

**ΑΝΩΤΑΤΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ
ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ ΚΡΗΤΗΣ
ΣΧΟΛΗ: ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ: ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

ΘΕΜΑ: ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ, ΠΡΟΠΟΝΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

ΑΡΙΣΤΟΦΑΝΗΣ ΛΕΚΑΝΙΔΗΣ, Α.Μ. 2894

ΕΙΣΗΓΗΤΗΣ: ΜΙΧΑΛΗΣ ΑΤΣΑΛΑΚΗΣ

Μάρτιος 2005

Π Ε Ρ Ι Ε Χ Ο Μ Ε Ν Α

Κεφάλαιο 1

Ο τουρισμός στην Ελλάδα με την έλευση του 21^{ου} αιώνα	σελ. 3
------------------------------------------------------------------------	--------

Κεφάλαιο 2

Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού και ο αθλητικός τουρισμός	σελ. 7
2.1 Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού	σελ. 7
2.2 Ο αθλητικός τουρισμός	σελ. 12
2.3 Οι απαντήσεις που μπορούν να δοθούν μέσω του αθλητικού τουρισμού	σελ. 15

Κεφάλαιο 3

Η διαδικασία διεξαγωγής της έρευνας	σελ. 18
3.1 Η επιλογή του προπονητικού τουρισμού ως πεδίο έρευνας	σελ. 18
3.2 Η δημιουργία του ερωτηματολογίου	σελ. 19
3.3 Η συλλογή στοιχείων	σελ. 21
3.4 Οι συνεντεύξεις	σελ. 23

Κεφάλαιο 4

Τα αποτελέσματα της έρευνας	σελ. 29
4.1 Τοποθεσία και κλιματολογικές συνθήκες	σελ. 29
4.2 Παρεχόμενες υπηρεσίες και φιλικά	σελ. 34
4.3 Οικονομικός παράγοντας	σελ. 36
4.4 Τα άτομα της ομάδας που κάνουν την επιλογή	σελ. 37
4.5 Κριτική θεώρηση των απαντήσεων που δόθηκαν σε σχέση με τα πεπραγμένα των ομάδων το θέρος του 2004	σελ. 38

Κεφάλαιο 5

Συμπεράσματα	σελ. 40
5.1 Δυνατότητα δημιουργίας προπονητικών κέντρων, απαραίτητες εγκαταστάσεις και αποπληρωμή της επένδυσης	σελ. 40
5.2 Προσέλκυση τουριστών τη χειμερινή περίοδο με τη δημιουργία ποδοσφαιρικών προπονητικών κέντρων	σελ. 40

5.3 Τουριστική ανάπτυξη των ορεινών περιοχών της Ελλάδας κατά την καλοκαιρινή περίοδο	σελ. 42
5.4 Προσέλκυση τουριστών ανώτερου βιοτικού και μορφωτικού επιπέδου	σελ. 44
5.5 Δυνατότητα βελτίωσης του τουριστικού προϊόντος στην Ελλάδα	σελ. 45
<u>ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ</u>	σελ. 46
<u>ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ</u>	σελ. 55

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο
Ο τουρισμός στην Ελλάδα με την έλευση του
21^{ου} αιώνα

Ο τουρισμός κατά το δεύτερο μισό του προηγούμενου αιώνα, με τις ευνοϊκότερες συνθήκες εργασίας, που έδιναν τη δυνατότητα στους εργαζόμενους να κάνουν διακοπές, και την ταχεία ανάπτυξη των μέσων μεταφοράς, εξελίχθηκε σταδιακά σε έναν από τους βασικούς τομείς παραγωγής για πολλές χώρες, μεταξύ των οποίων και η Ελλάδα. Για την Ελλάδα, ο τουρισμός είναι ένας από τους σημαντικότερους οικονομικούς παράγοντες και αυτό είναι εμφανέστατο και από την ίδρυση του υπουργείου τουρισμού από την τρέχουσα κυβέρνηση.

Κάθε χρόνο εκατομμύρια άτομα από το εξωτερικό και η πλειοψηφία των Ελλήνων επιλέγουν την Ελλάδα ως τουριστικό προορισμό. Ο αριθμός των ατόμων από το εξωτερικό αυξάνεται και τα τελευταία χρόνια έχει φτάσει στο σημείο να ξεπερνάει τον αριθμό των μονίμων κατοίκων της χώρας (Παράρτημα 1). Το ταξιδιωτικό συνάλλαγμα, όπως ονομάζεται το συνάλλαγμα που αφήνουν οι αλλοδαποί τουρίστες, είναι πολύ σημαντικό για την Ελληνική οικονομία αφού υπερβαίνει κατά πολύ τις εξαγωγές (Παράρτημα 2) και βοηθάει τα μέγιστα στον ισοσκελισμό εξαγωγών- εισαγωγών. Παράλληλα, για τις τοπικές κοινωνίες, τα έσοδα, από τους αλλοδαπούς καθώς και από τους ημεδαπούς τουρίστες, είναι πολλαπλά. Ο τουρισμός βοηθάει στην ανάπτυξη όλων των τομέων παραγωγής μιας και απορροφά το μεγαλύτερο μέρος των προϊόντων του πρωτογενούς και δευτερογενούς τομέα παραγωγής .

Ο αριθμός των ατόμων που επιλέγουν την Ελλάδα ως τόπο τουρισμού έχει αυξητική τάση. Τα άτομα όμως που επισκέπτονται την Ελλάδα είναι κατά κύριο λόγο άτομα χαμηλού βιοτικού και μορφωτικού επιπέδου που κατά την περίοδο των διακοπών τους επιθυμούν τη διασκέδαση ως των εσχάτων και δεν ενδιαφέρονται να γνωρίσουν τα ήθη και έθιμα της περιοχής που επισκέπτονται. Επιπλέον δεν έχουν καμία διάθεση να αλλάξουν τον τρόπο διαβίωσης τους με αποτέλεσμα ο τόπος επίσκεψης να γεμίζει Αγγλικές, Σκανδιναβικές, Σκοτσέζικες και διαφόρων άλλων ειδών μπιτυραρίες και λοιπά καταστήματα ώστε να μην αντιληφθούν ότι έφυγαν από τον μόνιμο τόπο κατοικίας τους. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα για τους μεν τουρίστες να μην υπάρχει διαφορά αν βρίσκονται

στην Ρόδο, την Κύπρο την Ibiza ή σε οποιοδήποτε άλλο μέρος της υφηλίου, για τους δε μόνιμους κατοίκους μια εκ βάρων μετατροπή του τρόπου διαβίωσής τους. Το ιδανικό θα ήταν οι επισκέπτες της Ελλάδας να είναι άτομα τα οποία θα την επισκέπτονται με σκοπό να γνωρίσουν τα ήθη και έθιμα του τόπου και την αμοιβαία ανταλλαγή πολιτισμικών στοιχείων που μακροπρόθεσμα ωφελεί και τους μεν και τους δε. Αυτό είναι δυνατό να επιτευχθεί μέσω της αύξησης του βιοτικού και μορφωτικού επιπέδου των αλλοδαπών τουριστών που λόγω της πνευματικής εργασίας που κάνουν έχουν περισσότερες αντοχές και πνευματικά αποθέματα να καταναλώσουν για τον σκοπό αυτό. Το πρώτο ερώτημα που τίθεται είναι αν μπορεί η Ελλάδα ως τουριστικός προορισμός να προσελκύσει τέτοιου είδους επισκέπτες οι οποίοι θα σέβονται τα ήθη και έθιμα της χώρας και δεν θα προκαλούν με την εριστική συμπεριφορά τους κατά τη διάρκεια της παραμονής τους, όπως συνέβη το προηγούμενο καλοκαίρι στην περιοχή Φαληράκι της Ρόδου ή με τα διάφορα γεγονότα που διαδραματίζονται κατά καιρούς στη Χερσόνησο Ηρακλείου Κρήτης.

Άλλο ένα ερώτημα που τίθεται για τον τουρισμό είναι το πώς μπορεί να αντιμετωπισθεί η καταστροφή του περιβάλλοντος που συντελείται στις ανεπτυγμένες τουριστικά περιοχές από την συσσώρευση του κύριου όγκου των τουριστών, και των υγρών και στερεών λημμάτων που εναποθέτουν στις περιοχές αυτές, κατά τη διάρκεια ορισμένης χρονικής περιόδου του έτους. Ο τουρισμός στην Ελλάδα βασίζεται κυρίως στις καλές καιρικές συνθήκες που επικρατούν το καλοκαίρι και τις όμορφες παραλίες. Το παραπάνω έχει ως αποτέλεσμα ο κύριος όγκος των τουριστών να επιλέγει να έρθει το καλοκαίρι (Παράρτημα 3), γεγονός που επιφέρει μεγάλη επιβάρυνση του περιβάλλοντος τους μήνες αυτούς και μείωση του φυσικού κάλλους που είναι από τους κύριους λόγους επιλογής των περιοχών αυτών από άλλες. Ως ένα βαθμό το πρόβλημα αντιμετωπίζεται στις διαστάσεις που βρίσκεται τώρα, όμως, όπως προαναφέρθηκε, ο αριθμός των τουριστών έχει αυξητική τάση με αποτέλεσμα να αυξάνεται και το πρόβλημα λόγω του ότι οι επιπλέον τουρίστες επιλέγουν κατά κύριο λόγο και αυτοί το καλοκαίρι που το πρόβλημα είναι ήδη αρκετά μεγάλο. Το ζητούμενο, λοιπόν, είναι να κατευθυνθεί η αύξηση στους χειμερινούς μήνες που το πρόβλημα είναι μικρότερο και συνεπώς ευκολότερο να αντιμετωπισθεί. Με τον τρόπο αυτό δε θα επιβαρυνθεί επιπλέον το περιβάλλον και παράλληλα δε θα δαπανηθούν πολύτιμοι πόροι για τη δημιουργία νέων μονάδων για την φιλοξενία του αυξανόμενου αριθμού τουριστών.

Η πιθανή αύξηση του αριθμού τουριστών κατά την διάρκεια του χειμώνα στις περιοχές αυτές θα επιφέρει πολλαπλά οφέλη. Εκτός από την μείωση των περιβαλλοντικών προβλημάτων, που θα προκληθούν αν συνεχισθεί η αύξηση του αριθμού τουριστών να ισχύει για την περίοδο του καλοκαιριού και μόνο, όπως ισχύει έως τώρα, θα επιφέρει και οικονομικά οφέλη στις τοπικές κοινωνίες. Οι τουριστικές μονάδες παραμένουν στην πλειοψηφία τους κλειστές τον χειμώνα. Αυτό από μόνο του σημαίνει επιμήκυνση της αποπληρωμής του κεφαλαίου που επενδύθηκε για τη δημιουργία της μονάδας σε βάθος χρόνου και εγκλωβισμό κεφαλαίων τα οποία θα μπορούσαν να επενδυθούν εκ νέου. Επιπλέον θα μειωθεί και η εποχική ανεργία. Οι εργαζόμενοι των μονάδων αυτών παραμένουν άνεργοι για το μισό και πλέον του έτους. Η αγοραστική δύναμη των προαναφερθέντων ατόμων είναι ελάχιστη την χειμερινή περίοδο και σε συνάρτηση με τη μη λειτουργία των τουριστικών επιχειρήσεων, έχουμε ως φυσικό επακόλουθο τη μείωση της παραγωγής, και φυσικά των εσόδων, των άλλων τομέων της παραγωγής (πρωτογενούς και δευτερογενούς) μιας και ο κύριος όγκος των προϊόντων καταναλώνεται χάρη στον τουρισμό. Περνάει οπότε το χειμώνα, περίοδο ύφεσης όλη η τοπική οικονομία. Θα πρέπει να εξαιρεθεί, όσο είναι δυνατόν, η διαφορά που υπάρχει μεταξύ των τουριστών που επιλέγουν να επισκεφθούν την Ελλάδα το καλοκαίρι με αυτούς που επιλέγουν να την επισκεφθούν το χειμώνα. Πως όμως μπορούμε να κατευθύνουμε την αύξηση του αριθμού των τουριστών προς τη χειμερινή περίοδο; Είναι εφικτό κάτι τέτοιο; Εάν δεν είναι εφικτό να κατευθυνθεί μέρος του τουρισμού προς τη χειμερινή περίοδο, ίσως είναι εφικτό να κατευθυνθεί μέρος αυτού προς τις περιοχές που είναι λιγότερο ευνοημένες από τη φύση και μέχρι τώρα δε δέχονται μεγάλο αριθμό τουριστών.

Λόγω της μορφής του τουριστικού προϊόντος που προσφέρει η Ελλάδα, ήλιος και θάλασσα, περιοχές που δεν είναι κοντά στη θάλασσα δεν είναι αξιοποιημένες τουριστικά. Αυτές οι περιοχές βρίσκονται στην ηπειρωτική Ελλάδα και είναι επί τω πλείστων ορεινές. Περιοχές με απέραντο φυσικό κάλλος, δίπλα σε καταπράσινα δάση και ολοκάθαρα ποτάμια, δεν επιλέγονται από τους τουρίστες επειδή απουσιάζει ένα σημαντικό συστατικό, η θάλασσα. Αν γίνει μία πρόχειρη σύγκριση μεταξύ μίας οποιασδήποτε νησιωτικής περιοχής με μία ηπειρωτική περιοχή, πλην κάποιων συγκεκριμένων περιοχών όπως τα μεγάλα αστικά κέντρα των Αθηνών και της Θεσσαλονίκης, θα δούμε απευθείας το τεράστιο μέγεθος της διαφοράς που υφίσταται (Παράρτημα 4). Είναι όντως εφικτό μέρος του αριθμού των τουριστών να διοχετευθεί προς τις περιοχές

αυτές; Με ποιους τρόπους είναι δυνατόν να μειώσουμε την υπάρχουσα διαφορά;

Αυτά εν ολίγη είναι τα σημαντικότερα ερωτήματα που τίθενται με γνώμονα την ορθότερη περαιτέρω ανάπτυξη του τουρισμού στην Ελλάδα και τα οποία χρήζουν απάντησης. Θα πρέπει να προστεθεί και ο αναπόφευκτος προβληματισμός του γιατί ενώ το 2004 ήταν έτος διεξαγωγής των Ολυμπιακών Αγώνων στην Ελλάδα οι αφίξεις μειώθηκαν κατά 5% σε σχέση με το προηγούμενο έτος και τα έσοδα κατά 15% (ta-nea.dolnet.gr) ή του γιατί υπήρξε ύφεση κατά 10% του τουρισμού σύμφωνα με δυσμενέστερες εκτιμήσεις, (www.enet.gr).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο

Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού και ο αθλητικός τουρισμός

Από τη στιγμή που θα μελετηθούν τα στοιχεία που διαθέτει ο Ελληνικός Οργανισμός τουρισμού μέσω των στατιστικών πινάκων που παρατίθενται στην ιστοσελίδα του οργανισμού (Παραρτήματα 1, 3 και 4) και γίνει αποδεκτή η ύπαρξη των προβλημάτων που αναφέρθηκαν στο προηγούμενο κεφάλαιο, προβλήματα που είναι κοινό μυστικό για όσους ασχολούνται με το συγκεκριμένο κομμάτι της Ελληνικής οικονομίας, το ερώτημα που γεννάται είναι: μπορούν να διορθωθούν αυτά τα κακώς κείμενα του Ελληνικού τουρισμού και αν ναι πώς; Η απάντηση στο παραπάνω ερώτημα μπορεί να δοθεί μόνο μέσω της έρευνας των διαφόρων τρόπων που έχουν προταθεί για τη βελτίωση του τουριστικού προϊόντος και την αύξηση των θετικών αποτελεσμάτων που επιφέρει ο τουρισμός στις τοπικές κοινωνίες και το σύνολο της χώρας. Οι τρόποι βελτίωσης που έχουν προταθεί είναι πολλοί. Αρκετοί μελετητές θεωρούν ως έναν από τους ικανοποιητικότερους τρόπους αντιμετώπισης των προβλημάτων που αντιμετωπίζει ο τουρισμός στην Ελλάδα, αλλά και στην υπόλοιπη υφήλιο, τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού.

2.1 Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού

Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού, όπως άλλωστε υποδηλώνει και η ονομασία τους, προσφέρουν εναλλακτικά είδη τουριστικών υπηρεσιών από αυτά που ήδη προσφέρονται μέσω της υπάρχουσας κυρίαρχης μορφής τουρισμού έως σήμερα, του μαζικού τουρισμού, sun, sea and sand (ήλιος, θάλασσα και άμμος). Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού, αν και παλαιές ως έννοια, δεν είναι αναπτυγμένες στο έπακρο, οι περισσότερες από αυτές βρίσκονται ακόμα σε στάδιο ανάπτυξης. Οι επιχειρήσεις που έχουν ως βλέψη την αύξηση του αριθμού τουριστών που τις επιλέγουν, θα μπορούσαν να απευθυνθούν σε άτομα που επιθυμούν να αποκτήσουν τις υπηρεσίες των εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Μερικές από τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού είναι οι: **αθλητικός τουρισμός, οικοτουρισμός, γεωτουρισμός, αγροτουρισμός, αρχαιολογικός τουρισμός, θρησκευτικός τουρισμός, συνεδριακός**

τουρισμός, ιαματικός τουρισμός και τουρισμός περιπέτειας,
(www.alternativegreece.gr).

Ο **οικοτουρισμός** προσπαθεί να εξυπηρετήσει τους τουρίστες που επιθυμούν να έρθουν σε επαφή με την άγρια φύση. Στην Ελλάδα δέκα περιοχές έχουν κηρυχθεί εθνικοί δρυμοί (ο Όλυμπος, το φαράγγι της Σαμαριάς, ο Παρνασσός, η Πάρνηθα, ο Αίνος στην Κεφαλλονιά, η Οιτή στην Λαμία, η Βάλια Κάλντα και ο Βίκος- Αώος στην Πίνδο, οι Πρέσπες και το Σούνιο, εκ των οποίων οι δύο πρώτοι έχουν χαρακτηριστεί τόποι φυσικής κληρονομιάς από την UNESCO, www.unesco.org, www.netcontrol.net/oxygen/) και αρκετές άλλες εθνικά πάρκα ή υγροβιότοποι (Παράρτημα 5) με απώτερο σκοπό τη διάσωση και προστασία της χλωρίδας και πανίδας των περιοχών αυτών και ιδιαίτερα των ειδών που βρίσκονται υπό τον κίνδυνο εξαφάνισης, καθώς και την ασφαλή μετανάστευση των αποδημητικών πτηνών που χρησιμοποιούν τα συγκεκριμένα σημεία ως ενδιάμεσους σταθμούς στο ταξίδι τους προς θερμότερα κλίματα. Στα όρια των περιοχών αυτών τοπικοί φορείς και οικολογικές οργανώσεις, σεβόμενοι την φύση που έχουν ταχθεί να προστατέψουν, μετέτρεψαν παλαιές κατοικίες τοπικών οικισμών σε ξενώνες ώστε να φιλοξενηθούν τα άτομα που θέλουν να θαυμάσουν τα ζώα στο φυσικό τους περιβάλλον ενώ παράλληλα φρόντισαν να παρέχονται όλες οι απαραίτητες υπηρεσίες για την άνετη διαμονή τους έχοντας ως στόχο την εξασφάλιση πόρων που θα βοηθήσουν στην όσο το δυνατόν καλύτερη προστασία και φύλαξη τους, όπως επίσης και τον ισοσκελισμό των εσόδων του τοπικού πληθυσμού από τον τουρισμό με τα έσοδα που χάνονται από ασχολίες που απαγορεύτηκαν νομοθετικά στα όρια των περιοχών αυτών (περιοχές ιδιαίτερου φυσικού κάλλους **N. 1337**, περιοχές προστασίας της φύσης **N. 360/76**, θαλάσσιο πάρκο **N. 1650/86**, www.netcontrol.net/oxygen/). Αυτή είναι η αρχική μορφή του οικοτουρισμού που σε μεταγενέστερο στάδιο έχει ως σκοπό την προσέλκυση όσο το δυνατόν περισσότερων τουριστών σε αυτή τη μορφή τουρισμού και αύξηση των εσόδων που λαμβάνουν από αυτόν οι τοπικές κοινωνίες.

Μία νεότερη μορφή εναλλακτικού τουρισμού είναι ο **γεωτουρισμός**. Ο γεωτουρισμός προσελκύει τουρίστες που επιθυμούν να θαυμάσουν τοπία που έχουν σμιλευτεί από τις δυνάμεις της φύσης (θάλασσα, βροχή, αέρας, σεισμοί) στα βάθη των αιώνων. Τέτοια μέρη είναι ορεινοί σχηματισμοί, φαράγγια, καταρράκτες, σπήλαια, χαράδρες, ηφαίστεια, έρημοι και θερμοπίδακες. Κάποια χαρακτηριστικά τοπία που παρουσιάζουν τέτοιο ενδιαφέρον στην Ελλάδα είναι η καλδέρα της Σαντορίνης, το φαράγγι της Σαμαριάς, τα Μετέωρα,

και το απολιθωμένο δάσος της Λέσβου, (www.anthropos.gr). Το τελευταίο μαζί με το φυσικό πάρκο του Ψηλορείτη στην Κρήτη ανήκουν στο δίκτυο Ευρωπαϊκών γεωπάρκων, (www.europeangeoparks.org). Στα μέρη γεωλογικού ενδιαφέροντος αρκετές φορές μπορεί να συνδυαστεί ο γεωτουρισμός και με άλλα είδη τουρισμού όπως για παράδειγμα τον οικοτουρισμό στο φαράγγι της Σαμαριάς που έχει κηρυχθεί Εθνικός Δρυμός στη προσπάθεια προστασίας του άγριου αϊγαγρου της Κρήτης (Κρι- κρι).

Με τη φύση, αλλά ειδικότερα με τον άνθρωπο που ζει σε αυτήν, ασχολείται και ο **αγροτουρισμός**. Ενώ, όπως είδαμε προηγουμένως, κάποιοι τουρίστες ενδιαφέρονται να έρθουν σε επαφή με τη φύση, κάποιοι άλλοι θέλουν να γνωρίσουν τον άνθρωπο που ζει από αυτή και την καθημερινότητά του. Οι κάτοικοι των μεγαλουπόλεων κουρασμένοι από τους γρήγορους ρυθμούς, το άγχος και τη βοή της πόλης επιθυμούν να ζήσουν για λίγο όπως οι αγρότες, να γνωρίσουν τους ρυθμούς της ζωής τους και τον τρόπο παρασκευής των διαφόρων αγροτικών προϊόντων που καταναλώνουν καθημερινά. Ο αγροτουρισμός δίνει ακριβώς αυτή τη δυνατότητα στους αστούς που το επιθυμούν, σε κάποιες περιπτώσεις μάλιστα δίνεται η δυνατότητα στους τουρίστες να συμμετάσχουν ενεργά στη διαδικασία παραγωγής των προϊόντων αυτών (π.χ. συμμετοχή στον τρύγο και το πάτημα των σταφυλιών για παραγωγή κρασιού). Επίσης τους δίνει τη δυνατότητα να γνωρίσουν τα τοπικά ήθη και έθιμα, να απολαύσουν τη φύση, και να δραστηριοποιηθούν και σε άλλες μορφές τουρισμού που έχουν σχέση με τη φύση (οικοτουρισμός, γεωτουρισμός) εφόσον το επιθυμούν. Σε διάφορα, ορεινά κυρίως, χωριά οργανώθηκαν συνεταιρισμοί που αφοσιώθηκαν στη παρασκευή παραδοσιακών προϊόντων, στον αγροτουρισμό και στην ίδρυση αγροβιοτεχνιών μέσω προγραμμάτων του Υπ. Γεωργίας που έδιναν οικονομικά κίνητρα και ενισχύσεις, (www.aboutgreece.gr). Η πρώτη φορά που ο αγροτουρισμός εμφανίστηκε σαν συγκροτημένη μορφή εναλλακτικού τουρισμού ήταν τη δεκαετία του 1960 στην Αμερική. Στην Ελλάδα οι πρώτες προσπάθειες ανάπτυξης του αγροτουρισμού πήραν σάρκα και οστά με την ίδρυση των πρώτων γυναικείων αγροτουριστικών συνεταιρισμών το 1984 (Πέτρα Λέσβου, Αμπελάκια, Αράχοβα, Μαστιχοχώρια Χίου, www.anthropos.gr).

Πέρα από τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού που έχουν ως πεδίο δράσης τη φύση και τη σχέση του ανθρώπου με αυτή, υπάρχουν και αυτές που έχουν να κάνουν καθαρά με τον άνθρωπο και την πολιτιστική κληρονομιά της κάθε περιοχής. Μία τέτοια μορφή τουρισμού, και μία από τις πλέον αξιοποιημένες

μορφές τουρισμού στην Ελλάδα, είναι ο **αρχαιολογικός τουρισμός**. Η εναλλακτική μορφή τουρισμού αυτή προσπαθεί να εκμεταλλευτεί στο έπακρο τα διάφορα ιστορικά μνημεία της κάθε περιοχής αναπαλαιώνοντας και αναδεικνύοντάς τα έτσι ώστε να προσελκύσει τουρίστες που αρέσκονται στο να επισκέπτονται αυτούς τους χώρους πολιτιστικής και ιστορικής σημασίας. Την ίδια στιγμή κατασκευάζονται μουσεία στα οποία εκθέτονται αντικείμενα που έχουν άμεση ή έμμεση σχέση με τα μνημεία. Ένα αρνητικό στοιχείο της συγκεκριμένης εναλλακτικής μορφής τουρισμού, είναι το ότι επί τω πλείστον λειτουργεί ως επιπλέον κίνητρο και όχι ως κύρια αιτία επιλογής ενός τουριστικού προορισμού. Οι επισκέπτες του Ακρωτηρίου στη Θήρα για παράδειγμα (αρχαία πόλη κατεστραμμένη από την έκρηξη του ηφαιστείου η οποία θεωρείται από πολλούς ως η χαμένη Ατλαντίδα) δεν πηγαίνουν στο νησί για να θαυμάσουν αυτόν το τόσο σημαντικό αρχαιολογικό χώρο αλλά για παραθερισμό και επί ευκαιρίας επισκέπτονται και τον αρχαιολογικό χώρο. Το ίδιο συμβαίνει και με αρκετούς άλλους αρχαιολογικούς χώρους και μνημεία με τα οποία είναι διάσπαρτος ο Ελλαδικός χώρος. Ίσως η μόνη αυτή καθ' αυτή μορφή αρχαιολογικού τουρισμού στην Ελλάδα είναι οι διήμερες ή τριήμερες περιηγήσεις στα μνημεία της Πελοποννήσου (Αρχαία Κόρινθος, Ολυμπία, Μυκήνες, Επίδαυρος) με αφειρητά την Αθήνα.

Άμεση σχέση με το πολιτιστικό υπόβαθρο μίας περιοχής έχει και ο **θρησκευτικός τουρισμός** ο οποίος αξιοποιεί τόπους με θρησκευτική σημασία για να προσελκύσει τουρίστες. Οι πλέον γνωστοί προορισμοί των θρησκευτικών τουριστών στο δυτικό ημισφαίριο είναι οι ιεροί τόποι του Χριστιανισμού στο Ισραήλ και οι ιερές πόλεις του Ισλάμ (Μέκκα και Μεδίνα) στη Σαουδική Αραβία. Στην Ελλάδα η πρώτη μορφή θρησκευτικού τουρισμού πιθανότατα να είναι τα Ελευσίνια Μυστήρια ή οι επισκέψεις στα διάφορα μαντεία της αρχαίας Ελλάδας. Στη σύγχρονη Ελλάδα περιοχές που προσελκύουν θρησκευτικούς τουρίστες είναι το Άγιο Όρος, τα Μετέωρα και η Πάτμος που συγκεντρώνουν πολλούς τουρίστες που μαγεύονται από τη θρησκευτική ιστορία που φέρουν και την ιερότητα που αποπνέουν. Ο θρησκευτικός τουρισμός αξιοποιεί επίσης θρησκευτικές εορτές και μέρη που είναι συνηφασμένα με αυτές (Τήνος, Πάρος), και εκκλησιαστικούς χώρους όπως είναι οι καθεδρικοί ναοί στους οποίους η είσοδος, τις ημέρες και ώρες που δεν τελείτε κάποια θρησκευτική τελετή, επιτρέπεται μόνο με καταβολή αντιτίμου το οποίο μπορεί να φθάνει μέχρι και το ποσό των 8 ευρώ ή και παραπάνω (καθεδρικός ναός Σεβίλλης, Ισπανία).

Ο **συνεδριακός τουρισμός** είναι ίσως η εναλλακτική μορφή τουρισμού που οι επιχειρήσεις εναποθέτουν τις περισσότερες ελπίδες τους για προσέλκυση μεγαλύτερου αριθμού τουριστών και αξιοποίηση των τουριστικών μονάδων τις περιόδους ύφεσης του τουρισμού. Ο ετήσιος αριθμός διεθνών συνεδρίων ανέρχεται σε αυτόν των 3000, (www.aboutgreece.gr). Οργανώσεις και σύλλογοι, διεθνείς ή μη, διοργανώνουν συνέδρια και άλλων ειδών πολυπληθείς συγκεντρώσεις που επιτρέπουν στα μέλη τους να ανταλλάξουν απόψεις και να κοινοποιήσουν διάφορες νέες ανακαλύψεις ή διαπιστώσεις που έκαναν στον τομέα τους. Οι συγκεντρώσεις αυτές γίνονται κατά κύριο λόγο την περίοδο ύφεσης του μαζικού τουρισμού οπότε και δε χρειάζεται η δαπάνη για κατασκευή νέων πολυδάπανων εγκαταστάσεων αφού γίνεται χρήση των ήδη υπάρχοντων εγκαταστάσεων που δε χρησιμοποιούνται τη συγκεκριμένη περίοδο. Αυτός είναι και ο κύριος λόγος για τον οποίο οι τουριστικές επιχειρήσεις εναποθέτουν πολλές από τις ελπίδες τους στον συνεδριακό τουρισμό, επειδή τους δίνεται η δυνατότητα αύξησης των κερδών χωρίς να είναι αναγκαία η επένδυση μεγάλου κεφαλαίου από μέρος τους. Η προσπάθεια προώθησης του τουριστικού προϊόντος αυτού από τις εταιρίες που το διαθέτουν γίνεται μέσω της παρουσίας του σε διάφορες ιστοσελίδες (www.greekconference.com, www.ellada.net) ή μέσω της δημιουργίας διαφόρων συνδέσμων με σκοπό τη διαφήμιση και προώθηση του όπως το Γραφείο Συνεδρίων και Επισκεπτών Θεσσαλονίκης, (www.tcvb.gr).

Ιαματικός τουρισμός είναι ο τουρισμός που απευθύνεται στα άτομα που επισκέπτονται περιοχές που υπάρχουν φυσικές πηγές οι οποίες παίρνουν την ονομασία ιαματικές λόγω της ανάβλυσης θερμών, υπόθερμων ή ψυχρών νερών τα οποία πιστεύεται ότι βοηθούν στην ίαση διαφόρων σωματικών ασθενειών και παθήσεων με τα συστατικά (μέταλλα και άλλα χημικά στοιχεία) που περιέχουν. Επισήμως αναγνωρισμένες στην Ελλάδα είναι περίπου 80, (www.aboutgreece.gr). Η γνώση ότι κάποιες πηγές είναι ιαματικές υπάρχει από την αρχαιότητα οπότε χτίστηκαν και τα πρώτα λουτρά, καθώς επίσης τα περισσότερα Ασκληπιεία (ιατρεία της αρχαιότητας), βρίσκονταν δίπλα σε πηγές. Μερικές περιοχές που αναβλύζουν ιαματικές πηγές στην Ελλάδα, άλλες γνωστές και άλλες λιγότερο γνωστές, είναι οι: Αιδηψός, Υπάτη, Καμένα Βούρλα, Λουτράκι, Ικαρία, Σμόκοβο Καρδίτσας, Λήμνος, Κύθνος, Τραϊανούπολη Έβρου και Μυρτιά στην λίμνη Τρικωνίδα (Ντρενογιάννης, 2001). Στη σύγχρονη εποχή οι ιαματικές πηγές άρχισαν να έχουν απήχηση τον 19^ο αιώνα με τη δημιουργία λουτρών και χώρων κατάλυσης των τουριστών σε ευρύτερες περιοχές πηγών με

γνωστές ιαματικές ικανότητες. Οι πλέον γνωστές από αυτές μέχρι και σήμερα, βρίσκονται στην κωμόπολη Spa του Βελγίου (Αρδένες), που ιδρύθηκε από τους Ρωμαίους, από όπου προέρχεται και η ονομασία των κέντρων λουτροθεραπείας παγκοσμίως. Η ονομασία Spa προέρχεται από τα αρχικά των λέξεων Salus Per Aqua ή Sanus Per Aqua (υγιείς μέσω νερού ή υγεία μέσω νερού), (www.tnn.gr).

Ο **τουρισμός περιπέτειας** επιτρέπει στο άτομο να παίξει με τον κίνδυνο και να δοκιμάσει τα όρια του. Οι δραστηριότητες που περιλαμβάνει είναι αθλήματα τα οποία είναι περισσότερο γνωστά με την Αγγλική ονομασία τους extreme sports. Σε αυτά, μεταξύ άλλων, περιλαμβάνονται τα: trekking (πεζοπορία σε ειδικές διαδρομές μέσα στη φύση), ορειβασία (ανάβαση σε βουνό), αναρρίχηση (ανάβαση σε απότομους βράχους από έμπειρους ορειβάτες με επιλογή βαθμού δυσκολίας), rappel (κατάβαση από απότομους βράχους, το αντίθετο της αναρρίχησης), canyoning (συνδυασμός διαφόρων αθλημάτων όπως αναρρίχηση και πεζοπορία), parapente απογείωση από βουνά και πτήση με αλεξίπτωτο), mountain bike (ποδηλασία μέσα στη φύση), canoe kayak (κατάβαση ποταμών με μικρά κανό μίας ή δύο θέσεων) και rafting (κατάβαση ποταμών με φουσκωτές βάρκες συνήθως των έξι ατόμων), (www.aboutgreece.gr). Στην Ελλάδα πραγματοποιούνται ήδη εδώ και 8 χρόνια οι αγώνες Εύαθλος στην περιοχή της Κόνιτσας και Ζαγορίου ενώ από φέτος θα επεκταθούν και σε άλλες περιοχές που μπορούν να φιλοξενήσουν αυτές τις δραστηριότητες, όπως η κωμόπολη του Βελβεντού, η Αρκαδία και τα Γρεβενά. Έχουν δε φιλοξενηθεί 3 παγκόσμια πρωταθλήματα και 1 Βαλκανικό, (www.evathlos.gr).

2.2 Ο αθλητικός τουρισμός

Μεταξύ των μορφών εναλλακτικού τουρισμού συμπεριλαμβάνεται και ο αθλητικός τουρισμός (www.alternativegreece.gr) ο οποίος είναι, τουλάχιστον, τόσο παλιός όσο και οι κλασικοί ολυμπιακοί αγώνες της αρχαίας Ελλάδας. Πριν γίνει ανάλυση για το κατά πόσο μπορεί να δώσει απαντήσεις στα ερωτήματα που τίθενται ο αθλητικός τουρισμός, θα πρέπει να απαντηθούν κάποια άλλα ερωτήματα τα οποία είναι σημαντικά για την επιτυχία της έρευνας: 1^ο τι είναι ο αθλητικός τουρισμός και 2^ο σε ποιο κομμάτι του πληθυσμού απευθύνεται.

Η απάντηση στο πρώτο ερώτημα δεν είναι όσο εύκολη φαντάζει αρχικά. Πρώτον πρέπει να αποσαφηνισθεί ποιες δραστηριότητες μπορούν να συμπεριληφθούν στην ενότητα τουρισμός και κατά δεύτερον ποιες μπορούν να

χαρακτηρισθούν ως αθλητικές για να ενταχθούν στον όρο αθλητικός τουρισμός. Όσον αφορά τις δραστηριότητες που υπόκεινται στον τουρισμό υπάρχει διχογνωμία για το αν θα πρέπει να συμπεριληφθούν αυτές που έχουν ως βάση το επαγγελματικό ενδιαφέρον.

Για να αποκτήσει κάποιος την ιδιότητα του τουρίστα θα πρέπει να μετακινηθεί προσωρινά από τον τόπο της μόνιμης κατοικίας του, και για τουλάχιστον ένα εικοσιτετράωρο. Παρόλο που υπάρχει γενική αποδοχή σε αυτή την αρχή, δε συμβαίνει το ίδιο για τα αίτια στα οποία οφείλεται αυτή η μετακίνηση. Η μία άποψη είναι ότι βασικός σκοπός του ταξιδιού πρέπει να είναι η αναψυχή του ατόμου και μόνο. Σύμφωνα με την άποψη αυτή στους τουρίστες δε συγκαταλέγονται άτομα που ως βασικό σκοπό του ταξιδιού τους έχουν τη συμμετοχή τους σε κάποιο συνέδριο, σεμινάριο ή οποιαδήποτε άλλη δραστηριότητα που έχει έμμεση ή άμεση σχέση με το επάγγελμα του ατόμου. Σύμφωνα με την αντίθετη άποψη και τα άτομα αυτά φέρουν τον όρο «τουρίστας». Οι υποστηρικτές της άποψης αυτής στηρίζουν τα λεγόμενά τους αυτά στο γεγονός ότι και αυτά τα άτομα κάνουν χρήση των υπηρεσιών που παρέχουν οι τουριστικές επιχειρήσεις (Gibson, 1998). Όντως τα άτομα αυτά διανυκτερεύουν σε ξενοδοχεία, σιτίζονται σε τοπικές επισιτιστικές μονάδες και μεταφέρονται με τα τοπικά μέσα μεταφοράς από και προς τα ξενοδοχεία που καταλύουν. Εάν δεχθούμε την πρώτη άποψη ως ορθή οι αθλητές που ταξιδεύουν για να επισκεφθούν ένα προπονητικό camp δεν λογίζονται ως τουρίστες επειδή σκοπός τους δεν είναι η αναψυχή, ενώ αν δεχθούμε τη δεύτερη τότε ονομάζονται και αυτοί τουρίστες.

Παρόμοιος προβληματισμός παρουσιάζεται όσον αφορά το ποιες δραστηριότητες μπορούν να χαρακτηρισθούν αθλητικές. Σύμφωνα με τη στενή έννοια του όρου μπορούν να χαρακτηρισθούν ως αθλητικές δραστηριότητες αυτές που έχουν σχέση με την ενασχόληση με κάποιο άθλημα, ομαδικό ή μη. Οπότε ως αθλητικός τουρίστας θα πρέπει να θεωρηθεί μόνο το άτομο αυτό που κατά τη διάρκεια της παραμονής του θα ασχοληθεί ερασιτεχνικά ή μη με κάποιο άθλημα όπως για παράδειγμα το σκι. Αυτό, όπως είναι λογικό, περιορίζει πολύ τα όρια του όρου και αποκλείει αρκετές δραστηριότητες οι οποίες θα μπορούσαν να προσάψουν το χαρακτηρισμό «αθλητικός τουρίστας» σε κάποιον.

Ο Standevan (1998) αναφέρει ότι ως αθλητισμός μπορεί να χαρακτηριστεί η εμπειρία σωματικής άσκησης. Έχοντας αυτό υπόψη, τα όρια διαστέλλονται και περικλείουν περισσότερα είδη δραστηριοτήτων τα οποία ασκεί ο τουρίστας κατά

τη διάρκεια της παραμονής του στον τόπο επίσκεψης, όπως για παράδειγμα και η απλή πεζοπορία.

Ο Nogawa et al. (1996) με γνώμονα τον ορισμό που δίνει για τον τουρίστα ο Διεθνής Οργανισμός Τουρισμού (W.T.O.) προτείνει ως ορισμό του αθλητικού τουρίστα τον τουρίστα ο οποίος «παραμένει τουλάχιστον 24 ώρες στον τόπο διεξαγωγής και του οποίου πρωταρχικός σκοπός είναι να συμμετάσχει σε αθλητικά γεγονότα, με τον τόπο επίσκεψης ως δευτερεύον θέλγητρο», (σ. 47). Ο ορισμός αυτός αφαιρεί τη δυνατότητα να χαρακτηρισθούν αθλητικοί τουρίστες άτομα τα οποία ταξιδεύουν για να θαυμάσουν μέρη στα οποία είχαν διοργανωθεί αθλητικά γεγονότα στο παρελθόν και τα οποία είναι συνυφασμένα με τον παγκόσμιο αθλητικό κίνημα, όπως η αρχαία Ολυμπία, ή για να παρακολουθήσουν αθλητικές διοργανώσεις.

Η Gibson (1998) σε άρθρο της στο περιοδικό Sport Management Review, αφού συμβουλευτεί προγενέστερες έρευνες και μελέτες σε μία προσπάθεια της να συμπεριλάβει και τα άτομα που αποκλείει ο παραπάνω όρος παραθέτει έναν δικό της ορισμό όσον αφορά τον αθλητικό τουρίστα. Σύμφωνα με αυτόν τον ορισμό οι αθλητικοί τουρίστες χωρίζονται σε τρεις κατηγορίες: σε αυτούς που έχουν σκοπό την συμμετοχή, σε αυτούς που έχουν σκοπό την παρακολούθηση και τους επισκέπτες τόπων με αθλητική ιστορία όπως στάδια και αθλητικά μουσεία. Παράλληλα παραθέτει και έναν πιθανό ορισμό του αθλητικού τουρισμού, «ταξίδι βασισμένο στην αναψυχή το οποίο παίρνει άτομα προσωρινά μακριά από τους τόπους κατοικίας τους για να συμμετάσχουν σε σωματικές δραστηριότητες, να παρακολουθήσουν σωματικές δραστηριότητες, ή να επισκεφθούν μέρη που συνδέονται με σωματικές ασκήσεις», (σελ.49). Θα γίνει δεκτός ο παραπάνω ορισμός του αθλητικού τουρισμού με μοναδική, αλλά σημαντικότερη διαφορά, ότι για τους σκοπούς της έρευνας που θα γίνει θα συμπεριληφθούν και οι επαγγελματίες αθλητές, που ως σκοπό δεν έχουν την αναψυχή αλλά την εκγύμναση, με την προϋπόθεση ότι δε σιτίζονται και δε στεγάζονται με έξοδα της κοινότητας που τους υποδέχεται αλλά κάνουν χρήση των τουριστικών επιχειρήσεων της περιοχής.

Όπως γίνεται κατανοητό ανάλογα με τον ορισμό που θα δοθεί για τον αθλητικό τουρισμό συγκαταλέγεται σε αυτόν και ο ιαματικός τουρισμός με τον τουρισμό περιπέτειας αφού περιλαμβάνουν δραστηριότητες σχετικές με το σώμα, η μεν πρώτη με την ίαση αυτού, η δε δεύτερη με την εύρεση των ορίων του. Θα ήταν δυνατό να λεχθεί ότι αυτές οι δύο εναλλακτικές μορφές τουρισμού είναι υποκατηγορίες του αθλητικού τουρισμού.

Σε αντίθεση με τη διχογνωμία που υπάρχει για το τι είναι αθλητικός τουρισμός και ποιος μπορεί να φέρει το χαρακτηρισμό αθλητικός τουρίστας, η απάντηση του δεύτερου ερωτήματος, σε ποιους απευθύνεται, είναι πιο εύκολη διότι όλες οι έρευνες που έχουν γίνει μέχρι αυτό το χρονικό σημείο οδηγούν στο ίδιο συμπέρασμα. Σύμφωνα με τις έρευνες που έχουν γίνει ο μέσος αθλητικός τουρίστας είναι οικονομικά εύπορος, μορφωμένος, ηλικίας μεταξύ 18 και 44 ετών και επί το πλείστον άνδρας (Deputy, 1998; Gibson & Yiannakis, 1994; Gibson, Attle & Yiannakis, 1998; Tabata, 1992; Attle, 1996).

Αυτές οι έρευνες έχουν γίνει για άτομα που συμμετέχουν ενεργά σε κάποια αθλητική δραστηριότητα κατά τη διάρκεια των διακοπών τους. Για τα άτομα που αρέσκονται στο να παρακολουθούν αθλητικά δρώμενα ή να επισκέπτονται χώρους με αθλητική παράδοση και κληρονομιά, δεν έχουν γίνει ανάλογες μελέτες. Δε θα ήταν όμως υπερβολικό ή παράλογο να γίνει η υπόθεση ότι τα ίδια άτομα που συμμετέχουν ενεργά αρέσκονται και σε αυτά τα είδη του αθλητικού τουρισμού. Όπως ίσως να μην ήταν παράλογο να γίνει η υπόθεση ότι τα άτομα τα οποία συμμετέχουν ενεργά τώρα, στο μέλλον, σε μία κάπως πιο προχωρημένη ηλικία, θα στραφούν στις άλλες μορφές αθλητικού τουρισμού.

2.3 Οι απαντήσεις που μπορούν να δοθούν μέσω του αθλητικού τουρισμού

Αφού αναλύθηκε το τι είναι αθλητικός τουρισμός και το ποια άτομα αρέσκονται σε αυτή τη μορφή τουρισμού, έφτασε η στιγμή να γίνει γνωστό αν μπορεί να δώσει τις επιθυμητές απαντήσεις στα ερωτήματα που τέθηκαν.

Σύμφωνα με τις έρευνες που παρατέθηκαν νωρίτερα, όσον αφορά το μέσο ενεργό αθλητικό τουρίστα, και εφόσον γίνουν αποδεκτές ως πιθανές οι υποθέσεις που έγιναν για τους τουρίστες των άλλων μορφών αθλητικού τουρισμού, δίνεται από μόνη της η επιθυμητή απάντηση στο πρώτο ερώτημα: αν μπορεί η Ελλάδα να προσελκύσει τουρίστες ανώτερου μορφωτικού και βιοτικού επιπέδου. Αν η αύξηση των τουριστών που επιλέγουν την Ελλάδα συνεπάγεται αύξηση των αθλητικών τουριστών, ή ένα μέρος του υπάρχοντος αριθμού τουριστών αντικατασταθεί από αθλητικούς τουρίστες, θα έχουμε την επιθυμητή αύξηση του μέσου μορφωτικού και βιοτικού επιπέδου των τουριστών στην Ελλάδα που θα επιφέρει μεγαλύτερα οικονομικά έσοδα και σεβασμό στον τρόπο διαβίωσης των τοπικών κοινωνιών.

Οι περιοχές της ηπειρωτικής Ελλάδας που δεν έχουν αναπτυχθεί τουριστικά, μπορούν να αναπτυχθούν μέσω των εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Ο

αθλητικός τουρισμός μπορεί να βοηθήσει στην ανάπτυξη των περιοχών αυτών μέσω αθλημάτων και αθλητικών δραστηριοτήτων που είναι συνυφασμένες με την ύπαιθρο και τη φύση. Κάποιες από αυτές τις δραστηριότητες συμπεριλαμβάνονται στον τουρισμό περιπέτειας (www.alternativegreece.gr) αλλά δεν παύουν να είναι αθλητικές δραστηριότητες οπότε θα πρέπει να συμπεριληφθούν και στον αθλητικό τουρισμό. Τέτοια αθλήματα είναι το rafting, η αναρρίχηση και το mountain bike. Με τη δημιουργία εγκαταστάσεων που θα μπορούν να υποστηρίξουν τη συμμετοχή σε αυτά τα αθλήματα θα αυξηθεί η προσέλευση τουριστών στις περιοχές που πληρούν τις προϋποθέσεις (φυσικό κάλλος). Επιπλέον για την πλειοψηφία αυτών των αθλημάτων δε χρειάζεται επένδυση για τη δημιουργία πολυδάπανων εγκαταστάσεων, το μόνο που χρειάζεται είναι η δημιουργία καταλυμάτων τα οποία θα είναι έτοιμα να φιλοξενήσουν τους επισκέπτες. Αναλογιζόμενοι τα παραπάνω έχουμε την επιθυμητή απάντηση και στο δεύτερο ερώτημα: αν είναι εφικτό να διοχετευθεί μέρος του τουρισμού στις ηπειρωτικές περιοχές. Μπορεί να γίνει, εν μέρει, μέσω του αθλητικού τουρισμού στις περιοχές που πληρούν τις προϋποθέσεις.

Η αξιοποίηση των τουριστικών μονάδων στα νησιά και τις άλλες τουριστικά ανεπτυγμένες περιοχές μέσω του αθλητικού τουρισμού τον χειμώνα είναι αρκετά πιο δύσκολη. Οι περιοχές αυτές είναι παραθαλάσσιες και τα αθλήματα με τα οποία έχουν άμεση σχέση είναι τα θαλάσσια των οποίων η καταλληλότερη περίοδος εξάσκησης είναι το καλοκαίρι. Λόγω του γεγονότος αυτού, ίσως η μοναδική δυνατότητα ανάπτυξης του αθλητικού τουρισμού στις περιοχές αυτές τη χειμερινή περίοδο να είναι η δημιουργία γυμναστηρίων και γηπέδων τα οποία, σε συνάρτηση με την ήδη υπάρχουσα κτηριακή υποδομή, θα είναι σε θέση να φιλοξενήσουν αθλητές που θέλουν να επωφεληθούν των ήπιων καιρικών συνθηκών, που επικρατούν το χειμώνα, για την εκγύμνασή τους, εν αντιθέσει με αυτές που επικρατούν στη βόρεια Ευρώπη. Αυτή ίσως να είναι μία απάντηση στο ερώτημα αν είναι δυνατόν να αυξηθεί ο αριθμός των τουριστών που επισκέπτονται τις ήδη τουριστικά ανεπτυγμένες περιοχές τους χειμερινούς μήνες. Με την δημιουργία και λειτουργία προπονητικών κέντρων τους χειμερινούς μήνες δίπλα στις υπάρχουσες μονάδες παραθεριστικού τουρισμού, είναι δυνατόν να επιτευχθεί η αύξηση του αριθμού τουριστών κατά την διάρκεια του χειμώνα.

Αναμφισβήτητα ο αθλητικός τουρισμός είναι ικανός να δώσει απαντήσεις αλλά δε θα πρέπει να υπάρχουν ψευδαισθήσεις ότι από μόνος του μπορεί να εξαλείψει τα κακώς κείμενα (παραρτήματα 3 και 4) και να επιφέρει τις

επιθυμητές αλλαγές στον τουρισμό της Ελλάδας. Μαζί με άλλους παράγοντες, όμως, ως σκέλος μίας ομάδας μέτρων για τη βελτίωση του τουριστικού προϊόντος και αύξηση των οφελών που έχει να προσφέρει ο τουρισμός στη χώρα, μπορεί να αποδώσει τα μέγιστα και να βοηθήσει στο βαθμό που του αναλογεί.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο

Η διαδικασία διεξαγωγής της έρευνας

3.1 Η επιλογή του προπονητικού τουρισμού ως πεδίο έρευνας

Από τη στιγμή που θα εντοπιστούν τα κακώς κείμενα του τουρισμού στον Ελλαδικό χώρο (παραρτήματα 3 και 4), το αμέσως επόμενο στάδιο είναι να γίνει επιλογή του προτεινόμενου τρόπου αντιμετώπισής τους που θα μελετούσε αυτή η έρευνα. Ως καταλληλότερο θέμα μελέτης θεωρήθηκαν οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού.

Όπως είδαμε όμως στο προηγούμενο κεφάλαιο, οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού είναι αρκετές και η προσπάθεια μελέτης όλων συγχρόνως θα αποτελούσε τιτάνιο εγχείρημα. Οπότε, πρώτο βήμα έπρεπε να είναι η επιλογή μίας από τις μορφές εναλλακτικού τουρισμού η οποία και θα αποτελούσε αντικείμενο μελέτης. Επιλέχθηκε εντέλει ο αθλητικός τουρισμός. Οι λόγοι για τους οποίους επιλέχθηκε ο αθλητικός τουρισμός είναι: οι Ολυμπιακοί αγώνες που διεξήχθησαν στη χώρα και για τους οποίους δημιουργήθηκαν αθλητικές εγκαταστάσεις που θα πρέπει να αξιοποιηθούν με τον καλύτερο δυνατό τρόπο, το γεγονός ότι είναι από τις παλαιότερες μορφές τουρισμού, επειδή περιλαμβάνει πολλές και διάφορες δραστηριότητες (αθλήματα) με αποτέλεσμα να προκαλεί το ενδιαφέρον πολλών διαφορετικών ειδών ανθρώπων, προσφέρει δωρεάν διαφήμιση για τις περιοχές που τον φιλοξενούν δεδομένου ότι υπάρχει μεγάλη προβολή των αθλητικών διοργανώσεων και των τόπων που τις φιλοξενούν από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης, επειδή η Ελλάδα έχει μακρά παράδοση στον τομέα του αθλητισμού.

Μετά την επιλογή του αθλητικού τουρισμού ως πεδίο έρευνας, έπρεπε να γίνει και η επιλογή του τομέα του αθλητικού τουρισμού που θα αναλυόταν. Επιλέχθηκε ο τομέας του ενεργού αθλητικού τουρισμού και ιδιαίτερα του προπονητικού επειδή είναι από τους λιγότερο γνωστούς και χρήζει περαιτέρω έρευνας. Επίσης ο προπονητικός τουρισμός δεν έχει ανάγκη δημιουργίας πολυδάπανων εγκαταστάσεων, όπως στάδια χιλιάδων θεατών, γεγονός που τον κάνει περισσότερο προσιτό και παρέχει δυνατότητα αξιοποίησής του από μικρές πόλεις ή ακόμα και χωριά. Επιπλέον η αξιοποίηση του δεν περιορίζεται στους καλοκαιρινούς μήνες αφού οι αθλητές προπονούνται καθ' όλη τη διάρκεια του έτους και οι εγκαταστάσεις, υπό προϋποθέσεις, μπορούν να

απευθυνθούν σε αθλητές διαφόρων αθλημάτων, γεγονός που επίσης συμβάλει στη χρήση τους καθ' όλη τη διάρκεια του έτους. Μετά την επιλογή του προπονητικού τουρισμού έγινε και η επιλογή του αθλήματος στο οποίο θα εστιαζόταν η προσοχή της παρούσας μελέτης, άθλημα το οποίο τελικά ήταν το ποδόσφαιρο.

Προτιμήθηκε το ποδόσφαιρο κυρίως για τρεις λόγους: πρώτον είναι το δημοφιλέστερο άθλημα στον κόσμο με αποτέλεσμα να τραβάει τα βλέμματα του πλήθους επομένως και των μέσων ενημέρωσης περισσότερο από ότι τα άλλα αθλήματα, δεύτερον η ύπαρξη πλήθους ποδοσφαιρικών σωματείων και ομάδων και τρίτον διότι δεν πρόκειται για μεμονωμένους αθλητές αλλά ομάδες 25 ή και περισσότερων ατόμων.

3.2 Η δημιουργία του ερωτηματολογίου

Έχοντας επιλεγεί ο τομέας μελέτης, έπρεπε να τεθεί και ο στόχος της. Τι προσπαθεί δηλαδή να αποδείξει και να διερευνήσει η παρούσα μελέτη. Ως στόχος τέθηκε η διερεύνηση του κατά πόσο είναι δυνατή η δημιουργία και λειτουργία προπονητικών κέντρων στην Ελλάδα εφάμιλλων αυτών της Ευρώπης τα οποία επισκέπτονται και αρκετές Ελληνικές ομάδες, η εξακρίβωση των εγκαταστάσεων που θα πρέπει να δημιουργηθούν, η γνώση των περιοχών που θα μπορούσαν να τα φιλοξενήσουν, τα έσοδα στα οποία μπορούν να αποβλέπουν αυτά και εντέλει η έκδοση συμπερασμάτων για το κατά πόσο βοηθάει η τυχών δημιουργία προπονητικών κέντρων ποδοσφαίρου στην αντιμετώπιση των κακών κειμένων (παραρτήματα 3 και 4) που υφίστανται στον Ελληνικό τουρισμό.

Για να επιτευχθεί ο στόχος αυτός έπρεπε να γίνει γνωστό το τι θέλουν οι ομάδες από ένα προπονητικό κέντρο και ποια είναι τα κριτήρια επιλογής. Αυτό θα ήταν δυνατό να γίνει γνωστό μέσω ενός ερωτηματολογίου το οποίο θα έδινε τις απαντήσεις που θα βοηθούσαν στην δημιουργία συμπερασμάτων. Πριν γίνει η κατασκευή του ερωτηματολογίου ήταν αναγκαίο να συγκεκριμενοποιηθεί το τι θέλει να διαπιστώσει, η παρούσα έρευνα, με τις ερωτήσεις που θα θέσει, έτσι ώστε να καταγραφούν οι κατάλληλες ερωτήσεις και να αποσπαστούν οι επιθυμητές πληροφορίες.

Καταρχήν επιθυμητό ήταν να γίνουν γνωστές οι χρονικές περίοδοι κατά τις οποίες χρησιμοποιούνται τα προπονητικά κέντρα από τις ποδοσφαιρικές ομάδες ώστε να διαπιστωθεί αν πρόκειται για την περίοδο ύφεσης του τουρισμού και παράλληλα να συνδυαστούν τα αποτελέσματα που θα έβγαιναν

με τα υπόλοιπα αποτελέσματα του ερωτηματολογίου και να σχηματισθεί μία άποψη όσον αφορά τις κατάλληλες γεωγραφικές περιοχές για τη δημιουργία ενός νέου προπονητικού κέντρου. Εν συνεχεία θα έπρεπε να εντοπιστούν οι περιοχές που προτιμούν οι ομάδες (ορεινές, δασικές, αστικές κ.τ.λ.), οι χώρες (και γιατί) και οι καιρικές συνθήκες που επικρατούν σε αυτές, πάντα με σκοπό να αποκαλυφθούν τα πιθανά μέρη της Ελλάδας που πληρούν τις προϋποθέσεις και θα μπορούσαν να φιλοξενήσουν ένα προπονητικό κέντρο. Επίσης έπρεπε να γίνει γνωστό αν είναι αναγκαία η παρουσία αεροδρομίου στην ευρύτερη περιοχή και αν τίθεται ως σημαντικό κριτήριο η δυσκολία προσβασιμότητας.

Με τις ερωτήσεις που θα βοηθούσαν στον εντοπισμό των κατάλληλων τοποθεσιών για να φιλοξενήσουν προπονητικό κέντρο να έχουν τεθεί, έπρεπε να γίνουν γνωστές και οι υπηρεσίες που θα πρέπει να παρέχουν αυτά στις ομάδες. Με την προοπτική αυτή δημιουργήθηκε μία λίστα με υπηρεσίες που παρέχονται από τα προπονητικά κέντρα (βασισμένη στις υπηρεσίες που μπορούσε να παράσχει το προπονητικό κέντρο της ομάδας της Ξάνθης, Μπαλής, 2003) και τέθηκε η ερώτηση ποιες από αυτές έχουν στη διάθεση τους, οι ομάδες, από τα προπονητικά κέντρα που επισκέπτονται συνήθως. Το επιθυμητό με αυτόν τον τρόπο ήταν να γνωστοποιηθούν εμμέσως οι εγκαταστάσεις που θα έπρεπε να δημιουργηθούν και το μέγεθος της επένδυσης που θα ήταν αναγκαία να γίνει για την κατασκευή ενός πλήρους προπονητικού κέντρου.

Ένας από τους κύριους λόγους που πηγαίνουν οι ομάδες σε προπονητικά κέντρα είναι η δυνατότητα διεξαγωγής φιλικών που τους δίνεται. Γνωρίζοντας αυτό έπρεπε να γίνουν ερωτήσεις και για τα φιλικά. Έπρεπε να καταστεί σαφές το πόσα φιλικά παίζουν οι ομάδες συνήθως, και με τι δυναμικότητας ομάδες. Αυτό θεωρήθηκε αναγκαίο επειδή έπρεπε να εξακριβωθεί αν θα πρέπει να δημιουργηθούν σε κοντινή απόσταση πλέον του ενός προπονητικά κέντρα για τη φιλοξενία ικανού αριθμού ομάδων για τη διεξαγωγή των φιλικών ή ήταν αρκετή η ύπαρξη τοπικών συλλόγων μικρότερων κατηγοριών. Οι απαντήσεις που θα δίνονταν, σε συνάρτηση με τις υπόλοιπες του ερωτηματολογίου, θα παρουσίαζαν περιοχές στις οποίες θα ήταν ιδανικότερη η εγκατάσταση προπονητικών κέντρων από οικονομική άποψη και άποψη διαθέσιμου χώρου.

Από τη στιγμή που έχουν εντοπισθεί οι περιοχές που είναι δυνατή η κατασκευή των προπονητικών κέντρων και είναι γνωστά τα κεφάλαια που θα πρέπει να επενδυθούν, επόμενο στάδιο είναι να εξακριβωθεί αν συμφέρει από οικονομική άποψη η δημιουργία τους. Άρα στο ερωτηματολόγιο έπρεπε να

υπάρχουν και ερωτήσεις που να βοηθούν τον προσδιορισμό του χρονικού διαστήματος που χρειάζεται για να αποπληρωθεί η επένδυση και αν τα έσοδα είναι τόσα ώστε να δικαιολογούν την κατασκευή προπονητικού κέντρου.

Τέλος αναγκαίο θα ήταν να είναι γνωστό ποιος παράγοντας επιλογής θεωρείται σημαντικότερος από τις ομάδες ώστε να ξέρουμε που θα πρέπει να δοθεί μεγαλύτερη προσοχή κατά τη διάρκεια επιλογής χώρου και κατασκευής ενός προπονητικού κέντρου. Παράλληλα επιθυμητό θα ήταν να γίνει γνωστό ποιο είναι το άτομο μέσα από την ομάδα που κάνει την τελική επιλογή. Αυτό διότι, αν είναι μέλος του προπονητικού team θα επιλέξει με κύριο κριτήριο τις εγκαταστάσεις, ενώ αν είναι μέλος του διοικητικού ή οικονομικού τμήματος το πιθανότερο είναι η επιλογή να γίνει με κύριο κριτήριο το χρηματικό ποσό που θα πρέπει να ξοδέψει η ομάδα για τη μετακίνηση και παραμονή της στο κέντρο.

Εφόσον έχουν προσδιοριστεί οι πληροφορίες που θέλει να αποκτήσει η παρούσα έρευνα μέσω του ερωτηματολογίου, ακολούθησε η κατασκευή ενός αρχικού ερωτηματολογίου. Μετά τη δημιουργία αυτού του αρχικού ερωτηματολογίου, ακολούθησε βελτίωσή του με απώτερο σκοπό να γίνει λιτό και απέριπτο. Μετατράπηκε ακολουθώντας τις παραπάνω αρχές ώστε να μην κουράζει τον ερωτώμενο και επιμηκύνει τη συνέντευξη με αποτέλεσμα να υπάρχουν βιαστικές και μονολεκτικές απαντήσεις εκεί που θα ήταν προτιμητέο να υπάρχει σχολιασμός και αιτιολόγηση. Έγινε προσπάθεια η απαιτούμενη χρονική διάρκεια της συνέντευξης να μην υπερβαίνει τα 15 λεπτά. Ακολούθως κατά τη διάρκεια της έρευνας κάποιες ερωτήσεις οι οποίες αποδείχθηκαν περιττές ή δεν ήταν δυνατή η αξιολόγηση των απαντήσεων που λαμβάνονταν αφαιρέθηκαν. Άλλες πάλι βελτιώθηκαν ώστε να υπάρχουν καλύτερα αποτελέσματα και περαιτέρω συντόμευση της διαδικασίας. Μέσω αυτών των σταδιακών βελτιώσεων, κατέστη δυνατή η σύνταξη της τελικής μορφής του ερωτηματολογίου (παράρτημα 7). Ερωτηματολόγιο το οποίο αφού υπέστη μετατροπή απεστάλη και υπό μορφή e-mail σε εκπροσώπους ομάδων που η προσωπική συνέντευξη μαζί τους δεν ήταν εφικτή λόγω χιλιομετρικής αποστάσεως.

3.3 Η συλλογή στοιχείων

Πριν έρθει η στιγμή επιλογής του πεδίου έρευνας εντός του οποίου θα κινούταν και η κατασκευή του ερωτηματολογίου που θα βοηθούσε στην πορεία της έρευνας, προηγήθηκε συλλογή στοιχείων που θα βοηθούσε στην επιλογή

του θέματος της έρευνας, τη δημιουργία του ερωτηματολογίου και την τεκμηρίωση των λόγων οι οποίοι δικαιολογούν την έρευνα αυτή.

Η συλλογή στοιχείων άρχισε με τα στοιχεία αυτά που αποδεικνύουν την ύπαρξη των προβλημάτων που αντιμετωπίζει ο τουρισμός στην Ελλάδα με σκοπό να τεκμηριωθεί η ανάγκη της παρούσας έρευνας. Τα προβλήματα του τουρισμού στην Ελλάδα που προαναφέρθηκαν (παραρτήματα 3 και 4), όπως ειπώθηκε προηγουμένως, είναι γνωστά αλλά έπρεπε να υπάρχουν και οι αποδείξεις που να τα στοιχειοθετούν. Ο πλέον κατάλληλος τρόπος να βρεθούν τα οιαδήποτε στοιχεία όσον αφορά τον τουρισμό στην Ελλάδα είναι μέσω του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού. Για να αποκτηθούν τα στοιχεία αυτά έγινε επίσκεψη στην ηλεκτρονική διεύθυνση του Οργανισμού, (www.gnto.gr). Στην ιστοσελίδα αυτή βρέθηκαν οι κατάλληλοι πίνακες που παραθέτουν τις αποδείξεις πάνω στις οποίες μπορεί να βασιστεί η ανάγκη της παρούσας έρευνας. Παράλληλα πραγματοποιήθηκε επίσκεψη στην ιστοσελίδα της εθνικής στατιστικής υπηρεσίας της Ελλάδος (www.statistics.gr) ώστε να βρεθούν τα στοιχεία τα οποία αποδεικνύουν το σημαίνοντα ρόλο του τουρισμού στην Ελληνική οικονομία και συνηγορούν στην ανάγκη έρευνας για απαλοιφή των προβλημάτων που ταλανίζουν τον Ελληνικό τουρισμό (παράρτημα 2).

Μετέπειτα και αφού επιλέχθηκε ως θέμα μελέτης ο αθλητικός τουρισμός και οι δυνατότητες που έχει να αντιμετωπίσει τα κακώς κείμενα στον Ελληνικό τουρισμό, έπρεπε να γίνει μία ανάλυση του τι είναι ο αθλητικός τουρισμός και τι πραγματεύεται. Για να γίνει εφικτό αυτό ήταν αναγκαία η επίσκεψη στη βιβλιοθήκη του Αθήνα 2004 για να μελετηθούν τα κείμενα που αναλύουν σε βάθος τον αθλητικό τουρισμό. Στη βιβλιοθήκη βρέθηκε η απαραίτητη βιβλιογραφία για να δημιουργηθεί ολοκληρωμένη άποψη του τι είναι αθλητικός τουρισμός. Παράλληλα μέσω του διαδικτύου βρέθηκαν στοιχεία όσον αφορά τα άλλα είδη εναλλακτικού τουρισμού με σκοπό να αποκτηθεί μία εμπειριστατωμένη γνώμη για τον τομέα του τουριστικού αυτού προϊόντος στο σύνολό του. Με τη μελέτη των κειμένων που αναλύουν τον αθλητικό τουρισμό διαπιστώθηκε ότι ο προπονητικός τουρισμός έχει αναλυθεί σε μικρό βαθμό, αποτέλεσμα της διαπίστωσης αυτής ήταν η επιλογή του προπονητικού τουρισμού ως επίκεντρο της παρούσης έρευνας. Από τη στιγμή που συγκεκριμενοποιήσαμε το πεδίο έρευνας στον προπονητικό τουρισμό άρχισε και η συλλογή πληροφοριών από τον έντυπο τύπο, και κυρίως τις αθλητικές εφημερίδες, καθώς και το χώρο του διαδικτύου γύρω από τις ποδοσφαιρικές

ομάδες, τις προπονητικές συνθήκες τους και τα προπονητικά κέντρα. Μέσω των στοιχείων αυτών έγινε δυνατή η δημιουργία του αρχικού ερωτηματολογίου.

Τέλος, μετά τη δημιουργία του ερωτηματολογίου και το πέρας των συνεντεύξεων, έγινε νέα συλλογή στοιχείων σε μία προσπάθεια να γίνει συσχετισμός των αποτελεσμάτων που προέκυψαν από τις συνεντεύξεις με τις δεδομένες, κλιματολογικές και άλλες, συνθήκες που επικρατούν σε διάφορες περιοχές της Ελλάδας ώστε να εντοπιστούν οι πλέον κατάλληλες περιοχές για δημιουργία προπονητικών κέντρων ποδοσφαίρου. Έχοντας λάβει τις απαντήσεις που αναφέρουν τις καιρικές συνθήκες που επιθυμούν να βρίσκουν στην περιοχή που στεγάζεται το προπονητικό κέντρο και την εποχή επίσκεψης σε αυτό, μία κατάσταση με τις περιοχές που επικρατεί το συγκεκριμένο κλίμα τη συγκεκριμένη χρονική περίοδο θα ήταν ενδεικτική του ποιες περιοχές της Ελληνικής επικράτειας πληρούν τις προϋποθέσεις στον συγκεκριμένο τομέα. Για την απόκτηση των αναγκαίων στοιχείων σε αυτό τον τομέα έγινε επίσκεψη στα γραφεία της Εθνικής Μετεωρολογικής Υπηρεσίας, στις εγκαταστάσεις του αεροδρομίου του Ελληνικού, αλλά δυστυχώς η διαδικασία που χρειάζεται για την απόδοση των στοιχείων απεδείχθη χρονοβόρα με αποτέλεσμα να μην είναι εφικτή η χρήση τους. Παράλληλα έγινε έρευνα και για την εύρεση λεπτομερούς πανελλαδικού γεωφυσικού χάρτη ο οποίος θα καταδείκνυε τις περιοχές αυτές που παρουσιάζουν τις γεωλογικές και φυσικές ιδιομορφίες που επιθυμούν οι ομάδες όπως υψόμετρο και δάση. Δυστυχώς κάτι τέτοιο δεν κατέστη δυνατό και έγινε χρήση απλού σχολικού χάρτη που δείχνει κατά προσέγγιση τα ζητούμενα από τη μελέτη στοιχεία. Επιπλέον, μετά το πέρας της έρευνας αναζητήθηκαν στοιχεία και δεδομένα στο διαδίκτυο για ήδη υπάρχοντα προπονητικά κέντρα ποδοσφαίρου στην Ελλάδα, όπως αυτό του Καρπενησίου που αναφέρθηκε από τους ερωτώμενους, χωρίς επιτυχία.

3.4 Οι συνεντεύξεις

Με έτοιμο πλέον το ερωτηματολόγιο (παράρτημα 7) ήρθε η στιγμή που θα άρχιζαν οι συνεντεύξεις με εκπροσώπους διαφόρων ομάδων οι οποίοι θα ήταν σε θέση να δώσουν απαντήσεις στα ερωτήματα που περιέχονται στο ερωτηματολόγιο. Πρώτο βήμα ήταν να γίνουν γνωστοί οι τρόποι με τους οποίους θα ήταν δυνατή η επαφή μαζί τους. Για να επιτευχθεί αυτό έπρεπε να ληφθεί μία αναλυτική κατάσταση των επαγγελματικών ομάδων της Ελλάδας, ανά κατηγορία, από τα γραφεία της Ε.Π.Ο. που βρίσκονται στην λεωφόρο Συγγρού.

Κατάσταση που θα περιείχε τηλέφωνα, αριθμούς Fax, ηλεκτρονικές διευθύνσεις και άλλους πιθανούς τρόπους επικοινωνίας με τις ομάδες.

Αφού ελήφθη η κατάσταση αυτή από την Ε.Π.Ο. άρχισε η προσπάθεια τηλεφωνικής επικοινωνίας με τις ομάδες και η δημιουργία ραντεβού με εκπροσώπους των ομάδων στους οποίους και θα τίθεντο τα ερωτήματα προς απάντηση. Η τηλεφωνική επικοινωνία άρχισε με τις ομάδες του Ηρακλείου και αυτές τις Βορείου Ελλάδας. Το επιθυμητό ήταν να κανονιστούν οι συναντήσεις με κάθε ομάδα, σε κάθε πόλη ξεχωριστά, την ίδια μέρα ή τουλάχιστον σε διαδοχικές ημέρες με σκοπό να μην χρειαστεί και δεύτερη επίσκεψη στην ίδια πόλη, να αποφευχθούν τα περιττά έξοδα και να εξοικονομηθεί πολύτιμος χρόνος. Κατά τη διάρκεια της προσπάθειας τηλεφωνικής επικοινωνίας με τις ομάδες αυτές αποδείχθηκε ότι κάποιες ομάδες είτε είχαν αλλάξει τηλεφωνικό αριθμό, είτε ότι δεν υπήρχε κάποιος στο τηλεφωνικό κέντρο για να απαντά στα τηλέφωνα που είχαν δοθεί από την Ελληνική Ποδοσφαιρική Ομοσπονδία (Άρης και Ηρακλής) οπότε έπρεπε να γίνει περαιτέρω έρευνα για την εύρεση του σωστού αριθμού ώστε να γίνει δυνατή η επικοινωνία μαζί τους. Οι πρώτες επιτυχημένες προσπάθειες επικοινωνίας ήταν με τις ομάδες του Π.Α.Ο.Κ., του Ο.Φ.Η., του Πανσεραϊκού, της Scoda Ξάνθη και του Εργοτέλη. Από αυτές η Ξάνθη ήταν η μόνη ομάδα που δεν έδειξε προθυμία να ορίσει κάποιο ραντεβού.

Αποφασίστηκε οι συνεντεύξεις να αρχίσουν με τις ομάδες του Ηρακλείου. Αφού υπήρξε τηλεφωνική επικοινωνία με τις γραμματείες των ομάδων και έγινε η διευκρίνηση του τι ζητούσε η μελέτη, έγινε παραπομπή στα αρμόδια άτομα που θα ήταν σε θέση να απαντήσουν στα ερωτήματα. Κατόπιν επικοινωνίας μαζί τους κανονίστηκε αρχικά η ώρα και μέρα συνάντησης με τον εκπρόσωπο της ομάδας του Ο.Φ.Η. που θα λάμβανε χώρο στο ιδιόκτητο προπονητήριο της ομάδας στο Ηράκλειο Κρήτης στην περιοχή Γαζίου. Με αφορμή την παρουσία μας στην περιοχή αυτή τη συγκεκριμένη ημερομηνία, έγινε επιτυχημένη προσπάθεια να κανονιστεί συνάντηση και με το βοηθό προπονητή του Εργοτέλη την ίδια μέρα, μέσω επικοινωνίας σε κινητό τηλέφωνο που είχε δοθεί από τη γραμματεία της ομάδας, στο γήπεδο του Εργοτέλη, το επονομαζόμενο Martinego, που βρίσκεται δίπλα στον τάφο του Καζαντζάκη στην πόλη του Ηρακλείου. Η συνέντευξη αυτή αποδείχθηκε δυσκολότερη στο να πραγματοποιηθεί επειδή ο βοηθός προπονητή του Εργοτέλη δεν είχε καταλάβει η πλήρως το τι ήταν το ζητούμενο της έρευνας και έπρεπε να αναβληθεί η συνάντηση για αργότερα το απόγευμα της ίδιας μέρας λόγω έλλειψης του

απαιτούμενου χρόνου από πλευράς του την χρονική στιγμή που είχε προγραμματιστεί αρχικά η συνάντηση.

Πριν πραγματοποιηθεί η αναχώρηση για την Κρήτη είχαν εντοπιστεί τα αρμόδια άτομα για να απαντήσουν στο ερωτηματολόγιο στις ομάδες του Π.Α.Ο.Κ. και Πανσεραϊκού. Τα άτομα αυτά είχαν απαντήσει θετικά σε μία πιθανή συνάντηση και είχε γίνει προγραμματισμός για επίσκεψη στη Βόρεια Ελλάδα, δεδομένου ότι θεωρήθηκε ευκολότερο να γίνει παράλληλα επίσκεψη στα γραφεία των ομάδων Πρώτης Εθνικής της Θεσσαλονίκης που μέχρι εκείνη τη δεδομένη στιγμή δεν ήταν δυνατή η επικοινωνία μαζί τους δια τηλεφώνου. Με την επιστροφή όμως από την Κρήτη μία νέα επικοινωνία με τον εκπρόσωπο του Π.Α.Ο.Κ. έβαλε τέλος στα σχέδια για αναχώρηση προς Βόρεια Ελλάδα. Η προσωπική συνέντευξη ήταν αδύνατη, ο μόνος τρόπος με τον οποίο θα υπήρχαν απαντήσεις στα ερωτήματα του ερωτηματολογίου ήταν η αποστολή του με e-mail στο τμήμα marketing της ομάδας. Η αλλαγή αυτή οδήγησε στην περαιτέρω έρευνα για τα σωστά τηλέφωνα των ομάδων που είχαν αποδειχθεί λανθασμένα ώστε να μην γίνει ένα ταξίδι το οποίο αργότερα θα αποδεικνυόταν μάταιο. Τα τηλέφωνα αυτά βρέθηκαν από τους καταλόγους του Ο.Τ.Ε.. Η επικοινωνία με την ομάδα του Ηρακλή αλλά και νέα επικοινωνία με την Ξάνθη απέδειξε ότι η μετασκευή του ερωτηματολογίου σε μορφή e-mail ήταν η ορθότερη μέθοδος για να αποκτηθούν τα επιθυμητά στοιχεία για την έρευνα από τις ομάδες της επαρχίας, μέθοδος που προτάθηκε από τις ίδιες τις ομάδες. Ακολουθώντας την πρόταση αυτή τροποποιήθηκε το ερωτηματολόγιο ώστε να είναι εύκολη η συμπλήρωσή του ενώ παράλληλα δίνονταν οδηγίες συμπλήρωσης για να είναι ευκολότερη η κατανόηση και κωδικοποίηση των απαντήσεων. Μετά την κατασκευή του ηλεκτρονικού ερωτηματολογίου αυτό απεστάλη στις ομάδες του Π.Α.Ο.Κ, Ηρακλή και Ξάνθης. Παρά την προσιμονή απάντησης από τις ομάδες αυτές, δεν υπήρχε απάντηση, θετική ή αρνητική, σε διάστημα δύο εβδομάδων από την ημερομηνία αποστολής. Υπήρξε λοιπόν δεύτερη αποστολή του ερωτηματολογίου και στις τρεις ομάδες. Αυτή τη φορά υπήρξε απάντηση, αλλά, μόνο από την ομάδα του Π.Α.Ο.Κ. η οποία έλεγε ότι λόγω κάποιου λάθους είχε φθάσει μόνο το αίτημα για συμπλήρωση αλλά όχι το ερωτηματολόγιο. Μετά την απάντηση αυτή υπήρχε τρίτη αποστολή του ερωτηματολογίου στις ομάδες με το σκεπτικό ότι οι άλλες ομάδες δεν είχαν απαντήσει επειδή έλαβαν μόνο το αίτημα αλλά όχι το ίδιο το ερωτηματολόγιο. Δυστυχώς πάλι υπήρξε απάντηση μόνο από τον Π.Α.Ο.Κ., αυτή τη φορά με το ερωτηματολόγιο συμπληρωμένο.

Κατά τη διάρκεια των παραπάνω ενεργειών έγινε προσπάθεια επαφής και με ομάδες της πρώτης εθνικής που έχουν ως έδρα τους την Αττική δια τηλεφώνου. Κατά τη διάρκεια της προσπάθειας αυτής αποδείχθηκε ότι οι αριθμοί τηλεφώνου που είχαν δοθεί για κάποιες ομάδες από αυτές, όπως και στην περίπτωση των ομάδων της Βορείου Ελλάδας, είτε είχαν αλλάξει είτε δεν υπήρχε κάποιος που να απαντά (Πανιώνιος και Προοδευτική) οπότε έπρεπε να γίνει περαιτέρω έρευνα για την εύρεση του σωστού αριθμού και αυτών των ομάδων για να γίνει εφικτή η επικοινωνία μαζί τους.

Οι πρώτες θετικές απαντήσεις από ομάδες τις Αττικής προήλθαν από την Καλλιθέα και τον Ακράτητο, ομάδα η οποία τη φετινή περίοδο αγωνίζεται στη δεύτερη τη τάξει εθνική κατηγορία. Μετά την επιστροφή από την Κρήτη και την αλλαγή σχεδίων όσον αφορά την επίσκεψη στη Βόρεια Ελλάδα, η ομάδα του Ακράτητου δέχτηκε χωρίς ενδοιασμούς να βοηθήσει στην έρευνα και κανονίστηκε συνάντηση για την μεθεπόμενη της τηλεφωνικής επικοινωνίας στα γραφεία της ομάδας που βρίσκονται πλησίον του δημαρχείου του δήμου Λιοσίων. Η αμέσως επόμενη συνέντευξη ήταν με ιθύνοντα της ομάδας της Καλλιθέας η οποία έλαβε μέρος στα γραφεία της ομάδας.

Η επαφή με τις άλλες ομάδες ήταν δυσκολότερη. Όταν έγινε η κλήση στα γραφεία των ομάδων οι τηλεφωνήτριες είπαν ότι θα ενημερώσουν τους αρμόδιους και ότι το καλύτερο θα ήταν να δοθεί τηλεφωνικός αριθμός στον οποίο θα μπορούσαν εκείνοι να επικοινωνήσουν μαζί μας. Αυτό όντως και έγινε ευελπιστώντας ότι εν καιρώ θα απαντούσαν στο αίτημα που τους τέθηκε, είτε θετικά είτε αρνητικά. Η αναμονή όμως απάντησης αποδείχτηκε μάταιη αφού μετά το πέρας εβδομάδων από την αρχική επικοινωνία δεν υπήρχε ακόμα ουδεμία απάντηση, αποφασίστηκε λοιπόν να γίνει εκ νέου προσπάθεια επικοινωνίας από εμάς. Στην νέα τηλεφωνική συνδιάλεξη με τις γραμματείες των ομάδων τονίστηκε ότι υπήρχε προηγούμενη επικοινωνία, ότι είχε ήδη δοθεί τηλεφωνικός αριθμός για επικοινωνία από μέρος μας και η ύπαρξη πολυήμερης αναμονής. Στη νέα αυτή επικοινωνία στις περιπτώσεις των ομάδων Ιωνικού, Χαλκηδόνας και Αιγάλεω δόθηκε αριθμός κινητού τηλεφώνου στον οποίο θα ήταν δυνατή η άμεση επικοινωνία με τα άτομα που θα ήταν σε θέση να μας διευκολύνουν, ενώ στις ομάδες Ολυμπιακό και Παναθηναϊκό δόθηκαν τα ονόματα των ατόμων αυτών και οι ώρες κατά τις οποίες θα ήταν δυνατή η συνομιλία μαζί τους στα τηλέφωνα τα οποία υπήρχαν στην κατοχή μας.

Όσο γινόταν η προσπάθεια επικοινωνίας με τα άτομα αυτά, ατυχώς στην ομάδα του Αιγάλεω, άλλαξε ο προπονητής, με αποτέλεσμα να μην είναι πλέον

εφικτή η συνέντευξη με τον υπεύθυνο από την ανωτέρω ομάδα μιας και επρόκειτο για τον βοηθό προπονητή. Ο αρμόδιος να μας απαντήσει από την ομάδα της Χαλκηδόνας πρότεινε η συνέντευξη μαζί του να γίνει τηλεφωνικά, λόγω του περιορισμένου χρόνου που είχε και της πιθανότητας η συνάντηση μαζί του να αναβάλλεται συνεχώς με φυσικό επακόλουθο την άσκοπη μετακίνηση από μέρους μας. Ακολουθώντας την πρότασή του η συνέντευξη έγινε τηλεφωνικά εντός λίγων ημερών από την αρχική επικοινωνία μαζί του. Επίσης τηλεφωνικά έγινε η συνέντευξη με τον εκπρόσωπο της ομάδας του Ιωνικού ο οποίος αρχικά παρουσίασε δισταγμό στο να απαντήσει στα ερωτήματα του ερωτηματολογίου επειδή δεν ήταν σίγουρος κατά πόσο ήταν αληθές το ποιος θέτει τα ερωτήματα και το ποιος ήταν ο αντικειμενικός σκοπός της έρευνας αυτής. Παρόλο τον αρχικό δισταγμό αποφάσισε τελικά να απαντήσει στα ερωτήματα και να συμμετάσχει στην έρευνα και απ' όσο αποδείχτηκε μεταγενέστερα η συνέντευξη μαζί του ήταν η πλέον προσοδοφόρα, αφού εκτός από τις απαντήσεις πρόσφερε και εποικοδομητικά σχόλια και παρατηρήσεις γύρω από τα προπονητικά κέντρα και τις διαφορές μεταξύ Ελλάδας και άλλων Ευρωπαϊκών κρατών στον τομέα αυτό. Η προσπάθεια επικοινωνίας με τον εκπρόσωπο της ομάδας του Ολυμπιακού αποδείχτηκε άκαρπη επειδή δεν κατέστη δυνατή η εύρεση του στο τηλέφωνο αφού σύμφωνα με τη γραμματεία της ομάδας συνεχώς απουσίαζε και θα ήταν καλύτερο να ξανακληθεί την επομένη, μία συγκεκριμένη ώρα που όπως αποδεικνυόταν ότι είτε έλειπε εκ νέου είτε ήταν πολύ απασχολημένος για να απαντήσει τη συγκεκριμένη στιγμή που γινόταν η κλήση. Αργότερα έγινε νέα επαφή και αποστολή του ερωτηματολογίου με fax ύστερα από προτροπή δική τους και ενώ υπήρξε διαβεβαίωση ότι θα απαντούσαν, αυτό δεν έγινε ποτέ. Η επικοινωνία με τον εκπρόσωπο του Παναθηναϊκού, αντίθετα, αν και δύσκολη, αφού χρειάστηκε να γίνουν αρκετά τηλεφωνήματα μέχρι να υπάρξει συνομιλία μαζί του για να ορισθεί η ώρα και μέρα συνάντησης, τελεσφόρησε και η συνέντευξη έλαβε χώρα στα γραφεία της Π.Α.Ε. Παναθηναϊκού εντός του κτιρίου του ομίλου Βαρδινογιάννη που βρίσκεται πλησίον του νοσοκομείου Κ.Α.Τ. στο δήμο Αμαρουσίου Αττικής.

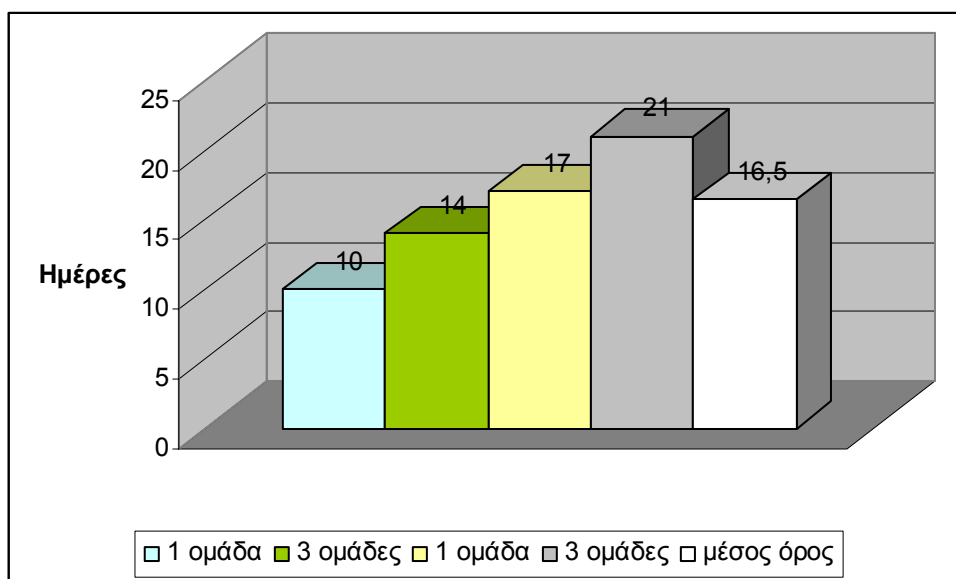
Θα πρέπει εδώ να αναφερθεί ότι κάποιες ομάδες λόγω των οικονομικών προβλημάτων που παρουσιάζουν, όπως ο Άρης και η Α.Ε.Κ., αποφασίστηκε τελικά να αποκλειστούν από τη λίστα των υποψηφίων για διερεύνηση ομάδων επειδή τα οικονομικά προβλήματα που αντιμετωπίζουν δεν τις καθιστούν αντιπροσωπευτικές του συνόλου των Ελληνικών ομάδων. Επίσης τα

αποτελέσματα τα οποία θα προέκυπταν θεωρήθηκε ότι θα μπορούσαν να είναι αντιπροσωπευτικά και για τις ομάδες άλλων πρωταθλημάτων της Ευρώπης, ισοδύναμων ή κατωτέρων του Ελληνικού. Οπότε προστέθηκε ένας επιπλέον λόγος για τον οποίο οι ομάδες αυτές έπρεπε να αποκλειστούν από το δείγμα αφού οι περισσότερες ομάδες της Ευρώπης δεν αντιμετωπίζουν χρέη τέτοιου βαθμού.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο

Τα αποτελέσματα της έρευνας

Με το πέρας των συνεντεύξεων έφθασε η στιγμή να γίνει η ανάλυση των αποτελεσμάτων της έρευνας ώστε να βγουν κάποια συμπεράσματα. Μια καλή αρχή θα ήταν να λεχθεί ότι όλες οι ομάδες που οι εκπρόσωποί τους δέχθηκαν να απαντήσουν στις ερωτήσεις, ανεξαιρέτως του αν έχουν ή μη ιδιόκτητο προπονητικό κέντρο (το 66% των ομάδων που ρωτήθηκαν έχουν και κάποιες από αυτές μάλιστα έχουν φιλοξενήσει σε αυτά ομάδες από το εξωτερικό), επισκέπτονται κάποιο προπονητικό κέντρο ποδοσφαίρου κατά την διάρκεια της βασικής προετοιμασίας το καλοκαίρι και συγκεκριμένα από τις αρχές Ιουλίου μέχρι τα μέσα Αυγούστου, έτσι ώστε να είναι όσο το δυνατόν καλύτερα προετοιμασμένες να ανταπεξέλθουν στις αγωνιστικές τους υποχρεώσεις κατά την διάρκεια του χειμώνα. Στα προπονητικά κέντρα αυτά οι ομάδες παραμένουν κατά μέσο όρο 16,5 ημέρες, (σχ.4-1).



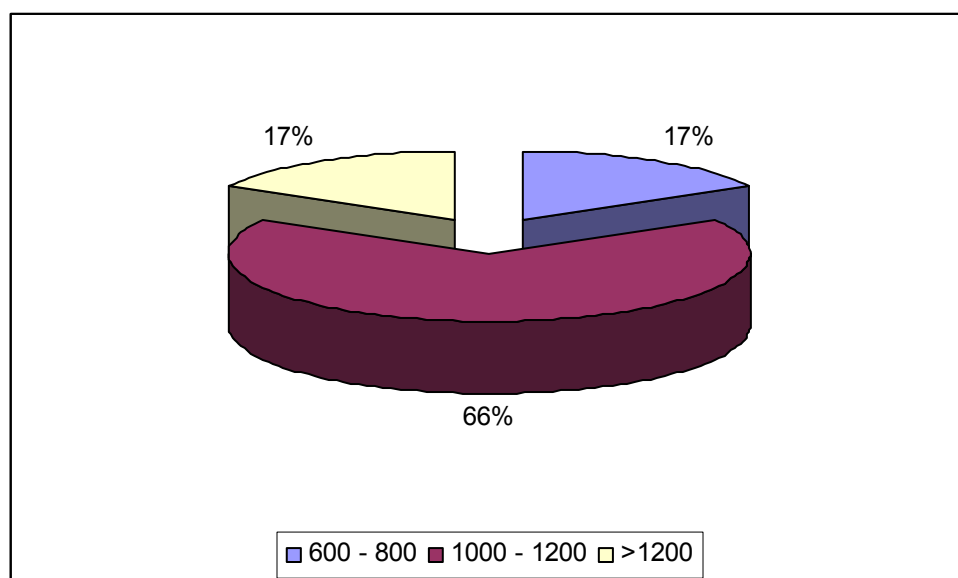
(σχ.4-1)

4.1 Τοποθεσία και κλιματολογικές συνθήκες

Ένα από τα προβλήματα που καλείτε να αντιμετωπίσει ο τουρισμός στην Ελλάδα, όπως ειπώθηκε στο πρώτο κεφάλαιο της παρούσας μελέτης, είναι η ελλιπής ή και ανύπαρκτη τουριστική ανάπτυξη κάποιων περιοχών εν αντιθέσει με την υπερεκμετάλλευση κάποιων άλλων (παράρτημα 4). Ως πρωταρχικό

σκοπό λοιπόν η παρούσα μελέτη είχε την διερεύνηση των τοποθεσιών που θεωρούν ως καταλληλότερους οι υπεύθυνοι των ομάδων.

Σαν αποτέλεσμα προέκυψε η διαπίστωση ότι οι ομάδες προτιμούν προπονητικά κέντρα που βρίσκονται σε ορεινές περιοχές. Ο κύριος λόγος, που είναι γνωστός στους περισσότερους, είναι η χαμηλότερη πυκνότητα της ατμόσφαιρας λόγω υψόμετρου και η σχετική έλλειψη οξυγόνου που συνεπάγεται καλύτερη φυσική κατάσταση και αύξηση της αντοχής από τους παίκτες κατά τη διάρκεια παραμονής τους στις περιοχές αυτές. Στην ερώτηση ποιο είναι το ιδανικότερο υψόμετρο ώστε να έχουν οι ομάδες, και οι παίκτες, τα βέλτιστα αποτελέσματα, επικρατούσα άποψη ήταν τα 1000 με 1200 μέτρα, (σχ.4.1-1).

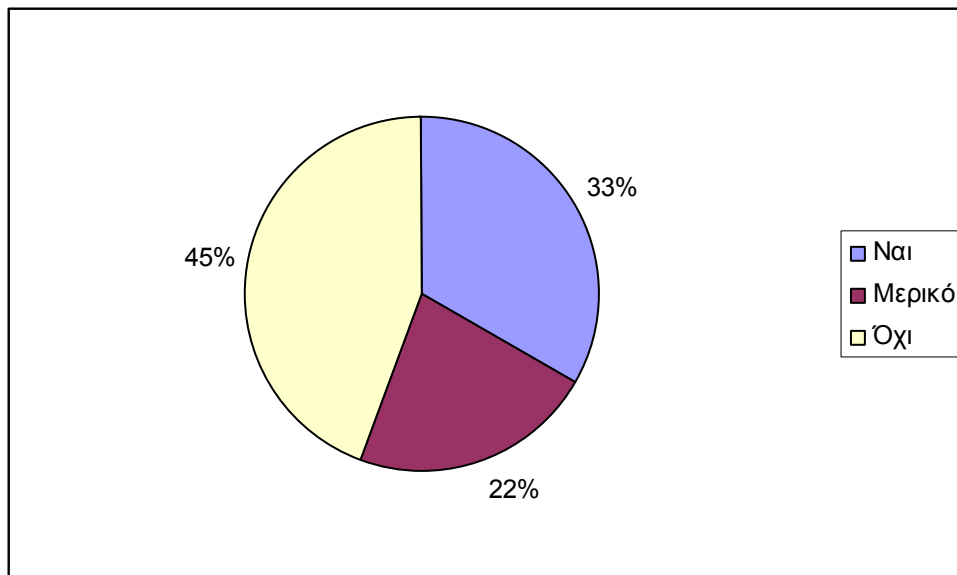


(σχ.4.1-1)

Το 50% των εκπροσώπων των ομάδων ανέφερε επίσης ότι προτιμώνται τα προπονητικά κέντρα τα οποία είναι σε δασώδη περιοχή, γεγονός το οποίο μας οδηγεί στην αμέσως επόμενη ερώτηση: αν προτιμούν οι ομάδες να επισκέπτονται προπονητικά κέντρα που βρίσκονται στα προάστια κάποιου αστικού κέντρου και γενικότερα αστικές περιοχές ή στην επαρχία. Όλοι συμφώνησαν ότι προτιμητέο είναι το προπονητικό κέντρο να βρίσκεται στην επαρχία. Οι λόγοι που παρατέθηκαν εκ μέρους τους: η ησυχία που επικρατεί στην επαρχία με αποτέλεσμα οι παίκτες να μπορούν να ξεκουραστούν πραγματικά τις ώρες ανάπαυσης που διαθέτουν κατά την διάρκεια τις παραμονής τους στο προπονητικό κέντρο (πράγμα που δεν θα ήταν και τόσο

εύκολο στις πολύβουες αστικές περιοχές), η απομόνωση με αποτέλεσμα οι παίκτες να είναι απολύτως αφοσιωμένοι στη προετοιμασία μακριά από τους πειρασμούς της πόλης, ο καθαρός αέρας και η φύση μακριά από τη μόλυνση της πόλης, η ζωή μέσα στη φύση που βοηθά στη ψυχική ηρεμία του ατόμου και η δροσιά που μπορεί να προσφέρει και το πλέον ελαφρό αεράκι λόγω της έλλειψης ψηλών κτηρίων που θα μπορούσαν να το εμποδίσουν.

Το προπονητικό κέντρο όμως, αν και επαρχιακό, δε θα πρέπει να απέχει πολύ οδικώς από κάποιο αστικό κέντρο το οποίο να διαθέτει αεροδρόμιο ικανό να υποδεχθεί το αεροπλάνο που θα μεταφέρει την ομάδα (παράρτημα 6). Αυτό γίνεται κατανοητό από τις απαντήσεις στην ερώτηση, ποια θεωρούν ως μέγιστη επιτρεπόμενη χρονική διάρκεια μετακινήσεως οδικώς για την άφιξη στο προπονητικό κέντρο. Η μέγιστη επιτρεπόμενη διάρκεια κρίνεται, από τους εκπροσώπους των ομάδων, ότι θα πρέπει να κυμαίνεται μεταξύ της μίας έως 3 το πολύ ώρες. Η χρονική διάρκεια αυτή αυξάνεται εάν δεν είναι απαραίτητη η μετακίνηση και αεροπορικώς, δηλαδή το προπονητικό κέντρο βρίσκεται στην Ελλάδα, οπότε ο χρόνος που η ομάδα θα σπαταλούσε στο αεροδρόμιο και στο αεροπλάνο μεταφέρεται στο χρόνο που η ομάδα θα παραμείνει στο λεωφορείο.

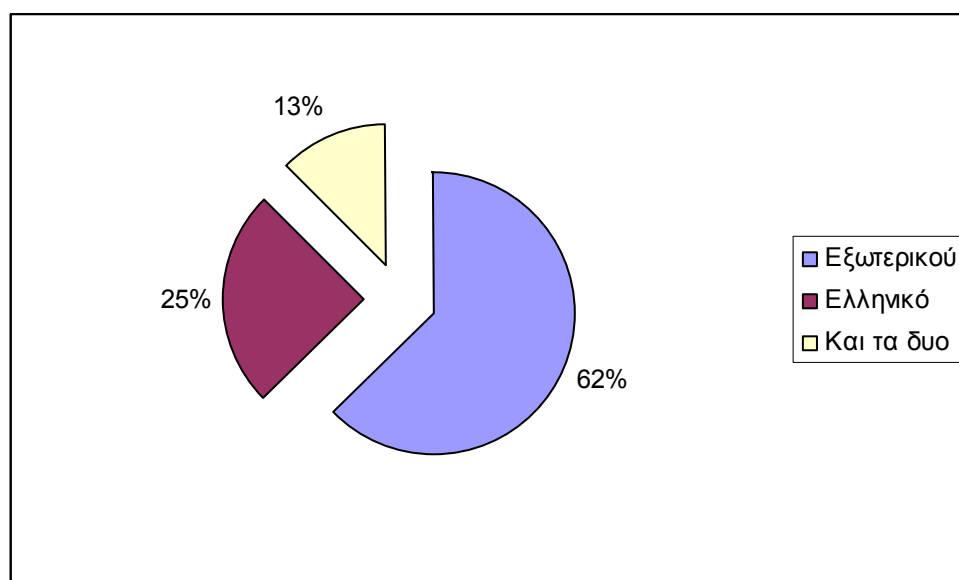


(σκ.4.1-2)

Μία ομάδα της Αθήνας που δήλωσε ότι συνήθως επιλέγει να επισκεφθεί προπονητικό κέντρο της Ελλάδας ανέφερε ότι η χρονική διάρκεια μπορεί να φθάσει και τις 8 ώρες (σύμφωνα με τον εκπρόσωπο της ομάδας τόσο απέχουν οδικώς τα προπονητικά κέντρα Καρπενησίου). Αντίθετα από τη χρονική

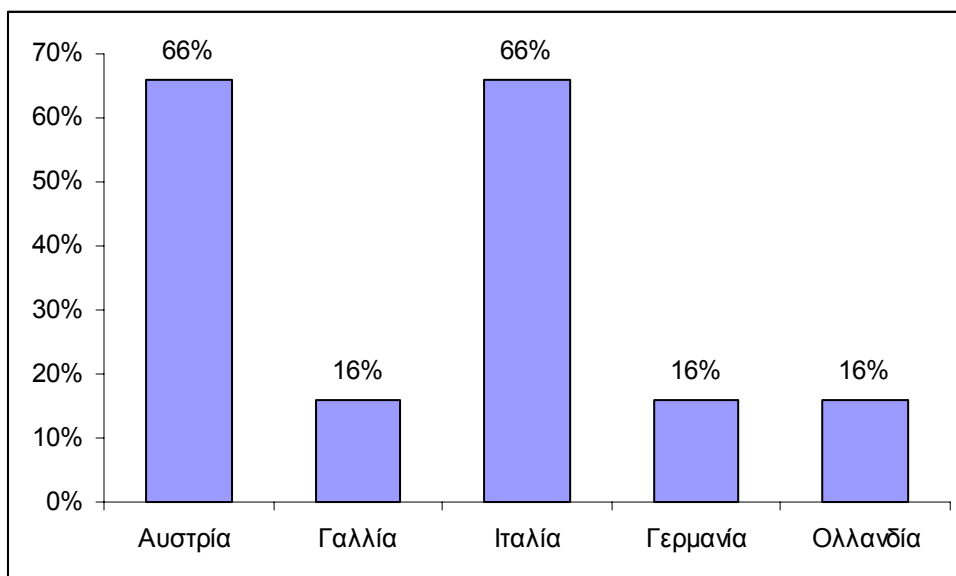
διάρκεια της μετακίνησης οδικά, η χρονική διάρκεια μετακίνησης αεροπορικά μπορεί να είναι μεγάλη, στην ερώτηση αν παίζει ρόλο η απόσταση στην επιλογή του προπονητικού κέντρου (εννοώντας την χιλιομετρική απόσταση από την έδρα της ομάδας που στο μεγαλύτερο μέρος της γίνεται αεροπορικά μόνο 3 ομάδες (33 %) απάντησαν ότι, ναι παίζει, (σχ.4.1-2).

Η ομάδα που δήλωσε ότι προτιμά συνήθως κάποιο προπονητικό κέντρο που βρίσκεται στην Ελλάδα αποτελεί μέρος της μειοψηφίας και αυτό επειδή στην ερώτηση αν το προπονητικό κέντρο που συνήθως επιλέγουν να επισκεφθούν βρίσκεται στην Ελλάδα ή στο εξωτερικό, η συντριπτική πλειοψηφία δηλώνει ότι βρίσκεται στο εξωτερικό, (σχ.4.1-3).



(σχ.4.1-3)

Οι χώρες δε που αποτελούν την κύρια προτίμηση των ομάδων που επιλέγουν τα προπονητικά κέντρα του εξωτερικού είναι οι Αυστρία και Ιταλία οι οποίες και αναφέρθηκαν από τις περισσότερες ομάδες. Συγκεκριμένα τέσσερις από τις έξι ομάδες (66%) που επιλέγουν προπονητικά κέντρα του εξωτερικού έχουν μεταξύ των προτιμήσεών τους ως τόπο προορισμού την Ιταλία, την Αυστρία ή και τις δύο, (σχ.4.1-4)



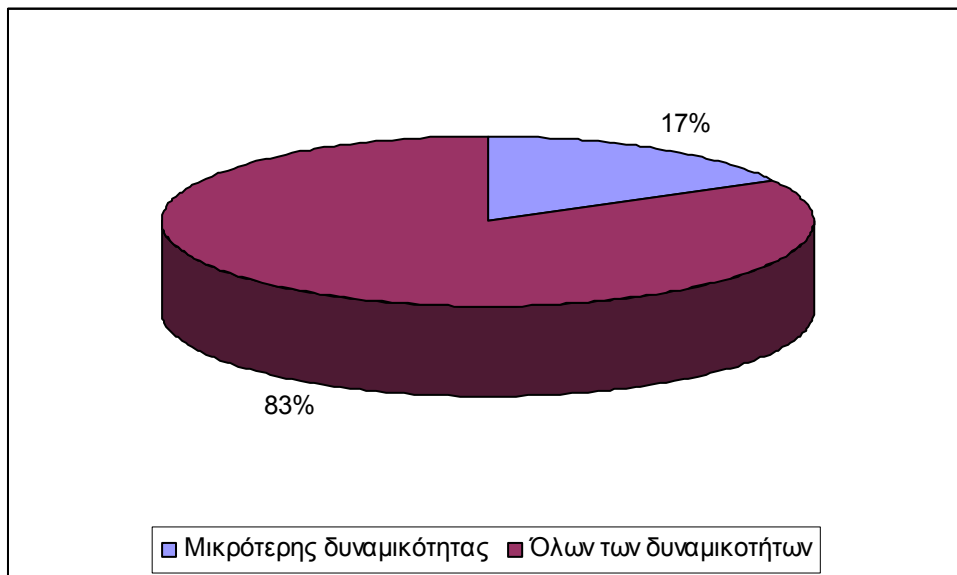
(σκ.4.1-4)

Ο κύριος λόγος της προτίμησης της ομάδας προς ένα προορισμό, είτε πρόκειται για την Ελλάδα είτε πρόκειται για κάποια συγκεκριμένη χώρα του εξωτερικού, είναι ο οικονομικός. Το 50% των ομάδων δηλώνουν ως λόγο προτίμησης ενός συγκεκριμένου προορισμού τον οικονομικό παράγοντα. Αυτός όμως δεν είναι ο μοναδικός λόγος που παρουσιάζεται, άλλοι λόγοι είναι: η συνήθεια, τα φιλικά (η δυνατότητα διεξαγωγής καλύτερων φιλικών με ξένες ομάδες), οι διασυνδέσεις (η δημιουργία φιλικών σχέσεων με άλλα Ευρωπαϊκά σωματεία που μπορούν να ωφελήσουν μεσοπρόθεσμα την ομάδα) και οι παρεχόμενες υπηρεσίες (καλύτερη ποιότητα υπηρεσιών ή/και παροχή επιπλέον υπηρεσιών).

Άμεση σχέση με την τοποθεσία έχουν και οι κλιματολογικές συνθήκες που επικρατούν σε αυτή, οπότε δε θα ήταν δυνατό να μην ερωτηθούν οι εκπρόσωποι των ομάδων για τις κλιματολογικές συνθήκες που επιθυμούν να επικρατούν κατά τη διάρκεια παραμονής τους στα προπονητικά κέντρα. Βασική ερώτηση όσον αφορά τις επιθυμητές καιρικές συνθήκες ήταν η ιδανική θερμοκρασία, ερώτηση στην οποία η ομόφωνη απάντηση ήταν: μεταξύ 15 και 20 βαθμών Κελσίου. Όταν τους τέθηκε η γενικότερη ερώτηση ποιες θεωρούνται οι καλύτερες καιρικές συνθήκες, οι περισσότεροι προσθέσανε ότι επιθυμητό θα ήταν και το ποσοστό υγρασίας στην περιοχή διαμονής της ομάδας να είναι μικρό. Από έναν έτερο εκπρόσωπο αναφέρθηκε ότι θα ήταν επιθυμητό να επικρατεί ηλιοφάνεια.

4.2 Παρεχόμενες υπηρεσίες και φιλικά

Ως μία αιτία για την τελική επιλογή του προπονητικού κέντρου αναφέρθηκε από τις ομάδες η δυνατότητα διεξαγωγής φιλικών. Λογικό είναι λοιπόν να υπάρξει ερώτηση που να αφορά τα φιλικά. Σχετική ερώτηση ήταν ο αριθμός των φιλικών που οι ομάδες επιθυμούν να παίξουν στο πλαίσιο της προετοιμασίας τους. Η απάντηση διέφερε από ομάδα σε ομάδα, εν αντιθέσει με τη σχετική σύμπνοια και συμφωνία απόψεων που ισχύει σε άλλες ερωτήσεις, με αποτέλεσμα ο αριθμός των φιλικών να κυμαίνεται από δύο με τρία (ομάδα Χαλκηδόνας) έως επτά με οκτώ (ομάδα Ο.Φ.Η.), εάν όμως στην προκειμένη περίπτωση θέλαμε να βγάλουμε ένα μέσο όρο, αυτός θα ήταν πέντε φιλικά παιχνίδια. Όμως το πόσο ικανοποιημένη μπορεί να είναι μία ομάδα δεν εξαρτάται μόνο από τον αριθμό των φιλικών αλλά και από την ποιότητα των ομάδων που συμμετέχουν σε αυτά. Η ποιότητα της κάθε ομάδας εναπόκειται στην δυναμικότητά της, συνεπώς η επόμενη ερώτηση έπρεπε να είναι τι δυναμικότητας θα πρέπει να είναι οι ομάδες τις οποίες καλούνται να αντιμετωπίσουν τα σωματεία στα φιλικά που διοργανώνονται κατά τη διάρκεια της παραμονής τους στα προπονητικά κέντρα.

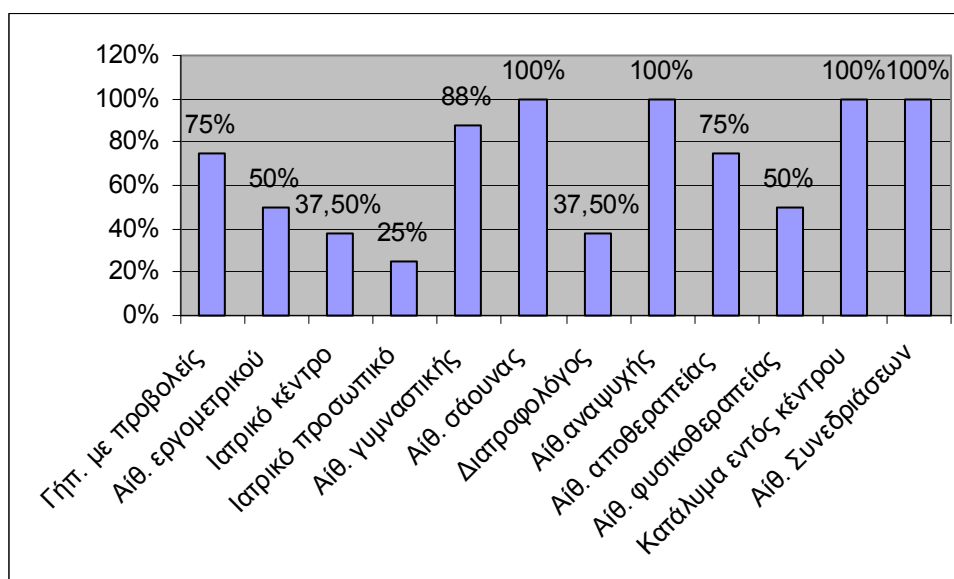


(σχ.4.2-1)

Στην ερώτηση αυτή έρχεται να επικρατήσει εκ νέου πνεύμα σύμπνοιας, από τις ομάδες που απάντησαν στη συγκεκριμένη ερώτηση το 83% απάντησε και των τριών δυναμικότητων, δηλαδή στα πλαίσια της προετοιμασίας επιθυμούν να αγωνιστούν απέναντι σε ασθενέστερες ομάδες (για να δοκιμάσουν νέα

συστήματα και το βαθμό στον οποίο οι παίκτες μπορούν να προσαρμοστούν σε αυτά), ισοδύναμες ομάδες (για να δοκιμάσουν τους νέους παίκτες απέναντι σε ισχυρούς αντιπάλους) και μεγαλύτερης δυναμικότητας ομάδες (για να δοκιμάσουν στην πράξη το τελικό σχήμα της ομάδας στο οποίο έχουν καταλήξει), (σχ.4.2-1).

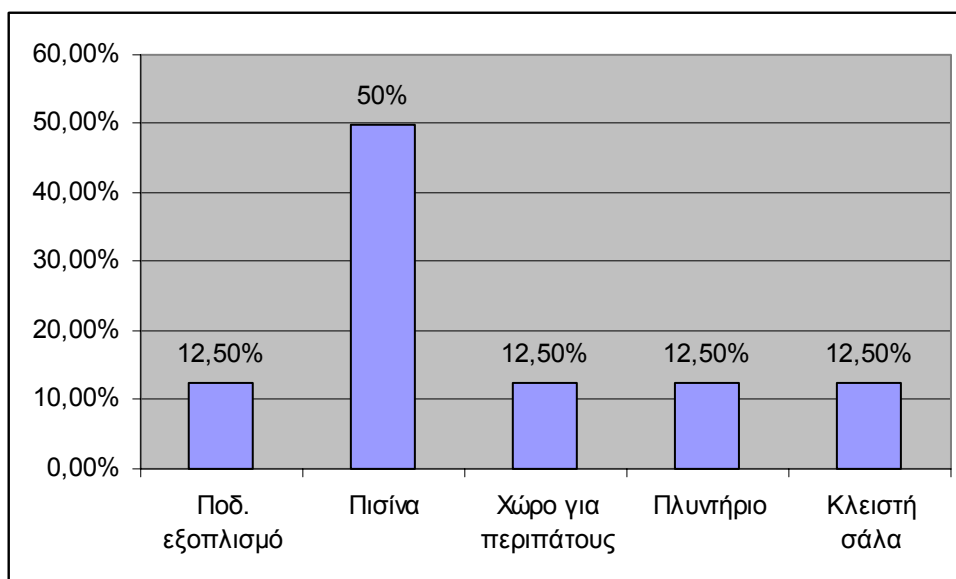
Μία επιπλέον αιτία, σύμφωνα με τους εκπροσώπους των ομάδων, είναι οι παρεχόμενες υπηρεσίες και η ποιότητα αυτών. Για να γίνουν γνωστές οι υπηρεσίες που αναμένουν να τους παρασχεθούν, από τα προπονητικά κέντρα, οι ομάδες, έγινε χρήση της λίστας των υπηρεσιών που ήταν σε θέση να παρέχει το καινούριο προπονητικό κέντρο που κατασκεύασε η Π.Α.Ε. Ξάνθη (το οποίο δυστυχώς έγινε παρανάλωμα του πυρός μετά την πάροδο μικρής χρονικής περιόδου από την ολοκλήρωσή του), (Μπαλής, 2003) και τους παρατέθηκε ζητώντας να πουν ποιες από αυτές τις υπηρεσίες έχουν συνήθως στη διάθεσή τους, κατά την παραμονή τους στο προπονητικό κέντρο. Κάποιες από τις υπηρεσίες της λίστας θεωρούνται λίγο ως πολύ δεδομένες και δηλώθηκε ότι συνήθως παρέχονται από τα προπονητικά κέντρα από το σύνολο των ομάδων ή τουλάχιστον την πλειοψηφία αυτών, ενώ άλλες δηλώθηκαν μόλις από το 50% των ομάδων ή και λιγότερες, (σχ.4.2.2).



(σχ.4.2-2)

Παράλληλα ζητήθηκε από αυτές να αναφέρουν τυχόν υπηρεσίες που τους παρέχονται από τα κέντρα και δεν συμπεριλαμβάνονται στη λίστα που δόθηκε. Με τον τρόπο αυτό έγινε γνωστό ότι υπάρχουν και άλλες υπηρεσίες εκτός της

λίστας με πλέον σημαντική την ύπαρξη πισίνας που δηλώθηκε από τις μισές ομάδες, (σχ.4.2-3).



(σχ.4.2-3)

4.3 Οικονομικός παράγοντας

Όπως αναφέρθηκε νωρίτερα ο οικονομικός παράγοντας αποτελεί έναν από τους λόγους της τελικής επιλογής ενός προπονητικού κέντρου. Το ποσό που δίνει μία ομάδα για το προπονητικό κέντρο, σύμφωνα με τις απαντήσεις που ελήφθησαν, κυμαίνεται μεταξύ 30.000 και 45.000 €. Το ποσό αυτό είναι αρκετά μικρό σε σχέση με τα ποσά που δαπανώνται σε σύνολο από τις ομάδες, αν κρίνουμε από τα ποσά που αναγράφονται στις εφημερίδες για τα συμβόλαια των παικτών. Αυτό γίνεται περισσότερο κατανοητό από τις απαντήσεις στην ερώτηση ποιο είναι το ποσοστό στο οποίο αναλογούν τα έξοδα για το προπονητικό κέντρο επί του συνόλου των ετήσιων εξόδων της ομάδας. Οι ομάδες που ήταν σε θέση να απαντήσουν το υπολόγιζαν στο 1 με 2% του συνολικού ποσού των ετήσιων εξόδων, πλην μίας που το υπολόγιζε στο 5,5%, ενώ οι υπόλοιπες που δεν ήταν σε θέση να δώσουν ακριβή απάντηση θεωρούν ότι αυτό είναι αρκετά μικρό.

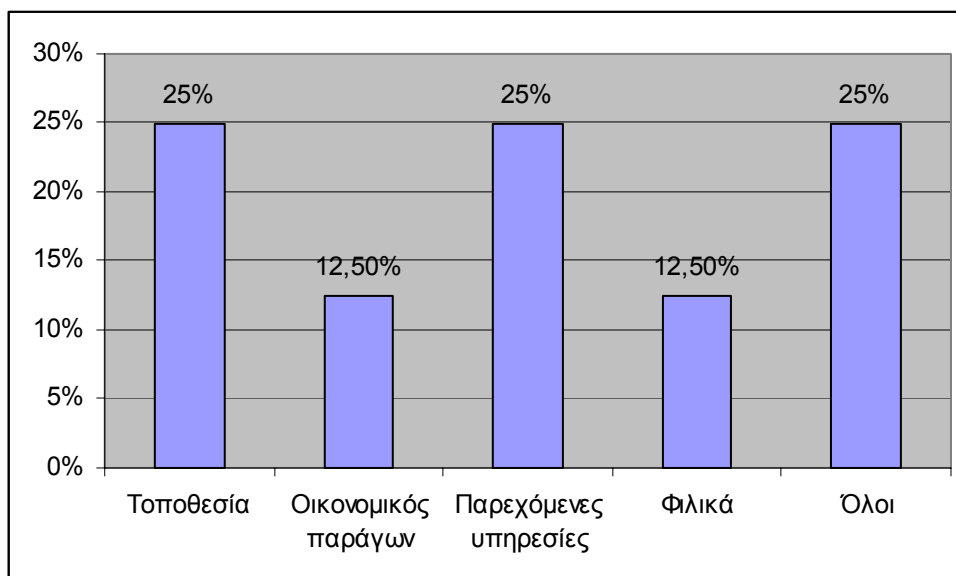
Από την παρουσία τους στα προπονητικά κέντρα οι ομάδες θα μπορούσαν να έχουν και κάποια οικονομικά οφέλη πέρα από τα αγωνιστικά, τρανό παράδειγμα οι μεγάλες Ευρωπαϊκές ομάδες που με απώτερο σκοπό τα οικονομικά οφέλη ταξιδεύουν ως και την Άπω Ανατολή για την προετοιμασία τους. Δεν αποτέλεσε έκπληξη λοιπόν ότι ένα μεγάλο ποσοστό (50%) των ομάδων

απάντησε θετικά στην ερώτηση αν αποβλέπει σε έσοδα μέσω των φιλικών ώστε να καλύψει ένα ποσοστό των εξόδων για το προπονητικό κέντρο. Οι μεγαλύτερες ομάδες δε, αποβλέπουν σε έσοδα και από την εμπορική εκμετάλλευση του σήματος της ομάδας, πράγμα που μπορεί να μεταφραστεί σε πώληση αντικειμένων με το έμβλημα της ομάδας ως αναμνηστικό σε άτομα που επισκέπτονται το προπονητικό κέντρο για να θαυμάσουν από κοντά τους αθλητές που λόγω απόστασης είχαν τη δυνατότητα να παρακολουθήσουν μόνο μέσω τηλεόρασης.

4.4 Τα άτομα της ομάδας που κάνουν την επιλογή

Το άτομο που κάνει την επιλογή του προπονητικού κέντρου που θα επισκεφθεί η ομάδα είναι λογικά ο καθ' αυτός αρμόδιος, ο προπονητής. Ίσως όμως να υπάρχουν και άλλα άτομα τα οποία επηρεάζουν την τελική απόφαση και πιθανώς να κάνουν τη διαφορά στην τελική επιλογή μεταξύ δύο προπονητικών κέντρων. Κάποιες από τις ομάδες είπαν ότι όντως υπάρχουν άτομα ή όργανα τα οποία συμμετέχουν στην επιλογή του προπονητικού κέντρου μαζί με τον προπονητή (33% των ομάδων). Αυτά είναι το τεχνικό team και το διοικητικό συμβούλιο. Ο λόγος για τον οποίο ένα προπονητικό κέντρο θα πρέπει να ενδιαφέρεται για αυτό είναι ότι: σε συνάρτηση με τον παράγοντα ο οποίος θέτεται ως πιο σημαντικός από τις ομάδες αποκαλύπτεται ο τομέας στον οποίο θα πρέπει να δοθεί έμφαση ώστε να προκληθεί το ενδιαφέρον προς το προπονητικό κέντρο από την πλευρά των ομάδων.

Οι παράγοντες που προαναφέρθηκαν είναι αυτοί που κατέθεσαν οι ομάδες ως αιτία επιλογής ενός προορισμού (οικονομικός παράγοντας, φιλικά, παρεχόμενες υπηρεσίες) συν την τοποθεσία που βρίσκεται το κάθε προπονητικό κέντρο. Παράγοντες οι οποίοι φαίνεται να είναι σημαντικοί στον ίδιο βαθμό περίπου σύμφωνα με τις απαντήσεις που λήφθηκαν από τους εκπροσώπους των ομάδων στην ερώτηση ποιος από αυτούς βαραίνει περισσότερο στην τελική επιλογή του προπονητικού κέντρου, (σχ.4.4-1). Γεγονός κάπως αντιφατικό αφού σε προηγούμενη ερώτηση, και συγκεκριμένα στο αίτημα να δικαιολογήσουν την προτίμησή τους προς ένα προορισμό (Ελλάδα ή κάποια χώρα του εξωτερικού), το 50% παρουσίασε ως αιτιολογία τον οικονομικό παράγοντα.



(σκ.4.4-1)

4.5 Κριτική θεώρηση των απαντήσεων που δόθηκαν σε σχέση με τα πεπραγμένα των ομάδων το θέρος του 2004

Μερικές από τις ομάδες που δέχθηκαν να απαντήσουν στο ερωτηματολόγιο έπραξαν αντίθετα από αυτά που δήλωσαν όταν έφθασε η στιγμή της επιλογής του προπονητικού κέντρου. Με τις επιλογές τους έδειξαν ότι είναι έτοιμες να περιορίσουν τις απαιτήσεις τους ή αντίθετα να τις αυξήσουν όταν εν αντιθέσει με παλαιότερα προσδοκούν μεγαλύτερα έσοδα και επομένως αυξάνεται ο προϋπολογισμός τους.

Στην δεύτερη κατηγορία ανήκει η ομάδα του Εργοτέλη που ενώ, σύμφωνα με τα λεγόμενα του εκπροσώπου της, συνήθως επιλέγει προπονητικό κέντρο που βρίσκεται στην Ελλάδα, τη φετινή αγωνιστική περίοδο που ανήλθε κατηγορία και τα έσοδα (από τηλεοπτικά δικαιώματα, αύξηση ποσοστού από τον Ο.Π.Α.Π. και άλλα) είναι περισσότερα επέλεξε να επισκεφθεί προπονητικό κέντρο του εξωτερικού και συγκεκριμένα της Σουηδίας (Αθλητική Εφημερίδα Goal, σ.11, 14-08-2004). Το γεγονός αυτό αποδεικνύει ότι οι απαιτήσεις των ομάδων είναι αντιστρόφως ανάλογες με την οικονομική δυνατότητά τους και ότι κύριος παράγοντας επιλογής είναι ο οικονομικός τομέας. Επομένως το προπονητικό κέντρο θα πρέπει ανάλογα με τις υπηρεσίες που μπορεί να παράσχει, σύμφωνα με τις οικονομικές δυνατότητες που έχει, να επιλέξει τις ομάδες των οποίων το ενδιαφέρον θα πρέπει να προκαλέσει.

Στην πρώτη κατηγορία (ομάδες που δέχονται να περιορίσουν τις απαιτήσεις τους) ανήκει η ομάδα του Π.Α.Ο.Κ που επέλεξε προπονητικό κέντρο στο οποίο

η θερμοκρασία υπερέβαινε τους 20 βαθμούς και διένυσε μεγάλες αποστάσεις οδικώς, για τη διεξαγωγή φιλικών και την αναχώρησή της, από το προπονητικό κέντρο που επισκέφθηκε στη πόλη Νταξ (Dax) της Γαλλίας στην περιοχή των Πυρηναίων, (Αθλητική Εφημερίδα Goal, σ.8, 23-07-2004). Αυτό υποστηρίζει την προηγούμενη διαπίστωση αφού προφανώς η ομάδα του Π.Α.Ο.Κ. αντιστάθμισε τα αρνητικά (ταλαιπωρία των παικτών) με τα θετικά (παροχή των απαιτούμενων υπηρεσιών σε οικονομικό πακέτο έστω και με επιβάρυνση του προγράμματος λόγω των μεγάλων αποστάσεων που έπρεπε να διανύσει η ομάδα) και αποφάσισε ότι τα θετικά πλεόναζαν. Στην κατηγορία αυτή ανήκει και ο Παναθηναϊκός που δεν έπαιξε φιλικά κατά τη διάρκεια παραμονής του στο προπονητικό κέντρο αλλά ταξίδεψε από χώρα σε χώρα (Ολλανδία, Αγγλία, Πορτογαλία και μετέπειτα Κύπρο) για τη διεξαγωγή τους, παρόλο που αυτά δηλώνονται ως κύριος λόγος επιλογής προπονητικού κέντρου, (Αθλητική Εφημερίδα Goal, σ.13, 14-08-2004 και Εφημερίδα City Press, σ.27, 09-08-2004).

Εδώ δεν θα πρέπει να παραλειφθεί η αναφορά στο ότι υπάρχουν και ομάδες που έπραξαν διαφορετικά από τα συνηθισμένα και επισκέφθηκαν προπονητικά κέντρα τα οποία βρίσκονται σε χώρες που δεν ανήκουν στις άμεσες προτιμήσεις τους.

Ενώ τέλος θα πρέπει να αναφερθεί η θετική είδηση ότι η ομάδα του Ιωνικού, που προτιμά να επισκέπτεται προπονητικά κέντρα του εξωτερικού και ως κύρια αιτία παρουσίαζε τις κακές εγκαταστάσεις και τις φτωχές σε ποιότητα υπηρεσίες που παρέχονται από τα Ελληνικά προπονητικά κέντρα σε σχέση με αυτά του εξωτερικού, φέτος επέλεξε να επισκεφθεί προπονητικό κέντρο που βρίσκεται στο Καρπενήσι. Ακόμα θετικότερα ήταν τα σχόλια του προπονητή της ομάδας κ. Βλάχου για το προπονητικό κέντρο που φιλοξένησε την ομάδα του: «Είμαστε ενθουσιασμένοι από τη συμπεριφορά και την ποιότητα των υπηρεσιών που μας παρέχουν οι άνθρωποι του ξενοδοχείου. Τα πάντα είναι άψογα και οι προπονητικές εγκαταστάσεις είναι τέλειες και προσφέρονται για σοβαρή και ποιοτική δουλειά, όπως ακριβώς επιδιώκει κάθε προπονητής για την ομάδα του.», (Αθλητική Εφημερίδα Goal, σ.11, 14-08-2004). Δήλωση που δείχνει μία τάση βελτίωσης των παρεχόμενων υπηρεσιών από τα Ελληνικά προπονητικά κέντρα ποδοσφαίρου, γεγονός το οποίο μόνο θετικά εκλαμβάνεται.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5°
Συμπεράσματα

5.1 Δυνατότητα δημιουργίας προπονητικών κέντρων, απαραίτητες εγκαταστάσεις και αποπληρωμή της επένδυσης

Το πρώτο συμπέρασμα στο οποίο καταλήγουμε με το πέρας της μελέτης, είναι το γεγονός ότι και στην Ελλάδα είναι εφικτή η δημιουργία προπονητικών κέντρων εφάμιλλων με αυτά της υπόλοιπης Ευρώπης. Η ριζική αλλαγή γνώμης για τα Ελληνικά προπονητικά κέντρα ποδοσφαίρου από την ομάδα του Ιωνικού, το αποδεικνύει. Δεν είναι δυσνόητο άλλωστε πως το μόνο που χρειάζεται είναι η σοβαρή επένδυση στον συγκεκριμένο τομέα από επιχειρηματίες του τουριστικού τομέα. Τα αναγκαία ποσά για τη δημιουργία των απαραίτητων εγκαταστάσεων, ούτως ή άλλως, δεν υπερβαίνουν κατά πολύ τα ποσά για τη δημιουργία ενός απλού ξενοδοχειακού συγκροτήματος. Αν δε, υπάρχει έτοιμη κτηριακή υποδομή τα μόνα απαραίτητα ποσά είναι αυτά τα οποία χρειάζονται για την υλικοτεχνική αθλητική υποδομή όπως προβολείς και όργανα γυμναστικής. Όσο αφορά την αποπληρωμή των κεφαλαίων, μεσοπρόθεσμα, και την ύπαρξη κερδών για τα προπονητικά κέντρα, εκτός από τα έσοδα από την φιλοξενία των ποδοσφαιρικών αθλητικών σωματείων (περίπου 30.000 με 40.000€ ανά ομάδα), θα πρέπει αυτά να θεωρήσουν ως πηγή εσόδων και αθλητικά σωματεία άλλων αθλημάτων (καλαθοσφαίρισης, στίβου, πετοσφαίρισης) τα οποία πιθανόν να επιθυμούν να χρησιμοποιήσουν τις εγκαταστάσεις τους.

5.2 Προσέλκυση τουριστών τη χειμερινή περίοδο με τη δημιουργία ποδοσφαιρικών προπονητικών κέντρων

Όπως ειπώθηκε στο δεύτερο κεφάλαιο ένας πιθανός τρόπος διοχέτευσης τουριστών στις ήδη ανεπτυγμένες τουριστικά περιοχές να είναι η δημιουργία αθλητικών εγκαταστάσεων, οι οποίες σε συνάρτηση με την υπάρχουσα τουριστική υποδομή, θα είναι ικανές να φιλοξενήσουν αθλητές και σωματεία που επιθυμούν να προπονηθούν κατά τη διάρκεια του χειμώνα όπως γίνεται στην νότια Ισπανία τους μήνες Ιανουάριο και Φεβρουάριο (δήλωση γενικού μάντζερ Ακράτητου). Τα αποτελέσματα που εξάγονται από την έρευνα με μία πρώτη ματιά δεν αφήνουν θετικά συμπεράσματα ως προς τη δυνατότητα έλευσης τουριστών τους χειμερινούς μήνες με την δημιουργία ποδοσφαιρικών

προπονητικών κέντρων. Οι ομάδες στο σύνολό τους απάντησαν ότι επισκέπτονται προπονητικό κέντρο μόνο κατά την διάρκεια του θέρους. Δεν θα πρέπει όμως να παραληφθεί ότι πρόκειται για Ελληνικές ομάδες.

Το Ελληνικό πρωτάθλημα διακόπτεται μόνο κατά την διάρκεια του καλοκαιριού εν αντιθέσει με άλλα πρωταθλήματα που διακόπτονται και/ή το χειμώνα, (www.supersport.gr). Τέτοια πρωταθλήματα είναι αυτά της βόρειας Ευρώπης όπως το Γερμανικό (11 Δεκεμβρίου με 22 Ιανουαρίου), το Αυστριακό (8 Δεκεμβρίου με 19 Φεβρουαρίου) και τα Σκανδιναβικά (τελειώνουν το Νοέμβριο και ξαναρχίζουν την άνοιξη). Οι ομάδες αυτές το λογικό είναι να επιθυμούν να παραμείνουν σε καλή αγωνιστική κατάσταση οι παίκτες τους για το υπόλοιπο των αγωνιστικών υποχρεώσεων της σεζόν που θα ξαναρχίσουν με την έλευση της άνοιξης (Γερμανία, Αυστρία) ή να προετοιμαστούν για την επόμενη σεζόν (Σκανδιναβία). Αναλογιζόμενοι τις καιρικές συνθήκες που επικρατούν στη νησιωτική Ελλάδα την περίοδο αυτή, και ιδιαίτερα τον Ιανουάριο με την έλευση των αλκυονίδων ημερών (καιρικές συνθήκες που προσεγγίζουν τις επιθυμητές από τις ομάδες καιρικές συνθήκες), μπορούμε να πούμε ότι θα μπορούσαν διάφορες τουριστικές επιχειρήσεις να το εκμεταλλευτούν και δημιουργώντας προπονητικό κέντρο δίπλα στις προϋπάρχουσες ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις να προσελκύσουν το ενδιαφέρον διαφόρων ποδοσφαιρικών σωματείων των χωρών αυτών.

Τα αδύναμα μέρη μιας τέτοιας προσπάθειας είναι το υψόμετρο και η δυνατότητα διεξαγωγής του απαιτούμενου αριθμού φιλικών. Αν εξαιρεθεί η Κρήτη, η οποία διαθέτει αρκετές ομάδες όλων των δυναμικοτήτων, στα νησιά δεν είναι δυνατή η διεξαγωγή ενός ικανοποιητικού αριθμού φιλικών με τοπικές ομάδες και μόνο, οπότε θα πρέπει να είναι σε δυνατότητα η εκάστοτε ευρύτερη περιοχή του νησιού, ή το νησί -αν πρόκειται για μικρό νησί-, να φιλοξενήσει αρκετές ομάδες ώστε να γίνει εφικτή η διεξαγωγή του απαιτούμενου αριθμού φιλικών για κάθε ομάδα. Θα ήταν ίσως δυνατή η διεξαγωγή φιλικών και με ομάδες που προέρχονται από την ηπειρωτική Ελλάδα εφόσον το επιτρέπουν οι ημερομηνίες, επειδή τη συγκεκριμένη χρονική περίοδο τα πρωταθλήματα όλων των εθνικών κατηγοριών είναι σε πλήρη αγωνιστική δραστηριότητα. Αυτό θα ήταν επιθυμητό και από την άποψη ότι αρκετές ομάδες, όπως δηλώνεται από τις ίδιες τις ομάδες, επιθυμούν να τους επιστραφεί ένα μέρος των εξόδων μέσω των φιλικών ή και να βγάλουν κέρδος από τη διεξαγωγή τους. Πράγμα που θα ήταν δυνατό με τη διεξαγωγή φιλικού με κάποια ομάδα της πρώτης εθνικής

κατηγορίας και δη μίας εκ των δημοφιλών στο οποίο θα ήταν εφικτή η κοπή εισιτηρίων για την είσοδο και παρακολούθηση του αγώνα.

Το υψομετρικό πρόβλημα που παρουσιάζεται, αντίθετα με τα φιλικά που υπό προϋποθέσεις το πρόβλημα μπορεί να λυθεί, είναι δύσκολο να αντιμετωπισθεί. Τα περισσότερα νησιά είναι τόσο μικρά που ακόμα και το υψηλότερο σημείο τους μόλις και μετά βίας φθάνει τα 1000 μέτρα, αν και εφόσον τα φθάνει, (Σιόλας & Αλεξίου, 2004) τη στιγμή κατά την οποία οι περισσότερες ομάδες επιθυμούν το προπονητικό κέντρο να βρίσκεται στα 1000 με 1200 μέτρα, (σχ.4.1-1). Παράλληλα οι ομάδες προτιμούν το κατάλυμα να βρίσκεται εντός του προπονητικού κέντρου ή έστω εντός απόστασης που μπορεί να καλυφθεί περπατώντας. Για να επιτευχθεί αυτό θα πρέπει το προπονητήριο να δημιουργηθεί κοντά στις υπάρχουσες ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις οι οποίες όμως στην πλειοψηφία τους βρίσκονται μόλις μερικά μέτρα από την παραλία και επομένως το υψόμετρο δε ξεπερνά τα μερικά μέτρα από το επίπεδο της θάλασσας.

Επομένως η αύξηση του αριθμού των τουριστών που επισκέπτονται τα Ελληνικά νησιά το χειμώνα μπορεί να επιτευχθεί με τη δημιουργία προπονητικών κέντρων. Θα πρέπει να γίνει όμως πρώτα έρευνα αγοράς για το κατά πόσο οι ομάδες που αγωνίζονται στα πρωταθλήματα της βόρειας Ευρώπης έχουν τις ίδιες απαιτήσεις, όσον αφορά το υψόμετρο και τα φιλικά, με τις ομάδες του Ελληνικού πρωταθλήματος ή αν είναι διαθειμένες να τις περιορίσουν εφόσον οι υπόλοιποι παράγοντες (οικονομικός, εγκαταστάσεις, παρεχόμενες υπηρεσίες, καιρικές συνθήκες) συμφωνούν με τις απαιτήσεις τους, πριν γίνει η όποια επένδυση σ' αυτόν τον τομέα. Εδώ δεν θα πρέπει να ξεχάσουμε ότι υπάρχουν προπονητικά κέντρα και στην Ολλανδία που φιλοξενούν ποδοσφαιρικά σωματεία (π.χ. Ο.Φ.Η.) τη στιγμή κατά την οποία το μέσο υψόμετρο της χώρας είναι -4 από το επίπεδο της θάλασσας, γεγονός το οποίο δίχως άλλο μεταδίδει αισιόδοξα μηνύματα.

5.3 Τουριστική ανάπτυξη των ορεινών περιοχών της Ελλάδας κατά την καλοκαιρινή περίοδο

Οι ορεινές περιοχές της Ελλάδας κατά την καλοκαιρινή περίοδο προσελκύουν λιγοστούς τουρίστες, επειδή προτιμάται η θάλασσα από το βουνό. Αυτό μπορεί να αντιμετωπισθεί εν μέρει με την ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού, σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας, αφού οι ποδοσφαιρικές

ομάδες επιλέγουν τέτοιες περιοχές για την προετοιμασία τους, γεγονός το οποίο είναι πολύ πιθανό να ισχύει και για τους αθλητές άλλων αγωνισμάτων.

Στην Ελλάδα, σύμφωνα με τις ομάδες, υπάρχουν ήδη προπονητικά κέντρα που είναι σε θέση να φιλοξενήσουν ποδοσφαιρικές ομάδες (Καρπενήσι, 3 – 5 πηγάδια) αλλά δεν είναι ικανά να προσφέρουν τις υπηρεσίες που επιθυμούν οι ομάδες με αποτέλεσμα να καταφεύγουν οι Ελληνικές ομάδες στο εξωτερικό. Ένα επιπλέον αρνητικό που έχουν κάποιες ορεινές περιοχές της Ελλάδας είναι ότι το μεσημέρι αναπτύσσονται τέτοιες θερμοκρασίες που απαγορεύουν την προπόνηση νωρίς το απόγευμα και συνεπώς τις τρεις προπονήσεις ημερησίως (δήλωση εκπροσώπου ομάδας του Ιωνικού). Το να παρέχονται οι επιθυμητές υπηρεσίες στα ήδη υπάρχοντα δεν είναι κάτι το δύσκολο αφού με μικρές βελτιώσεις αυτό μπορεί να αντιμετωπισθεί, η υψηλή θερμοκρασία όμως δεν είναι κάτι το αντιμετωπίσιμο, επομένως θα πρέπει να αναζητηθούν οι ορεινές περιοχές αυτές στις οποίες διατηρείται σε χαμηλά επίπεδα η θερμοκρασία καθ' όλη την διάρκεια της ημέρας. Περιοχές που θα μπορούσαν να φιλοξενήσουν προπονητικά κέντρα στην Ελλάδα είναι η Βυτίνα Αρκαδίας, η ορεινή Αχαΐα και η ορεινή Κορινθία (δήλωση εκπροσώπου Ιωνικού).

Εκτός από τις ορεινές περιοχές που υπάρχει μηδαμινή τουριστική ανάπτυξη και με τον αθλητικό τουρισμό τους ανοίγονται νέοι ορίζοντες, υπάρχουν και οι ορεινές περιοχές που είναι ήδη τουριστικά ανεπτυγμένες. Είναι περιοχές στις οποίες έχει αναπτυχθεί ο χειμερινός τουρισμός, όπως η Αράχοβα, και υπάρχουν οι αναγκαίες ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις που θα φιλοξενήσουν τους αθλητές που θα τις επιλέξουν για την εκγύμνασή τους. Στην περίπτωση αυτή ισχύει το ίδιο που ισχύει και για τις ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις στα νησιά, που με αρωγό τον αθλητικό τουρισμό θα μπορούσαν να εκμεταλλευτούν την επένδυσή τους στο έπακρο κατά την διάρκεια της εποχής ύφεσης του τοπικού τουρισμού.

Στην περίπτωση των προπονητικών κέντρων που στεγάζονται σε ορεινές περιοχές το θετικό είναι ότι τα γήπεδα δεν χρειάζεται να εφάπτονται των ξενοδοχείων αφού κάτι τέτοιο δεν ισχύει και στα προπονητικά κέντρα Ιταλίας και Αυστρίας (δήλωση εκπροσώπου Ιωνικού) που αποτελούν τους αγαπημένους προορισμούς των Ελληνικών ομάδων, (σχ.4.1-4). Απαραίτητη προϋπόθεση για την επιλογή μίας περιοχής θα πρέπει να είναι και η ύπαρξη αεροδρομίου σε απόσταση που θα απέχει, το πολύ, 3 ώρες οδικώς. Η προϋπόθεση αυτή περιορίζει τη δυνατότητα ανάπτυξης του αθλητικού τουρισμού με τη δημιουργία προπονητικών κέντρων για κάποιες περιοχές αφού θα είναι σε θέση

να προσελκύσουν το ενδιαφέρον μόνο των Ελληνικών ομάδων για τις οποίες δεν θα είναι αναγκαία η αεροπορική μετακίνηση. Μία τέτοια περιοχή είναι το Καρπενήσι το οποίο απέχει οδικώς 8 ώρες (πάντοτε σύμφωνα με δήλωση εκπροσώπου ομάδας της Αθήνας) από το πλησιέστερο αεροδρόμιο το οποίο είναι αυτό των Αθηνών.

Σίγουρα υπάρχουν περιοχές που πληρούν τις προϋποθέσεις για τη δημιουργία προπονητικών κέντρων ποδοσφαίρου στην ηπειρωτική Ελλάδα (υψόμετρο, καιρικές συνθήκες, προσβασιμότητα), αρκεί να εντοπιστούν οι περιοχές αυτές και να αξιοποιηθούν στο έπακρο με τη δημιουργία των αναγκαίων τουριστικών και αθλητικών υποδομών που θα τεθούν στη διάθεση των ομάδων. Θα πρέπει παρόλα αυτά να γίνει και η αναγκαία οικονομική μελέτη ώστε να εκτιμηθεί η αποδοτικότητα της επένδυσης, η δυνατότητα απόσβεσής της σε βάθος χρόνου και τα αποβλέποντα κέρδη σε σχέση με τα κέρδη που θα μπορεί να προσμένει ο επενδυτής μέσω κάποιας άλλης επένδυσης στον τουριστικό τομέα στην εκάστοτε περιοχή.

5.4 Προσέλκυση τουριστών ανώτερου βιοτικού και μορφωτικού επιπέδου

Όπως αναφέρθηκε στο δεύτερο κεφάλαιο, οι μελέτες που αναφέρονται στον αθλητικό τουρίστα τον παρουσιάζουν εύπορο και απόφοιτο πανεπιστημίων ή κολεγίων. Οπότε είναι σαφής η απάντηση για τη δυνατότητα προσέλκυσης τέτοιας μορφής τουριστών με την ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού στην Ελλάδα.

Όσον αφορά το συγκεκριμένο τομέα του αθλητικού τουρισμού υπάρχουν επιπλέον λόγοι που αποτρέπουν την ύπαρξη δυσάρεστων αποτελεσμάτων για τις περιοχές και τους μόνιμους κατοίκους τους όπως αυτά που δημιουργούνται με την προσέλκυση τουριστών από κατώτερα στρώματα της κοινωνίας. Οι αθλητές βρίσκονται στις περιοχές αυτές για τη βελτίωση της αντοχής και την εκγύμναση τους, γεγονός το οποίο τους απαγορεύει τις καταχρήσεις οποιασδήποτε μορφής με αποτέλεσμα στον ελεύθερο χρόνο τους να είναι αναγκασμένοι, λίγο έως πολύ, να στραφούν σε διαφορετικού είδους δραστηριότητες από αυτές του μέσου τουρίστα οι οποίες συμπεριλαμβάνουν και τις διάφορων ειδών καταχρήσεις (οινοποσία, ξενύχτι) που τους απαγορεύονται κατά τη διάρκεια του υπόλοιπου έτους.

Εν ολίγοις η επένδυση σε αυτή τη μορφή τουρισμού αποτρέπει τα αρνητικά αποτελέσματα, στον τομέα του πολιτισμικής δραστηριότητας, τα οποία αυτός επιφέρει στις τοπικές κοινωνίες με την ανάπτυξη και διόγκωση του.

5.5 Δυνατότητα βελτίωσης του τουριστικού προϊόντος στην Ελλάδα

Το τουριστικό προϊόν στην Ελλάδα μπορεί και πρέπει να βελτιωθεί. Η παρούσα έρευνα αποδεικνύει ότι ο αθλητικός τουρισμός, και ιδιαίτερα ο προπονητικός τουρισμός μπορεί να συμβάλει σ' αυτό. Παρόμοιες έρευνες θα μπορούσαν να αποδείξουν πως και οι άλλες μορφές εναλλακτικού τουρισμού μπορούν να συμβάλουν προς την ίδια κατεύθυνση. Πάντοτε όμως, θα πρέπει να υπάρχει η σχετική μελέτη που θα βεβαιώνει την επιτυχία του εκάστοτε εγχειρήματος.

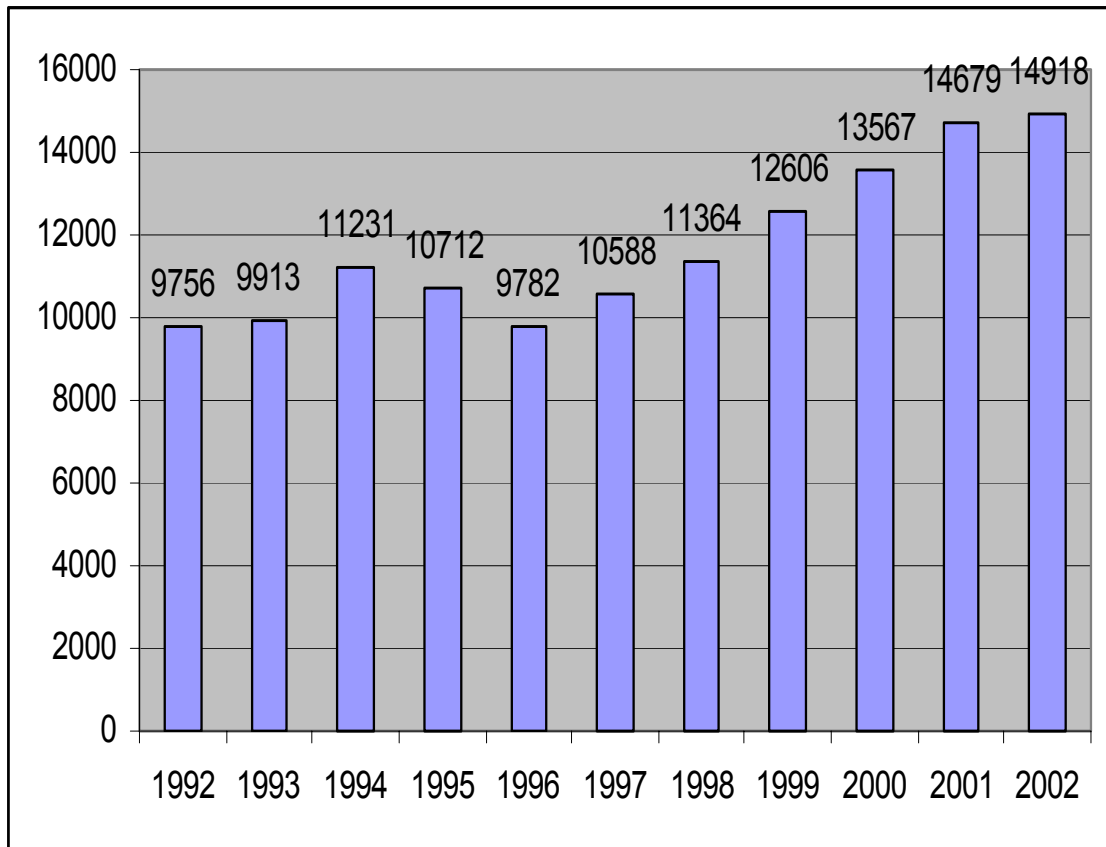
Για παράδειγμα, η παρούσα μελέτη παρουσιάζει ως δυνατή τη δημιουργία προπονητικών κέντρων ποδοσφαίρου εφάμιλλων αυτών του εξωτερικού, αλλά ποιος μπορεί να εγγυηθεί ότι ένα τέτοιο προπονητικό κέντρο θα είναι οικονομικά προσοδοφόρο; Για ποιον λόγο ομάδες τις Κεντρικής και Βόρειας Ευρώπης να επιλέξουν, λόγου χάρη, ένα προπονητικό κέντρο στην Ελλάδα αντί για ένα της Αυστρίας, που είναι πιο κοντά, με αποτέλεσμα η μετακίνηση να είναι οικονομικότερη τόσο σε χρόνο όσο και σε χρήμα; Θα πρέπει λοιπόν να γίνεται, πάντοτε, πρώτα η μελέτη η οποία θα βεβαιώνει την παρουσία ενδιαφέροντος από τους καταναλωτές του προϊόντος και μετά η κατασκευή και διάθεση του προϊόντος αυτού.

Καταλήγουμε επομένως στο συμπέρασμα ότι η βελτίωση του τουριστικού προϊόντος στην Ελλάδα είναι εφικτή, αρκεί να υπάρχει ορθολογική προσέγγιση της εκάστοτε προτεινόμενης μεθόδου βελτίωσής του, η οποία και θα αποτελεί αντικείμενο εκτεταμένης μελέτης και έρευνας.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ

Παράρτημα 1

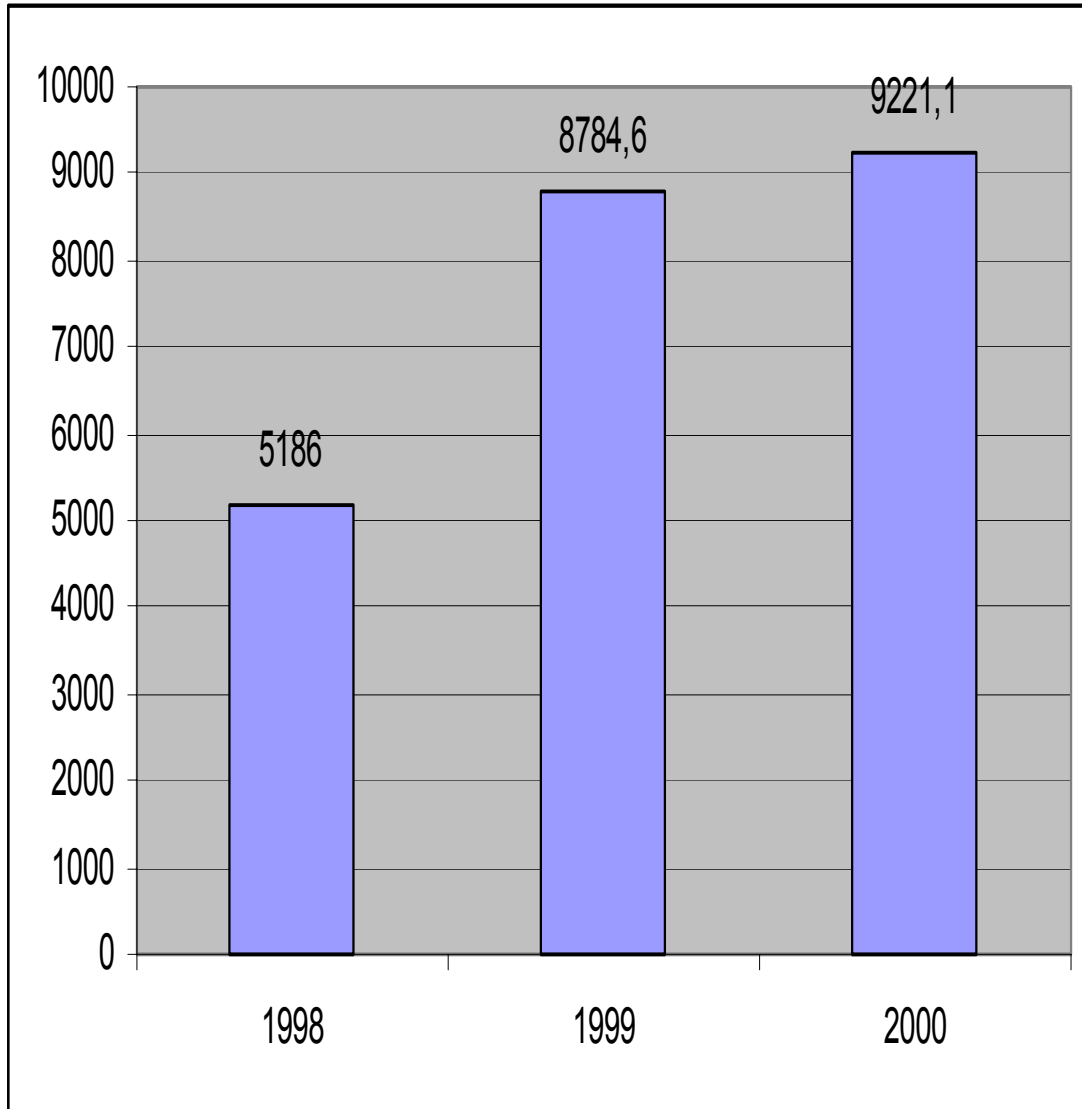
Αριθμός ταξιδιωτών από το εξωτερικό σε χιλιάδες ανά έτος από το 1992 έως και το 2002



Πηγή: Ιστοσελίδα Ελληνικού οργανισμού τουρισμού (Ε.Ο.Τ.) www.gnto.gr

Παράρτημα 2

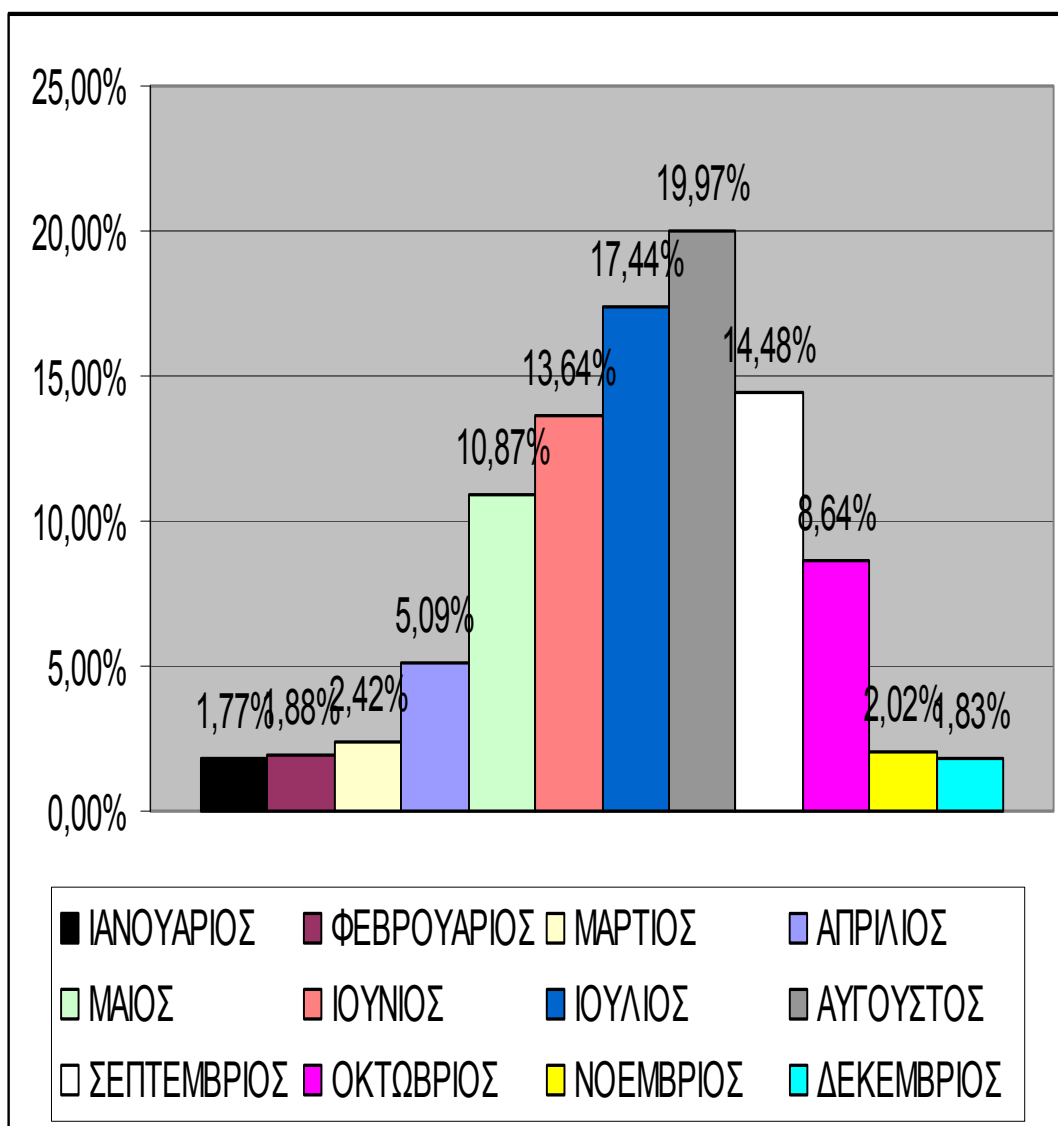
Ταξιδιωτικό συνάλλαγμα σε Εκατομμύρια Δολάρια Η.Π.Α.



Πηγή: Ιστοσελίδα Εθνικής Στατιστικής Υπηρεσίας της Ελλάδος www.statistics.gr

Παράρτημα 3

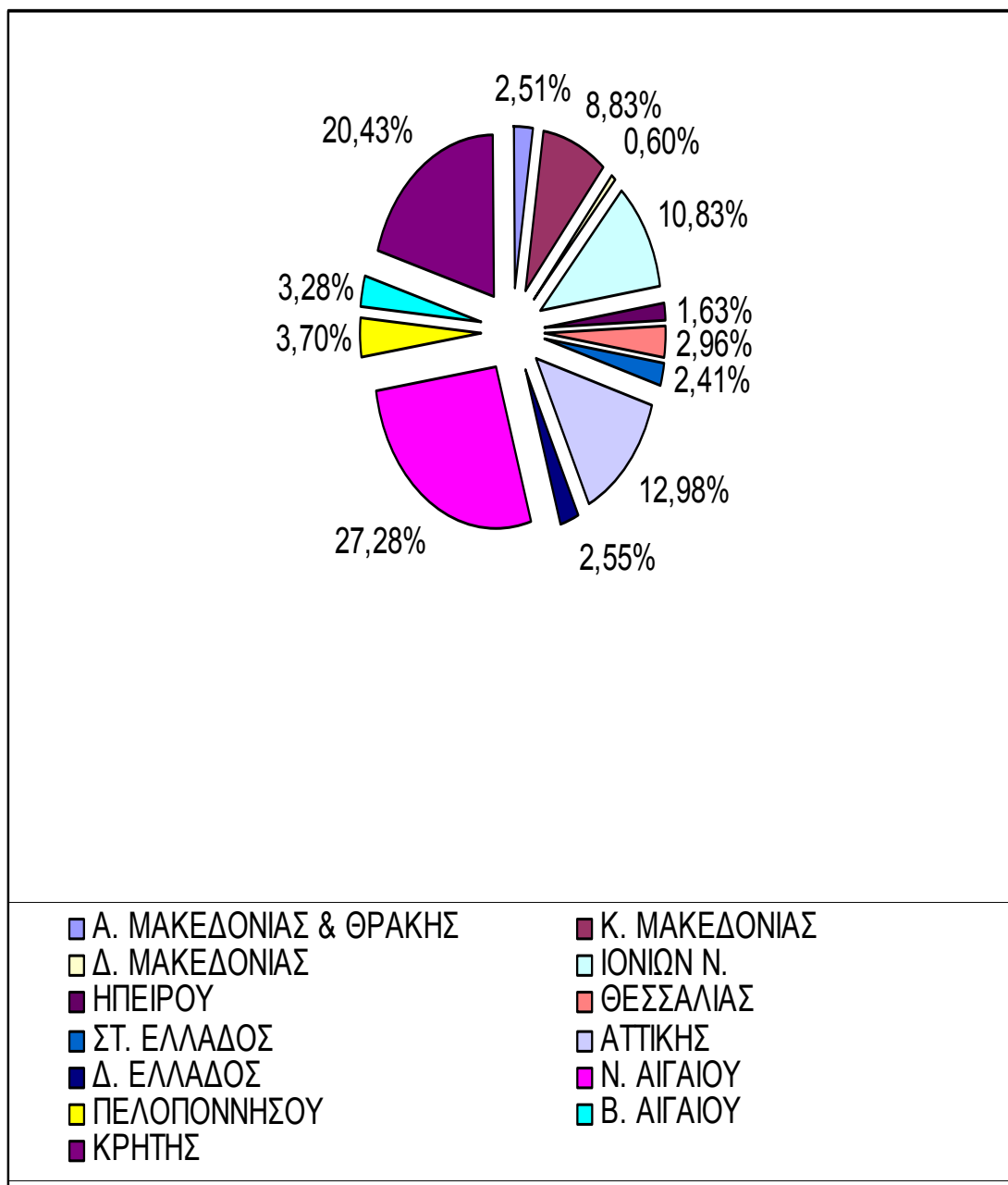
Ποσοστό διανυκτερεύσεων τουριστών ανά μήνα επί του συνόλου του έτους
2000



Πηγή: Ιστοσελίδα Ελληνικού οργανισμού τουρισμού (Ε.Ο.Τ.) www.gnto.gr

Παράρτημα 4

Ποσοστό διανυκτερεύσεων τουριστών ανά περιφέρεια της Ελλάδος κατά το έτος 2001



Πηγή: Ιστοσελίδα Ελληνικού οργανισμού τουρισμού (Ε.Ο.Τ.) www.gnto.gr

Παράρτημα 5

Οδηγία 92/43/ Ε.Ο.Κ. - ΦΥΣΗ 2000

Η εφαρμογή της Οδηγίας 92/43/Ε.Ο.Κ., η οποία αναφέρεται ως οδηγία 'για τη διατήρηση των φυσικών οικοτόπων καθώς και της άγριας πανίδας και χλωρίδας' και η δημιουργία του ευρωπαϊκού δικτύου "ΦΥΣΗ (NATURA) 2000", συμβάλλει σημαντικά στη διατήρηση της βιοποικιλότητας.

Στα πλαίσια της εφαρμογής της παραπάνω Οδηγίας, ξεκίνησε στην Ελλάδα τον Ιούνιο του 1994 το πρόγραμμα με τίτλο "Καταγραφή, Αναγνώριση, Εκτίμηση και Χαρτογράφηση των Τύπων Οικοτόπων και των Ειδών Χλωρίδας και Πανίδας της Ελλάδας (Οδηγία 92/43/ΕΟΚ)". Συνολικά αναγνωρίστηκαν 110 τύποι οικοτόπων του Παραρτήματος Ι, 39 είδη φυτών και 76 είδη ζώων του Παραρτήματος ΙΙ της Οδηγίας που υπάρχουν στην Ελλάδα. Με βάση την κατανομή και ύπαρξη των ανωτέρω οικοτόπων και των ειδών, διαμορφώθηκε ο εθνικός κατάλογος με τα ενδεικτικά όρια των περιοχών, των οποίων ελέγχεται η καταλληλότητα για ένταξη στο Ευρωπαϊκό Οικολογικό Δίκτυο NATURA 2000 και ο οποίος σήμερα περιλαμβάνει τελικά 268 περιοχές. Το δίκτυο αυτό υπερκαλύπτει το 15% της χερσαίας επιφάνειας της χώρας και το 5% της παράκτιας θαλάσσιας έκτασης.

Στις περιοχές του δικτύου που εντάχθηκαν στο δίκτυο NATURA 2000 συγκαταλέγονται βέβαια και όλες οι περιοχές που βρίσκονται ήδη κάτω από κάποιο εθνικό καθεστώς προστασίας, όπως οι 11 υγροβιότοποι διεθνούς σημασίας (σύμβαση Ramsar), οι 10 Εθνικοί Δρυμοί, τα 19 Αισθητικά Δάση, τα 2 θαλάσσια πάρκα κ.λ.π. Για τις περιοχές αυτές έχουν καταρτιστεί σχέδια διαχείρισης και θεσμοθετηθεί οι ζώνες προστασίας στις οποίες έχουν καθοριστεί οι επιτρεπόμενες χρήσεις. Για τις υπόλοιπες περιοχές, των οποίων ελέγχεται η καταλληλότητα για ένταξη στο Ευρωπαϊκό Οικολογικό Δίκτυο NATURA 2000, το καθεστώς προστασίας υπαγορεύεται από το άρθρο 6 της Οδηγίας 92/43/ΕΟΚ, ενώ προβλέπεται στη Β' φάση του προγράμματος να καθοριστούν οι επιμέρους ζώνες προστασίας, οι επιτρεπόμενες χρήσεις και τα μέτρα διαχείρισης. Επιπρόσθετα, το ΥΠΕΧΩΔΕ (Διεύθυνση Περιβαλλοντικού Σχεδιασμού, Τμήμα Φυσικού Περιβάλλοντος) έχει θεσπίσει διαδικασία αξιολόγησης και γνωμοδότησης στα πλαίσια των διαδικασιών Προέγκρισης Χωροθέτησης και Έγκρισης Π.Ο. για κάθε έργο ή δραστηριότητα που λαμβάνει χώρα εντός της έκτασης περιοχής του Εθνικού Καταλόγου.

Παράρτημα 6

Κρατικοί αερολιμένες διεθνών συγκοινωνιών

- [Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών \(ΔΑΑ\)](#)
- [Κρατικός Αερολιμένας Θεσσαλονίκης `Μακεδονία` \(ΚΑΘΜ\)](#)
- [Κρατικός Αερολιμένας Ρόδου `Διαγόρας` \(ΚΑΡΔ\)](#)
- [Κρατικός Αερολιμένας Ηρακλείου `Ν. Καζαντζάκης` \(ΚΑΗΚ\)](#)
- [Κρατικός Αερολιμένας Κέρκυρας Ι. Καποδιστριας \(ΚΑΚΚ\)](#)
- [Κρατικός Αερολιμένας Κώ `Ίπποκράτης` \(ΚΑΚΩΙ\)](#)
- [Κρατικός Αερολιμένας Αλεξανδρούπολης `Δημόκριτος` \(ΚΑΑΛΔ\)](#)
- [Κρατικός Αερολιμένας Μυτιλήνης `Οδ. Ελύτης` \(ΚΑΜΤΕ\)](#)
- [Κρατικός Αερολιμένας Λήμνου \(ΚΑΛΜ\)](#)
- [Κρατικός Αερολιμένας Χανίων `Κ. Δασκαλογιάννης` \(ΚΑΧΝΔ\)](#)
- [Κρατικός Αερολιμένας Κεφαλληνίας \(ΚΑΚΦ\)](#)
- [Κρατικός Αερολιμένας Ζακύνθου `Δ. Σολωμός` \(ΚΑΖΑΣ\)](#)
- [Κρατικός Αερολιμένας Σάμου \(ΚΑΣΜ\)](#)
- [Κρατικός Αερολιμένας Καβάλας `Μ. Αλέξανδρος` \(ΚΑΚΒΑ\)](#)
- [Κρατικός Αερολιμένας Καλαμάτας \(ΚΑΚΛ\)](#)

Κρατικοί αερολιμένες εσωτερικών συγκοινωνιών

- [Κρατικός Αερολιμένας Ιωαννίνων \(ΚΑΙΩ\)](#)
- [Κρατικός Αερολιμένας Χίου \(ΚΑΧΙ\)](#)
- [Κρατικός Αερολιμένας Μυκόνου \(ΚΑΜΚ\)](#)
- [Κρατικός Αερολιμένας Σκιάθου \(ΚΑΣΚ\)](#)
- [Κρατικός Αερολιμένας Κοζάνης `Φίλιππος` \(ΚΑΚΖΦ\)](#)
- [Κρατικός Αερολιμένας Αγρινίου \(ΚΑΑΓ\)](#)
- [Κρατικός Αερολιμένας Αριστοτέλης Καστοριάς \(ΚΑΚΤΑ\)](#)
- [Κρατικός Αερολιμένας Καρπάθου \(ΚΑΚΠ\)](#)
- [Κρατικός Αερολιμένας Σαντορίνης \(ΚΑΣΡ\)](#)
- [Κρατικός Αερολιμένας Κυθήρων \(ΚΑΚΘ\)](#)
- [Κρατικός Αερολιμένας Μήλου \(ΚΑΜΛ\)](#)

- [Κρατικός Αερολιμένας Σκύρου \(ΚΑΣΥ\)](#)
 - [Κρατικός Αερολιμένας Νέας Αγχιάλου \(ΚΑΝΑ\)](#)
 - [Κρατικός Αερολιμένας Ακτίου \(ΚΑΑΚ\)](#)
 - [Κρατικός Αερολιμένας Σπάρτης \(ΚΑΣΠ\)](#)
 - [Κρατικός Αερολιμένας Πάρου \(ΚΑΠΑ\)](#)
 - [Κρατικός Αερολιμένας Ανδραβίδας \(ΚΑΝΔ\)](#)
 - [Κρατικός Αερολιμένας Επιταλίου \(ΚΑΕΠ\)](#)
 - [Κρατικός Αερολιμένας Σύρου \(ΚΑΣΟ\)](#)
 - [Κρατικός Αερολιμένας Αστυπάλαιας \(ΚΑΠΑ\)](#)
 - [Κρατικός Αερολιμένας Αράξου \(ΚΑΑΞ\)](#)
 - [Κρατικός Αερολιμένας Καστελλίου \(ΚΑΤΛ\)](#)
 - [Κρατικός Αερολιμένας Νάξου \(ΚΑΝΞ\)](#)
 - [Κρατικός Αερολιμένας Καλύμνου \(ΚΑΚΜ\)](#)
 - [Κρατικός Αερολιμένας Ικαρίας \(ΚΑΙΡ\)](#)
-
- [Δημοτικός Αερολιμένας Κάσου \(ΔΑΚΑ\)](#)
 - [Δημοτικός Αερολιμένας Λέρου \(ΔΑΛΕ\)](#)
 - [Δημοτικός Αερολιμένας Σητείας \(ΔΑΣΤ\)](#)
 - [Δημοτικός Αερολιμένας Καστελλορίζου \(ΔΑΖΟ\)](#)

Δημοτικοί αερολιμένες

Παράρτημα 7

Ερωτηματολόγιο:

Όνομα και ιδιότητά σας στην ομάδα:

1. Επισκέπτεστε προπονητικά κέντρα; Αν όχι θα μπορούσατε να πείτε γιατί;

2. Επισκέπτεστε προπονητικό κέντρο μόνο κατά τη διάρκεια της περιόδου προετοιμασίας;

Ποιου μήνα, ή μήνες (αν πάει η ομάδα σε προπονητικό κέντρο πάνω από μία φορά το χρόνο) επισκέπτεστε κάποιο προπονητικό κέντρο:

3. Πόσο καιρό παραμένει στο προπονητικό κέντρο η ομάδα;

α) Μία βδομάδα

β) Δύο βδομάδες

γ) Τρεις βδομάδες

δ) Ένα μήνα

ε) () μέρες

4. Προτιμάτε το προπονητικό κέντρο να είναι επαρχιακό ή αστικό;

Επαρχιακό () Αστικό ()

Θα μπορούσατε να δώσετε κάποιο λόγο για την προτίμησή σας αυτή.

5. Ποια είναι κατά τη γνώμη σας η μέγιστη επιτρεπόμενη χρονική διάρκεια μετακίνησης οδικής για την άφιξη στο προπονητικό κέντρο;

6. Θα προτιμούσατε κάποια ορεινή περιοχή για καλύτερη φυσική κατάσταση ή κάποια άλλη περιοχή;

Υπάρχει μήπως κάποιο υψόμετρο που να θεωρείτε το ιδανικό;

- 7.** Ποιες καιρικές συνθήκες θεωρούνται οι καλύτερες για την περίοδο παραμονής σας στο προπονητικό κέντρο;
- 8.** Συνήθως επιλέγετε προπονητικά κέντρα του εξωτερικού ή κάποιο Ελληνικό; Εξωτερικού () Ελληνικό () Και τα δύο ()
- 9.** Αν, και όταν επιλέγετε, τα προπονητικά κέντρα του εξωτερικού, υπάρχει κάποια συγκεκριμένη χώρα που προτιμάτε;
 α)Αυστρία β)Γαλλία γ)Ιταλία δ)Αγγλία
 ε)Βουλγαρία στ)Τσεχία ζ)Γερμανία η)Γιου/βία
 θ)Ολλανδία ι)
- 10.** Υπάρχει κάποιος ιδιαίτερος λόγος για την προτίμησή σας αυτή;
 Ναι () Οχι ()
 Αν ναι θα μπορούσατε να τον αναφέρεται
- 11.** Ποιος είναι ο επιθυμητός αριθμός φιλικών κατά τη διάρκεια παραμονής στο προπονητικό κέντρο;
- 12.** Με τι δυναμικότητας ομάδες ;
 Ασθενέστερες () Ισοδύναμες () Δυνατότερες ()
 Και των 3^{ων} δυναμικότητων ()
- 13.** Ποιες υπηρεσίες σας προσφέρουν συνήθως τα προπονητικά κέντρα που επισκέπτεστε;
 α)Προπονητικά γήπεδα με προβολείς
 β) Αίθουσα εργομετρικού
 γ) Ιατρικό κέντρο εντός κέντρου
 δ)Ιατρικό προσωπικό
 ε) Αίθουσα γυμναστικής
 στ) Αίθουσα σάουνας, υδρομασάζ, χαμάμ
 ζ) Διατροφολόγος
 η)Αίθουσα αναψυχής ποδοσφαιριστών
 θ)Αίθουσα αποθεραπείας
 ι) Αίθουσα φυσικοθεραπείας
 ια) Κατάλυμα εντός προπονητικού κέντρου
 κατηγορία τύπος κτηρίου τύπος δωματίου
 ιβ) Αίθουσα συνεδριάσεων με οπτικοακουστικό εξοπλισμό
 ιγ)Άλλες υπηρεσίες (Ποιες;)
- 14.** Παίζει ρόλο η απόσταση στην επιλογή του προπονητικού κέντρου (έξοδα μετακίνησης-πολύωρο ταξίδι);
- 15.** Πόσα ξοδεύει η ομάδα για το προπονητικό κέντρο συνήθως;
- 16.** Σε τι ποσοστό του προϋπολογισμού εξόδων αντιστοιχεί περίπου;
- 17.** Έχει η διοίκηση προσδοκίες εσόδων από μάρκετινγκ (εμπορία σήματος) ή φιλικά κατά την διάρκεια παρουσίας της ομάδας στο προπονητικό κέντρο;
- 18.** Υπάρχει κάποιος παράγοντας που βαραίνει περισσότερο ως προς την τελική επιλογή;
 α) Τοποθεσία () β)οικονομικός () γ) Παρεχόμενες υπηρεσίες ()

δ)Φιλικά () ε)Όλοι βαραίνουν το ίδιο ()
Θα μπορούσατε να αιτιολογήσετε;

19. Πλην του προπονητή και εσάς υπάρχει κάποιο άλλο άτομο του οποίου η γνώμη να υπολογίζεται πριν την επιλογή του προπονητικού κέντρου;

20. Έχει η ομάδα δικό της προπονητικό κέντρο;

Ναι () Όχι ()

Αν ναι, το χρησιμοποιεί μόνο κατά την διάρκεια της αγωνιστικής περιόδου;

21. Έχει φιλοξενήσει άλλες ομάδες Ελληνικές ή μη; Αν ναι μπορείτε να αναφέρετε κάποια;

22. Υπάρχει κάτι που θα θέλατε να σχολιάσετε;

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Attle, S. (1996). Tourist role preference and the development of life style profiles: Implications for market segmentation and tourist destination selection. Unpublished Doctoral Dissertation, the University of Connecticut, Storrs.
- Delpy, L. (1998). An overview of sport tourism: Building towards a dimensional framework. *Journal of Vacation Marketing*, 4, 23-38.
- Gibson, H. (1998). Sport tourism: A critical analysis of research. *Sport Management Review*, 1, 45-76.
- Gibson, H., Attle, S., & Yiannakis, A. (1998). Segmenting the sport tourist market: A lifespan perspective. *Journal of Vacation Marketing*, 4, 52-64.
- Gibson, H., & Yiannakis, A. (1994). Some characteristics of sport tourists: A lifespan perspective. Paper presented at the annual conference for the North American Society for the Sociology of Sport, Savannah, Georgia.
- Hellenic Sun Editions (www.alternativegreece.gr)
- Nogawa, H., Yamguchi, Y., & Hagi, Y. (1996). An empirical research study on Japanese sport tourism in Sport-for-All Events: Case studies of a single-night event and a multiple-night event. *Journal of Travel Research*, 35, 46-54.
- Standevan, J. (1998). Sport tourism: Joint marketing- A starting point for beneficial synergies. *Journal of Vacation Marketing*, 4, 39-51.
- Tabata, R. (1992). Scuba diving holidays. In b. Weiler & C. Hall (Eds.), *Special interest tourism* (pp. 171-184). London: Belhaven Press.
- Thessaloniki Net News (www.tnn.gr)
- United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (www.unesco.org)
- www.aboutgreece.gr
- www.anthropos.gr
- www.ellada.net
- www.greekconference.com
- www.netcontrol.net/oxygen/

- Αγώνας Αθλημάτων στη Φύση Εύαθλος (www.evathlos.gr)
- Γραφείο Συνεδρίων και Επισκεπτών Θεσσαλονίκης (www.tcvb.gr)
- Δίκτυο Ευρωπαϊκών Γεωπάρκων (www.europeangeoparks.org)
- Εθνική Στατιστική Υπηρεσία της Ελλάδος (www.statistics.gr)
- Ελληνική Ποδοσφαιρική Ομοσπονδία (www.epo.gr)
- Εφημερίδα City Press, 285, 09 Αυγούστου 2004
- Εφημερίδα Goal, 720, 23 Ιουλίου 2004
- Εφημερίδα Goal, 739, 14 Αυγούστου 2004
- Εφημερίδα Τα Νέα, 08-09-2004, 18033, 8. (ta-nea.dolnet.gr)
- Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (www.gnto.gr)
- Μερμήγκα, Γ. (2004) Ολυμπιάδα 2012: Μάθημα Για τους Λονδρέζους το Πάθημα της Αθήνας. Εφημερίδα Ελευθεροτυπία, 04-11-2004. (www.enet.gr)
- Μπαλής, Δ. (3/2003). Παρουσίαση: Scoda Ξάνθη- Το νέο αθλητικό κέντρο της ακριτικής ομάδας. Αθλητικό Περιοδικό Active, 70, 78-83.
- Ντρενογιάννης, Ι. (2001). Ιαματικά Λουτρά στην Ελλάδα: Μπάνια του Χλιαρού Νερού. Εφημερίδα Τα Νέα, 27-07-2001, 17100, Ν30. (ta-nea.dolnet.gr)
- Ποδοσφαιρική Ανώνυμη Εταιρία Ακράτητος
- Ποδοσφαιρική Ανώνυμη Εταιρία Εργοτέλης (www.ergotelis.gr)
- Ποδοσφαιρική Ανώνυμη Εταιρία Ιωνικός (www.ionikos-fc.gr)
- Ποδοσφαιρική Ανώνυμη Εταιρία Καλλιθέα (www.kallitheafc.gr)
- Ποδοσφαιρική Ανώνυμη Εταιρία Όμιλος Φιλάθλων Ηρακλείου (Ο.Φ.Η.) (www.ofi.gr)
- Ποδοσφαιρική Ανώνυμη Εταιρία Παναθηναϊκός Αθλητικός Όμιλος (Π.Α.Ο.) (www.pao.gr)
- Ποδοσφαιρική Ανώνυμη Εταιρία Πανθεσσαλονίκειος Αθλητικός Όμιλος Κωνσταντινουπολιτών (Π.Α.Ο.Κ.) (www.paokfc.gr)
- Ποδοσφαιρική Ανώνυμη Εταιρία Χαλκηδόνα (www.xalkhdonafc.gr)
- Σιόλας, Αγγ., & Αλεξίου, Ε. (2004). Νέος Εικονογραφημένος Σχολικός Άτλας, Αθήνα: Εκδόσεις Α. ΣΙΟΛΑ – Ε. ΑΛΕΞΙΟΥ
- Τηλεοπτικό Κανάλι Supersport (www.supersport.gr)
- Υπουργείο Μεταφορών και Επικοινωνιών (www.yme.gr)
- Υπηρεσία Πολιτικής Αεροπορίας (www.ypa.gr)