

**ΑΝΩΤΑΤΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ
ΣΧΟΛΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ**

ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΦΟΙΤΗΤΗΣ: ΚΑΤΣΟΓΡΙΔΑΚΗΣ ΙΩΑΝΝΗΣ

ΗΡΑΚΛΕΙΟ 2005

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΜΕΡΟΣ ΠΡΩΤΟ : ΜΑΖΙΚΟΣ ΚΑΙ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

- 1.1 Περί μαζικού τουρισμού
- 1.2 Αναφορά στον εναλλακτικό τουρισμό και τις μορφές του
- 1.3 Διαφορές μεταξύ των συμβατικών μορφών τουρισμού (μαζικός) με τις ήπιες μορφές τουρισμού (εναλλακτικός τουρισμός).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

- 2.1 Αειφορία
- 2.2 Αειφόρος τουρισμός
- 2.3 Αειφόρος τουρισμός και φέρουσα ικανότητα
- 2.4 Επιπτώσεις εναλλακτικού τουρισμού
- 2.5 Επίλογος

ΜΕΡΟΣ ΔΕΥΤΕΡΟ : ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

- 3.1 Εισαγωγή
- 3.2 Αθλητικός τουρισμός ή τουριστικός αθλητισμός
- 3.3 Συνεργασία τουρισμού και αθλητισμού σε παγκόσμιο επίπεδο

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: Ο αθλητικός τουρισμός και η σχέση του με τις άλλες μορφές τουρισμού

- 4.1 Εισαγωγή
- 4.2 Θαλάσσιος αθλητικός τουρισμός
 - 4.2.1 Εισαγωγή
 - 4.2.2 Υπάρχουσα υποδομή στην Ελλάδα
 - 4.2.3 Οργάνωση αγώνων διαφήμιση
 - 4.2.4 Μορφές θαλάσσιου αθλητικού τουρισμού
 - 4.2.5 Επίλογος
- 4.3 Τουρισμός Υγείας
 - 4.3.1 Εισαγωγή
 - 4.3.2 Τουριστικά κέντρα υγείας
 - 4.3.3 Γενικό συμπέρασμα – Κατευθύνσεις πολιτικής
- 4.4 Ορειβατικός και Περιπατικός τουρισμός

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

5.1 Ο αθλητικός τουρισμός στα ξενοδοχεία

5.1.1 Τα ξενοδοχεία τύπου Club

5.1.2 Ξενοδοχεία παροχής υπηρεσιών υγείας και η σχέση τους με τον αθλητικό τουρισμό

5.1.3 Ξενοδοχεία οργανωτές σημαντικών αθλητικών γεγονότων

5.1.4 Ξενοδοχεία παροχής άριστων υπηρεσιών (διαμονής-διατροφής) και η σχέση με τον αθλητικό τουρισμό

5.2 Επίλογος

ΜΕΡΟΣ ΤΡΙΤΟ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: Πως αναπτύσσεται ο αθλητικός τουρισμός στην Κρήτη και τι προοπτικές υπάρχουν για περαιτέρω ανάπτυξη

6.1 Εισαγωγή

6.2 Ο Αθλητικός Τουρισμός στην Κρήτη

6.2.1 Η Ιστιοπλοΐα στη Κρήτη

6.2.2 Ο Καταδυτικός τουρισμός στην Κρήτη

6.2.3 Θαλάσσιο σκι και ιστιοσανίδα στην Κρήτη

6.2.4 Ο Ορειβατικός και Περιπατικός τουρισμός στην Κρήτη

6.2.5 Golf, μία διαφορετική μορφή αθλητικού τουρισμού στην Κρήτη

ΜΕΡΟΣ ΤΕΤΑΡΤΟ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

7.1 Marketing αθλητικού τουρισμού

7.1.1 Η τμηματοποίηση στον αθλητισμό

7.1.2 Η τιμολόγηση

7.1.3 Τόπος και εγκαταστάσεις

7.1.4 Η εικόνα της Ελλάδας και οι εγκαταστάσεις της

7.1.5 Η διαφήμιση στον αθλητικό τουρισμό

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8

8.1 Οι επιπτώσεις του αθλητικού τουρισμού

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9

9.1 Τελικά Συμπεράσματα – Κατευθύνσεις Πολιτικής

ΠΛΑΙΣΙΑ

Πλαίσιο 3.1 : Νέα ερευνητική μονάδα στο Τ.Ε.Ι. Κρήτης με τίτλο “ Διεθνές Συμβούλιο Αθλητικού Τουρισμού (S.T.I.C.-SPORT TOURISM INTERNATIONAL COUNCIL- Ερευνητική Μονάδα Ελλάδος. (R.U.-GR RESEARCH UNIT OF GREECE.)”

Πλαίσιο 3.3: Συνεργασία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού και της Διεθνούς Ολυμπιακής Επιτροπής.

Πλαίσιο 4.2.1: Odyssail Regatta, July August 2004

Πλαίσιο 5.1.2. : Royal Mare Thalasso και Candia Maris Thalasso, δύο ξενοδοχεία που έχουν αναπτύξει τουρισμό υγείας και αθλητικό τουρισμό ταυτόχρονα.

Πλαίσιο 5.1.3. : Σε διοργανώσεις ιππασίας και γκολφ στοχεύει το Πόρτο Καρράς.

Πλαίσιο 5.1.4. : Μελέτη περίπτωσης (Case Study) του ξενοδοχείου Pilot Beach.

Πλαίσιο 6.2.4: Το Ευρωπαϊκό μονοπάτι E4 στην Κρήτη

Πλαίσιο 6.2.5.α: Κάτοψη του γηπέδου golf της Χερσονήσου

Πλαίσιο 6.2.5.β: Αναφορά για το golf από τον Χρίστο Λόλα, πρόεδρο του ομίλου golf γλυφάδας

Πλαίσιο 8.1: Κερδοφόρα επιχείρηση πολλών δις. Δολαρίων ο αθλητικός τουρισμός.

ΜΕΡΟΣ ΠΡΩΤΟ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

1.1 Περί μαζικού τουρισμού

Μαζικός τουρισμός (mass tourism) είναι ο τουρισμός των μεγάλων αριθμών και αποτελεί την κυρίαρχη έκφραση της τουριστικής δραστηριότητας του αστικού πληθυσμού των ανεπτυγμένων χωρών.

Πολλοί μελετητές έχουν καταλήξει ότι ο μαζικός τουρισμός είναι ο κακός τουρισμός και αυτό γιατί η πλειοψηφία των αρνητικών συνεπειών της τουριστικής ανάπτυξης, προκύπτει από αυτόν. Η πιο σημαντική από αυτές εντοπίζεται στις στάσεις και αντιλήψεις του τοπικού πληθυσμού, ο οποίος χάνει σταδιακά την πολιτιστική και τοπική του ιδιαιτερότητα και αλλοτριώνεται σε μία μαζική ιδιομορφία.

Εννοιολογικά θα χαρακτηρίζαμε τον μαζικό τουρισμό ως απεχθή, αυτό όμως θα ήταν λάθος γιατί μέσω αυτού καθιερώθηκε η Ελλάδα ως παγκόσμιο τουριστικό θέρετρο. Αυτό ίσως να θεωρηθεί υπερβολή για αυτούς που πιστεύουν ότι η Ελλάδα δεν θα μπορούσε να ανταγωνιστεί τις γενέτειρες χώρες τουρισμού.

Ο μαζικός τουρισμός κατά καιρούς έχει χαρακτηριστεί από τους μελετητές ως σκληρός, απερίσκεπτος και επιθετικός, ανεξέλεγκτος και ασυντόνιστος, βραχυπρόθεσμος και το κυριότερο ευαίσθητος στην τιμή.

Όσον αφορά την τουριστική δραστηριότητα, στον μαζικό τουρισμό οι τουρίστες διακρίνονται για την ομαδικότητα στις διάφορες φάσεις της δραστηριότητας. Από την οργάνωση και εκτέλεση του ταξιδιού έως και την διαμονή στον τόπο προορισμού. Κατά την διάρκεια της παραμονής στη φιλοξενούμενη χώρα ο τουρίστας υποχρεούται να συμμορφωθεί με κάποιους κανόνες συμπεριφοράς και συμμετοχή σε δραστηριότητες οι οποίες να μην καλύπτουν τις ανάγκες για τις οποίες αποφάσισε να κάνει ένα ταξίδι. Το επιλέγει όμως παρόλο που είναι εν γνώσει του για λόγους κυρίως οικονομικούς.

Η βάση για την ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού είναι το G.I.T. (general inclusive tours) το οποίο προσφέρει αλληλοεξαρτώμενες και ολοκληρωμένες υπηρεσίες, που στην απλούστερη μορφή τους περιλαμβάνουν τον τόπο προορισμού, το μεταφορικό μέσο, το ξενοδοχείο ή κατάλυμα και την μετακίνηση του πελάτη στον προορισμό αυτό. Μέσω αυτού του συστήματος έχουν αναπτυχθεί πολλές χώρες όπως η Ισπανία, η Τυνησία, το Μαρόκο και φυσικά η Ελλάδα.

Ο μαζικός τουρισμός είναι πλέον δεδομένος και η Ελλάδα αποτελεί για την παγκόσμια κοινότητα ένα μαζικό τουριστικό προορισμό. Στόχος λοιπόν δεν πρέπει να είναι η κατάργησή του αλλά αν όχι η αύξηση του, τότε η διατήρησή του σε ένα επίπεδο τέτοιο που να καλύπτει τις ανάγκες των πελατών αυτών που έχουν ανάγκη από μαζικό τουρισμό. Τέτοιοι πελάτες υπάρχουν και αποτελούν το μεγαλύτερο κομμάτι της πίτας που λέγεται τουρίστες.

1.2 Αναφορά στον εναλλακτικό τουρισμό και τις μορφές του.

Πολλοί μελετητές έχουν προσπαθήσει κατά καιρούς να ορίσουν τον εναλλακτικό τουρισμό. Έτσι κάθε φορά που διαφοροποιούσαν κυρίως τα άτομα ή τις καταστάσεις προέκυπτε και ένας διαφορετικός ορισμός. Άλλοι πάλι πιστεύουν ότι κάθε άλλη μορφή τουρισμού πλην αυτή του μαζικού θεωρείτε εναλλακτική.

Είναι κοινά αποδεκτό ότι ο εναλλακτικός τουρισμός, ανεξάρτητα από ποια μορφή-όνομα θα πάρει, έχει ως στόχο την κοινωνική ισορροπία, την προστασία του περιβάλλοντος, την ενδογενή ανάπτυξη, την διατήρηση της πολιτιστικής πραγματικότητας και την οικονομική ευημερία.

Έτσι προκύπτουν οι παρακάτω μορφές εναλλακτικού τουρισμού:

- 1) Αγροτουρισμός
- 2) Πολιτιστικός Τουρισμός
- 3) Εκπαιδευτικός ή Μορφωτικός
- 4) Φυσιολατρικός- Περιπατητικός Τουρισμός
- 5) Τουρισμός τρίτης ηλικίας
- 6) Κοινωνικός τουρισμός
- 7) Θαλάσσιος τουρισμός
- 8) Αθλητικός τουρισμός
- 9) Τουρισμός Υγείας
- 10) Χειμερινός Τουρισμός
- 11) Συνεδριακός τουρισμός.

Το ότι έχουν ονομαστεί με βάση την κύρια δραστηριότητα οι διάφορες μορφές αυτό δεν προαπαιτεί και τον μεταξύ τους αποκλεισμό. Αυτό σημαίνει ότι ο συνδυασμός τους είναι καμιά φορά αναγκαίος. Ως παράδειγμα μπορούμε να αναφέρουμε τον συνδυασμό του τουρισμού υγείας με τον αθλητικό τουρισμό, όταν και οι δύο έχουν ως στόχο την πρόληψη κάποιων παθήσεων π.χ. καρδιαγγειακές παθήσεις.

Ο εναλλακτικός τουρισμός έχει αρχίσει τα τελευταία χρόνια να αναπτύσσεται στην Ελλάδα με στόχο την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, την ανάπτυξη της υπαίθρου, την προστασία του περιβάλλοντος και την διατήρηση των πολιτιστικών στοιχείων κάθε περιοχής.

Στην Ελλάδα περισσότερο έχει αναπτυχθεί ο Αγροτουρισμός με την βοήθεια του κράτους και της ευρωπαϊκής ένωσης χορηγώντας επιδοτήσεις για την αναπαλαίωση κτηρίων και την διατήρηση και μετατροπή παραδοσιακών οικιών σε διαμερίσματα φιλοξενίας.

Στην Ελλάδα λόγο γεωγραφικής θέσης, κλίματος και άλλων χαρακτηριστικών υπάρχει η δυνατότητα ανάπτυξης αρκετών μορφών τουρισμού. Αυτό που θεωρείται αναγκαίο όμως είναι η συνεργασία της κυβέρνησης και του αρμόδιου υπουργείου με την τοπική αυτοδιοίκηση και τις ενδιαφερόμενες επιχειρήσεις, ώστε με σωστό αναπτυξιακό σχεδιασμό να δημιουργήσουν, βιώσιμες επιχειρήσεις.

1.3 Διαφορές μεταξύ συμβατικών μορφών τουρισμού (μαζικός τουρισμός) με τις ήπιες μορφές τουρισμού (εναλλακτικός τουρισμός).

Ο μαζικός τουρισμός διαφέρει από τον εναλλακτικό στις αναπτυξιακές στρατηγικές, στο πλαίσιο πολιτικής και στις διαθέσεις του τουρίστα.

A) Αναπτυξιακές στρατηγικές

- Για την ανάπτυξη μίας περιοχής ή χώρας θεωρείται απαραίτητος ο σχεδιασμός. Στον εναλλακτικό τουρισμό η διαδικασία του σχεδιασμού ξεκινάει πριν από την ανάπτυξη. Αντίθετα στον μαζικό τουρισμό έχουμε γρήγορη και άναρχη ανάπτυξη χωρίς σχεδιασμό.

- Η συγκέντρωση της ανάπτυξης σε ορισμένες περιοχές, η συντήρηση του εδάφους, η συγκεντρωτική ανέγερση οικοδομών, η διατήρηση ελεύθερου χώρου και ο σεβασμός στην ιδιαίτερη αξία της κάθε τοποθεσίας είναι χαρακτηριστικά του εναλλακτικού τουρισμού τα οποία αντιτίθενται στον μαζικό όπου συναντάμε τυχαία και διάσπαρτη ανέγερση οικοδομημάτων και εντατική εκμετάλλευση της ιδιαίτερης αξίας κάθε τοποθεσίας.

- Η ανάθεση της τουριστικής ανάπτυξης σε εξωγενείς παράγοντες, η εγκατάλειψη των ζημιών στην κοινωνία, η απομάκρυνση των φυσικών φραγμών και ο γενικός αυτοματισμός των τουριστικών θέρετρων είναι χαρακτηριστικά του μαζικού τουρισμού που ο εναλλακτικός δεν παρουσιάζει λόγω της επιλεκτικής τεχνητής ανάπτυξης, της ενθάρρυνσης μη τεχνιτών τουριστικών προορισμών και της ευκαιρίας που δίνεται στον ντόπιο πληθυσμό για συμμετοχή στην λήψη των αποφάσεων.

B) Πλαίσιο πολιτικής

Η εξασφάλιση των συγκεντρωτικών αφίξεων και η πρόσληψη προσωπικού μη αποδεδειγμένων ικανοτήτων είναι η πολιτική που ακολουθεί ο μαζικός τουρισμός σε αντίθεση με τον εναλλακτικό ο οποίος επιδιώκει εναλλασσόμενες διακοπές και βελτίωση της εκπαίδευσης των ατόμων με υπεύθυνες θέσεις στον τουρισμό.

Γ) Διαθέσεις του τουρίστα

Το βασικότερο στην πώληση ενός προϊόντος ή μίας υπηρεσίας είναι η μελέτη της διάθεσης ή προτίμησης του πελάτη. Γι' αυτό το λόγο κρίνεται απαραίτητη η έρευνα των προτιμήσεων του τουρίστα. Στον μαζικό τουρισμό ο πελάτης δεν έχει αρκετό ελεύθερο χρόνο, το δρομολόγιό του είναι προσχεδιασμένο συνήθως από τον τουριστικό του πράκτορα, δεν επιθυμεί να μάθει την ιστορία και τον πολιτισμό του τόπου που έχει επισκεφθεί και το μόνο που τον ενδιαφέρει είναι η περιστασιακή διασκέδαση.

Αντίθετα όταν ένας τουρίστας επιλέγει να κάνει εναλλακτικό τουρισμό αυτό σημαίνει ότι επιθυμεί να δαπανήσει αρκετό από το εισόδημα του για να ζήσει μία εμπειρία που θα του προσφέρει γνώση και ψυχική ικανοποίηση.

Ο τουρίστας αυτός επιδιώκει μοναχικό ταξίδι ή ταξίδι με την οικογένειά του χρησιμοποιώντας τα μέσα μετακίνησης που αυτός αποφασίζει.

Εδώ ο τουρίστας δεν πιέζεται από τον χρόνο αντίθετα διαθέτει άφθονο. Γι' αυτό το λόγο και το δρομολόγιό του δεν είναι προσχεδιασμένο, όπως στο μαζικό τουρισμό, αλλά αυθόρμητο. Το ταξίδι στον μαζικό τουρισμό θα το χαρακτηρίζαμε ως άνετο ενώ στις διάφορες δραστηριότητες ο τουρίστας είναι απλώς θεατής. Αντίθετα στον εναλλακτικό τουρισμό ο τουρίστας εμφανίζεται ποιο δραστήριος στο ταξίδι του και έτοιμος να συμμετάσχει στις διάφορες δραστηριότητες που του προτείνονται.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

2.1 Αειφορία

Ορισμός: Αειφορία είναι η στρατηγική ανάπτυξης η οποία στοχεύει να διασφαλίσει την ικανοποίηση των αναπτυξιακών αναγκών μέσα στα υφιστάμενα βιοφυσικά όρια στη βάση της ελαχιστοποίησης των επιπτώσεων και της βιώσιμης διαχείρισης και εξοικονόμησης στην χρήση των φυσικών πόρων.

Απλούστερα, στόχος της αειφορικής ανάπτυξης είναι η διατήρηση ισορροπιών ανάμεσα στην οικονομική ανάπτυξη, την κοινωνική συνοχή και την προστασία του περιβάλλοντος.

Ο ορισμός που είναι γενικά αποδεκτός είναι αυτός της παγκόσμιας επιτροπής για το περιβάλλον και την ανάπτυξη (World Commission on Environment & Development – WCED). Κατ' αυτόν τον ορισμό αειφόρος ανάπτυξη είναι:

Η ανάπτυξη που καλύπτει τις παροντικές ανάγκες χωρίς να γίνονται συμβιβασμοί αναφορικά με την ικανότητα των μελλοντικών γενεών να καλύψουν τις ανάγκες τους. Είναι μία διαδικασία αλλαγής κατά την οποία η αξιοποίηση των πλουτοπαραγωγικών πόρων, η κατεύθυνση των επενδύσεων, ο προσανατολισμός της τεχνολογικής ανάπτυξης και οι θεσμικές αλλαγές βρίσκονται σε αρμονία και ανυψώνουν τις τρέχουσες και μελλοντικές δυνατότητες να ικανοποιηθούν οι ανθρώπινες ανάγκες και φιλοδοξίες.

Τρεις βασικές αρχές για την εφαρμογή της αειφόρου ανάπτυξης έθεσαν ως προϋπόθεση οι Mowforth και Munt:

1. Οικονομική αειφορία, σύμφωνα με την οποία πρέπει να εξασφαλισθεί ότι η ανάπτυξη είναι οικονομικά αποδοτική, συνεισφέρει στη βελτίωση του βιοτικού επιπέδου του ντόπιου πληθυσμού και στη διαχείριση των πλουτοπαραγωγικών πόρων, εξασφαλίζοντας τη μακροβιότητα και τη διατήρησή τους για τις μελλοντικές γενεές.
2. Οικολογική αειφορία, κατά την οποία η αναπτυξιακή διαδικασία πρέπει να βρίσκεται σε σύμπνοια με τους φυσικούς πόρους της κάθε περιοχής και την συντήρηση της οικολογίας της.
3. Κοινωνικο-πολιτιστική αειφορία με την ανάπτυξη να οδηγεί στην αύξηση του ελέγχου των πλουτοπαραγωγικών πόρων από τον ντόπιο πληθυσμό, συνεισφέροντας στην διατήρηση της κουλτούρας και του πολιτισμού, καθώς και στην ενδυνάμωση της ταυτότητας της κοινωνίας. (Mowforth & Munt 1998).

2.2 Αειφόρος τουρισμός

Σύμφωνα με τον Butler, αειφόρος τουρισμός είναι αυτός που αναπτύσσεται και διατηρείται σε μια περιοχή (κοινωνία, περιβάλλον) με τέτοιο τρόπο και σε τέτοια κλίμακα που να παραμένει βιώσιμος σε μία αόριστη περίοδο και που να μην υποβαθμίζει ή να μεταβάλλει το περιβάλλον (ανθρώπινο και φυσικό), μέσα στο οποίο λειτουργεί.

Ο ορισμός του Butler (1996) για τον αειφόρο τουρισμό έχει πολλά κοινά χαρακτηριστικά γνωρίσματα με την αειφόρο ανάπτυξη, κυρίως στο ότι ο τουρισμός πρέπει να συμβάλει στην ανάπτυξη και στην συντήρηση των πόρων που διαθέτει ένας τουριστικός προορισμός και ο τύπος και η κλίμακα του να εξασφαλίζουν μακροπρόθεσμη βιωσιμότητα.

Το συμβούλιο τουρισμού της Αγγλίας (English Tourist Board) έχει εξετάσει την αειφόρο τουριστική ανάπτυξη, ως μία υπάρχουσα σχέση μεταξύ τριών μεταβλητών του λειτουργικού περιβάλλοντος, ονομαστικά: τους τουρίστες, την κοινωνία υποδοχής των τουριστών και το περιβάλλον. Η σχέση αυτή είναι πολύπλοκη και δυναμική που περιέχει τόσο πλεονεκτήματα όσο και μειονεκτήματα στον προορισμό και στην ντόπια κοινωνία. Συνεπώς, μακροχρόνιος στόχος του αειφόρου τουρισμού είναι η διατήρηση μίας αρμονικής ισορροπίας μεταξύ αυτών των τριών μεταβλητών και η παράλληλη διασφάλιση της προστασίας των πόρων αυτών, που αποτελούν τον ακρογωνιαίο λίθο για την αειφόρο τουριστική ανάπτυξη.

2.3 Αειφόρος τουρισμός και φέρουσα ικανότητα

Στο πλαίσιο της αειφόρου τουριστικής ανάπτυξης η φέρουσα ικανότητα εκφράζεται ως: Η μέγιστη χρήση μίας τοποθεσίας χωρίς να προκαλούνται αρνητικές συνέπειες στους διαθέσιμους πόρους καθώς και να μην μειώνεται η ικανοποίηση των τουριστών ή να ασκούνται αρνητικές επιπτώσεις στην κοινωνία την οικονομία και τον πολιτισμό της κάθε τουριστικής περιοχής.

Είναι λοιπόν δυνατό η φέρουσα ικανότητα να θεωρηθεί ως το μέγιστο επίπεδο τουριστικής ανάπτυξης που μπορεί να δεχτεί μία περιοχή. Ως επί το πλείστον οι κοινότητες υποδοχής τουριστών είναι αυτές που πρέπει να αποφασίσουν τον αριθμό των τουριστών που μπορεί να απορροφήσει χωρίς να διασπαστεί η κοινωνική ζωή και να προκληθεί πολιτιστική και περιβαλλοντολογική υποβάθμιση.

2.4 Επιπτώσεις εναλλακτικού τουρισμού

Ο εναλλακτικός τουρισμός, όπως και ο μαζικός τουρισμός άλλωστε, επιφέρει επιπτώσεις στην οικονομία, στην κοινωνία, στο περιβάλλον και τον πολιτισμό της περιοχής που αναπτύσσεται.

Στην οικονομία αν το δούμε συγκριτικά με τον μαζικό τουρισμό τότε θα διαπιστώσουμε ότι ο μαζικός επιφέρει άμεσα πολλά κέρδη αλλά όχι μακροχρόνια. Αντίθετα στον εναλλακτικό τουρισμό τα κέρδη είναι μακροχρόνια και καταμερίζονται στο σύνολο της κοινωνίας.

Συγκεκριμένα οι οικονομικές επιπτώσεις του εναλλακτικού τουρισμού περιλαμβάνουν: την εισροή συναλλάγματος, την αύξηση των φορολογικών εσόδων για το κράτος, την δημιουργία θέσεων εργασίας όχι μόνο στα αστικά κέντρα αλλά και στην περιφέρεια και την περιφερειακή ανάπτυξη.

Οι κοινωνικές επιπτώσεις που μπορεί να επιφέρει ο εναλλακτικός τουρισμός είναι ελάχιστες σε σχέση με αυτές που επιφέρει ο μαζικός (αλκοολισμός, πορνεία, εγκληματικότητα). Ο εναλλακτικός τουρισμός λόγω του ότι είναι τουρισμός « των μικρών αριθμών» δεν μπορεί να δημιουργήσει μεγάλα προβλήματα σε κοινωνικό επίπεδο αφού η ντόπια κοινωνία επιβάλλεται σε αυτόν και όχι αυτός στην κοινωνία.

Ο τουρισμός συνδέεται άμεσα και με το περιβάλλον, το οποίο επηρεάζει ευθέως και επηρεάζεται από αυτό. Κάθε πρόοδος των εναλλακτικών μορφών τουρισμού έχει και θετικό αντίκτυπο στο περιβάλλον και στην διατήρηση του πλούτου της περιοχής. Όλες οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού είναι λίγο πολύ φιλικές προς το περιβάλλον. Ένα ακόμα όφελος είναι ότι σχεδόν όλοι οι φυσικοί χώροι που πραγματοποιούνται οι δραστηριότητες αυτές προστατεύονται διακριτικά με την ανάδειξη του φυσικού τοπίου, των παραδοσιακών οικισμών, την προστασία της χλωρίδας και της πανίδας της περιοχής συμβάλλοντας στο να διατηρούνται οι περιβαλλοντικές ισορροπίες.

Στον πολιτισμό οι επιπτώσεις ταυτίζονται με τον μαζικό και περιλαμβάνουν επιρροές στις τέχνες, στην χειροτεχνία, στα φεστιβάλ, στις εκδηλώσεις, στους χορούς και στη μουσική. Τα αποτελέσματα όμως ή ο σκοπός είναι διαφορετικά. Στον μεν μαζικό όλα γίνονται ανεξέλεγκτα και το αποτέλεσμα είναι η αλλοίωση των πολιτιστικών δραστηριοτήτων. Αντίθετα στον εναλλακτικό τουρισμό όλα γίνονται με σκοπό την γνώση, την ανταλλαγή ιδεών και την μετάδοση και διάδοση των τοπικών εθίμων.

2.5 Επίλογος

Με βάση τα παραπάνω κρίνεται αναγκαίο στην χώρα μας να αναπτύξουμε εναλλακτικές μορφές τουρισμού αφού διαθέτουμε αρκετά από τα προαπαιτούμενα στοιχεία όπως φυσικό κάλος, ενδιαφέροντα και άξια διάδοσης ήθη και έθιμα και το κυριότερο ιδανικές κλιματολογικές συνθήκες. Αυτό που θεωρείται αναγκαίο είναι συνεργασία των αρμόδιων προσώπων για να επιτύχουν σωστό σχεδιασμό ο οποίος θα επιφέρει βιώσιμες επιχειρήσεις μα μακροχρόνια κέρδη.

Η μορφή εκείνη που κατά την γνώμη μου έχει μεγάλες προοπτικές ανάπτυξης στην Ελλάδα είναι αυτή του αγροτουρισμού. Για την ανάπτυξη της θεωρείται απαραίτητη η ύπαρξη παραδοσιακών οικισμών οι οποίοι στην χώρα μας ποικίλουν.

Στην συγκεκριμένη μελέτη γίνεται μία προσπάθεια για την ανάλυση εκείνης της εναλλακτικής μορφής που λέγεται αθλητικός τουρισμός. Μετά και την άριστη οργάνωση των ολυμπιακών αγώνων η Ελλάδα διαθέτει ένα συγκριτικό πλεονέκτημα σε σχέση με τις ανταγωνίστριες χώρες που είτε έχουν αναπτύξει την μορφή αυτή, είτε επιδιώκουν να την αναπτύξουν.

ΜΕΡΟΣ ΔΕΥΤΕΡΟ : ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

3.1 Εισαγωγή

Κατά την περίοδο 1960 – 1970 σημειώνονται σημαντικές εξελικτικές αλλαγές στον τουρισμό και στον αθλητισμό. Έτσι το 1970 δεν άργησε να έρθει ο συνδυασμός τους και η χρήση του όρου *αθλητικός τουρισμός* με σκοπό την περιγραφή μιας ειδικής μορφής τουρισμού που θα συνδύαζε και την αθλητική δραστηριότητα.

Συνδυάζοντας λοιπόν δύο από τις πλέον δημοφιλείς δραστηριότητες, ο αθλητικός τουρισμός κατάφερε να προσελκύσει σημαντικό αριθμό ενδιαφερομένων αποκτώντας την αντίστοιχη οικονομική, κοινωνική και πολιτιστική σημασία.

Οι παραγωγοί της τουριστικής βιομηχανίας διακρίνοντας την αναγκαιότητα αλλαγής της τουριστικής ταυτότητας, αναζητούν νέους τομείς επέκτασης των δραστηριοτήτων τους. Διακρίνουν νωρίς τα οικονομικά οφέλη του αθλητικού τουρισμού όπως:

A) Ο γοργός ρυθμός ανάπτυξης

B) Οι μεγάλες δυνατότητες εξέλιξης

Γ) Το ιδιαίτερο ενδιαφέρον που δημιουργεί σε όλους τους εμπλεκόμενους στο τουριστικό κύκλωμα, παραγωγούς και καταναλωτές, και προχωρούν σε σημαντικές επενδύσεις.

Κατά τους Gammon and Robinson οι λόγοι της ραγδαίας ανάπτυξης του αθλητικού τουρισμού είναι:

1. Η δημοτικότητα των εθνικών και διεθνών αθλητικών γεγονότων και εκδηλώσεων .
2. Η διεθνής κατανόηση της αθλητικής δραστηριότητας ως μέσο προαγωγής της υγείας.
3. Οργανωμένη προσφορά αθλητικών εκδηλώσεων παγκοσμίως.
4. Σημαντικό μέσο σύσφιξης σχέσεων των λαών και άσκησης εξωτερικής πολιτικής.
5. Οι άνθρωποι που ασχολούνται με τον αθλητισμό είναι ποιο ευέλικτοι στις μετακινήσεις και την επικοινωνία τους εξαιτίας της τεχνολογικής εξέλιξης.

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, έχει ως αποτέλεσμα την δημιουργία Διεθνούς Συμβουλίου Αθλητικού Τουρισμού (Sports Tourism International Council) και της αντίστοιχης ερευνητικής μονάδας της Ελλάδας (Sports Tourism International Council – Research Unit of Greece), την έκδοση επιστημονικών περιοδικών όπως το Journal of sports tourism, την έκδοση συγγραμμάτων που αφορούν τον αθλητικό τουρισμό (το πρώτο σύγγραμμα που αφορούσε τον αθλητικό τουρισμό ήταν των Standeven and Deknor, 1999), οργάνωση διεθνών συνεδρίων με θέμα τον αθλητικό τουρισμό και τέλος την δημιουργία προπτυχιακών και μεταπτυχιακών προγραμμάτων.

Πλαίσιο 3.1 : Νέα ερευνητική μονάδα στο Τ.Ε.Ι. Κρήτης με τίτλο “ Διεθνές Συμβούλιο Αθλητικού Τουρισμού (S.T.I.C.-SPORT TOURISM INTERNATIONAL COUNCIL- Ερευνητική Μονάδα Ελλάδος. (R.U.-GR RESEARCH UNIT OF GREECE.)”

Μία νέα ερευνητική μονάδα με τίτλο “ Διεθνές Συμβούλιο Αθλητικού Τουρισμού – Ερευνητική Μονάδα Ελλάδος” δημιουργήθηκε στο Τ.Ε.Ι. Κρήτης, μετά την επικύρωση της συμφωνίας συνεργασίας-προσχώρησης της μονάδας στο Συμβούλιο. Πρόκειται για την τρίτη ερευνητική μονάδα στον κόσμο για το Διεθνές Συμβούλιο Αθλητικού Τουρισμού (οι άλλες δύο βρίσκονται στον Καναδά και στην Ινδονησία).

Ο κύριος σκοπός της Ερευνητικής Μονάδας Ελλάδος είναι η ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού ως πεδίο ερευνητικής, ακαδημαϊκής, επαγγελματικής και επιχειρηματικής ενασχόλησης.

Επιμέρους στόχοι της Μονάδας, σύμφωνα με τους στόχους του Διεθνούς Συμβουλίου Αθλητικού Τουρισμού, είναι:

- ▶ Η ενασχόληση με πάσης φύσης ερευνητικά προγράμματα και μελέτες που εμπίπτουν στο γνωστικό πεδίο του αθλητικού τουρισμού και που μπορεί όμως να σχετίζονται και με παρεμφερή γνωστικά αντικείμενα.
- ▶ Η ανάπτυξη και διεξαγωγή έργων και μελετών συμβουλευτικού χαρακτήρα.
- ▶ Η ανάπτυξη και εφαρμογή προγραμμάτων εκπαίδευσης σε επίπεδο προπτυχιακό καθώς και μεταπτυχιακό, είτε αυτόνομα είτε σε συνεργασία με εκπαιδευτικά ιδρύματα της Ελλάδας και του εξωτερικού.
- ▶ Η ανάπτυξη και εφαρμογή προγραμμάτων κατάρτισης, σε συνεργασία με αντίστοιχους φορείς της Ελλάδας και του εξωτερικού.
- ▶ Η ανάληψη και εκτέλεση προγραμμάτων που προέρχονται από την Ευρωπαϊκή Ένωση και φορείς του δημόσιου και ιδιωτικού τομέα και άπτονται του γνωστικού αντικειμένου του αθλητικού τουρισμού. Τέτοια προγράμματα μπορεί να αφορούν και τους Ολυμπιακούς Αγώνες. Επίσης, η ανάληψη τέτοιων προγραμμάτων μπορεί να υλοποιηθεί σε συνεργασία με το Διεθνές Συμβούλιο Αθλητικού Τουρισμού και τις άλλες ερευνητικές μονάδες.

Πηγή: Θεωρήτης Κουμέλης, traveldailynews.gr

3.2 Αθλητικός Τουρισμός ή τουριστικός αθλητισμός.

Για την μελέτη του αθλητικού τουρισμού είναι αναγκαία η μελέτη της παραμέτρου αθλητισμός ώστε το τελικό προϊόν να απευθύνεται στους καταναλωτές-στόχο (target group) και όχι στο σύνολο της αγοράς που εδώ είναι οι τουρίστες (τεχνική marketing).

Ποιο 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, στην φυσική δηλαδή συμμετοχή του ατόμου σε αθλητικές δραστηριότητες και στην παρακολούθηση κάποιων αθλητικών δραστηριοτήτων είτε ζωντανά, είτε μέσω ραδιοτηλεοπτικών μέσων. Στην περίπτωση του αθλητικού τουρισμού τόσο ο ενεργητικός όσο και ο παθητικός είναι σημαντικές μορφές σε αντίθεση με την περίπτωση προαγωγής υγείας όπου κύριο ενδιαφέρον παρουσιάζει η ευεργετική συμμετοχή των ατόμων σε φυσικές δραστηριότητες.

Οι Standeven and Dekpor (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 την μελέτη του αθλητικού τουρισμού είναι αρκετή η διάκριση μεταξύ επαγγελματικού τουρισμού και τουρισμού διακοπών. Οι ίδιοι ορίζουν την έννοια αθλητικού τουρισμού ως όλες τις μορφές ενεργητικής και παθητικής ανάμιξης σε αθλητικές δραστηριότητες όπου η συμμετοχή είναι τυχαία η οργανωμένη και γίνεται για επαγγελματικούς ή μη λόγους με προϋπόθεση τη μετακίνηση μακριά από τον τόπο διαμονής και εργασίας.

Οι Gammon and Robinson (1999) διακρίνουν δύο 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.

A. Αθλητικός Τουρισμός: Περιλαμβάνει άτομα ή ομάδες που συμμετέχουν ενεργητικά ή παθητικά σε ανταγωνιστικές ή μη, αθλητικές δραστηριότητες κατά την διάρκεια μετακίνησης του 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 το ρόλο της ενίσχυσης της συνολικής εμπειρίας.

1. Στενός ορισμός: περιλαμβάνει τον αθλητικό τουρίστα που παρακολουθεί ή συμμετέχει σε ένα ανταγωνιστικό αθλητικό γεγονός. Π.χ. Ολυμπιακοί Αγώνες.
2. Ευρύς ορισμός: περιλαμβάνει άτομα που ταξιδεύουν για να συμμετάσχουν σε δραστηριότητες αθλητικής αναψυχής π.χ. Golf, ski, περπάτημα.

B. 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 αποτελεί σημαντικό κομμάτι της σχέσης τουρισμού-αθλητισμού.

1. *Στενός ορισμός:* περιλαμβάνει ανθρώπους που ταξιδεύουν και ο αθλητισμός λειτουργεί ως δευτερεύον κίνητρο της μετακίνησης. Παραδείγματα αυτής της κατηγορίας αποτελούν οι πελάτες των club Hotels π.χ. Robinson, Aldiana, Center Parks.
2. *Ευρύς ορισμός:* περιλαμβάνει άτομα τα οποία συμμετέχουν σε αθλητικές δραστηριότητες σε εντελώς τυχαία ή περιστασιακή βάση κατά την διάρκεια των διακοπών τους. Στην κατηγορία αυτή ανήκουν οι πελάτες των ξενοδοχείων κλασσικού τύπου οι οποίοι συμμετέχουν στις δραστηριότητες της animation.

Οι Standeven and Deknop (1999) αποδέχονται το διαχωρισμό των Gammon and Robinson (1999) στο θεωρητικό τους μοντέλο κάνοντας όμως τη διάκριση του αθλητικού τουρισμού σε επαγγελματικό και διακοπών και παράλληλα σε ενεργητικό και παθητικό.

A. Επαγγελματικός Αθλητικός Τουρισμός:

1. Ενεργητική συμμετοχή π.χ. αθλητές που συμμετέχουν στους Ολυμπιακούς Αγώνες.
2. Παθητική συμμετοχή π.χ. δημοσιογράφοι που καλύπτουν τους Ολυμπιακούς αγώνες.

B. Αθλητικός Τουρισμός Διακοπών :

1. *Παθητική μορφή:* α) Τυχαίος παρατηρητής, που ορίζεται ως οι θεατές που παρακολουθούν το γεγονός χωρίς να το έχουν προσχεδιάσει, π.χ. ένας τουρίστας που επισκέπτεται την Αθήνα και αποφασίζει να παρακολουθήσει έναν αγώνα παγκοσμίου πρωταθλήματος Βόλεϊ. β) Συνειδητοποιημένος παρατηρητής, ορίζεται ως ο παρατηρητής που σχεδιάζει το ταξίδι του με βάση το αθλητικό γεγονός που συμμετέχει παθητικά αλλά συμμετέχει σε βάθος.
2. *Ενεργητική μορφή :* α) Αθλητικές δραστηριότητες διακοπών και β) Διακοπές αθλητικής δραστηριότητας.

Ο Kurtzman (1999) βοηθάει σημαντικά στην κατανόηση των εκφάνσεων του αθλητικού τουρισμού με χειροπιαστά παραδείγματα. Βλέπει τον αθλητικό τουρισμό από μία άλλη οπτική γωνία, εξετάζοντάς τον όχι από τη σκοπιά του αθλητικού επισκέπτη αλλά από τη σκοπιά του αθλητικού γεγονότος. Έτσι διακρίνει πέντε κατηγορίες:

1. Γεγονότα-εκδηλώσεις (events) αθλητικού τουρισμού π.χ. Ολυμπιακοί αγώνες, διεθνή τουρνουά, παγκόσμια πρωταθλήματα κ.λ.π.
2. Αθλητικές-τουριστικές ατραξιόν π.χ. αθλητικά μουσεία, επιδείξεις, σεμινάρια, συνέδρια κ.λ.π.
3. Tours αθλητικού τουρισμού π.χ. περπάτημα, σπηλαιολογία, σαφάρι.
4. Θέρετρα αθλητικού τουρισμού π.χ. γκολφ, κέντρα καταδύσεων.
5. Κρουαζιέρες αθλητικού τουρισμού όπως για παράδειγμα κρουαζιέρα επίσκεψης προορισμού με αθλητικές εγκαταστάσεις.

3.3 Συνεργασία τουρισμού και αθλητισμού σε παγκόσμιο επίπεδο

Μελετώντας τους στόχους που θέτει ο τουρισμός και ο αθλητισμός θα εντοπίσουμε ότι αρκετοί είναι κοινοί όπως:

A) Το χτίσιμο γεφυρών κατανόησης μεταξύ των διαφορετικών πολιτισμών, των τρόπων ζωής και των παραδόσεων.

B) Την διασφάλιση της ειρήνης μεταξύ των εθνών.

Γ) Την κινητοποίηση των νέων ανθρώπων και η παροχή διασκέδασης, ώστε να ανακουφίζονται από την καθημερινή πίεση της ζωής.

Ο αθλητισμός σαν επαγγελματική δραστηριότητα περιλαμβάνει ένα σεβαστό αριθμό ταξιδιών που πραγματοποιούνται τόσο για προπονήσεις όσο και για διαγωνισμούς σε διάφορους προορισμούς. Η πλειονότητα των αθλητικών εκδηλώσεων, όπως για παράδειγμα οι Ολυμπιακοί Αγώνες, τα πρωταθλήματα ποδοσφαίρου και οι αγώνες αυτοκινήτων έχουν γίνει από μόνα τους μεγάλα τουριστικά εκθέματα, μεγεθύνοντας κατ' αυτό τον τρόπο το τουριστικό προϊόν ενός προορισμού. Τόσο ο αθλητισμός όσο και ο τουρισμός αποτελούν και οι δύο μαζί ισχυρές δυνάμεις για την ανάπτυξη και την επένδυση στο χώρο των υποδομών μίας χώρας, όπως αεροδρόμια, δρόμοι, στάδια, ξενοδοχεία και εστιατόρια, που μπορούν να χρησιμοποιηθούν όχι μόνο από τους ντόπιους αλλά και από τους επισκέπτες-τουρίστες που θα θέλουν να τα χρησιμοποιήσουν .

Αυτές οι δύο ωφέλιμες βιομηχανίες τουρισμού και αθλητισμού θα αποτελέσουν το έναυσμα για οικονομική ανάπτυξη, για δημιουργία νέων θέσεων εργασίας και την δημιουργία νέων εσόδων.

Τόσο ο τουρισμός όσο και ο αθλητισμός είναι δραστηριότητες, με τις οποίες οι άνθρωποι έρχονται κοντά και αναπτύσσουν ισχυρές διαπροσωπικές σχέσεις. Με αυτό τον τρόπο κάνουν τον κόσμο μικρότερο και οι άνθρωποι μαθαίνουν ο ένας από τον άλλο στοιχεία που αφορούν τόσο τον πολιτισμό του ενός, όσο και τον τρόπο ζωής του άλλου, προσπαθώντας να επιτευχθεί έτσι μία παγκόσμια ειρήνη.

Πλαίσιο 3.3: Συνεργασία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού και της Διεθνούς Ολυμπιακής Επιτροπής.

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (World Tourism Organization) και η Διεθνής Ολυμπιακή Επιτροπή (Δ.Ο.Ε.), ανακοίνωσαν την δέσμευσή τους να ενισχύσουν τις συνεργασίες τους.

Για αυτό το λόγο προσκαλούν όχι μόνο τα κράτη-μέλη, αλλά και τα υπόλοιπα, όπως επίσης και τις Εθνικές Ολυμπιακές Επιτροπές, τους Διεθνείς Οργανισμούς και τις αρμόδιες Οργανωτικές Επιτροπές για τους Ολυμπιακούς Αγώνες να βοηθήσουν σε αυτή την προσπάθεια συνεργασίας του τουρισμού με τον αθλητισμό για να χτίσουν όλοι μαζί μια καλύτερη κοινωνία.

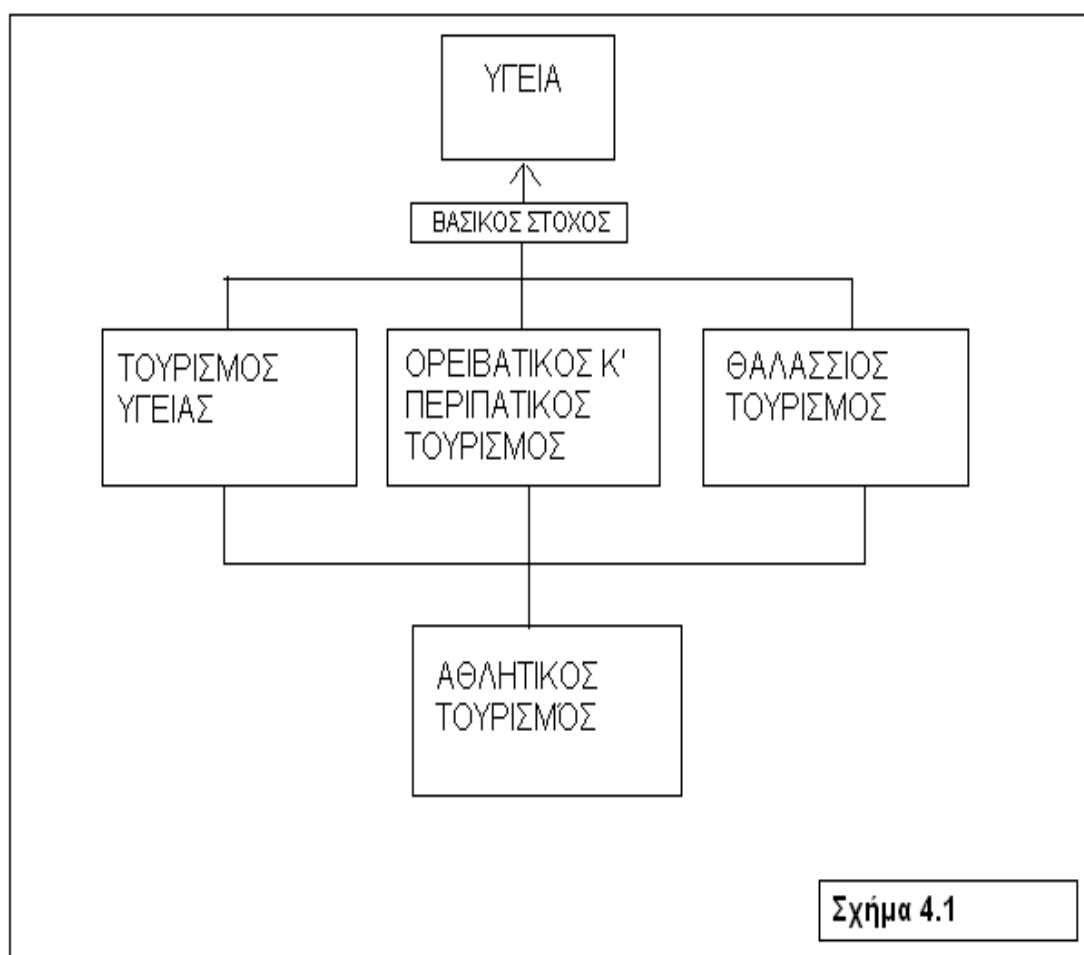
Πηγή: Θεωρήσης Κουμέλης, traveldailynews.gr

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: Ο ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ Η ΣΧΕΣΗ ΤΟΥ ΜΕ ΤΙΣ ΑΛΛΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

4.1 Εισαγωγή

Ο αθλητικός τουρισμός μπορεί να θεωρηθεί μία ανεξάρτητη μορφή τουρισμού που περιλαμβάνει όλα όσα αναφέρονται παραπάνω. Ταυτόχρονα όμως μπορεί να θεωρηθεί και ως ο κορμός για την ανάπτυξη διαφορετικών μορφών τουρισμού που σαν βασική ιδέα έχουν την σωματική άσκηση, τον καλλωπισμό, την υγεία και ευεξία, την γνώση και την περιπέτεια.

Τέτοιες μορφές είναι: α) ο θαλάσσιος τουρισμός, β) ο τουρισμός υγείας, γ) ο ορειβατικός και περιπατικός τουρισμός και δ) ο αγροτουρισμός. Τις τέσσερις αυτές «διαφορετικές» μορφές αν τις συγκρίνουμε με τον αθλητικό τουρισμό αλλά και μεταξύ τους θα καταλήξουμε στο συμπέρασμα ότι όλες σαν σκοπό έχουν την ψυχική και σωματική υγεία του ανθρώπου. (σχήμα 5.1)



Παρακάτω αναλύονται οι σχέσεις των μορφών αυτών με τον αθλητικό τουρισμό. Σε ποια σημεία της Ελλάδας έχουν αναπτυχθεί και με ποιο τρόπο, τι δυνατότητες υπάρχουν για περαιτέρω ανάπτυξή τους, τι επιπτώσεις έχουν στις τοπικές κοινωνίες, το περιβάλλον και την οικονομία.

4.2 Θαλάσσιος αθλητικός τουρισμός

4.2.1. Εισαγωγή

Η γεωγραφική δομή του Ελλαδικού χώρου, η ναυτική μας κληρονομιά και παράδοση, η δύναμη των 3.500 νησιών μας, αλλά παράλληλα και οι ιδανικές κλιματολογικές συνθήκες, δίνουν ένα συγκριτικό πλεονέκτημα, σε σχέση με τις υπόλοιπες χώρες της Μεσογείου, στην Ελλάδα ώστε να αναπτύξει τον θαλάσσιο τουρισμό.

Στην αγορά εργασίας ο θαλάσσιος τουρισμός παίρνει διάφορες ονομασίες όπως επαγγελματικό γιότινγκ (yachting) ή απλά γιότινγκ. Το Αιγαίο θεωρείται ο απόλυτος προορισμός γιότινγκ. Πουθενά αλλού στον κόσμο δεν βρίσκει κανείς συγκεντρωμένα 3.500 νησιά, εντελώς διαφορετικά το ένα από το άλλο και σε μικρή απόσταση μεταξύ τους.

Αν και δεν είναι ευρέως γνωστό, το επαγγελματικό γιότινγκ αποτελεί ελληνική «πατέντα», αφού ξεκίνησε με τον νόμο 438/76 (επί υπουργίας Αλ. Παπαδόγκονα). Ήταν η πρώτη φορά που ένας νόμος προέβλεπε ότι ένα σκάφος αναψυχής μπορεί να αποτελέσει επαγγελματικό εργαλείο. Με τον τρόπο αυτό οι ιδιοκτήτες σκαφών αναψυχής κατάφεραν να μειώσουν τη φορολογία, αποκομίζοντας αρκετά έσοδα από την ενοικίαση του σκάφους κάποιες περιόδους του χρόνου, ενώ όλο το υπόλοιπο διάστημα είχαν στην διάθεσή τους το σκάφος ως ιδιωτικής χρήσης γιοστ.

Γρήγορα διαπιστώθηκε ότι το είδος αυτό του θαλάσσιου τουρισμού είχε τεράστιες δυνατότητες ανάπτυξης καθώς η ευρύτερη περιοχή που περιλαμβάνει τις Δαλματικές ακτές, τα νησιά Ιονίου και του Αιγαίου μέχρι τα μικρασιατικά παράλια αποτελεί το καλύτερο σημείο για τουρισμό με σκάφος. Η Ελλάδα ιδιαίτερα, θεωρείται το «φιλέτο» αυτής της χρυσοφόρας περιοχής.

Το επαγγελματικό γιότινγκ υποδιαιρείται σε τρία επιμέρους «προϊόντα»:α) Πρόκειται για τον θαλάσσιο τουρισμό που χρησιμοποιεί σκάφη χωρίς πλήρωμα (bare boats) δηλαδή τα γνωστά ιστιοπλοϊκά, β) τα σκάφη με πλήρωμα και γ) τις φλοτίλες (flotillas) δηλαδή μικρούς στολίσκους σκαφών (ή θαλάσσια караβάνια).

Από τα τρία παραπάνω προϊόντα μόνο η ιστιοπλοΐα μπορεί να θεωρηθεί ως θαλάσσιος αθλητικός τουρισμός. Η ιστιοπλοΐα μπορεί να χαρακτηριζόταν έτσι γιατί συνδέει την σωματική άσκηση και ενδυνάμωση με την μετακίνηση σε ένα τόπο με σκοπό είτε την συμμετοχή σε ιστιοπλοϊκούς αγώνες, είτε τις διακοπές.

Στην Ευρώπη η διοργάνωση ιστιοπλοϊκών αγώνων έχει πάρει μεγάλη διάσταση. Κάθε χρόνο εκτός από το Παγκόσμιο Πρωτάθλημα Ιστιοπλοΐας και το Ευρωπαϊκό πρωτάθλημα Ιστιοπλοΐας διοργανώνονται αγώνες από μεγάλες εταιρείες κατασκευής ιστιοπλοϊκών σκαφών με σκοπό την διαφήμιση των σκαφών τους. Αγώνες επίσης διοργανώνονται από ομάδες ή ναυτικούς ομίλους με σκοπό την διάδοση του αθλήματος. Εκτός από αγώνες οργανώνονται κατά καιρούς από ομάδες «ιστορικά» ταξίδια ακολουθώντας πορείες θαλασσοπόρων όπως του Οδυσσέα. Στα λιμάνια ή τις μαρίνες που φιλοξενούν τα σκάφη και τα πληρώματά τους οι δήμοι και οι νομαρχίες οργανώνουν εκδηλώσεις με σκοπό τόσο την ψυχαγωγία και διασκέδαση των αθλητών όσο και την διαφήμιση της περιοχής και των προϊόντων που παράγει.

Πλαίσιο 4.2.1.: Odysail Regatta, July-August 2004

Το Odysail είναι ένα διεθνές πολιτιστικό και αθλητικό γεγονός που πραγματοποιήθηκε στην Μεσόγειο από τις αρχές Ιουλίου έως τις 11 Αυγούστου του 2004, με σημείο τερματισμού την διοργανώτρια των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004 Αθήνα.

Το Odysail ακολούθησε την διαδρομή του Οδυσσέα. Ξεκίνησε από μεγάλα λιμάνια της Μεσογείου με κατεύθυνση συγκεκριμένα σημεία (meeting points) στην Ελλάδα. Τα λιμάνια από όπου πέρασαν τα πλοία επιλέχθηκαν ανάμεσα σε αυτά που πιστεύουν ότι πέρασε ο Οδυσσέας κατά την επιστροφή του από την πόλη της Τροίας στο νησί της Ιθάκης.

Η Regatta έμεινε στην Κρήτη περίπου μία εβδομάδα. Κατά την διάρκεια της εβδομάδας αυτής έλαβε χώρα το Ανοιχτό πρωτάθλημα Μεσογείου (Open Mediterranean Championship).

Ο τελικός αγώνας ήταν από τον Άγιο Νικόλαο στο Ναύπλιο, όπου όλος ο στόλος των πλοίων τερμάτισε.

Το Odysail τελείωσε στις 12 Αυγούστου του 2004 στην Αθήνα, μία μέρα πριν την τελετή έναρξης των Ολυμπιακών αγώνων.

Κατά την διάρκεια του Odysail, σε κάθε λιμάνι που φιλοξενούνταν τα γιοι οι τοπικοί δήμοι και νομαρχίες οργάνωσαν εκπαιδευτικά και ψυχαγωγικά events.

Στον Άγιο Νικόλαο ένα πολιτιστικό χωριό δημιουργήθηκε. Το Ελληνικό υπουργείο πολιτισμού και το Barcelona Forum 2004 αλλά και άλλες αρχές υποστήριξαν το event. Οι περισσότερες ναυτικές ομοσπονδίες και τα ποιο φημισμένα ναυτικά κλαμπ (sailing clubs) υποστήριξαν και βοήθησαν στην οργάνωση του event.

4.2.2. Υπάρχουσα υποδομή στην Ελλάδα

Αυτό που συμβαίνει τα τελευταία χρόνια και για το οποίο διαμαρτύρονται έντονα προς τις ελληνικές κυβερνήσεις οι επιχειρηματίες του κλάδου είναι η καθυστέρηση της δημιουργίας των απαιτούμενων «ορμητηρίων». Την ίδια στιγμή το απαρχαιωμένο θεσμικό πλαίσιο, χωρίς μαρίνες και με ανύπαρκτη προβολή έβγαλε την Ελλάδα εκτός ανταγωνισμού.

Οι Ολυμπιακοί Αγώνες του 2004 ήταν η αιτία για την έναρξη της κατασκευής νέων ορμητηρίων και εξοπλισμού των ήδη υπαρχόντων. Έτσι η Ελλάδα σύμφωνα με πληροφορίες του Ε.Ο.Τ. έχει 19 μαρίνες οι οποίες διαθέτουν συνολικά 6.661 θέσεις ελλιμενισμού. Παράλληλα ο Ε.Ο.Τ. διατύπωσε την αισιοδοξία ότι μέχρι τέλος του έτους θα έχουν τεθεί σε λειτουργία 25 νέες μαρίνες με 5.500 θέσεις ελλιμενισμού και 15 αγκυροβόλια σε φυσικούς όρμους με 700 επιπλέον θέσεις. Η αλήθεια, ωστόσο είναι ότι οι περισσότερες από τις Ελληνικές μαρίνες λειτουργούν περισσότερο ως «αγκυροβόλια» παρά παρέχουν τις υπηρεσίες μίας πλήρως οργανωμένης, σύγχρονης μαρίνας.

Έτσι στο νησιωτικό σύμπλεγμα του Αιγαίου υπάρχουν μόλις δύο μαρίνες (Κως και Ρόδος). Αποτέλεσμα σε όλα τα νησιά το καλοκαίρι είναι αδύνατο να βρει κανείς θέση για να «δέσει» με το σκάφος του, αφού στα λιμάνια ο χώρος καταλαμβάνεται από ψαράδικα και πλοία της γραμμής. Επιπλέον, οι υπεύθυνοι των μαρίνων ζητούν σε πολλές περιπτώσεις από τους ενδιαφερόμενους να κλείσουν θέση για τρεις μέρες κατ' ελάχιστο, εκμεταλλευόμενοι την έλλειψη θέσεων ελλιμενισμού.

Μόλις τα τελευταία χρόνια άρχισαν να δημιουργούνται οργανωμένες μαρίνες στην Κέρκυρα, την Λευκάδα, την Καλαμάτα, το Λαύριο, την Κω και το Πόρτο Καρράς. Η διαχείριση τους γίνεται τόσο από δημόσιες υπηρεσίες όσο και από ιδιώτες.

Οι τιμές ελλιμενισμού αντιπροσωπεύουν ένα σημαντικό μέρος του συνολικού ετήσιου κόστους με το οποίο επιβαρύνονται οι ιδιοκτήτες σκαφών αναψυχής, είτε αυτοί είναι ιδιώτες είτε χρησιμοποιούν το σκάφος ως επαγγελματικό σκάφος τουρισμού.

Οι τιμές εξαρτώνται από την γεωγραφική θέση της μαρίνας – αν δηλαδή είναι «πέρασμα» ή όχι – και από τις υπηρεσίες που προσφέρει. Οι τιμές είναι πιο υψηλές στις λεγόμενες resort marinas, τις μαρίνες δηλαδή που μπορεί κανείς να διαμένει με ασφάλεια, είτε χρησιμοποιώντας το δικό του σκάφος ως «ξενοδοχείο» είτε διαμένοντας στο ξενοδοχείο που διαθέτει η μαρίνα.

Ενδεικτικά το ημερήσιο κόστος ελλιμενισμού (χωρίς Φ.Π.Α.) κατά τη χαμηλή περίοδο είναι 16 ευρώ στις μαρίνες Λευκάδας και Κέρκυρας και 25.5 ευρώ στην μαρίνα Ζέας, ενώ την υψηλή περίοδο το κόστος διπλασιάζεται, φτάνοντας τα 33 ευρώ στην Λευκάδα και την Κέρκυρα, ενώ παραμένει στα 25.5 στην Ζέα.

ΜΑΡΙΝΑ	ΛΕΥΚΑΔΑΣ	ΚΕΡΚΥΡΑΣ	ΖΕΑΣ	ΚΑΛΑΜΑΤΑΣ
ΗΜΕΡΗΣΙΑ ΧΡΕΩΣΗ				
ΧΑΜΗΛΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ	16 €	16 €	25,50 €	12 €
ΥΨΗΛΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ	33 €	33 €	25,50 €	18 €
ΜΗΝΙΑΙΑ ΧΡΕΩΣΗ				
ΧΑΜΗΛΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ	239 €	229 €	307 €	149 €
ΥΨΗΛΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ	297 €	379 €	307 €	221 €
ΕΤΗΣΙΑ ΧΡΕΩΣΗ	3.080 €	2.943 €	3.674 €	1.782 €

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.2.2.

Στην Ελλάδα οι μαρίνες είναι εξοπλισμένες όπως δείχνει ο παρακάτω πίνακας. (πίνακας 4.2.3.).

Μαρίνες	Μήκος		Πλάτος	Χωρητικότητα	Κανάλια	Πετρέλαιο	Ηλεκτρισμός	Νερό	Τηλ. & Fax	Τηλεόραση	Συλλογή Σκουπιδιών	Γερανός (Δυναμ. /τόνους)	Πλυντήριο	W.C.-Τουαλέτες	Πυρόσβεση	Ασφάλεια	Parking	Καταστήματα	Διαχείριση/Επισκευές	Meeting Rooms
	Μήκος	Πλάτος																		
Μαρίνα Ζέας	23°38,9'	37°56,2'	670	9	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Μαρίνα Φλοίσβου	37°55,9'	23°41'	190	9	✓	✓ 220V 380V	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✗
Μαρίνα Αλίμου	37°55'	23°42'	950	71	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✗	✓	✓	✗	✓	✗	✗	✗
Μαρίνα Γλυφάδας	37°51,6'	23°45'	810	7,19	✓	✓ 380V	✓	✗	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✗
Μαρίνα Βουλιαγμένης	37°48'	23°46'	115	9	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗
Olympik Marine	37°41,9'	24°03'	680	9	✓	✓ 280V 300V	✓	✓	✓	✗	✓	✓ 200T	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ΕΤΑ ΑΕ-Μαρίνα Θεσ/νίκης	40°34'	22°56'	245	9	✓	✓ 220V	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✗	✓	✓	✗	✓	✗	✗	✗
Μαρίνα Πόρτο Καρράς	40°06'	23°48'	175	9	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✗
Μαρίνα Σάνη	23°14,29'	40°06,52'	215	9	✓	✓ 240V	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✗
Μαρίνα Πατρών	21°44,16'	38°1518,5'	450	12	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✗	✓	✓	✗	✓	✗	✓	✗
Μαρίνα Ξυλόκαστρου	38°05'	22°30'	220	72	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✗
Μαρίνα Μεθάνων	37°35'	23°23'	70		✓	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✗	✗	✗
Μαρίνα Καλαμάτας	22°07,3'	37°01,3'	250	69	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✓ 60T	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗
Μαρίνα Βουνακίου	38°46'	20°52'	70	10	✓	✓ 220V	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗
Μαρίνα Λευκάδας	20°42,8'	38°49,8'	620	69	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✓ 70T	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Μαρίνα Γουβίων	19°51,5'	39°39,1'	960	69	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✓ 65T	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Μαρίνα Ρόδου	36°27'	28°14'	115	12	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✓ EΞ.	✗	✓	✓	✗	✗	✗	✓	✗
Μαρίνα Αγίου Νικολάου	25°43'	35°11'	250	12	✗	✓ 220V 380V	✓	✓	✓	✗	✗	✓	✗	✗	✓	✗	✓	✗	✗	✗
Μαρίνα Κω	36°53'	27°18'	250	77	✓	✓ 240V	✓	✓	✓	✓	✓	✓ 100T	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

Πίνακας 4.2.3

Στην Ελλάδα οι μαρίνες διαχειρίζονται από διαφορετικούς φορείς. Αυτό έχει θετικά και αρνητικά αποτελέσματα. Το θετικό είναι ότι εκτός από τον διεθνή ανταγωνισμό εμφανίζεται και ο εσωτερικός ανταγωνισμός. Το αποτέλεσμα αυτού του ανταγωνισμού είναι η συνεχής προσπάθεια κάθε φορέα διαχείρισης για την προσέλκυση περισσότερων σκαφών-πελατών. Το αρνητικό είναι ότι δεν υπάρχει ένας κοινός στόχος και μία κοινή στρατηγική ανάπτυξης με αποτέλεσμα κάποιες μαρίνες να μονοπωλούν το ενδιαφέρον των αρμόδιων αναπτυξιακών φορέων. Σαν αποτέλεσμα έχουμε την ανομοιόμορφη ανάπτυξη και συσσώρευση πόρων σε συγκεκριμένες περιοχές της Ελλάδας.

Στον πίνακα που ακολουθεί καταγράφονται: η τοποθεσία και ο φορέας διαχείρισης της κάθε μαρίνας. (πίνακας 4.2.4.)

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.2.4.

ΟΝΟΜΑ ΜΑΡΙΝΑΣ	ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ
ΑΓ. ΝΙΚΟΛΑΟΣ	Άγιος Νικόλαος (Λασιθί)	ΔΗΜΟΣ
ΑΛΙΜΟΣ	Άλιμος (Αττική)	ΕΛΛ. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΑΚΙΝΗΤΑ Α.Ε.
ΑΡΕΤΣΟΥ	Καλαμαριά (Θεσσαλονίκη)	ΕΛΛ. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΑΚΙΝΗΤΑ Α.Ε.
ΚΛΕΟΠΑΤΡΑ (ΑΚΤΙΟ)	Άκτιο (Αιτωλοακαρνανία)	ΙΔΙΩΤΗΣ-ΝΑΥΠΗΓΟΠΛΑΣΤΙΚΗ Α.Ε.
ΚΩΣ	Κως (Δωδεκάνησα)	ΔΗΜΟΣ
ΦΛΟΙΣΒΟΣ	Αθήνα (Αττική)	ΕΛΛ. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΑΚΙΝΗΤΑ Α.Ε.
ΓΛΥΦΑΔΑ	Γλυφάδα (Αττική)	ΔΗΜΟΣ
ΓΟΥΒΙΑ ΚΕΡΚΥΡΑΣ	Κέρκυρα (Κέρκυρα)	ΙΔΙΩΤΗΣ-ΙΚΕ
ΚΑΛΑΜΑΤΑ	Καλαμάτα (Μεσσηνία)	ΙΔΙΩΤΗΣ-ΚΥΡΙΑΚΟΥΛΗΣ Α.Ε.
ΜΑΝΔΡΑΚΙ ΡΟΔΟΥ	Μανδράκι (Δωδεκάνησα)	ΛΙΜΕΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ
ΜΕΘΑΝΑ	Μέθανα (Αττική)	ΔΗΜΟΣ
OLYMPIC MARINE ΛΑΥΡΙΟ	Ελληνικό (Αττική)	ΙΔΙΩΤΗΣ OLYMPIC MARINES S.A.
ΠΑΤΡΑ	Πάτρα (Αχαΐα)	ΛΙΜΕΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ
ΠΟΡΟ ΣΑΝΗ	Πόρτο Καρράς (Χαλκιδική)	ΙΔΙΩΤΗΣ-ΣΑΝΗ Α.Ε.
ΒΟΥΛΙΑΓΜΕΝΗ	Βουλιαγμένη (Αττική)	ΕΛΛ. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΑΚΙΝΗΤΑ Α.Ε.
ΒΟΥΝΑΚΙ	Βουνάκι (Αιτωλοακαρνανίας)	ΙΔΙΩΤΗΣ-ΣΤΑΧΤΙΑΡΗΣ-ΑΧΕΙΜΑΣΤΟΣ Α.Ε.
ΞΥΛΟΚΑΣΤΡΟ	Άγιος Ιωάννης (Κόρινθος)	ΔΗΜΟΣ
ΖΕΑ	Πειραιάς (Αττική)	ΕΛΛ. ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΑΚΙΝΗΤΑ Α.Ε.

4.2.3. Οργάνωση αγώνων-Διαφήμιση

Ο Πανελλήνιος Όμιλος Ιστιοπλοΐας Ανοικτής Θαλάσσης διοργανώνει κάθε χρόνο τους αγώνες του Διεθνούς Ιστιοπλοϊκού Ράλι Αιγαίου. Ο αγώνας του Ράλι Αιγαίου είναι μία σειρά τριών ή τεσσάρων ιστιοδρομιών ανοικτής θαλάσσης, με αφετηρία και κατάληξη τον Φαληρικό Όρμο κατά κανόνα και ενδιάμεσους σταθμούς νησιά του Αιγαίου. Από τον καιρό που το ιστορικό Θωρηκτό ΑΒΕΡΩΦ μεθορμίσθει ως ναυτικό μουσείο στο Παλαιό Φάληρο, η εκκίνηση του αγώνα δίδεται συμβολικά πλέον από εκεί.

Το συνολικό μήκος των διαδρομών κάθε Ράλι Αιγαίου ποικίλει αναλόγως της θέσεως των νησιών που έχουν επιλεγεί κάθε χρόνο ως ενδιαμέσοι σταθμοί και κυμαίνεται μεταξύ 250 και 400 ναυτικών μιλίων περίπου. Στους αγώνες του Ράλι Αιγαίου παίρνουν μέρος ιστιοφόρα σκάφη, με μεγάλη ποικιλία μήκους και ιστιοφορίας, τα οποία κατατάσσονται σε σκάφη που σχεδιάστηκαν κυρίως για αγώνες και σκάφη θαλασσοπορίας. Επειδή όμως τα σκάφη είναι ανόμοια, ο μεταξύ τους συναγωνισμός γίνεται δυνατός με τη βοήθεια συστήματος ισοζυγισμού, το οποίο είναι συνάρτηση του βαθμού ικανότητας του κάθε σκάφους.

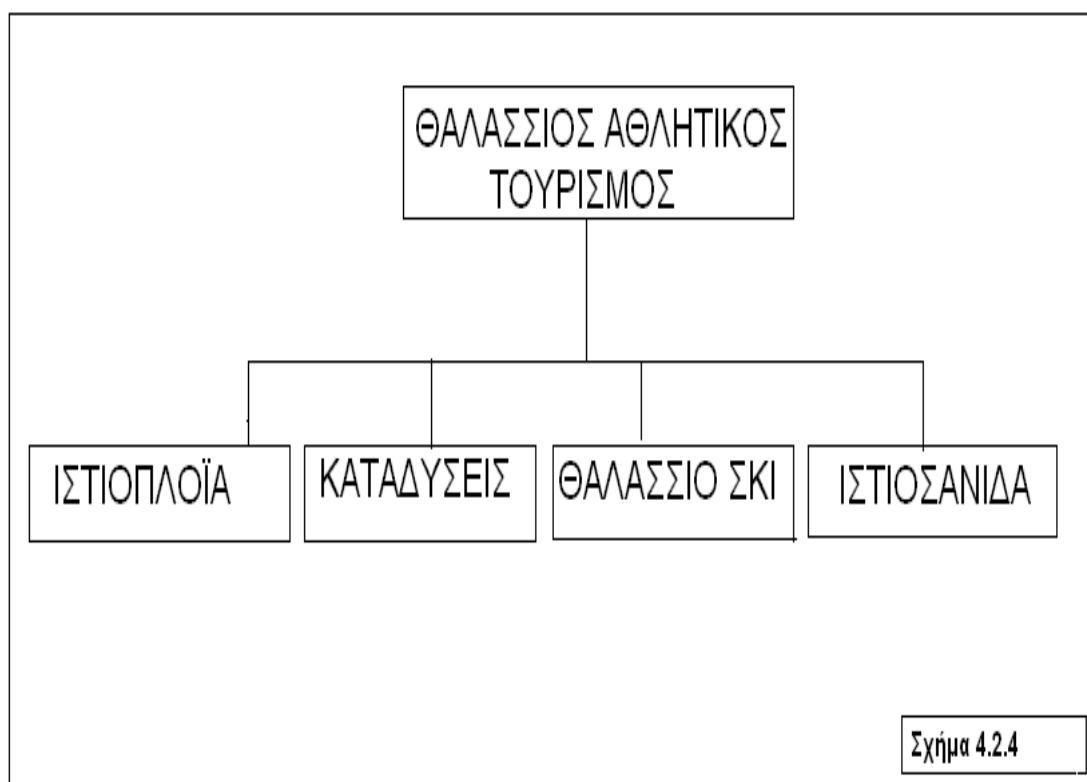
Στην αρχική της μορφή η διοργάνωση ήταν ένα αυστηρά αγωνιστικό γεγονός. Με την πάροδο των ετών και λόγω της άρτιας οργάνωσης και της μεγάλης συμμετοχής Ελληνικών και ξένων σκαφών, μετεξελίχθη σε μία γενικότερης σημασίας ναυτική εκδήλωση άμεσα συνδεδεμένη με τα νησιά του Αιγαίου και την ναυτική μας παράδοση. Προς την κατεύθυνση αυτή αποφασιστικής σημασίας ήταν η συμβολή του Πολεμικού Ναυτικού.

Η διάθεση του ιστορικού Θωρηκτού ΑΒΕΡΩΦ για την συγκέντρωση των Κυβερνητών (Skipper' s Meeting) και η εκδήλωση υποδοχής Ελληνικών και ξένων πληρωμάτων, η συνοδεία Πολεμικού πλοίου κατά την διάρκεια των αγώνων, ο συντονισμός και η διάθεση τοπικών μέσων για την υποδοχή των σκαφών στα νησιά του Αιγαίου, η διοργάνωση τοπικών ναυτικών εορτών με την συμμετοχή του νησιώτικου πληθυσμού και η σύνδεση με την Ελληνική ναυτική παράδοση καθώς και η τελετή απονομής των επάθλων και η δεξίωση στην Ναυτική Διοίκηση Αιγαίου, με την παρουσία πέραν των πολιτικών αρχών και όλης της ηγεσίας του Πολεμικού Ναυτικού κατά τις εκδηλώσεις αυτές, βοήθησε αποφασιστικά να αποκτήσει η διοργάνωση μεγάλο κύρος και δημοσιότητα. Λόγω του γεγονότος αυτού το Ράλι Αιγαίου προσελκύει επί σειρά ετών ελληνικές και ξένες εταιρίες που αναλαμβάνουν την χορηγία της διοργανώσεως. Έτσι το 1982 αναλαμβάνει χορηγός η εταιρία DUNHILL. Το 1985 την διοργάνωση επιχορηγεί ο ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ. Το 1986 αναλαμβάνει χορηγός η εταιρία MERCEDES BENZ AG που εορτάζει τη χρονιά αυτή σε όλο τον κόσμο τα 100 χρόνια από την ίδρυσή της. Το 1987 και το 1988 χορηγοί είναι οι εταιρίες του Ομίλου της Εμπορικής Τραπεζής ΦΟΙΝΙΞ ΑΣΦΑΛΕΙΕΣ, ΝΑΥΠΗΓΕΙΑ ΕΛΕΥΣΙΝΑΣ & ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΦΩΣΦΟΡΙΚΩΝ ΛΙΠΑΣΜΑΤΩΝ. Το 1989 οι Ασφαλιστικές εταιρίες ΦΟΙΝΙΞ και ΙΟΝΙΚΗ ΛΑΪΚΗ. Το 1990 και το 1991 χορηγός είναι η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΣ (ΕΒΓΑ). Το 1994 η εταιρία FRIESLAND ΑΕ με το προϊόν ΝΟΥΝΟΥ LIGHT. Το 1995 η εταιρία χρωμάτων θαλάσσης SYNTEX. Από το 1996 και μέχρι το 1998 την χορηγία ανέλαβε το γνωστό προϊόν WASH & GO της P&G. Από το 1999 την χορηγία του Ράλι Αιγαίου έχει αναλάβει η TIM.

Εκτός από τους αγώνες του ράλι Αιγαίου στην Ελλάδα οργανώνονται κατά την διάρκεια των καλοκαιρινών μηνών, και συγκεκριμένα από τον Ιούνιο έως τον Σεπτέμβριο, διάφοροι αγώνες που προσελκύουν το ενδιαφέρον της ευρωπαϊκής και διεθνούς αγοράς. Αγώνες που αφορούν τόσο τον ανταγωνισμό μεταξύ σκαφών και πληρωμάτων όσο και αγώνες που έχουν σαν στόχο την αναβίωση ηθών και εθίμων της νησιωτικής κατά κύριο λόγο Ελλάδας.

4.2.4. Μορφές θαλάσσιου αθλητικού τουρισμού.

Στην Ελλάδα άλλα αθλήματα, εκτός από την ιστιοπλοΐα, που θεωρούνται τμήμα του θαλάσσιου αθλητικού τουρισμού είναι: Α) οι καταδύσεις, Β) το θαλάσσιο σκι και Γ) η ιστιοσανίδα (windsurfing). (σχήμα 4.2.4.)



Α) Ο καταδυτικός τουρισμός ξεκίνησε στην Ελλάδα ως επιστήμη με στόχο την εξερεύνηση του θαλάσσιου πλούτου της. Ερευνητές από όλο τον κόσμο έρχονταν στην Ελλάδα για να ερευνήσουν τον βυθό της με σκοπό την ανακάλυψη αρχαιολογικών ευρημάτων. Στην συνέχεια και αφού έγινε ευρέως γνωστός ο θαλάσσιος πλούτος σε αρχαιολογικά μνημεία, η Ελλάδα έγινε στόχος αρχαιοκάπηλων που «όργωναν» τον βυθό με σκοπό την εμπορία των ευρημάτων. Αργότερα και αφού θεσπίζονται νόμοι για την προστασία των αρχαιολογικών μνημείων ξεκινάει η ανάπτυξη του καταδυτικού τουρισμού. Λάτρεις των καταδύσεων έρχονται στην Ελλάδα για να θαυμάσουν από κοντά το θαλάσσιο πλούτο της. Σήμερα λειτουργούν στην Ελλάδα όμιλοι καταδύσεων που οργανώνουν ,σε συνεργασία με τουριστικά πρακτορεία, καταδύσεις σε επιτρεπόμενα από την νομοθεσία σημεία. Οι ενδιαφερόμενοι είναι κυρίως από τις ευρωπαϊκές χώρες. Μεγάλες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις δίνουν την δυνατότητα στους πελάτες τους κατά την διάρκεια των διακοπών τους να κάνουν μαθήματα κατάδυσης και στην συνέχεια με την συνοδεία του εκπαιδευτή να εξερευνήσουν τον Ελληνικό βυθό.

Β) Το θαλάσσιο σκι μπορεί να θεωρηθεί και αυτό θαλάσσιος αθλητικός τουρισμός. Όταν η μετακίνηση γίνεται με στόχο την συμμετοχή σε αγώνες θαλάσσιου σκι ή όταν η μετακίνηση γίνεται με σκοπό το σκι και μετά τον τουρισμό.

Το θαλάσσιο σκι 'γεννήθηκε' γύρω στο 1900, από κάποια παρέα νεαρών που διασκεδάζε στα νερά μιας λίμνης στην Αμερική. Ο καπετάνιος της βάρκας που τους μετέφερε έριξε στο νερό ένα ξύλινο σκέπασμα κιβωτίου, το έδεσε με σχοινί στο σκάφος και, αφού ανέβηκαν πάνω του, τους ρυμούλκησε μέχρι την ακτή. Οι νεαροί βρήκαν διασκεδαστική την ιδέα και βάφτισαν τη δραστηριότητα aquaplaning (γλίστρημα στο νερό-θαλασσοπορία). Γρήγορα η μόδα εξαπλώθηκε και, με την εμφάνιση όλο και πιο δυνατών μηχανών, αυξήθηκε η ταχύτητα. Συγχρόνως, άρχισαν να βελτιώνονται και οι 'σανίδες'. Το σκι, όπως το γνωρίζουμε σήμερα (με δύο πέδιλα), εμφανίστηκε στην Αμερική και στην Ευρώπη τη δεκαετία του 1920. Η πρώτη παγκόσμια ομοσπονδία ιδρύθηκε το 1948 και το πρώτο παγκόσμιο πρωτάθλημα θαλάσσιου σκι έγινε το 1949.

Στην Ελλάδα το 1957 ο Ναυτικός Όμιλος Βουλιαγμένης ήταν το πρώτο σωματείο που ίδρυσε τμήμα θαλάσσιου σκι. Το 1963 ιδρύθηκε η Ελληνική Ομοσπονδία Θαλάσσιου Σκι, με στόχο τη διάδοση του αθλήματος. Με την ανάπτυξη του τουρισμού, το σπορ εξαπλώνεται σε όλη την Ελλάδα παράλληλα με ιδιωτικές σχολές εκπαίδευσης και ενοικίασης που μπορεί κανείς να βρει σχεδόν σε κάθε οργανωμένη παραλία.

Το θαλάσσιο σκι είναι αναμφίβολα μια από τις πιο αξιόλογες καλοκαιρινές δραστηριότητες και στη χώρα μας που ο αθλητής μπορεί να απολαύσει το φυσικό κάλος των ελληνικών ακτών με την αδρεναλίνη και τον ενθουσιασμό στα ύψη, στηριζόμενος στην ελάχιστη μικρή βρεχόμενη επιφάνεια των πέδιλων σκι. Η αλήθεια είναι πως εάν και φαινομενικά εύκολο κρύβει τεχνική κατάρτιση ενώ απαιτείται και κάποια φυσική κατάσταση για την άνετη πραγματοποίησή του. Ένας βασικός λόγος που δρα αρνητικά στην εξάπλωση του είναι η υψηλή τιμή αφού για μια βόλτα χρονικής διάρκειας περίπου δέκα λεπτών απαιτούνται σε πολλές παραλίες τις χώρας μας περίπου 30 €. Το θαλάσσιο σκι δεν εντυπωσιάζει μόνο αυτούς που το κάνουν αλλά και τους θεατές, αφού πραγματοποιούνται φιγούρες και άλματα με υψηλές ταχύτητες. Το θαλάσσιο σκι, πέρα από τη διασκέδαση γυμνάζει όλο σχεδόν το μυϊκό σύστημα και απευθύνεται σε όλη την οικογένεια.

Τα σύγχρονα σκι ή πέδιλα είναι κατασκευασμένα από φάιμπερ-γκλας και άλλα υλικά όπως κέβλαρ και ανθρακονήματα για μεγαλύτερη αντοχή, ελαστικότητα και μείωση του βάρους. Το μήκος τους είναι γύρω στα 170 εκατοστά. Πάνω τους στερεώνονται οι ρυθμιζόμενες βάσεις (δέστρες) μέσα στις οποίες τοποθετεί ο σκιέρ τα πόδια του. Στο πίσω μέρος τους υπάρχει ένα μικρό πτερύγιο για καλύτερη ευστάθεια. Τα 'κλασικά' σκι λέγονται και combo (=συνδυασμός), γιατί το ένα από τα δύο μπορεί να χρησιμοποιηθεί μόνο του ως slalom, αφού πάνω του υπάρχει θέση και για το δεύτερο πόδι του σκιέρ. Τα λεγόμενα slalom, απευθύνονται σε περισσότερο έμπειρους σκιέρ, αφού τα σκι αυτού του τύπου επιτρέπουν μεγαλύτερες ταχύτητες και ευελιξία. Υπάρχουν ακόμα και σκι ειδικού σχεδιασμού για φιγούρες και άλματα.

Τα τελευταία χρόνια κερδίζουν σε δημοτικότητα τα wakeboard, δηλαδή ένας τύπος σκι που αποτελείται από μία μονή σανίδα, μικρότερη σε μήκος αλλά αρκετά φαρδύτερη από τα κανονικά σκι. Παραλλαγή του wakeboard είναι το kneeboard. Σε αυτήν τη σανίδα ο σκιέρ κάθεται γονατιστός και τα

πόδια του στερεώνονται με λουρίδα στη σανίδα. Οι σανίδες wakeboard και kneeboard είναι πιο εύχρηστες από τα 'κλασικά' σκι, αφού επιτρέπουν στο σκιέρ να κάνει ευκολότερα διάφορες φιγούρες και άλματα και κερδίζουν σε δημοτικότητα ιδιαίτερα ανάμεσα στους νέους. Επίσης, πρέπει να σημειωθεί ότι σκι μπορεί να κάνει κανείς και χωρίς πέδιλα. Η τεχνική αυτή λέγεται bare footing. Γ) Η ιστιοσανίδα (windsurfing) είναι ένα συναρπαστικό άθλημα για όλους τους ανθρώπους, ανεξαρτήτως ηλικίας και φύλου. Δεν απαιτεί ιδιαίτερη σωματική δύναμη, τουλάχιστον στην αρχή, τον κυριότερο ρόλο παίζει η σωστή τεχνική.

Εκτός από διασκέδαση και ολυμπιακό άθλημα, το windsurfing έχει γίνει και επαγγελματικό σπορ από το 1985, καθώς και άθλημα επιδείξεων και αγώνων σε κλειστούς χώρους, όπου δημιουργούνται τεχνητά οι απαραίτητες συνθήκες.

Καθώς στην Ελλάδα, οι καιρικές συνθήκες είναι ιδανικές (ήπιο κλίμα, κατάλληλη ένταση ανέμων κ.λ.π.) το άθλημα έχει γνωρίσει θεαματική ανάπτυξη και ολοένα και περισσότεροι Έλληνες ασχολούνται συστηματικά με αυτό. Μάλιστα, τα τελευταία χρόνια, κατά τη διάρκεια των καλοκαιρινών μηνών, πραγματοποιούνται σε διάφορα σημεία της χώρας ευρωπαϊκοί και παγκόσμιοι αγώνες (τουρνουά) και πρωταθλήματα, μερικοί από τους οποίους είναι από τους σημαντικότερους διεθνώς. Στις περισσότερες οργανωμένες παραλίες της χώρας, έχετε τη δυνατότητα να χαρείτε το άθλημα της ιστιοσανίδας ή να πάρετε μαθήματα από εξειδικευμένους εκπαιδευτές. Ενδεικτικά (και μόνο) σημεία, όπου μπορεί κάποιος να κάνει οργανωμένα windsurfing είναι:

-Αττική: στις παραλίες Αναβύσσου, Βάρκιζας, Λαυρίου, Λούτσας, Ραφήνας, Σχοινιά (Μαραθώνα) και Γαλάζια Ακτή (Μαραθώνα)

-Κυκλάδες: στην Πάρο (παραλίες Χρυσή Ακτή, Νέα Χρυσή Ακτή, Τσουκαλιά, Σάντα Μαρία και Πούντα), στη Μύκονο (παραλίες Φτελιά και Καλαφάτης), στη Νάξο (παραλίες Άγιος Γεώργιος και Μικρή Βίγλα), στην Ίο (παραλία Μυλόποτας), στη Σαντορίνη κ.α.

-Δωδεκάνησα: στη Ρόδο (παραλίες Τριάντα, Φανές, Πρασσονήσι και Θεολόγος), στην Κάρπαθο (Όρμος του Διαβόλου), στην Κω κ.α.

-Πάτρα (Πελοπόννησος): στις παραλίες Δρέπανο και Ζαχάρω

-Ιόνια νησιά: στη Λευκάδα (παραλία Βασιλική), στη Ζάκυνθο

-Κρήτη

-Σποράδες: Σκιάθο

-Μακεδονία: στο νομό Θεσσαλονίκης (παραλίες Αγία Τριάδα και Νέα Μηχανιώνα και στη λίμνη Βόλβη), στη Χαλκιδική (παραλία Sunny Beach).

4.2.5 Επίλογος

Σύμφωνα με τα παραπάνω ο θαλάσσιος αθλητικός τουρισμός μπορεί να αποτελέσει ένα ισχυρό όπλο στην ανάπτυξη της τουριστικής δραστηριότητας στην Ελλάδα. Ο αναπτυξιακός σχεδιασμός κρίνεται απαραίτητος και αυτό γιατί το κόστος εξοπλισμού και λειτουργίας τέτοιων επιχειρήσεων είναι μεγάλο. Επίσης απαραίτητη κρίνεται και η ιδιωτική πρωτοβουλία για την ανάπτυξη τέτοιων επιχειρήσεων. Αυτή η μορφή τουρισμού αναπτύσσεται και γίνεται παραγωγική μόνο όταν υπάρχει συνεργασία μεταξύ των αρμόδιων φορέων τόσο του δημοσίου όσο και του ιδιωτικού τομέα.

4.3 Τουρισμός Υγείας

4.3.1. Εισαγωγή

Στις σύγχρονες δυτικές κοινωνίες παρατηρείται ότι η προσωπική υγεία και ευεξία θεωρείται ότι συναρτώνται περισσότερο με την πρόληψη παρά με την ίαση των ασθενειών και για την επίτευξη της απαιτείται η ανάλωση κοινωνικών, οικονομικών, περιβαλλοντικών πόρων. Σε κρατικό αλλά και σε ατομικό επίπεδο το βάρος δίδεται στην πρόληψη, δεδομένου ότι, σύμφωνα με τις τελευταίες τάσεις, αυτή πιστεύεται ότι συμβάλει τόσο στην αύξηση του προσδόκιμου χρόνου ζωής όσο και στην βελτίωση της ποιότητας της. Η ποιότητα ζωής συνδέεται στενά με την κοινωνική, συναισθηματική, πνευματική και φυσική ευεξία των ατόμων.

Η άποψη αυτή στηρίζεται στον ορισμό που καθιέρωσε ο Παγκόσμιος Οργανισμός Υγείας, σύμφωνα με τον οποίο η υγεία συνίσταται στην πλήρη φυσική, πνευματική, κοινωνική ευημερία και όχι απλώς στην απουσία οποιασδήποτε ασθένειας.(Π.Ο.Υ. 1948). Με βάση τον ορισμό αυτό η υγεία αποκτά περισσότερο δυναμικό περιεχόμενο, καθώς σε αυτή συμπεριλαμβάνονται η φυσική και ψυχική υγεία, οι κοινωνικές λειτουργίες και οι κοινωνικοί ρόλοι, και η γενικότερη ευεξία.

Αυτή η θεώρηση της υγείας ενστερνίζεται την άποψη περί ευεξίας, η οποία συμπεριλαμβάνει την απαλλαγή, όσο είναι εφικτό, από τα συμπτώματα της ασθένειας, την δυνατότητα να είναι κανείς ενεργός και δραστήριος ανάλογα με τις απαιτήσεις της καθημερινής του ζωής. Αντίθετα με την κοινή αντίληψη περί φροντίδας της υγείας, η ευθύνη μετατοπίζεται από το ιατρικό προσωπικό, τις νοσοκομειακές εγκαταστάσεις, το κράτος, την φαρμακοβιομηχανία και τις ασφαλιστικές εταιρείες, στο ίδιο το άτομο το οποίο θεωρείται υπεύθυνο για την φροντίδα της υγείας του και την κινητοποίηση του στην κατεύθυνση της πρόληψης.

Ένας άλλος παράγοντας που θεωρείται ότι επηρεάζει την κατάσταση της υγείας του ατόμου στην σύγχρονη εποχή της ταχύτητας είναι το άγχος λόγω της έλλειψης χρόνου και των συνθηκών ζωής. Πολλοί ερευνητές αναφέρονται στους διάφορους παράγοντες που προκαλούν στρες και στον φαύλο κύκλο της καθημερινής ζωής θεωρώντας ότι το χρόνιο στρες αποτελεί σημαντική μεταβλητή της υγείας των ατόμων, την οποία επηρεάζει σε πολύ μεγάλο βαθμό αρνητικά. Κατά συνέπεια, θεωρούν ότι η υιοθέτηση δραστήριου τρόπου ζωής και η ανάπτυξη ενεργητικών δραστηριοτήτων κατά τη διάρκεια του ελεύθερου χρόνου και της αναψυχής μπορούν να αποτελέσουν σημαντικό εργαλείο για την καταπολέμηση των αρνητικών αποτελεσμάτων του άγχους στην ανθρώπινη υγεία. Στις σύγχρονες δυτικές κοινωνίες, το άγχος σε συνδυασμό με την περιβαλλοντική υποβάθμιση και την έντονη αστικοποίηση, θεωρείται ο σημαντικότερος παράγοντας για μια σειρά ιατρικών παθήσεων, οι οποίες ως ένα βαθμό μπορεί να προληφθούν μέσα από την ορθή χρήση του ελεύθερου χρόνου. Η ολιστική αυτή θεώρηση της υγείας, η έμφαση στην πρόληψη, οι επιταγές για την ορθή χρήση του ελεύθερου χρόνου, η μετατόπιση της ευθύνης για την καλή σωματική και ψυχική υγεία στο άτομο αποτέλεσαν το έδαφος για τη διαφοροποίηση της ζήτησης και την αντίστοιχη διαμόρφωση της προσφοράς στο χώρο του ιαματικού τουρισμού. Η στροφή σε μια γενικότερη φιλοσοφία υγιεινής διαβίωσης και στον περιορισμό των φαρμάκων οδήγησε στην εμφάνιση αναγκών για νέα τουριστικά προϊόντα.

Τουριστικές υπηρεσίες που σχετίζονται με την υγιεινή, το περιβάλλον, τη διατροφή, την άθληση παρουσιάζουν ολοένα και μεγαλύτερη ζήτηση, σε συνδυασμό με προγράμματα θεραπείας και αναζωογόνησης. Η παραδοσιακή αγορά του τουρισμού υγείας των πασχόντων ατόμων μεγάλης ηλικίας και μεσαίων ηλικιών με υψηλότερα εισοδήματα. Επιδίωξη πλέον είναι όχι μόνο η ίαση ιατρικών παθήσεων, αλλά η γενικότερη ανάνηψη του οργανισμού, η σωματική ανανέωση, η πρόληψη, η βελτίωση της αισθητικής και η καλλιέργεια θετικής στάσης έναντι της ζωής.

Παρακάτω αναλύεται τόσο η θεωρητική όσο και η πρακτική σχέση του τουρισμού υγείας με τον αθλητικό τουρισμό. Εκτενέστερη ανάλυση της υφιστάμενης κατάστασης γίνεται στο κεφάλαιο περί αθλητικού τουρισμού στα ξενοδοχεία (ΚΕΦ. 5).

4.3.2 Τουριστικά κέντρα υγείας

Καθώς λοιπόν, ο τουρισμός υγείας συνεχώς εξελίσσεται σε ευρωπαϊκό αλλά και σε διεθνές επίπεδο, παρατηρούμε ότι περιλαμβάνει όλες τις υπηρεσίες που σχετίζονται με την υγεία, την ειδική διαιτητική, την άσκηση, και τις ειδικές θεραπείες όπως είναι η θεραπεία κατά του άγχους, κατά του καπνίσματος, η ψυχοθεραπεία, η κινησιοθεραπεία, η χαλάρωση, κλπ. Τα τουριστικά κέντρα, συνεπώς κατατάσσονται σε δυο κατηγορίες ανάλογα με το προσφερόμενο προϊόν :

A) Σε κέντρα ιαματικού – θεραπευτικού τουρισμού (spa resorts), εάν το προϊόν στοχεύει κυρίως στη θεραπεία με τη χρήση ιαματικών νερών σε περιβάλλον ποιότητας και αναψυχής.

B) Σε κέντρα τουρισμού υγείας – υγιεινής και φυσικής διαβίωσης (health resorts) εάν το προσφερόμενο προϊόν εκτός της θεραπείας στοχεύει περισσότερο στην ξεκούραση και την αναψυχή, τα οποία μπορούν να δημιουργηθούν και σε χώρους που δεν υπάρχουν ιαματικές πηγές .

Τα κέντρα αυτά προσφέρουν προϊόντα των οποίων τα βασικά συστατικά προέρχονται από φυσικές πηγές και παρέχουν στους πελάτες τους μία σειρά από σύγχρονες φροντίδες και περιποιήσεις σε συνδυασμό με την απόλαυση και την ψυχαγωγία ποιότητας, ενώ διαφέρουν μόνο στη μορφή του προσφερόμενου τελικού προϊόντος το οποίο συνίσταται σε θεραπεία ή ξεκούραση. Θα πρέπει να σημειώσουμε, όμως ότι οι ταξιδιωτικοί πράκτορες και γενικότερα η τουριστική βιομηχανία, ιδιαίτερα στις Η.Π.Α συχνά χρησιμοποιούν τον όρο «Spa» για να περιγράψουν ευρύτερο και λιγότερο σαφές προϊόν. Χαρακτηριστικοί είναι οι διάφοροι τύποι «Spas» στους οποίους σύμφωνα με την ISPA (Διεθνή Ένωση Spa) συμπεριλαμβάνονται :

1) Club Spa, που αποτελούν τη σύγχρονη εξέλιξη των κέντρων άθλησης, με πρωταρχικό σκοπό τη βελτίωση της φυσικής κατάστασης σε ημερήσια βάση.

2) Cruise Ship Spa, που συνίστανται στην πραγματοποίηση κρουαζιέρας με πολυτελή κρουαζιερόπλοια που προσφέρουν περιποίηση προσώπου-σώματος και υγιεινή διατροφή .

3) Day Spa, που αποτελούν τη σύγχρονη εξέλιξη των ινστιτούτων αισθητικής .

4) Destination Spa, που παρέχουν υψηλής ποιότητας διαμονή και εξατομικευμένα προγράμματα για τη βελτίωση της υγείας και τη διαμόρφωση υγιεινού τρόπου ζωής.

Ανάλογα με το αντικείμενο στο οποίο επικεντρώνονται διακρίνονται σε :

α)New Age and Holistic Emphasis, με έμφαση στις εναλλακτικές θεραπευτικές μεθόδους, την χορτοφαγία και την μακροβιοτική διατροφή .

β)Weight Loss Emphasis, με έμφαση στην απώλεια βάρους .

γ)Sports and Adventure Emphasis, με έμφαση στις υπαίθριες αθλητικές δραστηριότητες .

5)Medical Spa, που παρέχουν ιατρική περιποίηση και διαθέτουν εξειδικευμένο προσωπικό και ιατρικό εξοπλισμό για την αποκατάσταση ή τη θεραπεία διαφόρων παθήσεων.

6)Mineral Spring Spa, οι οποίες συνίστανται σε εγκαταστάσεις που διαθέτουν θερμομεταλλικά νερά ή θαλάσσιο νερό το οποίο χρησιμοποιείται ως βάση για διάφορες θεραπείες (υδροθεραπεία, λουτροθεραπεία, πηλοθεραπεία).

7)Resort/Hotel Spa , τα οποία προσφέρουν πλήθος υπηρεσιών για την αισθητική περιποίηση και τη διατήρηση καλής φυσικής κατάστασης .Οι υπηρεσίες αυτές αποτελούν συμπληρωματικό τμήμα του τουριστικού πακέτου. Σημειώνεται ότι η πρώτη και η τρίτη από τις ανωτέρω κατηγορίες, οι οποίες κατά κανόνα συναντώνται στα αστικά κέντρα, συνιστούν απλώς τρόπο χρήσης του ελεύθερου χρόνου χωρίς να συνδυάζονται με μετακίνηση και διαμονή, δηλαδή τα βασικά στοιχεία τα οποία συνιστούν την τουριστική δραστηριότητα. Σύμφωνα, λοιπόν, με όσα αναφέραμε, διαπιστώνουμε ότι ο τουρισμός υγείας περιλαμβάνει δύο τμήματα :

1)Το τμήμα που στοχεύει στην επανάκτηση της καλής φυσικής κατάστασης του οργανισμού και γενικά στην αναζωογόνηση και στη συντήρηση ή την βελτίωση της καλής σωματικής και ψυχικής κατάστασης του ατόμου. Στην περίπτωση αυτή προβάλλεται εντονότερα η διάσταση της έννοιας διακοπές και υγιεινή ζωή, παρά η θεραπεία του σώματος, ενώ η παρακολούθηση γίνεται είτε με ιατρικές μεθόδους, είτε με μεθόδους παράλληλες του ιατρικού επαγγέλματος, όπως στην περίπτωση της βοτανοθεραπείας, της αισθητικής, του αδυνατίσματος, της διαιτητικής. Στην προκειμένη περίπτωση έχουμε την έννοια του τουρισμού υγιεινής και φυσικής διαβίωσης.

2)Το τμήμα που αφορά τη θεραπεία με βάση ιατρικές μεθόδους στα πλαίσια μιας θεραπευτικής ή και προληπτικής διάστασης της υγείας, όπως είναι ο θερμαλισμός (θεραπεία με θερμομεταλλικά νερά), η κλιματοθεραπεία (θεραπεία με τον αέρα), η θαλασσοθεραπεία (με θαλασσίνο νερό ή στοιχεία του θαλάσσιου περιβάλλοντος),σπηλαιοθεραπεία(μέσα σε σπήλαια όπου υπάρχει σταθερή θερμοκρασία που ενδείκνυται για τις παθήσεις του αναπνευστικού συστήματος).Στην περίπτωση αυτή έχουμε την έννοια του θεραπευτικού τουρισμού, η οποία περιλαμβάνει τον ιαματικό τουρισμό και τις διάφορες μορφές του.

4.3.3 Γενικό Συμπέρασμα - Κατευθύνσεις Πολιτικής

Σύμφωνα με τα παραπάνω υπάρχει άμεση σχέση μεταξύ του αθλητικού τουρισμού και τουρισμού υγείας. Και οι δύο μορφές μπορούν να αναπτυχθούν τόσο αυτόνομα όσο και συμπληρωματικά. Η μορφή αυτή μπορεί να συνδυαστεί με την ανάπτυξη του τουρισμού υγείας, εφόσον έχει δημιουργηθεί η κατάλληλη υποδομή που θα μπορεί να ανταποκριθεί στις απαιτήσεις του. Οι κατευθύνσεις της πολιτικής για παραπέρα βελτίωση και

ανάπτυξη του τουρισμού υγείας θα πρέπει να επικεντρωθούν τόσο στην ανάπτυξη της γενικής όσο και ειδικής υποδομής. Ταυτόχρονα θα πρέπει να εκμεταλλευτούμε το συγκριτικό πλεονέκτημα που διαθέτει η Ελλάδα σε σχέση με τις υπόλοιπες ανταγωνίστριες χώρες της Ευρώπης που είναι οι κλιματολογικές συνθήκες. Αυτό σημαίνει ανάπτυξη εξειδικευμένων κέντρων κλιματοθεραπείας και θαλασσοθεραπείας. Επίσης απαραίτητη κρίνεται και η επιχειρηματική οργάνωση, διαχείριση, έρευνα αγοράς και διαφήμιση των προσφερόμενων υπηρεσιών, ώστε να γίνουν γνωστά στο εξωτερικό αλλά και στο εσωτερικό. Το πλεονέκτημα που διαθέτουν γενικότερα οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού αλλά και ειδικότερα ο τουρισμός υγείας και ο αθλητικός τουρισμός είναι ότι μπορούν να κατευθυνθούν πέρα από τους μήνες αιχμής και επομένως μπορεί να επιτευχθεί εκτός των άλλων ωφελειών και η επάλειψη της εποχικότητας.

4.4 Ορειβατικός και περιπατικός τουρισμός

Η πεζοπορία διακρίνεται σε απλή και ορεινή. Στην πρώτη κατηγορία, η ελάχιστη διανυόμενη απόσταση είναι 5 χλμ. (περίπου μια-δύο ώρες) και πραγματοποιείται σε εδάφη με πολύ μικρή κλίση (χωρίς μεγάλη υψομετρική διαφορά) κι ελαφρύ εξοπλισμό. Στη δεύτερη κατηγορία, η απόσταση των 15-20 χλμ. και οι 5-8 ώρες πορείας αποτελούν τον κανόνα. Ο εξοπλισμός είναι εξειδικευμένος και ιδιαίτερα τη 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 500-600 μ. και το γεγονός ότι η πορεία γίνεται συνήθως σε υψόμετρα μεγαλύτερα των 500 μ.

Η Ελλάδα άργησε να δημιουργήσει ολοκληρωμένο δίκτυο αυτοκινητοδρόμων, πέραν των βασικών οδικών αρτηριών που διέσχισαν τη χώρα. Μέχρι τότε, η επικοινωνία πραγματοποιούταν, κυρίως, μέσω των μονοπατιών, τα οποία οι γεροντότεροι κάτοικοι των ορεινών χωριών αναφέρουν ακόμα σαν «δημοσιά» (δημόσιος, κεντρικός δρόμος), διότι γι' αυτούς αποτελούσε τη σημαντικότερη οδική πρόσβαση. Παρόλο που κάποια από τα παλιά μονοπάτια και τα πετρόκτιστα καλντερίμια, αληθινά έργα τέχνης, έχουν γίνει ασφαλτοστρωμένοι δρόμοι, τα περισσότερα από αυτά ξεγλιστρούν ανάμεσα στους δρόμους και συνεχίζουν να υπάρχουν και να διατρέχουν βουνά, λόγγους και χαράδρες. Έτσι, τα τελευταία χρόνια, με διάφορες χρηματοδοτήσεις και από ποικίλους φορείς (δήμους ορειβατικούς συλλόγους, ιδιώτες κ.α.) συντηρήθηκαν, αναβίωσαν και σηματοδοτήθηκαν μεγάλα τμήματά τους σε όλη την Ελλάδα, δημιουργώντας ένα ευρύ δίκτυο συνολικού μήκους, περίπου, 3.500 χλμ. Το κυριότερο τμήμα τους καταλαμβάνουν οι επεκτάσεις των Ευρωπαϊκών Μονοπατιών Μεγάλων Διαδρομών E4, E6 και κατηγορίας O (3.000 χλμ.), ενώ εκτός από αυτά έχουν διαμορφωθεί ακόμα 500 χλμ. μικρότερων μονοπατιών, που παρουσιάζουν εφάμιλλο ενδιαφέρον.

*Μονοπάτι E4 (-GR): Ξεκινά από τα Πυρηναία Όρη και φθάνει στην Ελλάδα, μέσω της πρώην Γιουγκοσλαβίας. Το ελληνικό τμήμα του E4, διασχίζει τη βόρεια και κεντρική Ελλάδα, την Πελοπόννησο, καταλήγει στο Γύθειο και συνεχίζεται στο νησί της Κρήτης. Προσφέρει, έτσι, τη δυνατότητα στον πεζοπόρο ή τον ορειβάτη να γνωρίσει όλη την ποικιλία του ελληνικού τοπίου και τον πλούτο της ελληνικής φύσης.

Το μεγαλύτερο υψόμετρο της συνολικής διαδρομής είναι η κορυφή του Ολύμπου Σκολιό (2.911 μ.). Ιδανική περίοδος για να περπατηθεί το E4 στην Ελλάδα είναι από 15 Μαΐου έως αρχές Οκτωβρίου. Συχνά, οι νέες διανοίξεις δασικών δρόμων μπορούν να προκαλέσουν σύγχυση στον ορειβάτη. Μερικά χωριά της διαδρομής είναι ακατοίκητα τον χειμώνα, με αποτέλεσμα να περιορίζεται η δυνατότητα διανυκτέρευσης. Το κλίμα είναι μεσογειακό και παρουσιάζει μεγάλη ξηρασία το καλοκαίρι και σημαντική διαφορά θερμοκρασίας την ημέρα από τη νύκτα. Η περίοδος που μπορεί να συναντήσει κανείς χιόνια κατά μήκος της διαδρομής είναι από τον Νοέμβριο έως τον Ιούνιο. Η διαδρομή το νότιου τμήματος του Μονοπατιού (Πελοπόννησος και Κρήτη) είναι αρκετά ευκολότερη από εκείνη του βόρειου και μπορεί να περπατηθεί όλες τις εποχές του χρόνου, επειδή το κλίμα εκεί είναι ηπιότερο.

*Μονοπάτι E6: Το ελληνικό τμήμα του έχει δύο σκέλη. Το πρώτο ξεκινά από την περιοχή των Πρεσπών και μέσω Καστοριάς, Ιωαννίνων και Δωδώνης φτάνει ως την πόλη της Ηγουμενίτσας. Το δεύτερο σκέλος ξεκινά από την περιοχή της Φλώρινας, διασχίζει τις ορεινές περιοχές της δυτικής, κεντρικής και ανατολικής Μακεδονίας (κατά μήκος των συνόρων της Ελλάδας με τη FYROM και τη Βουλγαρία) και φτάνει ως την πόλη της Αλεξανδρούπολης, στην περιοχή της Θράκης.

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. 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.

Τέλος, αναρρίχηση χαρακτηρίζεται το σκαρφάλωμα, με καλοκαιρινές συνθήκες (με χειμερινές χαρακτηρίζεται αλπινισμός), σε οποιαδήποτε κορυφή βουνού, που γίνεται όμως από την απόκρημνη πλευρά της (ορθοπλαγιά) και στην οποία εφαρμόζεται αναγκαστικά η αναρριχητική τεχνική (μικρού ή μεγάλου βαθμού δυσκολίας) με τη χρήση βοηθητικών οργάνων. Στην Ελλάδα υπάρχουν πολλές περιοχές όπου μπορεί κανείς να κάνει ελεύθερη αναρρίχηση, αλλά και πολλές σχολές τεχνητής αναρρίχησης.

Ο ορειβατικός και περιπατικός τουρισμός ανήκει στην ίδια κατηγορία με τον καταδυτικό τουρισμό σε ότι έχει να κάνει με τις απαιτούμενες υποδομές. Και εδώ δεν απαιτούνται μεγάλες επενδύσεις που να αφορούν την υποδομή, όπως κτιριακές εγκαταστάσεις, αλλά απαραίτητα κρίνονται εξειδικευμένα άτομα που να μπορούν όχι μόνο να εκπαιδεύσουν αλλά και να προστατέψουν τους ενδιαφερόμενους σε οποιαδήποτε δυσκολία.

Οι απαιτήσεις των πελατών αυτών είναι πολύ διαφορετικές από αυτές του μαζικού τουρισμού. Εδώ ο πελάτης περιμένει να βρει εξειδικευμένο και έμπειρο προσωπικό καθώς και τον απαραίτητο εξοπλισμό. Δεν ενδιαφέρεται τόσο για το ξενοδοχείο-διαμέρισμα που θα διανυκτερεύσει και αυτό γιατί παραμένει κατά μέσο όρο στην ίδια περιοχή περίπου τρεις μέρες. Ενδιαφέρεται περισσότερο για το φυσικό κάλος και την εξερεύνηση νέων περιοχών παρά την μαζικοποίηση και την συσσώρευση σε μεγάλα αστικά κέντρα.

Σύμφωνα με τα παραπάνω και σε αυτόν τον τομέα η Ελλάδα διαθέτει συγκριτικό πλεονέκτημα σε σχέση με τις ανταγωνίστριες χώρες αφού το ιδανικό κλίμα σε συνδυασμό με τον τεράστιο φυσικό πλούτο και την παραδοσιακή φιλοξενία που συνεχίζει να υπάρχει στην ορεινή Ελλάδα δημιουργούν το ιδανικό περιβάλλον για τον ενδιαφερόμενο.

Τέλος θα πρέπει να αναφέρουμε ότι αυτή μορφή τουρισμού βοηθάει στην ανάπτυξη της περιφέρειας, δεν οδηγεί στην συσσώρευση χρήματος στα αστικά κέντρα και σε μεγάλες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, είναι φιλική προς το περιβάλλον αφού δεν απαιτεί μεγάλες υποδομές και τέλος δεν περιορίζεται σε συγκεκριμένα χρονικά πλαίσια άρα καταργεί την εποχικότητα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

5.1 Ο Αθλητικός Τουρισμός στα ξενοδοχεία.

Στα ξενοδοχεία του τύπου κλαμπ (club hotels) που προωθούν την άθληση κατά την διάρκεια των διακοπών των πελατών τους, αλλά και τα υπόλοιπα ξενοδοχεία που διαθέτουν τμήμα ή υπηρεσίες ψυχαγωγίας (animation), αυτό που επιδιώκουν είναι η διαχείριση του ελεύθερου χρόνου των πελατών τους.

Οι δραστηριότητες που λαμβάνουν χώρα στις εγκαταστάσεις του ξενοδοχείου χωρίζονται σε τρεις κατηγορίες:

1. Στη φυσική δραστηριότητα
2. Στον αθλητισμό και
3. Στην άσκηση

1. Φυσική δραστηριότητα ορίζεται ως οποιαδήποτε κίνηση που παράγεται από σκελετικούς μυς και που καταλήγει σε σημαντική κατανάλωση ενέργειας πάνω από αυτή που καταναλώνεται κατά την διάρκεια της ξεκούρασης. Η φυσική δραστηριότητα του ελεύθερου χρόνου χαρακτηρίζει φυσικές δραστηριότητες που πραγματοποιούνται στον ελεύθερο χρόνο του ατόμου και εμπεριέχουν το στοιχείο της προσωπικής επιλογής.

2. Αθλητισμός: Ο όρος υποδηλώνει μορφή φυσικής δραστηριότητας που χαρακτηρίζεται από το στοιχείο του ανταγωνισμού ή συναγωνισμού.

3. Άσκηση είναι η μορφή φυσικής δραστηριότητας που γίνεται επαναλαμβανόμενα με εξωτερικευμένη πρόθεση την επίτευξη ορισμένου στόχου (για παράδειγμα εμφάνιση, υγεία, απόδοση κ.λ.π.). Στην περιγραφή της άσκησης πρέπει να περιλαμβάνονται: ο τύπος, η διάρκεια, η συχνότητα και η ένταση.

Σε σχετικές έρευνες οι άνθρωποι προβάλλουν την υγεία και την κοινωνική επαφή ως πρωτεύοντα κίνητρα για την ενασχόληση με τον αθλητισμό και την άσκηση.

Όποια και να είναι τελικά η επιλεγόμενη δραστηριότητα για να επιφέρει αποτελέσματα θα πρέπει να διακρίνεται από άριστη ποιότητα υπηρεσιών και καθαριότητα (ακόμα περισσότερο όταν αφορά την ευεξία και την υγεία π.χ. κέντρο θαλασσοθεραπείας).

5.1.1 Τα ξενοδοχεία τύπου κλαμπ (Club Hotels)

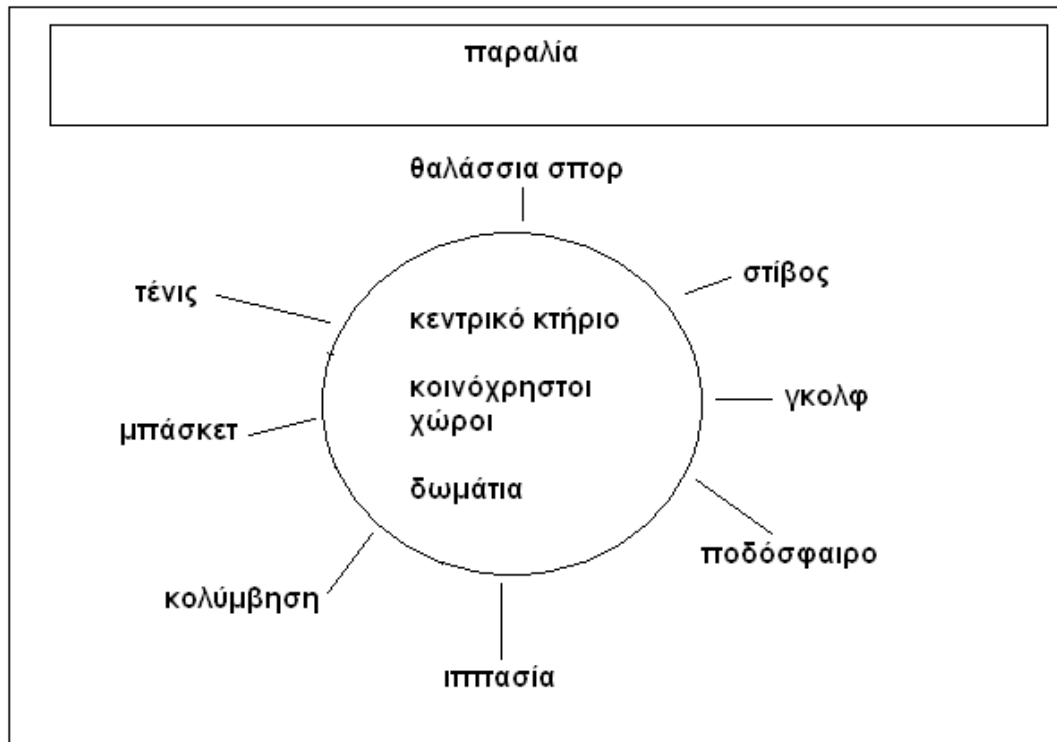
Τα ξενοδοχεία τύπου κλαμπ αποτελούν μια ενδιαφέρουσα περίπτωση τουριστικού αθλητισμού. Οι μονάδες αυτές χρησιμοποιούν το εξαιρετικά πλούσιο πρόγραμμα ψυχαγωγίας και αθλητισμού που προσφέρουν για να προσελκύσουν συγκεκριμένες ομάδες πελατών που αναζητούν δραστήριες διακοπές. Στις περιπτώσεις αυτές πρωτεύων κίνητρο της μετακίνησης αποτελεί η τουριστική εμπειρία ενώ η αθλητική συμμετοχή λειτουργεί ως δευτερεύον κίνητρο. Ο ρόλος της αθλητικής συμμετοχής εμφανίζεται περισσότερο στην επιλογή του τόπου διακοπών ή της ξενοδοχειακής μονάδας. Ξενοδοχεία τύπου κλαμπ είναι τα Club Med, Robinson, Aldiana κ.λ.π. Στις μέρες μας η άθληση στα ξενοδοχεία έχει πάρει την μορφή της animation, η οποία όμως πρέπει να διαφοροποιηθεί για λόγους ασφάλειας των πελατών.

Αυτό που πρέπει να γίνει κατανοητό είναι ότι ο αθλητισμός στο χώρο του ξενοδοχείου δεν πρέπει να παίρνει την μορφή πρωταθλητισμού ώστε να μπορεί να συμμετάσχει το μεγαλύτερο σύνολο των επισκεπτών.

Κατά την διάρκεια των διαφορετικών αθλημάτων που συμμετέχει ο πελάτης απαραίτητη κρίνεται και η ύπαρξη έμπειρου προσωπικού, δηλαδή απόφοιτοι γυμναστικών σχολών, φυσιοθεραπευτές και αθλίατροι που μπορούν ανά πάσα στιγμή να αντιμετωπίσουν ένα τραυματισμό, καθώς και χώρος πρώτων βοηθειών.

Το σχήμα (σχήμα 5.1.1) που ακολουθεί παριστάνει ένα τρόπο με τον οποίο τοποθετούνται στο χώρο τα ξενοδοχεία τύπου κλαμπ (club hotels).

Σχήμα 5.1.1



5.1.2 Ξενοδοχεία παροχής υπηρεσιών υγείας και η σχέση τους με τον αθλητικό τουρισμό.

Τα τελευταία χρόνια οι τουρίστες που επισκέπτονται την χώρα μας έχουν ως κίνητρο μετακίνησης την διατήρηση της καλής τους φυσικής κατάστασης, καθώς και της ψυχικής και σωματικής τους αναζωογόνησης. Αναγνωρίζοντας την ανάγκη αυτή, τα ξενοδοχεία εκτός από τις βασικές υπηρεσίες (διαμονή και σίτιση) άρχισαν να παρέχουν υπηρεσίες που θα ικανοποιούσαν τους πελάτες αυτούς. Στο σημείο αυτό πρέπει να αναφέρουμε ότι ο Maslow με την πυραμίδα αναγκών κατέταξε την ικανοποίηση της ανάγκης του ανθρώπου για υγεία ως την βάση της πυραμίδας.

Αντικειμενικός στόχος των ξενοδοχείων αυτών δεν ήταν η ανάπτυξη μίας εναλλακτικής μορφής τουρισμού που θα ονομασθεί αργότερα τουρισμός υγείας ή αθλητικός τουρισμός. Στόχος ήταν και παραμένει ο ίδιος μέχρι και σήμερα, η αύξηση του αριθμού των πελατών τους. Τόσο ο τουρισμός υγείας όσο και ο αθλητικός τουρισμός λειτουργούν στα περισσότερα ξενοδοχεία της Ελλάδας ως συμπληρωματικά στοιχεία του μαζικού τουρισμού.

Την εξέλιξη αυτού του φαινομένου συναντάμε εμείς σήμερα μέσα στα ξενοδοχεία που έχουν αναπτύξει κέντρα θαλασσοθεραπείας (SPAS), κέντρα αισθητικής και γυμναστήρια.

Πλαίσιο 5.1.2. : Royal Mare Thalasso και Candia Maris Thalasso, δύο ξενοδοχεία που έχουν αναπτύξει τουρισμό υγείας και αθλητικό τουρισμό ταυτόχρονα.

► Το ξενοδοχείο Royal Mare Thalasso είναι ξενοδοχείο ΑΑ' κατηγορίας, δυναμικότητας 415 δωματίων, βρίσκεται στην περιοχή της Χερσονήσου στην Κρήτη σε ιδιόκτητη παραλία. Στο ξενοδοχείο λειτουργεί από το 1997 κέντρο θαλασσοθεραπείας σύγχρονων προδιαγραφών το οποίο διαθέτει 1 θερμαινόμενη εσωτερική πισίνα, 4 εξωτερικές πισίνες και δύο παιδικές, τέσσερα γήπεδα τένις, υπαίθριο και κλειστό γυμναστήριο, καθώς επίσης και ειδικές καμπίνες για ατομικές θεραπείες και περιποιήσεις. Παράλληλα υπάρχει και η δυνατότητα πραγματοποίησης θαλάσσιων καταδύσεων.

► Το ξενοδοχείο Candia Maris Thalasso είναι ξενοδοχείο ΑΑ' κατηγορίας, βρίσκεται σε απόσταση 2,5 χλμ. Από το Ηράκλειο Κρήτης και έχει δυναμικότητα 263 δωματίων. Οι εγκαταστάσεις θαλασσοθεραπείας άρχισαν να λειτουργούν το 1999 και περιλαμβάνουν 3 θερμαινόμενες εσωτερικές πισίνες, σάουνα, τζακούζι, γυμναστήριο, υπαίθριους χώρους άθλησης και ειδικά διαμορφωμένους χώρους για παιδιά.

Η αγορά στόχος που απευθύνονται τα ξενοδοχεία αυτά είναι πολύ μεγάλη και μπορεί να διαχωριστεί ως εξής: Α) σε αυτούς που το ταξίδι κρίνεται αναγκαίο λόγω σοβαρών αναγκών (π.χ. κινητικών). Β) Σε αυτούς που κάνουν το ταξίδι αυτό για λόγους καλλωπισμού. Γ) Σε αυτούς που αναζητούν μια νέα εμπειρία (π.χ. κατάδυση) και Δ) σε αυτούς που η καθημερινή άσκηση έχει γίνει τρόπος ζωής.

5.1.3. Ξενοδοχεία οργανωτές σημαντικών αθλητικών γεγονότων.

Ένας άλλος τρόπος προσέλκυσης τουριστών είναι η διοργάνωση σημαντικών αθλητικών γεγονότων στις αθλητικές εγκαταστάσεις μίας μεγάλης ξενοδοχειακής μονάδας.

Τέτοιο στόχο θέτουν ξενοδοχεία μεγάλης δυναμικότητας που βρίσκονται κοντά στα αστικά κέντρα και διαθέτουν ειδικευμένο προσωπικό και άριστη παροχή υπηρεσιών. Και τα δύο κρίνονται απαραίτητα γιατί οι πελάτες-αθλητές έχουν απαιτήσεις που αφορούν την διατροφή τους για παράδειγμα, που ένα ξενοδοχείο μικρής κατηγορίας δεν θα μπορούσε να ικανοποιήσει.

Το ξενοδοχείο όμως δεν στοχεύει στην προσέλκυση των αθλητών μόνο. Ως δευτερεύον στόχο βάζει και την προσέλκυση των συνοδών, των χορηγών, των δημοσιογράφων και τελικά όλου του κύκλου που μπορεί να συνοδεύει ένα αθλητή.

Ως παράδειγμα μπορούμε να αναφέρουμε την διεξαγωγή ενός τουρνουά τένις διεθνούς φήμης στις εγκαταστάσεις του ξενοδοχείου. Την διεξαγωγή ενός τουρνουά σκακιού σε εθνικό ή ευρωπαϊκό επίπεδο κτλ.

Πλαίσιο 5.1.3. : Σε διοργανώσεις ιππασίας και γκολφ στοχεύει το Πόρτο Καρράς.

Στην αγορά της διοργάνωσης αγώνων ιππασίας και γκολφ προσανατολίζεται το ξενοδοχειακό συγκρότημα Πόρτο Καρράς στη Χαλκιδική. Το Πόρτο Καρράς προτείνεται ως ο ιδανικός χώρος, ο οποίος συνδυάζει άρτιες αθλητικές εγκαταστάσεις και εξαιρετικές συνθήκες διαμονής, για δύο από τις μεγαλύτερες αθλητικές διοργανώσεις σε ιππασία και γκολφ.

Υποστηρίζεται η πρόταση για την διεξαγωγή στο Πόρτο Καρράς των Βαλκανικών αγώνων ιππασίας του 2005 και η ελληνική ομοσπονδία γκολφ προτείνει το νέο αγωνιστικό χώρο, στις πλαγιές του Μελίτωνα, για να γίνει σε αυτόν το πανευρωπαϊκό πρωτάθλημα του 2006 και του 2007.

Η ιδιοκτησία του Πόρτο Καρράς πραγματοποίησε ήδη μία πολύ μεγάλη επένδυση, για ευρωπαϊκά δεδομένα, για ανακαινίσεις και νέες κατασκευές στους τρεις στίβους του κέντρου ιππασίας, στους στάβλους και τους άλλους βοηθητικούς χώρους, που το καθιστούν μοναδικό στον χώρο της Μεσογείου και εφάμιλλο του στίβου της Αθήνας όπου έγιναν οι Ολυμπιακοί αγώνες. Σε αυτές τις εγκαταστάσεις διεξήχθησαν διεθνείς ιππικοί αγώνες με 120 άλογα και ιππείς –πολύ σημαντικά ονόματα στο άθλημα και σε ευρωπαϊκό μάλιστα επίπεδο. Σε αυτόν τον αγωνιστικό χώρο υπάρχει η πρόταση για τη διεξαγωγή των βαλκανικών αγώνων ιππασίας του 2005.

Μοναδικό στο βορειοελλαδικό χώρο και από τις σημαντικότερες σε ευρωπαϊκό επίπεδο υπήρξε η επένδυση η οποία πραγματοποιήθηκε στο γκολφ. Σε αυτόν τον αγωνιστικό χώρο , ο οποίος συνδυάζει εκπληκτικό φυσικό περιβάλλον και αγωνιστική αρτιότητα , έγινε ο 7^{ος} αγώνας ελληνοτουρκικής φιλίας. Η ιδιοκτησία του Πόρτο Καρράς προγραμματίζει μία μεγαλύτερη επένδυση στις πλαγιές του Μελίτωνα και μέσα στα όρια του κτήματος. Ένα γήπεδο με το μήκος και τις δυσκολίες που δύσκολα θα μπορεί κανείς να τα βρει κανείς σε παγκόσμιο επίπεδο και το οποίο θα μπορεί να συναρπάξει τους παίκτες όσο κανένα άλλο. Ο προγραμματισμός υπάρχει από διετίας αλλά η γραφειοκρατία και οι αγκυλώσεις της δημόσιας διοίκησης, η οποία δεν αντιλαμβάνεται ούτε το μέγεθος της επένδυσης, ούτε την

σπουδαιότητα της για τα τουριστικά πράγματα του βορειοελλαδικού χώρου, το κρατούν σε επίπεδο προγραμματισμού. Αυτό το νέο γήπεδο προτείνεται τώρα για το πανευρωπαϊκό πρωτάθλημα γκολφ.

Πηγή: **Θοδωρής Κουμέλης, traveldailynews.gr**

5.1.4.: Ξενοδοχεία παροχής άριστων υπηρεσιών (διαμονής- διατροφής).

Στον ανταγωνισμό για την προσέλκυση ομάδων και αθλητών μπαίνουν όμως και τα ξενοδοχεία που, αν και δεν διαθέτουν άριστες αθλητικές εγκαταστάσεις, διαθέτουν πιστοποιημένες υπηρεσίες σίτισης (HACCP). Είναι σημαντικό να γνωρίζουμε ότι το βασικότερο στην ζωή ενός αθλητή, είναι η διατροφή, η οποία του εξασφαλίζει και καλές επιδόσεις.

Σημαντική θεωρείται και η παροχή της υπηρεσίας διαμονής όπως:

- 1) Η συχνότητα καθαρισμού των δωματίων
 - 2) Η δυνατότητα αποκλεισμού των δωματίων ή του δωματίου σε σχέση με το υπόλοιπο ξενοδοχείο για λόγους ασφάλειας των αθλητών
 - 3) Και γενικά η ευελιξία του ξενοδοχείου στις όποιες απαιτήσεις του αθλητή
-

Πλαίσιο 5.1.4. : Μελέτη περίπτωσης (Case Study) του ξενοδοχείου Pilot Beach.

Το ξενοδοχείο Pilot Beach είναι πέντε αστέρων, βρίσκεται 17 χιλιόμετρα δυτικά της πόλης του Ρεθύμνου και διαθέτει 450 δωμάτια. Η συνολική έκταση του είναι 150 στρέμματα και μέσα σε αυτά μπορεί κανείς να βρει δύο γήπεδα τένις, ένα γήπεδο mini soccer, τρεις πισίνες, σάουνα, χαμάμ, μασάζ καθώς και αίθουσα αεροβικής γυμναστικής. Επίσης διαθέτει τρία εστιατόρια τα οποία έχουν πιστοποίηση άριστης παροχής υπηρεσιών σίτισης (HACCP). Κατά την διάρκεια της τουριστικής περιόδου 2003-2004 και λίγο πριν την έναρξη των Ολυμπιακών Αγώνων στην Αθήνα, παρέμειναν στο ξενοδοχείο αυτό οι αθλητές της αμερικάνικης ομάδας στίβου. Η ομάδα έκανε ημερήσιες προπονήσεις στο Εθνικό Αθλητικό Κέντρο (Ε.Α.Κ.) Γάλλου το οποίο απέχει από το ξενοδοχείο περίπου 20 χιλιόμετρα και από την πόλη του Ρεθύμνου 3 χιλιόμετρα. Στην πόλη του Ρεθύμνου υπάρχουν ξενοδοχεία με ισάξιες εγκαταστάσεις η ακόμα καλύτερες. Οι βασικοί λόγοι όμως που επιλέχθηκε το Pilot Beach Hotel για την διαμονή των αθλητών είναι:

A) Η πιστοποίηση των υπηρεσιών διατροφής και

B) Η δυνατότητα ελέγχου της περιοχής από τις δυνάμεις ασφαλείας.

Πηγή : **Pilot Beach Hotel**

5.2. Επίλογος

Σύμφωνα με τα παραπάνω ένα ξενοδοχείο μπορεί να προσελκύσει πελάτες, που σαν στόχο έχουν την άθληση κατά την διάρκεια των διακοπών τους, αρκεί να γίνει όμως σωστή επιλογή της αγοράς στόχου που θέλει να προσεγγίσει. Αυτή η αγορά στόχος μπορεί να είναι από τον τουρίστα που ξεκινάει να κάνει διακοπές και τυχαία βρίσκεται να συμμετέχει σε κάποιο τουρνουά που διοργάνωσε το ξενοδοχείο, μέχρι μία παγκοσμίου φήμης ομάδα ή αθλητή.

ΜΕΡΟΣ ΤΡΙΤΟ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: Πως αναπτύσσεται ο αθλητικός τουρισμός στην Κρήτη και τι προοπτικές υπάρχουν για περαιτέρω ανάπτυξη.

6.1 Εισαγωγή

Στην Κρήτη υπάρχει η δυνατότητα λόγω της μορφολογίας, του κλίματος και τις γεωγραφικής θέσης να αναπτυχθούν οι περισσότερες από τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Δεν είναι όμως αρκετά αυτά για να πούμε ότι θα υπάρχει σίγουρη και επιτυχημένη ανάπτυξη. Ο σωστός τουριστικός και αναπτυξιακός σχεδιασμός είναι απαραίτητοι καθώς και η έρευνα αγοράς. Παρακάτω γίνεται μία προσπάθεια-μελέτη όπου παρουσιάζονται η υφιστάμενη κατάσταση οι δυνατότητες και οι αδυναμίες της Κρήτης, καθώς και οι ευκαιρίες και οι απειλές στην ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού.

6.2 Ο αθλητικός τουρισμός στην Κρήτη.

Την τελευταία δεκαετία στην Κρήτη άρχισαν να αναπτύσσονται παράλληλα με τον μαζικό τουρισμό και διάφορες εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Μία από αυτές είναι και ο αθλητικός τουρισμός. Έτσι σε κάθε γωνιά της ο επισκέπτης μπορεί να γευτεί το φυσικό της κάλος με πολλούς διαφορετικούς τρόπους όπως την ιστιοπλοΐα, τις καταδύσεις, το θαλάσσιο σκι, την ιστιοσανίδα, την ορειβασία, την ποδηλασία, τον περίπατο και το γκολφ. Όσον αφορά τον τουρισμό υγείας η Κρήτη μπορεί να μην διαθέτει ιαματικές πηγές, διαθέτει όμως εξειδικευμένα κέντρα θαλασσοθεραπείας, ψυχαγωγίας και άθλησης που αντιστοιχούν σε αυτό που μελετάμε, τον αθλητικό τουρισμό.

6.2.1 Η Ιστιοπλοΐα στην Κρήτη

Η Κρήτη αποτελεί πάντα σταθμό για τα σκάφη που διασχίζουν το Αιγαίο ή το Ιόνιο πέλαγος και την Μεσόγειο. Οι λόγοι είναι πολλοί αλλά δεν στηρίζονται στην υποδομή και στις ανέσεις που συναντούν στην Κρήτη τα πληρώματα. Αντιθέτως ενδιαφέρονται να σταματήσουν στην Κρήτη για να γνωρίσουν το φυσικό της κόσμο, τους ανθρώπους και την πλούσια ιστορία της. Δυστυχώς το νησί της Κρήτης διαθέτει μόνο μία οργανωμένη μαρίνα αυτή του Αγίου Νικολάου (πίνακας 4.2.3). Κατά τους καλοκαιρινούς μήνες που η κίνηση είναι αυξημένη τα πληρώματα αναγκάζονται να αγκυροβολούν εκτός της μαρίνας όπου ο κίνδυνος είναι μεγάλος για το σκάφος να πάθει ζημιά αλλά και για το πλήρωμα που κινδυνεύει από σύγχρονους πειρατές.

Οι απαιτήσεις των πελατών αυτών είναι μεγάλες και αυτό γιατί το κόστος των σκαφών είναι τεράστιο και δεν θα ρισκάρουν την καταστροφή του για κανένα λόγο. Επίσης η οικονομική τους δυναμικότητα μπορεί να θεωρηθεί υψηλή για να μπορούν να συντηρούν ένα σκάφος τέτοιου τύπου.

Λέγοντας σύγχρονη μαρίνα εννοούμε ένα χώρο ειδικά διαμορφωμένο όπου μπορεί ο επισκέπτης να προσαράξει με το σκάφος του. Εκεί θα τον περιμένει ειδικός εξοπλισμός για την επισκευή και ρύθμιση του σκάφους του. Η μαρίνα του Αγίου Νικολάου μπορεί να θεωρηθεί σύγχρονη αλλά δεν είναι αρκετή για να καλύψει τις ανάγκες των σκαφών που εισρέουν κάθε χρόνο.

Όσον αφορά τις οργανώσεις αγώνων η Κρήτη θεωρείται ιδανικό μέρος για τον λόγο ότι στην βόρεια πλευρά της υπάρχουν τρεις κόλποι, αυτός της Κισσάμου, των Χανίων και, του Αγίου Νικολάου (κόλπος Μιραμπέλλου) όπου οι άνεμοι είναι κατά την διάρκεια όλου του χρόνου οι ιδανικοί για το άθλημα αυτό. Αλλά και η νότια Κρήτη δεν υστερεί στις συνθήκες που προσφέρει με τον κόλπο της Μεσσαράς να αποτελεί μία φυσική πίστα για την ιστιοπλοΐα. Κάθε χρόνο καταφτάνουν στους κόλπους της Κρήτης δεκάδες πληρώματα για να συμμετάσχουν σε αγώνες αλλά και για διακοπές. Δυστυχώς όμως η έλλειψη υποδομών σε αυτά τα σημεία τους καθυστερεί και τους απογοητεύει με αποτέλεσμα ο ενθουσιασμός που υπήρχε να αντικαθίσταται με την απογοήτευση. Με αυτό τον τρόπο δικαιολογημένα καταφεύγουν στις μαρίνες των γειτονικών χωρών όπου και τελικά καταλήγουν να κάνουν διακοπές και αγώνες.

Χρειάζεται λοιπόν να εκμεταλλευτούμε αυτό που μας πρόσφερε η φύση δηλαδή τις φυσικές πίστες αναπτύσσοντας σε αυτές τις περιοχές οργανωμένες και αντάξιες των απαιτήσεων των ιστιοπλόων μαρίνες. Υπάρχουν ήδη αρκετές διοργανώσεις ιστιοπλοϊκών αγώνων που λαμβάνουν χώρα στη θαλάσσια περιοχή γύρω από την Κρήτη. Με την ανάπτυξη των σωστών υποδομών θα πολλαπλασιαστούν αυτόματα όπως και η εισροή ομάδων και πληρωμάτων. Ταυτόχρονα ενεργοποιούνται και οι ιδιωτικοί μηχανισμοί οι οποίοι θα σπεύδουν να επενδύσουν στην Κρήτη και στον θαλάσσιο αθλητικό τουρισμό.

6.2.2 Ο καταδυτικός τουρισμός στην Κρήτη

Τόσο η νότια όσο και η βόρεια θαλάσσια περιοχή της Κρήτης αποτελούν ένα θαλάσσιο μουσείο. Ο καταδυτικός τουρισμός χωρίζεται σε δύο κατηγορίες: Α) Στην πρώτη κατηγορία ανήκουν οι επαγγελματίες δύτες. Δύτες από όλο τον κόσμο καταφθάνουν στην Κρήτη για να εξερευνήσουν και να θαυμάσουν τον υποθαλάσσιο πλούτο της. Δείχνουν μεγάλο ενδιαφέρον στις περιοχές γύρω από ιστορικές πόλεις όπως η Κνωσός. Το ενδιαφέρον τους κινούν επίσης φυσικές υποθαλάσσιες σπηλιές που δημιουργήθηκαν με το πέρασμα του χρόνου. Βγάζουν φωτογραφίες οι οποίες κάνουν το γύρω του κόσμου μέσα από περιοδικά του κλάδου και το διαδίκτυο οι οποίες διαφημίζουν την Κρήτη. Στην ίδια κατηγορία ανήκουν και οι αρχαιολόγοι δύτες που εξερευνούν το βυθό ανασύροντας κάθε φορά σημαντικά αρχαιολογικά ευρήματα. Οι απαιτήσεις των δυτών αυτών δεν είναι μεγάλες καθώς δεν χρειάζονται εκπαίδευση αφού είναι επαγγελματίες και διαθέτουν ο κάθε ένας τον δικό του επαγγελματικό εξοπλισμό.

Β) Στην δεύτερη κατηγορία ανήκουν οι τουρίστες που φτάνοντας στην Κρήτη για διακοπές επιλέγουν να κάνουν καταδύσεις. Η ευκαιρία αυτή τους δίνεται είτε από το επιλεγμένο ξενοδοχείο διαμονής τους είτε από καταδυτικούς ομίλους που οι ίδιοι επισκέπτονται. Και στις δύο περιπτώσεις ο εξοπλισμός παραχωρείται από την επιχείρηση. Αυτό σημαίνει ότι το κόστος αυξάνεται για την συμμετοχή στις καταδύσεις. Για να συμμετάσχει σε καταδύσεις κάποιος αρχάριος απαιτείται τριήμερη προεκπαίδευση σε πισίνα και στην συνέχεια στην θάλασσα. Η συνοδεία από έμπειρους δύτες και εκπαιδευτές είναι συνεχής.

Επαγγελματίες δύτες και ερευνητές αναφέρουν για την θαλάσσια περιοχή της Κρήτης ότι αν και από την βόρεια και από την νότια πλευρά της το πέλαγος είναι ανοιχτό, πράγμα που σημαίνει ότι δεν υπάρχουν πολλά διαφορετικά ήδη ψαριών λόγω της χαμηλής θερμοκρασίας της θάλασσας, παρ' όλα αυτά ο θαλάσσιος πλούτος είναι τεράστιος σε οστρακοειδή και θαλάσσια φυτά. Τα τελευταία χρόνια δύτες-παρατηρητές επισκέπτονται τα νότια παράλια της Κρήτης για να παρακολουθήσουν τις μετακινήσεις των φαλαινών που διασχίζουν την Μεσόγειο με κατεύθυνση από την ανατολή προς την δύση.

Η δυνατότητα ανάπτυξης του καταδυτικού τουρισμού στην Κρήτη είναι πολλές. Οι υποδομές δεν θεωρούνται δαπανηρές και το κόστος εξοπλισμού επιβαρύνει στην πρώτη περίπτωση τον ίδιο τον δύτεν ενώ στην δεύτερη τον ιδιώτη που είναι κάποιος ναυτικός ή καταδυτικός όμιλος ή ξενοδοχειακή επιχείρηση. Ο ανταγωνισμός είναι μεγάλος κυρίως από τις γείτονες χώρες γι' αυτό θα πρέπει να εκμεταλλευτούμε το συγκριτικό πλεονέκτημα που είναι ο αρχαιολογικός πλούτος της Κρήτης αλλά ταυτόχρονα θα πρέπει να τον προστατέψουμε από επίδοξους αρχαιοκάπηλους.

6.2.3. Θαλάσσιο σκι και ιστιοσανίδα στην Κρήτη

Το θαλάσσιο σκι είναι ένα σπορ που αναπτύσσεται στην Κρήτη κατά τους καλοκαιρινούς μήνες στις περισσότερες παραλίες της. Επισκέπτες κυρίως νεαρής ηλικίας συμμετέχουν στο θαλάσσιο σκι όχι επαγγελματικά αλλά για διασκέδαση. Δεν έχει αναπτυχθεί ως αυτόνομο άθλημα αλλά ως συμπληρωματικό του μαζικού τουρισμού και ο λόγος είναι ότι δεν υπάρχουν οι απαιτούμενες υποδομές. Το θαλάσσιο σκι είναι ένα σχετικά σύγχρονο άθλημα το οποίο προσελκύει άτομα νεαρής ηλικίας. Αυτό σημαίνει ότι οι απαιτήσεις τους όσον αφορά την διαμονή και διατροφή τους δεν είναι για αυτούς απαραίτητα όσο μία οργανωμένη καθαρή παραλία και μία θαλάσσια πίστα για άλματα. Ο απλούστερος και οικονομικότερος τρόπος για την προσέλκυση αθλητών σκι είναι η δημιουργία μίας πίστας το κόστος της οποίας δεν είναι μεγάλο και μία διαφήμιση σε περιοδικά που ασχολούνται με τα θαλάσσια αθλήματα. Βασικός στόχος των αθλητών αυτών είναι να γνωρίζουν νέες παραλίες ανά τον κόσμο ανεξερεύνητες από τους περισσότερους πράγμα που η Κρήτη διαθέτει σε αφθονία.

Η ιστιοσανίδα όπως και το σκι έχει την μορφή του συμπληρωματικού προϊόντος στον μαζικό τουρισμό. Το πλεονέκτημα της Κρήτης εδώ είναι ότι μπορεί να φιλοξενήσει οργανώσεις αφού διαθέτει τόσο από την βόρεια όσο και από την Νότια πλευρά τους ιδανικούς για το άθλημα ανέμους.

Στην Κρήτη την τελευταία δεκαετία άρχισαν να διοργανώνονται αγώνες από αντίστοιχους ναυτικούς ομίλους. Με το πέρασμα των χρόνων και μετά την ανάδειξη του αθλήματος και της Κρήτης ως ιδανικό μέρος, αθλητές κυρίως από την Ευρώπη άρχισαν να επισκέπτονται το νησί. Οι φιλοξενία που τους προσέφεραν οι ναυτικοί όμιλοι της Κρήτης τους εντυπωσίασε και από τότε επισκέπτονται το νησί κάθε χρόνο. Έτσι όπως και στην ιστιοπλοΐα οι κόλποι της Κρήτης απέκτησαν διεθνές κύρος. Κυρίως βέβαια αυτός των Χανίων και της Κισσάμου στην βόρεια πλευρά αλλά και της Μεσσαράς στην Νότια. Αυτό που χρειάζεται στην συγκεκριμένη περίπτωση λοιπόν είναι διατήρηση των

συγκεκριμένων αθλητών και όχι η αύξηση του αριθμού τους. Ο λόγος είναι ότι ο αριθμός τους είναι μικρός και τυχόν ανταγωνισμός ίσως τους απωθήσει.

Η διαφήμιση δεν είναι απαραίτητη και αυτό γιατί το νησί είναι πλέον ευρέως γνωστό τόσο για την φιλοξενία του όσο και για τις ιδανικές κλιματολογικές του συνθήκες. Αυτό που χρειάζεται είναι η συμβολή των αρμόδιων φορέων, όπως το Υπουργείο Τουρισμού, ο Ε.Ο.Τ. και το Λιμενικό ώστε να προσπαθήσουν να προσελκύσουν αγώνες διεθνούς κύρους μέσω των οποίων θα προβάλλεται η Ελλάδα και η Κρήτη. Η οργάνωση αγώνων κύρους μέσω των οποίων θα αναδεικνύονται παγκόσμιοι πρωταθλητές είναι ο καλύτερος και οικονομικότερος τρόπος για διαφήμιση και διατήρηση των πελατών.

6.2.4 Ο ορειβατικός και περιπατικός τουρισμός στην Κρήτη

«Ο ιδανικότερος τρόπος για να γνωρίσεις τον φυσικό πλούτο, την γεωγραφία αλλά και τους ανθρώπους της Κρήτης, είναι να την περπατήσεις». Έτσι ξεκινάει ο ταξιδιωτικός οδηγός πολλών τουριστικών πρακτορείων της Ευρώπης που οργανώνουν περιπάτους από χωριό σε χωριό της Κρήτης με στόχο την διάδοση των ηθών και των εθίμων των κρητικών καθώς και της διατροφής τους.

Εκτός από τους οργανωμένους τουρίστες όμως την Κρήτη επισκέπτονται και μεμονωμένες ομάδες ατόμων οι οποίοι θέλοντας διαρκώς να εξερευνούν και να γνωρίζουν την φύση από κοντά καταφθάνουν έτοιμοι να την διασχίσουν. Αυτοί οι άνθρωποι ανάλογα με την διαδρομή που θα επιλέξουν χωρίζονται σε δύο ομάδες. Στους πεζοπόρους οι οποίοι επιλέγουν μία ασφαλή διαδρομή από χαραγμένους δρόμους ή μονοπάτια (Ε4) και στους ορειβάτες των οποίων η διαδρομή είναι σκληρή και πολλές φορές επίπονη. Συνήθως οι πεζοπόροι επιλέγουν να διασχίσουν την Κρήτη κατά τους καλοκαιρινούς μήνες ενώ αντίθετα οι ορειβάτες δεν επηρεάζονται από τις αλλαγές του καιρού.

Ο συνδυασμός του φυσικού πλούτου και της κουλτούρας των ανθρώπων είναι το συγκριτικό πλεονέκτημα που πρέπει να εκμεταλλευτεί. Η Υποδομή που χρειάζεται για την ανάπτυξη της μορφής αυτής είναι η ανέγερση καταφυγίων πλήρως εξοπλισμένων που θα λειτουργούν ως σταθμοί για ορειβάτες και πεζοπόρους. Επιπλέον η ενίσχυση των ανθρώπων της περιφέρειας ώστε να χτίσουν καταλύματα πλήρως εξοπλισμένα για αυτούς τους ανθρώπους θα βοηθούσε άμεσα και στην ανάπτυξη της περιφέρειας. Συνεχίζοντας θα πρέπει να αναφέρουμε ότι η Κρήτη δεν απειλείται άμεσα από τον ανταγωνισμό. Ο λόγος είναι ότι ο τρόπος που σκέφτονται οι άνθρωποι αυτοί είναι ότι κάθε τόπος είναι και ένας διαφορετικός κόσμος, ένα διαφορετικό περιβάλλον και διαφορετικοί άνθρωποι. Η μοναδικότητα για αυτούς της Κρήτης είναι δεδομένη. Χρειάζεται σωστή πολιτική και διαφήμιση ώστε να προσελκυσθούν οι ενδιαφερόμενοι αλλά και προσοχή ώστε να μην απομακρυνθούν οι υπάρχοντες. Πρόβλημα καταστροφής του περιβάλλοντος δεν υφίσταται αφού οι πεζοπόροι και οι ορειβάτες χαρακτηρίζονται με μία λέξη ως φυσιολάτρες.

Στην Κρήτη εδρεύουν ορειβατικοί σύλλογοι σε κάθε νομό οι οποίοι συνεργάζονται με ομίλους από όλη την Ευρώπη για την εκπαίδευση και την προετοιμασία νέων μελών. Οι συνεργασίες αυτές θα μπορούσαν να χαρακτηριστούν ως σιωπηλή διαφήμιση η οποία προσελκύει συνεχώς νέους

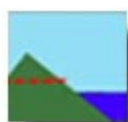
αθλητές. Στην ίδια κατηγορία ανήκουν και οι σπηλαιολόγοι – ερευνητές των οποίων όμως στόχος δεν είναι η άθληση αλλά η γνώση.

Τέλος θα πρέπει να δεχτούμε την άποψη ότι ο ορειβατικός και ο περιπατικός τουρισμός αποτελούν τμήμα του αθλητικού τουρισμού αφού και αυτές οι μορφές σαν στόχο έχουν πέρα από την θαυμασμό και την γνώση την υγεία και την διατήρηση της φυσικής κατάστασης του ατόμου.

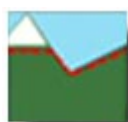
Στο πλαίσιο που ακολουθεί δίνεται μία σχηματική περιγραφή του ευρωπαϊκού μονοπατιού E4 στην Κρήτη, ποιες διαδρομές περιλαμβάνει και τι δυσκολία έχουν. (πλαίσιο 6.2.4)

Πλαίσιο 6.2.4: Το ευρωπαϊκό μονοπάτι E4 στην Κρήτη

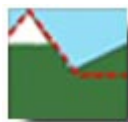
E4 ΜΟΝΟΠΑΤΙ ΣΥΜΒΟΛΙΣΜΟΙ ΦΥΣΙΟΓΝΩΜΙΑΣ ΔΙΑΔΡΟΜΩΝ



Διαδρομή σε πλαγιά παράλληλα με τη θάλασσα



Διαδρομή σε πλαγιά σε μεγάλο υψόμετρο



Διαδρομή σε πλαγιά με συνδυασμό διάσχισης



Διαδρομή σε φαράγγι



Διαδρομή διάσχισης μικρών γυμνών από βλάστηση κορυφών



Διαδρομή διάσχισης ομαλών λόφων



Διαδρομή διάσχισης πεδινών περιοχών

# 1	ΚΑΣΤΕΛΙ ΚΙΣΣΑΜΟΥ ΣΦΗΝΑΡΙ						
	✓					✓	✓
ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΜΗΚΟΣ:	22.5 KM						
ΩΡΕΣ:	6.5 ώρες						
ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ:	Άνοιξη και Φθινόπωρο						
ΔΥΣΚΟΛΙΑ ΔΙΑΔΡΟΜΗΣ:	Εύκολη διαδρομή σε βατό δρόμο & μικρές κλίσεις						

# 2	ΣΦΗΝΑΡΙ ΜΟΝΗ ΧΡΥΣΟΣΚΑΛΙΤΙΣΣΑΣ						
	✓					✓	✓
ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΜΗΚΟΣ:	32 KM						
ΩΡΕΣ:	8 ώρες						
ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ:	Άνοιξη έως Φθινόπωρο						
ΔΥΣΚΟΛΙΑ ΔΙΑΔΡΟΜΗΣ:	Καμία						

#3	ΧΡΥΣΟΣΚΑΛΙΤΙΣΣΑ ΠΑΛΑΙΟΧΩΡΑ						
	✓					✓	✓
ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΜΗΚΟΣ:	22 KM						
ΩΡΕΣ:	7 ώρες						
ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ:	Άνοιξη έως Φθινόπωρο						
ΔΥΣΚΟΛΙΑ ΔΙΑΔΡΟΜΗΣ:	Χωρίς ιδιαίτερες δυσκολίες						
ΠΡΟΣΟΧΗ:	Απαιτείται αυξημένη ποσότητα νερού						

#4	ΠΑΛΑΙΟΧΩΡΑ ΣΟΥΓΙΑ						
ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΜΗΚΟΣ:	14.5 KM						
ΩΡΕΣ:	6 ώρες						
ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ:	Άνοιξη έως Φθινόπωρο						
ΔΥΣΚΟΛΙΑ ΔΙΑΔΡΟΜΗΣ:	Χωρίς ιδιαίτερες δυσκολίες						
ΠΡΟΣΟΧΗ:	Απαιτείται αυξημένη ποσότητα νερού						

#5	ΣΟΥΓΙΑ ΑΓΙΑ ΡΟΥΜΕΛΗ						
ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΜΗΚΟΣ:	20 KM						
ΩΡΕΣ:	8-9 ώρες						
ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ:	Απρίλιο έως Σεπτέμβριο						
ΔΥΣΚΟΛΙΑ ΔΙΑΔΡΟΜΗΣ:	Από τις πλέον κουραστικές και δύσκολες της Κρήτης						
ΠΡΟΣΟΧΗ:	Απαιτείται αυξημένη ποσότητα νερού						

#6	ΑΓΙΑ ΡΟΥΜΕΛΗ ΛΟΥΤΡΟ						
ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΜΗΚΟΣ:	13 KM						
ΩΡΕΣ:	4.5 ώρες						
ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ:	Ολόκληρο το χρόνο κυρίως από Σεπτέμβριο έως Μάιο						
ΔΥΣΚΟΛΙΑ ΔΙΑΔΡΟΜΗΣ:	Καμία						
ΠΡΟΣΟΧΗ:	Απαιτείται αυξημένη ποσότητα νερού						

# 7	ΛΟΥΤΡΟ ΦΡΑΓΚΟΚΑΣΤΕΛΟ						
	✓					✓	✓
ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΜΗΚΟΣ:	19.5 KM						
ΩΡΕΣ:	6.5 ώρες						
ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ:	Ολόκληρο το χρόνο						
ΔΥΣΚΟΛΙΑ ΔΙΑΔΡΟΜΗΣ:	Ελάχιστες						

#8	ΣΟΥΓΙΑ - ΚΟΥΣΤΟΓΕΡΑΚΟ ΟΜΑΛΟΣ						
		✓	✓	✓			
ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΜΗΚΟΣ:	24.5 KM						
ΩΡΕΣ:	8 ώρες						
ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ:	Άνοιξη έως Φθινόπωρο						
ΔΥΣΚΟΛΙΑ ΔΙΑΔΡΟΜΗΣ:	Χωρίς ιδιαίτερες δυσκολίες						

# 9	ΣΟΥΓΙΑ ΦΑΡΑΓΓΙ ΑΓΙΑΣ ΕΙΡΗΝΗΣ - ΟΜΑΛΟΣ						
		✓		✓		✓	
ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΜΗΚΟΣ:	15 KM						
ΩΡΕΣ:	7.5 ώρες						
ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ:	Μάιο έως Σεπτέμβριο						
ΔΥΣΚΟΛΙΑ ΔΙΑΔΡΟΜΗΣ:	Σχετικά κουραστική η διάσχιση του φαραγγιού						

#10	ΟΜΑΛΟΣ ΑΓΙΑ ΡΟΥΜΕΛΗ						
				✓			
ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΜΗΚΟΣ:	18 KM						
ΩΡΕΣ:	6.5 ώρες						
ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ:	Υποχρεωτικά από Μάιο έως Οκτώβριο						
ΔΥΣΚΟΛΙΑ ΔΙΑΔΡΟΜΗΣ:	Σχετικά εύκολη διαμορφωμένη διαδρομή						

#11	ΟΜΑΛΟΣ ΚΑΛΛΕΡΓΗ - ΚΑΤΣΙΒΕΛΙ						
		✓	✓	✓	✓		
ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΜΗΚΟΣ:	15 KM						
ΩΡΕΣ:	7 ώρες						
ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ:	Τέλος άνοιξης μέχρι αρχές Φθινοπώρου						
ΔΥΣΚΟΛΙΑ ΔΙΑΔΡΟΜΗΣ:	Χωρίς ιδιαίτερες τεχνικές δυσκολίες αλλά κουραστική πορεία το καλοκαίρι						
ΠΡΟΣΟΧΗ:	Απαιτείται αυξημένη ποσότητα νερού						

#12	ΚΑΤΣΙΒΕΛΙ ΑΣΚΥΦΟΥ						
			✓				
ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΜΗΚΟΣ:	20 KM						
ΩΡΕΣ:	8-10 ώρες						
ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ:	Μάιο έως Σεπτέμβριο						
ΔΥΣΚΟΛΙΑ ΔΙΑΔΡΟΜΗΣ:	Από τις δυσκολότερες διαδρομές της Κρήτης						
ΠΡΟΣΟΧΗ:	Απαιτείται αυξημένη ποσότητα νερού						

#13	ΑΣΚΥΦΟΥ - ΙΜΠΡΟΣ ΚΟΜΙΤΑΔΕΣ - ΦΡΑΓΚΟΚΑΣΤΕΛΛΟ						
				✓			✓
ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΜΗΚΟΣ:	19.5 KM						
ΩΡΕΣ:	6.5ώρες						
ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ:	Άνοιξη έως Φθινόπωρο						
ΔΥΣΚΟΛΙΑ ΔΙΑΔΡΟΜΗΣ:	Καμιά						

#14	ΑΣΚΥΦΟΥ / ΙΜΠΡΟΣ ΚΑΛΛΙΚΡΑΤΗΣ						
						✓	✓
ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΜΗΚΟΣ:	18 KM						
ΩΡΕΣ:	6 ώρες						
ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ:	Όλο το χρόνο						
ΔΥΣΚΟΛΙΑ ΔΙΑΔΡΟΜΗΣ:	Σχετικά εύκολη (βατοί αμαξιτοί δρόμοι)						

#15	ΚΑΛΛΙΚΡΑΤΗΣ ΑΡΓΥΡΟΥΠΟΛΗ						
				✓			✓
ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΜΗΚΟΣ:	16 KM						
ΩΡΕΣ:	5 ώρες						
ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ:	Όλο το χρόνο						

#16	ΦΡΑΓΚΟΚΑΣΤΕΛΛΟ ΚΑΤΩ ΡΟΔΑΚΙΝΟ						
							✓
ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΜΗΚΟΣ:	14 KM						
ΩΡΕΣ:	3.25 ώρες						
ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ:	Όλο το χρόνο						
ΔΥΣΚΟΛΙΑ ΔΙΑΔΡΟΜΗΣ:	Καμιά (ασφαλτοστρωμένος δρόμος)						

#17	ΡΟΔΑΚΙΝΟ ΑΓΙΟΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ						
			✓		✓	✓	
ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΜΗΚΟΣ:	20.5 KM						
ΩΡΕΣ:	7-8 ώρες						
ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ:	Μάρτιος έως Οκτώβριος						
ΔΥΣΚΟΛΙΑ ΔΙΑΔΡΟΜΗΣ:	Χωρίς ιδιαίτερες δυσκολίες						

#18	ΑΡΓΥΡΟΥΠΟΛΗ ΑΓΚΟΥΣΣΕΛΙΑΝΑ						
				✓		✓	✓
ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΜΗΚΟΣ:	23 KM						
ΩΡΕΣ:	7-8 ώρες						
ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ:	Όλο το χρόνο						
ΔΥΣΚΟΛΙΑ ΔΙΑΔΡΟΜΗΣ:	Χωρίς ιδιαίτερες δυσκολίες						

#19	ΑΓΚΟΥΣΣΕΛΙΑΝΑ ΣΠΗΛΙ						

						✓	✓
ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΜΗΚΟΣ:	13.3 KM						
ΩΡΕΣ:	4 ώρες						
ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ:	Όλο το χρόνο						
ΔΥΣΚΟΛΙΑ ΔΙΑΔΡΟΜΗΣ:	Καμία						

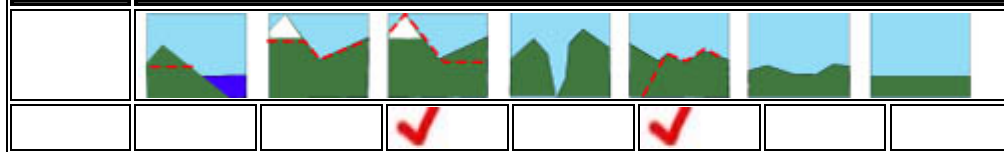
#20	ΣΠΗΛΙ ΓΕΡΑΚΑΡΙ						
		✓	✓			✓	
ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΜΗΚΟΣ:	18.5 KM						
ΩΡΕΣ:	8 ώρες						
ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ:	Μάρτιος έως Οκτώβριος						
ΔΥΣΚΟΛΙΑ ΔΙΑΔΡΟΜΗΣ:	Σχετικά δύσκολη ανάβαση στην κορυφή του Κέδρου						

#21	ΣΠΗΛΙ ΓΕΡΑΚΑΡΙ						
		✓	✓			✓	
ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΜΗΚΟΣ:	18.5 KM						
ΩΡΕΣ:	8 ώρες						
ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ:	Μάρτιος έως Οκτώβριος						

#22	ΓΕΡΑΚΑΡΙ ΑΠΛΥΤΡΑ (ΚΑΤΑΦΥΓΙΟ ΤΟΥΜΠΩΤΟΣ ΠΡΙΝΟΣ)						
		✓			✓	✓	✓
ΔΥΣΚΟΛΙΑ ΔΙΑΔΡΟΜΗΣ:	Σχετικά δύσκολη ανάβαση στην κορυφή του Κέδρου						

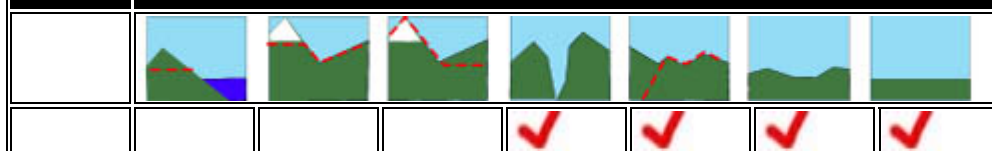
ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΜΗΚΟΣ:	22 KM
ΩΡΕΣ:	3-8 ώρες
ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ:	Όλο το χρόνο
ΔΥΣΚΟΛΙΑ ΔΙΑΔΡΟΜΗΣ:	Σχετικές δυσκολίες στο τμήμα Φουρφουρά - καταφύγιο

#23 ΚΑΤΑΦΥΓΕΙΟ ΤΟΥΜΠΩΤΟΣ ΠΡΙΝΟΣ (Ε.Ο.Σ. ΡΕΘΥΜΝΟΥ) ΟΡΟΠΕΔΙΟ ΝΙΔΑΣ



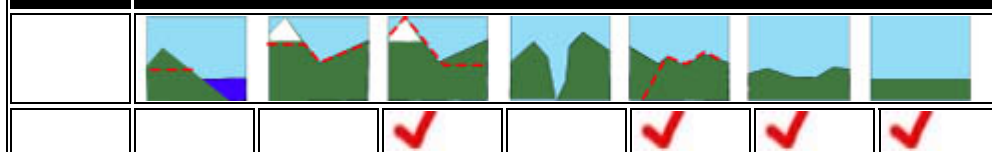
ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΜΗΚΟΣ:	14 KM
ΩΡΕΣ:	6.30 ώρες
ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ:	Απρίλιο έως Οκτώβριο
ΔΥΣΚΟΛΙΑ ΔΙΑΔΡΟΜΗΣ:	Πορεία με μεγάλα υψόμετρα. Γυμνό τοπίο χωρίς ίσκιο.
ΠΡΟΣΟΧΗ:	Απαιτείται αυξημένη ποσότητα νερού

#24 ΑΓΙΟΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ ΑΡΜΕΝΟΙ



ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΜΗΚΟΣ:	15 KM
ΩΡΕΣ:	5 ώρες
ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ:	Όλο το χρόνο
ΔΥΣΚΟΛΙΑ ΔΙΑΔΡΟΜΗΣ:	Καμία (σχετική δυσκολία το χειμώνα στο ρέμα του Καλονύχτη)

#25 ΑΡΜΕΝΟΙ ΑΡΚΑΔΙ



ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΜΗΚΟΣ:	15 KM
ΩΡΕΣ:	9-10 ώρες
ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ:	Άνοιξη
ΔΥΣΚΟΛΙΑ ΔΙΑΔΡΟΜΗΣ:	Σχετικά δύσκολη την περίοδο του χειμώνα

#26	ΑΡΚΑΔΙ ΓΑΡΑΖΟ						
ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΜΗΚΟΣ:	32 KM						
ΩΡΕΣ:	11-12 ώρες						
ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ:	Όλο το χρόνο						
ΔΥΣΚΟΛΙΑ ΔΙΑΔΡΟΜΗΣ:	Ήπιες κλίσεις αλλά κουραστική διαδρομή						

#27	ΓΑΡΑΖΟ ΑΝΩΓΕΙΑ						
ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΜΗΚΟΣ:	16 KM						
ΩΡΕΣ:	5 ώρες						
ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ:	Άνοιξη έως Φθινόπωρο						
ΔΥΣΚΟΛΙΑ ΔΙΑΔΡΟΜΗΣ:	Καμία						

#28	ΑΝΩΓΕΙΑ - ΖΩΜΙΝΘΟΣ						
	ΖΩΜΙΝΘΟΣ - ΝΙΔΑ						
		✓			✓		✓
ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΜΗΚΟΣ:		11 +11 KM					
ΩΡΕΣ:		8 ώρες					
ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ:		Άνοιξη έως Φθινόπωρο					
ΔΥΣΚΟΛΙΑ ΔΙΑΔΡΟΜΗΣ:		Σχετικά εύκολη					

#29	ΑΚΟΛΥΤΑ - ΚΑΜΑΡΕΣ						
	ΚΑΜΑΡΕΣ - ΖΑΡΟΣ						
	✓						
ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΜΗΚΟΣ:		9 + 12.5 KM					
ΩΡΕΣ:		3 + 3.5 ώρες					
ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ:		Άνοιξη έως Φθινόπωρο - Όλο το χρόνο					
ΔΥΣΚΟΛΙΑ ΔΙΑΔΡΟΜΗΣ:		Σχετικά εύκολη διαδρομή					

#30	ΝΙΔΑ - ΡΟΥΒΑΣ						
	ΡΟΥΒΑΣ - ΖΑΡΟΣ						
		✓		✓	✓	✓	
ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΜΗΚΟΣ:		19.5 KM					
ΩΡΕΣ:		5 + 2.5 ώρες					
ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ:		Μάρτιο έως Οκτώβριο					
ΔΥΣΚΟΛΙΑ ΔΙΑΔΡΟΜΗΣ:		Σχετικά εύκολη διαδρομή					
ΠΡΟΣΟΧΗ:		Απαιτείται αυξημένη ποσότητα νερού					

#31	ΑΝΩ ΑΣΙΤΕΣ ΑΡΧΑΝΕΣ						
						✓	✓
ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΜΗΚΟΣ:	25 KM						
ΩΡΕΣ:	7 ώρες						
ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ:	Όλο το χρόνο						
ΔΥΣΚΟΛΙΑ ΔΙΑΔΡΟΜΗΣ:	Εύκολη						

#32	ΑΡΧΑΝΕΣ ΜΟΝΗ ΑΓΚΑΡΑΘΟΥ						
				✓	✓	✓	✓
ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΜΗΚΟΣ:	18 KM						
ΩΡΕΣ:	6 ώρες						
ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ:	Όλο το χρόνο						
ΔΥΣΚΟΛΙΑ ΔΙΑΔΡΟΜΗΣ:	Καμία						

#33	ΜΟΝΗ ΑΓΚΑΡΑΘΟΥ ΚΑΣΤΑΜΟΝΙΤΣΑ						
					✓	✓	✓
ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΜΗΚΟΣ:	17 KM						
ΩΡΕΣ:	5 ώρες						
ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ:	Όλο το χρόνο						
ΔΥΣΚΟΛΙΑ ΔΙΑΔΡΟΜΗΣ:	Καμία						

#34	ΚΑΣΤΑΜΟΝΙΤΣΑ ΑΓΙΟΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ						
					✓	✓	✓
ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΜΗΚΟΣ:	15 KM						
ΩΡΕΣ:	4.5 ώρες						
ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ:	Όλο το χρόνο						
ΔΥΣΚΟΛΙΑ ΔΙΑΔΡΟΜΗΣ:	Σχετικά εύκολη						

#35	ΑΓΙΟΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΣΕΛΑΚΑΝΟ						
		✓	✓		✓	✓	
ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΜΗΚΟΣ:	17 KM						
ΩΡΕΣ:	6 ώρες						
ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ:	Άνοιξη έως Φθινόπωρο						
ΔΥΣΚΟΛΙΑ ΔΙΑΔΡΟΜΗΣ:	Χωρίς ιδιαίτερες δυσκολίες						

#36	ΣΕΛΑΚΑΝΟ ΠΡΙΝΑ						
						✓	✓
ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΜΗΚΟΣ:	18 KM						
ΩΡΕΣ:	5 ώρες						
ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ:	Όλο το χρόνο						
ΔΥΣΚΟΛΙΑ ΔΙΑΔΡΟΜΗΣ:	Καμία						

#37	ΠΡΙΝΑ ΜΕΣΕΛΕΡΟΙ - ΒΑΣΙΛΙΚΗ						
						✓	
ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΜΗΚΟΣ:	19 KM						
ΩΡΕΣ:	5.5 ώρες						
ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ:	Όλο το χρόνο						
ΔΥΣΚΟΛΙΑ ΔΙΑΔΡΟΜΗΣ:	Καμία						

#38	ΒΑΣΙΛΙΚΗ ΧΡΥΣΟΠΗΓΗ						
					✓	✓	
ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΜΗΚΟΣ:	23.5 KM						
ΩΡΕΣ:	27 ώρες						
ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ:	Όλο το χρόνο						
ΔΥΣΚΟΛΙΑ ΔΙΑΔΡΟΜΗΣ:	Σχεδόν καμία						

#39	ΧΡΥΣΟΠΗΓΗ ΧΑΝΔΡΑΣ						
						✓	✓
ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΜΗΚΟΣ:	23.5 KM						
ΩΡΕΣ:	27 ώρες						
ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ:	Όλο το χρόνο						
ΔΥΣΚΟΛΙΑ ΔΙΑΔΡΟΜΗΣ:	Σχεδόν καμία						

#40	ΧΑΝΔΡΑΣ ΚΑΤΩ ΖΙΡΟΣ							
				✓	✓	✓	✓	
ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΜΗΚΟΣ:	20.5 KM							
ΩΡΕΣ:	6 ώρες							
ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ:	Όλο το χρόνο							
ΔΥΣΚΟΛΙΑ ΔΙΑΔΡΟΜΗΣ:	Καμία							

Πηγή: <http://www.msc.gr/outdoor/>
George Antonakakis, a mountaineering instructor

Σχόλιο: Όπως φαίνεται και από το παραπάνω πλαίσιο η Κρήτη διαθέτει 40 διαφορετικές διαδρομές. Κάθε διαδρομή είναι διαφορετική και προσφέρει στον ορειβάτη ή τον πεζοπόρο ένα ενδιαφέρον θέαμα. Ο συνδυασμός της εικόνας της φύσης με την φιλοξενία που δείχνουν οι κάτοικοι των ορεινών περιοχών δημιουργεί την τέλεια εικόνα για τον ενδιαφερόμενο.

Διαβάζοντας κανείς τα παραπάνω στοιχεία θα αναρωτιέται γιατί δεν έχει αναπτυχθεί ο ορειβατικός και περιπατικός τουρισμός στην Κρήτη. Η απάντηση είναι ότι οι αρμόδιοι φορείς δεν έχουν δώσει το απαιτούμενο βάρος στην ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών βασιζόμενοι στον μαζικό τουρισμό. Ύστερα από μελέτες, και αφού ο μαζικός τουρισμός άρχισε να μειώνεται, ξεκίνησαν προσπάθειες για την ανάπτυξή του. Μέχρι σήμερα το μόνο αξιόλογο βήμα είναι η επιδότηση από την ευρωπαϊκή ένωση, από τις τοπικές αυτοδιοικήσεις και από τον Ε.Ο.Τ στους ανθρώπους της περιφέρειας. Με την οικονομική αυτή ενίσχυση αναπτύχθηκαν στην περιφέρεια της Κρήτης επιχειρήσεις κυρίως ξενοδοχειακού και επισιτιστικού χαρακτήρα, καταλύματα δηλαδή και εστιατόρια.

Ο ανταγωνισμός είναι μεγάλος τόσο από τις γείτονες χώρες όσο και από την υπόλοιπη Ευρώπη. Ανταγωνιστικό πλεονέκτημα υπάρχει αφού κάθε περιοχή είναι διαφορετική και διαθέτει διαφορετικά μορφολογικά χαρακτηριστικά. Αυτό που λείπει είναι η στοχευόμενη διαφήμιση, η οργάνωση των αρμόδιων φορέων και η εκπαίδευση των εργαζομένων στον κλάδο αυτό.

6.2.5 Golf, μία διαφορετική μορφή αθλητικού τουρισμού στην Κρήτη

Σημαντικές πρωτοβουλίες έχουν αναληφθεί για να αναπτυχθεί ο αθλητικός τουρισμός με την ευρύτερη του έννοια. Αιχμή τέτοιων πρωτοβουλιών τα τελευταία χρόνια αποτελεί το γκολφ. Χώρες όπως η Ισπανία, η Πορτογαλία, η Τουρκία και πρόσφατα η χώρα μας διαμορφώνουν στρατηγική δημιουργίας γηπέδων γκολφ με σκοπό να προσελκύσουν πελάτες από τη συγκεκριμένη αγορά τόσο για το οικονομικό τους επίπεδο όσο και για την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου που φθάνει σχεδόν τους 12 μήνες σε ορισμένες περιπτώσεις.

Η στρατηγική αυτή είναι σύμφωνη με την γνώμη τόσο των γκολφερ της Ελλάδας όσο και των τουριστικών επιχειρηματιών. Πιστεύουν ότι το γκολφ είναι ένα φιλήσυχο άθλημα που μπορούν να συμμετάσχουν άνθρωποι κάθε ηλικίας. Προσελκύει ανθρώπους υψηλού οικονομικού επιπέδου οι οποίοι σε κάθε ευκαιρία επισκέπτονται ένα γήπεδο του γκολφ.

Το τμήμα των παικτών γκολφ είναι μεγάλο με τους συμμετέχοντες να είναι εύποροι και μορφωμένοι, δημιουργώντας μια ευμεγέθη αγορά για ακίνητα, εξοπλισμό και ταξίδια. Ο κλάδος του γκολφ αντιμετωπίζει περιορισμούς που μπορεί να εμποδίσουν τη μελλοντική του ανάπτυξη. Ορισμένοι από αυτούς είναι:

Α)Περιβάλλον: Υπάρχουν έντονες αντιδράσεις από τους περιβαλλοντιστές ενάντια στα κέντρα γκολφ, για πολλούς λόγους, συμπεριλαμβανομένων της έκπλυσης λιπασμάτων και φυτοφαρμάκων, καταστροφή των γεωργικών εδαφών και των ανοικτών χώρων, καταστροφή των βιοτόπων της άγριας ζωής, των αναγκών σε μεγάλες εκτάσεις γης και της κατανάλωσης μεγάλων ποσοτήτων νερού. Β)Τιμές:Οι οπαδοί του γκολφ αντιμετωπίζουν μεγάλες αυξήσεις στις τιμές χρήσης των γηπέδων, στις ενοικιάσεις των ειδικών οχημάτων για γκολφ (carts) και των άλλων σχετικών ταξιδιωτικών δαπανών .Γ)Δαπάνες: Το κόστος συντήρησης και κατασκευής ενός γηπέδου γκολφ είναι πολύ υψηλό. Οι φόροι ακινήτων αντιπροσωπεύουν ένα επιπλέον και, όπως φαίνεται, συνεχώς αυξανόμενο κόστος.Οι ανερχόμενες επίσης τιμές γης επηρεάζουν την ανάπτυξη ή την επέκταση των κέντρων γκολφ, ειδικά στις αστικές ή προαστιακές περιοχές. Αντίθετοι με τους παραπάνω περιορισμούς είναι οι γκόλφερς και οι επιχειρηματίες του γκολφ που συγκρίνουν την δημιουργία ενός γηπέδου γκολφ με την δημιουργία μίας ξενοδοχειακής μονάδας. Σαφώς ένα γήπεδο γκολφ είναι μία ανθρώπινη παρέμβαση στο φυσικό περιβάλλον και θέλει πολύ προσοχή και μελέτη. Είναι όμως πιο ήπια, συγκρινόμενη με την άναρχο δόμηση και βιομηχανική ανάπτυξη, δημιουργώντας νησίδες πρασίνου. Τα γήπεδα του γκολφ και ιδιαίτερα αυτά που βρίσκονται κοντά σε μεγάλα αστικά κέντρα αποτελούν καταφύγιο για πουλιά και μικρά ζώα.

Στην Κρήτη δημιουργήθηκε ένα γήπεδο γκολφ στην περιοχή της Χερσονήσου. Το συγκεκριμένο γήπεδο διαθέτει 18 τρύπες οι οποίες με διαφορετικούς συνδυασμούς δημιουργούν διαφορετικές πίστες. Κάθε χρόνο διοργανώνονται τουρνουά που προσελκύουν ένα μεγάλο αριθμό γκόλφερ. Αυτό συμβάλλει στην οικονομική ανάπτυξη τής περιοχής και στην διαφήμιση της στους κύκλους των γκόλφερ.

Πλαίσιο 6.2.5α.: Κάτοψη του γηπέδου γκολφ της Χερσονήσου.



Πλαίσιο 6.2.5β.: Αναφορά για το γκολφ από τον Χρίστο Λόλα, προέδρου του Ομίλου Γκολφ Γλυφάδας.

«Το γκολφ σαν άθλημα είναι ένα παιχνίδι φιλήσυχο οικογενειακό, παιδαγωγικό, που καλλιεργεί καλούς τρόπους συμπεριφοράς ιδιαίτερα στους νέους, παίζεται από όλες τις ηλικίες προσφέροντας ήπια σωματική άσκηση σε ένα κατά τεκμήριο φυσικό περιβάλλον ανακουφίζοντας τον αστό πολίτη από το καθημερινό άγχος της σύγχρονης εποχής. Αλλά και ως επιχείρηση χωρίς αμφιβολία βοηθά στην ανάπτυξη και την αναβάθμιση του τουρισμού όπως βλέπει κανείς στις χώρες της Ευρώπης, όπως της Ισπανίας και της Πορτογαλίας κ.α.

Υπάρχουν σήμερα στην Ευρώπη πάνω από πέντε εκατομμύρια παίκτες του γκολφ, τουρίστες που τώρα αφήνουν τα λεφτά τους σε αυτές τις χώρες της Νοτιοδυτικής Ευρώπης. Οι γειτονικές χώρες και ιδιαίτερα η Τουρκία αλλά και η Βουλγαρία αναπτύσσουν μεγάλη δραστηριότητα με την δημιουργία γηπέδων γκολφ για να επωφεληθούν από το συνάλλαγμα αυτών των τουριστών.

Πηγή: Ελευθεροτυπία, 16 Απριλίου 2005 σελ. 74

ΜΕΡΟΣ ΤΕΤΑΡΤΟ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

7.1 Marketing αθλητικού τουρισμού

Το αθλητικό προϊόν είτε προσφέρεται για θέαση είτε για συμμετοχή είναι μια μορφή υπηρεσίας και παρουσιάζει τα εξής ιδιαίτερα χαρακτηριστικά:

1. Δεν μπορούμε να το αγγίξουμε (intangibility).
2. Παράγεται και καταναλώνεται την ίδια στιγμή (inseparability).
3. Είναι διαφοροποιήσιμο ανάλογα με το ποιος το προσφέρει (variability).
4. Δεν αποθηκεύεται για μελλοντική χρήση (perish ability).

Παράλληλα παρουσιάζει κάποια επιπρόσθετα χαρακτηριστικά που είναι μοναδικά και δεν παρουσιάζονται σε άλλες μορφές υπηρεσιών:

1. Η ποιότητα του είναι ασταθής, μεταβάλλεται από φορά σε φορά.
2. Το κυρίως προϊόν είναι μόνο ένα μικρό κομμάτι από ένα σύνολο υπηρεσιών και προϊόντων που το συνοδεύουν.
3. Τα διοικητικά στελέχη έχουν ελάχιστο έλεγχο πάνω στο κυρίως προϊόν και επικεντρώνουν τις προσπάθειές τους στα παρελκόμενα, στα συνοδευτικά προϊόντα και υπηρεσίες.

Μερικά από τα στοιχεία που συνθέτουν το αθλητικό προϊόν είναι τα παρακάτω:

1. Η μορφή του παιχνιδιού καθεαυτή
2. Το γεγονός και οι σταρ του
3. Το εισιτήριο ή η συνδρομή
4. Ο οργανισμός ή η εταιρία
5. Οι εγκαταστάσεις και ο χώρος
6. Τα όργανα και οι ενδυμασίες
7. Το προσωπικό και οι διαδικασίες
8. Παρελκόμενες- σχετιζόμενες υπηρεσίες και προϊόντα
9. Η γενικότερη εικόνα που αποκομίζει ο καταναλωτής από το γεγονός.

7.1.1. Η τμηματοποίηση στον αθλητισμό

Η τμηματοποίηση στον αθλητισμό μπορεί να γίνει με βάση τέσσερις κατηγορίες μεταβλητών:

1. Τις δημογραφικές μεταβλητές.
2. Οφέλη που θα αποκομίσει ο καταναλωτής από την θέαση ή την συμμετοχή στην αθλητική δραστηριότητα.
3. Το βαθμό χρήσης ή κατανάλωσης του προϊόντος. Έτσι έχουμε και το διαχωρισμό των καταναλωτών σε: α) σκληρούς, β) σε μέσους, γ) σε ελαφρούς, δ) σε λιποτάκτες και ε) τους μη χρήστες.
Α) Σκληρούς χρήστες (H): χαρακτηρίζουμε αυτούς που είναι κάτοχοι εισιτηρίων διαρκείας ή μέλη του club, η έχουν συμβόλαια με τον οργανισμό.
Β) Μέσους χρήστες (M): χαρακτηρίζουμε αυτούς που αγοράζουν πολύ συχνά εισιτήρια

Γ) Ελαφρούς χρήστες (L): είναι αυτοί που πολύ σπάνια καταναλώνουν το αθλητικό προϊόν

Δ) Λιποτάκτες (D): Αυτοί που κατανάλωσαν μία φορά και δεν επανέλαβαν την κατανάλωση.

Ε) Μη χρήστες (NU): Χαρακτηρίζονται αυτοί που δεν ενδιαφέρονται ή δεν γνωρίζουν την ύπαρξη του προϊόντος.

4. Τις ψυχογραφικές μεταβλητές.

7.1.2. Η τιμολόγηση

Η τιμή ενός αθλητικού προϊόντος σε σχέση με την ποσότητά του καθορίζει σε μεγάλο βαθμό την εικόνα του προϊόντος έτσι όπως την αντιλαμβάνονται οι καταναλωτές. Η τιμολόγηση του προϊόντος εξαρτάται από την φύση του οργανισμού (κερδοσκοπικός ή μη κερδοσκοπικός). Οι παράγοντες που πρέπει να ληφθούν υπόψη για την τιμολόγηση των αθλητικών προϊόντων και υπηρεσιών είναι το κόστος παραγωγής του προϊόντος, τις γενικότερες οικονομικές συνθήκες και τον νόμο της προσφοράς και της ζήτησης, τις τιμές των ανταγωνιστών, το επιθυμητό κέρδος, το βαθμό διείσδυσης, την τμηματοποίηση της αγοράς και τις δημόσιες σχέσεις. Τέλος διακρίνουμε δύο μεθόδους που μας βοηθούν στο να καθορίσουμε την τιμή του προϊόντος:

1. Την ανάλυση νεκρού σημείου.
2. Την τιμολόγηση (κόστος + επιθυμητό κέρδος = τελική τιμή).

7.1.3. Τόπος και εγκαταστάσεις

Σημαντικό ρόλο παίζει η γεωγραφική τοποθέτηση των εγκαταστάσεων είτε πρόκειται για αθλητικό γεγονός, είτε για ξενοδοχειακή επιχείρηση, είτε για μια ανεξάρτητη αθλητική επιχείρηση. Η τοποθεσία της, σίγουρα επηρεάζει τα μέσα μαζικής ενημέρωσης και τον τρόπο με τον οποίο θα την προβάλουν. Οι μεταβλητές που πρέπει να λαμβάνονται υπόψη για την εγκατάσταση είναι: Α) η προσβασιμότητα, δηλαδή κατά πόσο το οδικό δίκτυο και τα μέσα μαζικής μεταφοράς εξυπηρετούν της ανάγκες της εγκατάστασης. Β) οι χώροι στάθμευσης που διαθέτει, Γ) η περιβάλλουσα περιοχή, για παράδειγμα πόσο ασφαλής είναι η περιοχή και κατά πόσο μπορεί να αντεπεξέλθει στις απαιτήσεις μιας διοργάνωσης, Δ) η γεωγραφική περιοχή, ένας βασικός παράγοντας για την ακτίνα δράσης της, δηλαδή πόση ώρα θα χρειάζεται ένας πελάτης για να φτάσει στην εγκατάσταση από διαφορετικούς προορισμούς, και τέλος Ε) η εμφάνιση της εγκατάστασης δηλαδή ο αρχιτεκτονικός σχεδιασμός της και κατά πόσο ελκυστικός δείχνει στο μάτι του καταναλωτή.

Σήμερα τα περισσότερα ξενοδοχεία στην Ελλάδα διαθέτουν αθλητικές εγκαταστάσεις. Στον αθλητισμό όμως η εξέλιξη της τεχνολογίας (π.χ. όργανα γυμναστικής) επηρεάζει άμεσα τον καταναλωτή γι' αυτό το λόγο τα ξενοδοχεία που θέλουν να διατηρούν σε υψηλά επίπεδα την παροχή τέτοιων υπηρεσιών θα πρέπει ανά τακτά χρονικά διαστήματα να ανανεώνουν τις εγκαταστάσεις τους.

7.1.4 Η εικόνα της Ελλάδας και οι εγκαταστάσεις της.

Η εικόνα που έχει δείξει η Ελλάδα στην παγκόσμια κοινότητα όσον αφορά τις εγκαταστάσεις είναι πολύ καλή. Βασικός λόγος είναι η επιτυχής διοργάνωση τόσο των Ολυμπιακών αγώνων αλλά και άλλων αθλητικών γεγονότων. Σημαντικό ρόλο στην διάδοση της αθλητικής νοοτροπίας έπαιξε και η κατάκτηση του Ευρωπαϊκού Πρωταθλήματος Ποδοσφαίρου η οποία μεγέθυνε τις δυνατότητες για ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού.

Ενδεικτικά αναφέρουμε τις νέες εγκαταστάσεις που δημιουργήθηκαν στην Αθήνα για να φιλοξενήσουν τους Ολυμπιακούς Αγώνες:

1. Κέντρο κωπηλασίας και κανό καγιάκ
2. Κέντρο baseball
3. Πολυδύναμο αθλητικό κέντρο (πέντε κλειστές αίθουσες για πυγμαχία, ξιφασκία, χάντμπολ, τζούντο, πάλη κ.λ.π.
4. Κέντρο ιππασίας
5. Κέντρο softball
6. Κέντρο ring rone
7. Κέντρο αντισφαίρισης
8. Κέντρο σκοποβολής
9. Κέντρο Τοξοβολίας
10. Κέντρο άρσης βαρών
11. Ιστιοπλοΐας
12. Κέντρο Beach Volley

Κυριότερος πόλος έλξης για τον αθλητικό τουρισμό, είναι τα μεγάλα αθλητικά γεγονότα, διεθνούς κλίμακας. Τα γεγονότα αυτά μπορεί να έχουν παγκόσμια διάσταση, όπως οι ολυμπιακοί αγώνες. Η πραγματική σημασία ενός μεγάλου αθλητικού γεγονότος μπορεί να εκτιμηθεί ποσοτικά και ποιοτικά, με βάση τον αριθμό των επισκεπτών, τα έσοδα σε σχέση με τις δαπάνες, η από την απήχηση που είχε στην κοινή γνώμη και ειδικότερα στους τουρίστες. Σήμερα στην Αθήνα έχουν την έδρα τους 33 αθλητικές ομοσπονδίες και καλύπτουν όλο το φάσμα των αθλημάτων με κυριότερες από πλευράς σημασίας: τον Σύνδεσμο Γυμναστικών Σωματείων (Σ.Ε.Γ.Α.Σ.), την Ελληνική Ποδοσφαιρική Ομοσπονδία (Ε.Π.Ο.), και την Ελληνική Ομοσπονδία Καλαθοσφαίρισης (Ε.Ο.Κ.) Άλλες σημαντικές ομοσπονδίες είναι της χιονοδρομίας και των ορειβατικών συλλόγων (Ε.Ο.Χ.) και (Ε.Ο.Ο.Σ.), η Ελληνική Ιστιοπλοϊκή Ομοσπονδία (Ε.Ι.Ο.), η Ελληνική Κωπηλατική Ομοσπονδία (Ε.Κ.Φ.Ν.Σ.) και η Ελληνική Ομοσπονδία Γκολφ.

Οι ομοσπονδίες που αναφέραμε παραπάνω έχουν σαν μέλη τους εκατοντάδες συλλόγους όπου αθλείται ένα σημαντικό κομμάτι της νεολαίας της Αθήνας. Ο επισκέπτης κατά τους χειμερινούς μήνες θα έχει την ευκαιρία να παρακολουθήσει σημαντικούς διεθνείς αγώνες όπου συμμετέχουν ομάδες της Αθήνας από τα δημοφιλέστερα σπορ όπως είναι το μπάσκετ, το ποδόσφαιρο και το βόλεϊ. Αυτό οφείλεται και σε ένα πολύ μεγάλο μέρος και στις σύγχρονες αθλητικές εγκαταστάσεις που υπάρχουν.

7.1.5 Η διαφήμιση στον αθλητικό τουρισμό.

Η διαφήμιση στον αθλητικό τουρισμό γίνεται με σκοπό την προσέλκυση τόσο των πελατών όσο και των χορηγών. Τα μέσα που χρησιμοποιούνται είναι έντυπα όπως εφημερίδες, περιοδικά, αφίσες, και μέσω ταχυδρομείου απευθείας στον ενδιαφερόμενο. Ένας άλλος τρόπος είναι τα μέσα μαζικής ενημέρωσης και το διαδίκτυο. Μέχρι εδώ τα μέσα διαφήμισης δεν διαφέρουν και πολύ από αυτά που χρησιμοποιεί ο μαζικός τουρισμός και αυτό γιατί ουσιαστικά ο αθλητικός τουρισμός όπως είναι σήμερα απλά λειτουργεί ως συμπληρωματικός του μαζικού.

Ένα ξενοδοχείο που διαθέτει αθλητικές εγκαταστάσεις διαφημίζεται στους καταλόγους των διαφόρων τουριστικών πρακτόρων. Για να προσελκύσουμε όμως «αθλητικούς τουρίστες» θα πρέπει να επιλέξουμε την διαφήμιση σε χώρους άθλησης του εξωτερικού όπως είναι τα γυμναστήρια, τα γήπεδα προπόνησης μεγάλων ομάδων κτλ.

Για να προσελκύσει ένα ξενοδοχείο μία μεγάλη ομάδα δεν είναι αρκετή η διαφήμιση. Αυτό που κρίνεται απαραίτητο είναι τέλεια διαφήμιση σε συνδυασμό με άριστες δημόσιες σχέσεις ώστε να επηρεαστεί θετικά η ομάδα για τις υπηρεσίες του ξενοδοχείου και στην συνέχεια η συνεργασία όλων των τμημάτων για την παροχή των απαιτούμενων υπηρεσιών.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8

8.1 Οι επιπτώσεις του αθλητικού τουρισμού

Οι επιπτώσεις του αθλητικού τουρισμού μπορούν να διακριθούν στις παρακάτω:

1.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 αυτή διατυπώθηκε παραπάνω. 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 τη διάχυση των οικονομικών και λοιπών επιπτώσεων του αθλητικού τουρισμού στις διάφορες τοπικές και κοινωνικές ομάδες, το μέγεθος της επίδρασης καθώς και την σημαντικότητα κάθε ομάδας από πλευράς πληθυσμού της.

Πλαίσιο 8.1: Κερδοφόρα επιχείρηση πολλών δις. Δολαρίων ο αθλητικός τουρισμός.

Ο αθλητικός τουρισμός καταλαμβάνει μία 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 αγώνες του 2000 και σαν ανταμοιβή κέρδισε για τα επόμενα δέκα χρόνια ένα τεράστιο αριθμό

τουριστών, που επισκέφθηκαν την χώρα. Μάλιστα η διοργάνωση των ολυμπιακών αγώνων οδηγεί μία χώρα 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 στους συμμετέχοντες. Το άμεσο όφελος για ένα 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. Ο αθλητικός τουρισμός είναι ένα εργαλείο το οποίο αν χρησιμοποιηθεί σωστά μπορεί να αποφέρει μεγάλα κέρδη, να δημιουργήσει νέες θέσεις εργασίας, ακόμη και να συνεισφέρει στην πολιτιστική κουλτούρα των ανθρώπων. Από πλευράς επιχειρηματικότητας ο αθλητικός τουρισμός είναι μία κερδοφόρα επιχείρηση πολλών δις. Δολαρίων, που προσφέρει πολλές ευκαιρίες ανάπτυξης σε όλους ανεξαρτήτως τους παράγοντες που συμμετέχουν στην πραγματοποίηση των μεγάλων αθλητικών εκδηλώσεων.

Ο συγγραφέας του βιβλίου " The business of sport tourism" Chris Barnes προτείνει ότι : η επένδυση στον τομέα του αθλητικού τουρισμού μπορεί να αποφέρει τεράστια κέρδη.

Μέχρι το 2011 τα έσοδα από τα ταξίδια και τον τουρισμό αναμένεται να αποτελούν το 10% του παγκόσμιου εγχώριου προϊόντος, σύμφωνα με την έρευνα του Sport business group.

Οι οικονομίες των πόλεων, των περιοχών, ακόμη και των χωρών σε όλο τον κόσμο δείχνουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον για τα αθλητικά δρώμενα και πολλές φορές επιδιώκουν να γίνουν επίσημοι υποστηρικτές τους, καθώς τα έσοδα για μία πόλη που διοργανώνει μια αθλητική εκδήλωση (ποδοσφαίρου, ράγκμπι, κρίκετ, σκι, κα.) είναι τεράστια και απορρέουν από τα χιλιάδες άτομα, που παρακολουθούν τις εκδηλώσεις. Σε πολλές μάλιστα χώρες, μέχρι και το 25% των εσόδων του τουριστικού κλάδου προέρχεται από τον αθλητικό τουρισμό.

Πηγή : Βίκυ Καραντζαβέλου, traveldailynews.gr

2. Κοινωνικές και πολιτισμικές επιπτώσεις:

Ο αθλητικός τουρισμός μπορεί να έχει θετικές επιπτώσεις όπως:

- ◆ Ενίσχυση της τοπικής οικονομίας
- ◆ Ενδυνάμωση των τοπικών παραδόσεων και της ταυτότητας των κατοίκων μιας περιοχής.
- ◆ Διεύρυνση των σχέσεων των κατοίκων μιας περιοχής με τον υπόλοιπο κόσμο.
- ◆ Ερεθίσματα για την κατασκευή υποδομών.

Μπορεί όμως να έχει και αρνητικές επιπτώσεις όπως:

- ◆ Διαταραχή της τοπικής κοινωνίας
- ◆ Επίδραση στην τοπική παράδοση και ταυτότητα της περιοχής, δηλαδή αλλοίωση των χαρακτηριστικών συστατικών της.
- ◆ Εμφάνιση βίας σχετικής με την διεξαγωγή των εκδηλώσεων .

3.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 ανάπτυξη του 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 την μορφολογία των γηπέδων του συγκεκριμένου αθλήματος.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9

9.1 Τελικά συμπεράσματα- Κατεύθυνση πολιτικής

Η αναγκαιότητα αλλαγής της ταυτότητας του τουρισμού έχει φέρει στο προσκήνιο πολλές ιδέες. Η προσπάθεια που γίνεται είναι η αξιοποίηση των ανεκμετάλλευστων πόρων και δυνατοτήτων. Με την ανάπτυξη ειδικών μορφών τουρισμού, όπως ο αθλητικός, δίνεται πολιτισμική διάσταση στον τουρισμό. Υπάρχει η δυνατότητα, λόγω γεωγραφικών και κλιματολογικών παραμέτρων, αρμονικής ένταξης του στο περιβάλλον και η έμφασης του στον ανθρώπινο παράγοντα. Γενικοί στόχοι ανάπτυξης του μπορούν να θεωρηθούν ο εμπλουτισμός και η διαφοροποίηση της τουριστικής προσφοράς.

Τελικά ο αθλητικός τουρισμός παρέχει την δυνατότητα για ποιοτικά αναβαθμισμένες διακοπές, οι οποίες θα συνδυάζουν την αναψυχή, με την θετική επαφή με την φύση και την στενότερη και ουσιαστικότερη γνωριμία με τους ανθρώπους, καθώς επίσης και στην διάσωση της φυσικής και πολιτιστικής μας κληρονομιάς. Όλα αυτά για να επιτευχθούν απαιτείται χρόνος και σωστή διαχείριση των πλουτοπαραγωγικών πύρων από τα αρμόδια υπουργεία και τα κέντρα τοπικής αυτοδιοίκησης.

Κατά την γνώμη μου πρέπει να σταματήσει αυτός ο περίπλοκος διαχωρισμός των εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Στην πραγματικότητα όλοι αυτοί οι συνδυασμοί περισσότερο μπερδεύουν παρά διευκολύνουν στην απόφαση για διακοπές. Ας δημιουργήσουμε τις υποδομές και το κλίμα που απαιτούν οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού, ας τις διαφημίσουμε στους σωστούς προορισμούς και ανθρώπους και ας αφήσουμε τον επισκέπτη να αποφασίσει ποια θα επιλέξει και πως θα την ονομάσει.

Τέλος, κατά την γνώμη μου, στον μαζικό τουρισμό έχει επέλθει κορεσμός. Για να συνεχίσουμε όμως να προσελκύουμε τουρίστες και να υπάρχει ανάπτυξη τόσο στην Κρήτη όσο και στην υπόλοιπη Ελλάδα πρέπει να εξειδικεύσουμε τις παρεχόμενες υπηρεσίες. Αυτό σημαίνει τρία πράγματα: α) ότι οι υπάρχουσες υποδομές δεν είναι αρκετές και θα πρέπει με τον σωστό πάντα σχεδιασμό να φτιάξουμε υποδομές που θα μπορούν να ανταγωνιστούν αυτές της υπόλοιπης Ευρώπης. β) ότι η εκπαίδευση στον τουριστικό κλάδο θεωρείται επιτακτική ανάγκη αφού το μεγαλύτερο ποσοστό των εργαζομένων σε αυτόν δεν έχουν καμία σχέση με τον κλάδο, και αυτό αφορά σε όλες τις βαθμίδες και γ) ότι πρέπει αντί να απευθυνόμαστε σε ένα ευρύ και αόριστο κοινό (ανθρώπους που θέλουν να κάνουν διακοπές) να στοχεύσουμε σε συγκεκριμένες αγορές στόχους (ανθρώπους που ξέρουν τι θέλουν να κάνουν στις διακοπές τους).

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΕΛΛΗΝΙΚΗ

- ▶ Ανδριώτης, Κ (2003) Τουριστική Ανάπτυξη και σχεδιασμός (σημειώσεις παράδοσης)
- ▶ Ανδριώτης, Κ (2003) Οργάνωση και διοίκηση τουριστικών επιχειρήσεων (σημειώσεις παράδοσης)
- ▶ Ευθυμιάτου – Πουλάκου, Α. (1997) Τουριστικό Δίκαιο ,έκδοση β
- ▶ Ηγουμενάκης, Ν. (1999) Εισαγωγή στον τουρισμό
- ▶ Κουδουμά, Μ. (2004) Τουρισμός Υγείας (σημειώσεις παράδοσης)
- ▶ Κουκλάκης, Φ. (2002) Τουρισμός και τοπική αυτοδιοίκηση I&II (σημειώσεις παράδοσης)
- ▶ Λαλούμης, Δ. (1999) Ξενοδοχειακή ψυχαγωγία και άθληση
- ▶ Ρίγγας, Χ. (2003) Αειφορία και εναλλακτικές μορφές τουρισμού (σημειώσεις παράδοσης)
- ▶ Ρούπας, Β, Λαλούμης, Δ. Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων, (1998)
- ▶ Σωτηριάδης, Μ. (1994) Τουριστική πολιτική

ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ

- ▶ Standeven, J. and De Knop, P. (1993) Sport Tourism Human-Kinetics
- ▶ Chuck Y. Gee, James C. Makens, Dexter J. L. Choy, Tourism and Travel Industry, 3rd edition, (2001).

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- ◆ Ατσαλάκης, Μ. (2004) Αθλητικός Τουρισμός (ηλεκτρονικές σημειώσεις)(www.lib.teiher.gr)
- ◆ Ατσαλάκης, Μ. (2004) Διαχείριση Ελεύθερου Χρόνου. (ηλεκτρονικές σημειώσεις)(www.lib.teiher.gr)