

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΗΤΗΣ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Πτυχιακή Εργασία

Θέμα:

*«Εναλλακτικός Τουρισμός:  
Ο Αθλητικός Τουρισμός και  
Η Ελληνική Πραγματικότητα»*

Επιβλέπων Καθηγητής: Δρ. Δημήτριος Τερζάκης

Φοιτητές:

Τερζάκη Ευσεβία (Α.Μ.:4056)

Σταυρουλιδάκη Παρασκευή (Α.Μ.: )

ΗΡΑΚΛΕΙΟ 2014

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	1
1.1. Τουρισμός: Ορισμοί και Ιστορική Αναδρομή.....	2
1.2. Κατηγορίες και Μορφές του Τουρισμού.....	4
1.3. Περαιτέρω κατηγοριοποίηση του Τουριστικού Φαινομένου – Από τον παραδοσιακό στον Εναλλακτικό Τουρισμό.....	6
1.4. Ιστορική Αναδρομή των Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού.....	8
1.4.α. Η Πρώτη Τουριστική Περίοδος.....	8
1.4.β. Η Δεύτερη Τουριστική Περίοδος.....	11
1.4.γ. Η Τρίτη Τουριστική Περίοδος.....	13
1.4.δ. Η Τέταρτη Τουριστική Περίοδος.....	15
1.4.ε. Η Σύγχρονη Τουριστική Περίοδος.....	16
2. Ο Εναλλακτικός Τουρισμός.....	18
2.1. Γενικά.....	18
2.2. Είδη – Υποκατηγορίες, Ειδικά.....	20
2.2. α. Αγροτουρισμός.....	20
2.2.β. Οικοτουρισμός.....	21
2.2.γ. Επαγγελματικός Τουρισμός.....	22
2.2.δ. Πολιτιστικός Τουρισμός.....	24
2.2.ε. Μαθησιακός Τουρισμός.....	26
2.2.στ. Θρησκευτικός Τουρισμός.....	27
2.2.ζ. Τουρισμός Υγείας.....	28
2.2.η. Κοινωνικός Τουρισμός.....	30
2.2.θ. Θαλάσσιος Τουρισμός.....	31
2.2.ι. Γεωτουρισμός.....	32
2.2.ια. Ορεινός – Ορειβατικός Τουρισμός.....	33

2.2.ιβ. Χιονοδρομικός Τουρισμός και Τουρισμός Χειμερινών Αθλημάτων.....	35
2.2.ιγ. Περιπατητικός Τουρισμός.....	36
3. ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	37
3.1. Γενικά.....	37
3.2. Κατηγοριοποιήσεις Αθλητικού Τουρισμού.....	38
3.3. Μοντέλα Αθλητικού Τουρισμού.....	41
3.4. Μορφές Αθλητικού Τουρισμού.....	42
3.5. Ξενοδοχεία και Αθλητικός Τουρισμός.....	44
3.6. Το Ξενοδοχειακό Προσωπικό του Αθλητικού Τουρισμού.....	49
4. ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ.....	50
4.1. Γενικά.....	50
4.2. Οι δομές του Αθλητικού Μάρκετινγκ.....	51
5. Ο ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	53
5.1. Εισαγωγή.....	53
5.2. Οφέλη που προκύπτουν από τον Αθλητικό Τουρισμό.....	53
5.3. Ο Αθλητικός Τουρισμός στη χώρα μας – Δεδομένα και Στατιστικά.....	55
5.4. Διεθνής Συνεργασία για την Ανάπτυξη του Αθλητικού Τουρισμού στην Ελλάδα.....	59
5.5. Επιλογικά.....	60
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	62

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η παρούσα εργασία φιλοδοξεί να αποτελέσει μία ευσύνοπτη και περιεκτική μελέτη του τουριστικού φαινομένου στη χώρα μας. Μέσα από μία παραγωγική πορεία σκέψης και παρουσίασης του τελικού υλικού ξεκινώντας από το γενικό και κατευθυνόμενοι στο ειδικό, το ακόλουθο κείμενο ακολουθεί μία πορεία της οποίας αφετηριακό σημείο είναι η πραγμάτευση και ο προβληματισμός γύρω από τη φύση του τουρισμού, τις προεκτάσεις και τα χαρακτηριστικά του, τόσο ως βιομηχανίας με οικονομικά μεγέθη, όσο και ως πρακτικής, από την πλευρά του ανθρώπινου υποκειμένου.

Ακολούθως γίνεται μία σύντομη ιστορική αναδρομή του τουριστικού φαινομένου ξεκινώντας από τις αρχές της ταξιδιωτικής πρακτικής του ανθρώπου και στη συνέχεια εισαγόμαστε στο ζήτημα του εναλλακτικού τουρισμού, των ειδών και των κατηγοριών του με τα ιδιαίτερα της χαρακτηριστικά η κάθε μία.

Η εργασία συνεχίζει και ολοκληρώνεται με την πραγμάτευση του ζητήματος του Αθλητικού Τουρισμού, τη φύση του, τις υποκατηγορίες του, του όρους ανάπτυξης και διαμόρφωσής του. Τέλος, παρουσιάζονται ορισμένες ιδιαιτερότητες του εν λόγω τομέα στα πλαίσια της ελληνικής πραγματικότητας και προτείνονται κάποια πρώτα βήματα στην κατεύθυνση της οργάνωσης και αναβάθμισής του.

## **1.1.Τουρισμός: Ορισμοί και Ιστορική Αναδρομή**

Ο Τουρισμός είναι μία πολυδιάστατη και πολυεκδοχική έννοια, οι εκφάνσεις της οποίας δεν είναι εύκολο να προσδιοριστούν με σαφήνεια, ευκολία και ακρίβεια ανά πάσα στιγμή. Αν ανατρέξουμε στη βιβλιογραφία και επιχειρήσουμε να αγγίξουμε, ακροθιγώς έστω, το ζήτημα, θα μπορούσαμε να παραθέσουμε τους ακόλουθους, ίσως πιο σημαντικούς ορισμούς του Τουρισμού (Διονυσοπούλου, 2006). Έτσι, θα μπορούσαμε να πούμε πως ο πρώτος, επί της ουσίας ορισμός για τον Τουρισμό, διατυπώθηκε το 1942 από τους καθηγητές Hunziger & Krapf στη Βέρνη, σύμφωνα με τον οποίο «Τουρισμός είναι το σύνολο των εκδηλώσεων, οι οποίες γεννιούνται από τη διαμονή των ξένων, όταν αυτή καλύπτεται κατά το μεγαλύτερο μέρος της από κάποια απασχόληση κερδοσκοπικής μορφής» (Hunziker & Krapf, 1942). Ένας δεύτερος ορισμός που δόθηκε από τους ίδιους είναι ο εξής: «Τουρισμός είναι το σύνολο των φαινομένων που δημιουργούνται από ένα ταξίδι και από την παραμονή σε ένα μέρος, ατόμων που δεν είναι μόνιμοι κάτοικοι, εφόσον αυτοί δεν πάρουν άδεια παραμονής εκεί και δε λαμβάνουν μέρος σε καμία εργασία – εκδήλωση στην περιοχή».

Δώδεκα χρόνια αργότερα, το 1954, ο Joshke προσεγγίζει τον τουρισμό ως κατανάλωση, ειδική και επιπρόσθετη, ενώ το 1974 ο Waterspiel δίνει βαρύτητα στην οικονομική διάσταση του τουρισμού, σε επίπεδο επιπτώσεων και προεκτάσεων και τον ορίζει ως «μετατόπιση της αγοραστικής δύναμης». Το 1975 ο Kaspar προσέγγισε τον τουρισμό ως σύστημα και τον όρισε σαν το σύνολο των σχέσεων και φαινομένων που προκύπτουν από ένα ταξίδι και την παραμονή ατόμων σε ένα τόπο ο οποίος δεν αποτελεί τον κύριο και μόνιμο τόπο διαμονής και εργασίας τους.

Λίγο αργότερα, Το 1979 ο Leiper εστιάζει στο εκάστοτε υποκείμενο του τουρισμού και τον ορίζει ως ένα σύστημα που εμπεριέχει την εθελούσια μετάβαση

και προσωρινή παραμονή ενός ατόμου σε διαφορετικό τόπο από τον τόπο διαμονής του. Επίσης, επικεντρώνεται στην οικονομική διάσταση του τουρισμού, καθώς αναφέρεται στον τουρισμό ως μια εθνική βιομηχανία η οποία περιλαμβάνει ένα ευρύ σύνολο διατομεακών συνθετικών δραστηριοτήτων, όπως οι μεταφορές, η διανυκτέρευση, η ψυχαγωγία, η εστίαση και άλλες σχετικές υπηρεσίες.

Το 1982 οι Mathieson & Wall περιγράφουν το τουριστικό γεγονός ως: «την προσωρινή μετακίνηση σε τόπους εκτός της μόνιμης διαμονής και εργασίας, τις δραστηριότητες που πραγματοποιούνται κατά τη διάρκεια αυτής της διαμονής και τις παρεχόμενες διευκολύνσεις για την κάλυψη των τουριστικών αναγκών».

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (UNWTO) δίνει τον παρακάτω ορισμό: «Ο τουρισμός περιλαμβάνει τις δραστηριότητες των ανθρώπων που ταξιδεύουν και διαμένουν σε προορισμούς και περιοχές άλλες εκτός από αυτές που αποτελούν το συνηθισμένο περιβάλλον τους (π.χ. τον τόπο της μόνιμης κατοικίας τους) και για χρονικό διάστημα που δεν ξεπερνά τον ένα χρόνο, με σκοπό την αναψυχή, την ικανοποίηση επαγγελματικών τους αναγκών κ.ά.»

## 1.2.Κατηγορίες και Μορφές του Τουρισμού

Όπως αναφέρθηκε και προηγούμενα, ο τουρισμός δεν αποτελεί μία μονοσήμαντη έννοια ή πράξη. Αυτή η πολυδιάστατη φύση ωστόσο του φαινομένου δεν αγγίζει μονάχα την παράμετρο του ορισμού του, αλλά διαμορφώνει και το ιδιαίτερο κάθε φορά περιεχόμενό του βάσει του υποκειμένου της τουριστικής πράξης, της προέλευσής του, των προθέσεων και το τελικό βίωμα που αυτό αποκομίζει.

Σε σχέση με μια δεδομένη χώρα, διακρίνονται τρεις μορφές τουρισμού (Λαγός, 2005):

- i) Ο **εγχώριος τουρισμός** περιλαμβάνει τις δραστηριότητες των κατοίκων μιας συγκεκριμένης και δεδομένης κάθε φορά χώρας, οι οποίοι μετακινούνται, διαμένουν και δραστηριοποιούνται προσωρινά σε τόπους στο εσωτερικό της χώρας αλλά έξω από το περιβάλλον της καθημερινότητάς τους.
- ii) Ο **εισερχόμενος τουρισμός** περιλαμβάνει τις δραστηριότητες μη μονίμων κατοίκων μιας δεδομένης χώρας που ταξιδεύουν και διαμένουν σε τόπους στο εσωτερικό της εν λόγω χώρας και φυσικά έξω από το σύνηθες περιβάλλον τους.
- iii) Ο **εξερχόμενος τουρισμός** μιας χώρας περιλαμβάνει τις δραστηριότητες των μονίμων κατοίκων της, οι οποίοι ταξιδεύουν και διαμένουν σε τόπους έξω από τα σύνορα της και μακριά από το σύνηθες περιβάλλον τους.

Παρόμοιοι ορισμοί μπορούν να χρησιμοποιηθούν για άλλες περιοχές, περιφέρειες ή ομάδες χωρών αντικαθιστώντας τη «χώρα» με την περιοχή αναφοράς. Οι τρεις βασικές μορφές τουρισμού μπορούν να συνδυαστούν με τρεις τρόπους έτσι ώστε να προκύψουν οι ακόλουθες κατηγορίες τουρισμού:

- i) **εσωτερικός τουρισμός**, που περιλαμβάνει τον «εγχώριο τουρισμό» και τον «εισερχόμενο» τουρισμό

- ii) **εθνικός τουρισμός**, που περιλαμβάνει τον «εγχώριο τουρισμό» και τον «εξερχόμενο» τουρισμό
- iii) **διεθνής τουρισμός**, που περιλαμβάνει τον «εισερχόμενο τουρισμό» και τον «εξερχόμενο» τουρισμό.



### 1.3.Περαιτέρω κατηγοριοποίηση του Τουριστικού Φαινομένου - Από τον παραδοσιακό στον Εναλλακτικό Τουρισμό

Ωστόσο, τα δεδομένα δεν έχουν μείνει παγιωμένα σ' αυτό το επίπεδο. Η συνεχής εξέλιξη και ανάπτυξη της τουριστικής βιομηχανίας είχε σαν αποτέλεσμα την ολοένα και αυξανόμενη αριθμητικά ποικιλία των ειδών του τουρισμού. Προεκτάθηκε με άλλα λόγια η επιμέρους κατηγοριοποίηση με κριτήρια το περιεχόμενο της καθαυτής τουριστικής πράξης, με στόχο φυσικά τη διακίνηση του «τουριστικού προϊόντος».

Πιο συγκεκριμένα, μια πρώτη μορφή τουρισμού που αναπτύχθηκε περί τα τέλη του 20ου αιώνα είναι ο *μαζικός τουρισμός*. Ενώ μέχρι τότε τα ταξίδια πολιτιστικού ή ψυχαγωγικού χαρακτήρα αποτελούσαν προνόμιο μόνο των αριστοκρατών και των οικονομικά ισχυρών, η βιομηχανική επανάσταση η ολοένα και πιο ξεκάθαρα διαμορφούμενη αστική τάξη με τις όποιες διαβαθμίσεις της και η άνοδος των εισοδημάτων, διαμόρφωσε την ιδέα μαζικών μετακινήσεων τουριστών από ανεπτυγμένες χώρες κυρίως σε παράκτιες και νησιωτικές περιοχές ιδιαίτερα τους καλοκαιρινούς μήνες. Ωστόσο, όλη αυτή η, σε πρώτη φάση, άναρχη και ανοργάνωτη τουριστική κίνηση, με τη συγκέντρωση τουριστών σε μικρές περιοχές, οι οποίες φυσικά ήταν ανέτοιμες να δεχθούν το μεγάλο κύμα επισκεπτών, οδήγησε στην άναρχη ανάπτυξη των τουριστικών δομών στις περιοχές αυτές. Έτσι, μακροπρόθεσμα προκλήθηκαν δυσμενείς επιπτώσεις στο περιβάλλον των τουριστικών προορισμών, ενώ η οικονομική άνθηση που απέφερε αποδείχθηκε πρόσκαιρη.

Προκειμένου, να υπερκεραστούν οι αρνητικές επιπτώσεις του μαζικού τουρισμού αναπτύχθηκε η φιλοσοφία του εναλλακτικού τουρισμού. Η ανάγκη προστασίας του περιβάλλοντος και της διαφύλαξης της πολιτιστικής κληρονομιάς

σε συνδυασμό με την επιρροή του οικολογικού κινήματος οδήγησαν στην ανάπτυξη ήπιων μορφών τουρισμού που δεν έχουν τα χαρακτηριστικά της μαζικότητας.

Ταυτόχρονα η διεθνής τάση για διεύρυνση και διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος, οδήγησαν στην ανάπτυξη ειδικών ή θεματικών μορφών τουρισμού, οι οποίες έρχονται να καλύψουν ανάγκες ειδικών πληθυσμιακών ομάδων και να προεκτείνουν την τουριστική κίνηση καθ' όλη τη διάρκεια του έτους.

Πριν ωστόσο δούμε τις επιμέρους κατηγοριοποιήσεις του «εναλλακτικού τουρισμού» κρίνεται σκόπιμο να παρουσιαστεί ευσύνοπτα η ιστορική εμφάνιση και εξέλιξη του είδους.

#### **1.4. Ιστορική Αναδρομή των Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού**

Η ιστορία του εναλλακτικού τουρισμού δεν είναι σε καμία περίπτωση καινούρια υπόθεση. Παρ' όλα αυτά αξίζει να σημειωθεί ότι πολλοί μελετητές και ερευνητές χαρακτηρίζουν όλες τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού σαν «νέες», όρος που χρησιμοποιήθηκε πρώτη φορά τη δεκαετία του 1970 για να περιγράψει τις πράγματι νεοεμφανισμένες εναλλακτικές μορφές τουρισμού.

Κατά συνέπεια, μπορεί να διατυπωθεί πως υπάρχουν μεν νέες μορφές τουρισμού, αλλά σαφέστατα δεν είναι όλες οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού «νέες». Έτσι, κατά την κρατούσα γνώμη, υπάρχουν νέες μορφές Τουρισμού, αλλά όλες οι εναλλακτικές τουριστικές μορφές δεν είναι νέες. Στις 90 περίπου μορφές τουρισμού που προσδιορίζει ο S.W. Boyd υπάρχουν και κύριες (επικρατούσες σε έναν τόπο) και εναλλακτικές μορφές. Μερικές από αυτές έχουν την ιστορική αφετηρία τους στην αρχαιότητα. Άλλες δημιουργήθηκαν τα τελευταία χρόνια. Και όλες βάσει της αρχής της εναλλακτικότητας και των γενικών τουριστικών χαρακτηριστικών τους, μπορούν να αλληλοαντικαθίστανται και να χαρακτηρίζονται ανάλογα με το μέγεθος τους στο τοπικό περιβάλλον, κύριες ή εναλλακτικές (Σφακιανάκης Μ.)

##### **1.4.α. Η Πρώτη Τουριστική Περίοδος**

Ο τουρισμός αναψυχής, ο επαγγελματικός τουρισμός, ο πολιτιστικός, ο θρησκευτικός, ο αθλητικός και ο ιαματικός τουρισμός έχουν τις ρίζες τους στην αρχαιότητα και είναι οι κυριότερες εναλλακτικές μορφές τουρισμού που και εξελίχθηκαν στα προ Χριστού χρόνια. Οι περιοχές στις οποίες πρωτοεμφανίστηκαν δεν είναι φυσικά ασύνδετες με την αντίστοιχη πολιτισμική ανάπτυξη που γνώρισαν οι πολιτισμοί της αρχαιότητας και που μας είναι γνωστή από την ιστορική αφήγηση και έρευνα. Έτσι λοιπόν, στην Αρχαία Αίγυπτο, τη Μεσοποταμία, την Αρχαία Ελλάδα, την Περσία αλλά και τη Ρωμαϊκή Αυτοκρατορία συναντάμε τα πρώτα δείγματα τέτοιου τύπου τουρισμού.

Η ανεπτυγμένη κρατική διοίκηση και μηχανή του αρχαίου κράτος των Αιγυπτίων και των Ασσυρίων, οδηγεί την αντίστοιχη κοινωνική τάξη, τους γραφείς, σε

επαγγελματικά ταξίδια προς διεκπεραίωση κρατικών υποθέσεων. Επιπρόσθετα, αξίζει να σημειωθεί πως, ο Νείλος, ως η βασικότερη διαμορφωτική πολιτισμική παράμετρος του αιγυπτιακού πολιτισμού, επηρέασε σε μεγάλο βαθμό και την τουριστική φυσιογνωμία του τόπου. Συχνά, Αιγύπτιοι έκαναν ημερήσιες εκδρομές στις όχθες του Νείλου όπου και ελούοντο, εξασκούσαν δηλαδή ένα είδος παραποτάμιου τουρισμού.

Αν μεταφερθούμε λιγάκι χωροχρονικά στην ιστορική μας διαδρομή θα βρεθούμε στην Αρχαία Ελλάδα και στον ιδιαίτερο θεσμό των Αμφικτιονιών. Οι Αμφικτιονίες ήταν θρησκευτικές ενώσεις διαφόρων πόλεων που συνεδρίαζαν ανά τακτά χρονικά διαστήματα. Έτσι, στα πλαίσια της λειτουργίας και υλοποίησης των αμφικτιονικών συνεδριών, επιβαλλόταν η σχετική μετακίνηση των αντιπροσώπων και η διαμονή τους στις διοργανώτριες κάθε φορά πόλεις. Αναπτύχθηκε έτσι, ένα είδος «συνεδριακού τουρισμού» στην Αρχαία Ελλάδα. Αξίζει να σημειωθεί πως η πρώτη Αμφικτιονία ήταν εκείνη των Θερμοπυλών το 1522 π.Χ.. Κατοπινά, γινόταν σε τακτά χρονικά διαστήματα Αμφικτιονίες στους Δελφούς, στη Βοιωτία, στον Πόρο και στη Δήλο.

Λίγο αργότερα, στην τελευταία προχριστιανική χιλιετία αναπτύσσεται κυρίως στην Αρχαία Ελλάδα ο θρησκευτικός αλλά και ο αθλητικός τουρισμός (πράγμα που για εμάς, στα πλαίσια της παρούσας εργασίας είναι εξαιρετικά ενδιαφέρον). Είναι γνωστό, πως στην αρχαία Ελλάδα, ο τουρισμός υπήρξε κατεξοχήν στοιχείο της πολιτισμικής ταυτότητας ορισμένων πόλεων αλλά και καθημερινή δραστηριότητα των πολιτών. Όταν η ενασχόληση με τον αθλητισμό οργανώθηκε και θεσμοθετήθηκαν αγώνες, με στόχο τόσο τον καθαυτό αθλητισμό, όσο και την απόδοση τιμής στους Θεούς, άρχισαν να οργανώνονται και τα αντίστοιχα ταξίδια από τους εκάστοτε συμμετέχοντες αθλητές. Παραδειγματικά ας αναφέρουμε τα Ολύμπια, οι γνωστοί Ολυμπιακοί αγώνες, που γινόταν στην Ολυμπία προς τιμήν του Δία, τα Πύθια που γινόταν στους Δελφούς προς τιμήν του Απόλλωνα, τα Ίσθμια που γινόταν στον Ισθμό της Κορίνθου προς τιμή του Ποσειδώνα και τα Νεμέα που γινόταν στη Νεμέα προς τιμήν της Δήμητρας.

Επιπλέον, στην ελληνική αρχαιότητα πραγματοποιούνταν ταξίδια από τους πιστούς προκειμένου να συμμετάσχουν στις μεγάλες θρησκευτικές εορτές προς τιμήν των Θεών τους. Διαμορφώθηκε λοιπόν, ένα είδος θρησκευτικού τουρισμού. Τέτοιες γιορτές

ήταν τα Μικρά και Μεγάλα Διονύσια, προς τιμήν του θεού που έδωσε το όνομά του στη γιορτή, τα Ελευσίνια μυστήρια προς τιμή της Δήμητρας και της Περσεφόνης, τα Παναθήναια προς τιμήν της Αθηνάς και πλήθος άλλων μικρότερων γιορτών προς τιμή άλλων θεών. Χαρακτηριστική είναι μάλιστα η σύνδεση αθλητικού και θρησκευτικού τουρισμού της εποχής εκείνης αφού οι αθλητικοί αγώνες γινόταν προς τιμή των Θεών.

Το επόμενο είδος τουρισμού μας το προσφέρει και πάλι η Αρχαία Ελλάδα και αφορά στον ιαματικό τουρισμό. Η ύπαρξη και η χρήση των ιαματικών πηγών για θεραπευτικούς σκοπούς αναφέρεται από πολλούς ιστορικούς, γεωγράφους και φιλοσόφους της εποχής (Αριστοτέλης, Στράβων, Πλούταρχος, Ηρόδοτος, Ιπποκράτης κ.λπ.). Τα πρώτα κέντρα υγείας ήταν τα Ασκληπιεία, οι ναοί προς τιμή του Θεού Ασκληπιού, του θεού της Ιατρικής που δημιουργήθηκαν γύρω από τις θερμομεταλλικές πηγές. Όπως είναι γνωστό, η λουτροθεραπεία παίρνει μεγάλες διαστάσεις κατά τους ρωμαϊκούς χρόνους όπου οικοδομούνται μεγάλα κτιριακά συγκροτήματα γι' αυτό το σκοπό αλλά και ιδρύονται οι πρώτες λουτροπόλεις.

Κλείνοντας, θα μπορούσαμε να πούμε πως σημειώθηκε, κατά την αρχαιότητα, και μία τρόπον τινά μορφή πολιτιστικού τουρισμού σε συνδυασμό με τουρισμό αναψυχής κατά τις επισκέψεις ανθρώπων στα Επτά Θαύματα. Είναι χαρακτηριστικό πως την Αρχαία Έφεσο την οποία επισκεπτόταν ετησίως 700.000 τουρίστες για διασκέδαση και πολιτιστικές δραστηριότητες. (Σφακιανάκης Μ.)

Τέλος, δε μπορούμε να αναφερθούμε, έστω και επιγραμματικά στα ταξίδια που γίνονταν με στόχο περιηγητικό και αποτύπωσης και καταγραφής των ξένων τόπων. Οι πρώτοι ταξιδιώτες-τουρίστες και πρωτοπόροι του περιηγητικού τουρισμού θεωρούνταν ο Ηρόδοτος (480-421 π.Χ.) και ο Πausανίας ο Περιηγητής (2ος π.Χ. αιώνας) που εκτός από γεωγράφοι και ιστορικοί, ήταν και οι πρώτοι συγγραφείς τουριστικών οδηγών.

Διαπιστώνουμε λοιπόν, πως ήδη από την λεγόμενη «Πρώτη Τουριστική Περίοδο», η οποία επί της ουσίας περιλαμβάνει το σύνολο των τουριστικών δραστηριοτήτων που πρωτοσημειώθηκαν στην ιστορία του ανθρώπινου πολιτισμού, εμφανίζονται ποικίλες εκδοχές του τουριστικού φαινομένου και μάλιστα σε μεγάλο βαθμό, εκδοχές που σήμερα ονομάζονται εναλλακτικές ή και –λανθασμένα όπως προαναφέρθηκε- νέες.

### 1.4.β. Η Δεύτερη Τουριστική Περίοδος

Η ιστορική περίοδος που ξεκινά τα πρώτα μεταχριστιανικά χρόνια και εκτείνεται έως το α' μισό του 19<sup>ου</sup> αιώνα, από τη γέννηση του Χριστού μέχρι και το πρώτο μισό του 19 αιώνα (1850) περιλαμβάνει περιόδους οι οποίες από πολλούς μελετητές θεωρούνται πως παρουσιάζουν μία τουριστική αδράνεια. Πιο συγκεκριμένα, τόσο η μεταχριστιανική ρωμαϊκή εποχή, η οποία διαρκεί έως το 300 μ.Χ., όσο και η περίοδος ακμής της Βυζαντινής Αυτοκρατορίας (324 - 1453 μ.Χ.), αλλά και η εποχή του δυτικοευρωπαϊκού Μεσαίωνα (300-1308 μ.Χ.) και της Αναγέννησης (1300-1618) ως την περίοδο της Γαλλικής Επανάστασης και των Ναπολεόντειων Πολέμων έχουν χαρακτηριστεί ως τουριστικά ανενεργές.

Τις περιόδους λοιπόν αυτές δεν παρουσιάστηκαν νέες μορφές τουρισμού. Χωρίς αυτό να σημαίνει ωστόσο πως οι ήδη γνωστές μορφές τουρισμού εξαφανίστηκαν με έναν μεταφυσικό τρόπο. Βλέπουμε δηλαδή και πάλι εκφάνσεις του προϋπάρχοντος θρησκευτικού, αθλητικού, ιαματικού τουρισμού αλλά και των επαγγελματικών ταξιδιών. Παρόλα αυτά μία σειρά ιστορικών παραμέτρων συνετέλεσαν στον να μην ενθαρρυνθεί είτε ατομικά είτε συλλογικά και μαζικά η εξωστρέφεια και η νοοτροπία της ταξιδιωτικής εμπειρίας. Η επιβίωση, η οποία αποτελούσε πια βασικό μέλημα τόσο μεμονωμένων ανθρώπων, όσο και κοινωνικών ομάδων ή και ολόκληρων λαών, εγκλώβισε για πολλούς αιώνες το υποκείμενο της ιστορίας, τον άνθρωπο, στην εσωστρέφεια και την τουριστική αδράνεια. Μερικά ιστορικά στοιχεία που μπορούν έστω και αδρά να σκιαγραφήσουν την ευρωπαϊκή εικόνα της εποχής είναι τα εξής: οι συνεχείς πόλεμοι και οι εθνικές ανακατατάξεις, οι ληστρικές επιδρομές, οι πειρατικές δράσεις και η συνακόλουθη ανασφάλεια που ενέπνεαν στον κόσμο τέτοιες συγκυρίες, το φεουδαρχικό σύστημα που εγκλώβισε το μεγαλύτερο κομμάτι του κόσμου σε μία συνεχή πάλη για επιβίωση αλλά και σε μία δουλκή αγκίστρωση

από τη γη στην οποία εργαζόταν, ο θεοκρατικός χαρακτήρας της διοίκησης και της πολιτειακής διακυβέρνησης που συντηρητικοποιούσε συνειδήσεις και ενοχοποιούσε την ανθρώπινη ελευθερία, η έλλειψη δρόμων, συγκοινωνιακών μέσων τουριστικής υποδομής και διαθεσίμου εισοδήματος είναι μόνο μερικά από τα δεδομένα μίας μακράς ιστορικής περιόδου δεκαεννέα και πλέον αιώνων που λειτούργησαν αν όχι νεκρωτικά, τουλάχιστον αποθαρρυντικά για την εξέλιξη και διεύρυνση του τουριστικού φαινομένου.

Από την άλλη ωστόσο, τα δεδομένα αυτά γέννησαν ανάγκες οι οποίες καλύφθηκαν μέσα από τη δημιουργία έργων τα οποία κατοπινά συνετέλεσαν στην ανάπτυξη του τουριστικού φαινομένου. Αν και οι λόγοι για τους οποίους συντελέστηκαν ορισμένες ενέργειες δεν στόχευαν στην ανάπτυξη του τουρισμού, έθεσαν τις βάσεις για τη μελλοντική ανάπτυξή του μακροπρόθεσμα, π.χ. τα οδικά δίκτυα, τα θαλάσσια ταξίδια, τα καταλύματα κλπ.

Κατά την μετά Χριστό περίοδο της Ρωμαϊκής αυτοκρατορίας ολοκληρώθηκε το πρώτο οργανωμένο οδικό δίκτυο, καθώς και πανδοχεία κατά μήκος αυτού. Σ' αυτά, μπορούσαν να διαμένουν, με δυνατότητα διατροφής, άνθρωποι και ζώα. Όπως αναφέρθηκε για την περίπτωση της Ρώμης και κατά την πρώτη Τουριστική Περίοδο, ο ιαματικός τουρισμός, αλλά και ο αθλητικός και θρησκευτικός ήταν σε ανάπτυξη.

Κατά τη Βυζαντινή περίοδο στην Ανατολική Ευρώπη η τουριστική πρακτική είχε να κάνει κυρίως με τα θρησκευτικά καθήκοντα κληρικών και ιεραποστόλων σχετικά με τη διάδοση του ορθόδοξου χριστιανικού δόγματος. Οι εκκλησιαστικοί ξενώνες όμως που εν προκειμένω και αρχικά κάλυπταν αμιγώς τις θρησκευτικές ανάγκες, κατοπινά, πρόσφεραν υπηρεσίες και σε άλλους κρατικούς υπαλλήλους, αλλά και μεμονωμένους ταξιδιώτες. Χαρακτηριστική άνοδο στις μετακινήσεις πιστών στους Αγίους τόπους προκάλεσε η εύρεση του Τίμιου Σταυρού.

Στη Δυτική Ευρώπη κατά την περίοδο του Μεσαίωνα (300-1308 μ.Χ.) αλλά και κατά την περίοδο της Αναγέννησης (1308-1618), όπως προαναφέρθηκε δε σημειώθηκε σοβαρή τουριστική κίνηση. Τα ταξίδια ήταν μεμονωμένες πρακτικές τυχοδιωκτικής φύσης.

Από 1618 μέχρι το 1850, το ευρωπαϊκό σκηνικό δεν άλλαξε πολύ από τουριστική άποψη. Η Γαλλική επανάσταση και οι Ναπολεόντειοι πόλεμοι προκάλεσαν πολιτικές, εθνικές, κοινωνικές και οικονομικές ανακατατάξεις αλλά ο κοινωνικός μετασχηματισμός δε μεταφράστηκε και στο τουριστικό σκηνικό. Ωστόσο, τότε εμφανίζονται τα πρώτα ξενοδοχεία, με την οργανωμένη μορφή που τα ξέρουμε σήμερα, διευκολύνονται οι μετακινήσεις και τα ταξίδια -σαν διαδικασία και όχι σα τουριστική εμπειρία- καθώς με την προηγούμενη βιομηχανική επανάσταση, η οποία κλιμακώνεται και εδραιώνεται ολοένα και περισσότερο, γενικεύεται η χρήση του ατμοκίνητου σιδηροδρόμου, οργανώνονται οδικά δίκτυα που λειτουργούν ως αρτηρίες σύνδεσης των μεγάλων πόλεων, ανοίγουν τα πρώτα κέντρα εστίασης, γράφονται τουριστικοί οδηγοί. Όλες αυτές οι διαμορφούμενες παράμετροι συντελούν στο να αρχίσει σταδιακά να ενσταλάζεται στη συλλογική συνείδηση το όνειρο μίας ταξιδιωτικής εμπειρίας με τουριστικό χαρακτήρα. Για πρώτη φορά έχουμε τώρα τις πρώτες εμβρυακές προσπάθειες οργανωμένου τουρισμού (Σφακιανάκης Μ.).

#### 1.4.γ. Η Τρίτη Τουριστική Περίοδος

Η περίοδος αυτή αγγίζει τη χρονική περίοδο από τα μέσα του 19<sup>ου</sup> έως τα μέσα του 20<sup>ου</sup> αιώνα (1850-1950) και περιγράφεται από όλα εκείνα τα γεγονότα που συντελέστηκαν και με τη σειρά τους συνετέλεσαν στην εξέλιξη και διαμόρφωση του τουριστικού φαινομένου και συγκεκριμένα σ' εκείνες τις εκφάνσεις του που εγγράφονται στα όρια του εναλλακτικού τουρισμού.



Πιο συγκεκριμένα, την περίοδο αυτή αρχίζει να αποκρυσταλλώνεται το λεγόμενο “Grand Tour”, που δεν είναι κάτι άλλο από μία, αν όχι ελιτίστικη, τουλάχιστον πολυτελείας τουριστική πράξη την οποία πραγματώνουν γόννοι ευκατάστατων οικογενειών των ανεπτυγμένων δυτικοευρωπαϊκών χωρών (κατοπινά και των Η.Π.Α.) με στόχο την διεύρυνση του μορφωτικού τους τοπίου και του κοινωνικού τους υποβάθρου μέσω της επαφής με χώρες, κουλτούρες και πολιτισμούς που για την εποχή θεωρούνταν κέντρα των γραμμάτων και των τεχνών και του σύγχρονου πνευματικού βίου. Αντίστοιχα ήταν και τα οργανωμένα πανεπιστημιακά ταξίδια με εκπαιδευτικό ή ερευνητικό στόχο και περιεχόμενο.

Επιπλέον διευρύνεται ο τομέας των μέσων μεταφοράς. Η ανάπτυξη του σιδηροδρόμου που είχε ξεκινήσει από την προηγούμενη περίοδο, τώρα συστηματοποιείται και εξυπηρετεί όλο και μεγαλύτερη μερίδα του ταξιδιωτικού κοινού. Τα οδικά δίκτυα επίσης οργανώνονται και τα αυτοκίνητα εισβάλλουν όλο ένα και δυναμικότερα στην καθημερινότητα των ανθρώπων, ενώ τέλος, προς τη δύση της περιόδου εμφανίζεται το αεροπλάνο.

Συν τοις άλλοις, συστηματοποιείται ακόμη ο οργανωμένος τουρισμός. Ξεκινά η λειτουργία των ταξιδιωτικών γραφείων με τα ταξιδιωτικά πακέτα και χαράσσεται ο δρόμος που θα οδηγήσει στο «μαζικό τουρισμό».

Επιπρόσθετα, αρχίζουν να εμφανίζονται και εναλλακτικές μορφές τουρισμού, πέρα από τον κλασικό περιηγητικό τουρισμό και αρχίζουν και οργανώνονται τα αντίστοιχα μέρη που μπορούν να υποστηρίξουν και να φιλοξενήσουν τέτοιου τύπου τουριστικές εμπειρίες. Χαρακτηριστικά είναι τα παραδείγματα του φυσιολατρικού τουρισμού, καθώς επίσης και του εκθεσιακού, ο οποίος σημειώνεται στα πλαίσια του νεόκοπου –κατά κάποιον τρόπο- θεσμού των Διεθνών Εκθέσεων.

Η Η.Π.Α. μπαίνουν στο προσκήνιο της τουριστικής δράσης και τα υπερατλαντικά ταξίδια -τα οποία βέβαια σήμερα καλύπτονται ως επί το πλείστον από τα αεροπλάνα- με τα μεγάλα πλοία της εποχής γίνονται πραγματικότητα. Έτσι, αρχίζει σταδιακά να αναδεικνύεται η οικονομική ωφέλεια που μπορεί να επιφέρει ο τουρισμός και να αναγνωρίζεται ως επένδυση αλλά και ως δραστηριότητα κοινωνικής πραγμάτωσης.

#### 1.4.δ. Η Τέταρτη Τουριστική Περίοδος

Η περίοδος αυτή ξεκινά από το τέλος του Β' Παγκοσμίου Πολέμου, για τη χώρα μας βέβαια, λαμβάνοντας υπόψη τις ιδιαίτερες ιστορικοπολιτικές συνθήκες – πρβ. Εμφύλιο πόλεμο- ξεκινά τη δεκαετία του 1950, αλλά για άλλους μελετητές εκτείνεται ως τη δεκαετία του 1980 και για άλλους φτάνει έως τις μέρες μας. Αυτή λοιπόν είναι η περίοδος κατά την οποία σημειώνεται η μεγάλη έκρηξη του τουριστικού φαινομένου, η οποία αποτυπώνεται και αριθμητικά.

Οι κυριότερες αιτίες ανάπτυξης του τουρισμού μπορούν να θεωρηθούν πως είναι οι παρακάτω:

- Η ανάπτυξη των συγκοινωνιακών μέσων και κυρίως των αεροσκαφών, τα οποία ταξιδεύουν με μεγάλη ταχύτητα και ελαχιστοποιούν αν όχι μηδενίζουν τις αποστάσεις.
- Η κατοχύρωση περισσότερων εργασιακών δικαιωμάτων αναφορικά με τον αριθμό των ημερών των επαγγελματικών αδειών.
- Η αύξηση των εισοδημάτων και η συνακόλουθη μείωση των τιμών των τουριστικών πακέτων.
- Η ολοένα και ανώτερου επιπέδου εκπαίδευση των πολιτών που οδηγεί στη διεύρυνση του τουριστικού φαινομένου, όχι με μία σχέση κατ' ανάγκην

αιτιακή, αλλά με έναν τρόπο που επιβεβαιώνεται εμπειρικά και το αποδεικνύουν οι μετρήσεις.

- Η διεύρυνση τόσο των ηλικιακών όσο και των κοινωνικών ομάδων που καθίστανται κοινωνοί του τουριστικού φαινομένου. Η Τρίτη ηλικία και οι συνταξιούχοι εισβάλλουν δυναμικά στην τουριστική πράξη καθώς και ασθενέστερα οικονομικά στρώματα.
- Η αναγνώριση του τουρισμού ως κοινωνικού αγαθού και η συνακόλουθη πολιτειακή υποχρέωση να αναλάβει και να θεσπίσει τα αντίστοιχα μέτρα που θα προάγουν το φαινόμενο αλλά και θα το κάνουν προσιτό σε όσο το δυνατόν περισσότερους πολίτες.
- Η εφαρμογή πολιτικών marketing και management προκειμένου οι τουριστικοί επιχειρηματίες να διευρύνουν το κοινό και φυσικά τα κέρδη τους.
- Η ολοένα και αυξανόμενη εντατικοποίηση του σύγχρονου αστικού τρόπου ζωής που επιβαρύνουν ψυχολογικά, ενίοτε και συμπλεγματικά ανθρώπους που αναζητούν διεξόδους από την καθημερινότητα τους μέσω του τουρισμού.

Όλες αυτές οι παράμετροι, όπως προαναφέρθηκε, γιγάντωσαν τρόπον τινά το τουριστικό φαινόμενο με όλες τις θετικές και αρνητικές προεκτάσεις που μπορεί να έχει. Έτσι, περνάμε στη σύγχρονη πια τουριστική περίοδο.

#### 1.4.ε. Η Σύγχρονη Τουριστική Περίοδος

Η ολοένα και αυξανόμενη οργάνωση και εξέλιξη του μαζικού τουρισμού, για τους λόγους και με τους τρόπους που περιγράψαμε προηγούμενα, είχε κατά κύριο λόγο αρνητικές επιπτώσεις, τόσο σε κοινωνικό όσο και σε οικονομικό και περιβαλλοντικό επίπεδο, κυρίως όσον αφορά τους τόπους υποδοχής των μαζικών κυμάτων τουρισμού. Οι δυσμενείς επιδράσεις του μαζικού τουρισμού και τα

αδιέξοδα που δημιούργησε η τουριστική ανάπτυξη που εξυπηρετεί το είδος αυτό, άρχισαν να γίνονται ορατές και μετρήσιμες στη δεκαετία του 1970.

Εξελικτικά λοιπόν, όλοι εκείνοι οι μελετητές, ερευνητές, επιστήμονες και όχι μόνο που άρχισαν να διατυπώνουν σκληρή κριτική απέναντι στο φαινόμενο του μαζικού τουρισμού, πρότειναν να επαναπροσδιοριστεί ο τρόπος που πραγματώνεται η τουριστική πράξη και να αναζητηθούν νέες διαδικασίες και μορφές του πιο φιλικές και ήπιες απέναντι στο περιβάλλον και συνάμα ανθρωποκεντρικές. Το σύνολο των μορφών του τουρισμού που άρχισαν σταδιακά να διαμορφώνονται αποτέλεσαν τον «Εναλλακτικό Τουρισμό» (*Alternative Tourism* ή *A.T.*).

Τί είναι όμως ο εναλλακτικός τουρισμός; Πώς ορίζεται και πώς οριοθετείται; Είναι ερωτήματα που θα απαντηθούν στη συνέχεια.

## 2. Ο Εναλλακτικός Τουρισμός

### 2.1. Γενικά

Όπως αναφέρθηκε και προηγούμενα, ο εναλλακτικός τουρισμός σημειώθηκε και εξελίχθηκε από τις απαρχές ακόμη του τουριστικού φαινομένου. Ο όρος «νέες μορφές τουρισμού» αγγίζει τις μορφές που πράγματι πρωτοεμφανίστηκαν τη δεκαετία του 1970 και γενικά αποτέλεσαν τον λεγόμενο «ήπιο» τουρισμό, ή εν πάσει περιπτώσει, τον τουρισμό που στέκεται στον αντίποδα του μαζικού και βιομηχανοποιημένου τουρισμού με όλες τις αρνητικές προεκτάσεις του, όπως αυτές σκιαγραφήθηκαν προηγούμενα. Εν κατακλείδι, υπάρχουν νέες μορφές τουρισμού που εγγράφονται στην κατηγορία του Εναλλακτικού Τουρισμού, αλλά όλες οι εναλλακτικές μορφές δεν είναι αναγκαστικά και νέες.

Αξίζει να σημειωθεί πως στις ενενήντα περίπου μορφές τουρισμού που προσδιορίζει ο S.W. Boyd θα συναντήσει κανείς και κύριες και εναλλακτικές μορφές. Άλλες από αυτές έχουν ρίζες που χάνονται στην αρχαιότητα, ενώ άλλες δημιουργήθηκαν τα τελευταία χρόνια.

Πώς ορίζεται όμως ο εναλλακτικός τουρισμός; Εναλλακτικό Τουρισμό αποτελεί μία τουριστική εμπειρία στο σύνολό της, η οποία μπορεί να παρέχει εξειδικευμένες υπηρεσίες και βιωματικές δραστηριότητες στο κοινό της, συναφείς με τα αντίστοιχα ενδιαφέροντα και τις ανάγκες του. Μία ακόμη παράμετρος, απαραίτητη για την κατάταξη της εκάστοτε τουριστικής πράξης εντός των ορίων του Εναλλακτικού Τουρισμού, είναι ο φιλικός, απέναντι στο περιβάλλον, χαρακτήρας της.

Τα σημαντικότερα είδη Εναλλακτικού Τουρισμού (στην Ελλάδα) είναι τα εξής:

- Αγροτουρισμός
- Οικοτουρισμός

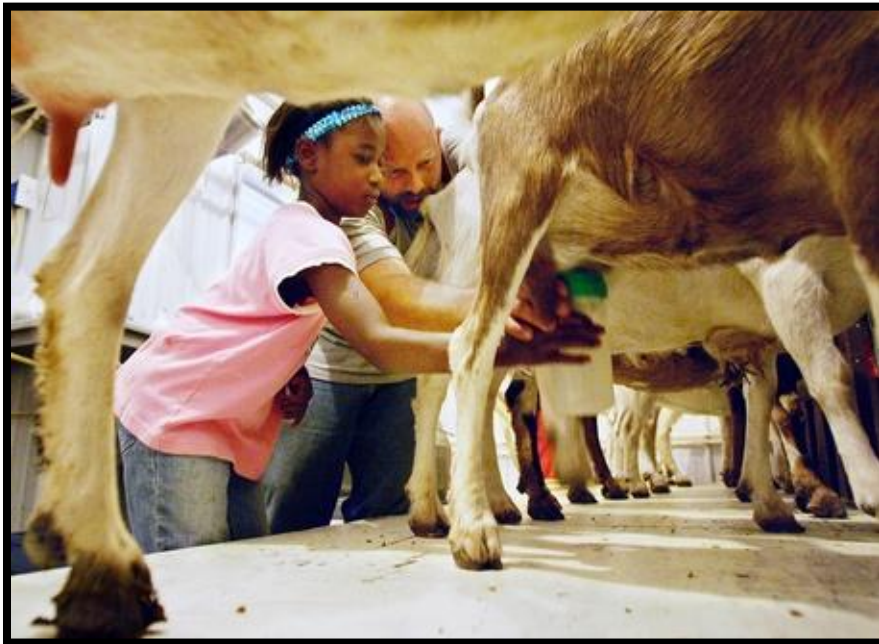
- Επαγγελματικός Τουρισμός
- Πολιτιστικός Τουρισμός
- Μαθησιακός Τουρισμός
- Θρησκευτικός Τουρισμός
- Τουρισμός Υγείας
- Κοινωνικός Τουρισμός
- Θαλάσσιος Τουρισμός
- Γεωτουρισμός
- Ορεινός – Ορειβατικός Τουρισμός
- Χιονοδρομικός Τουρισμός
- Περιπατητικός Τουρισμός και
- Αθλητικός Τουρισμός

Αξίζει να σημειωθεί πως στον τελευταίο μπορούμε να εντάξουμε τον τουρισμό Χειμερινών Αθλημάτων, τον οποίο ενώ άλλοι μελετητές τον εγγράφουν στο Χειμερινό, εμείς, για τις ανάγκες της παρούσας εργασίας, η οποία πραγματεύεται τον Αθλητικό Τουρισμό, επιλέξαμε να τον εξετάσουμε εδώ. Στη συνέχεια, θα εξετάσουμε, όσο το δυνατόν πιο περιεκτικά και ευσύνοπτα τα προαναφερθέντα είδη.

## 2.2. Είδη – Υποκατηγορίες, Ειδικά

### 2.2.α. Αγροτουρισμός

Είναι μία μορφή τουρισμού, ήπια και φιλική προς το περιβάλλον με βασικό της στόχο την επαφή των τουριστών με τη φύση, με τις πρωτογενείς δομές του τόπου, τη γνωριμία με τις αγροτικές ασχολίες, τα εκάστοτε τοπικά – παραδοσιακά προϊόντα την καθημερινή ζωή των κατοίκων, τα πολιτισμικά στοιχεία και τα αυθεντικά χαρακτηριστικά του χώρου αυτού, με σεβασμό προς το περιβάλλον και την παράδοση. Είναι χαρακτηριστική η διατύπωση κατά την οποία τα άτομα που επιλέγουν την εναλλακτική αυτή μορφή του τουρισμού είναι άτομα που αναζητούν στις διακοπές τους τη «φόρμουλα των 3Φ» (Φύση-Φιλία-Φιλοξενία) και απορρίπτουν ή δεν νιώθουν ότι τους εκφράζει εκείνη των 3S (Sun-Sea-Sand) του μαζικού τουρισμού, όπως αυτή έχει εξελιχθεί στις μέρες μας.



Εικ.1 Χαρακτηριστική σκηνή αγροτουριστικής δράσης.

Μικρό κορίτσι μαθαίνει να αρμέγει αίγες.

### **2.2.β. Οικοτουρισμός**

Οικοτουρισμός είναι εκείνη η τουριστική πράξη που αποσκοπεί στην γνωριμία και εξοικείωση του ατόμου με τα ιδιαίτερα φυσικά περιβάλλοντα και τοπία που μπορεί να προσφέρει ένας τόπος, με την ελάχιστη πάντα δυνατή ανθρώπινη παρέμβαση στους ρυθμούς και τα χαρακτηριστικά του περιβαλλοντικού πλαισίου του τόπου αυτού. Παράπλευρος στόχος της οικοτουριστικής πράξης είναι η ενδυνάμωση της «μικρό-οικονομίας» της εκάστοτε τοπικής κοινωνίας στα πλαίσια της οποίας πραγματώνεται η εν λόγω τουριστική πράξη.

Η Ελλάδα, διαθέτοντας εξαιρετικό πλούτο φυσικής ομορφιάς και ποικιλίας, μπορεί να προσφέρει ένα ευρύ φάσμα οικοτουριστικών δραστηριοτήτων. Ανάγλυφη ακρογραμμή, πλήθος βουνών, λιμνών, φαραγγιών, ποταμών δίνουν τη δυνατότητα στον επισκέπτη να αναπτύξει δραστηριότητες που θα τον φέρουν σε σχέση εγγύτητας με τη φύση. Περιηγήσεις, περιπατητικές δράσεις, extreme sports (rafting, ποδήλατο βουνού κ.ά.), παρατήρηση σπάνιων πουλιών, διάβαση φαραγγιών είναι μόνον μερικές από τις δραστηριότητες που μπορούν να ενταχθούν στα πλαίσια του οικοτουρισμού.

Ο Ε.Ο.Τ. (Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού) σαν κάποιες από τις πιο χαρακτηριστικές περιοχές της χώρας, που μπορεί κάποιος να απολαύσει τη φύση και να ζήσει οικολογικά, δεικνύει τις εξής (εμείς αναφέρουμε μονάχα μερικές παραδειγματικά): τις εκβολές του ποταμού Έβρου, το δάσος της Δαδιάς, την κοιλάδα του Νέστου, τον Όλυμπο, τον Παρνασσό, τη Στενή στην Εύβοια, την Πίνδο, την κοιλάδα των Τεμπών, τις εκβολές του Αλιάκμονα, τη λίμνη Πρέσπα κ.ά.





Εικ.2 Οικοτουρισμός, επαφή με το υδάτινο φυσικό στοιχείο. Rafting στον Έβρο

### 2.2.γ. Επαγγελματικός Τουρισμός

Ως επαγγελματικός τουρισμός ορίζεται το σύνολο των ταξιδιών και των τουριστικών πράξεων που συντελούνται λόγω της επαγγελματικής ταυτότητας του υποκειμένου της τουριστικής πράξης και στα πλαίσια της επαγγελματικής του δραστηριότητας. Ο επαγγελματικός τουρισμός γνωρίζει επιμέρους κατηγοριοποιήσεις με κριτήριο το περιεχόμενο, αλλά και το σκοπό του εκάστοτε ταξιδιού. Έχουμε έτσι, το συνεδριακό, το σεμιναριακό, το συμποσιακό τουρισμό αλλά και τον τουρισμό κινήτρων, όταν πρόκειται για ταξίδι επιβράβευσης, bonus του εργαζόμενου.

Ο επαγγελματικός τουρισμός είναι συνήθως βραχυχρόνιος (τρεις έως πέντε ημέρες), απευθύνεται σε επισκέπτες υψηλού μορφωτικού και οικονομικού επιπέδου, οι οποίοι συνήθως έχουν υψηλές απαιτήσεις παροχών και είναι διατεθειμένοι να δαπανήσουν αρκετά χρήματα.

Σημαντική παράμετρος για την ανάπτυξη του επαγγελματικού τουρισμού σε μια πόλη, μία χώρα, έναν τόπο γενικότερα, αποτελεί η διαθεσιμότητα των προαπαιτούμενων χώρων και υπηρεσιών, προκειμένου να διεξαχθεί η εκάστοτε επαγγελματική διοργάνωση. Π.χ. αμφιθέατρα, υποδομές για σίτιση και καφέ,

υπηρεσίες διερμηνείας κτλ. Στην Ελλάδα, πολλές φορές αυτές οι διοργανώσεις πραγματοποιούνται εντός του χώρου κάποιου ξενοδοχείου που έχει σχεδιαστεί έτσι ώστε να καλύπτει και αυτές τις τουριστικές απαιτήσεις, ή σε συνεδριακά και εκθεσιακά κέντρα.

Χαρακτηριστικά στους συνεδριακούς χώρους αναφέρουμε: το Ζάππειο Μέγαρο, το Μέγαρο Μουσικής, το Πάντειο Πανεπιστήμιο, το Πανεπιστήμιο Πειραιώς, το Ολυμπιακό Συνεδριακό Κέντρο Αρχαίας Ολυμπίας και στους εκθεσιακούς: τη Διεθνή Έκθεση Θεσσαλονίκης (ΔΕΘ), το ΟΑΚΑ κ.ά.



Εικ.3. Συνεδριακός Χώρος εντός ξενοδοχειακής μονάδας

### 2.2.δ. Πολιτιστικός Τουρισμός

Ο Πολιτιστικός Τουρισμός περιλαμβάνει δραστηριότητες που σαν βασικό τους στόχο έχουν την επαφή με την ιστορία και το πολιτισμικό παρελθόν και παρόν ενός τόπου. Ως επί το πλείστον δεν εμφανίζεται ανεξάρτητος αυθύπαρκτα, αλλά συνήθως συνδυάζεται με άλλα είδη τουρισμού, εκτός αν πρόκειται για εκπαιδευτικές εκδρομές σχολείων.

Ο πολιτιστικός τουρισμός είναι από τις πιο παλιές μορφές εναλλακτικού τουρισμού. Πολύ συχνά μεμονωμένα άτομα ή ομάδες ατόμων κινητοποιούνται από την προσωπική τους περιέργεια, φιλομάθεια ή ενδιαφέρον να ανακαλύψουν την ιδιαίτερη καλλιτεχνική, θρησκευτική, λαογραφική κληρονομιά ενός άλλου πολιτισμού και κυρίως όταν αυτός αποτελούσε μακρινή και σημαντικά διαφορετική πολιτισμικά οντότητα.

Στη χώρα μας ο πολιτιστικός τουρισμός είναι ίσως ένα είδος που θα μπορούσε να αποτελέσει πολύ ισχυρή εκδοχή του τουριστικού φαινομένου, λόγω του σημαντικού ιστορικού παρελθόντος και των αντίστοιχων μνημείων. Χώροι λοιπόν, πολιτιστικού τουρισμού είναι τα μουσεία (προϊστορικά, αρχαιολογικά, βυζαντινά, λαογραφικά, σύγχρονης τέχνης κ.ά.), οι αρχαιολογικοί χώροι (οικισμοί, ναοί, κάστρα, αρχαία θέατρα κ.ά.).

Επιπλέον όμως, αξίζει να σημειωθεί πως πολιτιστικό τουρισμό αποτελούν και μεμονωμένες δραστηριότητες που άπτονται της πολιτιστικής πράξης ενός τόπου, όπως π.χ. η συμμετοχή σε ένα Φεστιβάλ, οι θεατρικές παραστάσεις κ.ά. Στη χώρα μας, καθ' όλη τη διάρκεια του έτους, αλλά ιδίως την καλοκαιρινή περίοδο, είναι εξαιρετικά σύνηθες να διοργανώνονται εκατοντάδες πολιτιστικές εκδηλώσεις. Πραγματοποιείται πλήθος μεγαλύτερων ή μικρότερων φεστιβάλ που άπτονται κάθε είδους τέχνης. Χαρακτηριστικά είναι τα παραδείγματα του Φεστιβάλ Αθηνών, Επιδαύρου, Κινηματογράφου Θεσσαλονίκης κ.ά.



Εικ.4. Οι Καρυάτιδες στο Μουσείο Ακρόπολης



Εικ.5. Ο Αρχαιολογικός Χώρος των Δελφών



Εικ.6. Το Φεστιβάλ της Επιδαύρου

### 2.2.ε. Μαθησιακός Τουρισμός

Μαθησιακός είναι ο τουρισμός που στοχεύει στη μάθηση. Είναι κάθε μορφή τουριστικής πράξης, η οποία έχει σαν αποτέλεσμα της τουριστικής εμπειρίας τη μάθηση ή που η πελατεία η οποία πραγματοποιεί την τουριστική πράξη έχει θεσμική σχέση με τη μάθηση, π.χ. σχολείο, φοιτητές, σπουδαστές, εκπαιδευτές κ.ά.

Οι τουρίστες, δηλαδή, ταξιδεύουν για να εκπαιδευτούν και κατά τη διάρκεια της εκπαίδευσης αυτής επιδίδονται και σε άλλες τουριστικές δραστηριότητες. Μπορεί ωστόσο να λειτουργήσει και αντίστροφα, να κάνουν τουρισμό, ένα οποιοδήποτε είδος τουρισμού, κατά τη διάρκεια του οποίου να δραστηριοποιούνται και να εμπλέκονται και σε εκπαιδευτικές διαδικασίες.

Χαρακτηριστικά παραδείγματα εκπαιδευτικού τουρισμού είναι τα εκπαιδευτικά ταξίδια στο εσωτερικό ή στο εξωτερικό, που οργανώνουν διάφοροι εκπαιδευτικοί οργανισμοί, σχολεία, σχολές, πανεπιστημιακά τμήματα κ.ά., οι

εκπαιδευτικές διαδικασίες όπως οι πρακτικές ασκήσεις, οι αρχαιολογικές ανασκαφές, η συμμετοχή σε εκπαιδευτικά σεμινάρια κ.τ.ό., με την προϋπόθεση ωστόσο, πως η εν λόγω συμμετοχή απαιτεί μετακίνηση (ταξίδι) στον τόπο που διεξάγεται οι προαναφερθείσες εκπαιδευτικές διαδικασίες.

Χαρακτηριστικό υποείδος του εκπαιδευτικού τουρισμού είναι επίσης και ο φοιτητικός, που ανεξαρτήτως του στόχου, σκοπού και της διαδικασίας, χαρακτηρίζεται ως τέτοιος, απλά και μόνο επειδή γίνεται στα πλαίσια και λόγω της φοιτητικής ιδιότητας του υποκειμένου της τουριστικής πράξης. Αλλιώς, αποτελεί απλά «τουρισμό νέων».



Εικ.7. Φοιτητική Αρχαιολογική Ανασκαφή

### **2.2.στ. Θρησκευτικός Τουρισμός**

Ο θρησκευτικός τουρισμός ορίζεται η τουριστική πράξη που σχετίζεται με την επίσκεψη σε τόπους λατρείας, μοναστήρια και εκκλησίες. Είναι πολύ σύνηθες φαινόμενο της ελληνικής τουριστικής πραγματικότητας. Καθώς η έντονη και

βαθιά θρησκευτικότητα αποτελεί σημαντικό διαμορφωτικό παράγοντα της ελληνικής πολιτισμικής ταυτότητας εδώ και περίπου δεκαεφτά αιώνες, τα αντίστοιχα μνημεία αποτελούν κατεξοχήν πόλο έλξης πολλών επισκεπτών στα μέρη στα οποία βρίσκονται, κάθε χρόνο.

Έτσι, αντικείμενα θαυμασμού των επισκεπτών αποτελούν οι βυζαντινές και μεταβυζαντινές εκκλησίες, με τις αντίστοιχες εικαστικές αναπαραστάσεις στο εσωτερικό τους, τα μοναστήρια κλπ. Δυστυχώς, η ελληνική κοινωνία δεν υπήρξε ανοιχτή σε διαφορετικές θρησκευτικά ταυτότητες κι έτσι, πλην ελαχίστων εξαιρέσεων ο θρησκευτικός τουρισμός, αφορά ορθόδοξα μνημεία ή έργα τέχνης.



Εικ.8. Πιστοί στην Παναγία της Τήνου το δεκαπενταύγουστο

### **2.2.ζ. Τουρισμός Υγείας**

Τουρισμός υγείας είναι ο τουρισμός όπου οι τουρίστες συμμετέχουν σε προγράμματα υγείας ή σε προγράμματα που σχετίζονται με την υγεία. Τέτοια

προγράμματα μπορεί να είναι: διατήρησης, πρόληψης, θεραπείας, ανάρρωσης και αποκατάστασης της υγείας με σύγχρονες ιατρικές ή φυσικές μεθόδους και προγράμματα που σχετίζονται με την υγεία.

Ο τουρισμός υγείας περιλαμβάνει υποείδη εναλλακτικών μορφών τουρισμού και συγκεκριμένα τα εξής:

- i. Θεραπευτικός τουρισμός
- ii. Ιαματικός τουρισμός
- iii. Τουρισμός φυσιοθεραπείας
- iv. Τουρισμός υγιεινής διαβίωσης
- v. Τουρισμός ομορφιάς
- vi. Θερμαλισμός ή θερμαλιστικός τουρισμός

Η ελληνική γεωλογία παρέχει πληθώρα τέτοιων δυνατοτήτων. Οι ιαματικές πηγές, χαρακτηριστικό στοιχείο του ελληνικού τοπίου, είναι γνωστές από την αρχαιότητα και προσελκύουν πολλούς επισκέπτες καθ' όλη τη διάρκεια του έτους. Σπάνια δραστικά συστατικά που εμπλουτίζουν τα φυσικά νερά της εκάστοτε περιοχής δρουν θεραπευτικά για ένα μεγάλο εύρος ασθενειών και παθήσεων. Και ενώ παλαιότερα ο τουρισμός υγείας, ήταν ταυτισμένος με την τρίτη ηλικία, σήμερα μεγάλο κομμάτι της νεολαίας επιλέγει να απολαύσει αντίστοιχες τουριστικές εμπειρίες για αναψυχή και χαλάρωση. Εκτός από τις ψυχρές μεταλλικές πηγές υπάρχουν και οι θερμοπηγές με τις οποίες οικοδομήθηκε ένας κλάδος θεραπευτικής αγωγής, η ιαματική υδροθεραπεία (θερμαλισμός).





Εικ.9. Ιαματικά Λασπόλουτρα στις Κρηνίδες Καβάλας

### **2.2.η. Κοινωνικός Τουρισμός**

Σύμφωνα με το Διεθνές Γραφείο Κοινωνικού Τουρισμού (BITS:Bureau Internationale la Tourisme Social), κοινωνικός τουρισμός είναι το σύνολο των σχέσεων και διεργασιών που προκύπτουν από την επιδοτούμενη από την πολιτεία, βάσει ορισμένων προγραμμάτων, συμμετοχή στον τουρισμό των κοινωνικών στρωμάτων με χαμηλό εισόδημα.

Η Ευρωπαϊκή Ένωση ορίζει τον κοινωνικό τουρισμό ως τα μέτρα διευκόλυνσης, που λαμβάνουν τα κράτη – μέλη για την πρόσβαση στην τουριστική εμπειρία ομάδων ή ατόμων, που για λόγους κυρίως κοινωνικούς, οικονομικούς ή υγείας κωλύονται να πραγματοποιήσουν την τουριστική. Στα μέτρα που προτείνει εντάσσονται και οι ρυθμίσεις για τον περιορισμό των εμποδίων που συναντούν π.χ. τα άτομα, με ειδικές ανάγκες στην πρόσβασή τους στον τουρισμό εντάσσοντας τον τουρισμό ατόμων με ειδικές ανάγκες ή τον τουρισμό για όλους όπως ονομάζεται, στον κοινωνικό τουρισμό. Ο γενικός χαρακτηρισμός των δικαιούχων του

κοινωνικού τουρισμού είναι «κοινωνικά στρώματα με χαμηλά εισοδήματα» (ορισμός BITS) ή «ομάδες ατόμων που για διάφορες αιτίες, αλλά κυρίως για κοινωνικούς λόγους και για λόγους υγείας, έχουν δυσκολίες να κάνουν διακοπές» (ορισμός της Ε.Ε.)



Εικ.10. Άτομο με κινητικά προβλήματα, κοινωνός της τουριστικής εμπειρίας

### **2.2.θ. Θαλάσσιος Τουρισμός**

Το ελληνικό τοπίο είναι το ιδανικό πλαίσιο για την ανάπτυξη αυτού του είδους εναλλακτικού τουρισμού. Τα δεκαπέντε χιλιάδες χιλιόμετρα ακτογραμμής, ο μεγάλος αριθμός των νησιών, οι μεγάλες εκτάσεις των προστατευόμενων παραλιών κ.ά. αποτελούν κάποιες από τις βασικές παραμέτρους που καθιστούν την ελληνική φυσική πραγματικότητα εν δυνάμει σημαντικό πεδίο θαλάσσιου τουρισμού. Όπως μπορεί εύκολα να γίνει αντιληπτό, θαλάσσιο τουρισμό αποτελεί η τουριστική πράξη, στα πλαίσια της οποίας, ο επισκέπτης έρχεται σε επαφή με τη

θάλασσα, όχι όμως με έναν παθητικό τρόπο, αλλά μέσα από δραστηριότητες, π.χ. θαλάσσια σπορ, καταδύσεων και εξερεύνησης βυθού κ.ά.

Η μακροχρόνια παράδοση χιλιετηρίδων της σχέσης του ανθρώπου με τη θάλασσα στον ελλαδικό τόπο καταδεικνύουν τις θαλάσσιες δραστηριότητες όχι απλά σαν μία επικερδή τουριστική πρακτική, αλλά σαν μια φυσική συνέχεια της ανθρώπινης καθημερινότητας του ντόπιου πληθυσμού.



Εικ.11. Ιστιοσανίδα στη Νάξο

### **2.2.1. Γεωτουρισμός**

Ο γεωτουρισμός αποτελεί μια νέα μορφή πολιτιστικο-περιβαλλοντικού τουρισμού. Αναπτύσσεται σε περιοχές που μπορούν να επιδείξουν σημαντικά γεωλογικά μνημεία, κατάλοιπα ή ακόμη και φαινόμενα. Κύριος στόχος του είναι η ανάδειξη της σχέσης ανάμεσα στο φυσικό περιβάλλον, τη γεωλογική με άλλα λόγια κληρονομιά και της ιδιαίτερης πολιτισμικής, ηθογραφικής και λαογραφικής ταυτότητας κάθε τόπου.

Στην Ελλάδα, χαρακτηριστικότερο παράδειγμα γεωτουριστικής δραστηριότητας αποτελεί το απολιθωμένο δάσος Λέσβου και οι πολλαπλές δραστηριότητες που αναπτύσσονται σε αυτό, από το μουσείο Φυσικής Ιστορίας της περιοχής. Ωστόσο, υπάρχουν και άλλα αντίστοιχα παραδείγματα. Ενδεικτικά, αναφέρουμε το φαράγγι της Σαμαριάς Κρήτης, τα Μετέωρα και το ηφαίστειο της Σαντορίνης.



Εικ.12. Τα Μετέωρα

### **2.2.1α. Ορεινός – Ορειβατικός Τουρισμός**

Στον ορεινό τουρισμό υπάγεται η τουριστική πράξη που λαμβάνει χώρα σε ορεινές περιοχές. Πεδίο δράσης δηλαδή καθίσταται το βουνό. Μπορεί να αγγίζει ποικίλες δράσεις όπως π.χ. την απλή ή την τεχνητή ορειβασία, τις αναρριχήσεις, την ορεινή ποδηλασία και τις ορεινές κατασκηνώσεις. Αξίζει να σημειωθεί πως ο ορειβατικός τουρισμός υπάγεται στον ορεινό τουρισμό και περιλαμβάνει μόνο την ορειβασία και τις αναρριχήσεις.

Ως ορεινές περιοχές και άρα ως πεδία ανάπτυξης του ορεινού τουρισμού, ορίζονται οι εξής:

- i. Οι λοφώδεις περιοχές, οι οποίες καλύπτονται από λόφους χαμηλούς και ομαλούς ύψους 300 έως 500 μέτρων, προσβάσιμους και προσπελάσιμους καθ' όλη τη διάρκεια του έτους
- ii. Οι μέσες ορεινές ή ημιορεινές περιοχές, που καλύπτονται από βουνά ύψους μέχρι 1500 μέτρα με στρογγυλές κορυφές, ομαλές πλαγιές, βατές και προσπελάσιμες όλο το έτος εκτός από τον χειμώνα.
- iii. Οι ορεινές περιοχές, οι οποίες καλύπτονται από βουνά με υψόμετρο άνω των 1500 μέτρων και είναι εύκολα προσπελάσιμες μόνο κατά την διάρκεια του καλοκαιριού.



Εικ.13. Ορειβατικός Τουρισμός στον Όλυμπο

## 2.2.ιβ. Χιονοδρομικός Τουρισμός και Τουρισμός Χειμερινών Αθλημάτων

Χιονοδρομικός τουρισμός είναι η εναλλακτική μορφή τουρισμού κατά τη διάρκεια της οποίας η κύρια δραστηριότητα των τουριστών είναι οι χιονοδρομίες. Τα τελευταία χρόνια, αναπτύχθηκε ιδιαίτερα το είδος αυτό του τουρισμού στη χώρα μας, αρκεί να σκεφτεί κανείς πως συνολικά λειτουργούν δεκαεννέα χιονοδρομικά κέντρα στη χώρα μας, τα οποία προσελκύουν όχι μονάχα Έλληνες, αλλά και ξένους επισκέπτες.

Ο Τουρισμός χειμερινών αθλημάτων (χιονοδρομικών ή παγοδρομικών) δεν διαφέρει επί της ουσίας σημαντικά από το χιονοδρομικό τουρισμό. Εξειδικεύει απλά το περιεχόμενο του εν λόγω τουρισμού, εκτός από τον τόπο διεξαγωγής του. Έτσι, μπορούμε να πούμε πως τουρισμός χειμερινών αθλημάτων είναι η εναλλακτική μορφή τουρισμού κατά τη διάρκεια της οποίας βασική δραστηριότητα των τουριστών είναι η ενασχόλησή τους με τα χειμερινά αθλήματα, π.χ. τα χιονοδρομικά και παγοδρομικά αθλήματα, τα αθλήματα δηλαδή που διεξάγονται πάνω στο χιόνι ή στον πάγο. Παρ' όλα αυτά, θα αναφερθούμε πιο συγκεκριμένα στη συνέχεια, στην ευρύτερη κατηγορία του αθλητικού τουρισμού.



Εικ.14. Χιονοδρομικός Τουρισμός, στο Φαλακρό Όρος του Νομού Δραμας

### 2.2.1γ. Περιπατητικός Τουρισμός

Ως Περιπατητικός Τουρισμός ορίζεται ως η πραγματοποίηση τουριστικών δραστηριοτήτων, που αφορούν τη διενέργεια περιπατητικών εκδρομών διαμέσου περιοχών αξιόλογης αισθητικής, περιβαλλοντικής και πολιτιστικής αξίας. Η πεζοπορία μπορεί να γίνει σε βατές λοφώδεις και ημιορεινές περιοχές με στόχο την ήπια σωματική άθληση και την παράλληλη επαφή με τη φύση στην παρθενική της εκδοχή.

Ο περιπατητικός τουρισμός αλληλοσυνδέεται σε πολλές περιπτώσεις με τον οικοτουρισμό. Η βασική διαφορά των δύο έγκειται στο ότι ο οικοτουρισμός προϋποθέτει τη συμμετοχή του επισκέπτη για τη διατήρηση του τοπίου και της οικολογικής ισορροπίας, ενώ ο περιπατητικός τουρισμός όχι, είναι μία απλή περιήγηση στο φυσικό περιβάλλον που περιορίζεται στην πρόσληψη της τουριστικής εμπειρίας και όχι στην ενεργή συμμετοχή και παρέμβαση στο χώρο.



Εικ.15. Περιπατητικός Τουρισμός σε ορεινό τοπίο

Στη συνέχεια, θα παρουσιαστεί σε ξεχωριστό κεφάλαιο το είδος του Αθλητικού Τουρισμού.

### **3. ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ**

#### **3.1. Γενικά**

Ο όρος «Αθλητικός Τουρισμός» δεν είναι καινούριος, χρησιμοποιείται εδώ και περίπου τριάντα χρόνια, από το 1985 και διεκδικεί σήμερα να παίξει ισχυρό ρόλο στον Τουρισμό διεθνώς και γι' αυτό μελετάται και ξεχωριστά. Πριν όμως προχωρήσουμε στον ορισμό του αθλητικού τουρισμού, είναι σκόπιμο να ξεκαθαριστεί ο όρος «αθλητισμός», ποιες δράσεις συνιστούν αθλητισμό και ποια είναι τα όριά του. Στην Αμερικανική βιβλιογραφία ο αθλητισμός συνάπτεται σχεδόν ως έννοια με τις δραστηριότητες που ενέχουν χαρακτηριστικά ανταγωνιστικότητας. Αντίθετα, στην Ευρώπη ο όρος περιλαμβάνει σχεδόν κάθε μορφή φυσικής δραστηριότητας. Φαίνεται, πως στην περίπτωση του αθλητικού τουρισμού και για τον προσδιορισμό του περιεχομένου του, η δεύτερη έννοια έχει μεγαλύτερη και ουσιαστικότερη ισχύ.

Ειδικότερα, θεωρούμε ότι ο όρος αθλητισμός είναι το σύνολο των δραστηριοτήτων που είτε χαρακτηρίζονται, είτε όχι από ανταγωνιστικά στοιχεία, στις οποίες επιδίδονται τα υποκείμενα της τουριστικής πράξης για λόγους αναψυχής, εξάσκησης ή ακόμη και βελτίωσης κάποιων επιδόσεων. Είναι χρήσιμο να λάβουμε υπόψη μας τη διάκριση ανάμεσα στην ενεργητική και στην παθητική συμμετοχή, στη φυσική δηλαδή συμμετοχή του ατόμου σε αθλητικές δραστηριότητες και στην παρακολούθηση κάποιων αθλητικών δραστηριοτήτων.

Έτσι, ο αθλητικός τουρισμός είναι η εναλλακτική μορφή τουρισμού κατά τη διάρκεια της οποίας οι τουρίστες ασκούνται, γυμνάζονται, παίζουν ή αθλούνται και συγκεκριμένα επιδίδονται σε ένα ή περισσότερα αγωνίσματα.



### 3.2.Κατηγοριοποιήσεις Αθλητικού Τουρισμού

Για την καλύτερη μελέτη του φαινομένου έχουν προταθεί κατά καιρούς κάποια μοντέλα που βοηθούν στην κατηγοριοποίηση και συστηματοποίησή του. Οι Gammon and Robinson (1999) διακρίνουν δυο κυρίως άξονες διαχωρισμού της σχέσης αθλητισμού – τουρισμού και τους εκφράζουν με τις έννοιες «αθλητικός τουρισμός» και «τουριστικός αθλητισμός». Παράλληλα δίνουν έναν «στενό» και έναν «ευρύ» ορισμό για κάθε κατηγορία.

Πιο συγκεκριμένα, αθλητικό τουρισμό συνιστούν οι μετακινήσεις ατόμων έξω από το συνηθισμένο τους περιβάλλον και τα οποία συμμετέχουν, με ενεργητικό ή παθητικό τρόπο, σε ανταγωνιστικές ή μη, αθλητικές δραστηριότητες. Το βασικό στοιχείο που διαφοροποιεί αυτό τον τουρισμό από κάποιο άλλο είδος είναι ότι το κίνητρο και ο λόγος της μετακίνησης είναι η αθλητική δραστηριότητα, και ό, τι τελικά περιλαμβάνεται στη συνολική τουριστική εμπειρία παίζει απλά ρόλο υποστηρικτικό.

**A) Στενός ορισμός:** περιλαμβάνει τον αθλητικό τουρίστα που παρακολουθεί ή συμμετέχει ένα ανταγωνιστικό αθλητικό γεγονός, π.χ. Ολυμπιακοί αγώνες, μαραθώνιος Λονδίνου.

**B) Ευρύς ορισμός:** περιλαμβάνει άτομα που ταξιδεύουν για να συμμετέχουν σε δραστηριότητες αθλητικής αναψυχής, π.χ. γκολφ, σκι, περπάτημα.

Αντίθετα, τουριστικό αθλητισμό συνιστούν μετακινήσεις ατόμων, που συμμετέχουν ενεργά ή παθητικά σε κάποια αθλητική διοργάνωση. Το βασικό κίνητρο είναι η μετακίνηση αυτή καθαυτή και η συμμετοχή στην αθλητική δραστηριότητα συγκυριακή δραστηριότητα.

**A) Στενός ορισμός:** περιλαμβάνει ανθρώπους που ταξιδεύουν και ο αθλητισμός λειτουργεί ως δευτερεύον κίνητρο της μετακίνησης.

**B) Ευρύς ορισμός:** περιλαμβάνει άτομα τα οποία συμμετέχουν σε αθλητικές δραστηριότητες σε εντελώς τυχαία ή περιστασιακή βάση κατά τη διάρκεια των διακοπών τους.

Οι Standeven and DeKnop (1999) αποδέχονται το διαχωρισμό των Gammon and Robinson (1999) σε θεωρητικό επίπεδο, κάνουν όμως μία διάκριση του αθλητικού τουρισμού όταν αυτός υλοποιείται σε επαγγελματικό επίπεδο και όταν πραγματοποιείται σε επίπεδο και στα πλαίσια διακοπών. Ακολουθώντας, κατηγοριοποιούν την κάθε μία από τις δύο κατηγορίες σε επιμέρους με κριτήριο τη συμμετοχή ή μη των ατόμων στην αθλητική πράξη, σε ενεργητικό δηλαδή και σε παθητικό. Οι συγγραφείς αυτοί προτείνουν τις παρακάτω κατηγορίες μελέτης:

#### **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.** Η κατηγορία αυτή ταυτίζεται με το προηγούμενο θεωρητικό μοντέλο που αναπτύχθηκε από τους Gammon and Robinson (1999). Περιληπτικά, οι Standeven and De Knop (1999) διαχωρίζουν τις παρακάτω κατηγορίες.

#### **I. Παθητική μορφή**

**Ια. Τυχαίος παρατηρητής.** Τυχαίοι παρατηρητές ορίζονται ως οι θεατές που παρακολουθούν το γεγονός χωρίς να το έχουν προσχεδιάσει.

**Ιβ. Συνειδητοποιημένος παρατηρητής,** ορίζεται ως ο παρατηρητής που σχεδιάζει το ταξίδι του με βάση το αθλητικό γεγονός και που συμμετέχει παθητικά αλλά συμμετέχει σε βάθος.

## II. Ενεργητική μορφή

IIα. Αθλητικές δραστηριότητες διακοπών (οργανωμένες – ατομικές)

IIβ. Διακοπές αθλητικής δραστηριότητας (διακοπές μονής ή πολλαπλής αθλητικής δραστηριότητας)

Ένα άλλο μοντέλο προσέγγισης του φαινομένου του αθλητικού τουρισμού είναι αυτό του Kurtzman (1999), το οποίο κάνει μία σχετική κατηγοριοποίηση, αλλά το πιο ενδιαφέρον και βοηθητικό είναι η παραδειγματική οργάνωσή του. Ο Kurtzman έτσι υιοθετεί μια διαφορετική προσέγγιση του αθλητικού τουρισμού, εξετάζοντάς τον όχι από τη σκοπιά του αθλητικού επισκέπτη, όπως στα δυο προηγούμενα μοντέλα, αλλά από τη σκοπιά του καθαυτού αθλητικού γεγονότος, της εκδήλωσης ή και τρόπου υλοποίησης του αθλητικού τουρισμού. Ο Kurtzman, έτσι, (1999) διακρίνει πέντε κατηγορίες:

1. Γεγονότα – εκδηλώσεις (events) αθλητικού τουρισμού: Ολυμπιακοί αγώνες, τοπικά, περιφερειακά, εθνικά και διεθνή τουρνουά, αθλητικές συναντήσεις, παγκόσμια πρωταθλήματα, φιλικά παιχνίδια, αθλητικά φεστιβάλ.
2. Αθλητικές – τουριστικές ατραξιόν: αθλητικά μουσεία, αθλητικά shows και επιδείξεις, σεμινάρια και συνέδρια.
3. Tours αθλητικού τουρισμού: περπάτημα, σπηλαιολογία, σαφάρι, ποδηλασία, αθλήματα περιπέτειας.
4. Θέρετρα αθλητικού τουρισμού: θέρετρα γκολφ, καταδύσεων, ψαρέματος, φυσικής κατάστασης και ευεξίας, λουτροπόλεις.
5. Κρουαζιέρες αθλητικού τουρισμού: κρουαζιέρες αθλητικών διασημοτήτων, φυσικής κατάστασης και ευεξίας, κρουαζιέρες επισκέψεων σε προορισμούς με αθλητικές εγκαταστάσεις.

### 3.3. Μοντέλα Αθλητικού Τουρισμού

Με κριτήριο λοιπόν, είτε τις προθέσεις των τουριστών, είτε τη δύναμη αξιοποίησή του στο marketing είτε την εκτίμηση και οργάνωση του αθλητικού γεγονότος, έχουμε τρία διαφορετικά μοντέλα αθλητικού τουρισμού. Το πρώτο μοντέλο είναι του Hall (1992), ανάλογα με τα κίνητρα που έχει ο τουρίστας, θέτοντας σαφείς διαχωριστικές γραμμές ανάμεσα στον αθλητικό και σε άλλες εναλλακτικές μορφές τουρισμού, οι οποίες προσιδιάζουν στον πρώτο. Π.χ. όταν η δραστηριότητα είναι ήπια και η συμμετοχή μη ανταγωνιστική, τότε ο αθλητικός τουρισμός τείνει προς τον τουρισμό υγείας. Όταν η δραστηριότητα είναι έντονη και ο ανταγωνισμός υψηλός, ο αθλητικός τουρισμός λαμβάνει την πιο χαρακτηριστική μορφή του, με τη συμμετοχή σε αθλητικές διοργανώσεις κορυφής.

Ένα άλλο μοντέλο (Standeven & Knorr, 1998), αναλύει όλους τους πιθανούς τύπους αθλητικού τουρίστα και τις αντίστοιχες ενδεχόμενες δραστηριότητές του. Το μοντέλο αυτό, όπως είναι λογικό, μπορεί να αξιοποιηθεί σημαντικά για το σχεδιασμό των πολιτικών marketing καθορίζοντας τις ομάδες – στόχους (target group).

Τέλος, το τρίτο μοντέλο του Kurtzmann (1992) περιορίζεται στο ότι μπορεί να προβλέψει την επισκεψιμότητα του προορισμού ενός μεμονωμένου αθλητικού γεγονότος και βάσει της πρόβλεψης να σχεδιαστούν οι διάφορες υπηρεσίες και να ληφθούν τα απαραίτητα μέτρα, ώστε το τελικό τουριστικό προϊόν και η αντίστοιχη τουριστική εμπειρία να κριθεί επιτυχής από τους συμμετέχοντες.

### **3.4. Μορφές Αθλητικού Τουρισμού**

Η Κα Ελένη Γλυνιά (2002), πραγματοποίησε μία σχετική έρευνα και διατύπωσε ορισμένα συμπεράσματα, αναφορικά με τις μορφές αθλητικού τουρισμού που μπορεί να συναντήσει κανείς στην Ελλάδα. Έτσι έχουμε:

A) Τον Προπονητικό τουρισμό και τις επαγγελματικές ομάδες. Αυτή η μορφή τουρισμού αφορά την τουριστική κίνηση που προκύπτει σε έναν τόπο, στον οποίο πρόκειται να διοργανωθεί ένα αθλητικό γεγονός, συνήθως έναν χρόνο πριν την πραγμάτωσή του, προκειμένου να εγκλιματιστεί ή να προετοιμαστεί μία ομάδα, ένας αθλητής, αλλά και όλοι οι συνοδοί στις πραγματικές συνθήκες ανταγωνισμού που θα αντιμετωπίσουν.

B) Παρακολούθηση – θέαση γεγονότων. Φίλαθλοι επισκέπτες που με κεντρικό άξονα την παρακολούθηση του αθλητικού γεγονότος, δημιουργούν τουριστική δραστηριότητα.

Γ) Συμμετοχή σε μεγάλα γεγονότα. Στην κατηγορία αυτή ανήκουν μικρότερης έκτασης αθλητικά γεγονότα, π.χ. οι μαραθώνιοι πόλεων, τα τοπικά αθλητικά τουρνουά, οι πολυήμερες εκδηλώσεις υπαίθριων δραστηριοτήτων, οι δρόμοι προσανατολισμού στα δάση.

Δ) Υπαίθριες δραστηριότητες. Κυρίως αφορά εκδρομείς του σαββατοκύριακου, ανθρώπους της πόλης, που αναζητούν διέξοδο από την καθημερινότητα, επαφή με τη φύση και εξορμούν για πολλαπλά σπορ και πολιτιστικές δραστηριότητες. Συνήθως πηγαίνουν σε προστατευόμενες φυσικές περιοχές για σκι και ορειβασία σε χειμερινά θέρετρα το χειμώνα ή για μπάνιο σε παραθαλάσσια θέρετρα το καλοκαίρι.

E) Αθληση – ψυχαγωγία ξενοδοχείων. Οι μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες, στην προσπάθειά τους να καλύψουν όσο το δυνατόν περισσότερο τις ανάγκες και τις προτιμήσεις των πελατών του, διοργανώνουν συχνά ειδικές αθλητικές

δραστηριότητες. Στην Ελλάδα συνδυάζεται σε μεγάλο ποσοστό με πολιτιστικές, επιμορφωτικές αλλά και περιβαλλοντικές δραστηριότητες.

### **3.5. Ξενοδοχεία και Αθλητικός Τουρισμός**

Στους σύγχρονους ξενοδοχειακού τύπους, οι οποίοι έχουν καθιερωθεί στην τουριστική βιομηχανία με το όνομα «club hotels», οι αθλητικές δραστηριότητες είναι βασική παροχή. Πέρα όμως από τα club hotels, κάθε ξενοδοχείο που έχει επενδύσει στη διαχείριση του ελεύθερου χρόνου των πελατών του και παρέχει τμήματα και υπηρεσίες ψυχαγωγίας διαθέτει ορισμένες εγκαταστάσεις στις οποίες μπορούν να λάβουν χώρα δραστηριότητες που χωρίζονται στις εξής τρεις κατηγορίες:

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

Φυσική δραστηριότητα αποτελεί οποιαδήποτε κίνηση ή δράση που πραγματώνεται από σκελετικούς μύς και που έχει ως αποτέλεσμα την κατανάλωση ενέργειας, σε επίπεδα όμως ανώτερα της δαπανούμενης ενέργειας κατά τη συνθήκη της αδράνειας ή της ξεκούρασης. Η φυσική δραστηριότητα παράγεται κατά τη διάρκεια του ελεύθερου χρόνου και γίνεται στα πλαίσια της ελεύθερης βούλησης του ατόμου και συνιστά επιλογή του.

Από την άλλη, ο όρος αθλητισμός υποδηλώνει μορφή φυσικής δραστηριότητας η οποία όμως ενέχει το στοιχείο του ανταγωνισμού ή συναγωνισμού (Λαλούμης, Δ., 1999, «Ξενοδοχειακή ψυχαγωγία και άθληση», ΤΕΙ Κρήτης ).

Άσκηση είναι η μορφή φυσικής δραστηριότητας που γίνεται επαναλαμβανόμενα και στοχευμένα, θέτει δηλαδή ως στόχο συγκεκριμένα κάθε φορά εξωτερικά αποτελέσματα, π.χ. τη βελτίωση της εμφάνισης, την υγεία, την απόδοση κ.λπ. Στην περιγραφή της άσκησης πρέπει να περιλαμβάνονται: ο τύπος, η διάρκεια, η συχνότητα και η ένταση.

Ποιοι είναι όμως οι ξενοδοχειακοί τύποι που μπορούν να παρέχουν υπηρεσίες φυσικής δραστηριότητας, με τις οποίες κάθε φορά διαβαθμίσεις και διαφοροποιήσεις; Ας τις δούμε πιο αναλυτικά.

➤ Club Hotel – Ξενοδοχεία τύπου Κλαμπ

Τα ξενοδοχεία τύπου κλαμπ έχουν μία εκδοχή η οποία είναι χαρακτηριστική περίπτωση τουριστικού αθλητισμού. Στις περιπτώσεις αυτές βασικό κίνητρο της τουριστικής πράξης είναι η εμπειρία καθαυτή, η αθλητική δραστηριότητα είναι δευτερεύουσα, παράπλευρη και λειτουργεί επικουρικά στην τουριστική εμπειρία. Ξενοδοχεία τύπου κλαμπ είναι τα Club Med, Robinson, Aldiana κ.λ.π.

Πρέπει να διαχωριστεί και να γίνει ωστόσο σαφής η διάκριση ανάμεσα στους τουριστικό αθλητισμό και στον πρωταθλητισμό. Οι αθλητικές δραστηριότητες εντός των κλαμπς δε θα πρέπει να διαθέτουν στοιχεία έντονου ανταγωνισμού σε επίπεδο πρωταθλητισμού, καθώς θα πρέπει να εξασφαλίζουν τη δυνατότητα συμμετοχής στην πλειοψηφία των πελατών. Είναι εκ των ων ουκ άνευ στοιχείο η ύπαρξη του καταλλήλως εξειδικευμένου προσωπικού, αποφοίτων γυμναστικών ακαδημιών, αθλίατροι, φυσικοθεραπευτές κ.τ.ό, ώστε να περιορίζεται κατά το δυνατόν ο κίνδυνος των επισκεπτών και να εξασφαλίζεται στο μέγιστο η ασφάλειά τους. Ο χώρος πρώτων βοηθειών αποτελεί επίσης απαραίτητο στοιχείο (Λαλούμης, Δ., 1999, «Ξενοδοχειακή ψυχαγωγία και άθληση», ΤΕΙ Κρήτης).

➤ Ξενοδοχεία παροχής Υπηρεσιών Υγείας

Βάσει μετρήσεων και ερευνών, στα τελευταία χρόνια το τουριστικό κοινό της χώρας μας έχει αλλάξει χαρακτηριστικά, προθέσεις και προσδοκίες από την τουριστική του εμπειρία. Πολλοί από τους τουρίστες των τελευταίων ετών έχουν ως βασικό τους κίνητρο τη διατήρηση της καλής υγείας και φυσικής ή ψυχικής τους



κατάστασης ή ισορροπίας. Έτσι, οι σύγχρονες ξενοδοχειακές μονάδες και επιχειρήσεις στράφηκαν σαφώς στην κάλυψη και τέτοιου τύπου αναγκών. Αξίζει εδώ να σημειωθεί, πως σύμφωνα με την πυραμίδα αναγκών του Αβραάμ Μάσλοου, οι οποίες διαμορφώνουν το σύνολο των συμπεριφορών και επιλογών μας, η ικανοποίηση της ανάγκης του ανθρώπου για υγεία βρίσκεται στην βάση της πυραμίδας (βλ. το παρακάτω σχήμα). Αξίζει, επίσης, να σημειωθεί πως αντικειμενικός στόχος των ξενοδοχείων αυτών ήταν και παραμένει ο ίδιος μέχρι και σήμερα, η αύξηση του αριθμού των πελατών τους, η αύξηση με άλλα λόγια του κέρδους. Λαμβάνει δηλαδή τον τουρισμό ως επένδυση, ως βιομηχανία. Τόσο ο τουρισμός υγείας όσο και ο αθλητικός τουρισμός λειτουργούν στα περισσότερα ξενοδοχεία της Ελλάδας ως συμπληρωματικά στοιχεία του μαζικού τουρισμού και ποτέ αμιγώς και αυθύπαρκτα ως καθαυτός στόχος.

Χαρακτηριστικό σημερινό παράδειγμα του εν λόγω τουριστικού φαινομένου είναι τα σημερινά κέντρα θαλασσοθεραπείας, αισθητικής και γυμναστήρια που οργανώνουν οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις (Λαλούμης, Δ., 1999, «Ξενοδοχειακή ψυχαγωγία και άθληση», ΤΕΙ Κρήτης).

Όσον αφορά το target group των ξενοδοχείων αυτών, μπορούμε να πούμε πως είναι εξαιρετικά πολυσχιδές και γνωρίζει την εξής κατηγοριοποίηση: Α) αυτοί για τους οποίους αυτούς που το ταξίδι κρίνεται αναγκαίο λόγω προβλημάτων υγείας, Β) αυτοί που ταξιδεύουν για λόγους καλλωπισμού και αισθητικής, Γ) αυτοί που αναζητούν μια νέα εμπειρία (π.χ. κατάδυση) και Δ) αυτοί που η καθημερινή άσκηση έχει καθημερινότητα και νοοτροπία και δεν μπορούν να απομακρυνθούν απ' αυτή ούτε κατά τη διάρκεια των διακοπών τους.



Σχήμα 1. Η Πυραμίδα των Αναγκών του Μάσλοου

➤ Ξενοδοχεία στα οποία οργανώνονται σημαντικές αθλητικές εκδηλώσεις

Ένας άλλος τρόπος λειτουργίας ορισμένων ξενοδοχείων, τα οποία επιδιώκουν να απευθυνθούν σε υποκείμενα του αθλητικού τουρισμού, είναι η οργάνωση της υποδομής τους με τέτοιον τρόπο ώστε να μπορούν να φιλοξενήσουν σημαντικά αθλητικά γεγονότα και εκδηλώσεις και τους συμμετέχοντες σ' αυτά. Ως επί το πλείστον, τα ξενοδοχεία αυτά είναι μεγάλες μονάδες στα αστικά κέντρα με το απαραίτητο και εξειδικευμένο προσωπικό σε όλες τις εκφάνσεις της λειτουργίας τους.

Αξίζει να σημειωθεί πως στόχος μίας τέτοιας ξενοδοχειακής επιχείρησης δεν είναι η φιλοξενία απλώς των συμμετεχόντων αθλητών αλλά και όλων των πιθανών συνοδών ή ανθρώπων που πρόκειται να παρακολουθήσουν το γεγονός, π.χ. προπονητές, χορηγοί, δημοσιογράφοι που θα καλύψουν τα τεκταινόμενα κλπ (Λαλούμης, Δ., 1999, «Ξενοδοχειακή ψυχαγωγία και άθληση», ΤΕΙ Κρήτης).

➤ Ξενοδοχεία άριστης παροχής υπηρεσιών διατροφής και σίτισης

Στον τεράστιο ανταγωνισμό των μεγάλων ξενοδοχειακών μονάδων που φιλοδοξούν να αποτελέσουν κέντρα διοργάνωσης και φιλοξενίας αθλητικών εκδηλώσεων, εισβάλλουν δυναμικά και ξενοδοχεία τα οποία, αν και υπολείπονται

σε παροχές σχετιζόμενες με την αθλητική πράξη καθαυτή, ωστόσο φημίζονται για τις πιστοποιημένες υπηρεσίες σίτισης (HACCP). Αυτό συμβαίνει, καθώς είναι ευρέως γνωστό πως βασική παράμετρος των υψηλών αθλητικών επιδόσεων είναι η καλή διατροφή και άρα κυρίαρχη μέριμνα στην καθημερινότητα ενός αθλητή, πόσο μάλλον κατά τη διάρκεια αγωνιστικής περιόδου (Λαλούμης, Δ., 1999, «Ξενοδοχειακή ψυχαγωγία και άθληση», ΤΕΙ Κρήτης).

Φυσικά, σημαντικές είναι και οι υπηρεσίες διαμονής που μπορεί να προσφέρει ένα ξενοδοχείο, ιδιωτικότητα, ασφάλεια, συχνός καθαρισμός δωματίων κλπ.

### 3.6.Το Ξενοδοχειακό Προσωπικό του Αθλητικού Τουρισμού

Τα ξενοδοχεία, ακόμη και εκείνα που θέτουν σαν βασικό τους στόχο την απόκτηση πελατών στα πλαίσια αθλητικού τουρισμού, δεν διαθέτουν Υπεύθυνο Αθλητικού Τουρισμού. Ορίζεται επικεφαλής συνήθως ένα διοικητικό στέλεχος, το οποίο αφενός ελέγχει τους υπαλλήλους που είναι υπεύθυνοι για τις αθλητικές δραστηριότητες και αφετέρου οργανώνει το πρόγραμμα. Έχει δηλαδή κυρίως διοικητικά καθήκοντα.

Επιπλέον, υπάρχουν φυσικά οι αρμόδιοι υπεύθυνοι των αθλημάτων, οι οποίοι είναι συνήθως απόφοιτοι σχολών φυσικής αγωγής, εσωτερικού ή εξωτερικού και οι animateurs. Σ' αυτούς ανήκουν πιθανώς και οι γυμναστές, οι ηθοποιοί, οι καλλιτέχνες, οι κοινωνικοί λειτουργοί, νηπιαγωγοί που όλοι μαζί αναλαμβάνουν το έργο της ψυχαγωγίας των τουριστών (Λαλούμης, Δ., 1999, «Ξενοδοχειακή ψυχαγωγία και άθληση», ΤΕΙ Κρήτης).

Στη συνέχεια, θα παρακολουθήσουμε την εικόνα και την πορεία του αθλητικού τουρισμού στη χώρα μας.

## **4. ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ**

### **4.1. Γενικά**

Ο αθλητισμός σήμερα ελκύει το ενδιαφέρον σημαντικής μερίδας του πληθυσμού των αναπτυγμένων κοινωνιών. Ανεξάρτητα από τον Τουριστικό Τομέα, είναι φανερό μέσα από τα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας η ολοένα και αυξανόμενη βαρύτητα που δίνεται στην αθλητική πράξη και στην αξία που της αποδίδεται. Έτσι, ο αθλητισμός σήμερα έφτασε να είναι μια σημαντική επιχειρηματική δραστηριότητα γι' αυτό και αποτελεί αντικείμενο μελέτης των επιστημών του μάρκετινγκ και του μάρκετινγκ. Η διοίκηση, η διαχείριση και το μάρκετινγκ του αθλητισμού είναι πια επιστήμες που έχουν εδραιωθεί και αναπτυχθεί, και συνεχίζουν αναμφισβήτητα να εξελίσσονται, όσο του τουριστικό φαινόμενο αναπτύσσεται και διευρύνεται. Τα εν λόγω επιστημονικά πεδία, συνήθως συνεργάζονται με άλλες επιστήμες.

## 4.2. Οι δομές του Αθλητικού Μάρκετινγκ

Παρακάτω παραθέτονται οι στρατηγικές των επτά συστατικών του μείγματος μάρκετινγκ που αποτελούνται από τις τέσσερις παραδοσιακές μεταβλητές του μάρκετινγκ συν τις τρεις παραμέτρους των υπηρεσιών: διαδικασία, άνθρωποι και φυσικά στοιχεία. Αναλυτικότερα:

- Προϊόν – διασφαλίζει ότι τα χαρακτηριστικά του προϊόντος παρέχουν οφέλη στον καταναλωτή (συμπεριλαμβάνει τον προσδιορισμό του πραγματικού προϊόντος).
- Τιμή – διασφαλίζει ότι το προϊόν είναι τιμολογημένο σε ένα επίπεδο που αντικατοπτρίζει την καταναλωτική αξία.
- Τόπος – διανέμει το προϊόν στο σωστό χώρο και τη σωστή στιγμή επιτρέποντας ευκολία πρόσβασης στην αγορά.
- Υλικά στοιχεία - είναι τα ορατά και /ή απτά χαρακτηριστικά του προϊόντος, όπως το σχέδιο, η κατασκευή και γενικά η αισθητική προσέλκυση.
- Διαδικασία – αντιπροσωπεύει τη σύγκλιση των λειτουργιών του μάρκετινγκ και έτσι επηρεάζει τη σε πραγματικό χρόνο παράδοση και την ποιότητα.
- Άνθρωποι – είναι υπεύθυνοι για την παράδοση του γεγονότος και αποτελούν το βασικό παράγοντα διαφοροποίησης της παρεχόμενης ποιότητας κατά τη διαδικασία κατανάλωσης.
- Διαφήμιση – επικοινωνεί την ικανότητα του προϊόντος να ικανοποιήσει τον καταναλωτή του μέσω της διαφήμισης, των προσωπικών πωλήσεων, της προώθησης πωλήσεων, της χορηγίας, των δημοσίων σχέσεων και της προώθησης εγκεκριμένων προϊόντων κατανάλωσης.

Στον αθλητισμό, ο συνδυασμός και η εφαρμογή αυτών των μεταβλητών του μείγματος μάρκετινγκ δεν είναι σταθερές. Η πιο ξεχωριστή διαφοροποίηση από τις

παραδοσιακές τέσσερις παραμέτρους του μάρκετινγκ είναι αφενός η αυξήσή τους σε εφτά και αφετέρου η αξιολογική ανακατάταξή τους.

## **5. Ο ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ**

### **5.1. Εισαγωγή**

Σύμφωνα με τον Δρ. Τερζάκη (2003) στην Ελλάδα υπάρχουν σημαντικές αδυναμίες σε επίπεδο αθλητικών υποδομών αλλά και στο επίπεδο της οργάνωσης μίας στρατηγικής προώθησης του τουριστικού προϊόντος. Παρ' όλα αυτά αλλά ως χώρα διαθέτουμε σημαντικά πλεονεκτήματα, π.χ. το ευνοϊκό κλίμα, ο γεωφυσικός πλούτος, η διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων και άλλα, τα οποία συμβάλουν στο να έχουμε μια έντονη σχετικά ζήτηση στον τομέα του αθλητικού τουρισμού.

### **5.2. Οφέλη που προκύπτουν από τον Αθλητικό Τουρισμό**

Σύμφωνα με τον Τερζάκη (2002) μπορούμε να διατυπώσουμε μία σειρά πλεονεκτημάτων που μπορούν να προκύψουν από προγράμματα Αθλητικού Τουρισμού. Σταχυολογούμε τα σημαντικότερα από αυτά:

- Τα έσοδα από μετακίνηση
- Τα έσοδα από διανομή
- Τα έσοδα από διατροφή
- Τα έσοδα από προπόνηση
- Τα έσοδα από αγορές
- Η διεθνής προβολή
- Η κατανάλωση προϊόντων
- Η παροχή δυνατοτήτων απασχόλησης
- Βοηθά στην οικονομική ανάπτυξη της περιοχής
- Βοηθά στην αύξηση του Τουριστικού Α.Ε.Π
- Βοηθά στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου



Μπορούμε γενικά να ομαδοποιήσουμε τις επιπτώσεις του αθλητικού τουρισμού σε δύο μεγάλες κατηγορίες, τις οικονομικές και τις κοινωνικές και πολιτισμικές. Πιο συγκεκριμένα, όσον αφορά την πρώτη κατηγορία, ο αθλητικός τουρισμός υπολογίζεται ότι καταλαμβάνει ένα μερίδιο της τάξης του 10-20% επί του συνολικού τουριστικού προϊόντος μιας χώρας. Έτσι, συμπεραίνουμε ότι μπορεί να συμβάλει σημαντικά, όχι μόνο στην ανάπτυξη του τουριστικού τομέα, αλλά και στην εθνική οικονομία μίας χώρας. Όσον, αφορά τώρα τη δεύτερη κατηγορία, ο αθλητικός τουρισμός μπορεί να έχει θετικές επιπτώσεις στη ζωή και τον πολιτισμό μίας περιοχής, καθώς μπορεί να αποτελέσει κίνητρο για σημαντικά κατασκευαστικά έργα, όπως π.χ. χάραξη δρόμων, ενδυνάμωση των τοπικών παραδόσεων, ενίσχυση της τοπικής οικονομίας κλπ.

Παρά ωστόσο, τη σημαντικές και αναμφισβήτητες θετικές επιπτώσεις του αθλητικού τουρισμού στις τοπικές κοινωνίες, αλλά και στην εθνική οικονομία, θα πρέπει να επισημανθεί πως εάν ο σχεδιασμός των υποδομών του αθλητικού τουρισμού δε γίνει συστηματικά και με επιστημονική μελέτη υπάρχει κίνδυνος να αποβεί μοιραίος καταρχήν σε επίπεδο φύσης και περιβάλλοντος

### 5.3. Ο Αθλητικός Τουρισμός στη χώρα μας – Δεδομένα και Στατιστικά

Σε πάρα πολλές χώρες, μέχρι και το 25% του συνολικού τουριστικού κέρδους οφείλεται στον Αθλητικό Τουρισμό. Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού, βασικό κομμάτι των οποίων είναι και ο Αθλητικός Τουρισμός, ο οποίος μας ενδιαφέρει εν προκειμένω, αποφέρουν από 35% έως 70% μεγαλύτερο κέρδος. Το σημαντικότερο ωστόσο όφελος ξεπερνά τα όρια του στενού άμεσου και βραχυχρόνιου κέρδους. Δημιουργεί τις προϋποθέσεις διαρκούς τουριστικής παρουσίας και μακροχρόνιας οικονομικής εξέλιξης. Ακουμπά, δηλαδή, περισσότερο στην έννοια της επιχειρηματικής επένδυσης. Ειδικότερα ο αθλητικός τουρισμός είναι μια μορφή επαναλαμβανόμενου ποιοτικού τουρισμού.

Όσον αφορά την Ελλάδα, υπάρχουν οι εν δυνάμει προοπτικές ανάπτυξης ενός πολύπλευρου εναλλακτικού τουριστικού φαινομένου, αρκεί βέβαια να γίνουν οι απαραίτητες επενδύσεις και δαπάνες σε επίπεδο υποδομών. Οι Ολυμπιακοί αγώνες που πραγματοποιήθηκαν στην Ελλάδα το 2004 αποτέλεσαν το έναυσμα για να ενταχθεί γόνιμα η χώρα μας στο διεθνές πεδίο του Αθλητικού Τουρισμού. Τα ακόλουθα χρόνια διοργανώθηκαν ποικίλα αθλητικά γεγονότα όπως τα World Summer Special Olympics του 2011 που διεξήχθησαν στην Αθήνα. Το γεγονός αυτό θα φέρει στην ελληνική πρωτεύουσα 50.000 τουρίστες. Ακολούθησαν πολύ πρόσφατα, στις δύο μεγάλες Θεσσαλικές πόλεις, το Βόλο και τη Λάρισα, οι Μεσογειακοί Αγώνες 2013.

Αθλητικός Τουρισμός δεν είναι φυσικά μόνο φιλοξενία αθλητικών διοργανώσεων. Η έννοια του Αθλητικού Τουρισμού είναι η τουριστική δραστηριότητα ατόμων και γκρουπ με βασικά κίνητρα τη συμμετοχή σε οργανωμένες αθλητικές δραστηριότητες και προπονητικά προγράμματα, την παρακολούθηση αθλητικών αγώνων και την αθλητική αναψυχή (Γκουτζιούπας Γεώργιος, 2006).

Το μοντέλο αθλητικού τουρισμού που ταιριάζει στη χώρα μας είναι το μοντέλο του Καναδά. Σ' αυτό τίθεται σε προτεραιότητα η προαγωγή της υγείας. Από την στιγμή που κατανόησαν οι Καναδοί τα οφέλη του Αθλητικού Τουρισμού γενικότερα, ακολουθούν μια κοινή στρατηγική με μακροχρόνιους στόχους. Προωθείται και καλλιεργείται στους Καναδούς η αντίληψη που θέλει την ανάπτυξη του Αθλητικού Τουρισμού ως βασικής παραμέτρου της βελτίωσης της ατομικής ποιότητας ζωής. Έχει με άλλα λόγια ενσταλλαχθεί στους πολίτες μία συλλογική συνείδηση κατά την οποία η ενασχόληση με τον αθλητισμό και η συνακόλουθη ανάπτυξη του Αθλητικού Τουρισμού προάγει το επίπεδο ζωής των ανθρώπων.

Για να έχουμε ωστόσο μία πιο συγκεκριμένη εικόνα για τον Αθλητικό Τουρισμό, τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του και τα πιθανά οφέλη του, όπως μέχρι τώρα πραγματοποιείται στην Ελλάδα, θα ήταν ασφαλές να μελετήσουμε και να παρουσιάσουμε την έρευνα που πραγματοποιήθηκε το 2007 σε ένα από τα μεγαλύτερα αθλητικά γεγονότα της χώρα, τον Κλασικό Μαραθώνιο Αθηνών. Αξίζει να σημειωθεί ότι από το 2006 και εξής η έρευνα αυτή πραγματοποιείται κάθε χρονιά. Το 2007 λοιπόν, προσήλθαν στην Ελλάδα περίπου 6.000 αθλητικοί τουρίστες από το εξωτερικό, περίπου 1.000 τουρίστες από την υπόλοιπη Ελλάδα, 3.5000 Αθηναίους και 10.000 φιλάθλους που παρακολούθησαν το Μαραθώνιο και υποστήριξαν τους δρομείς (Οι αριθμοί αφορούν τόσο αθλητές όσο και συνοδούς).

Πάμε να δούμε τώρα ποιο είναι το προφίλ των αθλητικών τουριστών; Είναι οι τουρίστες που θέλουμε και ταιριάζουν στο συνολικό προσφερόμενο τουριστικό μας προϊόν;

- Χώρες Προέλευσης: Οι ξένοι δρομείς και συνοδοί προέρχονται κυρίως από USA, CANADA, UK, FRANCE, DENMARK, GERMANY, HOLLAND.

- Ετήσιο Εισόδημα: το 26% του δείγματος έχει 50.000 ευρώ συν, 25% έχει από 30.000 με 50.000 ευρώ, 28% έχει από 15.000 με 30.000 ευρώ, ενώ το 21% έχει εισόδημα κάτω από 15.000 ευρώ.
- Το 60% των ξένων αθλητικών τουριστών επισκέπτεται για πρώτη φορά την Ελλάδα.
- Οι ξένοι αθλητικοί τουρίστες ξοδεύουν κατά μέσο όρο 1200 ευρώ (εκτός των αεροπορικών εξόδων) κατά τη διάρκεια της παραμονής τους στην Αττική, από τα οποία το 20% κατανέμεται στα έξοδα φαγητού και ποτών, το 55% στα έξοδα διαμονής σε ξενοδοχεία, το 15% σε έξοδα για ψώνια, το 5% σε έξοδα μετακινήσεων και το 5% στη διασκέδαση.
- Επέλεξαν τις εξής δραστηριότητες για τον ελεύθερο χρόνο τους: το 50% κάνει ψώνια, το 75% επιλέγει να επισκεφτεί ιστορικά μνημεία και μουσεία, το 45% παρακολουθεί πολιτιστικές εκδηλώσεις, το 20% επιλέγει τη νυχτερινή διασκέδαση της πόλης, το 10% επισκέπτεται συγγενείς και φίλους, το 15% επισκέπτεται τις ολυμπιακές εγκαταστάσεις. Οι αθλητικοί τουρίστες από το εξωτερικό συνηθίζουν να κάνουν 5 διανυκτερεύσεις μέσο όρο, το 85% διαμένει σε ξενοδοχείο, ενώ το 15% φιλοξενείται σε σπίτια συγγενών.
- Το 90% των δρομέων ταξιδεύουν με παρέα και αναλογεί 1,5 περίπου άτομα συνοδοί ανά συμμετέχοντα δρομέα.
- Το 31% συμμετέχει σε 2 και πάνω Μαραθωνίους το χρόνο.
- Το 50% βρήκε πληροφορίες για την εγγραφή του μέσω της επίσημης ιστοσελίδας [www.athensclassicmarathon.gr](http://www.athensclassicmarathon.gr), το 15% μέσω φίλων, το 10% μέσω δρομέων που είχαν πάρει μέρος στο παρελθόν στη διοργάνωση, το 8% μέσω περιοδικών, το 7% μέσω του AIMS CALENDAR, το 5% μέσω άλλων ιστοσελίδων του ίντερνετ και το υπόλοιπο 5% με άλλους τρόπους.
- Τα σημαντικότερα κίνητρα συμμετοχής είναι: το 70% του δείγματος απάντησε ότι η εμπειρία να τρέχεις τον αυθεντικό μαραθώνιο είναι το μεγαλύτερο κίνητρο, για το

50% ήταν ένα όνειρο που πραγματοποιήθηκε, το 40% γιατί μπορεί να συνδυάσει τη συμμετοχή με τις διακοπές τους και γιατί τους βόλευε η ημερομηνία του αγώνα, το 30% γιατί η Ελλάδα είναι ασφαλής προορισμός, το 25% λόγω Ολυμπιακών Αγώνων 2004, το 20% για τη δυσκολία της μαραθώνιας διαδρομής.

#### 5.4. Διεθνής Συνεργασία για την Ανάπτυξη του Αθλητικού Τουρισμού στην Ελλάδα

Η Ερευνητική Μονάδα Ελλάδος Αθλητικού Τουρισμού έχει κύριο σκοπό την ανάπτυξη του Αθλητικού Τουρισμού στο πεδίο ερευνητικής, ακαδημαϊκής, επαγγελματικής και επιχειρηματικής ενασχόλησης. Ενώ, το Ερευνητικό Κέντρο Intelligent Coast είχε ως σκοπό να αναδείξει μια πτυχή του τουριστικού φαινομένου, η οποία εκφράζεται από την οπτική του χώρου και της επίδρασης του τουρισμού στις παράκτιες περιοχές.

Στο πλαίσιο δράσης των δύο Ερευνητικών Κέντρων, ο κ. Δημήτρης Τερζάκης (Επιστημονικός Υπεύθυνος της Ερευνητικής Μονάδος Ελλάδος Αθλητικού Τουρισμού, με έδρα το Τ.Ε.Ι. Κρήτης και το Κ.Τ.Ε. Κρήτης) και ο κ. Νεκτάριος Κεφαλογιάννης (Project Manager του Intelligent Coast, με έδρα την Βαρκελώνη, Ισπανίας) ανακοίνωσαν τη συνεργασία των δύο Ερευνητικών Κέντρων με σκοπό την προβολή του τουρισμού και ειδικά του Αθλητικού Τουρισμού στην Ελλάδα, με στόχο να αναδειχθούν οι προοπτικές ανάπτυξης αυτού του είδους τουρισμού στην Ελλάδα.

## 5.5. Επιλογικά

Κλείνοντας, θα μπορούσαμε να διατυπώσουμε πως ο Αθλητικός Τουρισμός, αν και δεν είναι από τις κατεξοχήν τουριστικές εκφάνσεις της Ελλάδας θα μπορούσε με το κατάλληλο στρατηγικό σχεδιασμό να αποτελέσει κερδοφόρα επιχείρηση. Θα μπορούσαμε χαρακτηριστικά να αναφέρουμε κάποιες πρώτες, αρχικές, βασικές όμως κινήσει που θα πρέπει να πραγματοποιούν. Έτσι, θα ήταν απαραίτητη η καταγραφή όλων των αθλητικών χώρων της Ελλάδας σε ένα εγχειρίδιο, τύπου τουριστικού οδηγού μαζί με όλες τις χρήσιμες πληροφορίες τόσο για τη χώρα. Η δημιουργία του οδηγού αυτού, θα αποτελέσει ένα χρήσιμο εργαλείο προώθησης και θα πρέπει να σταλεί σε ποικίλους φορείς, π.χ. σε ολυμπιακές επιτροπές, διεθνείς ομοσπονδίες και σε όλα τα γραφεία του Ε.Ο.Τ. στο εξωτερικό.

Ένα επιπλέον στοιχείο, το οποίο θα μπορέσει αναμφισβήτητα να προάγει την παρουσία του αθλητικού τουρισμού στη χώρα μας είναι η διοργάνωση αθλητικών εκδηλώσεων διεθνούς βεληνεκούς. Οι διοργανώσεις αυτές πυροδοτούν σημαντική οικονομική δραστηριότητα, κυρίως μέσα από την κίνηση των συμμετεχόντων αθλητών, οπαδών, θεατών κλπ. Παράπλευρο όφελος είναι η προβολής της χώρας και πιθανή ανάδειξη του σε τουριστικό προορισμό, ακόμη και εκτός πλαισίου αθλητικού τουρισμού.

Όσον αφορά τώρα την ακαδημαϊκή υπόσταση του αθλητικού τουρισμού. Αυτή υπάρχει μονάχα στα πλαίσια ενός ευρύτερου κλάδου τουριστικών επαγγελματιών. Η απουσία εξειδίκευσης λοιπόν, στο εν λόγω τουριστικό είδος είναι ίσως μία παράμετρος που θα ήταν ωφέλιμος να ανατραπεί προκειμένου να αρχίζει να καθιερώνεται ο αθλητικός τουρισμός θεσμοθετημένα, αλλά και να σχεδιάζεται επιστημονικά η αντίστοιχη στρατηγική αναβάθμισης τους προϊόντος.

Αξίζει να σημειωθεί πως μια νέα ερευνητική ομάδα με τίτλο «Διεθνές Συμβούλιο Αθλητικού Τουρισμού-Ερευνητική Μονάδα Ελλάδος» δημιουργήθηκε

πρόσφατα στο Α.Τ.Ε.Ι Κρήτης, μετά την επικύρωση της συμφωνίας συνεργασίας-προσχώρησης της μονάδας στο Συμβούλιο. Πρόκειται για την τρίτη ερευνητική μονάδα στον κόσμο (οι άλλες δυο βρίσκονται στον Καναδά και στην Ινδονησία) για το Διεθνές Συμβούλιο Αθλητικού Τουρισμού. Το βήμα αυτό είναι αναμφισβήτητα ενδεικτικό των βημάτων –δειλών έστω- που συντελούνται στο χώρο του Αθλητικού Τουρισμού.

Θα μπορούσε λοιπόν ο Αθλητικός Τουρισμός να αποτελέσει κλάδο του ελληνικού τουρισμού με τις ανάλογες πάντα κινήσεις και στρατηγικές πολιτικές. Ωστόσο, αξίζει να σημειωθεί πως η στροφή προς την ανάπτυξη όχι μόνο του Αθλητικού, αλλά κάθε μορφής εναλλακτικού τουρισμού, προϋποθέτει στροφή σε επίπεδο νοοτροπίας και τουριστικής κουλτούρας. Χρειάζεται να αρχίσει ο ελληνικός τουρισμός να αποδεσμεύεται από τη λογική του εύκολου και γρήγορου κέρδους του μαζικού καλοκαιρινού τουρισμού και να επενδύσει σε άλλες διαδικασίες που απαιτούν σχεδιασμό και μακροπρόθεσμη υλοποίηση.



## **ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

Alexandris & Carroll (1997). An analysis of leisure constraints based on different recreational sport participation levels: results from a study in Greece : England

Burns, Muler, Lynch, Jensen, WTTC. The 2003 Travel & Tourism Economic Research.. The Adelaide Grand Prix: The impact of a special event 1986.

Standeven and Deknop, (1999), *Sport Tourism theory and method*, από ηλεκτρονική ιστοσελίδα <http://informaworld.com>

Gammon and Robinson, (1999), *Sport Tourism: a framework for research*, από ηλεκτρονική ιστοσελίδα <http://scholar.google>.

Ατσαλακης Μιχάλης, (2004), «Αθλητικός Τουρισμός», Σημειώσεις και πληροφορίες που ανακτήθηκαν από ηλεκτρονική ιστοσελίδα <http://eclass.teicrete.gr>

Βενετσανοπούλου, Μ. (2006). Η κρατική συμβολή στον τουρισμό, εναλλακτικές μορφές τουρισμού, ιστορική εξέλιξη – θεσμικό πλαίσιο. Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα.

Γκουτζιούπας Γ. (2006). Αθλητικός Τουρισμός : Αθήνα

Γλύνια Ε., Λύτρας Π., Μάρας Δ., ANIMΑΣΙΟΝ : Ψυχαγωγία και άθληση στον τουρισμό. Interbooks, Αθήνα 2004.

Διεθνές Συμβούλιο Αθλητικού Τουρισμού, Ερευνητική Μονάδα Ελλάδος, από ηλεκτρονική ιστοσελίδα <http://sport-tourism.com>

Ηγουμενάκης Ν., Κραβαρίτης Κ., Λύτρας Π. (1998). Εισαγωγή στο Τουρισμό. Interbooks: Αθήνα.

Καραντζαβέλου Βίκυ, (2004), *Κερδοφόρα επιχείρηση πολλών δις. ο Αθλητικός Τουρισμός*, από ηλεκτρονική ιστοσελίδα <http://traveldailynews.gr>

Κλόκας Νίκος, (2004), *Το παρόν και το μέλλον του Αθλητικού Τουρισμού στην Ελλάδα*, από ηλεκτρονική ιστοσελίδα <http://portal.kathimerini.gr>

Κοκκώσης Χ., Τσάοτας Π., (1999). *Ανάπτυξη και Περιβάλλον στον Τουρισμό*. Εκδόσεις: ΕΑΠ, Πάτρα.

Λύτρας Π., *Η Κοινωνία της Αναψυχής. Ο συγκερασμός τουρισμού και αθλητισμού μπροστά στο 2000*. Interbooks, Αθήνα 1991.

Λύτρας Π., *Η Κοινωνία της Αναψυχής. Η αξιοποίηση του ελεύθερου χρόνου στις διακοπές*. Interbooks, Αθήνα 2002.

Μαμπουρας Α. (2009). *Ο Αθλητικός Τουρισμός στην Ελλάδα και διεθνώς : Ηράκλειο*

Παπατζάνης Γιάννης Χ., (2004), *Αθλητικός Τουρισμός-Εναλλακτική μορφή τουρισμού με ευοίωνες προοπτικές*, από ηλεκτρονική ιστοσελίδα <http://inaep.org>

Πρινιανάκη, Ε. (2006). Τριτοβάθμια Τουριστική Εκπαίδευση στην Ελλάδα και Κοινωνική Αποτελεσματικότητα. Διδακτορική Διατριβή. Πάντειον Πανεπιστήμιο.

Τερζάκης Δημήτριος, (2007), *Αθλητισμός και Περιφέρεια*, Ρέθυμνο Κρήτης, Ελλάδα 27 Ιουλίου 2007.

Τερζάκης Δημήτριος, (2002), *Αθλητικός Τουρισμός μια νέα έννοια-πρόκληση*, ανακτήθηκε στις 20 Νοεμβρίου 2008 από ηλεκτρονική ιστοσελίδα <http://e-telescope.gr>

Τσάρτας, Π. (1996). *Τουρίστες, ταξίδια, τόποι: Κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στον τουρισμό*. Εκδόσεις Εξάντας, Αθήνα.