και τον ενθουσιασμό στα ύψη, στηριζόμενος στην ελάχιστη βρεχόμενη επιφάνεια των πέδινων του σκι.

SURFING

Το surfing είναι από τα λίγα αθλήματα που χρησιμοποιεί αποκλειστικά και μόνο τις δυνάμεις της φύσης για να πραγματοποιηθεί. Η δύναμη που απαιτείται για το surfing δεν είναι ο αέρας αλλά το κύμα. Το σπορ αυτό έχει ένταση και απευθύνεται σε αυτούς που λατρεύουν το νερό. Βέβαια αυτό το άθλημα απαιτεί καλή φυσική κατάσταση, άριστη ισορροπία και σχετική ταχύτητα.

ΙΣΤΙΟΣΑΝΙΔΑ - WINDSURFING

Η ιστιοσανίδα είναι το θαλάσσιο άθλημα στο οποίο ο αθλητής ισορροπεί πάνω σε μια ιστιοσανίδα (σανίδα εφοδιασμένη με πανί). Ο αθλητής κατευθύνει το σκάφος με την αξιοποίηση της δύναμης του ανέμου και του κατάλληλου χειρισμού του πανιού. Θεωρείται σπορ της επιφάνειας νερού που συνδυάζει στο surfing με την ιστιοπλοΐα. Η ιστιοσανίδα είναι ένα συναρπαστικό άθλημα για όλους τους ανθρώπους, ανεξαρτήτως ηλικίας και φύλου αφού δεν απαιτεί ιδιαίτερη σωματική δύναμη, τουλάχιστον στην αρχή. Το windsurfing έχει φανατικούς και πολυάριθμους φίλους. Υπολογίζεται ότι σήμερα, σε όλο τον κόσμο, υπάρχουν 40 εκατομμύρια άνθρωποι περίπου που ασκούνται και ο αριθμός αυτός αυξάνεται συνεχώς.

ΣΚΙ ΒΟΥΝΟΥ - SNOWBOARD

Το Σκι είναι κατάβαση με ειδικά πέδιλα σε κατάλευκες πλαγιές όπου η διαμόρφωση του εδάφους είναι κατάλληλη και το χιόνι είναι αρκετά «παχύ» ώστε να σχηματίζεται μία φυσική πίστα και οι διαδρομές κατάβασης ποικίλουν ανάλογα με την εξοικείωση του καθενός με το σπορ. Από την άλλη το snowboard είναι λίγο πιο δύσκολο αφού η κατάβαση της πλαγιάς πραγματοποιείται με μια μόνο μεγάλη «σανίδα» όπου και τα δύο πόδια πατούν πάνω σε αυτή. Το σκι είναι από τα αθλήματα που θεωρούνται αθλήματα για την εύπορη τάξη, όπως το γκολφ και το τένις. Όπως και να έχει το σκι έχει εκατομμύρια λάτρεις σε όλο τον κόσμο και είναι για όλες τις ηλικίες, αφού υπάρχουν και ποικίλες πίστες ανάλογα με την εμπειρία των σκιέρ.

ΑΛΕΞΙΠΤΩΤΟ ΠΛΑΓΙΑΣ/ PARAPENTE

Το αλεξίπτωτο πλαγιάς αποτελεί την νεώτερη και απλούστερη μορφή ατομικής ανεμοπορίας. Όπως προδίδει και η ελληνική του ονομασία, πρόκειται για ένα "ειδικό" αλεξίπτωτο με το οποίο μπορεί κανείς να απογειωθεί από μια πλαγιά, ανεξάρτητα από το ύψος της (όταν βέβαια το επιτρέπουν οι καιρικές συνθήκες) και δεν απαιτεί κανενός είδους μηχανή. Η λέξη «Parapente» προέρχεται από σύντμηση των λέξεων Parachute de pente, είναι γαλλική και σημαίνει αλεξίπτωτο πλαγιάς. Η απογείωση γίνεται από το έδαφος με το χειριστή να τρέχει σε μια πλαγιά και να αποκολλάται από αυτήν. Η πτήση γίνεται με τη βοήθεια της βαρύτητας, του αέρα και του ανθρώπου που το χειρίζεται. Η πτήση μπορεί να διαρκέσει από λίγα λεπτά έως και αρκετές ώρες, αναλόγως των συνθηκών και της διάθεσης. Το αλεξίπτωτο πλαγιάς σε σύγκριση με άλλα αεραθλήματα έχει το χαμηλότερο ποσοστό ατυχημάτων (0,035%), που μετράται με τον αριθμό των κατόχων αδειών σε σχέση με τα θανατηφόρα ατυχήματα. (ελεύθερη πτώση 0,05%, αιωροπταιρισμός 0,06%, υπερελαφρών 0,07%, μηχανοκίνητα 0,10%).

ΕΛΕΥΘΕΡΗ ΠΤΩΣΗ ΜΕ ΑΛΕΞΙΠΤΩΤΟ – SKYDIVING

Στην λίστα των extreme sports σίγουρα είναι το Skydiving ή γνωστό σε όλους και ως ελεύθερη πτώση κατατάσσεται στις πρώτες πιο ελκυστικές εμπειρίες που μπορεί να δοκιμάσει κάποιος. Η αίσθηση της ελευθερίας και η θέα 3.000 πόδια πάνω από τη γη δημιουργούν μία εξαιρετικά μεγάλη έκκριση αδρεναλίνης, ειδικά στους λάτρεις των extreme sports. Το Skydiving αποτελεί ένα άθλημα που έχει κάνει τον γύρο του κόσμου και όσο κι αν φαίνεται επικίνδυνο, το αλεξίπτωτο είναι ένας ασφαλέστατος τρόπος διάσωσης και όχι ένα απόλυτα ριζοκίνδυνο μέσο.

BUNGEE JUMPING

Το Bungee Jumping είναι μια δραστηριότητα που περιλαμβάνει άλμα από ένα υψηλά δομημένο σημείο, ενώ ο άλτης είναι δεμένος με ένα μεγάλο ελαστικό σχοινί. Το υψηλά δομημένο σημείο είναι συνήθως ένα σταθερό αντικείμενο, όπως είναι ένα κτίριο, μία γέφυρα ή ένας γερανός. Αλλά είναι επίσης δυνατόν να πραγματοποιηθεί άλμα από ένα κινούμενο αντικείμενο, όπως είναι ένα αερόστατο ή ένα ελικόπτερο που έχει την δυνατότητα να αιωρείται πάνω από το έδαφος. Όταν ο άλτης πηδήξει, το σχοινί απλώνεται και ταλαντεύεται πάνω κάτω.

KITE SURFING/KITEBOARDING

Το kitesurfing είναι ένα σπορ περιπέτειας της επιφάνειας νερού και περιγράφεται ως ο συνδυασμός των wakeboarding, windsurfing, surfing,

paragliding, και γυμναστικής (ενόργανης). Το kitesurfing είναι μια δραστηριότητα που χρειάζεται μια σανίδα, ένα πανί σαν αερόστατο, θάλασσα και αέρα. Το άθλημα αυτό αποκτά χρόνο με το χρόνο όλο και περισσότερους φίλους καθώς είναι πολύ εντυπωσιακό, γεμάτο αδρεναλίνη και προσφέρει ξεχωριστές εμπειρίες σε όσους το προσπαθούν. Το Kitesurfing είναι ένα καινούριο και ανερχόμενο σπορ περιπέτειας.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4ο

ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΣΧΕΤΙΚΕΣ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΕΣ ΕΡΕΥΝΕΣ

4.1 Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΟΝ ΔΙΕΘΝΗ ΧΩΡΟ

Σύμφωνα με σχετική βιβλιογραφική έρευνα του Δρ. Τερζάκη (2002), ξεκινώντας μια χρονολογική ανασκόπηση από το 1960 ως σήμερα σημειώθηκαν σημαντικές τάσεις εξειδίκευσης και ανάπτυξης στο χώρο του τουρισμού και παράλληλα του αθλητισμού. Οι δυο αυτοί τομείς εξελίχθηκαν σε ιδιαίτερα κερδοφόρες βιομηχανίες του παγκόσμιου οικονομικού στερεώματος. Περίπου την ίδια χρονική περίοδο και συγκεκριμένα μετά το 1970 άρχισε να γίνεται

χρήση του όρου **αθλητικός τουρισμός** με σκοπό να περιγραφεί η ειδική μορφή τουρισμού που συνδυάζει και την αθλητική δραστηριότητα. Ο αθλητικός τουρισμός θεωρείται σύγχρονο φαινόμενο σε αντίφαση με τη διαχρονικά στενή σχέση μεταξύ αθλητισμού και τουρισμού. Ο λόγος είναι ότι μόλις τα τελευταία χρόνια άρχισε να αντιμετωπίζεται ως αυτόφωτο κομμάτι της τουριστικής και της αθλητικής βιομηχανίας αλλά και να αποκτά ακαδημαϊκή οντότητα.

Συνδυάζοντας δυο από τις πλέον δημοφιλείς δραστηριότητες ο αθλητικός τουρισμός κατάφερε να προσελκύσει σημαντικό αριθμό ενδιαφερομένων αποκτώντας την αντίστοιχη οικονομική, κοινωνική και πολιτιστική σημασία. Παράλληλα, οι παραγωγοί της τουριστικής βιομηχανίας οι οποίοι ανέκαθεν αναζητούσαν νέους τομείς επέκτασης των δραστηριοτήτων τους διέκριναν νωρίς τα οικονομικά κυρίως οφέλη του αθλητικού τουρισμού και προχώρησαν σε σημαντικές επενδύσεις. Ως συνέπεια, ο αθλητικός τουρισμός χαρακτηρίζεται από γοργό ρυθμό ανάπτυξης, μεγάλες δυνατότητες εξέλιξης και από το ιδιαίτερο ενδιαφέρον που δημιουργεί σε όλους τους εμπλεκόμενους στο τουριστικό κύκλωμα, παραγωγούς και καταναλωτές. Στην ραγδαία ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού συνεπικουρούν κατά τους Gammon and Robinson οι παρακάτω λόγοι:



- i. Η δημοτικότητα των εθνικών και διεθνών αθλητικών γεγονότων και εκδηλώσεων αυξήθηκε κατακόρυφα. Κατανοήθηκε διεθνώς η αξία της ενασχόλησης με την αθλητική δραστηριότητα ως μέσον προαγωγής της υγείας. Οι κρατικές αρχές κάθε χώρας αρχίζουν και αντιλαμβάνονται τη σπουδαιότητα του αθλητισμού ως μέσου σύσφιξης των σχέσεων των λαών αλλά και της άσκησης εξωτερικής πολιτικής. Υπάρχει μεγάλη και καλά οργανωμένη προσφορά αθλητικών εκδηλώσεων παγκοσμίως. Οι άνθρωποι που ασχολούνται με τον αθλητισμό είναι πλέον πιο ευέλικτοι στις μετακινήσεις και την επικοινωνία τους εξαιτίας της τεχνολογικής εξέλιξης.
- ii. Ο αθλητικός τουρισμός καταλαμβάνει μια κύρια θέση στην στρατηγική των χωρών στην προσέλκυση αθλητικών γεγονότων όπως οι Ολυμπιακοί Αγώνες ή το Παγκόσμιο Κύπελλο Ποδοσφαίρου. Έτσι η Αυστραλία διέθεσε 1,7 δισ. δολάρια της κυβέρνησης για τους Ολυμπιακούς το 2000 και σαν ανταμοιβή κέρδισε για τα επόμενα 10 χρόνια έναν τεράστιο αριθμό τουριστών, που επισκέφτηκαν την χώρα. Μάλιστα, η διοργάνωση των Ολυμπιακών οδηγεί μία χώρα και σε περαιτέρω βελτιώσεις των υποδομών της, όπως για παράδειγμα του συστήματος μεταφορών, και κυρίως των αερομεταφορών, αλλά και στον καθαρισμό της πόλης. Ο αθλητικός τουρισμός παθιάζει και προσελκύει πολύ κόσμο, είναι πολυέξοδος, αλλά προσφέρει και μοναδικές, αξέχαστες εμπειρίες όχι μόνο στους θεατές των εκδηλώσεων αλλά και σε όλους τους συμμετέχοντες. Το άμεσο όφελος για έναν τόπο, που διοργανώνει αγώνες φαίνεται γρήγορα και είναι σε μετρητά, ενώ το έμμεσο όφελος, που είναι και μεγαλύτερο, φαίνεται μετά από αρκετά χρόνια, αφού όλο και περισσότεροι τουρίστες επισκέπτονται την περιοχή.

Σύμφωνα με τους ειδικούς του κλάδου η ανάγκη για μελέτη, ανάλυση και τεκμηρίωση της απαιτούμενης υποδομής, των επιπτώσεων που έχει σε διάφορους τομείς της ζωής, και των προοπτικών που παρουσιάζει ο αθλητικός τουρισμός εκφράζεται μέσα από τις παρακάτω ενέργειες και εκδηλώσεις:

- i. Την δημιουργία του **Διεθνούς Συμβουλίου Αθλητικού Τουρισμού** και της αντίστοιχης Ερευνητικής Μονάδας Ελλάδος (Sports Tourism International Council).
- ii. Την έκδοση του επιστημονικού περιοδικού **Journal of Sports Tourism** σε ηλεκτρονική μορφή υπό την εποπτεία του Διεθνούς Συμβουλίου Αθλητικού Τουρισμού.
- iii. Την έκδοση του πρώτου **συγγράμματος** που αφορά τον αθλητικό τουρισμό (Standeven and De Knop 1999).
- iv. Την **οργάνωση διεθνών συνεδρίων** με θέμα τον αθλητικό τουρισμό.

- ν. Τη δημιουργία **προπτυχιακών και μεταπτυχιακών προγραμμάτων**, μεταξύ άλλων και σε πανεπιστήμια χωρών μελών της Ευρωπαϊκής Κοινότητας.

Τελειώνοντας συμπεραίνουμε ότι ο Αθλητικός Τουρισμός είναι μια κερδοφόρα επιχείρηση πολλών δισεκατομμυρίων ευρώ η οποία προσφέρει πολλές ευκαιρίες ανάπτυξης σε όλους ανεξαρτήτως τους παράγοντες που συμμετέχουν στην πραγματοποίηση μεγάλων αθλητικών εκδηλώσεων.



4.1.1 Ο ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Σύμφωνα με τον Δρ. Τερζάκη (2002) στην Ελλάδα υπάρχουν ελλείψεις αθλητικών υποδομών, στρατηγικής προβολής και προώθησης του τουριστικού μας προϊόντος, αλλά ως χώρα διαθέτουμε πολλά και ισχυρότατα πλεονεκτήματα, όπως οι κλιματολογικές μας συνθήκες, ο γεωφυσικός πλούτος, η διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων και άλλα, τα οποία συμβάλουν στο να έχουμε μια έντονη σχετική ζήτηση. Η Ελλάδα με την ανάληψη της διοργάνωσης των Ολυμπιακών Αγώνων είχε μια μοναδική ευκαιρία να προβάλλει και να προωθήσει στη διεθνή τουριστική αγορά τον Αθλητικό Τουρισμό ως μια ειδική μορφή ποιοτικού τουρισμού.

4.1.2 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΣΤΑ ΠΛΑΙΣΙΑ ΤΟΥ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Οι επιχειρήσεις και Εταιρίες που αναπτύσσουν αθλητικό τουρισμό στην Ελλάδα, σύμφωνα με τα αποτελέσματα σχετικής έρευνας της κας Ελένης Γλύνιας (2000) είναι:

- i. **Εταιρίες υπαίθριων δραστηριοτήτων**, με μεγάλη πρόοδο και υιοθέτηση συστημάτων συνεργασίας franchising. Ιδιαιτερότητα στον τομέα αυτό αποτελεί η εταιρεία ΑΛΜΑ, που ειδικεύεται στον τουρισμό για άτομα με αναπηρίες. Επίσης εταιρίες που ειδικεύονται σε ταξίδια κινήτρων και σε εταιρικά ταξίδια για στελέχη επιχειρήσεων.
- ii. **Εταιρίες θαλάσσιων σπορ και αθλημάτων περιπέτειας** (λειτουργούν εποχικά με άδεια από το Λιμεναρχείο και εξυπηρετούν τις ανάγκες των παραθεριστών και πελατών ξενοδοχείων).
- iii. **Λουτροπόλεις και ξενοδοχεία** με κέντρα θαλασσοθεραπείας, όπου λειτουργούν εξοπλισμένα γυμναστήρια με ειδικευμένο προσωπικό.
- iv. **Προπονητικά κέντρα**, όπως του Μαραθώνα που διαθέτει εγκαταστάσεις για 20 αθλήματα ενδιαφέροντος για προγράμματα φιλοξενίας ομάδων και αθλητών.

Ο Αθλητισμός από την φύση του θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ως μέσο κοινωνικής ανάπτυξης, αλλά ο Αθλητικός Τουρισμός είναι εκείνος ο οποίος συμβάλλει στην οικονομική ανάπτυξη της περιοχής στην οποία αναπτύσσεται.

4.2 ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Όπως αναφέρει ο Δρ. Τερζάκης (2002) τα οφέλη που μπορεί να προκύψουν από την εφαρμογή προγραμμάτων Αθλητικού Τουρισμού είναι :

- i. Τα έσοδα από μετακίνηση.
- ii. Τα έσοδα από διανομή.
- iii. Τα έσοδα από διατροφή.
- iv. Τα έσοδα από προπόνηση.
- v. Τα έσοδα από αγορές.
- vi. Η τουριστική αναβάθμιση στις περιοχές προορισμούς.
- vii. Η διεθνής προβολή.
- viii. Η κατανάλωση προϊόντων.
- ix. Η παροχή δυνατοτήτων απασχόλησης.
- x. Βοηθά στην οικονομική ανάπτυξη της περιοχής.
- xi. Βοηθά στην αύξηση του Τουριστικού Α.Ε.Π.
- xii. Βοηθά στην αύξηση των συναλλαγματικών εισροών.
- xiii. Βοηθά στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου.

4.2.1 ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΚΑΙ ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Η επακριβής εκτίμηση των οικονομικών επιπτώσεων είτε από την οργάνωση σπουδαίων αθλητικών γεγονότων, είτε από την ανάπτυξη και πρακτική κάποιου σπορ, σε κάποια δεδομένη γεωγραφική επικράτεια, αποτελεί αντικείμενο διάστασης απόψεων για τους οικονομολόγους. Η επιλογή του κατάλληλου χώρου για την οργάνωση και διεξαγωγή ενός αθλητικού γεγονότος, αποτελεί την βάση για την εκτίμηση των οικονομικών επιπτώσεων.



Οι επιπτώσεις του αθλητικού τουρισμού μπορούν να διακριθούν στις παρακάτω:

- i. **Οικονομικές επιπτώσεις:** Ο αθλητικός τουρισμός υπολογίζεται ότι καταλαμβάνει ένα μερίδιο της τάξης του 10-20% επί του συνολικού τουριστικού προϊόντος μιας χώρας. Άλλες πηγές αναφέρουν το 5% ως ποσοστό του αθλητικού τουρισμού με την αυστηρή έννοια όπως δόθηκε σε προηγούμενη παράγραφο. Προσεκτική ανάλυση κάποιας εκδήλωσης αθλητικού τουρισμού θα πρέπει να περιλαμβάνει τον υπολογισμό του οφέλους έναντι του κόστους. Επιπλέον, η λήψη πολιτικών αποφάσεων όσον αφορά την οργάνωση εκδηλώσεων, θα πρέπει να λαμβάνει υπόψη την διάχυση των οικονομικών και λοιπών επιπτώσεων του αθλητικού τουρισμού στις διάφορες τοπικές κοινωνικές ομάδες, το μέγεθος της επίδρασης καθώς και τη σημαντικότητα κάθε ομάδας από πλευράς πληθυσμού της.
- ii. **Κοινωνικές και πολιτισμικές επιπτώσεις :** Ο αθλητικός τουρισμός μπορεί να έχει θετικές επιπτώσεις όπως:
 - Ερέθισμα για την κατασκευή υποδομών
 - Ενίσχυση της τοπικής οικονομίας
 - Ενδυνάμωση των τοπικών παραδόσεων και της ταυτότητας των κατοίκων μιας περιοχής.
 - Διευκόλυνση των σχέσεων των κατοίκων μιας περιοχής με τον υπόλοιπο κόσμο.

Μπορεί όμως να έχει και αρνητικές επιπτώσεις:

- Διαταραχή της τοπικής οικονομίας.
- Επίπτωση στην τοπική παράδοση και ταυτότητα.
- Εμφάνιση βίας σχετικής με την διεξαγωγή των εκδηλώσεων.
- Μπορεί να ενισχύσει τις τριβές μεταξύ κοινωνιών.

Ο αθλητικός τουρισμός είναι αρκετά απαιτητικός στη χρήση εκτάσεων γης και κατά συνέπεια είναι ιδιαίτερα σημαντικό να λαμβάνονται όλα τα απαραίτητα μέτρα για την ομαλή του ανάπτυξη με σεβασμό στο φυσικό περιβάλλον ενός τόπου. Για παράδειγμα η αλόγιστη ανάπτυξη γηπέδων γκολφ σε μια περιοχή χωρίς τις απαραίτητες μελέτες και προφυλάξεις μπορεί να σημαίνει την επιβάρυνση του υδροφόρου ορίζοντα με λιπάσματα και φυτοφάρμακα. Επίσης την αλλοίωση του φυσικού τοπίου μιας περιοχής ασύμβατης με τη μορφολογία των γηπέδων του συγκεκριμένου αθλήματος.

4.3 ΔΙΕΘΝΗΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Η μελέτη και ο σχεδιασμός του τουριστικού προϊόντος στην Ελλάδα, αλλά και γενικότερα στις Μεσογειακές χώρες είναι ζωτικής σημασίας. Για την πραγματοποίηση αυτών των ερευνητικών δράσεων αναπτύσσεται μια σημαντική, καινοτομική, διεπιστημονική και διεθνής συνεργασία της Ερευνητικής Μονάδας Ελλάδος Αθλητικού Τουρισμού και του Ερευνητικού Κέντρου Intelligent Coast. Η Ερευνητική Μονάδα Ελλάδος Αθλητικού Τουρισμού έχει κύριο σκοπό την ανάπτυξη του Αθλητικού Τουρισμού στο πεδίο ερευνητικής, ακαδημαϊκής, επαγγελματικής και επιχειρηματικής ενασχόλησης. Η έννοια του Αθλητικού Τουρισμού αναφέρεται σε όλες τις μορφές ενεργητικής και παθητικής ανάμειξης σε αθλητικές δραστηριότητες, όπου η συμμετοχή είναι τυχαία ή οργανωμένη και γίνεται για επαγγελματικούς ή μη λόγους, με προϋπόθεση την μετακίνηση μακριά από τον τόπο διαμονής και εργασίας. Το Ερευνητικό Κέντρο Intelligent Coast είχε ως σκοπό να αναδείξει μια ιδιαίτερη οπτική του τουριστικού φαινομένου, η οποία εκφράζεται από την οπτική του χώρου και της επίδρασης του τουρισμού στις παράκτιες περιοχές. Ουσιαστικά αναφέρεται στον χωρικό στρατηγικό σχεδιασμό και στην δια-κλιμακιακή (μεταξύ διαφορετικών κλιμάκων παρέμβαση) προσέγγιση του χώρου. Εκτιμάται ότι αυτή η οπτική μπορεί να λειτουργήσει συμπληρωματικά σε πολλές προσεγγίσεις και έρευνες που γίνονται σχετικά με το τουριστικό φαινόμενο και να αναδείξει τις διαφορετικές διαστάσεις του ζητήματος.

4.3.1 ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ ΤΟΥ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ - ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Για την υλοποίηση της ανάπτυξης του Αθλητικού Τουρισμού και για να είναι τα οφέλη του μακροπρόθεσμα χρειάζονται συντονισμένες προσπάθειες μεταξύ όλων των αρμοδίων φορέων τόσο του δημόσιου όσο και του ιδιωτικού τομέα και όχι μεμονωμένες πλέον ενέργειες.

Με στόχο το συντονισμό και οργάνωση του Αθλητικού Τουρισμού στην Ελλάδα έχουμε ανάγκη την καταγραφή όλων των αθλητικών χώρων της Ελλάδας σε έναν οδηγό μαζί με όλες τις χρήσιμες πληροφορίες τόσο για τη χώρα όσο και την παρεμφερή υποδομή. Η δημιουργία του οδηγού αυτού, θα αποτελέσει ένα χρήσιμο εργαλείο προβολής και πληροφόρησης και πρέπει να σταλεί, μεταξύ άλλων, σε ολυμπιακές επιτροπές, διεθνείς ομοσπονδίες και σε όλα τα γραφεία του Ε.Ο.Τ. στο εξωτερικό.

Ένα πολύ σημαντικό στοιχείο προώθησης και ανάπτυξης του αθλητικού τουρισμού είναι αναμφισβήτητα και η διοργάνωση διεθνών αθλητικών εκδηλώσεων, πράγμα που μας ενδιαφέρει ιδιαίτερα. Οι εκδηλώσεις αυτές ευνοούν ψηλά επίπεδα οικονομικής δραστηριότητας σε διάφορους τομείς, κυρίως, μέσα από τα ποσά που ξοδεύονται από τους οπαδούς και θεατές. Επιπλέον, συμβάλλουν σημαντικά στην προβολή της διοργανώτριας χώρας σε παγκόσμιο επίπεδο. Στην Ελλάδα ο Αθλητικός Τουρισμός δεν υφίσταται ως θεσμοθετημένο γνωστικό αντικείμενο. Έτσι δεν υπάρχουν σπουδές αθλητικού τουρισμού αλλά ούτε και μεταπτυχιακά προγράμματα. Στα ελληνικά εκπαιδευτικά ιδρύματα υπάρχουν μόνο μαθήματα σχετικά για τον αθλητικό τουρισμό. Το Μάιο του 2000 ιδρύθηκε η Ερευνητική Μονάδα Ελλάδος του Διεθνούς Συμβουλίου Αθλητικού Τουρισμού που ο κύριος σκοπός της είναι η ανάπτυξη του Αθλητικού Τουρισμού ως πεδίο ερευνητικής, ακαδημαϊκής, επαγγελματικής και επιχειρηματικής ενασχόλησης στον ελληνικό χώρο και ευρύτερα στην περιοχή της ανατολικής Μεσογείου.

4.4 Ο ΕΥΡΩΠΑΙΚΟΣ ΠΡΟΣΑΝΑΤΟΛΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

i. Τουρισμός και αθλητισμός ως μελλοντική ευρωπαϊκή πρόκληση.

Στα πλαίσια της μελλοντικής ευρωπαϊκής πρόκλησης, η περίοδος των μεγάλων αθλητικών γεγονότων θα πρέπει να εκληφθεί από την ευρωπαϊκή κοινωνία, όχι απλά ως μια οικονομική ευκαιρία, αλλά πρωτίστως και κυρίως ως μια ευκαιρία διαλογισμού και ενίσχυσης των κοινωνικών και πολιτιστικών αξιών, στοχεύοντας στην αιεφόρο ανάπτυξη.

ii. Τουρισμός και Αθλητισμός: μια δίδυμη στρατηγική για την Ευρώπη.

Οι επιπτώσεις στην απασχόληση από την τουριστική ανάπτυξη είναι σημαντικές. Εκτιμάται ότι στην Ευρώπη υπάρχουν δυο εκατομμύρια επιχειρησιακές δραστηριότητες που απασχολούν οκτώ εκατομμύρια άτομα, χωρίς να συνυπολογισθεί η έμμεση απασχόληση. Είναι ευρέως γνωστό ότι η εποχική φύση του τουρισμού, αποτελεί συχνά εμπόδιο στην ανάπτυξή του. Η τέλεση αθλητικών γεγονότων βοηθά στην περαιτέρω ανάπτυξη του τουρισμού, στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, στην ανάπτυξη της τουριστικής οικονομίας, καθ' όλη τη διάρκεια του έτους, αυξάνοντας τα οφέλη με την παράλληλη δημιουργία σταθερής και μακροχρόνιας απασχόλησης.

Τα αθλητικά γεγονότα δημιουργούν νέες μορφές τουρισμού, οι οποίες συνδυάζουν παραδοσιακές διακοπές με την πρακτική ενός ιδιαίτερου αθλήματος.

iii. Θεσμικό πλαίσιο

Στο παρελθόν, το μόνο θεσμικό πλαίσιο που αφορούσε στην υ964 (κοινοτική νομοθεσία της ευρωπαϊκής ένωσης που συμπεριλαμβάνεται στην Συνθήκη της Λισαβόνας) τουριστική κοινότητα, ήταν οι αναφορές του άρθρου 3 της Ευρωπαϊκής Συνθήκης, το οποίο περιελάμβανε γενικές αναφορές για τον τουρισμό. Μεταγενέστερα με πρωτοβουλίες της Ευρωπαϊκής Οικονομικής και Κοινωνικής Επιτροπής, θεσπίστηκε ένα Νομικό πλαίσιο για τον τουρισμό, του οποίου οι διατάξεις συμπεριλαμβάνονται στο Ευρωπαϊκό Σύνταγμα. Η θεσμική αναγνώριση των τομέων του τουρισμού και του αθλητισμού στο προσχέδιο της Ευρωπαϊκής Συνθήκης, αποτελεί ουσιώδες βήμα για την ολοκλήρωση των στόχων τους, ιδιαίτερα δε σε ό,τι αφορά στην προώθηση και ανάπτυξη της ευρωπαϊκής επιχειρηματικής ανταγωνιστικότητας των δυο τομέων.

iv. Ασφάλεια και Ολυμπιακή εκχειρία.

Τα επόμενα χρόνια θα είναι γεμάτα από αθλητικά γεγονότα και εκατομμύρια άτομα θα μετακινηθούν σε όλο το μήκος και πλάτος του πλανήτη. Κατά συνέπεια η ασφάλεια πρέπει να διέπει τόσο τις μετακινήσεις, όσο και την παραμονή των ατόμων στους χώρους διεξαγωγής αθλημάτων, δια μέσου της εφαρμογής κυρίως προληπτικών μέτρων. Για το λόγο αυτό η Γενική Συνέλευση των Ηνωμένων Εθνών αποφάσισε να εφαρμόζεται η Ολυμπιακή Εκχειρία, ατομικά και ομαδικά, στο παρόν και στο μέλλον για να υποστηριχθούν οι προσπάθειες της Διεθνούς Ολυμπιακής επιτροπής για την προώθηση της ειρήνης και των ανθρωπίνων δικαιωμάτων δια μέσου του αθλητικού και Ολυμπιακού Ιδεώδους.

v. Τουρισμός – Αθλητισμός – Εκπαίδευση

Στα πλαίσια της ανάπτυξης του αθλητισμού και του τουρισμού, πρέπει να περιλαμβάνεται η πολιτική της επαγγελματικής κατάρτισης και εκπαίδευσης. Τα ευρωπαϊκά εκπαιδευτικά ιδρύματα οφείλουν να αναπτύξουν διδακτικά προγράμματα, τα οποία αφενός θα συμβάλλουν στην ανάπτυξη των αναγκαίων δεξιοτήτων για την οργάνωση αθλητικών και τουριστικών δραστηριοτήτων και

αφετέρου θα λαμβάνουν υπόψη τους την κοινωνική ανάπτυξη, την αειφορία, την επικοινωνία και το μάρκετινγκ που αφορούν στον τουρισμό.

4.5 ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ

ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ

Η διοργάνωση μεγάλων αθλητικών γεγονότων έχει άμεσες και θετικές επιπτώσεις στην ξενοδοχειακή βιομηχανία της περιοχής όπου τελούνται. Μια έρευνα της εταιρίας Deloitte & Touche (HotelBenchmark Survey) έδειξε πως το αθλητικό γεγονός Commonwealth Games and Golf Open Championship συνέβαλε στην αύξηση της πληρότητας των βρετανικών ξενοδοχείων κατά 7% τον Ιούλιο του 2002 σε σχέση με τον Ιούνιο του 2002. Η μέση πληρότητα έφθασε το 75%. Παρατηρήθηκε επίσης αύξηση της μέσης τιμής των δωματίων κατά 0,9%. Οι αυξήσεις των παραπάνω δεικτών βρήκε τα ξενοδοχεία σε μια περίοδο πτώσης αφίξεως ξένων τουριστών.

Σύμφωνα με την ίδια έρευνα, το ίδιο φαινόμενο παρατηρήθηκε στις πόλεις Σεούλ και Τόκιο κατά την διεξαγωγή των αγώνων του παγκόσμιου πρωταθλήματος ποδοσφαίρου της FIFA. Τους 64 ποδοσφαιρικούς αγώνες παρακολούθησαν 1.6 εκατομμύρια άτομα εκ των οποίων οι 800.000 υπολογίζεται ότι προσήλθαν από χώρες εκτός Κορέας και Ιαπωνίας. Κατά τον μήνα Ιούνιο όπου διεξήχθησαν οι αγώνες, στις δυο πόλεις Σεούλ και Τόκιο παρατηρήθηκε αύξηση της μέσης τιμής των δωματίων κατά 44,7% και 23,2% αντίστοιχα. Έτσι η μέση τιμή δωματίου για το Τόκιο διαμορφώθηκε στα 213 \$ ΗΠΑ και στην Σεούλ 231 \$ ΗΠΑ, καθώς και ποσοστά πληρότητας 82% και 77% αντίστοιχα.

Με στοιχεία του 1997 η Αττική είχε περί τις 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 Αττική βρίσκεται μεταξύ της Βαρκελώνης και του Σύδνεϋ. Η Βαρκελώνη το 1992 είχε 52 ξενοδοχειακές μονάδες υψηλών κατηγοριών (5 & 4 αστέρων). Το Σύδνεϋ το 1996 είχε 67 μονάδες με 13 χιλιάδες δωμάτια. Η Αττική το 1997 είχε 60 ξενοδοχειακές μονάδες αντιστοίχων κατηγοριών. Υπογραμμίζουμε ότι οι αυξητικοί δείκτες λειτουργικότητας των ξενοδοχειακών μονάδων (ποσοτική ανάλυση) έχουν ως συνέπεια την **αύξηση της απασχόλησης στον κλάδο, την εκ νέου - επένδυσης κεφαλαίων, την αύξηση**

του κύκλου εργασιών των επιχειρήσεων, την συμβολή τους στην εισροή συναλλάγματος, καθώς και στο ποσοστό ΑΕΠ της χώρας.

ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ

Οι τουριστικές δραστηριότητες χαρακτηρίζονται ως εντάσεως εργασίας, διότι οι παραγωγικές τους διαδικασίες στηρίζονται στις προσφερόμενες υπηρεσίες των ανθρωπίνων πόρων που εμπλέκονται σε αυτές. Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού, όπως ο αθλητικός μπορούν να αποδειχθούν «σανίδα σωτηρίας» και «καταλύτης» σε περιόδους κρίσης, ένεκα της παρακινούμενης ζήτησης που δημιουργεί το αθλητικό γεγονός. Όπως προαναφέρθηκε, οι αθλητικές διοργανώσεις έχουν άμεση επίπτωση στην τουριστική απασχόληση. Έτσι στην περίπτωση του κορυφαίου για την χώρα μας αθλητικού γεγονότος που αποτέλεσαν οι Ολυμπιακοί Αγώνες του 2004, σύμφωνα με σχετική έρευνα του ΙΤΕΠ, η μέγιστη τιμή δημιουργίας θέσεων εργασίας συνέβη την χρονιά της τέλεσης των Αγώνων με την δημιουργία 81 χιλιάδων θέσεων εργασίας. Οι Ολυμπιακοί Αγώνες κατά την ίδια έρευνα δημιούργησαν 445 χιλιάδες θέσεις εργασίας για την περίοδο 1998 – 2011.

Τα στοιχεία που παραθέτει η FIA (Διεθνής Ομοσπονδία Αυτοκινήτου) και που αφορούν στην τέλεση του αγώνα F1 Grand Prix στο Μονακό το έτος 2000, αναφέρουν ότι οι επισκέπτες ένεκα του αθλητικού γεγονότος παραμένουν στην περιοχή για περισσότερο από μια ημέρα. Άλλοι μεταβαίνουν εκεί μια εβδομάδα πριν τον αγώνα. Τον χρόνο τους τον αξιοποιούν στον τουρισμό, την ψυχαγωγία και τις αγορές. Υπολογίζεται ότι για το χρονικό διάστημα της τέλεσης του αγώνα δημιουργούνται 25% επιπλέον θέσεις εργασίας σε παραγωγικούς τομείς, μεταξύ αυτών και στον τουρισμό.

Στους Ολυμπιακούς Αγώνες του Σύδνεϋ το έτος 2000, σύμφωνα με τα στοιχεία της Ολυμπιακής Επιτροπής, παρατηρήθηκε πως άλλαξαν οι δυνατότητες της περιοχής που έγινε μια από τις σημαντικότερες πόλεις τουριστικού προορισμού της συγκεκριμένης ηπείρου. Η αύξηση των ξενοδοχειακών καταλυμάτων, αλλά και άλλων επενδύσεων που αφορούσαν στις υπηρεσίες συνοδεύτηκε από την δημιουργία 1.500.000 νέων θέσεων εργασίας μειώνοντας αισθητά το ποσοστό ανεργίας. Ενώ τα αθλητικά γεγονότα δημιουργούν κυρίως προσωρινές θέσεις εργασίας, σε χώρες όπου οι αθλητικές και οι ψυχαγωγικές δραστηριότητες έχουν μόνιμο και επαναλαμβανόμενο χαρακτήρα (Αυστραλία, Καναδάς...) και υφίστανται δομές καταγραφής μόνιμως απασχολουμένων σε αυτές τις οικονομικές – παραγωγικές δραστηριότητες. Για παράδειγμα στην Αυστραλία το αρμόδιο για θέματα спор και ψυχαγωγία Υπουργικό Συμβούλιο, για το έτος 2000 κατέγραψε ότι 275.957 μόνιμες θέσεις εργασίας αφορούν στις εν λόγω δραστηριότητες.

Συμπερασματικά πρέπει να αναφέρουμε πως έστω και **προσωρινά, οι αθλητικές διοργανώσεις δημιουργούν παρακινούμενη απασχόληση στον τουρισμό, αλλά και σε άλλους παραγωγικούς κλάδους.** Παράλληλα όμως οφείλουμε να δεχθούμε και την άποψη των Arnold, Bishop, Hayles, Hatch(1986), οι οποίοι με αφορμή το Grand Prix F1 στην Αδελαΐδα της Αυστραλίας, το 1986, αποφαινόμενοι ότι ναι μεν παρατηρήθηκε παρακινούμενη ζήτηση εργατικού δυναμικού ένεκα του αγώνα, πολλές όμως επιχειρήσεις προτίμησαν την υπερωριακή απασχόληση του διαθέσιμου προσωπικού, παρά την πρόσληψη νέου.

4.6 Η ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΗ ΔΙΑΣΤΑΣΗ ΤΩΝ ΘΑΛΑΣΣΙΩΝ ΑΘΛΗΤΙΚΩΝ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ ΚΑΙ Η ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΡΟΩΝ

Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται η ανάπτυξη μιας μεγάλης ποικιλίας **ειδικών γεγονότων** που έχει αποτελέσει την κυρίαρχη στρατηγική πολλών τουριστικών πολιτικών με στόχο τη δημιουργία τουριστικών ροών. Η τακτική αυτή αποσκοπεί στη διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος ενός προορισμού ή στην αύξηση της επισκεψιμότητας ενός τουριστικού προορισμού σε περίοδο μη-αιχμής μέσω της δημιουργίας ενός νέου πόλου έλξης, ή στην ανάσχεση της συρρίκνωσης της τουριστικής ζήτησης.

Έχει διαπιστωθεί ότι πολλά ειδικά γεγονότα που **βασίζονται σε ναυτικά γεγονότα και συνδυάζονται με τον αθλητισμό** αποτελούν σημαντικούς τουριστικούς ελκτικούς πόρους. Πολλά από αυτά τα γεγονότα διοργανώνονται σε ετήσια βάση, συχνά σε διαφορετική περιοχή και προσελκύουν δεκάδες χιλιάδες τουρίστες, καθώς η «άθληση - θέαμα» (Λύτρας, 2002) αποτελεί δημοφιλή κοινωνική δραστηριότητα. Οι δραστηριότητες αυτές παίρνουν διάφορες μορφές όπως αγώνες μηχανοκίνητων σκαφών, αγώνες ερασιτεχνικής αλιείας, αγώνες κολύμβησης, αγώνες παραδοσιακών σκαφών κ.λπ.

Η διεθνής εμπειρία αποδεικνύει ότι είναι δυνατή, με πολλούς τρόπους, η αξιοποίηση της πολιτισμικής διάστασης των θαλάσσιων αθλητικών γεγονότων και η δημιουργία τουριστικών ροών. Μάλιστα, η ορθολογική αξιοποίηση ενδυναμώνει τη φιλία των λαών και συμβάλλει στην εδραίωση της ειρήνης.

Η χώρα μας με την πλούσια ναυτική παράδοση και ιστορία, μπορεί να αναπτύξει ανάλογες δράσεις. Σ' αυτό το εγχείρημα **βοηθούν η γεωγραφική θέση και η νησιωτικότητα της χώρας.** Απαιτείται όμως η συνδρομή φορέων τόσο του δημοσίου, όσο και του ιδιωτικού τομέα για τη διαμόρφωση κατάλληλης πολιτικής με σκοπό την αναβίωση ναυτικών πολιτιστικών – αθλητικών γεγονότων που θα καταστούν σημαντικοί τουριστικοί πόροι. Στην προσπάθεια αυτή σημαντικό ρόλο υποχρεούνται να έχουν οι Οργανισμοί Τοπικής Αυτοδιοίκησης και οι τοπικές κοινωνίες ως οι πλέον αρμόδιοι φορείς για την ορθολογική αξιοποίηση της τοπικής ναυτικής ιστορίας.

4.7 ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΟΙ ΠΙΝΑΚΕΣ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΟΥΣ ΟΛΥΜΠΙΑΚΟΥΣ ΑΓΩΝΕΣ 2004

ΑΦΙΞΕΙΣ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ ΑΠΟ ΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ ΚΑΤΑ ΥΠΗΚΟΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΜΕΣΟ ΤΑΞΙΔΙΟΥ

ΠΕΡΙΟΔΟΣ: *Αύγουστος 2004*

Κράτη υπηκοότητας αλλοδαπών	ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΩΣ	ΣΙΔ/ΚΩΣ	ΘΑΛΑΣΣΙΩΣ	ΟΔΙΚΩΣ	ΣΥΝΟΛΟ
ΚΡΑΤΗ ΕΥΡΩΠΗΣ	1.619.985	14.948	81.430	407.762	2.124.125
<i>από τα οποία:</i> - ΚΡΑΤΗ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗΣ ΕΝΩΣΗΣ	1.488.712	898	66.657	35.855	1.592.122
ΚΡΑΤΗ ΑΣΙΑΣ	56.771	473	11.766	42.386	111.396
ΚΡΑΤΗ ΑΦΡΙΚΗΣ	7.810	54	478	474	8.816
ΚΡΑΤΗ ΑΜΕΡΙΚΗΣ	33.710	293	4.322	3.097	41.422
ΚΡΑΤΗ ΩΚΕΑΝΙΑΣ	10.813	104	879	2.004	13.800
ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ	1.729.089	15.872	98.875	455.723	2.299.559

Πηγή : ΕΛ.ΣΤΑΤ.

ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ ΚΛΙΝΩΝ ΚΑΤΑ ΜΗΝΑ, (σε ξενοδοχεία και ομοειδή καταλύματα)

ΕΤΟΣ 2004

ΜΗΝΑΣ	ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ ΚΛΙΝΩΝ
Ιανουάριος	26,2
Φεβρουάριος	29,9
Μάρτιος	32,3
Απρίλιος	33,8
Μάιος	48,6
Ιούνιος	59,9
Ιούλιος	72,7
Αύγουστος	80,8
Σεπτέμβρης	65,9
Οκτώβριος	43,7
Νοέμβριος	27,7
Δεκέμβριος	28,4

Πηγή : ΕΛ.ΣΤΑΤ.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Σήμερα ο αθλητισμός και ο τουρισμός αποτελούν δύο μεγάλους κοινωνικούς θεσμούς, που έχουν σε πολλές περιπτώσεις άμεσες αλληλεπιδράσεις. Οι δύο αυτοί θεσμοί γιγαντώθηκαν ειδικότερα μετά το 1960 και αποτελούν σήμερα δύο κερδοφόρες βιομηχανίες που αποφέρουν τεράστια κέρδη. Ο συνδυασμός που προκύπτει από τις τουριστικές και τις αθλητικές δραστηριότητες και η ταύτιση του χρόνου των διακοπών με τον χρόνο της πραγματοποίησης των μεγάλων αθλητικών γεγονότων αποτέλεσαν τη γενεσιουργό αιτία του αθλητικού τουρισμού.

Ο Αθλητικός Τουρισμός παθιάζει και προσελκύει πολύ κόσμο, προσφέρει μοναδικές εμπειρίες όχι μόνο στους θεατές αλλά και στους συμμετέχοντες. Το άμεσο όφελος για ένα τόπο που διοργανώνει αγώνες είναι τα μετρητά ενώ το έμμεσο φαίνεται μετά από χρόνια αφού όλο και περισσότεροι επισκέπτες επισκέπτονται την περιοχή. Οι δραστηριότητες ελεύθερου χρόνου αποτελούν πηγή δημιουργίας και απασχόλησης. Τα **οικονομικά και κοινωνικά χαρακτηριστικά των ατόμων** των Δυτικών Κοινωνιών επηρεάζουν τις αποφάσεις τους και τον βαθμό ενασχόλησής τους με τις δραστηριότητες ελεύθερου χρόνου.

Η Ελλάδα διαθέτει τα απαραίτητα συγκριτικά πλεονεκτήματα και τις προοπτικές για την περαιτέρω ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού. Ο αθλητικός τουρισμός μπορεί να αναπτυχθεί συνδυαστικά με άλλες ήπιες μορφές τουρισμού όπως ο αγροτουρισμός, ο συνεδριακός τουρισμός, ο πολιτιστικός τουρισμός, κ.ά. Για την ανάπτυξη και ένταξη του αθλητικού τουρισμού, στο ευρύτερο φάσμα της τουριστικής πολιτικής, χρειάζεται **κατάλληλος σχεδιασμός, προβολή και διαφήμιση,** καθώς και **παραγωγικές επενδύσεις,** τόσο από πλευράς πολιτείας, όσο και από πλευράς ιδιωτών. Ο αθλητικός τουρισμός συμβάλλει στην ανάπτυξη των τουριστικών καταλυμάτων, στην δημιουργία νέων, καθώς και στην αύξηση της απασχόλησης.

Η εκπαίδευση σε θέματα αθλητικού τουρισμού πρέπει να εδραιωθεί και να προσαρμοσθεί στις εξελίξεις της εποχής, έτσι ώστε να έχουμε εξειδικευμένα άτομα και στελέχη τα οποία θα μπορούν να προσφέρουν αντίστοιχες ποιοτικές υπηρεσίες. Οι τουριστικές επιχειρήσεις οφείλουν να προσαρμόσουν το προϊόν τους ανάλογα με τις απαιτήσεις της ζήτησης. Οι τουριστικοί πράκτορες και οι tour operators θα μπορέσουν να δραστηριοποιηθούν στην προσφορά τουριστικών πακέτων αθλητικού τουρισμού, διευρύνοντας έτσι την γκάμα προσφοράς των τουριστικών τους προϊόντων.

Η διεκδίκηση μόνιμης διεξαγωγής από την χώρα μας περισσότερων διεθνών αθλητικών αγώνων, όπως π.χ. οι αγώνες της Φόρμουλα 1, εκτός του ότι θα έφερναν κάθε χρόνο τη χώρα μας στο διεθνές προσκήνιο, θα ενίσχυαν την ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού με όλες του τις θετικές επιπτώσεις.

Οι Ολυμπιακοί και Παρά-ολυμπιακοί Αγώνες του 2004 αποτέλεσαν σπουδαίες ευκαιρίες για την ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού στη χώρα μας, τόσο στη ζώνη του Λεκανοπεδίου, όσο και στην Περιφέρεια. Όλες αυτές οι μετακινήσεις αθλητών, συνοδών, φιλάθλων αποτέλεσαν μια πάρα πολύ σημαντική εν δυνάμει τουριστική αγορά προς όφελος των τουριστικών επιχειρήσεων, των επιχειρήσεων παροχής υπηρεσιών ενισχύοντας παράλληλα την αναπτυξιακή πορεία της ελληνικής οικονομίας.

Ο τουρισμός και ο αθλητισμός μπορούν να αναδειχθούν σε εργαστήρια για την ανάπτυξη, τις ανταλλαγές και το μοίρασμα των θετικών αξιών, εμπνευσμένα από τον σεβασμό για τους άλλους και κατευθυνόμενα προς μια αμοιβαία κατανόηση, ανοχή και αποδοχή. Το έργο και ο ρόλος αυτών των δραστηριοτήτων αποκτά ιδιαίτερη σημασία, στα πλαίσια της ευρωπαϊκής κοινωνίας, της οποίας η δυναμική έχει αυξητική τάση και χαρακτηρίζεται από βαθιές κοινωνικό-πολιτιστικές, γεωπολιτικές και τεχνολογικές αλλαγές.

Τελειώνοντας θα ήθελα να αναφέρω ότι **η Ελλάδα είναι ένας ποιοτικός τουριστικός προορισμός, ο οποίος ικανοποιεί τον αθλητικό επισκέπτη**, προσφέροντας ποικιλία αθλητικών γεγονότων και δραστηριοτήτων με υψηλές προδιαγραφές αθλητικών εγκαταστάσεων, διασφαλίζοντας παράλληλα την αειφόρο βελτίωση των συνθηκών ζωής των κατοίκων του προορισμού/υποδοχέα και με συνδυασμό τον Αθλητικό Τουρισμό που είναι ένα εργαλείο το οποίο αν χρησιμοποιηθεί σωστά μπορεί να αποφέρει μεγάλα κέρδη, νέες θέσεις εργασίας, ακόμη και να συνεισφέρει στην πολιτιστική κουλτούρα των ανθρώπων.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ – ΠΗΓΕΣ

ΕΛΛΗΝΟΓΛΩΣΣΗ

- Ακριβός, Χ., Σαλεσιώτης, Μ., 2007, *Τουρισμός, Εισαγωγικές Έννοιες, Τουριστική Συνείδηση, Τουριστική Συμπεριφορά*, Αθήνα: Εκδόσεις Interbooks.
- Βαρβαρέσος, Σ., 2000, *Τουρισμός, Έννοιες, Μεγέθη, Δομές* (2η έκδοση), Αθήνα: Εκδόσεις Προπομπός.
- Ηγουμενάκης, Ν. Κραβαρίτης, Κ., 2004, *Τουρισμός: Βασικές Έννοιες*, Αθήνα: Εκδόσεις Interbooks.
- Περικλής Ν. Λύτρας, 2008, *Δημόσιες Σχέσεις & Επικοινωνία στον Τουρισμό*, Αθήνα: Εκδόσεις Interbooks.
- Τσάρτας Π. , 1996, *Τουρίστες, Ταξίδια, Τόποι: Κοινωνιολογικές Προσεγγίσεις Στον Τουρισμό*, Εκδόσεις Εξάντας.
- Ελένη Γλύνια, Έρευνα, 2000, *Επιμελητές Βιβλίου : Μάριος Σωτηριάδης, Ιωάννα Φάρσαρη : Εναλλακτικές και Ειδικές Μορφές Τουρισμού*, Αθήνα, Κεφάλαιο 11 : Ποιότητα Υπηρεσιών και Φροντίδα Πελατών στις Εναλλακτικές και Ειδικές Μορφές Τουρισμού.
- Κοκκώσης Χ., Τσάρτας Π., 2001, *Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον*, Εκδόσεις Αθ. Σταμούλης.
- Κομίλης Π., 2001, *Οικοτουρισμός* , Εκδόσεις Προπομπός.
- Δρ. Δ. Τερζάκης, 2002, *Βιβλιογραφική Έρευνα, Αθλητικός Τουρισμός μια νέα έννοια – πρόκληση*.
- Λύτρας Π. , 2002, *Η Κοινωνία της Αναψυχής*, Αθήνα : Εκδόσεις Interbooks.

ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ

- Bramwell, B. , 2004, *Coastal Mass Tourism. Diversification and Sustainable Development in Southern Europe*. Clevedon: Channel View.
- J. Standeven and P. De Knop, 1999, *Sport Tourism Theory and Method*. Human Kinetics.
- C. Bastakis, D. Buhalis & R. Butler, 1995. *The perception of small and medium sized tourism accommodation providers on the impacts of the tour operators' power in Eastern Mediterranean*, Pergamon
- Gammon, S. & Robinson, T. (1997) *Sport and tourism: A conceptual framework*.
- Kurtzman . J. (1999) *Sports tourism categories*.
- Ross S. and Wall G., 1999, *Ecotourism : towards congruence between theory and practice*. Pergamon, Canada.

- Mowforth and Munt, 1998, Tourism Impacts, Planning and Management/ P. Mason.
- H. Briassoulis, 1992, Tourism and Environment, Kluwer Academic Publishers.
- D.A.Fennell, 2001, Ecotourism: An Introduction Rutledge.
- C.M. Hall, 2003, Managing Urban Tourism. Prentice Hall.
- D. Buhalis, 2003, eTourism : information Technology for Strategic Tourism Management, Person Education Limited.
- D. Buhalis and W. Schertler, 1999, Information and Communication Technologies in Tourism, Springer.
- E. Inskeep , 1991, Tourism planning : an integrated and sustainable development approach, New York : John Wiley Sons.
- E. Fredline , 2000, Host Community Reactions to Major Sporting Events : The Gold Coast Indy and the Australian Formula One Grand Prix in Melbourne, Griffith University.

ΔΙΑΔΥΚΤΙΟ

- <http://repository.edulll.gr/edulll/retrieve/3483/1046.pdf> Υπουργείο Εθν. Παιδείας και Θρησκευμάτων.
- www.sport-tourism.com Διεθνές Συμβούλιο Αθλητικού Τουρισμού – Ερευνητική Μονάδα Ελλάδος.
- <http://www.tovima.gr/finance/finance-business/article/?aid=351113> – Εφημερίδα «Το Βήμα».
- http://www.greektourism2020.gr/fileadmin/GreekTourism2020/gt2020_documents/oreksi_diavasma/100201Meleth.pdf - Πανεπιστήμιο Αιγαίου
- http://dspace.lib.uom.gr/bitstream/2159/2067/1/lampropoulos_georgopoulos_timitik_kobotis.pdf - Πανεπιστήμιο Πειραιά
- <http://touristikiekpaideysi.gr/index.php/articles/presentations/321-london.html?start=4> – Ενημερωτική Σελίδα
- <http://el.wikipedia.org> – Σελίδα Εγκυκλοπαιδικού Περιεχομένου
- http://tzoumerka-murgia.gr/site/index.php?option=com_content&view=article&id=113&Itemid=128&lang=el – Ενημερωτική Σελίδα
- http://traveldailynews.gr/pdf/SPORT_TOURISM_PRODUCT%20OF_GREECE.pdf - Ενημερωτική Σελίδα
- <http://circa.europa.eu/> - Ευρωπαϊκό site
- http://www.holidays-greece.gr/extremesports_gr.htm - Ενημερωτική Τουριστική Σελίδα
- <http://www.greeklinks.de/greeklinks/Athletismos/Athlemata/Extreme-Sports/> - Ενημερωτική Σελίδα
- <http://www.e-soccer.gr/afieromata/euro> - Ενημερωτική Σελίδα

- <http://www.e-soccer.gr/afieromata/mundial> - Ενημερωτική Σελίδα
- <http://www.athensclassicmarathon.gr/> - Κλασικός Μαραθώνιος Αθηνών
- <http://www.msfree.gr/> - Ενημερωτική Σελίδα
- http://www.pe.uth.gr/srm/images/stories/praktika_1oupsaexat.pdf - Πανελλήνιο Συνέδριο Αναψυχής, Ελεύθερου Χρόνου και Αθλητικού Τουρισμού
- <http://www.statistics.gr/portal/page/portal/ESYE/> - Ελληνική Στατιστική Υπηρεσία