



**ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΗΤΗΣ**

**ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ Κ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ**

**ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

**Ο ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ  
ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ**

**ΑΝΔΡΕΑΣ Ε. ΧΟΥΡΔΑΚΗΣ**

**ΕΙΣΗΓΗΤΗΣ**

**Δρ. ΜΙΧΑΛΗΣ ΑΤΣΑΛΑΚΗΣ**

**ΗΡΑΚΛΕΙΟ 2013**

## ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Από το 1960 ως σήμερα σημειώθηκαν σημαντικές τάσεις ανάπτυξης στο χώρο του τουρισμού και παράλληλα του αθλητισμού. Οι δυο αυτοί τομείς εξελίχθηκαν στις πιο επικερδείς βιομηχανίες της παγκόσμιας οικονομίας. Περίπου την ίδια χρονική περίοδο και συγκεκριμένα μετά το 1970 άρχισε να γίνεται χρήση του όρου Αθλητικός Τουρισμός με σκοπό να περιγραφεί η ειδική μορφή τουρισμού που συνδυάζει και την αθλητική δραστηριότητα. Στην Ελλάδα όμως, ουσιαστική ανάπτυξη αυτής της μορφής του τουρισμού παρατηρείται τα τελευταία χρόνια, σαν αποτέλεσμα των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004. Ο Αθλητικός Τουρισμός κατάφερε να προσελκύσει σημαντικό αριθμό ενδιαφερομένων αποκτώντας την αντίστοιχη οικονομική, κοινωνική και πολιτιστική σημασία. Στο πλαίσιο αυτό εντάσσεται και η παρούσα εργασία που έχει ως στόχο να παρουσιάσει αυτή τη μορφή τουρισμού, να αναφέρει τις θετικές αλλά και αρνητικές επιπτώσεις σε οικονομικό, κοινωνικό και περιβαλλοντικό επίπεδο καθώς και να προτείνει τρόπους βελτίωσης της ποιότητας του Αθλητικού Τουρισμού.

Ολοκληρώνοντας την παρούσα εργασία, θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά τον επιβλέποντα καθηγητή Δρ. Μιχάλη Ατσαλάκη, για την ανάθεση της εργασίας και την ευκαιρία που μου έδωσε να ασχοληθώ με ένα τόσο ενδιαφέρον και σημαντικό αντικείμενο. Τέλος, ευχαριστώ την οικογένειά μου για την αμέριστη ψυχολογική στήριξη καθόλη τη διάρκεια των σπουδών μου.

Ηράκλειο, 2013

Ανδρέας Ε. Χουρδάκης

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

1	ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟΝ ΑΘΛΗΤΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ .....	4
1.1	ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ .....	4
1.2	ΟΡΙΣΜΟΙ .....	6
1.3	ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΟΡΙΣΜΟΥ .....	7
1.4	ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ .....	8
2	Ο ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΔΙΕΘΝΩΣ .....	10
2.1	ΛΟΓΟΙ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ ΣΤΟΝ ΑΘΛΗΤΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ .....	10
2.2	ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΧΩΡΩΝ ΠΟΥ ΕΠΕΝΔΥΟΥΝ ΣΤΟΝ ΑΘΛΗΤΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ .....	11
2.3	ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΑΘΛΗΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ .....	13
2.3.1	Η ΛΕΥΚΗ ΒΙΒΛΟΣ .....	13
2.3.2	Η ΣΥΝΘΗΚΗ ΤΗΣ ΛΙΣΣΑΒΟΝΑΣ .....	15
2.3.3	ΑΝΑΓΚΗ ΚΑΘΟΡΙΣΜΟΥ ΜΙΑΣ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗΣ ΑΘΛΗΤΙΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ .....	17
3	Ο ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ .....	18
3.1	Η ΕΜΦΑΝΙΣΗ ΤΟΥ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ .....	18
3.2	ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ .....	20
3.3	ΛΟΓΟΙ ΥΠΕΡΟΧΗΣ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ ΕΝΑΝΤΙ ΤΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ .....	22
3.4	ΤΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΑΘΛΗΤΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΪΟΝ .....	24
3.5	ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ .....	29
3.6	ΤΑ ΟΦΕΛΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΩΝ ΟΛΥΜΠΙΑΚΩΝ ΑΓΩΝΩΝ ΣΤΗΝ ΑΘΗΝΑ ..	32
3.7	ΑΘΛΗΣΗ ΚΑΙ ΨΥΧΑΓΩΓΙΑ (ANIMATION) ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ .....	37
3.7.1	ΟΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΣΗΜΑΣΙΑ ANIMATION .....	37
3.7.2	ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ANIMATION .....	38
3.7.3	ΑΠΟΦΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΟΤΙΜΗΣΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ .....	45
3.7.4	ΚΙΝΗΤΡΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ .....	48
3.8	ΟΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΤΟΥ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ .....	50
4	ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ .....	53
4.1	ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ .....	53
4.2	ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ .....	54
5	ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΒΕΛΤΙΩΣΗΣ ΤΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΤΟΥ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ .....	57
6	ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ ΤΟΥ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ .....	60
7	ΕΠΙΛΟΓΟΣ .....	61
8	ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ .....	63

# **1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟΝ ΑΘΛΗΤΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ**

## **1.1 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ**

Το 1970 άρχισε να γίνεται χρήση του όρου Αθλητικός Τουρισμός, με σκοπό να περιγραφεί η ειδική μορφή τουρισμού που συνδύαζε και την αθλητική δραστηριότητα. Ο Αθλητικός Τουρισμός θεωρείται σύγχρονο φαινόμενο σε αντίφαση με τη διαχρονικά στενή σχέση μεταξύ αθλητισμού και τουρισμού.

Ο λόγος είναι ότι ο Αθλητικός Τουρισμός μόλις τα τελευταία χρόνια άρχισε να αντιμετωπίζεται ως διακριτό πεδίο της τουριστικής και της αθλητικής βιομηχανίας, όπως και να απαντάται ως ακαδημαϊκή οντότητα.

Έτσι λοιπόν, συνδυάζοντας δύο από τις πλέον δημοφιλείς δραστηριότητες, ο Αθλητικός Τουρισμός κατάφερε να προσελκύσει σημαντικό αριθμό ενδιαφερομένων, αποκτώντας την αντίστοιχη οικονομική, κοινωνική και πολιτιστική σημασία. Παράλληλα, οι παραγωγοί της τουριστικής βιομηχανίας -οι οποίοι ανέκαθεν αναζητούσαν νέους τομείς επέκτασης των δραστηριοτήτων τους- διέκριναν νωρίς τα οικονομικά οφέλη του Αθλητικού Τουρισμού και προχώρησαν σε σημαντικές επενδύσεις.

Ως συνέπεια ο Αθλητικός Τουρισμός χαρακτηρίζεται από γοργό ρυθμό ανάπτυξης, μεγάλες δυνατότητες εξέλιξης και από το ιδιαίτερο ενδιαφέρον που δημιουργεί σε όλους τους εμπλεκόμενους στο τουριστικό κύκλωμα, παραγωγούς και καταναλωτές.

Στον Ακαδημαϊκό χώρο, οι πρώτες προσπάθειες έγιναν με την μορφή σεμιναρίων, διαλέξεων και μαθημάτων που προσέφεραν εκπαιδευτικά ιδρύματα, κυρίως στις Η.Π.Α. και στον Καναδά. Το 1998 παρουσιάστηκε για πρώτη φορά πρόγραμμα σπουδών Αθλητικού Τουρισμού από το πανεπιστήμιο του Luton στη Μεγάλη Βρετανία, με την καθιέρωση πανεπιστημιακού τίτλου σπουδών.

Στη ραγδαία ανάπτυξη του Αθλητικού Τουρισμού συμβάλλουν κατά τους Gammon & Robinson (1997) οι παρακάτω λόγοι:

- Η δημοτικότητα των εθνικών και διεθνών αθλητικών γεγονότων (πρωταθλημάτων) αυξήθηκε κατακόρυφα.
- Κατανοήθηκε διεθνώς η αξία ενασχόλησης με την αθλητική δραστηριότητα, ως μέσο προαγωγής της υγείας.
- Οι κρατικές αρχές κάθε χώρας αρχίζουν και αντιλαμβάνονται τη σπουδαιότητα του αθλητισμού, ως μέσου σύσφιξης των σχέσεων των λαών και άσκησης εξωτερικής πολιτικής.
- Υπάρχει μεγάλη και καλά οργανωμένη προσφορά αθλητικών εκδηλώσεων παγκοσμίως.
- Οι άνθρωποι που ασχολούνται με τον αθλητισμό είναι πλέον πιο ευέλικτοι στις μετακινήσεις και την επικοινωνία τους εξαιτίας της τεχνολογικής εξέλιξης.

Η ανάγκη για μελέτη, ανάλυση και τεκμηρίωση της απαιτούμενης υποδομής, των επιπτώσεων που έχει σε διάφορους τομείς της ζωής, και των προοπτικών που παρουσιάζει ο Αθλητικός Τουρισμός εκφράζεται μέσα από τις παρακάτω ενέργειες και εκδηλώσεις (Ατσαλάκης, 2004):

1. Τη δημιουργία του Διεθνούς Συμβουλίου Αθλητικού Τουρισμού και της αντίστοιχης Ερευνητικής Μονάδας Ελλάδος (Sports Tourism International Council, Sports Tourism International Council – Research Unit of Greece).
2. Την έκδοση του επιστημονικού περιοδικού Journal of Sports Tourism σε ηλεκτρονική μορφή υπό την εποπτεία του Διεθνούς Συμβουλίου Αθλητικού Τουρισμού.
3. Την έκδοση του πρώτου συγγράμματος που αφορά στον Αθλητικό Τουρισμό από τους Standeven & DeKnop (1999).
4. Την οργάνωση διεθνών συνεδρίων με θέμα τον Αθλητικό Τουρισμό.
5. Τη δημιουργία προπτυχιακών και μεταπτυχιακών προγραμμάτων, μεταξύ άλλων και σε πανεπιστήμια χωρών μελών της Ευρωπαϊκής Κοινότητας.

## 1.2 ΟΡΙΣΜΟΙ

Παρακάτω δίνονται ορισμοί σχετικά με τον αθλητισμό, τον τουρισμό, τον Αθλητικό Τουρισμό και το προφίλ των αθλητικών τουριστών.

**Αθλητισμός** (σύμφωνα με την Ερευνητική Μονάδα Αθλητικού Τουρισμού Ελλάδας, 2000) ορίζεται, το πεδίο των ανταγωνιστικών ή μη δραστηριοτήτων, με τις οποίες ασχολούνται οι άνθρωποι για αναψυχή, προαγωγή υγείας, εξάσκηση, για βελτίωση κάποιων επιδόσεων ή φυσιολογικών τους παραμέτρων. Να προστεθεί η διάκριση ανάμεσα στην ενεργητική και την παθητική συμμετοχή, στη φυσική δηλαδή συμμετοχή του ατόμου σε αθλητικές δραστηριότητες και την παρακολούθηση αθλητικών δραστηριοτήτων.

**Τουρισμός** (σύμφωνα με τους Standeven & De Knop, 1999) ορίζεται η προσωρινή μετακίνηση ανθρώπων πέρα από τον μόνιμο τόπο διαμονής τους, η οποία συνεπάγεται εμπειρίες διαφορετικές από τις καθημερινές.

**Αθλητικός Τουρισμός** (σύμφωνα με τον Γκουτζιούπα, 2006) ορίζεται, η τουριστική δραστηριότητα ατόμων και γκρουπ με βασικά κίνητρα την συμμετοχή σε οργανωμένες αθλητικές δραστηριότητες και προπονητικά προγράμματα, την παρακολούθηση αθλητικών αγώνων και την αθλητική αναψυχή.

**Το προφίλ των Αθλητικών Τουριστών:** (σύμφωνα με τον Τερζάκη, 2004) Πρόκειται για άτομα που ασχολούνται επαγγελματικά ή ερασιτεχνικά με τον αθλητισμό, έχουν ανάγκη ακριβού εξοπλισμού (π.χ. γκολφ, καταδύσεις, ορειβασία, ιστιοπλοΐα, ποδηλασία), παρακολουθούν αθλητικούς αγώνες συστηματικά και τους αρέσουν τα ταξίδια, δίνουν βαρύτητα στην ποιότητα των παρεχομένων υπηρεσιών, προσέχουν την φυσική τους κατάσταση / υγεία / διατροφή. Σύμφωνα με τον Αλεξανδρή (2008), έρευνες δείχνουν ότι οι αθλητικοί τουρίστες έχουν καλή οικονομική κατάσταση, υψηλό επίπεδο εκπαίδευσης και ηλικία 18-44 ετών. Επίσης είναι πρόθυμοι να ταξιδέψουν μακριά για να βρουν αυτό που θέλουν και τείνουν να είναι «αφοσιωμένοι» τουρίστες. Το 1/3 είναι απόφοιτοι πανεπιστημίων και το 23% είναι κάτοχοι μεταπτυχιακών τίτλων.

### **1.3 ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΟΡΙΣΜΟΥ**

Οι διακριτές μορφές του Αθλητικού Τουρισμού κατά τον Γκουτζιούπα (2008) είναι:

#### **1. Τουρισμός Αθλητικών Διοργανώσεων**

Περιλαμβάνει:

1. τους τουρίστες που ταξιδεύουν για να παρακολουθήσουν ως θεατές αθλητικούς αγώνες, με τουλάχιστον μία διανυκτέρευση στον προορισμό διεξαγωγής του αγώνα, συνδυάζοντας χρονικά τις αθλητικές διοργανώσεις με τις διακοπές τους,
2. τις ομάδες / αθλητές, αποστολές, τεχνικούς, δημοσιογράφους, που ταξιδεύουν για να συμμετέχουν σε αθλητικούς αγώνες, μόνο στην περίπτωση που παρατείνουν την διαμονή τους για τουλάχιστον μία διανυκτέρευση - στον προορισμό διεξαγωγής του αγώνα - πέρα από τις καθαρά αθλητικές υποχρεώσεις, καταναλώνοντας τουριστικές υπηρεσίες.

Πρόκειται για την αθλητική τουριστική αγορά που ανθεί περισσότερο στην Ελλάδα.

#### **2. Τουρισμός Αθλητικής Αναψυχής**

Περιλαμβάνει τον τουρίστα που ταξιδεύει για να απολαύσει τις διακοπές του, βελτιώνοντας παράλληλα την φυσική του κατάσταση μέσω:

1. Προγραμμάτων υπαίθριων αθλητικών δραστηριοτήτων, οι οποίες διακρίνονται σε ήπιες όπως ιππασία, running, ιστιοπλοΐα και έντονες δραστηριότητες (lifestyle sports) όπως rafting, ski, ποδηλασία βουνού, scuba diving, αναρρίχηση, windsurfing,
2. Προγραμμάτων αθλητικής αναψυχής από τις ομάδες animation και τους προπονητές/γυμναστές των ξενοδοχείων με ειδική υποδομή (gym, spa, γήπεδα, πισίνες, μαρίνα, κέντρο θαλάσσιων σπορ κ.ά.) ή και σε θεματικά πάρκα και αθλητικές κατασκηνώσεις.

Η διαφορά του αθλητικού τουρίστα με τους υπόλοιπους τουρίστες που διαμένουν στα ίδιου τύπου ξενοδοχεία, είναι η συστηματική, καθημερινή του (και όχι περιστασιακή)

ενασχόληση με τις αθλητικές δραστηριότητες, η χρήση του αθλητικού εξοπλισμού και η κατανάλωση των παρεχόμενων αθλητικών υπηρεσιών.

Ο Τουρισμός Αθλητικής Αναψυχής είναι η δεύτερη σε μέγεθος αγορά στην Ελλάδα και είναι αυτή που αυξάνεται με γοργούς ρυθμούς.

### **3. Προπονητικός Τουρισμός**

Περιλαμβάνει την επαγγελματική και ερασιτεχνική ομάδα ή και αθλητή που ταξιδεύει για να συμμετέχει σε ειδικά προγράμματα προετοιμασίας και αποθεραπείας σε προπονητικά κέντρα, διαμένοντας σε καταλύματα (ενσωματωμένα ή ανεξάρτητα στα προπονητικά κέντρα), εξοπλισμένα με γυμναστήριο, spa, ιατρείο/φυσικοθεραπευτήριο, ειδικά γεύματα και τεχνικό προσωπικό.

Ο Προπονητικός Τουρισμός δεν έχει αναπτυχθεί σημαντικά ακόμη στην Ελλάδα, αν και ικανοποιούνται όλες τις προϋποθέσεις, άρα έχει μεγάλο περιθώριο ανάπτυξης τα επόμενα χρόνια.

## **1.4 ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ**

Το αθλητικό προϊόν είτε προσφέρεται για θέαση είτε για συμμετοχή είναι μια μορφή υπηρεσίας και κατά συνέπεια παρουσιάζει κάποια ιδιαίτερα χαρακτηριστικά (Ατσαλάκης, 2004):

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 (perishability).

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

1. Η ποιότητά του είναι ασταθής, μεταβάλλεται από φορά σε φορά.
2. Το κυρίως προϊόν είναι μόνο ένα μικρό κομμάτι από ένα σύνολο προϊόντων και υπηρεσιών 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 παρατίθενται παρακάτω:

1. Η μορφή του παιχνιδιού αυτή καθαυτή.
2. Το γεγονός και οι σταρς 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.

Ο Γκουτζιούπας (2006) αναφέρει ότι το αθλητικό προϊόν, είτε είναι διοργανώσεις / αγώνες, είτε υπαίθριες δραστηριότητες, είτε εγκαταστάσεις, είτε προπονητικά κέντρα, είτε εξοπλισμένα ξενοδοχεία και πάρκα, άρχισε να συνδέεται και να μετατρέπεται σε τουριστικό προϊόν όταν η ποσότητα των αθλουμένων / συμμετεχόντων / θεατών έγινε τόσο μεγάλη και τόσο συστηματική η μετακίνησή τους, που πλέον οι επαγγελματίες του τουρισμού δεν μπορούσαν να την αγνοούν.

Έτσι, χρειάστηκε να δοθεί σε αυτή τη μορφή τουρισμού μια δική της ταυτότητα και να προωθείται πλέον με συγκεκριμένες τεχνικές μάρκετινγκ, οι οποίες προκαλούν την κατηγοριοποίηση όχι μόνο προσεγγίζοντας το προϊόν αλλά και τον ίδιο τον καταναλωτή.



## **2 Ο ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΔΙΕΘΝΩΣ**

### **2.1 ΛΟΓΟΙ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ ΣΤΟΝ ΑΘΛΗΤΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ**

Ο Αθλητικός Τουρισμός είναι μια κερδοφόρα επιχείρηση πολλών δισεκατομμυρίων δολαρίων, που προσφέρει πολλές ευκαιρίες ανάπτυξης σε όλους ανεξαιρέτως τους παράγοντες που συμμετέχουν στην πραγματοποίηση μεγάλων αθλητικών εκδηλώσεων. Καταλαμβάνει μια κύρια θέση στη στρατηγική των χωρών για την προσέλκυση αθλητικών γεγονότων όπως οι Ολυμπιακοί Αγώνες ή το Παγκόσμιο Κύπελλο Ποδοσφαίρου (Καραντζαβέλου, 2004).

Η Αυστραλία διέθεσε 1,7 δισεκατομμύρια δολάρια της κυβέρνησης για τους Ολυμπιακούς Αγώνες του 2000 και σαν ανταμοιβή κέρδισε για τα επόμενα 10 χρόνια ένα πολύ μεγάλο αριθμό τουριστών, που επισκέφτηκαν τη χώρα. Μάλιστα, η διοργάνωση γεγονότων τέτοιου μεγέθους οδηγεί μια χώρα και σε περαιτέρω βελτιώσεις των υποδομών της, όπως για παράδειγμα του συστήματος μεταφορών και κυρίως των αερομεταφορών, αλλά και τον καθαρισμό της πόλης.

Ο Αθλητικός Τουρισμός παθιάζει και προσελκύει πολύ κόσμο, είναι πολυέξοδος, προσφέρει μοναδικές εμπειρίες όχι μόνο στους θεατές των εκδηλώσεων αλλά και σε όλους τους 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 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. 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 οι επίσημοι υποστηρικτές τους, καθώς τα έσοδα για μία πόλη, που διοργανώνει μια

αθλητική εκδήλωση (ποδοσφαίρου, ράγκμπι, κρίκετ, σκι, κ.ά.) 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.

## **2.2 ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΧΩΡΩΝ ΠΟΥ ΕΠΕΝΔΥΟΥΝ ΣΤΟΝ ΑΘΛΗΤΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ**

Σε διεθνές επίπεδο, πολλές χώρες επενδύουν στον Αθλητικό Τουρισμό. Ορισμένες από αυτές είναι σύμφωνα με τους Αλεξανδρή (2008) και Γκουτζιούπα (2006) οι εξής:

- Το μοντέλο του Καναδά προωθεί ως πρωταρχικό λόγο επένδυσης την προαγωγή της υγείας, δίνοντας παράλληλα κίνητρα στην κοινωνία για ένα πιο ενεργητικό τρόπο ζωής. Από τη στιγμή που οι Καναδοί κατανόησαν τα οφέλη του Αθλητικού Τουρισμού γενικότερα, ακολουθούν μια κοινή στρατηγική με μακροχρόνιους στόχους. Σε αυτό βοηθάει η καλά οργανωμένη δομή του κράτους και της τοπικής αυτοδιοίκησης. Οι Καναδοί διδάσκουν ότι ο μόνος τρόπος για την επιτυχία, είναι ο σωστός τρόπος. Δηλαδή, έχουν περάσει το μήνυμα στους κατοίκους ότι η ανάπτυξη του Αθλητικού Τουρισμού είναι εναρμονισμένη με την ατομική βελτίωση της ποιότητας ζωής, που έχει άμεση ανταπόκριση στην βελτίωση της περιοχής τους. Έτσι, προωθείται συνολικά η αύξηση της ενασχόλησης των κατοίκων με αθλητικές δραστηριότητες και παράλληλα, η ικανοποίησή τους από τη φιλοξενία μεγάλων και μικρότερων αθλητικών διοργανώσεων.
- Στις Η.Π.Α., το άμεσο οικονομικό όφελος των εμπλεκόμενων εταιριών είναι η κύρια αιτία για την προσοχή στον Αθλητικό Τουρισμό. Το οικονομικό σύστημα ανάπτυξης όλης της χώρας προωθεί τον αθλητισμό ως ένα ανταγωνιστικό προϊόν της αγοράς, το οποίο σε συνδυασμό με τον τουρισμό δημιουργούν ένα εκπληκτικό μείγμα. Περισσότερο βάρος δίνουν στον εσωτερικό Αθλητικό Τουρισμό παρά στον εισερχόμενο. Το μέγεθος της αθλητικής τουριστικής βιομηχανία εκτιμάται στα 45 δισεκατομμύρια δολάρια.
- Στην Ισπανία, ο Αθλητικός Τουρισμός προέκυψε από την επιτυχία των Ολυμπιακών Αγώνων το 1992 και συνδέθηκε με την προαποφασισμένη

επιθετική πολιτική ανάπτυξης του τουρισμού. Επιλέχθηκε η μορφοποίηση ολόκληρων προορισμών σε αθλοτουριστικές μονάδες, κατόπιν συναπόφασης και της τοπικής κοινότητας (αφού επενδύθηκαν ποσά στην κατασκευή δημόσιων υποδομών), με αποτέλεσμα την αύξηση των αφίξεων / κερδών και την παγκόσμια κατάταξη της χώρας στις 3 πρώτες θέσεις.

- Η Αυστραλία είχε την ανάγκη τοποθέτησής της στον χάρτη του τουρισμού σε παγκόσμιο επίπεδο και παράλληλα έβαλε το επιχείρημα να μειώσει το μειονέκτημα της μεγάλης απόστασης. Έτσι, επενδύει στον Αθλητικό Τουρισμό σκοπεύοντας στον επαναλαμβανόμενο τουρίστα, κυρίως από την δεξαμενή των χωρών της Κοινοπολιτείας.
- Οι ταχύτατα αναπτυσσόμενες τουριστικά χώρες όπως η Ινδία, η Νότιος Αφρική, η Κίνα, αλλά και άλλες μικρότερες χώρες όπως το Κατάρ, χρησιμοποιούν τον Αθλητικό Τουρισμό για να ενδυναμώσουν την αποτελεσματικότητα της προωθητικής τουριστικής τους καμπάνιας. Επιπλέον, αισθάνονται ότι πρέπει και αυτές να ακολουθήσουν το ρεύμα, τις νέες μορφές τουρισμού, ώστε να αντιμετωπίζονται ως σύγχρονες χώρες.
- Στη Γερμανία καταγράφονται κάθε χρόνο 32 εκατομμύρια ενεργητικές (αθλητικές) διακοπές που αντιστοιχούν στο 55% όλων των τουριστικών ταξιδιών.
- Στην Ολλανδία ο Αθλητικός Τουρισμός αντιστοιχεί στο 52% όλων των τουριστικών ταξιδιών με συνολικά 7 εκατομμύρια τουριστικά ταξίδια.
- Ο Αθλητικός Τουρισμός στη Γαλλία αντιστοιχεί στο 23% όλων των τουριστικών ταξιδιών με 3.5 εκατομμύρια τουριστικά ταξίδια. Είναι χαρακτηριστικό ότι το 14% των τουριστικών γραφείων είναι εξειδικευμένα σε ενεργητικές διακοπές και το 21% των διαφημιστικών φυλλαδίων περιέχουν πληροφορίες για αθλητική συμμετοχή.
- Όσο για τη Μεγάλη Βρετανία, στο 20% των πακέτων διακοπών το ενδιαφέρον για συμμετοχή σε αθλητικές δραστηριότητες είναι πολύ υψηλό. Επιπλέον το 25% των εξόδων των επισκεπτών σχετίζεται με πακέτα στα οποία η αθλητική συμμετοχή παίζει βασικό ρόλο.
- Συνολικά στην Ευρώπη, το 5% όλων των πακέτων για διακοπές αφορούν χειμερινά σπορ, το 1% αφορούν καλοκαιρινά σπορ, το 6% αφορούν αναψυχή

σε βουνά και το 10% αφορούν αναψυχή στην ύπαιθρο. Συνολικά το 26% σχετίζονται με συμμετοχή σε αθλητικές δραστηριότητες.

## **2.3 ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΑΘΛΗΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ**

### **2.3.1 Η ΛΕΥΚΗ ΒΙΒΛΟΣ**

Ο Αθλητικός Τουρισμός μπορεί να θεωρηθεί ως μια κοινωνική και οικονομική δραστηριότητα με σημαντική συμβολή στους στρατηγικούς στόχους της αλληλεγγύης και της ευημερίας της Ευρωπαϊκής Ένωσης (Τερζάκης, 2008). Είναι μια δραστηριότητα η οποία στηρίζεται στους τομείς του τουρισμού, του αθλητισμού και του πολιτισμού.

Ο αθλητισμός έχει βασικά μια κοινωνική διάσταση αλλά συχνά παρουσιάζει και μια οικονομική διάσταση η οποία υπόκειται στο κοινοτικό δίκαιο (π.χ. η πώληση των δικαιωμάτων μεγάλων αθλητικών γεγονότων). Η συνύπαρξη των κοινωνικών και οικονομικών πτυχών του αθλητισμού είναι ένα δύσκολο έργο, αν λάβουμε υπόψη μας ότι ακόμα δεν υπάρχουν οι κατάλληλες ευρωπαϊκές συνθήκες και γενικότερα ότι δεν έχουμε μια ενιαία ευρωπαϊκή πολιτική για τον αθλητισμό. Η προτεινόμενη σήμερα ευρωπαϊκή συνθήκη για τον αθλητισμό στηρίζει, συντονίζει ή συμπληρώνει τις πολιτικές των κρατών της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Η Λευκή Βίβλος για τον αθλητισμό κάνει ένα σημαντικό βήμα για μια ευρωπαϊκή αθλητική πολιτική. Η ανάγκη για μια τέτοια πολιτική δεν προέρχεται μόνο από το βασικό ρόλο που διαδραματίζει ο αθλητισμός στην κοινωνία ως αναπόσπαστο τμήμα της εκπαίδευσης, της υγιούς διαβίωσης, της πολιτιστικής ζωής και της ψυχαγωγίας αλλά από την ανάγκη της προώθησης της κοινωνικής συνοχής και ολοκλήρωσης. Σήμερα το βάρος της ευρωπαϊκής νομοθεσίας στον αθλητικό τομέα περιορίζεται κατά μεγάλο μέρος στα οικονομικά συμφέροντα, στα πλαίσια του ανταγωνισμού και κανόνων των εσωτερικών αγορών των κρατών της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Μια ευρωπαϊκή αθλητική πολιτική πρέπει να λάβει υπόψη της μια ολόκληρη σειρά από πολύτιμες κοινωνικές λειτουργίες οι οποίες εκπληρώνονται από τον αθλητισμό.

Οι δραστηριότητες και οι πολιτικές των κρατών της Ευρωπαϊκής Ένωσης ασκούν επίδραση στην πρακτική και στην οργάνωση του αθλητισμού στην Ευρώπη, ιδιαίτερα στην οικονομική του διάσταση. Ο νόμος του ανταγωνισμού και οι κανόνες των εσωτερικών αγορών των κρατών της Ευρωπαϊκής Ένωσης ισχύουν για τον αθλητισμό μέχρι το σημείο που αποτελεί μια οικονομική δραστηριότητα.

Ένα ευρύ φάσμα ζητημάτων τα οποία αναφέρονται ουσιαστικά στην οργάνωση του αθλητισμού (όπως της σύνθεσης των εθνικών ομάδων, των κανονισμών για την κατάσταση και μεταφορά των φορέων, του doping, των δικαιωμάτων τηλεοπτικών μεταδόσεων των αθλητικών εκδηλώσεων, των κυβερνητικών επιδοτήσεων στον αθλητισμό και των χρηματοδοτήσεων του αθλητισμού) εξαρτάται όλο και περισσότερο από το κοινοτικό δίκαιο. Επομένως, η οργάνωση του αθλητισμού στην Ευρώπη εξαρτάται όλο και περισσότερο από τις αποφάσεις της Ευρωπαϊκής Επιτροπής και από τις αποφάσεις της Ευρωπαϊκής Δικαιοσύνης. Αυτό εισάγει ένα σημαντικό στοιχείο αβεβαιότητας σε κάθε διαδικασία.

Εντούτοις, ο αθλητισμός, λόγω των ουσιαστικών κοινωνικών λειτουργιών που εκπληρώνει, είναι διαφορετικός από πολλές απόψεις από άλλους τομείς. Αναγνωρίζοντας αυτή την ιδιομορφία του οι αρχηγοί των κρατών της Ευρωπαϊκής Ένωσης εστίασαν την προσοχή τους στην εφαρμογή κοινών πολιτικών υιοθετώντας το Δεκέμβριο του 2000 τη Διακήρυξη της Νίκαιας η οποία αναφέρεται στα συγκεκριμένα χαρακτηριστικά του αθλητισμού και της κοινωνικής λειτουργίας του στην Ευρώπη.

Ο χαρακτηρισμός του έτους 2004, ως ευρωπαϊκού έτους εκπαίδευσης μέσω του αθλητισμού έδωσε έμφαση και προώθησε στα κράτη της Ευρωπαϊκής Ένωσης την κοινωνική διάσταση του αθλητισμού παρέχοντας οικονομική βοήθεια σε σχετικά αθλητικά προγράμματα στους τομείς της νεολαίας, της εκπαίδευσης, της επαγγελματικής κατάρτισης και της περιφερειακής πολιτικής.

Η Λευκή Βίβλος για τον αθλητισμό είναι το πρώτο πολιτικό έγγραφο που εγκρίθηκε από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή στον τομέα του αθλητισμού και έχει ως στόχο να καθορίσει το ρόλο του αθλητισμού στην ευρωπαϊκή κοινωνία, να περιγράψει τις αλληλεπιδράσεις του στις πολιτικές της Ευρωπαϊκής Ένωσης και να προτείνει στρατηγικές κατευθύνσεις για το μέλλον.

Η Λευκή Βίβλος δεν επιλύει όλα τα ζητήματα που συνδέονται με την οργάνωση του αθλητισμού στην Ευρώπη και τη σχέση του με τις πολιτικές των κρατών της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Δεν ικανοποιεί όλες τις προσδοκίες του αθλητικού τομέα, ιδιαίτερα όσον αφορά στην καθιέρωση ενός ρυθμιστικού πλαισίου για τον αθλητισμό στην Ευρώπη. Εντούτοις, είναι ένα σημαντικό βήμα προς τη σωστή κατεύθυνση και περιέχει πολλές θετικές πτυχές:

- Ο αθλητισμός υποστηρίζεται από ένα ευρύ φάσμα κοινοτικών προγραμμάτων και δημιουργεί νέες ευκαιρίες χρηματοδότησης επενδύσεων στον τομέα του αθλητισμού και των αθλητικών δραστηριοτήτων (π.χ. Αθλητικός Τουρισμός)
- Προετοιμάζει το έδαφος για τη χάραξη πολιτικής στην Ευρωπαϊκή Ένωση για την αθλητική μετακίνηση με την ενθάρρυνση ή την ενίσχυση του διαλόγου μεταξύ των τομεακών αντιπροσώπων και των δημόσιων αρχών, μέσω ποικίλων μορφών και δικτύων (π.χ. δίκτυα Αθλητικού Τουρισμού).
- Υπογραμμίζοντας την ιδιομορφία του αθλητισμού καθώς επίσης και την ευεργετική επιρροή του στην υγεία, στην εκπαίδευση, στο κοινωνικό περιβάλλον, στον εθελοντισμό κλπ., η Λευκή Βίβλος προχωρεί αρκετά προς την αναγνώριση των κοινωνικών πτυχών του αθλητισμού.

### **2.3.2 Η ΣΥΝΘΗΚΗ ΤΗΣ ΛΙΣΣΑΒΟΝΑΣ**

Όπως περιγράφει ο Τερζάκης (2008), στη διακυβερνητική διάσκεψη που διοργανώθηκε στη Λισσαβόνα το 2007, οι αρχηγοί κρατών της Ευρωπαϊκής Ένωσης ενέκριναν μια Συνθήκη μεταρρύθμισης που παρέχει στον αθλητισμό μια νομική βάση. Η Ευρωπαϊκή Ένωση θα είναι πλέον ικανή να αναλάβει την πρωτοβουλία για να υποστηρίξει μια συντεταγμένη δράση ή να συμπληρώσει τις μεμονωμένες πολιτικές των κρατών της Ευρωπαϊκής Ένωσης στο τομέα του αθλητισμού.

Η ένταξη του αθλητισμού στη νέα ευρωπαϊκή Συνθήκη σημαίνει ότι μια συγκεκριμένη δημοσιονομική γραμμή θα δοθεί στον αθλητικό τομέα όπως έχει ήδη γίνει στους τομείς της εκπαίδευσης και του πολιτισμού (π.χ. το πρόγραμμα «δια βίου μάθησης» και το πρόγραμμα «πολιτισμός»). Ένα «αθλητικό πρόγραμμα» θα παρείχε οικονομική ενίσχυση για οργανωτικές δραστηριότητες στον αθλητικό κόσμο (π.χ. για

να τους βοηθήσει να οργανώσουν ή και να ανταλλάξουν πληροφορίες ευρωπαϊκού επιπέδου και καλές πρακτικές) καθώς επίσης και για αθλητικές δραστηριότητες που στοχεύουν, σύμφωνα με τους στόχους της Λευκής Βίβλου, στη προώθηση του εθελοντισμού, στη μάχη κατά του ρατσισμού, της ξενοφοβίας και των ναρκωτικών, στη βελτίωση της δημόσιας υγείας, στην ενίσχυση του ρόλου του αθλητισμού στην εκπαίδευση και κατάρτιση, στον κοινωνικό αποκλεισμό, κλπ.

Το άρθρο 149 της Συνθήκης της Λισσαβόνας δηλώνει ότι «η Ευρωπαϊκή Ένωση θα συμβάλει στην προώθηση των ευρωπαϊκών αθλητικών ζητημάτων, λαμβάνοντας υπόψη τη συγκεκριμένη φύση του αθλητισμού, τις δομές του με βάση την εθελοντική δραστηριότητα και την κοινωνική και εκπαιδευτική του λειτουργία». Η ύπαρξη μιας νομικής βάσης θα βοηθήσει να αναπτυχθεί πλήρως μια ευρωπαϊκή αθλητική πολιτική έναντι των κανόνων των εσωτερικών αγορών των κρατών της Ευρωπαϊκής Ένωσης και του ανταγωνισμού.

Ο αθλητισμός επομένως θα παρουσιαστεί μέσα στις δράσεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης παράλληλα με τη δημόσια υγεία, την εκπαίδευση, τη βιομηχανία και τον πολιτισμό.

Οι τομείς του αθλητισμού και του πολιτισμού έχουν πολλά κοινά σημεία:

- Και οι δύο αναγνωρίζονται ως διαφορετικοί από άλλους τομείς. Στην πραγματικότητα οι κεντρικές έννοιες, αυτή της «πολιτιστικής εξαίρεσης» και αυτή της «αθλητικής ιδιομορφίας» που τις χαρακτηρίζουν, είναι παράλληλες έναντι των άλλων.
- Και οι δύο έχουν ιδιαίτερη οικονομική σημασία: μια μελέτη που έγινε για την Ευρωπαϊκή Επιτροπή (τον Νοέμβριο του 2006) αναφέρει ότι ο πολιτιστικός τομέας συμβάλει με το 2.6% στο Α.Ε.Π. της Ευρωπαϊκής Ένωσης και σύμφωνα με τη Λευκή Βίβλο ο αθλητισμός συμβάλει με το 3.7% στο Α.Ε.Π. της Ευρωπαϊκής Ένωσης, αλλά η πραγματική συμβολή του αθλητισμού στην ευρωπαϊκή οικονομία δεν έχει ακόμα μετρηθεί.
- Οι τομείς του πολιτισμού και αθλητισμού αντιμετωπίζουν κοινά ζητήματα σχετικά με τα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας συμπεριλαμβανομένων των δράσεων για την προστασία των δικαιωμάτων και των αγώνων ενάντια στην πειρατεία



- Ο πολιτισμός και ο αθλητισμός είναι αναπόσπαστο μέρος των ανθρώπων. Καθημερινά ο κόσμος συμμετέχει ενεργά και στις δύο αυτές δραστηριότητες και ουσιαστικά καθεμία περιλαμβάνεται ή έχει ενδιαφέρον και για την άλλη. Ο πολιτισμός και ο αθλητισμός είναι ιδανικά εργαλεία για την προώθηση του διαλόγου και της ολοκλήρωσης και μπορούν να παίξουν έναν αποφασιστικό ρόλο στην οικοδόμηση μιας ευρωπαϊκής ταυτότητας και να φέρουν την Ευρωπαϊκή Ένωση και τα όργανά της πιο κοντά στους πολίτες.

Η νέα ευρωπαϊκή Συνθήκη τοποθετεί ισότιμα και τους δύο τομείς για τη χάραξη μιας ευρωπαϊκής πολιτικής. Είναι η πρώτη φορά που ο αθλητισμός συμπεριλαμβάνεται σε μια ευρωπαϊκή Συνθήκη, ενώ ο πολιτισμός έχει ήδη συμπεριληφθεί στις δράσεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης από τη Συνθήκη του Μάαστριχτ.

Λαμβάνοντας υπόψη τις βασικές ομοιότητες μεταξύ του αθλητισμού και του πολιτισμού και την εμπειρία που αποκτήθηκε ήδη στον τομέα του πολιτισμού, μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε μερικές πτυχές της ευρωπαϊκής πολιτιστικής πολιτικής ως πρότυπο για να αναπτύξουμε μια ευρωπαϊκή αθλητική πολιτική.

### **2.3.3 ΑΝΑΓΚΗ ΚΑΘΟΡΙΣΜΟΥ ΜΙΑΣ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗΣ ΑΘΛΗΤΙΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ**

Η αλληλεπίδραση μεταξύ του κόσμου του αθλητισμού και της Ευρωπαϊκής Ένωσης έχει ενταθεί σταθερά τα τελευταία χρόνια από τον αυξανόμενο αριθμό των αποφάσεων της Ευρωπαϊκής Δικαιοσύνης και των αποφάσεων της Ευρωπαϊκής Επιτροπής που ασκούν επίδραση στον αθλητισμό (Τερζάκης, 2008). Υπάρχει ένα αυξανόμενο ενδιαφέρον για τα αθλητικά ζητήματα εκ μέρους των ευρωπαϊκών οργάνων και συγχρόνως η αθλητική μετακίνηση έχει μεγαλύτερες απαιτήσεις από την Ευρωπαϊκή Ένωση.

Οι πρόσφατες και αναμενόμενες εξελίξεις κατευθύνονται προς την ενίσχυση των ευρωπαϊκών πολιτικών στον τομέα του αθλητισμού και κατά συνέπεια του Αθλητικού Τουρισμού. Η μελλοντική πορεία της οργάνωσης του αθλητισμού στην Ευρώπη σχεδιάζεται σήμερα.



### **3 Ο ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ**

#### **3.1 Η ΕΜΦΑΝΙΣΗ ΤΟΥ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ**

Ο Αθλητικός Τουρισμός στην Ελλάδα στην ουσία πήρε υπόσταση με τη διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004 (Γκουτζιούπας, 2006). Πριν τους Αγώνες, στη χώρα μας δεν είχαν διαμορφωθεί οι κατάλληλες συνθήκες και δεν είχαν εκπληρωθεί οι βασικές προϋποθέσεις, όπως οι σύγχρονες αθλητικές υποδομές και η ανάλογη διαφήμιση.

Η επιτυχία των Αγώνων δημιούργησε τη δυναμική για ανάπτυξη του Αθλητικού Τουρισμού, έδωσε κίνητρο σε επαγγελματίες του τουρισμού να συνδέσουν τις υπηρεσίες τους με αθλητικές δραστηριότητες, κινητοποίησε το Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης στην κατεύθυνση υποστήριξης των περισσότερων αθλητικών διοργανώσεων και ειδικότερα εκείνων που έχουν διεθνή χαρακτήρα. Έτσι, μέσα σε σύντομο χρονικό διάστημα η Ελλάδα καταφέρνει να διεισδύσει στον παγκόσμιο χάρτη του Αθλητικού Τουρισμού.

Αν και ακόμα η Ελλάδα δεν έχει δώσει -με όρους μάρκετινγκ- ταυτότητα στο προϊόν στη διεθνή αγορά, η ζήτηση υπάρχει και είναι προς όφελός μας να συντονιστούν άμεσα όλοι οι εμπλεκόμενοι, να οριστούν προδιαγραφές υπηρεσιών και προϊόντων, να ικανοποιηθούν συνολικά οι προϋποθέσεις ανάπτυξης και να σχεδιαστεί μια στρατηγική στόχων και προτεραιοτήτων, κοινά αποδεκτή.

Στην Ελλάδα ο Αθλητικός Τουρισμός δεν υφίσταται ως θεσμοθετημένο γνωστικό αντικείμενο, έτσι δεν υπάρχουν σπουδές Αθλητικού Τουρισμού. Τη μεταολυμπιακή χρονιά όμως, άρχισε να γίνεται εμφανής η τάση για ζήτηση του αντικειμένου και βλέπουμε πλέον να υπάρχει ως κατεύθυνση «Φυσική Δραστηριότητα και Αθλητική

Αναψυχή» του μεταπτυχιακού προγράμματος «Άσκηση και Ποιότητα Ζωής» στο Τ.Ε.Φ.Α.Α. Κομοτηνής, ως μάθημα επιλογής στα Τ.Ε.Φ.Α.Α. και στο Πανεπιστήμιο Πελοποννήσου, με τίτλους όπως αθλητική διοίκηση, αναψυχή και ελεύθερος χρόνος. Σχετικά μαθήματα παραδίδονται και σε άλλα εκπαιδευτικά ιδρύματα, όπως το Πανεπιστήμιο Αιγαίου, Τ.Ε.Ι. τουριστικών επιχειρήσεων και ιδιωτικές τουριστικές σχολές. Βιβλία σχετικά με το αντικείμενο έχουν γράψει οι Σφακιανάκης Μ. «Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού» και ο Λύτρας Π. «Κοινωνία της Αναψυχής». Αξιόλογο είναι το περιοδικό «Εναλλακτικός Τουρισμός» και άλλα που απευθύνονται στους ενεργητικούς τουρίστες.

Στο Α.Τ.Ε.Ι. Κρήτης έχει δημιουργηθεί μια ερευνητική μονάδα με τον τίτλο Ερευνητική Μονάδα Ελλάδος του Διεθνούς Συμβουλίου Αθλητικού Τουρισμού (S.T.I.C.). Υπάρχει επικυρωμένη συμφωνία συνεργασίας - προσχώρησης της Ερευνητικής Μονάδας Ελλάδος στο Διεθνές Συμβούλιο Αθλητικού Τουρισμού. Έτσι λοιπόν η Ερευνητική Μονάδα Ελλάδος είναι η τρίτη Ερευνητική Μονάδα στον κόσμο για το Διεθνές Συμβούλιο Αθλητικού Τουρισμού.

Ο κύριος σκοπός της είναι η ανάπτυξη του Αθλητικού Τουρισμού ως πεδίο ερευνητικής, ακαδημαϊκής, επαγγελματικής και επιχειρηματικής ενασχόλησης. Επιμέρους στόχοι σύμφωνα με το Διεθνές Συμβούλιο 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 και 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 του ερευνητικές μονάδες.

Ο πυρήνας της Ερευνητικής Μονάδας Ελλάδος του Διεθνούς Συμβουλίου Αθλητικού Τουρισμού αποτελείται από 11 άτομα, τα οποία έχουν αξιολογηθεί από το Διεθνές Συμβούλιο Αθλητικού Τουρισμού και ως υπεύθυνος της Ερευνητικής Μονάδας Ελλάδος έχει ορισθεί ο Καθηγητής του Α.Τ.Ε.Ι. Κρήτης Δρ. Δημήτρης Τερζάκης.

### **3.2 ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

Σύμφωνα με τον Γκουτζίουπα (2006), ιδιαίτερη προσοχή θα πρέπει να δοθεί στην ανάπτυξη του Αθλητικού Τουρισμού διότι:

1. Οι επιχειρήσεις παροχής αθλητικών υπηρεσιών και εναλλακτικών δραστηριοτήτων πρέπει να προσέχουν το επίπεδο της ποιότητας υπηρεσιών (π.χ. μόνο διπλωματούχοι γυμναστές) και την τιμολογιακή πολιτική, γιατί η σύγκριση με τους ανταγωνιστές (στην Ελλάδα και στο εξωτερικό) δεν θα τους δώσει δεύτερη ευκαιρία. Άρα πρέπει οι ίδιοι οι επιχειρηματίες να κάνουν συνεχή έρευνα αγοράς του ανταγωνισμού. Τα ίδια ισχύουν, για όσους διαχειρίζονται αθλητικές εγκαταστάσεις, για τα ξενοδοχεία και για τα ταξιδιωτικά γραφεία.
2. Ο Αθλητικός Τουρισμός είναι ένα προϊόν που είναι επακόλουθο του τουριστικού και του αθλητικού προϊόντος, τα οποία είναι τα πιο δημοφιλή αγαθά / δραστηριότητες παγκοσμίως και αποτελούν βασικές ανάγκες του κάθε ανθρώπου (όλοι έχουν το δικαίωμα στο δημιουργικό ελεύθερο χρόνο, στην ψυχαγωγία και τον αθλητισμό).
3. Ας συνυπολογίσουμε ότι ο καταναλωτής του αθλητικού τουριστικού προϊόντος κρίνει συνολικά την εμπειρία του, δηλαδή μετράει το ίδιο αν η ρακέτα που του δόθηκε για να παίξει τένις δεν είχε κάποιο πρόβλημα και το ίδιο το αν έφαγε ποιοτικό γεύμα.
4. Το αθλητικό προϊόν είναι μια ζωντανή διαδικασία που επηρεάζεται από τις καιρικές συνθήκες, έως και την ψυχολογική κατάσταση του καταναλωτή. Άρα, όσοι εμπλέκονται στην παραγωγή του αθλητικού τουριστικού προϊόντος πρέπει να κατανοήσουν ότι θα έχουν να αντιμετωπίσουν υψηλά ρίσκα και

δυσκολίες, αλλά συνάμα έχουν να αποκομίσουν υψηλά κέρδη, εάν πετύχουν την ικανοποίηση του πελάτη.

Οι προϋποθέσεις για την ανάπτυξη του Αθλητικού Τουρισμού στην Ελλάδα είναι:

- Η συνεργασία μεταξύ: των επιτροπών τουρισμού και αθλητισμού της Τοπικής Αυτοδιοίκησης, του Υπουργείου Τουριστικής Ανάπτυξης, του Υπουργείου Πολιτισμού (Γ. Γραμματεία Ολυμπιακής Αξιοποίησης, Γ. Γραμματεία Αθλητισμού), του Υπ. Παιδείας, των αθλητικών φορέων & εγκαταστάσεων, των διοργανωτών αγώνων, των εταιριών παροχής αθλητικών υπηρεσιών και εξοπλισμού, των ξενοδοχειακών και τουριστικών επιχειρήσεων, της τοπικής κοινωνίας υποδοχής κάθε τουριστικού προορισμού και των εταιριών του. Η διαμόρφωση του κατάλληλου νομοθετικού πλαισίου, η θέσπιση προδιαγραφών λειτουργίας επιχειρήσεων Αθλητικού Τουρισμού, η κατοχύρωση των νέων επαγγελματιών.
- Η κατάλληλη επαγγελματική και ακαδημαϊκή εκπαίδευση, ώστε να οριοθετηθεί το γνωστικό αντικείμενο και παράλληλα να δημιουργούνται ικανά και εξειδικευμένα στελέχη υποστήριξης των υπηρεσιών του Αθλητικού Τουρισμού.
- Βασική κατεύθυνση είναι η δημιουργία ενός μίγματος χρήσεων για τις διάφορες αθλητικές εγκαταστάσεις με αθλητικό, πολιτιστικό, εμπορικό και ψυχαγωγικό περιεχόμενο. Αυτή είναι μια φιλοσοφία που ακολουθεί τη διεθνή πρακτική, την είδαμε στο Salt Lake City, στο Σίδνεϋ και στη Βαρκελώνη. Διοργάνωση Διεθνών και Εθνικών Αθλητικών - Επαγγελματικών - Πολιτιστικών Εκδηλώσεων, Αγώνων, Γιορτών, Φεστιβάλ, Συνεδρίων και Εκθέσεων, παρέχοντας ποιοτικές υπηρεσίες στους συμμετέχοντες και θεατές με σκοπό την ικανοποίησή τους ώστε να βελτιωθεί το βιοτικό επίπεδο της κοινωνίας υποδοχής.
- Διευρυμένη και υψηλής ποιότητας υποδομή σε διάφορους τομείς υποστήριξης, οι οποίοι είναι το προστατευμένο φυσικό περιβάλλον, οι υπηρεσίες επικοινωνίας, η διασκέδαση, οι μεταφορές, το τεχνητό περιβάλλον, η διαμονή, η ασφάλεια και οι κατασκευαστικές διευκολύνσεις.

### 3.3 ΛΟΓΟΙ ΥΠΕΡΟΧΗΣ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ ΕΝΑΝΤΙ ΤΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

Ο Γκουτζιούπας (2006) επισημαίνει τους λόγους για τους οποίους η Ελλάδα υπερτερεί τουριστικά έναντι των ανταγωνιστών της, οι οποίοι είναι:

- Η αθλητική παιδεία και αγάπη των Ελλήνων για τον αθλητισμό. Στη χώρα μας γεννήθηκαν οι Ολυμπιακοί Αγώνες και είχαν κυρίαρχο νόημα. Όταν διεξάγονταν οι Αγώνες, όλες οι συμμετέχουσες χώρες τηρούσαν την εκεχειρία. Η αθλητική μας παράδοση, αποτελεί συγχρόνως τη βάση της παγκόσμιας αθλητικής ιστορίας. Η αυθεντικότητα της καταγωγής των Ολυμπιακών Αγώνων, οι ιστορικές εγκαταστάσεις / μνημεία, οι αρχές που πρεσβεύει η φιλοσοφία των Ολυμπιακών Αγώνων γοητεύουν την πλειοψηφία των φίλων του αθλητισμού παγκοσμίως. Είναι σωστό να προβάλλουμε πιο έντονα τα αυθεντικά στοιχεία που κατέχουμε.
- Η επιτυχημένη διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004, όπως και προηγούμενων αθλητικών διοργανώσεων, μας προσδίδει διεθνές κύρος και σεβασμό. Η κληρονομιά των Αγώνων είναι σημαντική, έχουμε σύγχρονες και διεθνώς αναγνωρίσιμες εγκαταστάσεις. Έχουμε διαφημιστεί έντονα από τα ΜΜΕ παγκοσμίως ως τουριστικός προορισμός σε συνδυασμό με τους Αγώνες. Όλοι αναγνωρίζουν την ικανότητα του ανθρώπινου δυναμικού μας.
- Η πλούσια πολιτισμική κληρονομιά και ιστορία μας δίνει την δυνατότητα να εμπλουτίσουμε ποιοτικά το προϊόν μας. Επιπλέον, η αφθονία σε καλλιτέχνες και δρώμενα πολιτισμού μας επιτρέπει να συνδιοργανώνουμε εκδηλώσεις ψυχαγωγίας, παράλληλα με τις αθλητικές διοργανώσεις που φιλοξενούμε.
- Τα 14.000 χιλιόμετρα της ακτογραμμής μας καθώς και τα 3.000 νησιά, αποτελούν λόγους ανάπτυξης των θαλάσσιων αθλημάτων. Το εύκρατο κλίμα και τα χαμηλά επίπεδα υγρασίας και βροχόπτωσης, καθιστούν την Ελλάδα ιδανική για την εξάσκηση όλων των αθλημάτων. Η ηπειρωτική χώρα έχει πανέμορφους ορεινούς όγκους, που είναι κατάλληλοι για χειμερινά αθλήματα και δραστηριότητες στην φύση.
- Στην εσωτερική αγορά, η λειτουργία αυτόνομων αθλητικών τηλεοπτικών καναλιών, πολλών αθλητικών ραδιοφωνικών σταθμών, εφημερίδων, περιοδικών και όλα τα παραπάνω με υψηλή τηλεθέαση / ακροαματικότητα /

πωλήσεις, σημαίνει ότι η αγορά λειτουργεί και δείχνει σημάδια ανόδου. Τα ΜΜΕ παίζουν βασικό ρόλο για κάθε χώρα που επιθυμεί να θεωρείται διεθνής προορισμός Αθλητικού Τουρισμού και επιπλέον φέρνουν πιο κοντά τους χορηγούς / εταιρίες και τους διεθνείς οργανισμούς αθλητικών θεσμών.

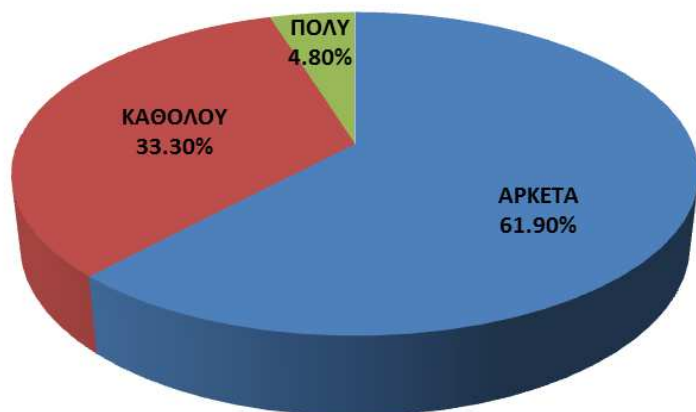
- Η ένταξη της χώρας μας στην Ευρωπαϊκή Ένωση δίνει την δυνατότητα στους Ευρωπαίους να μας επισκέπτονται χρησιμοποιώντας μόνο την ταυτότητά τους. Αυτό το δεδομένο εκτός των άλλων, ενισχύει την εύκολη μετακίνηση θεατών για μεγάλες διοργανώσεις, σε μαζική μορφή.
- Σύμφωνα με έρευνες, πάνω από το 50% των τουριστών μας επιθυμούν να επαναλάβουν το ταξίδι άμεσα, γιατί είναι ικανοποιημένοι από την τουριστική εμπειρία τους. Επιπλέον, γνωρίζουμε ότι μεγάλο ποσοστό Ευρωπαίων δεν έχει επισκεφτεί ούτε μια φορά την χώρα μας. Στην Γαλλία και την Ισπανία πρώτος δυνητικός προορισμός είναι η Ελλάδα. Είναι πολύ πιθανό εάν τους δοθούν κίνητρα, όπως πακέτα Αθλητικού Τουρισμού, να επισπεύσουν το ταξίδι τους, γιατί την απόφαση την έχουν ήδη λάβει.
- Η έντονη υποστήριξη του Υπουργείου Τουριστικής Ανάπτυξης σε αθλητικές διοργανώσεις, περνάει το μήνυμα τόσο στο εσωτερικό όσο και στο εξωτερικό. Αυτό συμβαίνει σε λίγες χώρες παγκοσμίως και η σύγκριση μας ευνοεί.
- Η Ελλάδα είναι το σταυροδρόμι ανάμεσα στη Δύση και την Ανατολή και πολιτισμικά και γεωγραφικά. Επίσης, η Ελλάδα έχει θετική αντιμετώπιση από την μεγάλη πλειοψηφία των δημοκρατικών χωρών, παγκοσμίως.

Σύμφωνα με έρευνα για τον Αθλητικό Τουρισμό της Ελλάδας που πραγματοποιήθηκε με δείγμα από τα διεθνή Πρακτορεία Αθλητικού Ταξιδιού, οι παράμετροι για να είναι μια χώρα ανταγωνιστική στον Αθλητικό Τουρισμό καθώς και ο βαθμός ανταγωνιστικότητας της Ελλάδας φαίνονται παρακάτω.

<i>[ΕΩΣ 3 ΑΥΘΟΡΜΗΤΕΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ]</i>	<b>%</b>
ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΕΣ ΤΙΜΕΣ	67
ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ ΔΙΕΘΝΩΝ ΑΘΛΗΤΙΚΩΝ ΓΕΓΟΝΟΤΩΝ	29
ΚΑΛΕΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ	19
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ	19
ΣΥΝΔΥΑΣΜΟΣ ΔΙΑΚΟΠΩΝ / ΑΘΛΗΤΙΚΩΝ ΓΕΓΟΝΟΤΩΝ	19
ΑΣΦΑΛΕΙΑ	14
ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗ ΓΙΑ ΤΙΣ ΚΛΙΜΑΤΟΛΟΓΙΚΕΣ ΣΥΝΘΗΚΕΣ	10

ΚΑΛΗ ΟΡΓΑΝΩΣΗ	10
ΚΑΛΕΣ ΚΑΙΡΙΚΕΣ ΣΥΝΘΗΚΕΣ	10
ΑΛΛΟ	24

**Πίνακας 1. Παράμετροι για να είναι μια χώρα ανταγωνιστική στον Αθλητικό Τουρισμό (Γκουτζιούπας, 2008)**



**Γράφημα 1. Βαθμός ανταγωνιστικότητας Ελλάδας στην αγορά Αθλητικού Τουρισμού (Γκουτζιούπας, 2008)**

### 3.4 ΤΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΑΘΛΗΤΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΪΟΝ

Με βάση την αξιολόγηση των απαντήσεων διεθνών Πρακτορείων Αθλητικού Ταξιδιού (Γκουτζιούπας, 2008), τα στοιχεία από τα οποία αποτελείται το Αθλητικό Τουριστικό Προϊόν της Ελλάδας είναι:

- **Βασικοί Προορισμοί:**  
Κρήτη, Αττική, Νησιά, Ολυμπία.
- **Βασικά Σπορ:**  
Ιστιοπλοΐα, windsurfing, running, extreme sports.
- **Βασικές Διοργανώσεις:**  
Αγώνες δρόμου (Κλασικός Μαραθώνιος Αθηνών) και Αγώνες θαλασσιών σπορ που γίνονται είτε στην Ανοικτή Θάλασσα (Aegean Regatta), είτε κοντά στην Παραλία (διεθνή πρωταθλήματα ιστιοσανίδας / windsurfing). Επίσης,



εκτός από τους Ολυμπιακούς Αγώνες της Αθήνας το 2004, στη χώρα μας έχουν διεξαχθεί σημαντικά events όπως ο τελικός του Champions League στο ποδόσφαιρο το 2007, το Final Four της Euroleague στο μπάσκετ το 2007, το Παγκόσμιο Κύπελλο Στίβου το 2006 και το τουρνουά Athens Champions Cup στο τένις το 2007.

- **Διαμονή Αθλητικών Τουριστών:**

1. Σε υψηλού επιπέδου ξενοδοχεία με αθλητικές υπηρεσίες όπως spa, γυμναστήριο, πισίνες, γυμναστές, σχολή καταδύσεων και σπορ παραλίας, μαρίνα, εκδρομές με ποδήλατα κ.ά.
2. Σε αγροτουριστικά καταλύματα της ελληνικής υπαίθρου, όπου θα τους παρέχονται προγράμματα υπαίθριων δραστηριοτήτων όπως ιππασία, ποδήλατο βουνού, διαδρομές σε μονοπάτια, rafting, παραπέντε κ.ά.

- **Διατροφή Αθλητικών Τουριστών:**

Μεσογειακή δίαιτα/διατροφή.

- **Εκδρομές Αθλητικών Τουριστών:**

Σε αρχαιολογικούς χώρους όπως αρχαία στάδια και σε αξιοθέατα του κάθε προορισμού.

- **Ειδικά Χαρακτηριστικά εισερχόμενων Αθλητικών Τουριστών:**

1. Επιλέγουν τα ξενοδοχεία που έχουν φιλικές προς το περιβάλλον υπηρεσίες, δηλαδή εξοικονομούν νερό και ενέργεια (φίλτρα, ηλιακοί συλλέκτες), διαχειρίζονται τα απορρίμματα (κομποστοποίηση, ανακύκλωση), χρήση βιοδιασπώμενων σακουλών, έχουν βιολογικό κήπο και τρόφιμα.
2. Έχουν ετήσιο εισόδημα συνήθως των 30.000 ευρώ.
3. Ταξιδεύουν ως γκρουπ είτε με την ομάδα είτε με τους φίλους τους.
4. Διανυκτερεύουν από 1 έως 2 εβδομάδες.
5. Ξοδεύουν ανά άτομο συνήθως 1.300 ευρώ ανά ταξίδι-πακέτο οι Ευρωπαίοι και 2.000 ευρώ όσοι κάνουν υπερατλαντικά ταξίδια.

- **Κριτήρια ικανότητας φιλοξενίας από προορισμούς προγραμμάτων Αθλητικού Τουρισμού:**

- 1) Ποσότητα σε σύγχρονες αθλητικές εγκαταστάσεις, ποικιλία χρήσεων, φιλοξενία διαφορετικών αθλημάτων.

- 2) Εμπειρία οργάνωσης ανάλογων δράσεων, ανάληψη μελλοντικών διοργανώσεων.
- 3) Ευκολία προσβασιμότητας, απόσταση από αεροδρόμια, σταθμούς τρένων, λιμάνια, οδικοί άξονες.
- 4) Βαθμός αναγνωρισιμότητας προορισμού σε Ελλάδα και εξωτερικό.
- 5) Επίπεδο τουριστικών υποδομών, καταλύματα, κέντρα εστίασης και ψυχαγωγίας, ταξιδιωτικά γραφεία.
- 6) Επίπεδο δημοσίων υπηρεσιών προορισμού, ιατρική περίθαλψη, καθαριότητα, μεταφορικά μέσα κ.ά.
- 7) Ελκυστικότητα φυσικών πόρων, αξιοθέατα, λίμνες, ποτάμια, ορεινοί όγκοι και πράσινο, θάλασσα και παραλίες κ.ά.
- 8) Ποιότητα εταιριών παροχής αθλητικών υπηρεσιών και υπαίθριων δραστηριοτήτων, πληθώρα διοργάνωσης αγώνων και προγραμμάτων αναψυχής κ.ά.
- 9) Ποσότητα σε αθλούμενο ανθρώπινο δυναμικό του προορισμού, ομάδες ανά άθλημα, σύνδεση προορισμού με αθλήματα και προσωπικότητες.

Παρακάτω γίνεται ένας διαχωρισμός των προϊόντων σε Προγράμματα / Διοργανώσεις Αθλητικού Τουρισμού, αθλήματα και δραστηριότητες αναψυχής.

<b>Προγράμματα Αθλητικού Τουρισμού</b>
Sport History Tours: Αθλητικά Μουσεία (π.χ. Αρχαία Ολυμπία, Μουσείο Μαραθωνίου) και Ιστορικά Στάδια (π.χ. Αρχαία Ολυμπία, Παναθηναϊκό Στάδιο)
ATHENS 2004 Olympic Games Stadiums Tours (όλες οι εγκαταστάσεις όπου έλαβαν χώρα τα αθλήματα έχουν ιστορική και συναισθηματική αξία)
Eco Sport Tours δηλαδή προγράμματα με υπαίθριες αθλητικές δραστηριότητες σε συνδυασμό με εκπαίδευση για το φυσικό περιβάλλον που επηρεάζει την αθλητική δραστηριότητα (εκμάθηση ιστιοπλοΐας και εκπαιδευτικό πρόγραμμα για το νερό, τη θάλασσα και τον άνεμο)
Sport MICE Events δηλαδή Meetings, Incentives, Conferences, Conventions, Symposiums, Expos (π.χ. Sport Accord Athens 2008, Sport Show Expo, AIMS Marathon Symposium and Marathon Expo)
Sport Programs for Disabled Persons, δηλαδή προσαρμοσμένα προγράμματα αθλητικής αναψυχής για ΑμεΑ (π.χ. αξιοποίηση των χιονοδρομικών κέντρων κατά τις περιόδους μη πλήρους λειτουργίας τους με παιχνίδια και εκμάθηση σκι)
Αθλητικές Εκπαιδευτικές Εκδρομές, οι οποίες εμπλουτίζουν τις καθιερωμένες εκδρομές (π.χ. 5ήμερες) των Λυκείων και γενικά όλων των εκπαιδευτικών σχολών

## Πίνακας 2. Προγράμματα Αθλητικού Τουρισμού (Γκουτζιούπας, 2008)

<b>Διοργανώσεις Αθλητικού Τουρισμού</b>
Αγώνες Δρόμου (π.χ. Κλασικός Μαραθώνιος Αθηνών, Olympus Marathon)
Διοργανώσεις Lifestyle Sports, που θα προσελκύσουν νέους τουρίστες
Φιλοξενία διεθνών διοργανώσεων, όπως Ευρωπαϊκών και Παγκόσμιων Πρωταθλημάτων Θαλασσίων Σπορ (π.χ. Windsurfing, Surfing, Kite surfing, κ.ά.)
Αγώνες και επιδείξεις μηχανοκίνητων σπορ (π.χ. Rally Acropolis)
Φεστιβάλ - Open - διαφόρων αθλημάτων, που συμμετέχουν μαζικά, παιδιά και μη επαγγελματίες (ενδιαφέρει τους Tour Operators)
Ποδηλατικοί Γύροι, που διαφημίζουν συνολικά μια περιοχή
Ιστιοπλοϊκοί Αγώνες, (π.χ. Aegean Rally)
Τουρνουά Beach Sports, π.χ. Beach Volley
Τουρνουά golf
Τουρνουά χειμερινών σπορ

## Πίνακας 3. Διοργανώσεις Αθλητικού Τουρισμού (Γκουτζιούπας, 2008)

Ο διαχωρισμός των διοργανώσεων γίνεται βάσει ποσότητας ταξιδιωτών (θεατών):

- **Μικρού μεγέθους** θεωρούνται οι διοργανώσεις που προσελκύουν έως και 1.000 άτομα.
- **Μεσαίου μεγέθους** θεωρούνται αυτές που προσελκύουν από 1.000 έως 10.000 άτομα.
- **Μεγάλου μεγέθους** θεωρούνται αυτές που προσελκύουν πάνω από 10.000 άτομα.

Η βάση τύπου:

- **Διεθνή αθλητικά γεγονότα** (ενός ή και πολλών αθλημάτων)
- **Πανελλήνιοι αγώνες/πρωταθλήματα**
- **Αγώνες τοπικού ενδιαφέροντος**

- **Διοργανώσεις ανοικτού τύπου** (open) δηλαδή συμμετέχουν και επαγγελματίες και ερασιτέχνες αθλητές όπως στους Αγώνες Δρόμου - Κλασικός Μαραθώνιος Αθηνών.

Στον παρακάτω πίνακα απεικονίζονται τα αθλήματα / οι δραστηριότητες αναψυχής.

<b>ΑΘΛΗΜΑΤΑ</b>	<b>ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΑΝΑΨΥΧΗΣ</b>
Μαραθώνιος	Ποδηλασία σε δρόμο
Τρέξιμο σε δρόμο και βουνό	Μίνι ποδόσφαιρο
Ιστιοπλοΐα	Beach Volleyball
Ποδόσφαιρο	Beach Soccer
Στίβος	Πεζοπορία σε μονοπάτια/Nature Walking
Basketball	Κολύμβηση σε θάλασσα
Tennis	Trekking
Κολύμβηση σε Πισίνα	Γενική Γυμναστική
Volleyball	Ποδηλασία σε Βουνό / Mountain Bike
Κωπηλασία	Ιππασία
Τρίαθλο	Beach Tennis
Γυμναστική	Hiking
Υδατοσφαίριση	Ψάρεμα
Tae Kwon Do	Sport Dance
Handball	Aerobics
Πάλη	Beach Jogging
Άρση Βαρών	Κολύμβηση σε λίμνη
Πυγμαχία	Darts
Σκοποβολή	Boccia / Balls
Judo	Ping Pong
Badminton	Τραμπολίνο
Ποδηλασία σε πίστα	Τοξοβολία
Softball	
Hockey	
Καταδύσεις από βατήρα	
Πένταθλο	
Ξιφασκία	
Cricket	

**Πίνακας 4. Αθλήματα και Δραστηριότητες Αναψυχής (Γκουτζιούπας, 2008)**

### 3.5 ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Σύμφωνα με τον Τερζάκη (2004), το περιβάλλον το οποίο στις βασικότερες του εκφάνσεις είναι το φυσικό, το πολιτιστικό και το δομημένο, αποτελεί το βασικό συστατικό του τουρισμού με άμεση σύνδεση στα ποιοτικά του στοιχεία προσδιορίζοντας τις μορφές του και επηρεάζοντας την ανταγωνιστικότητά του.

Έρευνες για τα κίνητρα επιλογής τουριστικών προορισμών των χωρών της Μεσογείου δείχνουν ότι τα περιβαλλοντικά στοιχεία όπως το κλίμα, ο ήλιος, η θάλασσα, οι παραλίες και το επίπεδο των υπηρεσιών κατέχουν κυρίαρχη θέση μεταξύ των προτιμήσεων των υποψηφίων επισκεπτών μιας χώρας.

Τα περιβαλλοντικά προβλήματα κυριαρχούν σήμερα στους τουριστικούς προορισμούς των χωρών της Μεσογείου οι οποίες δέχονται μαζικό τουρισμό λόγω της υπερμεγέθυνσης της τουριστικής ανάπτυξης.

Η ραγδαία τουριστική ανάπτυξη μετά το 1950 σε αρκετές περιοχές της Ελλάδας ήταν άναρχη, αυθαίρετη, απρογραμματίστη και ο τουρισμός έγινε μέσο εκμετάλλευσης του ανθρώπου, του περιβάλλοντος και της πολιτιστικής μας κληρονομιάς.

Μπροστά σε αυτή την αρνητική εξέλιξη υπήρξε μια έντονη αντίδραση σε παγκόσμιο επίπεδο, μέσω του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (1980), της Διάσκεψης του Ρίου για το Περιβάλλον (1992), της Agenda 21 για την ταξιδιωτική και τουριστική βιομηχανία για μια περιβαλλοντικά βιώσιμη ανάπτυξη (η οποία ενσωματώθηκε στη Συνθήκη του Μάαστριχ) και του Παγκόσμιου Κώδικα Δεοντολογίας για τον Τουρισμό (1999), δεσμεύουν και την Ελλάδα, να θεσπίσει αρχές βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης και ταυτόχρονα υποχρεώνει την παγκόσμια κοινότητα, η οποία εμπλέκεται με την τουριστική ανάπτυξη, να προστατεύει το περιβάλλον.

Οι εμπλεκόμενοι με την τουριστική πολιτική αναγνωρίζουν ότι μια υγιής τουριστική βιομηχανία εξαρτάται από ένα υγιές περιβάλλον και προτείνουν μια τουριστική ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού συμβατή με το περιβάλλον σε μια προσπάθεια να αμβλύνουν τις επιπτώσεις του μαζικού τουρισμού, να διευρύνουν την τουριστική περίοδο και να δημιουργήσουν νέα τουριστικά προϊόντα, τα οποία να

ανταποκρίνονται στην τουριστική ζήτηση και να επηρεάζονται λιγότερο από τις διεθνείς συγκυρίες.

Οι ισορροπημένες σχέσεις τουριστικής ανάπτυξης και περιβάλλοντος εκτός των ανωτέρω διακηρύξεων και συμφωνιών, οι οποίες δεσμεύουν την Ελλάδα, εξασφαλίζονται και από ένα ευρύ νομικό πλαίσιο κανόνων οι οποίοι ρυθμίζουν σε εθνικό επίπεδο θέματα περιβάλλοντος και ειδικότερα το θέμα της προστασίας του.

Το Σύνταγμα της Ελλάδας στο άρθρο 24 αναφέρει ότι η προστασία του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος αποτελεί υποχρέωση του κράτους, το οποίο πρέπει να παίρνει τα αναγκαία προληπτικά και κατασταλτικά μέτρα. Ειδική αναφορά γίνεται για την προστασία των δασών, των μνημείων, των παραδοσιακών περιοχών, των θεμάτων χωροταξίας και πολεοδομίας.

Για την εφαρμογή αυτής της συνταγματικής επιταγής έχουν εκδοθεί ειδικοί νόμοι:

- **N. 0998 / 79**, ο οικιστικός νόμος.
- **N. 1337 / 83**, περί αιγιαλού και παραλίας.
- **N. 1650 / 86**, για την προστασία του περιβάλλοντος.
- **N. 1650 / 86**, για την προστασία των δασών και δασικών εκτάσεων.
- **Π.Δ. 55 / 98**, για την προστασία του θαλάσσιου περιβάλλοντος.
- **N. 2742 / 99**, για το χωροταξικό σχεδιασμό και την αειφόρο ανάπτυξη.

Όλο αυτό το νομικό πλέγμα καλύπτει και τον τουρισμό, στο βαθμό που οι τουριστικές δραστηριότητες σχετίζονται με το περιβάλλον, αλλά όχι προς την κατεύθυνση μιας βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης.

Για να υπάρξει μια σχέση ισορροπίας μεταξύ τουρισμού και περιβάλλοντος με στόχο την αειφόρο τουριστική ανάπτυξη πρέπει να θεσπισθούν ειδικές πολιτικές και να ληφθούν ορισμένα μέτρα όπως:

- Για κάθε τουριστική περιοχή πρέπει να προσδιορίσουμε την τουριστική φέρουσα ικανότητα, η οποία αποτελεί βασικό εργαλείο για την τουριστική της ανάπτυξη κατά τρόπο ώστε να είναι συμβατή με τα στοιχεία του περιβάλλοντος της.
- Στις χωροταξικές μελέτες και ιδιαίτερα σε εκείνες οι οποίες καθορίζουν τη χρήση γης για τουριστικές υποδομές, πρέπει να τηρούνται οι αναγκαίες

ισορροπίες ανάμεσα στον τουρισμό και στο περιβάλλον στα όρια της τουριστικής φέρουσας ικανότητας του τόπου.

- Να δημιουργηθούν ειδικές τουριστικές υποδομές, να αναδειχθούν και να προβληθούν τα πολιτιστικά και οικολογικά στοιχεία κάθε τόπου, τα οποία αποτελούν προϋπόθεση για την ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού συμβατών με το περιβάλλον.
- Τα αναπτυξιακά κίνητρα τα οποία θεσπίζονται για την ανάπτυξη του τουρισμού και άλλων παραγωγικών δραστηριοτήτων, να λαμβάνουν υπόψη τις ενδεχόμενες περιβαλλοντικές επιπτώσεις από την ίδρυση ή την επέκταση των αντιστοίχων εγκαταστάσεων.
- Η περιβαλλοντική αγωγή να αποκτήσει ουσιαστικό περιεχόμενο και να καλύψει ολόκληρο τον πληθυσμό, ιδιαίτερα στις τουριστικές περιοχές, όπου τα στοιχεία του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος αποτελούν την πρώτη ύλη του προϊόντος που παράγουν και διαθέτουν. Πρέπει να γίνει συνείδηση σε αυτούς οι οποίοι εμπλέκονται άμεσα στις δραστηριότητες του τουριστικού τομέα ότι, η διατήρηση της ισορροπίας ανάμεσα στο περιβάλλον και την τουριστική ανάπτυξη είναι ανάγκη επιβίωσης των τουριστικών επιχειρήσεων και των εργαζομένων σε αυτές.

Είναι αναγκαία η ενσωμάτωση της περιβαλλοντικής διάστασης στα μεγάλα αθλητικά γεγονότα, η οποία μπορεί να υλοποιηθεί μέσω μιας εξειδικευμένης ευρωπαϊκής πολιτικής.

Η πολιτική αυτή θα δώσει μια ευκαιρία στην Ευρωπαϊκή Ένωση να αναδείξει μια Στρατηγική για πράσινους αγώνες μέσα από δράσεις που θα συνδέουν τα αθλητικά γεγονότα με την προστασία του περιβάλλοντος και τη χωροταξία, αλλά και θα αξιοποιούν το δυναμισμό των αθλητικών γεγονότων για την αντιμετώπιση τοπικών περιβαλλοντικών προβλημάτων.

### 3.6 ΤΑ ΟΦΕΛΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΩΝ ΟΛΥΜΠΙΑΚΩΝ ΑΓΩΝΩΝ ΣΤΗΝ ΑΘΗΝΑ

Η διεξαγωγή των Ολυμπιακών Αγώνων στην Αθήνα το 2004 απέφερε σημαντικά οφέλη όπως τονίζει ο Γκουτζιούπας (2006):

- Αυξητική τάση της τουριστικής κίνησης - διανυκτερεύσεων της Αθήνας (π.χ. η αύξηση το 2005 σε σχέση με το 2004 ήταν 10%).
- Αυξητική τάση της τουριστικής κίνησης - διανυκτερεύσεων της Ελλάδας συνολικά (π.χ. η αύξηση το 2005 σε σχέση με το 2004 ήταν 5%).
- Αύξηση του βαθμού αναγνωρισιμότητας της φίρμας «GREECE» (π.χ. η επιτυχημένη διαφημιστική καμπάνια του Υπουργείου Τουριστικής Ανάπτυξης).
- Αύξηση του κύρους της Ελλάδας διεθνώς, ως ασφαλούς και σύγχρονης χώρας (π.χ. τα αποτελέσματα έρευνας στον Κινεζικό πληθυσμό, τα οποία παρουσιάστηκαν σε ημερίδα της έκθεσης «ΦΙΛΟΞΕΝΙΑ 2004»).
- Απόκτηση τεχνογνωσίας από το ανθρώπινο δυναμικό που εργάστηκε κατά την διάρκεια των Ολυμπιακών Αγώνων (π.χ. τα στελέχη μετά τους Αγώνες απέκτησαν προστιθέμενη αξία στη διεθνή αγορά και εργάστηκαν ή εργάζονται σε διοργανώσεις όπως «ΠΕΚΙΝΟ 2008», κ.ά.).
- Η ικανοποίηση των επισκεπτών / θεατών των Αγώνων που σύμφωνα με έρευνες, έμειναν ευχαριστημένοι από την συνολική εμπειρία σε ποσοστό 90%. Αυτό σημαίνει ότι όταν επέστρεψαν στην πατρίδα τους μετέφεραν τη θετική τους εμπειρία σε φίλους και έτσι τους έδωσαν κίνητρο να ταξιδέψουν στην Ελλάδα. Σε απόλυτους αριθμούς το μέγεθος των επισκεπτών από την Ελλάδα και το εξωτερικό ήταν περίπου 500.000.
- Σημαντικά έργα υποδομών όπως φαίνονται στον παρακάτω πίνακα.

ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗ	ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ / ΑΝΑΒΑΘΜΙΣΗ	ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑ ΘΕΑΤΩΝ	ΜΕΤΑ-ΟΛΥΜΠΙΑΚΗ ΧΡΗΣΗ
Ολυμπιακό Στάδιο	A	75.000	ΠΑΕ ΑΕΚ & ΠΑΟ, φιλοξενία αθλητικών, πολιτιστικών, εταιρικών εκδηλώσεων



Ολυμπιακό Κέντρο Αντισφαίρισης	Κ	8.000, 4.000, 2.000	Τα μικρά γήπεδα χωρίς κερκίδες ανοικιάστηκαν από ιδιωτική σχολή
Ολυμπιακό Κλειστό Γυμναστήριο Μπάσκετ	Α	17.000	ΚΑΕ ΠΑΟ, φιλοξενία αθλητικών, πολιτιστικών, εταιρικών εκδηλώσεων
Στάδιο Ειρήνης και Φιλίας	Α	14.000	ΚΑΕ ΟΣΦΠ, φιλοξενία αθλητικών, πολιτιστικών, εταιρικών εκδηλώσεων & συνεδρίων
Ολυμπιακό Κέντρο Υγρού Στίβου	Α	11.000 ανοικτή πισίνα και 6.500 κλειστή πισίνα	Φιλοξενία αγώνων υγρού στίβου, προπονητήριο
«Καλλιμάρμαρο» Παναθηναϊκό Στάδιο	Α	45.000	Φιλοξενία αθλητικών εκδηλώσεων και εορτών
Ολυμπιακό Ποδηλατοδρόμιο	Κ	5.000	Ποδηλατικοί αγώνες, προπονητήριο, φιλοξενία εκδηλώσεων
Ολυμπιακό Κέντρο Τάε Κβο Ντο, Φάληρο	Κ	5.000	Φιλοξενία αθλητικών, πολιτικών, πολιτιστικών εκδηλώσεων. Στόχος να μετατραπεί σε Μητροπολιτικό Συνεδριακό Κέντρο
Ολυμπιακό Κέντρο Beach Volleyball, Ελληνικό	Κ	10.000	Φιλοξενία αγώνων Beach Volleyball και πολιτιστικών εκδηλώσεων
Ολυμπιακό Κέντρο Baseball, Softball, Ελληνικό	Προσωρινή	5.000	Δεν λειτουργεί. Διαδικασία δημιουργίας Μητροπολιτικού Πάρκου στο Ελληνικό
Ολυμπιακό Κέντρο Hockey, Ελληνικό	Προσωρινή	5.000	Δεν λειτουργεί. Διαδικασία δημιουργίας Μητροπολιτικού Πάρκου στο Ελληνικό
Ολυμπιακό Κέντρο Ξιφασκίας, Ελληνικό	Προσωρινή	-	Φιλοξενία εκθέσεων και άλλων εκδηλώσεων
Ολυμπιακό Κέντρο Canoe Kayak Slalom, Ελληνικό	Κ	-	Φιλοξενία αγώνων Canoe Kayak Slalom
Ολυμπιακό Κλειστό Γυμναστήριο Μπάσκετ, Ελληνικό	Κ	5.000	ΚΑΕ Πανιώνιος, φιλοξενία αθλητικών, πολιτιστικών εκδηλώσεων
Ολυμπιακό Κωπηλατοδρόμιο Σχοινιά	Κ	-	Φιλοξενία αγώνων κωπηλασίας και κανό καγιάκ, προπονητήριο

Συγκρότημα Γουδιού (οι ανοικτοί χώροι παραμένουν ως πάρκο σε δημόσια χρήση)	K & Προσωρινή	-	Το κλειστό γυμναστήριο ενοικιάστηκε για 20 χρόνια από ιδιώτη για πολιτιστικές εκδηλώσεις
Ολυμπιακό Κέντρο Ιστιοπλοΐας Αγίου Κοσμά	K	-	Φιλοξενία αγώνων ιστιοπλοΐας, προπονητήριο
Ολυμπιακό Κέντρο Προετοιμασίας Αγίου Κοσμά	A	-	Προπονητικό κέντρο
Ολυμπιακή Εγκατάσταση Αφετηρίας Μαραθωνίου	K	1.000	Έναρξη Κλασικού Μαραθώνιου, Δήμος Μαραθώνα
Ολυμπιακή Εγκατάσταση Ορεινής Ποδηλασίας	Προσωρινή	-	Δεν υφίσταται
Ολυμπιακό Κέντρο Βουλιαγμένης (Τρίαθλο)	Προσωρινή	-	Δεν υφίσταται
Πανθεσσαλικό Στάδιο, Βόλος	K	20.000	Ποδοσφαιρικά Σωματεία, στίβος και άλλα αθλήματα
Ολυμπιακό Κέντρο Ιππασίας, Μαρκόπουλο	K	18.000, 300 άλογα	Φιλοξενία αγώνων ιππασίας, προπονητήριο
Ολυμπιακό Γυμναστήριο Άρσης Βαρών, Νίκαια	K	5.000	Φιλοξενία αθλητικών εκδηλώσεων, προπονητήριο
Ολυμπιακό Γυμναστήριο Πάλης, Ανω Λιόσια	K	8.000	Φιλοξενία αθλητικών και πολιτιστικών εκδηλώσεων
Ολυμπιακό Γυμναστήριο Γυμναστικής και Επιτραπέζιας Αντισφαίρισης, Γαλάτσι	K	6.000	ΚΑΕ ΑΕΚ, φιλοξενία αθλητικών, πολιτιστικών εκδηλώσεων. Προβλέπεται μετατροπή του σε πολυκατάστημα μελλοντικά
Ολυμπιακό Κέντρο Σκοποβολής, Μαρκόπουλο	K	8.000	Αθλητικοί αγώνες, προπονητήριο
Παμπελοποννησιακό Στάδιο, Πάτρα	A	17.000	Ποδοσφαιρικά σωματεία, στίβος και άλλα αθλήματα
Καυταντζόγλειο Στάδιο, Θεσσαλονίκη	A	28.000	ΠΑΕ ΗΡΑΚΛΗΣ, στίβος και άλλα αθλήματα
Παγκρήτιο Στάδιο,	K	27.000	ΠΑΕ ΕΡΓΟΤΕΛΗΣ &

Ηράκλειο			ΟΦΗ, στίβος και άλλα αθλήματα
Γήπεδο Γ. Καραϊσκάκης, Φάληρο	A	35.000	ΠΑΕ ΟΣΦΠ, φιλοξενία πολιτιστικών, εταιρικών εκδηλώσεων

**Πίνακας 5. Έργα Αθλητικών Υποδομών και Μετά-Ολυμπιακή Χρήση  
(Γκουτζιούπας, 2006)**

- Δημόσια έργα (ενδεικτικά) από το 1997 έως το 2004:
  1. Αεροδρόμιο Σπάτων.
  2. Οδικό Δίκτυο: Εθνική Πατρών - Αθηνών, Περιφερειακός Σταυρού Ελευσίνας - Αεροδρομίου, Περιφερειακός Υμηττού, Αττική Οδός, κ.ά.
  3. Μετρό - Τραμ - Προαστιακός - Σιδηροδρομικό Δίκτυο (αναβάθμιση).
  4. Ολυμπιακό Χωριό, δίνεται για χρήση σε δικαιούχους της Εργατικής Εστίας.
- Πρόγραμμα «ΕΛΛΑΔΑ 2004»: Χωρίζεται σε 11 υποπρογράμματα που σκοπό είχαν την ανάπτυξη, προετοιμασία υποδομών και υπηρεσιών σε όλη τη χώρα, για την άρτια διεξαγωγή των Ολυμπιακών Αγώνων αλλά και γενικότερα την αναβάθμιση του βιοτικού επιπέδου της Ελλάδας. Η έναρξη του προγράμματος έγινε το 2000.
  1. Έργα υποδομής σε πόλεις που φιλοξένησαν τους προκριματικούς αγώνες ποδοσφαίρου.
  2. Δίκτυο Ολυμπιακών Προπονητηρίων.
  3. Ολυμπιακή Εκπαίδευση.
  4. Ολυμπιακή Προβολή και Ευαισθητοποίηση.
  5. Πρόγραμμα για την Αρχαία Ολυμπία.
  6. Προβολή της Χώρας - Πρόγραμμα Αναβάθμισης Τουριστικών Περιοχών.
  7. Έργα Υποδομής Ανάπλασης Πυλών Εισόδου της Χώρας.
  8. Πολιτιστική Ολυμπιάδα και «ΕΛΛΑΔΑ 2004».
  9. Ολυμπιακό Φεστιβάλ Νέων.
  10. Γιορτή του Ολυμπισμού «Η διαδρομή της φλόγας από την Αρχαία Ολυμπία στην Αθήνα».
  11. Δίκτυο Προπονητηρίων.

Οι Ολυμπιακοί Αγώνες του 2004 αποτέλεσαν ορόσημο για τη χώρα μας. Ο εκσυγχρονισμός της υφιστάμενης αθλητικής υποδομής σε συνδυασμό με την κατασκευή αθλητικών και βοηθητικών εγκαταστάσεων κατέστησαν την Ελλάδα υπολογίσιμη δύναμη στο παγκόσμιο αθλητικό στερέωμα δίνοντάς της τη δυνατότητα να αναλαμβάνει τη διοργάνωση μεγάλων αθλητικών γεγονότων. Η Πολιτεία μέσα από τον Αναπτυξιακό Νόμο, τις Συμπράξεις Δημόσιου & Ιδιωτικού Τομέα (ΣΔΙΤ) αλλά και τις λοιπές χρηματοδοτικές πολιτικές επιδοτήσεων, στηρίζει τις επενδύσεις σε υποδομές Αθλητικού Τουρισμού όπως αθλητικούς χώρους και εγκαταστάσεις γκολφ, ιππασίας, θαλασσίων σπορ, χειμερινών αθλημάτων, αθλημάτων βουνού κ.ά.

Ο παρακάτω πίνακας απεικονίζει τις βασικές εγκαταστάσεις στο θαλάσσιο και τον Αθλητικό Τουρισμό.

<b>ΝΟΜΟΙ</b>	<b>ΜΑΡΙΝΕΣ ΣΕ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ</b>	<b>ΟΡΓΑΝΩΜΕΝΟ WINDSURFING</b>	<b>ΑΕΡΑΘΛΗΤΙΚΑ ΣΩΜΑΤΕΙΑ</b>	<b>ΣΗΠΕΛΑ ΓΚΟΛΦ</b>
<b>Αιτωλοακαρνανίας</b>	3		2	
<b>Αργολίδας</b>	1			
<b>Αρκαδίας</b>			2	
<b>Άρτας</b>			1	
<b>Αττικής</b>	8	7	15	1
<b>Αχαΐας</b>	1	2	4	
<b>Βοιωτίας</b>			2	
<b>Γρεβενών</b>				
<b>Δράμας</b>			2	
<b>Δωδεκανήσου</b>	2	6	1	1
<b>Έβρου</b>			1	
<b>Εύβοιας</b>	1		2	
<b>Ευρυτανίας</b>				
<b>Ζακύνθου</b>		1	2	
<b>Ηλείας</b>	1			
<b>Ημαθίας</b>			1	
<b>Ηρακλείου</b>	1	1	7	1
<b>Θεσπρωτίας</b>			1	
<b>Θεσσαλονίκης</b>	1	3	7	
<b>Ιωαννίνων</b>			2	
<b>Καβάλας</b>			1	
<b>Καρδίτσας</b>			1	
<b>Καστοριάς</b>				
<b>Κέρκυρας</b>	1		2	1
<b>Κεφαλληνίας</b>	1		1	
<b>Κιλκίς</b>				

Κοζάνης			2	
Κορινθίας	1		1	
Κυκλάδων	1	11	2	
Λακωνίας				
Λάρισας			3	
Λασιθίου	1	1	1	1
Λέσβου				
Λευκάδας	1	1	1	
Μαγνησίας		1	1	
Μεσσηνίας	1		2	
Ξάνθης			1	
Πέλλας			3	
Περίας			2	
Πρέβεζας	1		2	
Ρεθύμνου	1	1		
Ροδόπης			1	
Σάμου	1			
Σερρών			1	
Τρικάλων				
Φθιώτιδας			2	
Φλώρινας			1	
Φοκίδας			1	
Χαλκιδικής	2	1	2	1
Χανίων	1	1	5	
Χίου			1	

**Πίνακας 6. Θαλάσσιος και Αθλητικός Τουρισμός στην Ελλάδα (Τσάρτας, 2010)**

### **3.7 ΑΘΛΗΣΗ ΚΑΙ ΨΥΧΑΓΩΓΙΑ (ANIMATION) ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ**

#### **3.7.1 ΟΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΣΗΜΑΣΙΑ ANIMATION**

Ο συνδυασμός ψυχαγωγίας και άθλησης, είναι διεθνώς γνωστός με τον όρο «animation» ή «sport animation» και οι παρέχοντες υπηρεσίες διασκέδασης και άθλησης των πελατών ξενοδοχείων ονομάζονται «animateurs» (Μάντζιος, Γλυνιά, 2005). Η animation αποτελεί μία υπηρεσία η οποία θεωρείται ότι στο μέλλον θα είναι αναπόσπαστο συστατικό του συστήματος παροχής υπηρεσιών των ξενοδοχείων διακοπών και το επαγγελματικό στέλεχος αναψυχής μία απαραίτητη «φιγούρα» που θα προκαλεί, θα ενθαρρύνει, θα δίνει ώθηση στους πελάτες, καθώς και θα

πληροφορεί, θα παρακινεί, θα ενεργοποιεί και γενικά θα αναπτύσσει τις ηγετικές ικανότητες των άλλων.

Η δυνατότητα για ψυχαγωγία και άσκηση, η ύπαρξη αθλητικών εγκαταστάσεων και η απασχόληση ειδικευμένου προσωπικού σε τουριστικές μονάδες, αποτελούν σημαντικά βήματα προς την ποιοτική αναβάθμιση του εγχώριου τουριστικού προϊόντος. Η διάγνωση των κινήτρων και ο προσδιορισμός των δημογραφικών και ψυχογραφικών χαρακτηριστικών των τουριστών είναι σημαντικοί παράγοντες για την προώθηση των τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών με στόχο την ικανοποίηση των αναγκών και επιθυμιών τους.

### **3.7.2 ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ANIMATION**

Οι γεωγραφικές περιοχές όπου αναπτύσσονται οι υπηρεσίες άθλησης και ψυχαγωγίας είναι συνήθως παραθαλάσσιες και συνδέονται αεροπορικά με τις χώρες προέλευσης των τουριστών. Τέτοιες περιοχές είναι η Κρήτη, η Ρόδος, η Κως, η Κέρκυρα, η Χαλκιδική και η Δυτική Πελοπόννησος. Στην αγορά της animation ξενοδοχείων την τουριστική περίοδο 1999-2002 δραστηριοποιούνταν γύρω στις 750 ξενοδοχειακές επιχειρήσεις κυρίως στη νησιωτική Ελλάδα, ενώ 30 τουλάχιστον από αυτές τις επιχειρήσεις, τα επονομαζόμενα club hotels προσέφεραν ποικίλα και ιδιαίτερα εξειδικευμένα προγράμματα για παιδιά και ενήλικες (Glinia & Laloumis, 1999; Κώστα, Γλυνιά, Αντωνίου, Γούδας & Κουθούρης, 2003). Σύμφωνα με νεότερες εκτιμήσεις, ο αριθμός των ξενοδοχείων αλλάζει λόγω της κινητικότητας στον τουριστικό τομέα και της ελαστικότητας ζήτησης των τουριστικών υπηρεσιών, αλλά επιβεβαιώνεται αυξητική τάση.

Σε ό, τι αφορά τις μορφές των υπηρεσιών που συνδέονται με τον αθλητισμό και την άσκηση, καθώς και την ύπαρξη ή μη εγκαταστάσεων για αθλητικές δραστηριότητες στα ξενοδοχεία, έρευνα των Νάσση και Παπαγεωργίου (1998) σε 42 ξενοδοχειακές μονάδες Α΄ κατηγορίας, έδειξε ότι η μορφή των υπηρεσιών για άθληση και ψυχαγωγία που προσφέρονται είναι προγράμματα εκγύμνασης, beach volley, τένις, γκολφ, ποδηλασία, θαλάσσια σπορ (σκι, κωπηλασία, ιστιοπλοΐα), μασάζ και σάουνα. Σε ορισμένες μονάδες προσφέρονται επίσης γυμναστική στο νερό και φυσικοθεραπεία. Οι περισσότερες από τις μονάδες αυτές που συμμετείχαν στην έρευνα διέθεταν τις απαραίτητες εγκαταστάσεις για τις παραπάνω δραστηριότητες.

Στις Κυκλάδες, μεταξύ 39 ξενοδοχείων που συμμετείχαν σε έρευνα (Μαυρίδης, Παπαδουκάκης, Μάντης & Κώστα, 1998), το 89.7% παρείχαν αθλητικές δραστηριότητες αναψυχής, αλλά απουσίαζαν προγράμματα για την τρίτη ηλικία (15.4%) ενώ στο 51.3% του δείγματος, υπήρχε ειδική μέριμνα για τον οικογενειακό τουρισμό. Σε πανελλαδική όμως έρευνα (Αυθίνος, Τζέτζης & Χαραλάμπους, 2001), σε 43 ξενοδοχεία, το ποσοστό που προσφέρει προγράμματα animation για τρίτη ηλικία ανέρχεται σε 25.6% και 72.1% σε παιδιά κατά την περίοδο Απρίλιο έως Οκτώβριο. Την ίδια περίοδο (Απρίλιο – Οκτώβριο) φαίνεται να λειτουργούν και τα ξενοδοχεία διακοπών στην Κρήτη. Αυτό διαπιστώνουν οι Βογιατζάκη, Χαραχούσου και Καμπίτσης (2001) σε δείγμα 28 ξενοδοχείων λουξ και Α΄ κατηγορίας. Σχεδόν σε όλα υπήρχε τουλάχιστον μία πισίνα, επιτραπέζιο τένις, γήπεδο τένις και το 25% προσέφερε μεταξύ άλλων τοξοβολία. Όλα διέθεταν χώρους ψυχαγωγίας, σάουνα, παιδικές χαρές, πισίνες για παιδιά και προσέφεραν θαλάσσια σπορ. Γυμναστήριο διέθεταν το 50% των ξενοδοχείων.

Πραγματοποιώντας μια επιλογή μεταξύ των 383 καταχωρημένων ξενοδοχείων στον Οδηγό «Greek Travel Pages» 1994 (GTP), οι Αυθίνος, Βλάχου και Χαραλάμπους (2000), επέλεξαν 250 από αυτά με σκοπό να διερευνήσουν την ύπαρξη βασικής υποδομής για την παροχή υπηρεσιών κινητικής αναψυχής, συμβάλλοντας έτσι στον εντοπισμό πιθανών θέσεων εργασίας στον τομέα της animation για τους Έλληνες πτυχιούχους των πανεπιστημιακών ΤΕΦΑΑ. Τα ξενοδοχεία αυτά επιλέχθηκαν γιατί διέθεταν ένα τουλάχιστον από τα ακόλουθα μέσα - εγκαταστάσεις κινητικής αναψυχής:

- πισίνα (παιδική και ενηλίκων)
- χώρους αναψυχής (χορού, παιχνιδιών, μπιλιάρδου, κλπ)
- θαλάσσιες δραστηριότητες (μαρίνα, ανεμοπλοΐα, ιστιοπλοΐα, αλεξίπτωτο παραλίας, κανό, θαλάσσιο σκι, υδατοσφαίριση, καταδύσεις, ψάρεμα, θαλάσσιο ποδήλατο, τζετ σκι, κωπηλασία)
- άθληση (γκολφ, μίνι γκολφ, τένις, πινγκ – πονγκ, ιππασία, ποδηλασία, σκουός, τοξοβολία, τζόκινγκ, βόλεϊ, μπάσκετ, ποδόσφαιρο)
- κέντρο υγείας και φυσικής κατάστασης (αίθουσα με βάρη, αερόμπικ, σάουνα, χαμάμ, μασάζ, γιόγκα)
- παιδική χαρά

Η ύπαρξη έστω και ενός από τα πιο πάνω θεωρήθηκε αρκετή γιατί μπορεί να αποτελέσει τη βάση για τη δημιουργία προγραμμάτων αναψυχής. Τα δεδομένα έδειξαν ότι το ποσοστό των ξενοδοχείων που διαθέτουν μέσα και εγκαταστάσεις κινητικής αναψυχής, σύμφωνα με τα κριτήρια της έρευνας, είναι διπλάσιο (65.27%) από το αντίστοιχο ποσοστό εκείνων που δεν διαθέτουν (34.73%). Καταγράφηκε η συντριπτική υπεροχή της πισίνας (90.8%) ως μέσο - εγκατάσταση δημιουργίας δραστηριοτήτων animation, έναντι των υπολοίπων που το ποσοστό τους διαφοροποιείται ανάλογα με την κατηγορία του ξενοδοχείου. Γεωγραφικά, τα περισσότερα ξενοδοχεία που προσφέρουν υπηρεσίες animation βρίσκονται στα νησιά του Αιγαίου (30%), ενώ πολύ μικρότερο είναι το ποσοστό (1.6%) στη Θεσσαλία και την Ήπειρο.

Μια εκτεταμένη βιβλιογραφική ανασκόπηση (Γλυνιά, Κώστα & Αντωνίου, 2001) έδειξε ότι τα περισσότερα πολυτελή ξενοδοχεία διακοπών της Ρόδου, Χαλκιδικής και Κρήτης διαθέτουν και προβάλλουν τους χώρους αναψυχής, τον αθλητικό εξοπλισμό, τις αθλητικές εγκαταστάσεις, τους παιδότοπους και τους παιδαγωγούς. Δε φαίνεται όμως να καλύπτουν τις προδιαγραφές σε ειδικευμένο αθλητικό προσωπικό, δεν εντάσσουν την animation σε στρατηγικές μάρκετινγκ, δε δημοσιοποιούν τη ζήτηση σε αθλητικές υπηρεσίες, δεν αναλαμβάνουν την εκπαίδευση των στελεχών τους και ελάχιστα επιμορφώνουν σε γλώσσες. Τα τμήματα ψυχαγωγίας και άθλησης στελεχώνονται κυρίως με αλλοδαπούς και ενίοτε πλαισιώνονται με αποφοίτους ΤΕΦΑΑ.

Ιδιαιτερότητα αποτελεί ένα ενδιαφέρον μοντέλο εναλλακτικών δραστηριοτήτων αναψυχής στην ύπαιθρο αλλά και στον δομημένο χώρο των ξενοδοχείων που παρουσιάστηκε από τους Γλυνιά και Μαλλιωτάκη το 1998 και δημιουργήθηκε με σκοπό να συμβάλλει στην προώθηση της περιβαλλοντικής φιλοσοφίας και του οράματος για την τουριστική αναψυχή ελληνικής εταιρείας. Το μοντέλο αυτό δίνει «εθνική ταυτότητα» στο προϊόν αναψυχής και διαφοροποιείται από άλλα που παρέχονται από μη ελληνικής ιθαγένειας επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα. Αποτελείται από 10 αλληλένδετες μεταξύ τους δραστηριότητες με επιμορφωτικές, ψυχαγωγικές και περιβαλλοντικές προεκτάσεις, παρουσιάσεις γεύσεων, κατασκευές και άλλα. Κύρια πλεονεκτήματά του είναι ότι

- βοηθά στην αύξηση της εσωτερικής κατανάλωσης



- δημιουργεί επαναλαμβανόμενους πελάτες
- αντισταθμίζει ως ένα βαθμό τις αρνητικές συνέπειες του μαζικού τουρισμού
- βελτιώνει την επικοινωνία ξενοδοχείου – τοπικής κοινωνίας και
- προβάλλει την ολιστική άποψη για την υγεία και τη φυσική ζωή συνδέοντάς την με την ελληνική κουλτούρα.

Απευθύνεται σε άτομα κάθε εθνικότητας και ηλικίας, με περιβαλλοντικές ευαισθησίες και καλό μορφωτικό επίπεδο, καθώς και σε ΑΜεΑ. Οργανώνεται από ομάδα νέων στελεχών αναψυχής που η εταιρεία εκπαιδεύει δωρεάν.

Στον παρακάτω πίνακα καταγράφονται παραδείγματα από εγκαταστάσεις, όργανα και υπηρεσίες που συναντώνται στα ξενοδοχεία αναψυχής.

<b>ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ</b>	<b>ΟΡΓΑΝΑ/ΜΕΣΑ</b>	<b>ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ</b>
Γυμναστηρίου	Άσκησης	Αερόβικ, step, χορό
	Βαρών	Ελεύθερα βάρη και μηχανήματα
	Εξάσκησης καρδιοαναπνευστικού συστήματος	Ποδήλατα, δαπεδοεργόμετρα, κωπηλατικά
	Διατήρησης βάρους	Σάουνα, μασάζ, υδρομασάζ
Κινητικής Αναψυχής Ξηράς	Παιδική χαρά	Αναψυχή των παιδιών
	Πισίνα	Κολύμβηση, πόλο
	Εγκαταστάσεις άσκησης/άθλησης	Jogging, μίνι γκολφ, βόλει, μπάσκετ, πινγκ-πονγκ
Κινητικής Αναψυχής Θάλασσας	Εξέδρα/μαρίνα	Ιστιοπλοΐα, windsurfing, jet ski, κανό, κολύμβηση, αλεξίπτωτο, καταδύσεις με αναπνευστήρα, ποδήλατα θαλάσσης κ.ά.
Ψυχαγωγίας	Αίθουσα χορού	Παραδοσιακοί χοροί (ελληνικοί, λατινοαμερικάνικοι κ.ά.)
	Χώροι συγκεντρώσεων	Διαγωνισμοί γνώσεων (θέματα αθλητισμού, υγείας και φυσικής κατάστασης)
	Πισίνα	Παιχνίδια ενηλίκων

**Πίνακας 7. Χαρακτηριστικά παραδείγματα από εγκαταστάσεις, όργανα και υπηρεσίες που συναντώνται στα ξενοδοχεία αναψυχής (Αυθίνος, 1998)**

Εκτός από τα ξενοδοχεία, δραστηριότητες της animation υλοποιούνται και σε κρουαζιερόπλοια, οργανωμένες παραλίες, εταιρίες εναλλακτικών μορφών τουρισμού, κατασκηνώσεις (Αυθίνος, 1998).

Οι κρουαζιέρες αποτελούν έναν ταχύτατα αυξανόμενο εμπορικό τομέα. Στους επιβάτες των κρουαζιερόπλοιων παρέχονται υψηλής ποιότητας υπηρεσίες διαμονής, διατροφής, ψυχαγωγίας και αναψυχής. Μερικές από τις εγκαταστάσεις που υπάρχουν στα σύγχρονα κρουαζιερόπλοια είναι: σαλόνια, εστιατόρια, μπαρ, μουσικοχορευτικές αίθουσες, πισίνες, γυμναστήριο, αθλητικοί χώροι κ.ά.

Οι εταιρίες συγκροτούν τα προγράμματά τους, κατανέμοντας το κοινό σε ομάδες συναφών προτιμήσεων και διοργανώνουν τις λεγόμενες κρουαζιέρες «ειδικών ενδιαφερόντων». Για παράδειγμα η εταιρία Norwegian Cruise Lines σχεδιάζει κρουαζιέρες για να προσελκύσει το ενδιαφέρον των φιλάθλων. Σε αυτές παίρνουν μέρος προσωπικότητες του αθλητισμού (εν ενεργεία, βετεράνοι και ολόκληρες ομάδες), οι οποίοι πραγματοποιούν διαλέξεις, μοιράζουν αυτόγραφα και συναναστρέφονται με το κοινό κατά τη διάρκεια του ταξιδιού.

Άλλες εταιρίες προσφέρουν ανάλογα προγράμματα, συνδυάζοντας υπηρεσίες ψυχαγωγίας, αναψυχής και προορισμού, με δραστηριότητες βιολογικής αναζωογόνησης του ατόμου, όπως:

- **Υγιεινή διατροφή:** ειδικά πιάτα στο μενού των εστιατορίων τους με περιορισμένο λίπος και θερμίδες.
- **Φυσική κατάσταση:** ζύγισμα, μέτρηση της αρτηριακής πίεσης, προσδιορισμός λίπους κλπ. στην αρχή και στο τέλος της κρουαζιέρας, για εφαρμογή ειδικών προγραμμάτων αδυνατίσματος.
- **Διαλέξεις και βίντεο** με θέμα την άσκηση, την υγιεινή διατροφή κλπ.
- **Προγράμματα γυμναστικής:** aerobic, step, βάρη κλπ.
- **Εκμάθηση διαφόρων σπορ:** γκολφ, τένις, καταδύσεις κλπ.
- **Αθλητικό Τουρισμό:** συμμετοχή σε αθλητικές συναντήσεις στις περιοχές προορισμού επίσκεψης του πλοίου, αλλά και κατά τη διάρκεια της κρουαζιέρας.

Όσον αφορά στις ελληνικές παραλίες, αυτές αποτελούν κοινόχρηστους χώρους, οι οποίοι ανήκουν στους Οργανισμούς Τοπικής Αυτοδιοίκησης (ΟΤΑ). Οι ΟΤΑ μπορούν να τις αξιοποιήσουν οι ίδιοι ή να τις ενοικιάσουν σε επιχειρηματίες, οι οποίοι θα προσφέρουν μια σειρά από δραστηριότητες κινητικής αναψυχής όπως:

- Θαλάσσια μέσα αναψυχής (windsurfing, jet ski, κανό, μικρά ιστιοπλοϊκά, σκι, θαλάσσιο αλεξίπτωτο, ποδήλατα θαλάσσης κλπ.)
- Παραλιακές εγκαταστάσεις (beach volley, μπάσκετ, τένις, βόλεϊ, μίνι γκολφ κ.ά.)

Οι παραλίες μπορούν επίσης να αξιοποιηθούν από τους ΟΤΑ με τη δημιουργία εγκαταστάσεων κινητικής αναψυχής για τη διοργάνωση ειδικών προγραμμάτων όπως:

- Jogging προχωρημένων στην παραλία (ειδικές διαδρομές)
- Αερόμπικ/γυμναστική στην παραλία και στο νερό
- Θαλάσσιο πόλο σε ρηχά νερά
- Beach volley
- Ρακέτες θαλάσσης (ειδικά σημεία στην παραλία)
- Ποδόσφαιρο παραλίας (ειδικό σημείο για γήπεδο μικρών διαστάσεων)
- Handball αναψυχής στην παραλία (σε γήπεδο μίνι ποδοσφαίρου)
- Παιδική χαρά

Η διαμόρφωση της παραλίας πρέπει να γίνει με τρόπο που να επιτρέπει την αποτελεσματική πολλαπλή χρήση της ως αναψυχικό κέντρο, χωρίς να αλλοιώνει το φυσικό περιβάλλον.

Κάθε παραθαλάσσιος ΟΤΑ μπορεί να αναπτύξει το θαλάσσιο τουρισμό με τη δημιουργία της απαραίτητης υποδομής και της ανάλογης «εικόνας» ή «φήμης», η οποία θα είναι ικανή να προσελκύσει τους ενδιαφερόμενους τουρίστες. Για παράδειγμα η Πάρος έχει αναδειχθεί σε πόλο έλξης αθλητών windsurfing, ο όρμος του Φαλήρου είναι γνωστός για τους ιστιοπλοϊκούς αγώνες που διεξάγονται στα ανοιχτά του, το Σέλι και ο Παρνασσός προσφέρονται για χειμερινό σκι, η λίμνη των Ιωαννίνων για κωπηλασία κλπ.

Υπάρχουν εξειδικευμένα τουριστικά γραφεία που συνεργάζονται με συναφείς ιδιωτικές εταιρίες, στελεχωμένες από καθηγητές φυσικής αγωγής ή άτομα με ανάλογες εμπειρίες, τα οποία διοργανώνουν εκδρομές περιπέτειας για το κοινό. Οι συνηθέστερες δραστηριότητες αυτού του είδους είναι:

- Τουρισμός με ποδήλατο
- Rafting
- Αναρρίχηση
- Μαραθώνιος δρόμος
- Ορειβάσια
- Ιστιοπλοΐα
- Κανό-καγιάκ
- Υποβρύχια δραστηριότητα

Επίσης υπάρχουν φορείς όπως ο Σύνδεσμος Ελληνικών Γυμναστικών και Αθλητικών Σωματείων (ΣΕΓΑΣ) που διοργανώνει διεθνή αγώνα ανοικτής συμμετοχής: τον ετήσιο μαραθώνιο δρόμο μήκους 42 χιλιομέτρων, στον οποίο παίρνουν μέρος πρωταθλητές αλλά και πολλοί αθλητές αναγνυχής από όλο τον κόσμο. Το παράδειγμα αυτό μπορούν να το ακολουθήσουν και άλλοι φορείς, π.χ. ένας παραθαλάσσιος ΟΤΑ μπορεί να οργανώσει ιστιοπλοϊκούς αγώνες ανοικτής συμμετοχής με ιστιοφόρα που επισκέπτονται την περιοχή.

Ο θεσμός των κατασκηνώσεων στην Ελλάδα είναι πολύ παλιός και η αξία του παραμένει σημαντική. Οι κατασκηνώσεις διακρίνονται σε διακοπών και ημερήσιες (καμπ).

- **Κατασκηνώσεις διακοπών:** ως προς το περιεχόμενό τους, οι κατασκηνώσεις διακοπών διακρίνονται σε:
  - Γενικές, με δραστηριότητες στην πλειοψηφία τους αθλητικές, χωρίς να λείπουν οι κοινωνικές και οι ψυχαγωγικές εκδηλώσεις.
  - «Παραδοσιακές», το πρόγραμμα των οποίων είναι περισσότερο κοινωνικό-ψυχαγωγικό.
  - Εξειδικευμένες, όπου οι συμμετέχοντες διδάσκονται π.χ. κάποιο σπορ.

Τα προγράμματα των κατασκηνώσεων βασίζονται στο είδος των υπηρεσιών τους (γενικές ή εξειδικευμένες), τη διάρκειά τους, τις εγκαταστάσεις, το προσωπικό που διαθέτουν και την τοποθεσία τους.

Στις παραδοσιακές και γενικές, μπορεί να χρησιμοποιηθεί ένα ολοκληρωμένο πρόγραμμα με δραστηριότητες παιχνιδιού, υπαίθρου, κινητικής αναψυχής και ενδοπρωταθλημάτων, ενώ σε εξειδικευμένες αθλητικές κατασκηνώσεις, χρησιμοποιούνται προγράμματα διδασκαλίας, προπονήσεις στο συγκεκριμένο σπορ και αγώνες ενδοπρωταθλημάτων.

- **Ημερήσιες κατασκηνώσεις (καμπ):** στην Ελλάδα τα καμπ λειτουργούν ως ημερήσια προπονητικά κέντρα ή ακαδημίες εκμάθησης κάποιου σπορ. Η λειτουργία των χώρων αυτών στηρίζεται στην ανάγκη δημιουργικής απασχόλησης των παιδιών με δραστηριότητες σχολής τις ώρες που οι γονείς τους εργάζονται και τα σχολεία βρίσκονται εκτός ωραρίου ή σε διακοπές.

### 3.7.3 ΑΠΟΨΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΟΤΙΜΗΣΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ

Σημαντικό για αποτελεσματικό και σωστό προγραμματισμό από την μεριά των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, είναι να γνωρίζουν τις απόψεις των τουριστών ως προς την αθλητική αναψυχή και τα προσφερόμενα προγράμματα, τις προτιμήσεις τους, τα δημογραφικά και ψυχογραφικά χαρακτηριστικά τους καθώς και τα κίνητρα που τους ωθούν να συμμετέχουν.

Σε δείγμα 403 τουριστών (225 άντρες, 178 γυναίκες) που διέμεναν σε 4 ξενοδοχεία λουξ και 8 Α' κατηγορίας στην ευρύτερη περιοχή της Κρήτης, διαπιστώθηκε (Πυνηρτζής, 1998) ότι το 67.5% των αντρών και το 65.4% των γυναικών ασχολείται συστηματικά με αθλητική αναψυχή και ότι οι δραστηριότητες αθλητικής αναψυχής έχουν άμεση θετική επίδραση στην υγεία και την ικανότητα (94.7% άντρες, 96.6% γυναίκες). Εκτιμούν επίσης ότι οι δραστηριότητες αυτές είναι χρήσιμος τρόπος εκμετάλλευσης του ελεύθερου χρόνου, επιφέρουν ευδιαθεσία, διασκέδαση και ανάπαυση, βελτιώνουν τη φυσική κατάσταση, «αφαιρούν» τη μονοτονία κατά τη διάρκεια των διακοπών, απομακρύνουν τη νευρική υπερένταση, βοηθάνε στην κοινωνικοποίηση, προσφέρουν μεγάλη ικανοποίηση και ευχαρίστηση και απομακρύνουν από τα καθημερινά προβλήματα. Οι γυναίκες ισχυρίζονται ότι οι αθλητικές δραστηριότητες είναι τρόπος φυγής από την καθημερινότητα (52%), ενώ οι άντρες πιστεύουν ότι συμμετέχοντας σ' αυτές γίνονται πιο κοινωνικοί (56.7%). Οι

άντρες πιο πολύ ασχολούνται με αθλήματα όπως το κολύμπι, περπάτημα, τζόκινγκ και ποδηλασία ενώ θα ήθελαν κατά τη διάρκεια των διακοπών τους να ασχοληθούν με κωπηλασία, ιστιοπλοΐα, θαλάσσιο σκι, windsurfing, υποβρύχιες δραστηριότητες, μίνι γκολφ, ιππασία και πρωινή γυμναστική. Οι γυναίκες ασχολούνται με κολύμβηση, ποδηλασία, γυμναστική και περπάτημα. Θα ήθελαν να ασχοληθούν περισσότερο με τις ίδιες δραστηριότητες που θα ήθελαν και οι άντρες, μόνο που αντί της πρωινής γυμναστικής αυτές θα προτιμούσαν ενόργανη γυμναστική. Εκτιμούν επίσης ότι:

- οι αθλητικές δραστηριότητες είναι βασικό μέρος της τουριστικής προσφοράς (73.2% άντρες – 75.3% γυναίκες),
- τα ξενοδοχεία που προσφέρουν τέτοιες δραστηριότητες είναι ελκυστικά και κατά τη χειμερινή περίοδο (70.2% - 72%),
- πρέπει να προσφέρονται προγράμματα εκμάθησης για αρχάριους όπως τένις, κολύμπι, κλπ (72% - 68.5%).

Σε ποσοστό 65% (άντρες και γυναίκες) δηλώνουν ικανοποιημένοι με το είδος και τον αριθμό των αθλητικών εγκαταστάσεων, τη διοργάνωση και τη διατήρησή τους στο ξενοδοχείο που διέμεναν. Ικανοποιημένο από τα προγράμματα άθλησης και ψυχαγωγίας που παρείχαν τα ξενοδοχεία που διέμεναν δήλωσε και ένα δείγμα 74 τουριστών της Λέσβου το καλοκαίρι του 2002 κατά την αναχώρησή του από το νησί. Η πλειοψηφία όμως θα επιθυμούσε τα ξενοδοχεία να τους παρέχουν περισσότερα happenings και μέσα άθλησης όπως γήπεδο τένις, volley, γκολφ, κλπ. (Σουβατζή, Λασπάς, Τριγώνης, Κουταλιανός & Κώστα, 2003).

Ποια σχέση όμως υπάρχει μεταξύ των αθλητικών δραστηριοτήτων που επιλέγει ο τουρίστας κατά τη διάρκεια των διακοπών του με εκείνες που ασχολείται συνήθως στο μόνιμο τόπο κατοικίας του; Στο ερώτημα αυτό προσπάθησαν να απαντήσουν οι Ντεβέ και Ατσαλάκης (1999) διερευνώντας ένα δείγμα 120 Γερμανών τουριστών, πελατών ενός ξενοδοχείου στην Κρήτη το καλοκαίρι του 1998. Διαπίστωσαν λοιπόν ότι μικρό ποσοστό του δείγματος ασχολήθηκε στις διακοπές με κάποια δραστηριότητα με την οποία δεν είχε μέχρι τότε επαφή. Οι πιο αγαπητές δραστηριότητες κατά τις διακοπές αλλά και στο μόνιμο τόπο διαμονής, ήταν το βάδισμα, το ποδήλατο και η κολύμβηση. Η συμμετοχή σε παθητικές μορφές ψυχαγωγίας όπως η παρακολούθηση σκετς, σόου, θεάτρου, κλπ. ήταν πολύ μικρή.

Όσον αφορά στους παράγοντες που επιδρούν στη συνολική ικανοποίηση των τουριστών από τις προσφερόμενες υπηρεσίες άθλησης και ψυχαγωγίας των ξενοδοχείων, σε δείγμα 105 πελατών 4 ξενοδοχείων διακοπών μεγάλης ελληνικής ξενοδοχειακής εταιρείας (Κώστα, Γλυνιά, Αντωνίου, Γούδας & Κουθούρης, 2003), διερευνήθηκε η ποιότητα υπηρεσιών του τμήματος αναψυχής σε σχέση με τις προσδοκίες των πελατών και τη συνολική ικανοποίησή τους από αυτές. Ως διαστάσεις ποιότητας εκλήφθηκαν η εμφάνιση, ο εξοπλισμός, το περιεχόμενο, ο συντονισμός, η συνέπεια, η συμπεριφορά, η επικοινωνία, οι γνώσεις, η ασφάλεια, η ατμόσφαιρα, η προσοχή και τα προγράμματα. Ως ανεξάρτητες μεταβλητές θεωρήθηκαν τα δημογραφικά και κοινωνικοοικονομικά χαρακτηριστικά των ερωτηθέντων, η εμπειρία συμμετοχής (για να φανεί η εξοικείωση με το «προϊόν») και οι κατηγορίες δραστηριοτήτων (ήπιες για τρίτη ηλικία, αθλοπαιδιές για όλους, πολιτιστικές, καλλιτεχνικές και φυσικής κατάστασης). Βρέθηκε λοιπόν ότι οι πελάτες που συμμετείχαν στις δραστηριότητες ήταν πολύ ικανοποιημένοι κατά 56.2%, αρκετά ικανοποιημένοι κατά 30.5%, μέτρια ικανοποιημένοι κατά 4.8% και ελάχιστα ικανοποιημένοι κατά 1.9%. Οι ερευνητές εκφράζουν κάποια επιφυλακτικότητα ως προς τη γενίκευση των αποτελεσμάτων λόγω του χαμηλού συνολικού ποσοστού συμμετοχής τουριστών στις δραστηριότητες (το 10% των πελατών του ξενοδοχείου από το οποίο άντρες 35%, γυναίκες 65%) και του μορφωτικού τους επιπέδου που ήταν μεσαίο στην πλειονότητα. Η επιλογή της κατηγορίας δραστηριότητας φαίνεται να επηρεάζεται από το φύλο (άντρες σε «αθλοπαιδιές», γυναίκες σε «φυσική κατάσταση») και την ηλικία.

Τα δημογραφικά και ψυχογραφικά χαρακτηριστικά των τουριστών φαίνεται να επιδρούν στις προτιμήσεις και στα κίνητρα συμμετοχής τους σε δραστηριότητες αναψυχής. Πιλοτική έρευνα σε 18 ξενοδοχεία της Κρήτης το 1999, έδειξε ότι ο σύγχρονος τουρίστας σε club hotel είναι Γερμανός (45.9%), άντρας (51.4%), έγγαμος (46.8%), ιδιωτικός υπάλληλος (23.4%), απόφοιτος πανεπιστημίου (34.2%), με καλή οικονομική κατάσταση (63.1%) (Μηλιάρá, Θώμογλου, Τσουνίδης & Δουραχαλή, 2000).

Από τα παραπάνω προκύπτει ότι οι υπηρεσίες animation προσελκύουν μεν νέους και ενεργητικούς τουρίστες, οι οποίοι όμως παραδόξως δεν αξιοποιούν πλήρως τα

προσφερόμενα προγράμματα στα ξενοδοχεία. Άρα λοιπόν θα πρέπει να διερευνηθούν οι παράγοντες που τους παρεμποδίζουν για συμμετοχή.

#### 3.7.4 ΚΙΝΗΤΡΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ

Είναι φανερό ότι η εκπλήρωση των αναγκών και των προσδοκιών των πελατών είναι απαραίτητη προϋπόθεση ώστε να λειτουργήσει η διαφήμιση «στόμα με στόμα» και να δημιουργηθεί βάση επαναλαμβανόμενης πελατείας. Στη διαδικασία ανάπτυξης προγραμμάτων διακοπών είναι απαραίτητη η ανάλυση των αιτιών και κινήτρων που οδηγούν τους πελάτες στην επιλογή τρόπου και τόπου διακοπών. Αυτό είναι μια ιδιαίτερα λεπτή λειτουργία, κρίσιμη για την ίδια την επιβίωση των επιχειρήσεων. Οι McIntosh και Goeldner (1990) διαχώρισαν τα κίνητρα σε:

1. φυσικά, που σχετίζονται με την ψυχαγωγία και την αναψυχή μειώνοντας το στρες και την ένταση,
2. πολιτιστικά, που αφορούν στην επιθυμία να γνωρίσει κάποιος τον πολιτισμό, τα ήθη και τα έθιμα του τόπου,
3. συναναστροφής, που αφορούν στην επιθυμία και ανάγκη να γνωρίσει κάποιος άλλους ανθρώπους, να επισκεφθεί φίλους ή συγγενείς και
4. γοήτρου, που περιλαμβάνει την επιθυμία για προσωπική καταξίωση μέσα από την ενασχόληση με κάποιο σπορ ή χόμπι στις διακοπές, προκαλώντας την προσοχή των άλλων.

Ειδικότερα στην Ελλάδα, σε ό, τι αφορά τα κίνητρα των τουριστών για συμμετοχή σε προγράμματα αθλητικής αναψυχής σε ξενοδοχειακές μονάδες, σε δείγμα 403 τουριστών (225 άντρες, 178 γυναίκες), 12 μεγάλων ξενοδοχείων της Κρήτης, μελετήθηκαν τα κίνητρα σε σχέση με την ηλικία και το φύλο (Πυνηρτζής, 1996). Οι τουρίστες κλήθηκαν να απαντήσουν σε ένα τεστ που περιείχε 10 από τα δημοφιλέστερα κίνητρα για αθλητική αναψυχή (υγεία, ικανότητα, ενεργητικότητα, απώλεια βάρους, αισθητική σώματος, χαλάρωση, ευδιαθεσία, κοινωνικότητα, επιτυχία και τρόπο ζωής). Από την ανάλυση των δεδομένων βρέθηκε ότι: τα βασικά κίνητρα είναι η υγεία, η χαλάρωση, η ενεργητικότητα και η ευδιαθεσία, με την υγεία να είναι ο στατιστικά σημαντικότερος παράγοντας. Οι τουρίστες περισσότερο από τις



τουρίστριες, ασχολούνται με τις αθλητικές δραστηριότητες για να βελτιώσουν ή να διατηρήσουν την υγεία τους. Απεναντίας για τις τουρίστριες, σημαντικότερος παράγοντας για άσκηση είναι η αισθητική του σώματος (ομορφιά). Στους τουρίστες νεαρής ηλικίας κυριαρχούν τα κίνητρα της επιτυχίας και της κοινωνικότητας, ενώ στους τουρίστες μεγαλύτερης ηλικίας, η υγεία, η ενεργητικότητα, η ευδιαθεσία και η απώλεια βάρους. Στατιστικά διαφέρουν σημαντικά αναλόγως της ηλικίας τους:

- οι τουρίστες για την απώλεια βάρους (αδυνάτισμα) και για κοινωνικότητα,
- οι τουρίστριες για ικανότητα και ευδιαθεσία.

Παρ' όλο που το 81% των αντρών και γυναικών διατείνεται ότι γνωρίζει καλά την αξία και τη σημασία της αθλητικής αναψυχής, εντούτοις αναφέρθηκαν ως κυριότεροι λόγοι μη συμμετοχής στα προγράμματα η έλλειψη χρόνου (17.3% άντρες – 16.3% γυναίκες) και η μη προσφορά προγραμμάτων που τους ταιριάζουν (9.7% - 12.9%). Άλλοι λόγοι στους οποίους οφείλεται η μικρή συμμετοχή των πελατών στα προγράμματα είναι οι ακατάλληλες εγκαταστάσεις, το χαμηλό επίπεδο της animation που προσφέρεται, η εθνικότητα και το αθλητικό και κοινωνικό υπόβαθρο των πελατών (Φιλιππίδης & Γκόλιας, 2001).

Τέλος, βιβλιογραφική ανασκόπηση που πραγματοποιήθηκε από τους Μπόικου, Γλυνιά, Γερακίτη, Δεληγιάννη, Τρίκα & Κώστα (2000), συμφώνησε με τις προηγούμενες έρευνες και κατέδειξε μεταξύ των άλλων ότι οι εγκαταστάσεις, η ποικιλία των προγραμμάτων και οι κατάλληλοι άνθρωποι (στελέχη αναψυχής) μπορούν να αποβούν τα σημαντικότερα κίνητρα συμμετοχής των τουριστών σε αθλητικές δραστηριότητες αναψυχής, βελτιώνοντας έτσι τις πωλήσεις των τουριστικών επιχειρήσεων, την ποιότητα των τουριστικών πακέτων και ιδίως τις ανάγκες και επιθυμίες των τουριστών μέσα από το συνδυασμό αθλητισμού και τουρισμού.

Το φύλο λοιπόν και η ηλικία επιδρούν στα κίνητρα και αντικίνητρα συμμετοχής των τουριστών στις δραστηριότητες animation. Οι ξενοδόχοι μπορούν σαφώς να παρέμβουν στους εξωτερικούς παράγοντες που επηρεάζουν τη συμμετοχή όπως είναι η ποιότητα προγραμμάτων, η καλή διαχείριση και η συντήρηση των εγκαταστάσεων.

### 3.8 ΟΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΤΟΥ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Ο τουρισμός είναι ένας από τους σημαντικότερους τομείς στην ελληνική οικονομία, όπως φαίνεται κι από τον παρακάτω πίνακα.

<b>Συμμετοχή στο Α.Ε.Π.</b>	16,5%
<b>Συμμετοχή στην απασχόληση</b>	18,4% της συνολικής απασχόλησης
<b>Απασχόληση (άμεση &amp; έμμεση)</b>	758.300
<b>Έσοδα</b>	10,5 δις. €
<b>Αφίξεις Αλλοδαπών</b>	16,4 εκατ.
<b>Μέση κατά κεφαλή δαπάνη</b>	639 €
<b>Μερίδιο Αγοράς</b>	1,7% Παγκόσμια, 3,3% Ευρώπη
<b>Εποχικότητα</b>	54% των αφίξεων αλλοδαπών πραγματοποιείται Ιούλιο - Αύγουστο - Σεπτέμβριο
<b>Συγκέντρωση Προσφοράς</b>	66% των ξενοδοχειακών κλινών συγκεντρώνονται σε 4 περιοχές της Ελλάδας
<b>Ξενοδοχειακή Υποδομή</b>	9.648 ξενοδοχεία / 763.668 κλίνες
<b>Top 5 αγορές</b>	Γερμανία (2.240.481), Ην. Βασίλειο (1.758.093), ΠΓΔΜ (1.356.000), Γαλλία (1.149.388), Ιταλία (843.613)
<b>Top 5 αεροδρόμια (σε αφίξεις αλλοδαπών)</b>	Αθήνα (3.123.631), Ηράκλειο (2.137.230), Ρόδος (1.717.477), Θεσσαλονίκη (869.929), Κως (843.171)

**Πίνακας 8. Βασικά μεγέθη του Ελληνικού Τουρισμού για το έτος 2011 (ΣΕΤΕ)**

Η πρόκληση που παρουσιάζεται είναι να προσφέρουμε στους ξένους επισκέπτες ελκυστικά πακέτα για αθλητικές δραστηριότητες στη χώρα μας.

Σύμφωνα με τον Σερκεδάκη (2012), σημαντικές προοπτικές παρουσιάζει η δημιουργία γηπέδων τένις, καθώς είναι ένα διαδεδομένο άθλημα εναλλακτικού τουρισμού. Οι ελληνικές περιοχές που προσφέρονται για την ανάπτυξη τέτοιων δραστηριοτήτων είναι τουριστικές περιοχές όπως η Κρήτη, τα νησιά του Αιγαίου και του Ιονίου καθώς και άλλες παραθαλάσσιες περιοχές που διαθέτουν ξενοδοχειακές μονάδες υψηλών προδιαγραφών, όπως και ηπειρωτικές τουριστικές περιοχές όπως

π.χ. Νάουσα, Καλάβρυτα, Παρνασσός, ακριτικές περιοχές με εύκολη οδική πρόσβαση από γειτονικές χώρες (Ξάνθη, Αλεξανδρούπολη, Αριδαία κλπ.). Σύμφωνα με εκτιμήσεις σε μεσοπρόθεσμο ορίζοντα τριών με πέντε χρόνων στόχος είναι να προσελκύσουμε 25.000 αθλητικούς επισκέπτες το χρόνο που να δαπανούν 4.000 ευρώ ο καθένας κατά μέσω όρο αποφέροντας περισσότερο από 100.000.000 ευρώ στις αθλητικές αλλά και ξενοδοχειακές μονάδες. Σε δέκα χρόνια αν χρησιμοποιηθούν σωστά οι υποδομές μέσω ΣΔΙΤ μπορεί να τεθεί στόχος πενταπλάσιος ή και δεκαπλάσιος ενισχύοντας το κύρος της χώρας μας ως τόπου προορισμού, αυξάνοντας το Α.Ε.Π. μέχρι και 1 δισεκατομμύριο ευρώ.

Επίσης, το επενδυτικό ενδιαφέρον για τη δημιουργία γηπέδων γκολφ στη χώρα μας εντείνεται, καθώς, όπως αναφέρει σχετικά η Πουτέτση (2010), ο αριθμός των γηπέδων αυξάνεται παγκοσμίως κατά 3% κάθε χρόνο και των παικτών κατά 5%. Πάνω από 60 εκατομμύρια υπολογίζονται οι παίκτες του γκολφ που φιλοξενούνται σε 32.000 γήπεδα γκολφ ανά τον κόσμο, ενώ στην Ευρώπη υπάρχουν σχεδόν 7 εκατομμύρια άτομα που ασχολούνται με το άθλημα. Η επιχειρηματική απόδοση των γηπέδων γκολφ στην περιοχή της Νοτιοανατολικής Μεσογείου αναμένεται να είναι «άριστη» κατά 31% ή «καλή» κατά 69%, σε αντίθεση με την απόδοση στη Δυτική Ευρώπη που κρίνεται «καλή» κατά 56% και «άριστη» κατά 17%.

Στους «ενεργητικούς» τουρίστες κατατάσσονται οι Ρώσοι, οι οποίοι παρουσιάζουν σημαντική αύξηση επισκεψιμότητας στη χώρα μας, σε μια χρονιά που οι παραδοσιακές αγορές της Ευρώπης εμφανίζουν κάμψη. Σημαντική δυναμική ως δυνητικές αγορές τουρισμού για windsurfing παρουσιάζουν επίσης η Γαλλία, η Πολωνία, η Γερμανία, αλλά και χώρες όπως η Ισπανία, η Ιταλία, οι ΗΠΑ, η Αυστραλία και η Πορτογαλία.

Όσον αφορά στα χειμερινά αθλήματα, υπάρχει ενδιαφέρον από τη ρωσική και την ουκρανική αγορά για πτήσεις charter στην Αθήνα με προορισμό την Αράχωβα. Πακέτα διαμονής μπορούν να περιλαμβάνουν επίσκεψη στην Αθήνα (city break) και στη συνέχεια μεταφορά στην Αράχωβα και στο Χιονοδρομικό Κέντρο Παρνασσού. Πρόκειται για προορισμό που συνδέεται με τη θρησκεία, τον πολιτισμό, τον αθλητισμό και τη διασκέδαση.

Εν κατακλείδι, ο Δρ. Μ. Ατσαλάκης, επιστημονικός συνεργάτης του ΤΕΙ Κρήτης στο Τουριστικό τμήμα και εκπρόσωπος της Ελλάδας στο Διεθνές Συμβούλιο Αθλητικού Τουρισμού επεσήμανε σε συνέντευξή του στον Ν. Κλόκα (2007) ότι υπάρχουν προοπτικές ανάπτυξης του Αθλητικού Τουρισμού, αν εκπονηθεί ένα έξυπνο σχέδιο που να λαμβάνει υπόψη τις τοπικές συνθήκες και ιδιαιτερότητες, τον ετήσιο κύκλο του κάθε αθλήματος (προετοιμασία, αγωνιστική περίοδος, περίοδος χαλάρωσης) και τις τάσεις και ανάγκες της σύγχρονης κοινωνίας. Ένα από τα κυριότερα θέματα είναι αυτό της δημιουργίας της «αθλητικής» εικόνας της χώρας. Αυτό βέβαια μπορεί να αποτελέσει μόνο μεσο-μακροπρόθεσμο στόχο γιατί οι Έλληνες παρουσιάζονται ως το πιο αδρανές κινητικά και ταυτόχρονα το πιο παχύσαρκο έθνος στην Ε.Ε.



## **4 ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

### **4.1 ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

Η εφαρμογή προγραμμάτων Αθλητικού Τουρισμού προσφέρει πολλά οφέλη, όπως αναφέρουν οι Αλεξανδρή (2008), Ατσαλάκης (2004) και Γκουτζιούπας (2006):

- Βελτίωση της υγείας και προώθηση του ενεργητικού τρόπου ζωής.
- Έσοδα από την μετακίνηση, διαμονή, διατροφή, προπόνηση, αγορές, περιήγηση και κάθε κατανάλωση προϊόντων / υπηρεσιών.
- Τουριστική αναβάθμιση στις περιοχές - προορισμούς και στις κοινωνίες υποδοχής.
- Προτροπή των κατοίκων για μεγαλύτερη συμμετοχή στα αθλητικά δρώμενα που πραγματοποιούνται στην περιοχή τους.
- Διεθνής προβολή και θετική εικόνα της περιοχής φιλοξενίας προγραμμάτων / αγώνων Αθλητικού Τουρισμού.
- Δημιουργία νέων θέσεων εργασίας και νέων επαγγελμάτων.
- Συμβολή στην αύξηση του τουριστικού Α.Ε.Π.. Ο Αθλητικός Τουρισμός υπολογίζεται ότι καταλαμβάνει ένα μερίδιο της τάξης του 10-20% επί του συνολικού τουριστικού προϊόντος μιας χώρας. Προσεκτική ανάλυση κάποιας εκδήλωσης Αθλητικού Τουρισμού θα πρέπει να περιλαμβάνει τον υπολογισμό του οφέλους έναντι του κόστους. Επιπλέον, η λήψη πολιτικών αποφάσεων όσον αφορά στην οργάνωση εκδηλώσεων, θα πρέπει να λαμβάνει υπόψη τη διάχυση των οικονομικών και λοιπών επιπτώσεων του Αθλητικού Τουρισμού στις διάφορες τοπικές κοινωνικές ομάδες, το μέγεθος της επίδρασης καθώς και τη σημαντικότητα κάθε ομάδας από πλευράς πληθυσμού της.
- Δυνατότητα ανάπτυξης κάθε περιοχής βάσει του τοπικού δυναμικού και των υπαρχουσών φυσικών συνθηκών. Κατά συνέπεια αποτελεί ερέθισμα για την κατασκευή υποδομών.
- Συμβολή στην οικονομική ανάπτυξη της περιοχής καθώς και άλλων οικονομικών δραστηριοτήτων.

- Συνεισφορά στην πολιτιστική κουλτούρα των ανθρώπων, διευκόλυνση των σχέσεων των κατοίκων μιας περιοχής με τον υπόλοιπο κόσμο και άρση πολιτικών και θρησκευτικών διαφορών.
- Επιμήκυνση της τουριστικής σεζόν.
- Ενδυνάμωση των τοπικών παραδόσεων και της ταυτότητας των κατοίκων μιας περιοχής.
- Προσέλκυση κεφαλαίων για συντήρηση αθλητικών εγκαταστάσεων.
- Συνεισφορά στην προώθηση περιβαλλοντικών ευαισθησιών (π.χ. περιβαλλοντική εκπαίδευση σε δραστηριότητες υπαίθριας αναψυχής).

Είναι γεγονός ότι αυξάνεται η ζήτηση σε κάποια επαγγέλματα ενώ προκύπτουν και νέα επαγγέλματα. Ορισμένα παραδείγματα δίνονται παρακάτω από τον Γκουτζιούπα (2006):

- Προπονητές ομαδικών και ατομικών αθλημάτων, γυμναστές.
- Εκπαιδευτές χειμερινών αθλημάτων.
- Οδηγοί βουνού, ορειβασίας, δασικών μονοπατιών και φαραγγιών.
- Εκπαιδευτές extreme sports.
- Ξεναγοί, διερμηνείς.
- Συνοδοί υπαίθριων δραστηριοτήτων.
- Εκτροφείς και φροντιστές αλόγων, εκπαιδευτές ιππασίας.
- Ναυαγοςώστες, εκπαιδευτές καταδύσεων.
- Εργοφυσιολόγοι, φυσικοθεραπευτές.
- Sport Tourism Managers σε ξενοδοχεία.
- Sport Travel Agents και Συνοδοί Γκρουπ.
- Sport Event Managers και Marketing Managers.
- Σύμβουλοι Ανάπτυξης Αθλητικού Τουρισμού.

## **4.2 ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

Τα μειονεκτήματα ανάπτυξης του Αθλητικού Τουρισμού, σύμφωνα με τους Banzer (2005), Ritchie & Adair (2004), Αλεξανδρή (2008), Ατσαλάκη (2004) και Γκουτζιούπα (2006), είναι τα εξής:

- Η λανθασμένη πρακτική ανακοίνωσης των αθλητικών διοργανώσεων χωρίς να έχει εξασφαλιστεί ο προϋπολογισμός του κόστους παραγωγής, με την ελπίδα να εξευρεθούν χορηγίες ως την τελευταία στιγμή. Αποτέλεσμα, η οικονομική αποτυχία και η μη επανάληψη ή υποβάθμιση των επόμενων διοργανώσεων.
- Η μη χρησιμοποίηση στελεχών οργάνωσης και διοίκησης αθλητισμού, αν και είναι διαθέσιμοι στην ελεύθερη αγορά, προερχόμενοι από τα ΤΕΦΑΑ και την εμπειρία των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004.
- Δεν δίνεται η απαραίτητη σημασία στα τμήματα μάρκετινγκ και επικοινωνίας από τις αθλητικές ομοσπονδίες, οι οποίες διοργανώνουν την πλειοψηφία των αθλητικών γεγονότων.
- Η έλλειψη πρόθεσης από την εκάστοτε διοργανώτρια αρχή να αναθέσει σε επιστημονική ομάδα την έρευνα καταλληλότητας διεξαγωγής και την έρευνα ικανοποίησης πελατών, με σκοπό να καταγραφούν τα ποιοτικά και ποσοτικά δεδομένα. Αποτέλεσμα, η παροχή χαμηλού επιπέδου υπηρεσιών προς τους θεατές, τους αθλητές και τους δημοσιογράφους.
- Ο Αθλητικός Τουρισμός είναι αρκετά απαιτητικός στη χρήση εκτάσεων γης και κατά συνέπεια είναι ιδιαίτερα σημαντικό να λαμβάνονται όλα τα απαραίτητα μέτρα για την ομαλή του ανάπτυξη με σεβασμό στο φυσικό περιβάλλον ενός τόπου. Για παράδειγμα η αλόγιστη ανάπτυξη γηπέδων γκολφ σε μια περιοχή χωρίς τις απαραίτητες μελέτες και προφυλάξεις μπορεί να σημαίνει την επιβάρυνση του υδροφόρου ορίζοντα με λιπάσματα και φυτοφάρμακα καθώς και την αλλοίωση του φυσικού τοπίου μιας περιοχής ασύμβατης με τη μορφολογία των γηπέδων του συγκεκριμένου αθλήματος. Επίσης, το σκι έχει σημαντικές αρνητικές επιπτώσεις στο περιβάλλον επειδή οι περισσότερες καταβάσεις γίνονται σε πλαγιές που έχουν υποστεί την αφαίρεση δέντρων. Επιπλέον, λόγω της υπερθέρμανσης του πλανήτη, το χιόνι έχει γίνει σπανιότερο σε χαμηλότερα υψόμετρα και η χρήση τεχνητού χιονιού που σε ορισμένες περιπτώσεις περιλαμβάνει χημικές ουσίες, έχει αυξηθεί. Επίσης, τα σκουπίδια που μπορεί να ρυπαίνουν τις πίστες, δεν αποσυντίθενται γρήγορα. Για παράδειγμα, χρειάζονται πέντε χρόνια για να διαλυθεί ένα αποσίγαρο.

- Εμφανίζεται βία σχετική με την διεξαγωγή των εκδηλώσεων. Μια από τις γνωστότερες εκφάνσεις εγκληματικότητας στον αθλητισμό είναι ο χουλιγκανισμός, που συνήθως περιλαμβάνει μέθη, επιθετική συμπεριφορά, βανδαλισμό και βία. Άλλα παραδείγματα οργανωμένου εγκλήματος χαρακτηρίζονται από ομάδες εγκληματιών που ταξιδεύουν σε μεγάλες αθλητικές διοργανώσεις, όπως οι Ολυμπιακοί Αγώνες και το Παγκόσμιο Κύπελλο Ποδοσφαίρου, για να στοχεύσουν σε αθλητικούς τουρίστες. Σε μεγαλύτερη κλίμακα, μια ενδεχόμενη τρομοκρατική επίθεση είναι μια απειλή κατά της ζωής των αθλητών και των θεατών, όπως έγινε το 1972 στους Ολυμπιακούς Αγώνες στο Μόναχο.
- Η τοπική οικονομία διαταράσσεται, οδηγώντας στην αντικατάσταση των τοπικών επιχειρήσεων με μαγαζιά με «σουβενίρ».
- Η τοπική παράδοση και ταυτότητα μπορεί να αλλοιωθούν. Εισάγονται νέες ιδέες που πολλές φορές είναι αντίθετες στην τοπική κουλτούρα.
- Οι τριβές μεταξύ κοινωνιών μπορεί να ενισχυθούν.
- Δημιουργείται εποχιακή απασχόληση, η οποία πολλές φορές δεν είναι καλά αμειβόμενη.





## 5 ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΒΕΛΤΙΩΣΗΣ ΤΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΤΟΥ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Παρόλο που η Ελλάδα διαθέτει πολλά πλεονεκτήματα που ευνοούν την ανάπτυξη του Αθλητικού Τουρισμού έναντι του ανταγωνισμού, υπάρχουν πολλά περιθώρια βελτίωσης. Ορισμένες προτάσεις δίνονται παρακάτω.

1. Διαχωρισμός γεωγραφικών περιοχών και προσδιορισμός ικανοτήτων κάθε Νομού της χώρας για να καθοριστούν τα ειδικά προϊόντα Αθλητικού Τουρισμού (αθλήματα / δραστηριότητες) όπου θα επικεντρωθούμε. Έτσι αφενός θα δημιουργηθεί ένας Χάρτης Αθλητικού Τουρισμού που θα είναι χρήσιμος για κάθε επαγγελματία και επισκέπτη και αφετέρου, θα γνωρίζουν όλοι οι εμπλεκόμενοι πού να επενδύσουν και τι να προωθήσουν.
2. Διαφήμιση σε μεγάλα διεθνή αθλητικά γεγονότα στο εξωτερικό καθώς και στο διαδίκτυο αφού αποτελεί πλέον ένα μέσο ενημέρωσης και κοινωνικής δικτύωσης. Η διανομή ειδικών εντύπων οδηγών και η παρουσία σε ειδικές εκθέσεις και συνέδρια Αθλητικού Τουρισμού είναι κοινές πρακτικές. Η διαφήμιση μπορεί να εστιάζει σε αθλήματα για τα οποία η Ελλάδα έχει ιστορική παράδοση (π.χ. Μαραθώνιος) ή αθλήματα για τα οποία διαθέτει ιδιαίτερους φυσικούς πόρους (π.χ. windsurfing, ιστιοπλοΐα, αναρρίχηση κλπ).
3. Διεξαγωγή έρευνας στους αθλητικούς τουρίστες πριν αλλά και μετά το αθλητικό ταξίδι, διότι οι επαγγελματίες που παρέχουν υπηρεσίες αθλητικού τουρισμού οφείλουν να γνωρίζουν τις απόψεις και τις προσδοκίες των πελατών τους αλλά και το βαθμό ικανοποίησης από τις παρεχόμενες υπηρεσίες/προϊόντα. Αυτό θα έχει σαν αποτέλεσμα οι επαγγελματίες να κατανοήσουν ποια σημεία χρειάζονται βελτίωση και οι καταναλωτές να απολαύσουν τις υπηρεσίες/προϊόντα όσο το δυνατόν πιο κοντά στις δικές τους προτιμήσεις. Η έρευνα θα πρέπει να περιλαμβάνει στοιχεία για:
  - τις δαπάνες για το ταξίδι που περιλαμβάνει αθλητικές δραστηριότητες
  - τα κίνητρα ταξιδιού

- το βαθμό ικανοποίησης των τουριστών
  - τη διάρκεια παραμονής
  - τον τύπο καταλύματος
  - δημογραφικές πληροφορίες (ηλικία, φύλο, εισόδημα, επάγγελμα).
4. Συνεργασία μεταξύ των επιχειρήσεων Αθλητικού Τουρισμού (σε πανελλήνιο, περιφερειακό και νομαρχιακό επίπεδο) με σκοπό την οργάνωση, προβολή και διαχείριση βιώσιμων αθλητικών γεγονότων - θεσμών, διεθνούς απήχησης αλλά και εσωτερικού χαρακτήρα. Θα βοηθήσει στην αύξηση της κατανάλωσης του αθλητικού τουριστικού προϊόντος της Ελλάδας.
  5. Δημιουργία πάρκων με εκπαιδευτικό και ψυχαγωγικό χαρακτήρα όπου μαθητές από όλο τον κόσμο θα επισκέπτονται, με στόχο την εκμάθηση αθλητικής ιστορίας και τη συμμετοχή σε αθλητικές δραστηριότητες.
  6. Αναβάθμιση, εκσυγχρονισμός και ίδρυση νέων καταλυμάτων με σκοπό τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας του τουριστικού συστήματος.
  7. Βελτίωση του οδικού δικτύου ώστε η πρόσβαση στους προορισμούς να γίνεται συντομότερη και ασφαλέστερη.
  8. Διάδοση των ωφελειών που έχει η συμμετοχή σε αθλητικές δραστηριότητες στην υγεία και στη φυσική κατάσταση με στόχο τη βελτίωση της ποιότητας ζωής των τουριστών, κάνοντας περισσότερο αθλητισμό και τουρισμό.
  9. Εκπαίδευση των επαγγελματιών του Αθλητικού Τουρισμού (π.χ. μέσω σεμιναρίων) για τη βελτίωση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών και την αποτελεσματικότερη προώθηση των προϊόντων τους.
  10. Συντονισμός των αθλητικών γεγονότων με την ψυχαγωγία ώστε να μεγιστοποιηθεί ο χρόνος παραμονής των αθλητικών τουριστών καθώς και τα έσοδα που δημιουργούν στην τοπική κοινωνία. Ο κάθε τουρίστας έχει την ανάγκη να αποκομίσει από την επίσκεψη στην χώρα μας θετικών εμπειριών, καλής ψυχολογίας, φιλικότητας και ισορροπημένης ζωής.
  11. Παροχή συμβουλών στην κυβέρνηση για την αποτελεσματική εκμετάλλευση των υποδομών των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004 και την ανάπτυξη περαιτέρω εγκαταστάσεων / υποδομών.
  12. Ανάπτυξη περιβαλλοντικής / οικολογικής συνείδησης ώστε οι αθλητικοί τουρίστες να σέβονται το περιβάλλον όπου διεξάγονται οι αθλητικές

δραστηριότητες. Η καταστροφή του φυσικού περιβάλλοντος υποβαθμίζει την ποιότητα ζωής του ανθρώπου και έχει επιπτώσεις στη χλωρίδα και την πανίδα μιας περιοχής. Συνεπώς η Πολιτεία θα πρέπει να θεσπίσει το κατάλληλο νομοθετικό πλαίσιο για την προστασία του περιβάλλοντος.



## 6 ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ ΤΟΥ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο Αθλητικός Τουρισμός στο μέλλον θα κληθεί να ανταποκριθεί στις ραγδαίες τεχνολογικές μεταβολές και καινοτομίες (Ritchie & Adair, 2004). Ορισμένα παραδείγματα περιλαμβάνουν την Εικονική Πραγματικότητα, το Διαδίκτυο και τη διαδραστική τηλεόραση. Καινοτόμες προσομοιώσεις πραγματοποιούνται στα παιχνίδια μηδενικής βαρύτητας (ποδόσφαιρο, βόλεϊ κλπ).

Με την Εικονική Πραγματικότητα για παράδειγμα, οι άνθρωποι μπορούν να προσομοιώσουν την εκμάθηση αθλημάτων. Η τεχνική αυτή μπορεί να εφαρμοστεί και σε πολλά αξιοθέατα του Αθλητικού Τουρισμού, μερικά από τα οποία βρίσκονται σε μουσεία Αθλητικού Τουρισμού (π.χ. στην Ελβετία). Επίσης, οι αθλητικοί τουρίστες κατά τη διάρκεια των διακοπών τους μπορούν να χρησιμοποιήσουν την Εικονική Πραγματικότητα για να αναπτύξουν αθλητικές δεξιότητες. Με αυτόν τον τρόπο, πολλές αθλητικές δραστηριότητες γίνονται πιο ελκυστικές. Συνεπώς, η συμμετοχή σε αθλητικές διοργανώσεις μπορεί να αυξηθεί.

Επιπλέον, η βιομηχανία της κρουαζιέρας εκδηλώνει μια ώθηση για αλλαγή στον τομέα του Αθλητικού Τουρισμού. Αξιοσημείωτο παράδειγμα είναι οι «Πόλεις στη Θάλασσα», όπου κρουαζιερόπλοια με μέγεθος ποδοσφαιρικού γηπέδου προσφέρουν αθλητικές εγκαταστάσεις τελευταίας τεχνολογίας σε συνδυασμό με εξατομικευμένα προγράμματα και υπηρεσίες.



## 7 ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Ο Αθλητικός Τουρισμός αποτελεί ένα σύγχρονο φαινόμενο με πολλές προεκτάσεις σε οικονομικό, πολιτιστικό, κοινωνικό και περιβαλλοντικό επίπεδο. Περιλαμβάνει τα ταξίδια που γίνονται τόσο για την παρακολούθηση αθλητικών διοργανώσεων αλλά και για τη συμμετοχή σε αθλητικές δραστηριότητες. Για την ανάπτυξή του είναι αναγκαίες οι υποδομές σε αθλητικές εγκαταστάσεις, μεταφορές, υπηρεσίες, καταλύματα, διασκέδαση κ.ά. Πολλές χώρες επενδύουν στον Αθλητικό Τουρισμό, ανάμεσά τους ο Καναδάς, οι Η.Π.Α., η Γερμανία, το Ηνωμένο Βασίλειο και η Αυστραλία.

Η Ελλάδα, η χώρα όπου γεννήθηκαν οι Ολυμπιακοί Αγώνες, έχει δυνατότητες για ανάπτυξη αθλητικών δραστηριοτήτων, καθώς και για διεξαγωγή αθλητικών αγώνων. Η ιστορική παράδοση στον αθλητισμό, καθώς και η γεωμορφολογία της (ορεινοί όγκοι, παραθαλάσσιες περιοχές, νησιά) δίνουν ένα σημαντικό πλεονέκτημα στην Ελλάδα σε σχέση με τους ανταγωνιστές της. Από το 2004, χρονιά τέλεσης των σύγχρονων Ολυμπιακών Αγώνων στην Ελλάδα, διοργανώνονται σπουδαία αθλητικά γεγονότα, όπως παγκόσμια και πανευρωπαϊκά πρωταθλήματα, διεθνή τουρνουά κ.ά. που έχουν ως αποτέλεσμα τη διαφήμιση της χώρας στο εξωτερικό. Επίσης πολλά ξενοδοχεία διαθέτουν ειδικές εγκαταστάσεις για αθλητικές δραστηριότητες αναψυχής των πελατών τους (μπάσκετ, βόλεϊ, τένις, γκολφ, θαλάσσια σπορ κ.ά.).

Παρόλο που ο Αθλητικός Τουρισμός προσφέρει πολλά πλεονεκτήματα, όπως η οικονομική ανάπτυξη, η δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, αλλά και νέων εσόδων,

υπάρχουν σημαντικοί κίνδυνοι και προκλήσεις που πρέπει να ληφθούν υπόψη και να αντιμετωπιστούν αποτελεσματικά, όπως η ρύπανση του περιβάλλοντος και η εγκληματικότητα.

Τέλος, οι εξελίξεις στον τομέα του Αθλητικού Τουρισμού θα εξαρτηθούν από πολλούς παράγοντες, όπως το μέλλον της παγκόσμιας και της ελληνικής οικονομίας, οι ραγδαίες τεχνολογικές μεταβολές κ.ά.. Το σίγουρο όμως είναι ότι ο Αθλητικός Τουρισμός στα επόμενα χρόνια θα είναι ένα είδος τουρισμού που θα προσελκύει το ενδιαφέρον διαρκώς μεγαλύτερης μερίδας ανθρώπων.

## 8 ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Αλεξανδρής Κ., (2008), Σημειώσεις «Θέματα Διοίκησης Αθλητισμού Αναψυχής». Προσπελάστηκε στις 15/12/2012 από: [http://webzone.itc.auth.gr:40001/userfiles/file/Simiosis%20Mathimatos%20Atlitis%20Anapsicis\\_470.pdf](http://webzone.itc.auth.gr:40001/userfiles/file/Simiosis%20Mathimatos%20Atlitis%20Anapsicis_470.pdf)
- Ατσαλάκης Μ., (2004), Σημειώσεις «Αθλητικός Τουρισμός». Προσπελάστηκε στις 4/1/2013 από: [http://www.lib.teiher.gr/webnotes/sdo/Sport Tourism/](http://www.lib.teiher.gr/webnotes/sdo/Sport%20Tourism/)
- Αυθίνος Γ., (1998), «Άσκηση, άθληση, κινητική αναψυχή - Οργανωτική διάσταση». Αθήνα: Πανεπιστήμιο Αθηνών.
- Αυθίνος Γ., Βλάχου Χ. & Χαραλάμπους Κ., (2000), «Χώρος διακοπών στην Ελλάδα: Νέες εργασιακές προοπτικές για τελειόφοιτους ΤΕΦΑΑ». Αθλητική Απόδοση και Υγεία, 2.
- Αυθίνος Γ., Τζέτζης Γ. & Χαραλάμπους Κ. (2001), «Η εμπύχωση (animation) σε ξενοδοχεία διακοπών της Ελλάδας». Φυσική Αγωγή - Αθλητισμός – Υγεία, 10-11, 39-51.
- Banzer F., (2005), «Sport Tourism, Skiing in the Dolomites». Προσπελάστηκε στις 5/1/2013 από: <http://www.banzer.info/downloads/skiinginthedolomitesreport.pdf>
- Βογιατζάκη Ε., Χαραχούσου Υ. & Καμπίτσης Χ., (2001), «Αθλητικές εγκαταστάσεις και προγράμματα animation στα ξενοδοχεία Λουξ και Α' κατηγορίας της Κρήτης». Άθληση και Κοινωνία, 28. Πρακτικά 9ου Διεθνούς Συνεδρίου Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού, Κομοτηνή.
- Gammon S., Robinson T., (1997) «Sport and tourism: A conceptual framework». Journal of Sport Tourism 4 (3).
- Γκουτζιούπας Γ. Ι.Μ., (2006), «Αθλητικός Τουρισμός: Δεδομένα και Ζητούμενα στην Ελληνική Πραγματικότητα 2003 – 2006». Προσπελάστηκε στις 20/12/2012 από: [http://traveldailynews.gr/pdf/SportTourismBook\\_by\\_Goutzioupas\\_George.pdf](http://traveldailynews.gr/pdf/SportTourismBook_by_Goutzioupas_George.pdf)

Γκουτζιούπας Γ. Ι.Μ., (2008), «Το Ελληνικό Αθλητικό Τουριστικό Προϊόν». Προσπελάστηκε στις 4/1/2013 από: [http://traveldailynews.gr/pdf/SPORT\\_TOURISM\\_PRODUCT%20OF\\_GREECE.pdf](http://traveldailynews.gr/pdf/SPORT_TOURISM_PRODUCT%20OF_GREECE.pdf)

Glinia E., Laloumis D., (1999), «Club - Hotel animation and Animation in the Greek hotel enterprises: Areas of contrasts». In G. Costa, A. Koustelios, N. Theodorakis, G. Tzetzis, & Y. Afthinos, (Eds). Proceedings of the 7th Congress of the European Association for Sport Management, Thessaloniki, Greece: Hellenic Sport Management Association.

Γλυνιά Ε. & Μαλλιωτάκης Μ., (1998), «Εναλλακτικές δραστηριότητες αναψυχής για μεγάλες τουριστικές μονάδες στην Ελλάδα». Άθληση και Κοινωνία, 22. Πρακτικά 7ου Διεθνούς Συνεδρίου Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού, Κομοτηνή.

Γλυνιά Ε., Κώστα Γ. & Αντωνίου Π., (2001), «Ανασκόπηση στη διαχείριση της αναψυχής σε ξενοδοχειακές επιχειρήσεις». Άθληση και Κοινωνία, 28. Πρακτικά 9ου Διεθνούς Συνεδρίου Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού, Κομοτηνή.

Διεθνές Συμβούλιο Αθλητικού Τουρισμού, Ερευνητική Μονάδα Ελλάδος, (2000). Προσπελάστηκε στις 15/12/2012 από: <http://www.sport-tourism.com/>

Καραντζαβέλου Β., (2004), «Κερδοφόρα επιχείρηση πολλών δις. ο Αθλητικός Τουρισμός». Προσπελάστηκε στις 13/12/2012 από: <http://traveldailynews.gr/news/article/18473>

Κλόκας Ν., (2007), «Το παρόν και το μέλλον του Αθλητικού Τουρισμού στην Ελλάδα». Προσπελάστηκε στις 15/12/2012 από: [http://mobile.kathimerini.gr/4dcgi/\\_w\\_articles\\_kathextra\\_1\\_07/09/2007\\_202759](http://mobile.kathimerini.gr/4dcgi/_w_articles_kathextra_1_07/09/2007_202759)

Κώστα Γ., Γλυνιά Ε., Αντωνίου Π., Γούδας Μ. & Κουθούρης Χ., (2003), «Εκτίμηση της Ποιότητας Υπηρεσιών Άθλησης και Ψυχαγωγίας σε Ξενοδοχεία Διακοπών». Αναζητήσεις στη Φυσική Αγωγή και τον Αθλητισμό, 1.

Μάντζιος Ν., Γλυνιά Ε., (2005), «Η Αγορά της Άθλησης και Ψυχαγωγίας (Animation) σε Ξενοδοχειακές Μονάδες στην Ελλάδα: Προβλήματα και Προοπτικές». Αναζητήσεις στη Φυσική Αγωγή και τον Αθλητισμό, τόμος 3, τεύχος 1, Ελληνική Ακαδημία Φυσικής Αγωγής.



- Μαυρίδης Θ., Παπαδουκάκης Α., Μάντης Κ. & Κώστα Γ., (1998), «Αντιλήψεις για προγράμματα Αθλητικής Αναψυχής από διευθυντές ξενοδοχείων στις Κυκλάδες». Άθληση και Κοινωνία, 22. Πρακτικά 7ου Διεθνούς Συνεδρίου Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού, Κομοτηνή.
- Μηλιάρá Κ., Θώμογλου Γ., Τοσουνίδης Α. & Δουραχαλή Ε., (2000), «Το προφίλ των amateur και πελατών σε ξενοδοχεία της Κρήτης». Άθληση και Κοινωνία, 25. Πρακτικά 8ου Διεθνούς Συνεδρίου Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού, Κομοτηνή.
- McIntosh J., & Goeldner C., (1990), «Tourism: Principles, Practices and Philosophy». 6th Edition. USA: Willey & Sons.
- Μπόικου Ε., Γλυνιά Ε., Γερακίτη Γ., Δεληγιάννη Π., Τρίκας Γ. & Κώστα Γ., (2000), «Βιβλιογραφική ανασκόπηση για τη σημασία και τις παραμέτρους της animation - αναψυχής στα ξενοδοχειακά συγκροτήματα». Άθληση και Κοινωνία, 25. Πρακτικά 8ου Διεθνούς Συνεδρίου Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού, Κομοτηνή.
- Νάσσης Π., Παπαγεωργίου Φ., (1998), «Αθλητισμός και άσκηση σε ξενοδοχειακές μονάδες». Άθληση και Κοινωνία, 17. Πρακτικά 6ου Διεθνούς Συνεδρίου Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού, Κομοτηνή.
- Ντεβέ Μ. & Ατσαλάκης Μ., (1998), «Συμμετοχή πελατών ξενοδοχείου σε προγράμματα animation». Άθληση και Κοινωνία, 22. Πρακτικά 7ου Διεθνούς Συνεδρίου Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού, Κομοτηνή.
- Πουτέτση Χ., (2010), «Εναλλακτικές μορφές: Στροφή στον Αθλητικό Τουρισμό». Προσπελάστηκε στις 20/12/2012 από: <http://www.tovima.gr/finance/finance-business/article/?aid=351113>
- Πυνητζής Γ., (1996), «Κίνητρα τουριστών για συμμετοχή σε προγράμματα αθλητικής αναψυχής». Φυσική Αγωγή - Αθλητισμός – Υγεία, 2.
- Πυνητζής Γ., (1998), «Αποτελέσματα έρευνας Αθλητικής Αναψυχής σε Ξενοδοχεία (Lux, Α΄ κατηγορίας) στην Κρήτη». Φυσική Αγωγή - Αθλητισμός – Υγεία, 4.
- Ritchie B. W., Adair D., (2004), «Sport tourism: interrelationships, impacts and issues». Clevedon: Channel View Publications.

- Σερκεδάκης Γ., (2012), «Φορέας Ανάπτυξης ο Αθλητικός Τουρισμός». Προσπελάστηκε στις 4/1/2013 από: <http://www.tennisnews.gr/greek-tennis/regional/8586-serkedakis-tennis-boost>
- Σουβατζή Μ., Λασπάς Α., Τριγώνης Γ., Κουταλιανός Μ. & Κώστα Γ., (2003), «Απόψεις των τουριστών για την παροχή υπηρεσιών άθλησης και αναψυχής στα ξενοδοχεία της Λέσβου». Άθληση και Κοινωνία, 34. Πρακτικά 11ου Διεθνούς Συνεδρίου Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού, Κομοτηνή.
- Standeven J., Deknop P., (1999), «Sport tourism». Champaign, Human Kinetics.
- Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ), «Βασικά Μεγέθη του Ελληνικού Τουρισμού 2011», προσπελάστηκε στις 5/1/2013 από: <http://www.sete.gr/default.php?pname=GreekTourism2011&la=1>
- Τερζάκης Δ., (2004), «Αθλητικός Τουρισμός και Περιβάλλον». Προσπελάστηκε στις 5/1/2013 από: <http://www.cretanews.com/site/index.php?page=art&article=206&lang=1>
- Τερζάκης Δ., (2008), «Αθλητικός Τουρισμός και Ευρωπαϊκή Αθλητική Πολιτική Σήμερα». Προσπελάστηκε στις 15/12/2012 από: <http://traveldailynews.gr/columns/article/1712>
- Τσάρτας Π. κ.ά., (2010), «Η σημασία του τουρισμού για την ελληνική οικονομία / κοινωνία & προτάσεις πολιτικής για την τουριστική ανάπτυξη». Πανεπιστήμιο Αιγαίου.
- Φιλίππιδης Δ. & Γκόλιας Ν., (2001), «Ψυχαγωγία και Άθληση Πελατών Ξενοδοχείων». Αθήνα: Έλλην.