

**“ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ:  
Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΟΥ ΚΑΙ ΟΙ ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥ  
ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ”**

της  
Μαρίας Τράκα

Μεταπτυχιακή Διπλωματική Εργασία που υποβάλλεται  
στο καθηγητικό σώμα για την μερική εκπλήρωση των υποχρεώσεων  
απόκτησης του μεταπτυχιακού τίτλου του Μεταπτυχιακού Προγράμματος  
«Οργάνωση και Διοίκηση Αθλητικών Οργανισμών και Επιχειρήσεων» του Τμήματος  
Οργάνωσης και Διαχείρισης Αθλητισμού του Πανεπιστημίου Πελοποννήσου στην  
κατεύθυνση «Οργάνωση & Διοίκηση Αθλητικών Οργανισμών & Επιχειρήσεων»

Σπάρτη 2015

Εγκεκριμένο από το Καθηγητικό σώμα:

---

1<sup>ος</sup> Επιβλέπων: Αθανάσιος Κριεμάδης, Καθηγητής

---

2<sup>ος</sup> Επιβλέπων: Μάριος Παπαλουκάς, Επίκουρος Καθηγητής

---

3<sup>ος</sup> Επιβλέπων: Ιωάννης Δουβής, Αναπληρωτής Καθηγητής

---

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Μαρία Τράκα: Αθλητικός Τουρισμός: Η σημασία του και οι προϋποθέσεις ανάπτυξής του για την Περιφέρεια Πελοποννήσου

(Με την επίβλεψη του καθηγητή κ. Αθανάσιου Κριεμάδη)

Είναι κοινώς αποδεκτό ότι ο τουρισμός αποτελεί βασικό πυλώνα για την ανάπτυξη της Ελλάδας. Ο Αθλητικός Τουρισμός είναι μια σχετικά νέα και συνεχώς αυξανόμενη βιομηχανία στον τομέα του τουρισμού. Η παρούσα μελέτη, αποτελεί μια προσπάθεια ανάδειξης της σημασίας και των οφελών που μπορούν να προκύψουν από τον Αθλητικό Τουρισμό, εστιάζοντας ιδιαίτερα στην γεωγραφική περιοχή της Πελοποννήσου. Για την πληρέστερη κατανόηση του θέματος, επιλέχθηκε η ποιοτική μέθοδος και ο καθορισμός του δείγματος πραγματοποιήθηκε με βάση τη σκόπιμη δειγματοληψία, διότι σημαντικό παράγοντα αποτελεί η επάρκεια γνώσης του ερευνητικού θέματος καθώς και η μετάδοση εξειδικευμένων ποιοτικών πληροφοριών που θα βοηθήσουν στη διεξαγωγή ουσιαστικών συμπερασμάτων. Δείγμα της έρευνας αποτελούν οι υπεύθυνοι αθλητισμού και τουρισμού των Δήμων της Περιφέρειας Πελοποννήσου καθώς και στελέχη των διαφόρων αθλητικών και τουριστικών οργανώσεων της περιφέρειας. Συντάχθηκε ένα σύνολο ερωτήσεων, έπειτα από ανασκόπηση της βιβλιογραφίας, το οποίο διαχωρίζεται σε τέσσερα μέρη, προκειμένου να εξεταστούν τέσσερις βασικοί παράμετροι: η σημασία και η υπάρχουσα κατάσταση, τα οφέλη, οι προϋποθέσεις και η στρατηγική που θα πρέπει να ακολουθηθεί για την ανάπτυξη του Αθλητικού Τουρισμού. Τα συμπεράσματα συνοψίζονται ως ακολούθως: ο αθλητικός τουρισμός είναι ένα εργαλείο, το οποίο αν χρησιμοποιηθεί σωστά μπορεί να έχει πολλαπλά οφέλη, όπως το να προκύψουν νέα επαγγέλματα καθώς και το γενικότερο οικονομικό όφελος από τις δραστηριότητες του Αθλητικού τουρισμού για την Περιφέρεια, γιατί θα ενισχυθεί η τοπική οικονομία, και θα αναβαθμιστούν οι υπάρχουσες υποδομές προσελκύοντας νέους τουρίστες. Η προσπάθεια για την ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού, θα πρέπει να στηριχτεί τόσο από τον κρατικό μηχανισμό όσο και από την ιδιωτική πρωτοβουλία.

**Λέξεις κλειδιά:** ανάπτυξη, ιδιωτικές πρωτοβουλίες, βελτίωση ποιότητας ζωής, τουριστική οικονομία

## **ABSTRACT**

Maria Traka: Sport tourism: The importance and the conditions of development for  
the Region of Peloponnese

(Under the supervision of professor. Mr. Athanasios Kriemadis

It is widely accepted that tourism is an essential pylon for the development of Greece. Sport tourism is a relatively new and constantly increasing industry in the tourism sector. This study is an attempt to highlight the importance and the benefits that can be derived from sports tourism, in particular focusing on the geographic region of the Peloponnese. For a more complete understanding of the issue, the qualitative method was chosen and the sample determination was based on the deliberate sampling because important factor constitutes the adequacy of knowledge of the research topic and the diffusion of specialized quality information that will assist in conducting substantive conclusions. Sample of the research are some of the officers of the municipalities of the Region of Peloponnese who are responsible for sport and tourism and several executives of various sporting and tourist organizations of the region. A set of questions was written, reviewing the bibliography, which is divided in four parts, examining four key parameters: importance and current situation, benefits, conditions and the strategy which should be followed for Sports' Tourism development. The conclusions are summarized as following: sports tourism is a tool, which, if used correctly, can have multiple benefits, such as generating new occupations as well as the general economic benefit from the activities of Sports Tourism for the Region, as it will reinforce the local economy and upgrade the existing facilities attracting new tourists. The effort to develop sports tourism should be supported by both the state mechanism and the private initiative.

**Keywords:** development, private initiatives, improved quality of life, tourism economy

## ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Στην ολοκλήρωση της παρούσας διπλωματικής εργασίας συνέδραμαν αρκετά άτομα στα οποία θα ήθελα να εκφράσω τις θερμές ευχαριστίες μου. Πρωτίστως θα ήθελα να ευχαριστήσω τον επιβλέποντα καθηγητή μου κ. Κριεμάδη Αθανάσιο για την καθοδήγηση και την καθοριστική του βοήθεια στη διεκπεραίωση της παρούσας έρευνας. Επίσης νιώθω την ανάγκη να ευχαριστήσω θερμά την κ. Παπαϊωάννου Άλκηστις για την κατανόησή της, τις κατευθύνσεις της και την αμέριστη συμπαράστασή της. Ένα μεγάλο ευχαριστώ στα άλλα δύο μέλη της τριμελούς επιτροπής, τον κ. Δουβή και τον κ. Παπαλουκά, για τη συμβολή τους στην ολοκλήρωση της παρούσας εργασίας.

Ευχαριστώ τους συμμετέχοντες στην έρευνα που διενεργήθηκε για την προθυμία να συνεργαστούν καθώς και τους φίλους μου για την στήριξή τους.

Ευχαριστώ ιδιαίτερα τους γονείς μου καθώς και τον αρραβωνιαστικό μου, Γιάννη, για την υποστήριξη καθώς και την αμέριστη και συνεχή συμπαράστασή τους που μου δίνει δύναμη να κυνηγώ κάθε μου όνειρο.

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	ii
ABSTARCT.....	iii
ΚΕΦΑΛΑΙΑ	
1. ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ: Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΟΥ ΚΑΙ ΟΙ ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ.....	1
2. ΤΑ ΒΑΣΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	5
2.1. Μια ιστορική αναδρομή του τουριστικού φαινομένου.....	5
2.2. Οι κύριοι στόχοι της τουριστικής οικονομίας.....	6
2.3. Περιγραφή της τουριστικής βιομηχανίας.....	7
2.4. Μαζικός Τουρισμός και Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού.....	8
3. ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	10
3.1. Ιστορία του Αθλητικού Τουρισμού.....	14
3.2 Τουριστική Ανάπτυξη.....	15
3.3 Τουρισμός Περιπέτειας.....	16
3.4 Αθλητικές Εκδηλώσεις .....	16
3.5 Επιπτώσεις των Αθλητικών Εκδηλώσεων.....	17
4. ΣΧΕΤΙΚΕΣ ΘΕΩΡΙΕΣ.....	21
4.1. Θεωρίες Τουριστικής Ανάπτυξης .....	21
4.2. Θεωρία Λειτουργιών του Αθλητικού Τουρισμού .....	22
4.3. Θεωρία του «Μια τυπολογία του Αθλητικού Τουρισμού» .....	23
4.4. Κατηγοριοποίηση των Αθλητικών Εκδηλώσεων.....	24
4.5. Το Μοντέλο Συμμετοχής στον Αθλητικό Τουρισμό.....	26
4.6. Το Μοντέλο Συμμετοχής στον Αθλητικό Τουρισμό και η Διαδικασία λήψης Απόφασης για Ταξίδι.....	27
4.7. Θεωρία Ειρήνης .....	28
4.8. Οι Επιπτώσεις του Αθλητικού Τουρισμού.....	28
4.8.1. Οικονομικές επιπτώσεις του Αθλητικού Τουρισμού.....	28
4.8.2. Κοινωνικο-Πολιτιστικές Επιπτώσεις του Αθλητικού Τουρισμού...	30
4.8.3. Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης.....	31

4.8.4. Περιβαλλοντικές επιπτώσεις του αθλητικού τουρισμού.....	31
4.8.5. Πολιτικές Επιπτώσεις του Αθλητικού Τουρισμού.....	32
4.8.6. Ειρήνη.....	33
5. Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ.....	34
5.1. Η Περιφέρεια Πελοποννήσου.....	34
5.2. Ο τουρισμός στην Περιφέρεια Πελοποννήσου.....	34
5.3. Λόγοι ανάπτυξης του τουρισμού στην Πελοπόννησο.....	35
5.4. Η συμβολή του τουρισμού στην Περιφέρεια Πελοποννήσου .....	37
6. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ .....	40
6.1. Εισαγωγή.....	40
6.2. Η Ποιοτική Έρευνα.....	40
6.3. Συλλογή Δεδομένων.....	41
6.4. Ερευνητικά Ερωτήματα .....	41
6.5. Μορφή Ερωτηματολογίου .....	42
6.6. Εκπρόσωποι Φορέων.....	42
6.7. Περιορισμοί της Έρευνας .....	43
7. ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ.....	44
7.1. Υπάρχουσα κατάσταση και Σημασία.....	44
7.2. Οφέλη.....	45
7.3. Προϋποθέσεις.....	46
7.4. Στρατηγική.....	47
8. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ.....	50
9. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	55
10. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι.....	64

## I. ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ: Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΟΥ ΚΑΙ ΟΙ ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ

Από την αρχή του χρόνου οι άνθρωποι ταξιδεύουν. Τα τρόφιμα, το νερό, η ασφάλεια όπως και η απόκτηση των πόρων (εμπόριο) ήταν τα πρώτα κίνητρα για ταξίδια. Αλλά η ιδέα του ταξιδιού για αναψυχή προέκυψε πρόσφατα. Το ταξίδι εξαρτιόταν πάντα από την τεχνολογία για να παρέχει τα μέσα ή τον τρόπο μετακίνησης. Κάθε βελτίωση στην τεχνολογία αυξάνει τις δυνατότητες των ατόμων να ταξιδέψουν. Καθώς οι δρόμοι βελτιώθηκαν και οι κυβερνήσεις σταθεροποιήθηκαν, το ενδιαφέρον για τα ταξίδια αυξήθηκε. (Βαρβαρέσος 2000 & Ηγουμενάκης - Κραβαρίτης, 1999)

Παρόλο που στη βιβλιογραφία ο ορισμός του «**Τουρισμού**» ποικίλει, ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (WTO, 2000), μας δίνει έναν «βασικό» ορισμό:

*«Ο τουρισμός είναι μια συλλογή από δραστηριότητες, υπηρεσίες και τις βιομηχανίες οι οποίες παρέχουν μια ταξιδιωτική εμπειρία που περιλαμβάνουν τη μεταφορά, τη διαμονή, τις επιχειρήσεις φαγητού και ποτού, τα καταστήματα λιανικής πώλησης, τις επιχειρήσεις ψυχαγωγίας και άλλες υπηρεσίες φιλοξενίας που παρέχονται σε άτομα ή ομάδες που ταξιδεύουν μακριά από το σπίτι».*

Σύμφωνα με τους Mathieson and Wall (1982), τουρισμός είναι «το άθροισμα των φαινομένων και σχέσεων που προκύπτουν από την αλληλεπίδραση των τουριστών, των προμηθευτών των επιχειρήσεων, των κυβερνήσεων και κοινοτήτων υποδοχής στη διαδικασία της προσέλκυσης και φιλοξενίας των τουριστών και άλλων επισκεπτών» (σελ.98).

Για την ελληνική οικονομία, ο τουρισμός αποτελεί κεντρικό πυλώνα ανάπτυξης με σημαντική συνεισφορά στο Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν, στην απασχόληση και στις επενδύσεις. Ταυτόχρονα, ο τουρισμός μαζί με την ναυτιλία αποτελούν τους πιο εξωστρεφείς τομείς της ελληνικής οικονομίας, με την εισροή του ταξιδιωτικού συναλλάγματος να επιδρά θετικά στο ισοζύγιο πληρωμών της χώρας, συμβάλλοντας στη μείωση του ελλείμματος των τρεχουσών συναλλαγών. (IOBE, 2012)

Η συμβολή της τουριστικής οικονομίας το 2012 στο ΑΕΠ της Ελλάδας φτάνει το 16,4%, ενώ η συνολική απασχόληση στην τουριστική οικονομία (688.800 θέσεις εργασίας) αντιστοιχεί στο 18,3% των απασχολουμένων.

Συγκρινόμενος σε παγκόσμιο επίπεδο, ο ελληνικός τουρισμός καταγράφει ικανοποιητικές επιδόσεις. Σύμφωνα με τα τελευταία διαθέσιμα στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (WTO), η Ελλάδα το 2012 ήταν 17η σε επίπεδο διεθνών αφίξεων και 23η σε επίπεδο εσόδων. Επίσης, σύμφωνα με το Παγκόσμιο Οικονομικό Φόρουμ (WEF) το 2013, η χώρα μας καταλαμβάνει την 32η θέση μεταξύ 140 χωρών στο Δείκτη Ταξιδιωτικής και Τουριστικής Ανταγωνιστικότητας, ενώ στο Γενικό Δείκτη Ανταγωνιστικότητας καταλαμβάνει μόλις την 96<sup>η</sup>.

Τα στοιχεία αυτά αποδεικνύουν ότι ο ελληνικός τουρισμός είναι ένας από τους ελάχιστους τομείς της εθνικής οικονομίας, ο οποίος είναι ανταγωνιστικός σε παγκόσμιο επίπεδο. (ΣΕΤΕ, 2012)

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

Από την άλλη, **Αθλητικός Τουρισμός** ορίζεται, η τουριστική δραστηριότητα ατόμων και γκρουπ με βασικά κίνητρα την συμμετοχή σε οργανωμένες αθλητικές δραστηριότητες και προπονητικά προγράμματα, την παρακολούθηση αθλητικών αγώνων και την αθλητική αναψυχή. (Γκουτζιούπας Γεώργιος, 2004)

Στην ραγδαία ανάπτυξη του Αθλητικού Τουρισμού συνεπικουρούν (κατά τους Gammon & Robinson, 1997) οι παρακάτω λόγοι :

- α) Η δημοτικότητα των εθνικών και διεθνών αθλητικών γεγονότων - πρωταθλημάτων αυξήθηκε κατακόρυφα.
- β) Κατανοήθηκε διεθνώς η αξία ενασχόλησης με την αθλητική δραστηριότητα, ως μέσο προαγωγής της υγείας.
- γ) Οι κρατικές αρχές κάθε χώρας αρχίζουν και αντιλαμβάνονται τη σπουδαιότητα του αθλητισμού, ως μέσου σύσφιξης των σχέσεων των λαών και άσκησης εξωτερικής πολιτικής.



δ) Υπάρχει μεγάλη και καλά οργανωμένη προσφορά αθλητικών εκδηλώσεων παγκοσμίως.

Είναι κοινώς αποδεκτό ότι ο τουρισμός αποτελεί βασικό πυλώνα για την ανάπτυξη της Ελλάδας, παρ' όλα αυτά όμως οι εναλλακτικές μορφές του τουρισμού, όπως ο Αθλητικός Τουρισμός, βρίσκονται στα πρώτα τους βήματα. Στην Ελλάδα, πήρε υπόσταση με αφορμή τη διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004 (Γκουτζιούπας, 2006). Πριν τους Ολυμπιακούς Αγώνες δεν υπήρχαν οι προϋποθέσεις, πχ, οι αθλητικές υποδομές και η εστίαση από πλευράς μάρκετινγκ για την ανάπτυξή του.

Η επιτυχία των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004, έδωσε το έναυσμα, τόσο σε δημόσιους φορείς (Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης) όσο και σε επαγγελματίες του τουρισμού, προκειμένου να προχωρήσουν σε ενέργειες διοργάνωσης αθλητικών εκδηλώσεων με διεθνή χαρακτήρα.

Παρόλο που δεν υπάρχουν καταγεγραμμένα στατιστικά στοιχεία για την πορεία αυτού του είδους τουρισμού στην Ελλάδα, σύμφωνα με την Ερευνητική Μονάδα Αθλητικού Τουρισμού Ελλάδας, η χώρα μας από το 2004 και μετέπειτα έχει διεισδύσει στην παγκόσμια αγορά του Αθλητικού Τουρισμού.

Επιπρόσθετα, στην Ελλάδα η έρευνα για τον Αθλητικό Τουρισμό είναι σε πρώιμο στάδιο, χωρίς κάποια ποιοτική διερεύνηση για την σημασία και τα οφέλη του Αθλητικού Τουρισμού.

Έτσι, σκοπός της ακόλουθης μελέτης είναι:

- α) να δώσει μια σαφή εικόνα του γιατί οι τουρίστες ταξιδεύουν για αθλητικούς λόγους
- β) να αναδείξει τη σημασία του Αθλητικού Τουρισμού
- γ) να διερευνήσει τους λόγους για τους οποίους δεν έχουν γίνει σημαντικές προσπάθειες προς την ανάπτυξη του Αθλητικού Τουρισμού
- δ) να αναδείξει τις προϋποθέσεις για την ανάπτυξή του.

Η μελέτη αυτή επικεντρώθηκε στα παραπάνω ζητήματα – στόχους για την Περιφέρεια Πελοποννήσου και αποτελεί μια βάση για μελλοντικές μελέτες πάνω σε αυτό το θέμα. Στην έρευνα γίνονται και αναφορές στους νομούς Ηλείας και Αχαΐας, οι οποίοι δεν ανήκουν στην Περιφέρεια Πελοποννήσου, αποτελούν όμως αναπόσπαστο κομμάτι του ενοποιημένου γεωγραφικού διαμερίσματος της Πελοποννήσου.

### **Σημαντικότητα της Μελέτης**

Ο Αθλητικός Τουρισμός είναι μια σχετικά νέα και συνεχώς αυξανόμενη βιομηχανία στον τομέα του τουρισμού. Πιστεύεται επίσης ότι ο Αθλητικός Τουρισμός είναι σε θέση να αναδιαρθρώσει τις αγροτικές και αστικές κοινότητες προσφέροντας σημαντικές κοινωνικές και οικονομικές προοπτικές.

Φαινομενικά, ο Αθλητικός Τουρισμός μπορεί να βελτιώσει την ποιότητα ζωής των ατόμων με σημαντικά αποτελέσματα στην οικονομική ευημερία των τοπικών κοινοτήτων (Swart και Bob, 2007).

Όπως αναφέρθηκε παραπάνω, ο τουρισμός αποτελεί έναν από τους βασικότερους πυλώνες ανάπτυξης για την Ελλάδα. Όμως παρά το γεγονός αυτό, η μορφή του Αθλητικού Τουρισμού δεν έχει αναπτυχθεί στο βαθμό που θα μπορούσε, ιδιαίτερα με την διεξαγωγή των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004.

Η παρούσα μελέτη, αποτελεί μια από τις λίγες προσπάθειες ανάδειξης της σημασίας και των οφελών που μπορούν να προκύψουν από τον Αθλητικό Τουρισμό, εστιάζοντας ιδιαίτερα στην Περιφέρεια Πελοποννήσου.

## II. ΤΑ ΒΑΣΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

### *2.1. Μια ιστορική αναδρομή του τουριστικού φαινομένου.*

Το ταξίδι δεν είναι προνόμιο της σύγχρονης βιομηχανικής κοινωνίας. Το φαινόμενο του τουρισμού έκανε την εμφάνισή του χιλιάδες χρόνια πριν και ακολούθησε την εξέλιξη της ανθρωπότητας κατά τη διάρκεια των περασμένων χιλιετιών. (Βαρβαρέσος 2000, Ηγουμενάκης - Κραβαρίτης, 1999). Παρά το γεγονός ότι στην αρχαιότητα η λέξη «τουρισμός» σήμαινε μεταφορά για θρησκευτικούς και εμπορικούς λόγους καθώς επίσης για λόγους πολέμου, σήμερα η σημασία του είναι εντελώς διαφορετική. (Ηγουμενάκης, Κραβαρίτης, Λύτρας, 1998) Σήμερα, ο τουρισμός είναι ένα αυτοδύναμο φαινόμενο που έχει να κάνει με την κατανάλωση και την αναψυχή.

Η μορφολογική εξέλιξη και η χωρική διάρθρωση του τουρισμού έχουν τις ρίζες τους στην Ελλάδα και την αρχαία Ρώμη, όπου η διασκέδαση τότε καθόριζε και την καταγωγή και την τάξη στην οποία ο πολίτης ανήκε. Όποιος ήταν πολύ πλούσιος και απαλλαγμένος από το οποιοδήποτε υποχρεωτικό επάγγελμα ανήκε στην ανώτερη τάξη, οι πολίτες της οποίας είχαν τη δυνατότητα να συμμετέχουν σε διάφορες ταξιδιωτικές μεταφορές. Για παράδειγμα, ταξίδευαν στην Αίγυπτο για λόγους αναψυχής. (Ηγουμενάκης, Κραβαρίτης, Λύτρας, 1998)

Με τις περιγραφές του, ο Ηρόδοτος (480-421 π.Χ.) ρίχνει φως στα γεωγραφικά και πολιτιστικά χαρακτηριστικά των τόπων που επισκέφτηκε. Εκείνη την εποχή έκαναν την εμφάνισή τους διάφορα πανδοχεία, τα οποία προσέφεραν χαριστικά υπηρεσίες προς τους ταξιδιώτες - περιπατητές, καθώς και άλλα πανδοχεία που ήταν, όμως, κερδοσκοπικού χαρακτήρα. Η πιο κοινή θέση (τοποθεσία) αυτών των πανδοχείων ήταν κατά μήκος των μεγάλων οδικών αρτηριών. (Βαρβαρέσος, 1998)

Κατά τη διάρκεια του **Μεσαίωνα**, δύο διαφορετικές μορφές τουρισμού προέκυψαν: ο εκπαιδευτικός και ο θρησκευτικός τουρισμός. Η πρώτη μορφή εμφανίστηκε γύρω από περιοχές όπου ιδρύθηκαν τα πιο διάσημα πανεπιστήμια (Παρίσι, Μονπελιέ, Οξφόρδη). Από την άλλη πλευρά, ο θρησκευτικός τουρισμός εμφάνισε ιδιαίτερη ανάπτυξη στην Ελβετία, τη Γερμανία και τη Γαλλία. (Ηγουμενάκης, Κραβαρίτης, Λύτρας, 1998)

Κατά τη διάρκεια της **Αναγέννησης**, η σημασία του τουρισμού άλλαξε. Εκείνη την εποχή, οι άνθρωποι ταξιδεύουν για να γνωρίσουν διαφορετικούς πολιτισμούς και νοοτροπίες, και όχι για λόγους αναψυχής. (Gartner, 2001)

Η λέξη «**τουρίστας**» χρησιμοποιήθηκε για πρώτη φορά στις αρχές του 19ου αιώνα ως χαρακτηρισμός των ανθρώπων που έπαιρναν μέρος στη λεγόμενη «grand tour» (μια περιοδεία που περιλάμβανε ταξίδια στο Παρίσι, στη νοτιοδυτική Γαλλία, τη Βουργουνδία, τη νότια και νοτιοανατολική Γαλλία). Η λέξη «**τουρισμός**» εμφανίστηκε για πρώτη φορά λίγα χρόνια αργότερα (γύρω στο 1811), προκειμένου να δηλώσει τη δραστηριότητα αυτών που ταξιδεύουν για λόγους αναψυχής. Οι πρώτοι τουριστικοί οδηγοί εκδόθηκαν το 1839 και το 1845 ο Thomas Cook άνοιξε το πρώτο ταξιδιωτικό γραφείο στο Leicester. (Βαρβαρέσος, 1998)

Συνεπώς, ο 19ος αιώνας αποτελεί ορόσημο για την εξέλιξη του τουρισμού. Οι θεσμικές, τεχνολογικές και κοινωνικές ανακατατάξεις, η οποίες έλαβαν χώρα κατά τη διάρκεια αυτών των ετών, όρισαν όχι μόνο τη μελλοντική μορφολογία του τουρισμού, αλλά επίσης συνέβαλαν στην εμπορευματοποίηση του. (Βαρβαρέσος, 1998)

Στις αρχές του προηγούμενου αιώνα, ένας αντίστοιχα σημαντικός αριθμός αλλαγών έλαβε χώρα, όσον αφορά το φαινόμενο του τουρισμού. Οι κυριότεροι παράγοντες που συνέβαλαν σε αυτές τις αλλαγές ήταν:

- α) η οικονομική συγκυρία του 1905 - 1914
- β) ο Πρώτος Παγκόσμιος Πόλεμος
- γ) η αύξηση των ποσοστών πληθωρισμού, που έπληξε σοβαρά τα εισοδήματα των μισθωτών και τέλος,
- δ) η οικονομική κρίση του 1929.

## **2.2. Οι κύριοι στόχοι της τουριστικής οικονομίας**

Η **τουριστική οικονομία** είναι ένας δυναμικός κλάδος της οικονομικής δραστηριότητας, η οποία μελετά τις σχέσεις που αναπτύσσονται κατά τη διαδικασία της παραγωγής, της κατανάλωσης και της χρήσης των τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών.

Οι δραστηριότητες που έχουν να κάνουν με την παραγωγή και τη χρήση των προαναφερθέντων αγαθών και υπηρεσιών θα πρέπει να πραγματοποιηθούν με τον πλέον αποτελεσματικό τρόπο, έτσι ώστε οι στόχοι της τουριστικής πολιτικής και της

ανάπτυξης ενός τουριστικού προορισμού να επιτυγχάνονται. (Ηγουμενάκης, 1997, τόμος Α).

Οι πιο σημαντικοί από αυτούς τους στόχους είναι οι εξής:

α) η ποσοτική και ποιοτική μεγιστοποίηση της ψυχολογικής εμπειρίας που οι τουρίστες αποκτούν όταν επισκέπτονται έναν προορισμό.

β) η μεγιστοποίηση του κέρδους των τουριστικών επιχειρήσεων, οι οποίες παρέχουν τα αγαθά και τις υπηρεσίες που αποσκοπούν στο να καλύψουν τις ανάγκες και την ικανοποίηση των πελατών.

γ) η μεγιστοποίηση των πρωτογενών επιπτώσεων και οι παρενέργειες των δαπανών που οι τουρίστες πραγματοποιούν όταν επισκέπτονται μια περιοχή ή μια χώρα γενικότερα. (Ηγουμενάκης 1997, τόμος Α)

### ***2.3. Περιγραφή της τουριστικής βιομηχανίας***

Οι παραγωγοί των τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών αποτελούν το μεγαλύτερο και το πιο δυναμικό κλάδο σε παγκόσμιο επίπεδο, την **τουριστική βιομηχανία**.

Μερικά από τα προϊόντα, τα οποία παράγονται και προσφέρονται, διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο για την ικανοποίηση των επιθυμιών των τουριστών, ενώ άλλα έχουν υποστηρικτικό ρόλο. Από εκεί και πέρα, κάποιες από τις τουριστικές υπηρεσίες (π.χ. προμηθειών, εφοδιασμού, μεταφορών), παίζουν ένα διπλό ρόλο, δεδομένου ότι δεν χρησιμοποιούνται μόνο από τους τουρίστες, αλλά επίσης, και από ανθρώπους οι οποίοι δεν ενεργούν σαν τουρίστες.

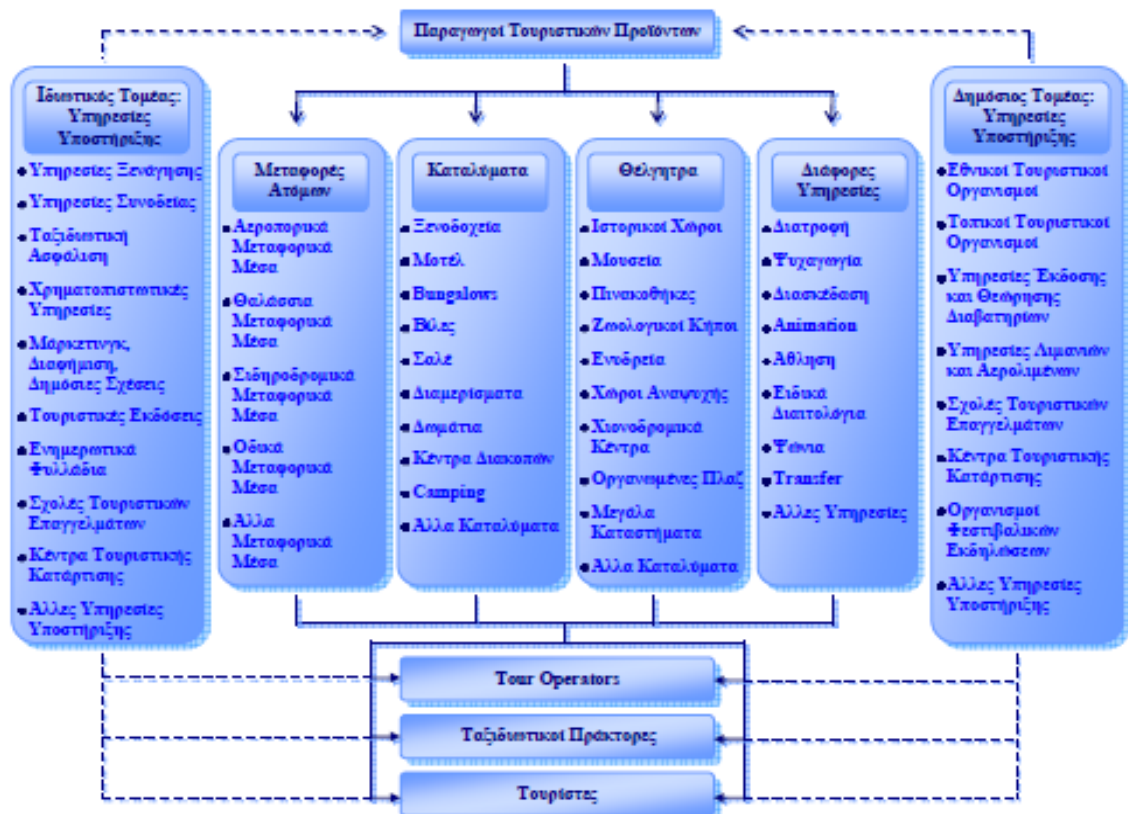
Ο σημαντικότερος ρόλος των τουριστικών υπηρεσιών έχει να κάνει με τη μεταφορά και τη διαμονή των τουριστών. Αν στις παραπάνω αναφερόμενες τουριστικές υπηρεσίες προσθέσουμε τον προορισμό και τα αξιοθέατα, τότε μπορούμε να μιλήσουμε για το λεγόμενο **τουριστικό πακέτο**. (Ηγουμενάκης 1997, τόμος Α).

Το τουριστικό πακέτο, διατίθεται μέσω ενός συστήματος κατανομής, είτε απευθείας από τους παραγωγούς στους τουρίστες ή έμμεσα μέσω των πρακτόρων. Αυτοί οι πράκτορες μπορεί να είναι οι επιχειρήσεις οργάνωσης ταξιδιών, ταξιδιωτικοί - τουριστικοί πράκτορες ή πράκτορες τουριστικών υπηρεσιών. (Ηγουμενάκης 1997, τόμος Α).

Οι ταξιδιωτικοί πράκτορες συχνά αγοράζουν τουριστικές υπηρεσίες (όπως αεροπορικά εισιτήρια, δωμάτια ξενοδοχείων, μεταφορά σε τουριστικούς προορισμούς) και στη συνέχεια τα μεταπωλούν μέσω αντιπροσώπων ως τουριστικά πακέτα. Στην περίπτωση αυτή, οι επιχειρήσεις οργάνωσης ταξιδιών (tour operators)

παίζουν το ρόλο των παραγωγών τουριστικών υπηρεσιών, ενώ οι ταξιδιωτικοί πράκτορες δρουν σαν λιανοπωλητές.

Εκτός από αυτούς που συμμετέχουν στο σύστημα διανομής, υπάρχουν επίσης και άλλοι με υποστηρικτικό χαρακτήρα, που όμως έχουν σημαντικό αντίκτυπο. Οι υπηρεσίες αυτές μπορούν να χωριστούν σε 2 τομείς, του δημόσιου τομέα και τον ιδιωτικού τομέα, όπως μπορεί να δει κανείς στο παρακάτω σχήμα.



Πηγή: Ηγουμενάκης 1997

#### 2.4. Μαζικός Τουρισμός και Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού

Στα πρώτα χρόνια του εικοστού αιώνα, ο τουρισμός συνέχισε να επεκτείνεται ως συνέπεια της αύξησης του πλούτου, του ενδιαφέροντος και των εξωστρεφών τάσεων, και λόγω των βελτιώσεων σε θέματα μεταφοράς των ανθρώπων.

Οι πρόοδοι στον τομέα των μεταφορών επέτρεψε στους ανθρώπους να ταξιδεύουν σε μάζες. Στην πραγματικότητα, η μαζική παραγωγή και μαζική κατανάλωση ήταν το σκεπτικό της εν λόγω περιόδου.

Ο όρος **μαζικός τουρισμός** εν συντομία χρησιμοποιείται για προγραμματισμένες ξεναγήσεις για ομάδες ατόμων που ταξιδεύουν μαζί με παρεμφερείς σκοπούς (ψυχαγωγία, τις περιηγήσεις, κλπ.), συνήθως κάτω από την οργάνωση των

επαγγελματιών του τουρισμού (Αποστολόπουλος, Θεοδωροπούλου, Τσακατούρα, 1996)

Η γέννηση του εναλλακτικού τουρισμού οφειλόταν στην υψηλή κριτική για το μαζικό τουρισμό και τις αρνητικές επιπτώσεις του στις περιοχές προορισμού. Ο Εναλλακτικός τουρισμός ενσωματώνει τον ήπιο μικρής κλίμακας τουρισμό, τον πράσινο τουρισμό, τον φυσιολατρικό τουρισμό κλπ. Ο Εναλλακτικός τουρισμός χρησιμοποιήθηκε με την ελπίδα να αποδείξει, ότι θα μπορούσε να έχει λιγότερο αρνητικές επιπτώσεις στις περιοχές προορισμού, το περιβάλλον και τον πληθυσμό, χρησιμοποιώντας φυσικές, κοινωνικές και κοινοτικές αξίες, χωρίς ωστόσο να μειώνονται οι θετικές οικονομικές επιπτώσεις (Smith και Eadington, 1992).

Ο Εναλλακτικός τουρισμός αναπτύχθηκε με γρήγορους ρυθμούς λόγω της αντιμετώπισης των αρνητικών επιπτώσεων του μαζικού τουρισμού στο περιβάλλον και την κοινωνία, που θα μπορούσαν να επηρεάσουν την ελκυστικότητα ενός συγκεκριμένου προορισμού μακροπρόθεσμα (Moscardo, 2001). Ο Εναλλακτικός τουρισμός τόνισε την ιδέα της διατήρησης των κοινωνικών, φυσικών και ιστορικών πλεονεκτημάτων των τουριστικών προορισμών. Ως συνέπεια του εναλλακτικού τουρισμού, η έννοια του βιώσιμου τουρισμού χρησιμοποιήθηκε με κύριο στόχο την ανάπτυξή του. (Moscardo, 2001)

### III. ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

*«Προβλέπεται ότι ο τουρισμός και η ταξιδιωτική βιομηχανία θα έχουν μια αύξηση κατά 5% ετησίως μέχρι το 2020, παράλληλα ο ρυθμός ανάπτυξης για τον αθλητικό τουρισμό προβλέπεται να είναι 10% ετησίως. Ως εκ τούτου, πόλεις και περιοχές σε όλο τον κόσμο έχουν ήδη αρχίσει να ανταγωνίζονται προκειμένου να προσελκύσουν περισσότερους τουρίστες και, κατά συνέπεια, να εκμεταλλευτούν την επακόλουθη δυναμική ανάπτυξη» (σελ. 1) (Weed, 2006)*

Σύμφωνα με τους Standeven και De Knop (1999) η τουριστική βιομηχανία γνωρίζει την μεγαλύτερη ανάπτυξή της στο τομέα που ονομάζεται «αθλητισμός». Μια μερικά αυξανόμενη ζήτηση παρατηρείται για «διακοπές ενεργού αθλητισμού» και «δεύτερες διακοπές». *«Ο αριθμός των συμμετεχόντων σε αθλητικές δραστηριότητες είναι πολύ υψηλότερος και εξακολουθεί να αυξάνεται, η τάση στον αθλητικό τουρισμό είναι η επέκταση σε διάφορες δραστηριότητες εστιάζοντας στην ποικιλία» (σελ. 227).*

Σύμφωνα με τον Jafari (2003) ο Αθλητικός Τουρισμός είναι: *«Ένα όχημα προσπαθειών για τον τουρισμό, με το οποίο οι δραστηριότητες περιλαμβάνουν το φυσικό πλαίσιο του τρεξίματος, το άλμα, το περπάτημα, τη ρίψη, τη σκοποβολή, και παρόμοια. Ο Αθλητικός Τουρισμός έχει επίσης οριοθετηθεί κατά μήκος των γραμμών των κατηγοριών δραστηριότητας που έχουν άμεση σχέση με τον τουρισμό (αθλητικές εκδηλώσεις, αξιοθέατα, θέρετρα, εκδρομές, κρουαζιέρες) και επηρεάζονται από εγγενή στοιχεία όπως την ιστορία, τον προορισμό, την πολιτική, κοινωνικο-πολιτισμικά χαρακτηριστικά, το μάρκετινγκ και τις οικονομικές επιπτώσεις»*

Ο Ramallar (2010), σχετικά με τον αθλητισμό τουρισμό αναφέρει: *«Η ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού είναι μια στρατηγική που εφαρμόζεται από τους τουριστικούς προορισμούς. Ο στόχος αυτής της στρατηγικής είναι να επιφέρει διαφοροποίηση καθώς και να τους ενισχύσει τα ανταγωνιστικά τους πλεονεκτήματα προκειμένου να προωθήσει την κοινωνικο-οικονομική ανάπτυξη». Ο ίδιος συνεχίζει: «Οι νέες τάσεις στον τουρισμό είναι προς μια ενεργό αντίληψη της δραστηριότητας» (σελ. 266). Αυτή η νέα διάσταση ενίσχυσε το ρόλο του αθλητισμού στον τομέα του τουρισμού (Ramallar 2010).*



**Αθλητικός Τουρισμός** ορίζεται από τους Standeven και De Knop (1999) ως «*όλες τις μορφές ενεργητικής και παθητικής συμμετοχής σε αθλητικές δραστηριότητες, με συμμετοχή σε αθλητικές δραστηριότητες με τυχαίο ή με οργανωμένο τρόπο, για εμπορικούς ή μη εμπορικούς λόγους, που απαιτεί ταξίδι μακριά από τον τόπο διαμονής και εργασίας*» (σ.12).

Αν και αυτό αποτελεί ένα καλό σημείο εκκίνησης για να καταλάβουμε το τι είναι ο Αθλητικός Τουρισμός, ο Weed (2008) αμφισβήτησε κριτικά την αξία ενός τέτοιου ορισμού, όπως άφησε να εννοηθεί, διότι δεν παρέχει μια πλήρη και περιγραφική αντίληψη του τι συνιστά τον αθλητικό τουρισμό.

Για να προσδιορίσουν με μεγαλύτερη ακρίβεια την έννοια του αθλητικού τουρισμού άλλοι ερευνητές επιμέρισαν τον ορισμό στο τι συνιστά τον «αθλητικό τουρίστα». Σε αυτή την ενότητα «Τουρισμός» είναι η βιομηχανία ή η δράση, ενώ ο «τουρίστας» είναι το πρόσωπο εντός της βιομηχανίας.

Σύμφωνα με τους παραπάνω αναφερθέντες ορισμούς, ο Αθλητικός Τουρισμός ορίζεται συνήθως ως η πράξη του ταξιδιού σε άλλες χώρες για τη συμμετοχή σε εκδηλώσεις όπως οι Ολυμπιακοί Αγώνες, Πρωταθλήματα, Παγκόσμια Κύπελλα, Ευρωπαϊκοί Αγώνες κλπ. Ο Cave (2003) υποστηρίζει ότι η ανάλυση των μεγάλων αθλητικών και των τοπικών αθλητικών δραστηριοτήτων φέρνει οικονομικά οφέλη στην τουριστική βιομηχανία. Ως εκ τούτου, ένας από τους ταχύτερα αναπτυσσόμενους τομείς στην τουριστική βιομηχανία είναι αυτός του αθλητικού τουρισμού. Ο Αθλητικός Τουρισμός έχει σημαντικό οικονομικό αντίκτυπο, όχι μόνο λόγω της φιλοξενίας των μεγάλων αθλητικών εκδηλώσεων, αλλά και μέσω της συνέχισης αυτών των εκδηλώσεων στη χώρα υποδοχής.

Ενώ η ενίσχυση του τουρισμού μέσω του αθλητισμού έχει ιστορία για πάνω από έναν αιώνα, τα ταξίδια για τη συμμετοχή ή την παρακολούθηση αθλητικών εκδηλώσεων χρονολογούνται από τους αρχαίους Ολυμπιακούς Αγώνες. Ωστόσο, μόνο τις τελευταίες δεκαετίες έχει αναγνωριστεί η σημαντική δυναμική του αθλητικού τουρισμού σε πολλές χώρες προορισμού που επιδιώκουν να δράσουν ανταγωνιστικά σε αυτήν την εξειδικευμένη αγορά (Zuhar, 2004). Σε γενικές γραμμές μπορεί να λεχθεί ότι «*ο Αθλητικός Τουρισμός περιλαμβάνει το ταξίδι μακριά από την κύρια κατοικία ενός ατόμου για να συμμετέχει σε μια αθλητική δραστηριότητα για αναψυχή ή για να ανταγωνιστεί, ταξίδι για να παρατηρήσει αθλητικά γεγονότα πρωτογενούς ή ελίτ επίπεδου, καθώς επίσης και το ταξίδι για να επισκεφθεί ένα αθλητικό αξιοθέατο, όπως ένα Hall of Fame ή ένα Water Park*» (Ottevanger, 2007, σελ. 10). Πρέπει να

αναφερθεί εδώ ότι «οι πρωτοβουλίες για την ανάπτυξη αθλητικού τουρισμού μπορούν να ενισχύσουν την εξαγωγική βάση ενός προορισμού, αλλά όλες οι κοινότητες δεν έχουν ίδιες πιθανότητες να φιλοξενήσουν ένα αθλητικό γεγονός με επιτυχία» (Daniels, 2007, σελ. 332).

Η Gibson (1998) εντόπισε τρεις εκφάνσεις του αθλητικού τουρισμού:

- α) ο ενεργός Αθλητικός Τουρισμός,
- β) ο Αθλητικός Τουρισμός ως εκδήλωση
- γ) ο Αθλητικός Τουρισμός νοσταλγίας.

Στον **ενεργό αθλητικό τουρισμό** οι τουρίστες ταξιδεύουν για να συμμετάσχουν σε αθλητικές δραστηριότητες, στον **αθλητικό τουρισμό ως εκδήλωση** οι τουρίστες ταξιδεύουν για να παρακολουθήσουν μια αθλητική εκδήλωση, και στον **αθλητικό τουρισμό νοσταλγίας** οι τουρίστες ταξιδεύουν για να αποτίσουν φόρο τιμής σε ένα αθλητικό χώρο, όπως ένα ιστορικό γήπεδο ή κάποιο hall of fame.

Οι Gammon και Robinson (1997) κατηγοριοποίησαν τους τουρίστες αθλητικού τουρισμού με βάση τους λόγους του ταξιδιού τους: αυτοί που συμμετέχουν σε μια αθλητική δραστηριότητα ως την κύρια αιτία για ταξίδια (**πρωτογενής**) και όσοι συμμετέχουν σε αθλητικές εκδηλώσεις, αλλά δεν είναι ο κύριος στόχος τους για να ταξιδέψουν (**δευτερογενής**).

Ένα παράδειγμα ενός δευτερογενούς κίνητρου θα μπορούσε να είναι ο τουρίστας να κάνει μια παρουσίαση (πρωτογενής λόγος) σε ένα συνέδριο ενώ παράλληλα να παίξει γκολφ (δευτερογενής λόγος) κατά το ταξίδι του.

Οι Robinson και Gammon (1997) πρότειναν περαιτέρω ότι, λόγω των διακρίσεων των κινήτρων των τουριστών αθλητικού τουρισμού (πρωτογενή και δευτερογενή), ο Αθλητικός Τουρισμός θα μπορούσε να διαχωριστεί σε δύο τομείς εστίασης, τους αθλητές τουρίστες (πρωτογενή κίνητρα) και τον αθλητικό τουρισμό (δευτερεύοντα κίνητρα).

Οι Robinson και ο Gammon (2004) αισθάνθηκαν ότι η αρχική μελέτη τους δεν είχε την απαραίτητη θεωρητική θεμελίωση και ανέπτυξαν περαιτέρω τις ιδέες τους για τον αθλητή τουρίστα και τον αθλητικό τουρισμό σε δευτεροβάθμιες κατηγορίες. Αυτές περιλαμβάνουν ένα «hard» και ένα «soft» πλαίσιο για έναν αθλητή τουρίστα και τον αθλητικό τουρισμό. Ένας **hard** αθλητής τουρίστας είναι αυτός που ταξιδεύει για να συμμετάσχει ή να παρακολουθήσει ένα ανταγωνιστικό άθλημα. Το ανταγωνιστικό στοιχείο αντιπροσωπεύει την «hard» πλευρά. Ως εκ τούτου, η «**soft**» πτυχή είναι όταν κάποιος συμμετέχει σε αθλητικές εκδηλώσεις, αλλά επιδιώκει

κίνητρα αναψυχής και όχι ανταγωνιστικά κίνητρα. Για παράδειγμα, κάποιος που συμμετέχει σε αθλητικές εκδηλώσεις, όπως οι Ολυμπιακοί Αγώνες ή το Παγκόσμιο Κύπελλο θα ήταν μια «hard» εκδοχή του αθλητή τουρίστα. Αντίθετα κάποιος που είναι σε διακοπές και κάνει σκι για ψυχαγωγικούς σκοπούς είναι μια «soft» εκδοχή του αθλητή τουρίστα. Είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι τόσο τα πρωτογενή όσο και τα δευτερογενή κίνητρα έχουν «hard» και «soft» κατηγορίες.

Ο Αθλητικός Τουρισμός περιλαμβάνει τα ίδια «hard» και «soft» χαρακτηριστικά με τον αθλητισμό να είναι ένα δευτερεύον κίνητρο για ταξίδια. Ένα «hard» παράδειγμα του αθλητικού τουρισμού είναι κάποιος να πρόκειται να επισκεφθεί την οικογένεια του, αλλά κάνει το ταξίδι του να συμπέσει με ένα μαραθώνιο προκειμένου να συμμετάσχει σε αυτόν. Ο πρωταρχικός λόγος για το ταξίδι εδώ είναι να επισκεφθεί την οικογένεια, αλλά αυτός που αγωνίζεται σε μαραθώνιους μπορεί να επιθυμεί να αγωνιστεί κι εκεί αν του δοθεί η ευκαιρία. Ως «soft» παράδειγμα του αθλητικού τουρισμού μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε το προηγούμενο παράδειγμα του σκιέρ που κάνει σκι για ψυχαγωγικούς λόγους, αλλά ο κύριος λόγος του ταξιδιού του είναι να επισκεφθεί την οικογένεια του.

Η Gibson (1998), εξαίρεσε το στοιχείο του ανταγωνισμού στο προφίλ που δημιούργησε για τους αθλητικά ενεργούς τουρίστες. Αυτό που συμπεριέλαβε η Gibson ήταν ότι ο κάθε τουρίστας θεωρείται ως «συμμετέχων σε δραστηριότητα» (Hall, 1992), και ταξιδεύει για να συμμετάσχει σε ψυχαγωγικές δραστηριότητες, ενώ οι «χομπίστες» (Hall, 1992) ή ερασιτέχνες που ταξιδεύουν για να συμμετάσχουν σε ανταγωνιστικό άθλημα, έμειναν εκτός. Στη μελέτη της Gibson ο πληθυσμός αναφέρεται στους αθλητικά ενεργούς τουρίστες, ακόμη και αν ταξίδευαν μόνο για αναψυχή.

Οι Robinson και Gammon (2004) καθορίζουν σε καθεμία από τις κατηγορίες τους ότι ο τουρίστας πρέπει να ταξιδέψει «έξω από το σύνηθες περιβάλλον του». Προκειμένου να αποσαφηνίσουμε τον ορισμό των Robinson και Gammon για το τι ορίζεται «έξω από το σύνηθες περιβάλλον του», και σύμφωνα με την Στατιστική Υπηρεσία του Καναδά, η οποία κατατάσσει έναν τουρίστα ως κάποιον που έχει ταξιδέψει τουλάχιστον 80 χιλιόμετρα (one way) από τη συνήθη κατοικία του, προκειμένου να χαρακτηριστεί ως αθλητικός τουρίστας ένα άτομο θα πρέπει να παραμείνει για διάστημα τουλάχιστον 24 ωρών στο τόπο των διακοπών του, όπως ανέφεραν οι Nogawa, Yamaguchi και Hagis (1996). Οι προαναφερόμενοι προχώρησαν περαιτέρω,

ορίζοντας ότι κάθε επισκέπτης που διαμένει λιγότερο από 24 ώρες θα πρέπει να θεωρείται ένα **αθλητικός εκδρομέας**.

Οι Weed και Bull (2004) πρότειναν ότι οι κοινωνικές και πολιτιστικές πτυχές του αθλητικού τουρισμού είναι σημαντικές, αλλά συχνά παραμελούνται στην προσπάθεια κατανόησης των οικονομικών επιπτώσεων του τουρισμού. Ως εκ τούτου, οι Weed και Bull (2004) πρόσθεσαν στον ορισμό του αθλητικού τουρισμού ότι πρόκειται για ένα «κοινωνικό, οικονομικό και πολιτιστικό φαινόμενο που προκύπτει από την μοναδική αλληλεπίδραση της δραστηριότητας, του ανθρώπου και του τόπου» (σελ. 17).

Ο Pigeassou (2004) επεσήμανε ότι κάποιος μπορεί να εμπλακεί πραγματικά με τον αθλητικό τουρισμό, εφόσον έχει την επιθυμία να βιώσει την αθλητική κουλτούρα και η απλή συμμετοχή σε αθλητικές δραστηριότητες στις διακοπές δεν είναι αρκετή. Ο Pigeassou (2004) προσδιόρισε τέσσερις βασικούς τομείς για έναν αθλητικό τουρίστα που μπορεί να εμπλακεί και να συμπεριληφθεί ως έχων εμπειρία αθλητικού τουρισμού:

- α) με φυσική ή/και αθλητική δραστηριότητα,
- β) με συμμετοχή σε μια εκδήλωση αθλητικού περιεχομένου,
- γ) με την αναζήτηση γνώσης ή/και ανάμνησης του ιστορικού και σύγχρονου αθλητικού πολιτισμού και
- δ) με τη συμμετοχή του σε θέματα αθλητικής διοίκησης.

Ο Pigeassou (2004) ορίζει περαιτέρω τον αθλητικό τουρισμό ως «ανθρώπινο πείραμα που επικεντρώνεται σε ένα σύνολο υπηρεσιών που είναι απαραίτητες για την υλοποίηση των μη επαγγελματικών και προσωρινών ταξιδιών προς συγκεκριμένους προορισμούς για να βιώσει την αθλητική κουλτούρα» (σελ. 287).

### **3.1 Ιστορία του Αθλητικού Τουρισμού**

Σύμφωνα με τους Weed και Bull (2004), ο Αθλητικός Τουρισμός ξεκίνησε στην αρχαία Αθήνα. Ο Αθλητικός Τουρισμός έχει μια μακρά ιστορία και είναι συμβολικό το γεγονός ότι στη στροφή του 20ού αιώνα, παρατηρήσαμε την πιο σημαντική ανάπτυξη και εξέλιξη του αθλητικού τουρισμού, «η αναβίωση των σύγχρονων Ολυμπιακών Αγώνων στην Αθήνα το 1896, είναι το πιο αξιοσημείωτο γεγονός» (σελ. 6), καθώς οι Ολυμπιακοί Αγώνες αντικατοπτρίζουν σαφώς τη σημασία και τη σπουδαιότητα του σύγχρονου αθλητικού τουρισμού. «Η εξέλιξη των αθλημάτων κάνουν τους συμμετέχοντες να ταξιδεύουν και να αναπτύσσουν αθλητικές δραστηριότητες που περιλαμβάνουν ταξίδια από θεατές» (Weed & Bull 2004, σελ. 6).

*«Η ιστορία της ανάπτυξης του αθλητικού τουρισμού στον εικοστό αιώνα υπήρξε σε μεγάλο βαθμό εστιασμένη στην αντιμετώπιση διαφόρων περιορισμών προκειμένου να δοθούν ευκαιρίες διεύρυνσης, ώστε να περιλαμβάνει περισσότερους ανθρώπους και όχι μόνο λίγους προνομιούχους» (Weed & Bull 2004, p.18.).*

*«Ο αθλητισμός και ο τουρισμός θεωρούνται από τους πιο σημαντικούς παράγοντες στη σύγχρονη ζωή». Ο αθλητισμός θεωρείται ως ένας τρόπος για την επίτευξη φυσικής κατάστασης και υγείας, ο οποίος είναι περισσότερο θέμα ευχαρίστησης σήμερα (Ottevanger, 2007, σελ. 9). Οι απόψεις για τις διακοπές έχουν επίσης αλλάξει με την πάροδο των ετών. Ολοένα και περισσότερο οι διακοπές έχουν γίνει ένας σημαντικός παράγοντας στη ζωή των ανθρώπων. Ο Urry (2002, αναφέρεται επίσης και στους Weed & Bull, 2004, σελ. 12), δήλωσε ότι «είναι ένα κρίσιμο στοιχείο της σύγχρονης ζωής ότι το ταξίδι και οι διακοπές είναι απαραίτητα».*

Η ανάπτυξη των αθλητικών γεγονότων είναι αποτέλεσμα της εμπορευματοποίησης και της παγκοσμιοποίησης και συνεπακόλουθα έχουμε την εμπορευματοποίηση των αθλημάτων. Η παγκοσμιοποίηση της οικονομικής δραστηριότητας, η αυξανόμενη επίδραση του αθλητισμού και του πολιτισμού, η επέκταση των δυνατοτήτων επικοινωνίας, η αύξηση της κινητικότητας των ανθρώπων, η επιτάχυνση της διεθνούς μετανάστευσης και οι παγκόσμιοι αποδεκτοί κανονισμοί οργανισμών όπως ο ΟΗΕ και ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού που είναι σημαντικοί για τον αθλητισμό και την αθλητική βιομηχανία είναι μερικοί από τους λόγους για την ανάπτυξη αυτή (Ottevanger, 2007).

### **3.2 Τουριστική Ανάπτυξη**

Οι Sharpley και Telfer (2002) αναφέρουν ότι ο ορισμός της ανάπτυξης έχει επεκταθεί από την εστίαση του στην οικονομική ανάπτυξη σε μια πιο ολιστική προσέγγιση των οικονομικών, κοινωνικών, πολιτιστικών, πολιτικών και περιβαλλοντικών πτυχών του. *"Αν, όμως, ο τουρισμός πρέπει να είναι ένας παράγοντας της ανάπτυξης, είναι σημαντικό να κατανοήσουμε τις θεωρητικές έννοιες πίσω από τη μακροπρόθεσμη ανάπτυξη και ποια ιδεολογία είναι πίσω από τη στρατηγική που θα οδηγήσει προς την τουριστική ανάπτυξη"* (σελ. 4).

Οι Ntloko και Swart (2008) προτείνουν ότι η ανάπτυξη θα πρέπει να θεωρηθεί ως μια διαδικασία. Η ανάπτυξη του τουρισμού συχνά θεωρείται ως μια διαδικασία φυσικής αλλαγής. Ο Dieke (2005) ορίζει τρία στάδια για την ανάπτυξη του τουρισμού. Το πρώτο στάδιο ξεκινά όταν οι ταξιδιώτες ανακαλύπτουν μια νέα περιοχή

ενδιαφέροντος. Στο δεύτερο στάδιο, η είδηση της ανακάλυψης διαδίδεται και έχει ως αποτέλεσμα (το τρίτο στάδιο), την απάντηση της κοινωνίας-υποδοχής σε αυτή τη νέα οικονομική δραστηριότητα με τη μορφή της κατασκευής εγκαταστάσεων και της δημιουργίας προσφερόμενων υπηρεσιών.

Η ανάπτυξη του τουρισμού και η προώθησή του τεκμηριώνονται με βάση την καταλυτική λειτουργία του στις περιοχές, λόγω των κοινωνικών και οικονομικών εξελίξεων. Πιστεύεται ότι ο τουρισμός είναι, χωρίς υπερβολή, ένα σημαντικό κοινωνικό και οικονομικό φαινόμενο. Οι Sharpley και Telfer (2002) σχολίασαν ότι «οι παράγοντες ανακάλυψης αφορούν το “γενικό κανόνα” του τουρισμού, που μπορεί να βοηθήσει στην ανάπτυξη μεταβάλλοντας την οικονομία, τόσο σε εθνικό, όσο και σε τοπικό επίπεδο» (σελ. 4).

### **3.3 Τουρισμός Περιπέτειας**

Το ταξίδι για περιπέτεια είναι μια συνεχής και αυτο-οργανωμένη εμπειρία. Η σημασία της περιπέτειας στην τουριστική βιομηχανία έχει αναγνωριστεί (Mansfeld & Pizam, 2006). Ο Hudson (2008) πιστεύει: «ο τουρισμός περιπέτειας φέρνει μαζί με τα ταξίδια, τον αθλητισμό και την υπαίθρια αναψυχή, έτσι ο Αθλητικός Τουρισμός είναι ένας από τους ταχύτερα αναπτυσσόμενους τομείς της τουριστικής βιομηχανίας. Ο τουρισμός για περιπέτεια έχει ταξινομηθεί με βάση τη διάκριση μεταξύ «hard» και «soft» δραστηριοτήτων. Οι δραστηριότητες όπως η ορειβασία, η ορεινή ποδηλασία, οι καταδύσεις, και το ράφτινγκ σε ποτάμια είναι παραδείγματα των hard δραστηριοτήτων περιπέτειας. Οι Soft δραστηριότητες περιπέτειας περιλαμβάνουν το κάμπινγκ, την πεζοπορία, τη ποδηλασία, την παρατήρηση ζώων, την ιππασία, το κανό και το θαλάσσιο σκι» (σελ. 449).

### **3.4 Αθλητικές Εκδηλώσεις**

Οι αθλητικές τουριστικές δραστηριότητες τακτικά προσθέτουν αξία στις κοινότητες μέσω της βελτίωσης των κοινοτικών εγκαταστάσεων, τη βελτίωση των υπηρεσιών μεταφορών και επικοινωνιών, την αύξηση της δαπάνης των επισκεπτών, τη δημιουργία εποχιακής και μόνιμης απασχόλησης και ενεργούν ως μια μέθοδο φυσικής και κοινωνικής ανανέωσης. Λέγεται ότι «η ύπαρξη χαμηλών επιπέδων ευαισθητοποίησης και συμμετοχής στις εκδηλώσεις από τον τόπο υποδοχής είναι ένα κρίσιμο ζήτημα» (Ntloko & Swart, 2008, σελ. 80).

Ο Jafari (2003) αναφέρει ότι «ο Αθλητικός Τουρισμός έχει σημαντικό οικονομικό αντίκτυπο, όχι μόνο λόγω της φιλοξενίας των μεγάλων αθλητικών γεγονότων, αλλά και ως αποτέλεσμα της ανάπτυξης αθλητικών θέρετρων και αθλητικών αξιοθέατων. Οι αυξανόμενες δραστηριότητες μάρκετινγκ του αθλητικού τουρισμού από τις χώρες, τις περιφέρειες και τις κοινότητες υποδηλώνει ότι υπάρχει πιθανότητα για τη βελτίωση των τουριστικών εσόδων. Για παράδειγμα, η βιομηχανία κρουαζιέρας έχει κάνει τους αθλητές-διασημότητες ένα σημαντικό στοιχείο του αθλητικού τουρισμού. Αυτές οι εξελίξεις συμβάλλουν στη θετική επίδραση του αθλητικού τουρισμού. Η σημασία του αθλητικού τουρισμού είναι πλέον ευρέως αποδεκτή και έχει δώσει αφορμή για τη δημιουργία ενός επαγγελματικού οργανισμού» - The Sports Tourism International Council (σελ. 553).

Ο De Knop, nd, (αναφέρεται και στους Buhalis & Costa, 2006, σελ. 119), επισημαίνει ότι «ο Αθλητικός Τουρισμός μπορεί να είναι παθητικός ή ενεργητικός» και προσθέτει «η διαίρεση του τουρισμού σε δύο μέρη ορίζει ότι οι τουρίστες αθλητικών γεγονότων μπορούν να βρίσκονται σε διακοπές ή να ταξιδέψουν και να συμμετέχουν σε αθλητικές εκδηλώσεις για επαγγελματικούς λόγους. Με βάση τον ενεργό αθλητικό τουρισμό, ως “διακοπές αθλητικής δραστηριότητας” μπορούν να θεωρηθούν αυτές στις οποίες ο αθλητισμός είναι ο κύριος σκοπός της εκδρομής ή “αθλητικές δραστηριότητες διακοπών” σε περιπτώσεις που η παρακολούθηση αθλητικών εκδηλώσεων δεν είναι η κύρια δραστηριότητα». Προσθέτει, επίσης, ότι υπάρχουν δύο κατηγορίες των «διακοπών αθλητικής δραστηριότητας: οι διακοπές ενός αθλήματος και η δραστηριότητα των διακοπών πολλαπλών αθλημάτων».

“Ο Παθητικός Αθλητικός Τουρισμός μπορεί επίσης να ομαδοποιηθεί ανάλογα με τη σημασία του αθλήματος και το σκοπό του ταξιδιού. Έμπειροι παρατηρητές είναι εκείνοι που έχουν εκτενή παθητική συμμετοχή, και επιλέγουν τις αθλητικές δραστηριότητες που παρακολουθούν και τους τόπους που επισκέπτονται ως θεατές ή ως λειτουργοί. Περιστασιακοί παρατηρητές είναι εκείνοι που απλά απολαμβάνουν βλέποντας μια εκδήλωση στην οποία συνήθως τυχαίνει να είναι παρόντες και όχι να έχουν οργανώσει την επίσκεψή τους γι’ αυτήν την εκδήλωση» (De Knop, nd, αναφέρεται επίσης και στους Buhalis & Costa, 2006, σελ. 119).

### **3.5 Επιπτώσεις των Αθλητικών Εκδηλώσεων**

Σύμφωνα με τους Regan, (1999, αναφέρεται και στους Weed & Bull, 2004,) «μερικές αθλητικές εκδηλώσεις χρησιμοποιούνται ως μέσο για την ενημέρωση των τουριστών σε

μια συγκεκριμένη περιοχή, προκειμένου να δημιουργηθούν επαναλαμβανόμενες επισκέψεις, είτε με άλλες εκδηλώσεις και δραστηριότητες που σχετίζονται με τον αθλητισμό ή με άλλες τουριστικές πτυχές του προορισμού» (σελ. 142). Ο Higham, (2005) επισημαίνει ότι «η ανάπτυξη του Αθλητικού τουρισμού επιδιώκεται πιο συχνά με βάση συμφέροντα βραχυπρόθεσμων οικονομικών αποδόσεων, καθώς τα μακροπρόθεσμα στρατηγικά πλάνα είναι λιγότερο σαφή».

Δεδομένου ότι πολλές τουριστικές αθλητικές εκδηλώσεις είναι «βραχυπρόθεσμα γεγονότα με μακροπρόθεσμες συνέπειες για τις πόλεις που τις οργανώνουν» (σελ. 96), μελέτες έχουν δείξει ότι οι μακροπρόθεσμες συνέπειες για τους προορισμούς που φιλοξενούν τα αθλήματα μεγάλων γεγονότων είναι συχνά αρνητικές.

Ο Higham (1999, αναφέρεται και στον Yusof 2009) πρόσθεσε ότι «μικρής κλίμακας αθλητικές εκδηλώσεις μπορούν να έχουν περισσότερες θετικές επιπτώσεις στις κοινότητες υποδοχής. Στα γεγονότα αυτά περιλαμβάνονται οι τακτικές εποχικές αθλητικές διοργανώσεις, όπως το ποδόσφαιρο, ράγκμπι, χόκεϊ επί πάγου, και οι περιπετειώδεις/υπαίθριες εκδηλώσεις, όπως το σκι. Αυτά τα αθλητικά γεγονότα απαιτούν συνήθως λιγότερες επενδύσεις, καθώς λειτουργούν εντός των υποδομών που ήδη υφίστανται και είναι πιο πιθανά στην υλοποίησή τους, απ' ό,τι μεγάλα αθλητικά γεγονότα» (σελ. 48).

Ο Duran, το 2005, επισημαίνει ότι «η Βαρκελώνη ήταν ένα βιομηχανικό και επιχειρηματικό κέντρο στην Ισπανία. Οι διοργανωτές ήλπιζαν ότι οι Ολυμπιακοί Αγώνες θα μπορούσαν να μετατρέψουν τη Βαρκελώνη στην Copacabana της Μεσογείου» (σελ. 8). Επίσης προσθέτει ότι «Η Βαρκελώνη είναι τώρα ένα σημαντικό αστικό τουριστικό κέντρο στην Ευρώπη, προσφέροντας όχι μόνο εγκαταστάσεις μιας μεγάλης πόλης, αλλά και τουρισμό "ήλιου και άμμου" υψηλής ποιότητας. Ήταν μόνο κατά την περίοδο 1997-1998, που το τουριστικό φαινόμενο Βαρκελώνη άρχισε να υφίσταται και ο αριθμός των παραθεριστών ανήλθε στο 63% του συνόλου των επισκεπτών» (σελ. 8).

Το Παγκόσμιο Κύπελλο Ποδοσφαίρου του 2010 στη Νότια Αφρική είναι ένα ακόμη παράδειγμα μεγάλων εκδηλώσεων. Η φιλοξενία του Παγκοσμίου Κυπέλλου της FIFA τον Ιούνιο του 2010 σήμαινε περισσότερα από ένα ποδοσφαιρικό τουρνουά 30 ημερών. Ήταν περίπου μια κληρονομιά. Όπως δήλωσε κατηγορηματικά ο Danny Jordan, Διευθύνων Σύμβουλος της Οργανωτικής Επιτροπής της Νότιας Αφρικής το 2010: «Δεν είναι για το Ποδόσφαιρο. Είναι για την οικοδόμηση του έθνους. Η Νότια Αφρική έχει επιλέξει όχι μόνο να οργανώσει το Παγκόσμιο Κύπελλο του 2010, αλλά και



να μεταφέρει τις ελπίδες, τα όνειρα και τις φιλοδοξίες της Αφρικής και ιδιαίτερα του αφρικανικού ποδοσφαίρου. Αυτό μας δίνει μια χρυσή ευκαιρία να αλλάξουμε τις αντιλήψεις για την Αφρική και να επηρεάσουμε την κοινή γνώμη σε όλο τον κόσμο. Μέσω του 2010 FWC, μπορούμε να αφήσουμε μια κληρονομιά ανάπτυξης, ενότητας και υπερηφάνειας». (eTurboNews, 2010)

Η φιλοξενία μια μεγάλης αθλητικής εκδήλωσης είναι μια άμεση ώθηση στην τουριστική βιομηχανία. Οι δαπάνες των τουριστών προσφέρουν έσοδα στην τοπική οικονομία και τονώνουν τον τομέα των υπηρεσιών καιρό πριν και μετά την εκδήλωση. Ακόμη σημειώνεται ότι η αναμονή τους προηγούμενους μήνες ή και χρόνια πριν από ένα γεγονός φέρνει τουρισμό στις πόλεις αυτές. (Kearney, 2005).

Οι Ολυμπιακοί Αγώνες στην Ατλάντα το 1996 μπορούν να θεωρηθούν ως ένα παράδειγμα των αρνητικών κοινωνικών επιπτώσεων από ένα μεγάλο αθλητικό γεγονός. Μια ομάδα εργασίας που διερεύνησε τις κοινωνικές επιπτώσεις των Αγώνων διαπίστωσε ότι 15.000 κάτοικοι εκδιώχθηκαν από τα δημόσια έργα στέγασης για να ανοίξει ο δρόμος για την Ολυμπιακή διαμονή. Επιπλέον, μεταξύ 1990 και 1995, περίπου 9.500 κατοικίες χαμηλού κόστους αλλά και 350 εκατομμύρια δολάρια από δημόσιους πόρους διοχετεύθηκαν στην Ολυμπιακή προετοιμασία κατά τη διάρκεια της ίδιας περιόδου. Επιπλέον, τα καταφύγια των αστέγων μετατράπηκαν σε backpacker (τουρίστες που ταξιδεύουν με σακίδιο πλάτης) διαμονή κατά τη διάρκεια των Αγώνων (Malfas, et al. 2003, p.210).

Σημειώνεται από τον Delamere (2001, αναφέρεται και στους Ntloko & Swart, 2008, p.81) ότι «η ευαισθητοποίηση για τις επιπτώσεις μιας αθλητικής εκδήλωσης και της στάσης των κατοίκων απέναντι σε αυτές, επιτρέπει στις οργανωτικές αρχές να λάβουν μέτρα για να μειωθεί η ανεπιθύμητη διατάραξη της ζωής των κατοίκων της κοινότητας».

Σύμφωνα με τον Kearney (2005) «σε ότι αφορά τις μικρότερης σημασίας ή έκτασης πόλεις, αυτή η ώθηση είναι ιδιαίτερα απαραίτητη. Για παράδειγμα, ο τουρισμός στην “κοιμισμένη” πόλη της Lillehammer αυξήθηκε έως 43% στα τέσσερα χρόνια που προηγήθηκαν των Χειμερινών Ολυμπιακών Αγώνων του 1994. Η κατάλληλη στρατηγική καθορίστηκε νωρίς προκειμένου να διασφαλίσει ότι απτά οφέλη θα παραμείνουν σταθερά και ισχυρά για τα επόμενα χρόνια» (σελ. 4).

Οι ερευνητές έχουν διαπιστώσει ότι ο Αθλητικός Τουρισμός θα μπορούσε να «προωθήσει την ειρήνη μεταξύ των εθνών» (Report on the sports tourism industry development policy conference, holiday inn hotel, (2006), σελ.4). Σε τοπικό επίπεδο,

ο Αθλητικός Τουρισμός δημιουργεί ευκαιρίες απασχόλησης και εργασίας για τα μέλη της κοινότητας υποδοχής. Τα αξιοθέατα που σχετίζονται με τον αθλητικό τουρισμό δεν είναι μόνο για τους τουρίστες, αλλά και για την προσέλκυση του ενδιαφέροντος των μέσων ενημέρωσης και της οικονομικής ανάπτυξης της κοινότητας.

Ο Αθλητικός Τουρισμός μπορεί να έχει θετικό αντίκτυπο στην κοινωνική υγεία και την ευεξία. Η παρούσα μελέτη διερευνά την επίδραση του αθλητικού τουρισμού για την οικονομική ανάπτυξη της κοινότητας υποδοχής. «Ο Αθλητικός Τουρισμός, αν σχεδιαστεί και αναπτυχθεί σωστά, με τη δέσμευση όλων των ενδιαφερομένων, θα πρέπει να φέρει τα ακόλουθα οικονομικά, κοινωνικά και κοινοτικά οφέλη» σύμφωνα με τον Higham (1999):

#### **Κοινωνικές επιπτώσεις**

- α) Προσδίδει αξία στους ανθρώπους
- β) Αναπαριστά την ποικιλομορφία
- γ) Δημιουργεί διαύλους επικοινωνίας
- δ) Ο μετασχηματισμός και αναδιάρθρωση της κοινωνίας
- ε) Απασχόληση

#### **Περιβαλλοντικές Επιπτώσεις**

- α) Προώθηση της διατήρησης των φυσικών πόρων
- β) Ευαισθητοποίηση για εκπαίδευση από τους αθλητικούς φορείς

#### **Πολιτιστικές Επιπτώσεις**

- α) Ενίσχυση και ανάπτυξη του πολιτισμού
- β) Προώθηση του πολιτισμού και της πληροφόρησης
- γ) Αλληλεπίδραση: διαπολιτισμικές ανταλλαγές
- δ) Περηφάνια για την τοπική κοινότητα
- ε) Ανάπτυξη του αθλητισμού σε τοπικό επίπεδο
- στ) Ανάπτυξη υποδομών».

## IV. ΣΧΕΤΙΚΕΣ ΘΕΩΡΙΕΣ

### 4.1 Θεωρίες Τουριστικής Ανάπτυξης

"Το Μοντέλο Butler, προϋποθέτει ότι με την πάροδο του χρόνου ο τουριστικός προορισμός, έχει έξι στάδια: την εξερεύνηση, την συμμετοχή, την ανάπτυξη, την ενοποίηση, την στασιμότητα και στη συνέχεια την αναζωογόνηση ή την παρακμή» (Cole, 2007, σελ. 13).

Αναλύοντας το σχήμα 1 που απεικονίζεται το μοντέλο του Butler (2006), δείχνει έξι σημαντικούς παράγοντες στους τομείς του τουρισμού που παρουσίασαν «αλλαγές στον αριθμό των αφίξεων επισκεπτών, αύξηση του αριθμού των δωματίων, ή αλλαγές στις δημόσιες επενδύσεις στον τομέα του τουρισμού» (σελ. 14).

Τα έξι στάδια είναι:

1ο στάδιο: η Εξερεύνηση (ύπαρξη διαφορετικών σε φυσικά/πολιτιστικά χαρακτηριστικά προορισμών, η επίπτωση σε αυτό το στάδιο είναι πολύ χαμηλή),

2ο στάδιο: η Συμμετοχή (απεικονίζεται ως «κύκλος ζωής» με την οργάνωση εγκαταστάσεων και υπηρεσιών για τον τουρισμό),

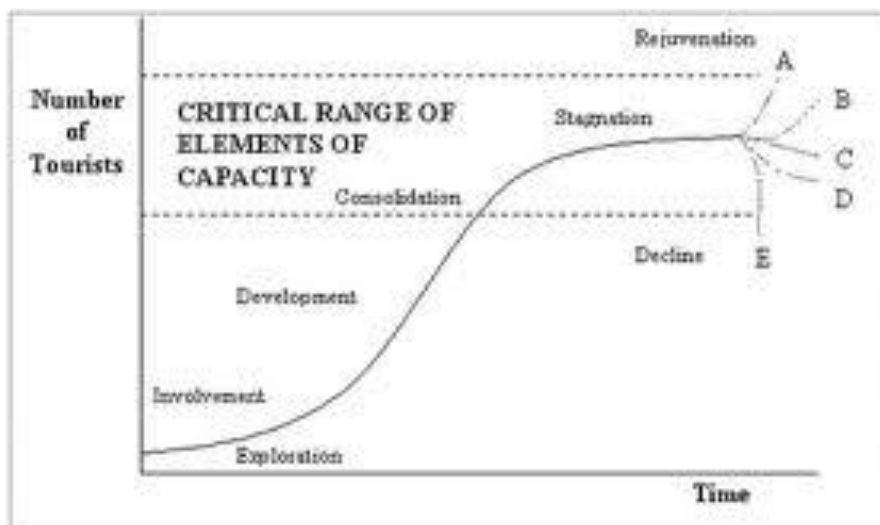
3ο στάδιο: η Ανάπτυξη (ορίζεται ως η περιοχή της τουριστικής αγοράς που υποστηρίζεται από σημαντική διαφήμιση),

4ο στάδιο: η Ενοποίηση (δείχνει το πώς μπορούν να αναπτύξουν και να προωθήσουν οικονομικές και μάρκετινγκ στρατηγικές),

5ο στάδιο: η Στασιμότητα (συμβαίνει κατά την ώρα αιχμής στην άφιξη επισκεπτών και δείχνει σημάδια υπέρβασης στην κοινωνική, οικονομική και περιβαλλοντική φέρουσα ικανότητα της περιοχής),

6ο στάδιο: η Αναζωογόνηση ή Μείωση της παρακμής (ο προορισμός δεν είναι πλέον σε θέση να ανταγωνιστεί νεότερες ή αναδυόμενες περιοχές, και αυξανόμενα προσελκύει τουρισμό σύντομης διαμονής. Ο κύκλος εργασιών είναι πολύ υψηλός σε αυτό το στάδιο, και αν η αναζωογόνηση (αναλαμβάνοντας μια σημαντική επένδυση, τη δημιουργία αξιοθέατων και στην επικέντρωση των μέχρι τώρα αναξιοποίητων φυσικών πόρων) δεν συμβεί, οι τουριστικές εγκαταστάσεις αρχίζουν να αντικαθίστανται από μη τουριστικές επιχειρήσεις, καθώς ο τουρισμός ως κυρίαρχος οικονομικός τομέας υποχωρεί, για αυτό τον προορισμό – περιοχή. Αυτό πολύ απλά

δείχνει ότι η «κοινή προσπάθεια συνεργασίας μεταξύ της κυβέρνησης και του ιδιωτικού τομέα είναι αναγκαία» (σελ. 14, 15).

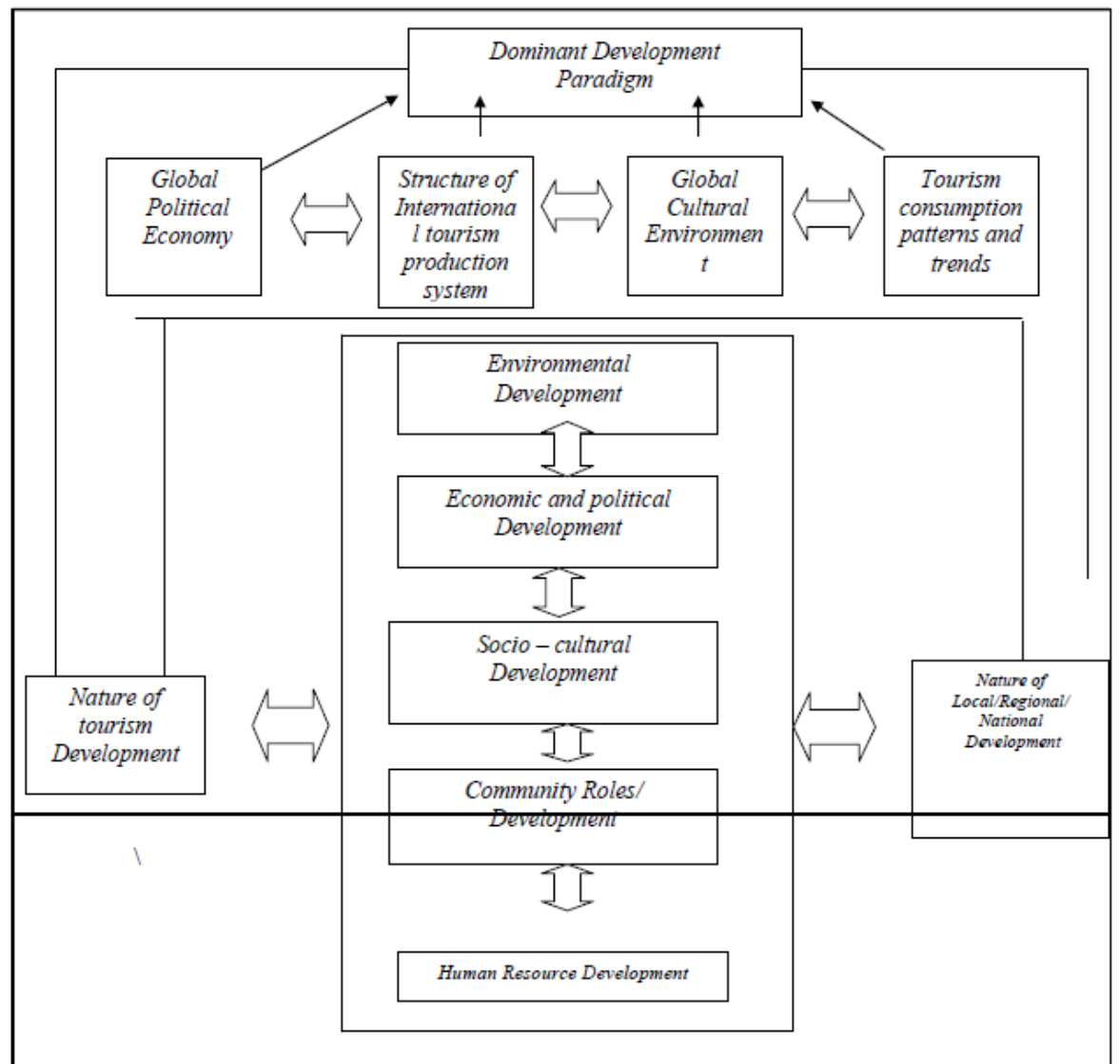


Σχήμα 1: Cyclical Nature of Tourism Development over Time (Butler 1980)

Ο Howard (2005) επεσήμανε ότι «καθώς ο τουρισμός αναπτύσσεται με την πάροδο του χρόνου, υπάρχει μια σειρά πιθανών επιπτώσεων στους τόπους-περιοχές που φιλοξενούν αθλητικές εκδηλώσεις. Ωστόσο, η ανάπτυξη του τουρισμού εμφανίζεται μέσα σε ένα τοπικό πλαίσιο, το οποίο έχει δεδομένα κοινωνικά, πολιτιστικά, οικονομικά και πολιτικά φαινόμενα» (σελ. 1).

#### 4.2 Θεωρία Λειτουργιών του Αθλητικού Τουρισμού

Σύμφωνα με το σύστημα του τουριστικού αξιοθέατου του Leiper (1990) ένα τουριστικό αξιοθέατο είναι «ένα σύστημα που αποτελείται από τρία στοιχεία: τον τουρίστα ή το ανθρώπινο στοιχείο, έναν πυρήνα ή το κεντρικό στοιχείο, και ένα δείκτη ή το πληροφοριακό στοιχείο. Ένα τουριστικό αξιοθέατο υπάρχει όταν αυτά τα τρία στοιχεία είναι συνδεδεμένα» (σελ. 47).



Σχήμα 2: From Leiper, 1990

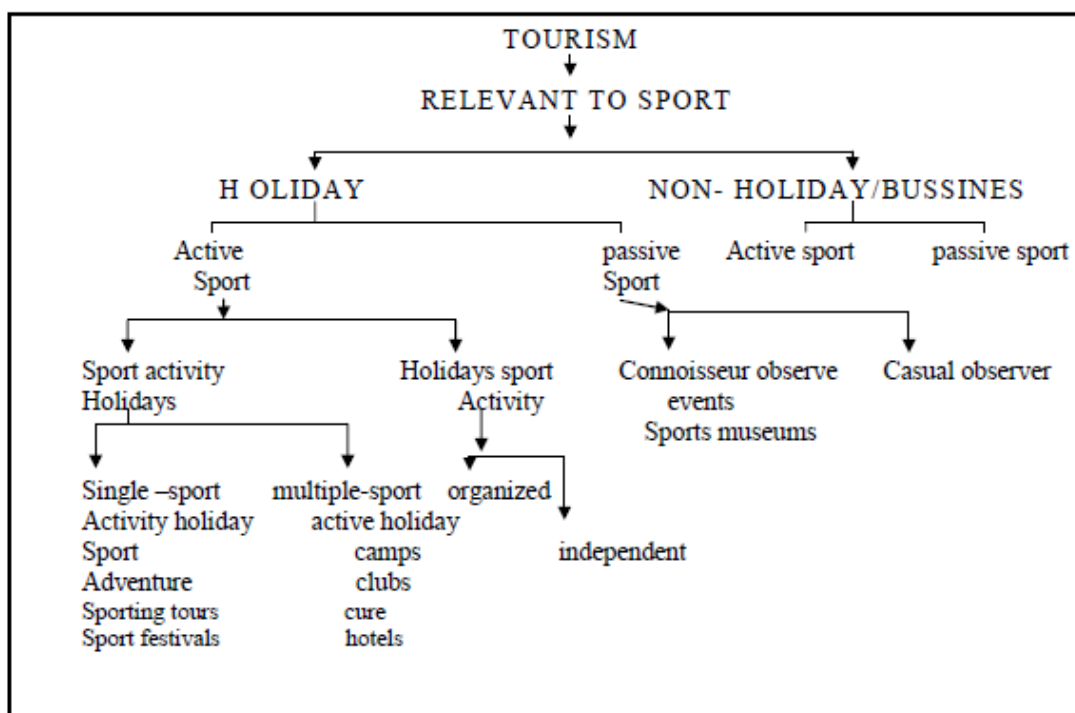
### 4.3 Θεωρία του «Μια τυπολογία του Αθλητικού Τουρισμού»

«Το πρώτο στοιχείο αποτελείται από τους ανθρώπους που ταξιδεύουν μακριά από το σπίτι τους σε αναζήτηση της ικανοποίησης από δραστηριότητες που σχετίζονται με την αναψυχή. Στο αθλητικό πλαίσιο, ο τουρίστας ή το ανθρώπινο στοιχείο ποικίλουν και μπορεί να περιλαμβάνουν τον θεατή και τον συμμετέχοντα σε αθλητικές εκδηλώσεις όπως:

- (1) Ερασιτέχνες αθλητές που λαμβάνουν μέρος σε μια ερασιτεχνική αθλητική εκδήλωση.
- (2) Παθητικοί θεατές επαγγελματικών αθλητικών γεγονότων.
- (3) Αθλητές, προπονητές και οργανωτικά στελέχη ομάδας που ανταγωνίζονται σε ατομικά ή ομαδικά αθλήματα.

(4) Τα επίσημα μέσα ενημέρωσης, οι χορηγοί και τα μέλη των αθλητικών συλλόγων που συμμετέχουν σε ένα μεγάλο αθλητικό γεγονός» (Standeven & De Knop (1999), σελ. 47,48).

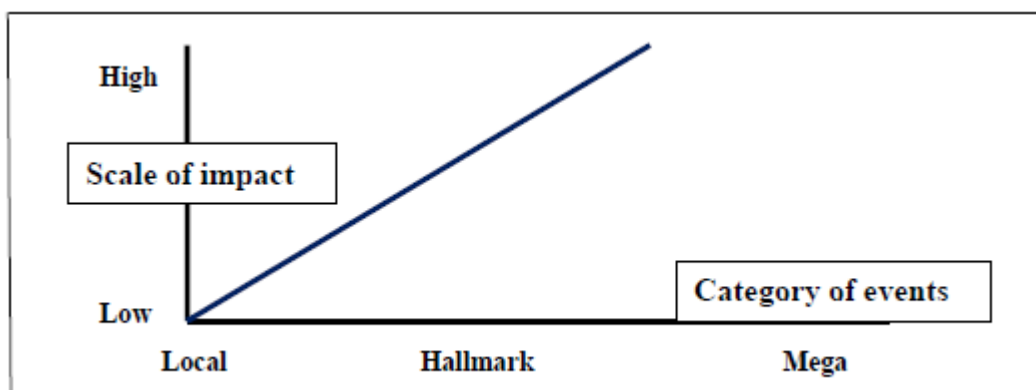
Επιπλέον, μια ανάλυση κόστους - οφέλους είναι η καλύτερη μέθοδος που θα πρέπει να εφαρμόζεται στις αθλητικές εκδηλώσεις. Το πιο σημαντικό στοιχείο σε ότι αφορά τις οικονομικές επιπτώσεις μιας αθλητικής εκδήλωσης είναι οι δαπάνες. Σύμφωνα με τους Baade και Matheson (2004), είναι απαραίτητο να γίνει διάκριση μεταξύ των αποτελεσμάτων για το διοργανωτή της εκδήλωσης και για την πόλη υποδοχής.



Σχήμα 3: A typology of sport tourism from Standeven & De Knop (1999)

#### 4.4 Κατηγοριοποίηση των Αθλητικών Εκδηλώσεων

Σύμφωνα με τον Ottevanger, 2007, οι αθλητικές εκδηλώσεις διαφέρουν ως προς το μέγεθος, τον όγκο και τον αντίκτυπο, καθώς και για τους λόγους για τους οποίους μια περιοχή φιλοξενεί μια αθλητική εκδήλωση. Οι εκδηλώσεις κατηγοριοποιούνται σε ειδικές, οι οποίες πραγματοποιούνται για μια φορά, και σε σποραδικές. Το παρακάτω σχήμα δείχνει την αναλογία μεταξύ της κλίμακας των επιπτώσεων και την κατηγορία των εκδηλώσεων:



Σχήμα 4: Description of figure Ottevanger, (2007)

#### Τοπικές εκδηλώσεις (Local)

Εκδηλώσεις με μικρό αντίκτυπο είναι οι τοπικές εκδηλώσεις, μικρές εκδηλώσεις ή εκδηλώσεις κοινότητας (Ottevanger, 2007) και προσθέτει: «πολλά αθλητικά γεγονότα εμπίπτουν σε αυτή την κατηγορία. Σχεδόν κάθε πόλη οργανώνει τέτοια μικρά ετήσια αθλητικά γεγονότα» (σελ. 18). Αυτά τα γεγονότα είναι περιορισμένης χρονικής διάρκειας και πραγματοποιούνται συνήθως πιο συχνά από ό, τι οι ειδικές εκδηλώσεις.

#### Εκδηλώσεις με Σήμα Κατατεθέν (Hallmark)

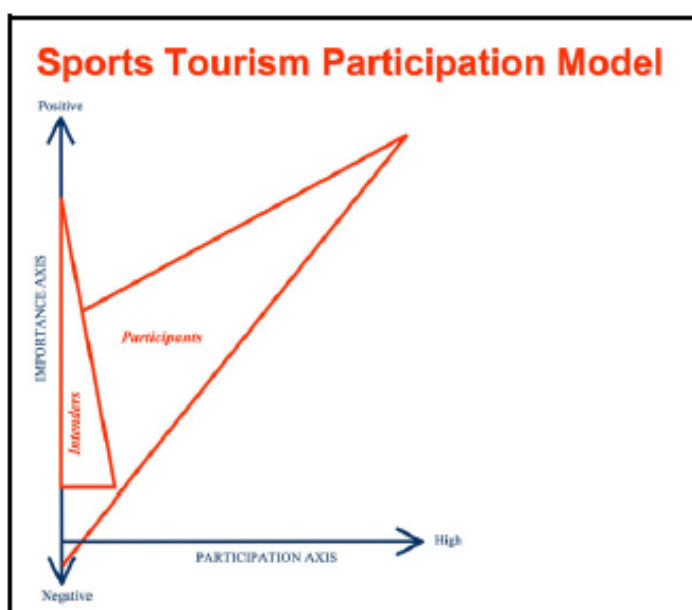
Ο Getz (1997) αναφέρει ότι οι εκδηλώσεις αυτές έχουν σημασία από την άποψη της παράδοσης, της ενεργητικότητας, της εικόνας ή τη δημοσιότητα. Η εκδήλωση παρέχει στην πόλη, στην κοινότητα ή στον προορισμό ένα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Ο Ritchie (1984) ορίζει αυτά τα γεγονότα ως «μείζονος-χρόνου» ή «επαναλαμβανόμενα γεγονότα περιορισμένης διάρκειας», που αναπτύσσονται κυρίως για να επιφέρουν την ευαισθητοποίηση, την έφεση και την κερδοφορία ενός τουριστικού προορισμού βραχυπρόθεσμα ή/και μακροπρόθεσμα (σελ. 18). Ένα παράδειγμα τέτοιων αθλητικών εκδηλώσεων θα μπορούσε να είναι τα Grand Prix ή το Rally Acropolis.

#### Μεγάλης κλίμακας εκδηλώσεις (Mega)

"Δύο κύρια χαρακτηριστικά των σύγχρονων μεγάλης κλίμακας εκδηλώσεων είναι οι σημαντικές επιπτώσεις που έχουν για την πόλη φιλοξενίας, την περιοχή ή το έθνος» (Ottevanger, 2007, σελ. 18). Ο Roche (2000) αναφέρει ότι τα μεγάλα γεγονότα είναι «μεγάλης κλίμακας πολιτιστικές (συμπεριλαμβανομένων των εμπορικών και αθλητικών) εκδηλώσεις, οι οποίες έχουν μια δραματική, μαζική απήχηση και διεθνή σημασία» (σελ. 18). Οι Ολυμπιακοί Αγώνες και τα Παγκόσμια Κύπελλα της FIFA είναι ένα καλό παράδειγμα των μεγάλων αθλητικών γεγονότων.

#### 4.5 Το Μοντέλο Συμμετοχής στον Αθλητικό Τουρισμό

Στο Μοντέλο Συμμετοχής στον Αθλητικό Τουρισμό (Sports Tourism Participation Model) (Weed, 2010) «απεικονίζεται η συμμετοχή σε εκδηλώσεις αθλητικού τουρισμού σε σχέση με τη σημασία που αποδίδεται στις αθλητικές τουριστικές δραστηριότητες και εκδρομές (Σχήμα 5). Τα επίπεδα της αύξησης της συμμετοχής παρουσιάζονται κατά μήκος του οριζόντιου άξονα, ενώ ο κάθετος άξονας μας δείχνει τη σημασία που αποδίδεται στο ταξίδι για αθλητικό τουρισμό από τους ιδιώτες. Το μοντέλο δείχνει ότι προς τα αριστερά της κλίμακας η σημασία που αποδίδεται σε ένα ταξίδι μπορεί να ποικίλει από ένα σχετικά υψηλό επίπεδο σε μικρή σημασία ή ακόμα και αρνητική σημασία. Στα δεξιά της κλίμακας τόσο η σπουδαιότητα όσο και η συμμετοχή είναι υψηλές. Αυτό δημιουργεί τα “τρίγωνα” των συμμετεχόντων, το μέγεθος των οποίων αντιστοιχεί στον αριθμό των αθλητικών τουριστών σε κάθε συγκεκριμένο επίπεδο. Αυτό αναφέρεται σε αριθμό συμμετεχόντων και όχι στα επίπεδα της δραστηριότητας, επειδή εκείνοι προς τα δεξιά της κλίμακας θα δημιουργήσουν ένα πολύ υψηλότερο επίπεδο δραστηριότητας ανά συμμετέχοντα από εκείνους στην αριστερή πλευρά της κλίμακας» (σελ. 4).

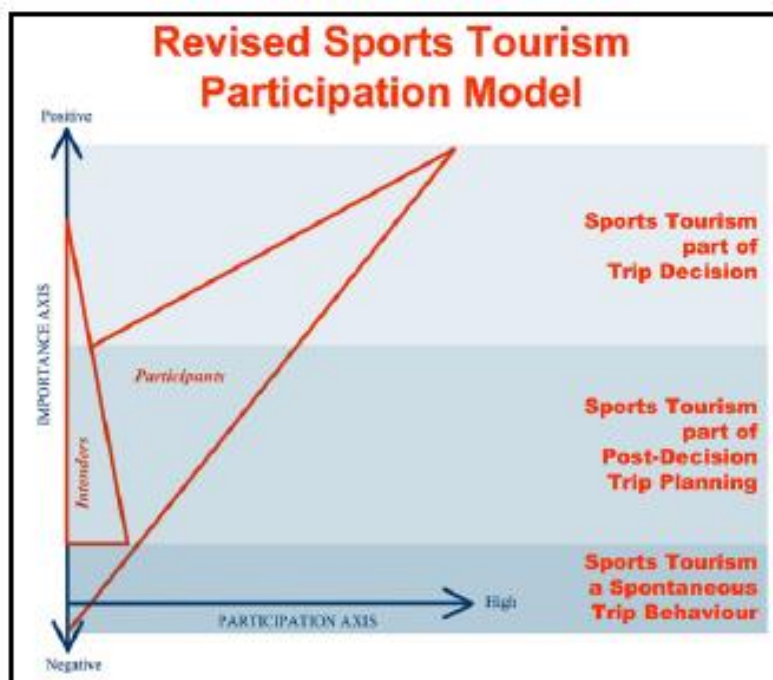


Σχήμα 5: Μοντέλο Συμμετοχής στον Αθλητικό Τουρισμό από τους Weed και Bull (2004)



#### 4.6 Το Μοντέλο Συμμετοχής στον Αθλητικό Τουρισμό και η Διαδικασία λήψης Απόφασης για Ταξίδι

Είναι σημαντικό να εξεταστεί ο ρόλος του αθλητικού τουρισμού στη διαδικασία λήψης απόφασης για ένα ταξίδι. «Ο Αθλητικός Τουρισμός μπορεί να είναι ένας καθοριστικός παράγοντας που συμβάλλει στην πραγματοποίηση ενός ταξιδιού και την επιλογή του προορισμού, μπορεί επίσης να είναι ένας παράγοντας για τον προγραμματισμό ταξιδιού που λαμβάνει χώρα μετά την απόφαση για το ταξίδι και αφού η επιλογή του προορισμού έχει γίνει, και/ή μπορεί να είναι απλώς μια αυθόρμητη συμπεριφορά ταξιδιού. Αυτά τα επίπεδα μπορούν να απεικονιστούν στο Μοντέλο Συμμετοχής Αθλητικού Τουρισμού όπως δείχνει το παρακάτω διάγραμμα:



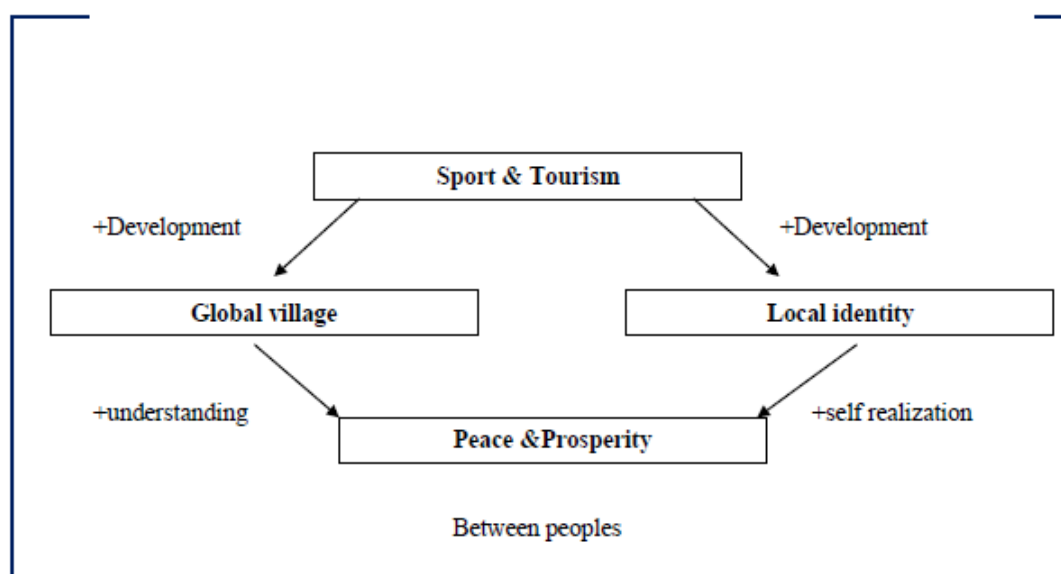
Σχήμα 6: Αναθεωρημένο Μοντέλο Συμμετοχής στον Αθλητικό Τουρισμό από τον Weed (2006)

Στο διάγραμμα φαίνεται ότι ο Αθλητικός Τουρισμός είναι ένας παράγοντας στην απόφαση του ταξιδιού στην κορυφή του μοντέλου, όπου έχει μεγάλη σημασία. Είναι ένας παράγοντας στην μετά την απόφαση προγραμματισμού του ταξιδιού - στη μέση του μοντέλου όπου η σημασία είναι μέτρια, και η αυθόρμητη συμπεριφορά για το ταξίδι στο κάτω μέρος του μοντέλου όπου η σημασία είναι χαμηλή. Οι προθέσεις για τον αθλητικό τουρισμό μπορούν επίσης να επηρεάσουν την απόφαση και τον προγραμματισμό ταξιδιού, έστω και αν αυτό δεν μπορεί να εκφραστεί σε πραγματική συμπεριφορά για αθλητικό τουρισμό (Weed, 2006, σελ 9)».

Αυτές οι θεωρίες για τον αθλητικό τουρισμό και οι έρευνες συμπεριφοράς για εκδηλώσεις αθλητικού τουρισμού είναι θεμελιώδους σημασίας για την ανάπτυξη στρατηγικών ανάπτυξης αθλητικού τουρισμού και αθλητικών εκδηλώσεων.

#### 4.7 Θεωρία Ειρήνης

Ο συνδυασμός του αθλητισμού με τον τουρισμό επιφέρει ανάπτυξη και κατανόηση των λαών στις τοπικές κοινότητες. Το παρακάτω σχήμα δείχνει τη σχέση μεταξύ αυτών των δύο στοιχείων.



Σχήμα 7: WTO, 1975

#### 4.8 Οι Επιπτώσεις του Αθλητικού Τουρισμού

##### 4.8.1 Οικονομικές επιπτώσεις του Αθλητικού Τουρισμού

«Μια σειρά από μελέτες οικονομικών επιπτώσεων σε διαφορετικές ειδικότητες παρουσιάζουν μια επισκόπηση των οικονομικών επιπτώσεων της σύνδεσης του αθλητισμού και του τουρισμού στο Ηνωμένο Βασίλειο, δηλώνοντας ότι οι μελέτες αυτές προορίζονται να είναι ενδεικτικές των συνολικών οικονομικών επιπτώσεων λόγω της ασυνεπούς και ενίοτε ασυμβίβαστης φύσης των διαθέσιμων στοιχείων. Μια συντηρητική εκτίμηση για τη συνολική αξία του αθλητικού τουρισμού στο Ηνωμένο Βασίλειο είναι μια συνολική αξία πάνω από 2.5 δισεκατομμύρια £ ετησίως» (Weed & Bull, 2004, σελ. 28).

Ο Lee (1999) αναφέρεται στην «τεράστια» οικονομική επίπτωση του εισερχόμενου από την Ιαπωνία τουρισμού για γκολφ και σκι που προκαλεί επιθετική προώθηση από πολλούς φορείς στην αγορά αυτή (σελ. 28).

Ο Higgins (2000), υποστηρίζει ότι στις προηγούμενες οικονομικές αναλύσεις υποτιμάται η συμβολή του αθλητικού τουρισμού στην υπαίθρια αναψυχή για την οικονομία της Σκωτίας. Ισχυρίζεται ότι τουλάχιστον 600 έως 800 εκατομμύρια £ των τουριστικών εσόδων της Σκωτίας προέρχονται από την υπαίθρια αναψυχή ως αποτέλεσμα του αθλητικού τουρισμού.

Επιπλέον, τα ευρήματα των μελετών αυτών έδειξαν ότι πρέπει να ληφθούν υπόψη τα ακόλουθα θέματα, όπως τονίζουν οι Gary και Associates (2001):

α) *«Οι μικρές εκδηλώσεις ενισχύουν την τοπική οικονομία, αν οι επισκέπτες έρχονται από άλλη περιοχή και κυρίως από άλλη χώρα.*

β) *Ο προσεκτικός σχεδιασμός είναι ουσιώδης για να εξασφαλιστεί η επαρκής στέγαση και οι εγκαταστάσεις θα πρέπει να είναι διαθέσιμες όταν απαιτούνται.*

γ) *Ο σχεδιασμός είναι απαραίτητος έτσι ώστε οι πιθανοί επισκέπτες να έχουν χρόνο να ρυθμίσουν το πρόγραμμα τους ώστε να μπορέσουν να συμμετάσχουν.*

δ) *Να υπάρχει επιφυλακτικότητα με την σημαντική έλξη των μεγάλων εκδηλώσεων διότι μπορεί ένα μεγάλο ποσοστό από τα έσοδα να πηγαίνει εκτός των διοργανωτών και ως εκ τούτου η τοπική κοινωνία να χάνει.*

ε) *Εκδηλώσεις που προσελκύουν το ενδιαφέρον οπαδών προσθέτουν σημαντικά στους αριθμούς των επισκεπτών. Οι μεγάλες εκδηλώσεις είναι ιδιαίτερα συμφέρουσες και αρκετά συχνά μπορεί να προγραμματιστούν να διαρκέσουν μεγαλύτερο χρονικό διάστημα» (σελ. 8).*

Λέγεται ότι το τεράστιο χρέος μπορεί να είναι μία από τις αρνητικές επιπτώσεις του αθλητικού τουρισμού. *«Ένα πρωταρχικό παράδειγμα αυτού μπορεί να απεικονιστεί στους Θερινούς Ολυμπιακούς Αγώνες του 1976 στο Μόντρεαλ»* Οι Ολυμπιακοί Αγώνες του Μόντρεαλ ήταν από τους χειρότερους σε ό,τι αφορά τη διαχείριση των αγώνων. *«Ως εκ τούτου, ακόμη και οι Ολυμπιακοί Αγώνες μπορεί να οδηγήσουν σε αρνητικό τουρισμό (essaybook, 2010)».*

Παρά τις αρνητικές πτυχές του αθλητικού τουρισμού, οι θετικές επιπτώσεις του στην περιφερειακή οικονομία είναι πολύ σημαντικές για να αγνοηθούν. Ως εκ τούτου, πλάνα για την ανάπτυξη της αθλητικής τουριστικής βιομηχανίας καταρτίζονται από τις κυβερνήσεις σε όλο τον κόσμο. *«Η αύξηση του τουρισμού και των τουριστικών δραστηριοτήτων σε μια περιοχή που επιτυγχάνονται μέσω της τουριστικής αθλητικής*

βιομηχανίας οδηγεί αναπόφευκτα σε αύξηση των εσόδων». Έτσι, μπορούμε να πούμε ότι «οι οικονομικοί παράγοντες, οι βελτιώσεις στις υποδομές και η ανάπτυξη των αθλητικών προγραμμάτων έχει πείσει τους πολιτικούς να αναπτύξουν αθλητικές εκδηλώσεις (essaybook, 2010)». «Ο Αθλητικός Τουρισμός έχει αυξήσει σε μεγάλο βαθμό την οικονομική ικανότητα των περιφερειακών οικονομιών. Ανάλογα με το μέγεθος του αθλητικού θεάματος, οι περιφερειακές οικονομίες μπορούν να έχουν σημαντικά έσοδα». «Αυτός είναι ο λόγος για τον οποίο πολλοί πολιτικοί θεωρούν τις αθλητικές εκδηλώσεις ως “μηχανή χρημάτων” επειδή η εισροή των χρημάτων είναι σημαντική και οι κυβερνήσεις δείχνουν ένα αυξανόμενο ενδιαφέρον σε ό,τι αφορά τις αθλητικές δραστηριότητες» (Essayblog, 2010).

#### 4.8.2 Κοινωνικο-Πολιτιστικές Επιπτώσεις του Αθλητικού Τουρισμού

Οι Higham και Hinch (2009) παρατήρησαν ότι «ο Huizinga (1938) ήταν ένας από τους πρώτους ερευνητές που τόνισαν τη σχέση μεταξύ του αθλητισμού και του πολιτισμού με την πρότασή του ότι ο πολιτισμός έχει τις ρίζες του στο παιχνίδι, αλλά και τον αθλητισμό ως μια εκδήλωση του τοπικού και παγκόσμιου πολιτισμού» (p 63). Επίσης, παρατήρησε ότι «ο αθλητισμός είναι ένα ισχυρό τουριστικό αξιοθέατο με πολιτισμική διάσταση» (Higham & Hinch, 2009, σελ. 64).

Ο Bale (1989) αναφέρεται στο ότι «ο αθλητισμός τείνει να γίνει μια πολιτιστική εμπειρία, όχι μόνο από την άποψη του αθλητισμού ως μια εκδήλωση του πολιτισμού, αλλά και στη συλλογική συμπεριφορά των οπαδών από διαφορετικές περιοχές, χώρες και ηπείρους» (σελ. 171 ).

Ο αθλητισμός ταιριάζει όμορφα και στο πλαίσιο του Leiper (1990): «το τουριστικό αξιοθέατο, το οποίο ορίζεται ως ένα σύστημα που αποτελείται από τρία στοιχεία, έναν τουρίστα ή το ανθρώπινο στοιχείο, έναν πυρήνα ή το κεντρικό στοιχείο και ένα δείκτη ή το πληροφοριακό στοιχείο. Ένα τουριστικό αξιοθέατο υπάρχει όταν αυτά τα τρία στοιχεία συνδέονται». (σελ. 47).

Ο Bale (1994) υποστηρίζει ότι «ο αθλητισμός δεν είναι η φυσική μορφή της κίνησης, αλλά μάλλον αποτελεί μέρος ενός πολιτιστικού τοπίου. Ακόμα και τα αθλήματα που λαμβάνουν χώρα σε δήθεν φυσικά περιβάλλοντα, τα περιβάλλοντα αυτά υπόκεινται σε πολιτιστική τροποποίηση. Τα γήπεδα γκολφ που έχουν σχεδιαστεί, συντηρούνται και χρησιμοποιούνται από τον άνθρωπο ως μέρος ενός πολιτιστικού τοπίου» (σελ. 122).

#### 4.8.3 Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης

«Πριν από το 1970, τα αθλητικά γεγονότα είχαν έσοδά από το αντίτιμο του εισιτηρίου και τις συνδρομές των μελών. Όταν η τηλεόραση άρχισε να καλύπτει αθλητικά γεγονότα, το θέμα της “Ποιος κυριαρχεί στο παιχνίδι;” ακούστηκε ως ένδειξη της σύγκρουσης μεταξύ των θεατών των αγώνων και των τηλεθεατών που έπρεπε να αντιμετωπιστεί. Από τη δεκαετία του 1980 δεν υπήρχε καμία αμφιβολία ότι η κύρια πηγή των εσόδων των αθλητικών εκδηλώσεων προέρχονταν από την τηλεόραση- τα μέσα μαζικής ενημέρωσης. Είναι πλέον αδιαμφισβήτητο το γεγονός ότι τα μέσα μαζικής ενημέρωσης δημιουργούν την εικόνα τόσο των αθλητικών εκδηλώσεων όσο και των εθνικών και τοπικών κοινωνιών. Τα μέσα μαζικής ενημέρωσης έχουν επίσης άμεσο αντίκτυπο στην ηθική τάξη της κοινωνίας και αποφασίζουν ποια αθλήματα είναι αντάξια της δημοσιότητας» (Tyndall, 2004, σελ. 90).

Ο Nylund (2009) αναφέρει «για την προώθηση της κατανάλωσης του αθλητικού προϊόντος και των αθλητικών εκδηλώσεων, η τηλεόραση και τα άλλα μέσα μαζικής ενημέρωσης αποτελούν το κλειδί» (σελ. 127). Οι εκδηλώσεις αθλητικού τουρισμού δημιουργούν μια εικόνα μέσα από την προβολή τους από τα μέσα ενημέρωσης. Σύμφωνα με την Καπλανίδου, (2006, σελ. 14) «οι εκδηλώσεις αθλητικού τουρισμού αποτελούνται από ορισμένα χαρακτηριστικά που οδηγούν σε οφέλη και κόστος για το άθλημα και τους τουρίστες - συμμετέχοντες και θεατές. Τα μέσα μαζικής ενημέρωσης έχουν αναδειχθεί ως μια τεράστια πηγή πληροφοριών κατά τη διάρκεια των δύο τελευταίων δεκαετιών. Το σύνολο του δικτύου των ραδιοτηλεοπτικών μεταδόσεων και η βιομηχανία της εκτύπωσης έχουν υποστεί επαναστατικές αλλαγές».

Ο Nicholson, (2006), δήλωσε ότι οι διαχειριστές των αθλητικών μέσων πρέπει να έχουν επαρκή πληροφόρηση των πιθανών εξελίξεων και ευκαιριών στους κλάδους του αθλητισμού και των μέσων μαζικής ενημέρωσης και να είναι σε θέση να αναπτύξουν το άθλημα για το οποίο εργάζονται. Θα πρέπει να αντιδρούν γρήγορα και αποτελεσματικά στην κάλυψη των μέσων ενημέρωσης και τις προοπτικές προώθησης σε ένα ολοένα και πιο εμπορεύσιμο και παγκοσμιοποιημένο αθλητικό περιβάλλον για την επίτευξη του αειφόρου, άριστου αθλητικού γεγονότος και τη θετική κάλυψή του από τα ΜΜΕ.

#### 4.8.4 Περιβαλλοντικές επιπτώσεις του αθλητικού τουρισμού

Σύμφωνα με τον Jagemann (2003), ο αθλητισμός έχει αρνητικές επιπτώσεις για το περιβάλλον επειδή οι αθλητικές εκδηλώσεις μπορεί να θέσουν σε κίνδυνο ζωικά και

φυτικά είδη εξαιτίας της καταστροφής των φυσικών οικοσυστημάτων τους. Σύμφωνα με τον Huggins (2003), ο τομέας Περιβάλλοντος του Οργανισμού Ηνωμένων Εθνών αναφέρει τις σημαντικότερες περιβαλλοντικές επιπτώσεις από τη φιλοξενία αθλητικών γεγονότων όπως είναι «η ρύπανση από διαρροή υγρών», «ο θόρυβος και η ελαφριά ρύπανση», «η κατανάλωση μη ανανεώσιμων πηγών και η δημιουργία των αερίων του θερμοκηπίου» και «από τους θεατές, τα απόβλητα και τα λύματα αυτών». (σελ 89) Ο Otto & Heath (2009) αναφέρει ότι «η τουριστική βιομηχανία συμβάλλει σημαντικά στην αλλαγή του κλίματος μέσω της άμεσης κατανάλωσης μεγάλων ποσοτήτων ενέργειας και την αύξηση του επιπέδου των εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα (CO<sub>2</sub>)» (σελ. 174).

#### 4.8.5 Πολιτικές Επιπτώσεις του Αθλητικού Τουρισμού

Ο Burnett, 2010 παρατηρεί ότι «η εθνική υπερηφάνεια των χωρών και η πολιτική σημασία του “χτισίματος” του έθνους παρέχουν για τους εθνικούς ηγέτες μια σκηνή για την αντιμετώπιση των εθνικών και διεθνών πολιτικών ζητημάτων μέσω του αθλητισμού» (σελ 9). Ο Buss (2007) υποστήριξε ότι «ήταν η κοινωνικο-πολιτική σημασία από την άποψη της δημιουργίας μιας νέας μορφής πατριωτισμού που έφερε μια αίσθηση της εθνικής ταυτότητας» (σελ 504). «Η liminality (αίσθηση της συντροφικότητας) προάγει το κοινωνικό κεφάλαιο για την αλληλεγγύη σε διηπειρωτικό επίπεδο και των δεσμών μεταξύ των εθνών και της συνεργασίας μεταξύ των διαφόρων κοινοτήτων, όπου ο κοινωνικός ιστός της κοινωνίας επιβεβαιώνει τις εθνικές ταυτότητες, καθώς διερευνά τις διαφορές» (Azara & Crouch, 2006, σελ 44).

Ο Nixon, (1994) προτείνει ότι «η καλή αίσθηση και ο εορταστικός χαρακτήρας των αθλητικών εκδηλώσεων προκαλεί ένα χώρο που μπορεί να προωθήσει την κοινωνική αξία μέσα από την αίσθηση της κοινότητας. Με αυτή την έννοια, αθλητικά γεγονότα μπορούν επίσης να παρέχουν μια σκηνή για τη μαύρη νεολαία προκειμένου να αφήσει τα συναισθήματα της περιθωριοποίησης και να απολαύσει την (εφήμερη) αίσθηση του ότι “είναι μια παγκόσμια δύναμη”» (σελ. 10).

Ο Buss (2007), συμφωνεί ότι «η ποιότητα της ζωής ή θέματα που σχετίζονται με την υγεία συχνά μπαίνουν σε δεύτερη μοίρα ως πιθανές συνέπειες που μπορεί να προκύψουν από τη φιλοξενία μιας εκδήλωσης. Είναι ίσως η μακροπρόθεσμη φύση της πιθανής επίδρασης που αποκλείει τον εντοπισμό των επιπτώσεων σε ατομικό επίπεδο, στο μεταξύ. Η μονάδα ανάλυσης δεδομένων κυρίως επικεντρώνεται γύρω από το συλλογικό αποτέλεσμα, ωστόσο, θα πρέπει να αναγνωριστεί ότι οι ψυχολογικοί

παράγοντες όπως μια βελτιωμένη εικόνα του εαυτού, η αυτο-αποτελεσματικότητα και οι αλλαγές στη διάθεση είναι συνυφασμένες με την καθαρτική αξία του να είσαι μέρος ενός αθλητικού γεγονότος» (σελ. 11).

#### 4.8.6 Ειρήνη

Ο Ghafouri (et al., 2009) αναφέρει ότι «ο αθλητισμός και η σωματική δραστηριότητα είναι καθολικά φαινόμενα. Στην εποχή της παγκοσμιοποίησης η στενή συνεργασία μεταξύ των χωρών είναι επιτακτικότερη παρά ποτέ. Αυτή η ανάγκη έχει γίνει πιο ορατή πλέον λόγω παγκοσμίων ειδικών συνθηκών όπως οι πόλεμοι και η οικονομική κρίση καθώς και η σταδιακή αύξηση των επικοινωνιών στα τέλη της δεκαετίας του 1950 και στις αρχές της δεκαετίας του 1960» (σελ. 261).

«Οι διεθνείς ομοσπονδίες, οι διεθνείς οργανώσεις του Παγκοσμίου Κυπέλλου, και οι αγώνες των χωρών της Κοινοπολιτείας είναι καλά παραδείγματα της παγκοσμιοποίησης του αθλητισμού. Υπό αυτές τις συνθήκες, θα μπορούσε κανείς να ισχυριστεί ότι κάθε αλλαγή στο όραμα ενός έθνους θα μπορούσε να επηρεάσει τα άλλα έθνη. Μπορεί επίσης να αναμένεται ότι η κοινωνική ζήτηση για ιδέες, ενδιαφέροντα, ακόμα και οι παγκόσμιες αξίες χειραγωγούνται ώστε να μοιάζουν μεταξύ τους» (Ghafouri et al., 2009, σελ. 261).

Σύμφωνα με μια έκθεση του WTO (2006), ο τουρισμός και ο αθλητισμός αποτελούν τα βασικά συστατικά μιας αναδύομενης νέας παγκόσμιας κουλτούρας. Η έκθεση δείχνει ότι οι αθλητικές εκδηλώσεις και αγώνες μπορούν να οργανωθούν παντού.

## **V. Ο ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ**

### ***5.1 Η Περιφέρεια Πελοποννήσου***

Η Πελοπόννησος είναι η μεγαλύτερη χερσόνησος της Ελλάδας της οποίας το βορειοανατολικό τμήμα χωρίζεται από τη Στερεά Ελλάδα με τον Ισθμό της Κορίνθου. Η Περιφέρεια Πελοποννήσου καταλαμβάνει το νότιο τμήμα της ηπειρωτικής Ελλάδας. Αποτελείται από τους νομούς Κορινθίας, Αργολίδος, Αρκαδίας, Μεσσηνίας και Λακωνίας και έχει έδρα την Τρίπολη, πρωτεύουσα του νομού Αρκαδίας. Βρέχεται δυτικά από το Ιόνιο Πέλαγος και συνορεύει με την Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδος, βορειοανατολικά με την Περιφέρεια Αττικής, ενώ ανατολικά βρέχεται από το Μυρτώο Πέλαγος. Έχει συνολική έκταση 15.490 χμ και καλύπτει το 11,7% της συνολικής έκτασης της χώρας, με χαρακτηριστικό της μορφολογίας της τους μεγάλους ορεινούς όγκους ([www.discover-peloponnisos.gr](http://www.discover-peloponnisos.gr)).

### ***5.2 Ο αθλητικός τουρισμός στην Περιφέρεια Πελοποννήσου***

Η ιδιαιτέρως γραφική Πελοπόννησος, σφύζοντας από αναρίθμητα σημεία πολυποίκιλου ενδιαφέροντος, αποτελεί μία από τις πιο σημαντικές περιοχές της Ελλάδας, ελκύνοντας μεγάλο αριθμό τουριστών καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου. Λόγω του πολυσχιδούς χαρακτήρα της Πελοποννήσου, σε όλο το γεωγραφικό διαμέρισμα, είναι σε θέση να ικανοποιήσει και τον πιο απαιτητικό επισκέπτη. Κοσμικές παραθαλάσσιες κωμοπόλεις και γραφικά ακροβολισμένα χωριά μπορούν να φιλοξενήσουν επισκέπτες για θερινές ή για χειμερινές διακοπές, προσφέροντας εντυπωσιακά αξιοθέατα, ενδιαφέροντα μουσεία και αρχαιολογικούς χώρους καθώς και εκθαμβωτικές παραλίες και επιβλητικά βουνά ιδανικά για παιχνίδια και αθλήματα ([www.hhf.gr](http://www.hhf.gr)).

Για τη σύνθεση του τουριστικού προϊόντος της Περιφέρειας Πελοποννήσου υπάρχουν αρκετές δυνατότητες διαθέσιμες προς ανάπτυξη και όφελος της περιφερειακής ανάπτυξης (ΕΟΤ, 2003). Προβλέπεται η δημιουργία μιας περιοχής ολοκληρωμένης τουριστικής ανάπτυξης στο Νομό Μεσσηνίας. Το έργο αυτό συνίσταται στην προγραμματισμένη δημιουργία ενός νέου ποιοτικού και



προσανατολισμένου σε ειδικές μορφές τουριστικού προορισμού που θα αποτελεί από μόνο του μια νέα τοπική αγορά υψηλής στάθμης.

Αν και η Περιφέρεια Πελοποννήσου χαρακτηρίζεται για τον έντονο ορεινό ανάγλυφο χαρακτήρα της, δεν έχουν γίνει επενδύσεις σε υποδομές χειμερινών αθλημάτων. Στην Περιφέρεια υπάρχουν λιμενικές εγκαταστάσεις υποδοχής και σταθμοί ανεφοδιασμού για ιδιωτικά σκάφη αναψυχής. Αυτού του είδους οι υποδομές εντοπίζονται σε όλους τους νομούς. Δεν παρέχουν, όμως, όλες το ίδιο επίπεδο εξυπηρέτησης, συνεπώς υπάρχει η ανάγκη αναβάθμισής τους και η δημιουργία νέων. Μεταξύ των αναξιοποίητων περιοχών είναι: Κοτρώνας - Κοκκάλα στο δυτικό Λακωνικό Κόλπο, Ελίκα - Αρχάγγελος στον ανατολικό Λακωνικό Κόλπο, Γερολιμένας - Βάθεια στη Νοτιοδυτική Λακωνία, Κιτριές στο Μεσσηνιακό Κόλπο, Άγιος Φωκάς - Καστανιά στη Νοτιοανατολική Λακωνία και Μαραθόπολη - Κυπαρισσία - Καλό Νερό στο Ιόνιο ([www.infopeloponnisos.gr](http://www.infopeloponnisos.gr)).

Το τουριστικό προϊόν της περιφέρειας εμφανίζει μικρές τάσεις μείωσης με μέσο ετήσιο ρυθμό μεταβολής -0,3% κατά την περίοδο 1990-1999. Ο τουρισμός συνέβαλε ως πρόσφατα μόλις κατά 3,3% στη διαμόρφωση του συνολικού Ακαθάριστου Προϊόντος της περιφέρειας. (ΕΟΤ, 2003)

### **5.3 Λόγοι ανάπτυξης του αθλητικού τουρισμού στην Πελοπόννησο**

Οι αξιόλογοι φυσικοί και πολιτιστικοί πόροι της Περιφέρειας Πελοποννήσου αποτελούν ένα από τα σημαντικότερα συγκριτικά πλεονεκτήματά της πάνω στα οποία έχει βασιστεί η τουριστική της ανάπτυξη. Αυτοί κατατάσσονται ως εξής:

α) Φυσικοί πόροι: Ακτές. Το μήκος των ακτών που προσφέρονται για κολύμβηση, στο σύνολο της Περιφέρειας (1.200 χλμ) φθάνει τα 333.7 χλμ. ήτοι το 27.8% του συνολικού μήκους της ακτογραμμής. Το μεγαλύτερο σχεδόν μήκος των παραπάνω ακτών χαρακτηρίζονται ως πολύ καλές και η πλειοψηφία αυτών ως άριστες. Στην Περιφέρεια Πελοποννήσου έχουν θεσμοθετηθεί 15 περιοχές ως τοπία ιδιαίτερου φυσικού κάλλους. Οι περιοχές αυτές έχουν μεγάλη αισθητική αξία, ενώ προσφέρονται για αναψυχή και ανάπτυξη τουριστικών δραστηριοτήτων, με ταυτόχρονη όμως, ανάγκη προστασίας τους. Τα 14 μνημεία φύσης της Περιφέρειας έχουν εξ ορισμού ιδιαίτερη παλαιοντολογική, γεωμορφολογική και ιστορική αξία. Οι 42 βιότοποι CORINE (και 32 υγράτοποι) που έχουν καταμετρηθεί, είναι περιοχές σημαντικές για τη διατήρηση του φυσικού περιβάλλοντος, ενώ ταυτόχρονα αποτελούν φυσικούς πόλους έλξης επισκεπτών.

β) Πολιτιστικοί πόροι: Παραδοσιακοί οικισμοί: ένας μεγάλος αριθμός θεσμοθετημένων παραδοσιακών οικισμών αποτελεί τη βάση ανάπτυξης του ορεινού τουρισμού. Η μεγαλύτερη συγκέντρωση παρατηρείται στη Λακωνική Μάνη.

γ) Αρχαιολογικοί Χώροι: μνημεία με τεράστια ιστορική αξία όπως η αρχαία Επίδαυρος, οι Μυκήνες, η αρχαία Κόρινθος, η αρχαία Μεσσήνη, η αρχαία Τίρυνθα, η Αρχαία Ολυμπία κ.α., συνολικά περίπου 60 αρχαιολογικοί είναι οι χώροι που βρίσκονται στην περιφέρεια Πελοποννήσου. Φυσικά, δε θα μπορούσαν να παραλειφθούν τα μουσεία, τα βυζαντινά και μετα-βυζαντινά μνημεία, τα ιστορικά διατηρητέα μνημεία της νεώτερης ιστορίας καθώς και τις διάφορες τοπικές εκδηλώσεις όπως το Φεστιβάλ της Επιδαύρου (ΕΟΤ, 2003).

### ***Ανάλυση των πλεονεκτημάτων και των αδυναμιών της σημερινής τουριστικής ανάπτυξης***

Τα συγκριτικά **πλεονεκτήματα** της Περιφέρειας Πελοποννήσου, αναφορικά με την υφιστάμενη τουριστική ανάπτυξη, εστιάζονται στα εξής:

- α) Ισχυρή ιστορική, αρχαιολογική και πολιτισμική κληρονομιά.
- β) Σημαντικά μνημεία της φύσης.
- γ) Μεγάλη ποικιλία χλωρίδας και πανίδας.
- δ) Καλές κλιματολογικές συνθήκες.
- ε) Πολλαπλές επιλογές διαφορετικού τύπου τουριστικών προορισμών.
- στ) Πλούσια ιστορική και λαογραφική παράδοση.
- ζ) Γειτνίαση με την μητροπολιτική περιοχή της πρωτεύουσας.
- η) Δυνατότητες του πρωτογενή τομέα για παραγωγή υψηλής ποιότητας παραδοσιακών προϊόντων.
- θ) Χαμηλοί δείκτες κορεσμού.
- ι) Ακτογραμμή πολλών χιλιομέτρων καθ' όλη την περίμετρο.

Τα **μειονεκτήματα/αδυναμίες** της Περιφέρειας αναφορικά με την υφιστάμενη τουριστική ανάπτυξη, επικεντρώνονται στα εξής:

- α) Συγκριτικά χαμηλό επίπεδο προσφερόμενων υπηρεσιών.
- β) Ανεπάρκεια υποστηρικτικών υποδομών αναψυχής (γκολφ, μαρίνες, θεματικά πάρκα).
- γ) Σχετικά χαμηλό επίπεδο τεχνικών υποδομών.

- δ) Ανεπαρκής συντήρηση κι αξιοποίηση χώρων αρχαιολογικού και πολιτιστικού ενδιαφέροντος.
- ε) Υπερέκλυση της φέρουσας ικανότητας ορισμένων τουριστικών περιοχών.
- στ) Συγκοινωνιακή απομόνωση των νοτίων άκρων της Περιφέρειας.
- ζ) Καθυστέρηση στην εισαγωγή κι εφαρμογή νέων τεχνολογιών δικτυακής υποδομής και e-commerce από επιχειρήσεις και φορείς.
- η) Ελλείψεις σε ειδικευμένο προσωπικό (EOT, 2003).

#### ***5.4 Η συμβολή του αθλητικού τουρισμού στην Περιφέρεια Πελοποννήσου***

Ο αθλητικός τουρισμός αποτελεί σημαντικό κεφάλαιο στην στρατηγική της Περιφέρειας για την επίτευξη της ανάπτυξης. Η στρατηγική εστιάζεται στον εκσυγχρονισμό των τουριστικών καταλυμάτων και στην αναβάθμισή τους, στην μικρής κλίμακας αύξηση των τουριστικών κλινών σε περιοχές της Περιφέρειας που διαπιστώνεται έλλειψη τέτοιων υποδομών, στην δημιουργία και βελτίωση των υποδομών για την ανάπτυξη θεματικού τουρισμού, στον εκσυγχρονισμό και αναβάθμιση της οργάνωσης των τουριστικών επιχειρήσεων, με την εισαγωγή καινοτομιών και στην απαραίτητη ανάπτυξη των δεξιοτήτων του ανθρώπινου δυναμικού της Περιφέρειας, για την υποστήριξη ενός νέου υψηλής ποιότητας τουριστικού προϊόντος. ([www.eot.gr](http://www.eot.gr))

Όπως απέδειξαν οι Παυλόπουλος και Κουζέλης (1998) σε μια ενδελεχή οικονομετρική έρευνα και ανάλυσή τους για την περίοδο 1970 – 1991, η βελτίωση της σχετικής θέσης των ξενοδοχειακών κλινών κατά μια ποσοστιαία μονάδα, προκάλεσε αλυσιδωτή αύξηση του ρυθμού μεταβολής του κατά κεφαλή εισοδήματος κατά 0,042 εκατοστιαίες μονάδες, μείωση της ανεργίας κατά 0,0022 εκατοστιαίες μονάδες και αύξηση του πληθυσμού κατά 0,01 εκατοστιαίες μονάδες.

Έτσι, συνέβαλε σε μεγάλο βαθμό τόσο στην οικονομική πρόοδο του πληθυσμού, δηλαδή την αύξηση του κατά κεφαλήν εισοδήματος και τη μείωση της ανεργίας, όσο και στη συγκράτηση του πληθυσμού στην περιφέρεια, βοηθώντας έτσι στην ανάσχεση του κλίματος αστυφιλίας των δεκαετιών '50 – '70 της χώρας μας. Με αυτό λοιπόν σαν δεδομένο, η αναπτυξιακή κατεύθυνση της Περιφέρειας Πελοποννήσου τείνει προς την ανάπτυξη τουριστικών δραστηριοτήτων με διεύρυνση και αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος της Περιφέρειας. ([www.eot.gr](http://www.eot.gr))

Για την εξυπηρέτηση/εφαρμογή της στρατηγικής τουριστικής ανάπτυξης της Περιφέρειας θα υλοποιηθούν δράσεις ανάδειξης και αξιοποίησης των πολιτιστικών

και φυσικών πόρων της Περιφέρειας, οι οποίες με την παράλληλη οδική και θαλάσσια διασύνδεσή τους, αλλά και με ορθολογικά σχεδιασμένα και εφαρμοσμένα προβολή του τουριστικού προϊόντος της Περιφέρειας, θα δημιουργήσει ικανή τουριστική κίνηση μεγαλύτερης διάρκειας, όγκου και ποιότητας, στηριζόμενη κυρίως στον εσωτερικό τουρισμό, με αποτέλεσμα την προσέλκυση ιδιωτικών τουριστικών επενδύσεων, για διεύρυνση και αναβάθμιση της ποιότητας των τουριστικών υποδομών της Περιφέρειας, τόσο σε τουριστικά καταλύματα, όσο και σε λοιπές τουριστικές υποδομές.

Το μεγαλύτερο μέρος των παρεμβάσεων προβλέπεται να πραγματοποιηθούν στην Νότια Πελοπόννησο (Μεσσηνία & Λακωνία), η οποία μέχρι σήμερα δεν έχει αναπτύξει την ανάλογη τουριστική δραστηριότητα, παρά την ύπαρξη αξιόλογων φυσικών και πολιτιστικών πόρων, ενώ παράλληλα δράσεις εξυγίανσης και ορθολογικής διαχείρισης των τουριστικών δραστηριοτήτων απαιτούνται και στην υπόλοιπη Περιφέρεια όπου έχει να επιδείξει μία σχετικά αξιόλογη αλλά «γηρασμένη» και φθίνουσα τουριστική δραστηριότητα.

Για την αποτελεσματικότερη παρέμβαση στον τομέα του Τουρισμού, του οποίου η ανάπτυξη όπως έχει αναφερθεί είναι ο κυρίαρχος στρατηγικός στόχος της Περιφέρειας, απαιτείται ο εκσυγχρονισμός και η υψηλού επιπέδου οργάνωση και λειτουργία των τουριστικών επιχειρήσεων, οι οποίες μέχρι σήμερα λειτουργούν στα πλαίσια της παραδοσιακής /οικογενειακής δομής και οργάνωσης, με αποτέλεσμα την χαμηλή ανταγωνιστικότητα τους και την φθίνουσα οικονομική τους εξέλιξη. (Βαρβαρέσος Σ., Σωτηριάδης Μ., 2002)

Για την αναδιοργάνωση της λειτουργίας τους απαιτείται έντονη παρέμβαση και ενίσχυση της εισαγωγής και εφαρμογής καινοτομικών διαδικασιών λειτουργίας και οργάνωσής τους, έτσι ώστε να επιτύχουν στο άμεσο μέλλον υψηλού επιπέδου τουριστικές υπηρεσίες με αυξημένη απόδοση γι' αυτές.

Ως εκ τούτου προβλέπεται να ενισχυθεί η ανταγωνιστικότητα των μικρομεσαίων κυρίως, τουριστικών επιχειρήσεων, ιδιαίτερα μέσα από καινοτομικές ενέργειες και όχι αποκλειστικά από έργα υποδομής. Ενδεικτικά αναφέρονται ορισμένες δράσεις τέτοιου είδους, όπως:

- α) ανάπτυξη συστημάτων ηλεκτρονικού εμπορίου και ηλεκτρονικής ανταλλαγής δεδομένων (EDI),
- β) δικτύωση με εσωτερικά και διεθνή επιχειρηματικά και επικοινωνιακά δίκτυα,
- γ) διασύνδεση με internet και intranet

δ) ανάπτυξη συστημάτων ποιότητας και περιβαλλοντικών ελέγχων (συμπεριλαμβανομένης της προσαρμογής των ξενοδοχείων σε συστήματα κατάταξης με αστέρια)

ε) συνεργασίες και συμπράξεις,

στ) διασύνδεση, ανάπτυξη δικτύων μεταξύ υφιστάμενων τουριστικών επιχειρήσεων στην κατεύθυνση παροχής πιο ολοκληρωμένου τουριστικού προϊόντος,

ζ) εξειδίκευση σε νέες μορφές τουρισμού και εμπλουτισμός του προϊόντος κ.λπ.

Πρόσφατη μελέτη τουρισμού της RIPE (2002) καταλήγει ότι ο τουρισμός συμβάλλει θετικά και με διαρκώς αυξανόμενο ρυθμό στην αύξηση του ΑΕΠ ανά κάτοικο για την Περιφέρεια Πελοποννήσου.

Η ενίσχυση του οικονομικού τομέα της Πελοποννήσου αναφέρεται στην αναδιάρθρωση του παραγωγικού ιστού με έμφαση στην τουριστική ανάπτυξη και στη βελτίωση της παραγωγικότητας στο δευτερογενή και τριτογενή τομέα. Η ενίσχυση του **πρωτογενούς τομέα** προωθείται με σειρά μελετών αξιοποίησης του ορυκτού πλούτου και των υδάτινων πόρων, με εγχειοβελτιωτικά έργα, με την μετεγκατάσταση των κτηνοτροφικών μονάδων κ.ά. Σε σχέση με τον **τομέα της μεταποίησης**, απαραίτητο στοιχείο αποτελεί η διεύρυνση και ο εκσυγχρονισμός της παραγωγικής και διοικητικής λειτουργίας και εξαγωγικής δραστηριότητας των Μ.Μ.Ε. Παράλληλα, στόχος είναι η ανάπτυξη των ανθρώπινων πόρων με προγράμματα κατάρτισης για την καταπολέμηση της ανεργίας και για τον προσανατολισμό του εργατικού δυναμικού στους δυναμικούς κλάδους της οικονομίας (Μητούλα, 2005).

## VI. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

### *6.1 Εισαγωγή*

Η μεθοδολογία που χρησιμοποιείται στην ερευνητική διαδικασία, κατέχει σημαντικό ρόλο στο αποτέλεσμα της εκάστοτε έρευνας. Οι μέθοδοι που θα ακολουθηθούν θα κρίνουν ως ένα μεγάλο βαθμό την επιτυχία ή μη της έρευνας και μέσω αυτών θα παρουσιαστούν τα αποτελέσματα και τα συμπεράσματα πάνω στο θέμα που αναλύεται.

Πιο συγκεκριμένα, στα πλαίσια της δευτερογενούς έρευνας πραγματοποιήθηκε επισκόπηση σε ελληνική και διεθνή βιβλιογραφία, και χρήση πηγών από το Διαδίκτυο που προέρχονταν από εγκεκριμένες ιστοσελίδες.

### *6.2 Η Ποιοτική Έρευνα*

Για την πληρέστερη κατανόηση του θέματος, επιλέχθηκε η ποιοτική μέθοδος διερεύνησης διότι θεωρήθηκε ως η πλέον κατάλληλη διαδικασία έρευνας για τη συγκέντρωση των χρήσιμων πληροφοριών και στοιχείων της. Ο καθορισμός του δείγματος επιλέχθηκε με βάση τη σκόπιμη δειγματοληψία, διότι σημαντικό παράγοντα αποτελεί η επάρκεια γνώσης του ερευνητικού θέματος καθώς και η μετάδοση εξειδικευμένων ποιοτικών πληροφοριών που θα βοηθήσουν τον ερευνητή να διεξάγει ουσιαστικά συμπεράσματα.

Η ποιοτική έρευνα χαρακτηρίζεται από την ανάγκη και επιδίωξη του ερευνητή να αναλύσει και να αντιληφθεί σε βάθος τις υποκειμενικές απόψεις, πεποιθήσεις και εμπειρίες συγκεκριμένων προσώπων. Ιδιαίτερα σε θέματα που απαιτούν μια πληρέστερη και βαθύτερη γνώση, η ποιοτική έρευνα εξασφαλίζει μια ολιστική ερμηνεία που αναδεικνύει την ουσία του προβληματισμού.

Η λογική της ποιοτικής έρευνας είναι η μη χρησιμοποίηση αριθμητικής ή μαθηματικής λογικής, αλλά η γενικότερη καταγραφή των γεγονότων μέσω των άμεσα εμπλεκόμενων.

Η ποιοτική έρευνα επιλέχθηκε, προκειμένου να δοθεί μια ακριβέστερη και πληρέστερη πληροφόρηση για το υπό διαπραγμάτευση θέμα και για να επιδιωχθεί μια

εμπειρική προσέγγιση του, αφού ο αριθμός των ατόμων που συμμετείχαν στην έρευνα είναι περιορισμένος.

Μέσω της ποιοτικής έρευνας, γίνεται μια βαθύτερη ανάλυση του αντικειμένου της έρευνας. Οι ποιοτικές πληροφορίες παρέχονται από μεμονωμένα άτομα, τα οποία μεταδίδουν τη σημασία μιας πληροφορίας σε σύνδεση με το κοινωνικό περιβάλλον, μέσα στο οποίο βρίσκονται και δρουν.

### **6.3 Συλλογή Δεδομένων**

Συγκεκριμένα, οι ερωτήσεις που χρησιμοποιήθηκαν, διαμορφώθηκαν από τον ερευνητή, ο οποίος βασίστηκε στην ανασκόπηση της βιβλιογραφίας. Το δομημένο ερωτηματολόγιο περιελάμβανε 11 ερωτήσεις, δίχως να δίνεται η δυνατότητα στους ερωτώμενους να επιλέξουν προσηματισμένες απαντήσεις. Ο λόγος της έλλειψης των προσηματισμένων απαντήσεων είναι για το μη περιορισμό των συμμετεχόντων. Το δείγμα της έρευνας αποτελούν οι υπεύθυνοι αθλητισμού και τουρισμού των Δήμων της Περιφέρειας Πελοποννήσου καθώς και στελέχη των διαφόρων αθλητικών και τουριστικών οργανώσεων της περιφέρειας. Στην έρευνα συμμετείχαν 9 άτομα τα οποία απάντησαν στα ερωτήματα που τους τέθηκαν και αφορούσαν θέματα Αθλητικού Τουρισμού για την Πελοπόννησο.

### **6.4 Ερευνητικά Ερωτήματα**

Η παρούσα έρευνα καλείται να αποσαφηνίσει και να περιγράψει, την υπάρχουσα κατάσταση για την Περιφέρεια Πελοποννήσου, όσον αφορά τον Αθλητικό Τουρισμό και την εξάπλωση και ανάπτυξή του. Αυτός είναι ο κύριος και βασικός στόχος της έρευνας, ο οποίος για να επιτευχθεί χρειάζεται να απαντηθούν τα 4 παρακάτω ερευνητικά ερωτήματα:

α) Αν και κατά πόσο ο Αθλητικός Τουρισμός αποτελεί μια διαδεδομένη μορφή εναλλακτικού τουρισμού για την Περιφέρεια Πελοποννήσου;

Για να διερευνηθεί αυτό το ζητούμενο χρειάζεται να γίνει μια γενική εκτίμηση από τη σκοπιά των ερωτηθέντων, προκειμένου να διαπιστώσουμε την υπάρχουσα κατάσταση σε σχέση με τον Αθλητικό Τουρισμό για την Περιφέρεια Πελοποννήσου.

β) Πως μπορεί ο Αθλητικός Τουρισμός να βελτιώσει την εικόνα του Τουρισμού στην Περιφέρεια Πελοποννήσου;

Ο Αθλητικός Τουρισμός αποτελεί μια ειδική κατηγορία – μορφή εναλλακτικού τουρισμού που θα μπορούσε να αποτελέσει ένα επιπλέον μοχλό τουριστικής ανάπτυξης για την Περιφέρεια Πελοποννήσου.

γ) Είναι αναγκαία μια επικεντρωμένη προσπάθεια – στρατηγική για την ανάπτυξη του Αθλητικού Τουρισμού στην Περιφέρεια Πελοποννήσου;

Προκειμένου να απαντηθεί αυτό το ερώτημα, χρειάζεται να αποσαφηνιστεί ποια είναι τα κυριότερα οφέλη που θα αποκομίσει η περιφέρεια από μια τέτοια ανάπτυξη.

δ) Ποιοι είναι οι παράγοντες που μπορούν να επηρεάζουν την ανάπτυξη του Αθλητικού Τουρισμού στην Περιφέρεια Πελοποννήσου;

Τέλος, οι παράγοντες που μπορούν να επηρεάζουν την ανάπτυξη του Αθλητικού Τουρισμού στην Περιφέρεια Πελοποννήσου θα προκύψουν από τη διερεύνηση των υποδομών που υφίστανται στην περιφέρεια.

### **6.5 Μορφή Ερωτηματολογίου**

Για τη διεξαγωγή των συμπερασμάτων από τις παρακάτω εταιρείες, ακολουθήθηκε η δομημένη μορφή συνέντευξης, στην οποία υπάρχει προκαθορισμένος αριθμός ερωτήσεων, οι οποίες πρέπει να απαντηθούν. Για το σκοπό αυτό, συντάχθηκε ένα **σύνολο ερωτήσεων** (βλ. Παράρτημα 1), το οποίο διαχωρίζεται σε τέσσερα μέρη, προκειμένου να εξεταστούν τέσσερις βασικοί παράμετροι:

α) Η **σημασία και η υπάρχουσα κατάσταση** στην Περιφέρεια Πελοποννήσου σε σχέση με τον Αθλητικό Τουρισμό.

β) Τα **οφέλη** για τον τουρισμό της Περιφέρειας Πελοποννήσου από την ενδεχόμενη ανάπτυξη του.

γ) Οι **προϋποθέσεις** για την ανάπτυξη του Αθλητικού Τουρισμού στην Περιφέρεια Πελοποννήσου.

δ) Η **στρατηγική** που θα πρέπει να ακολουθηθεί για την ανάπτυξη του Αθλητικού Τουρισμού στην Περιφέρεια Πελοποννήσου.

### **6.6 Εκπρόσωποι Φορέων**

Για να απαντηθούν τα ερευνητικά ερωτήματα κρίθηκε απαραίτητη η συμμετοχή κάποιων ατόμων, στελέχη φορέων που μέσω των προσωπικών τους εμπειριών θα



μπορούσαν να μας διαφωτίσουν και να μας δώσουν μια πληρέστερη εικόνα για το θέμα της έρευνας που μας απασχολεί.

### ***6.7 Περιορισμοί της Έρευνας***

Η μη προθυμία συμμετοχής στην παρούσα έρευνα από στελέχη φορέων καθώς και οι εκλογές που έλαβαν χώρα το 2014, δεν μας επιτρέπει να έχουμε μια πιο ολοκληρωμένη εικόνα για τον Αθλητικό Τουρισμό στην Περιφέρεια Πελοποννήσου, καθώς τα αποτελέσματα δεν μπορούν να γενικευθούν.

## VII. ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ

### 7.1 Υπάρχουσα κατάσταση και Σημασία

Όσον αφορά την άποψη των συμμετεχόντων στην έρευνα, για το Αθλητικό Τουρισμό, όλοι απάντησαν ότι ο Αθλητικός Τουρισμός είναι μια νέα μορφή τουρισμού, ελπιδοφόρα, με δυναμική ανάπτυξη για την Περιφέρεια Πελοποννήσου. Συμπληρωματικά, απαντήθηκε ότι: *«Είναι ένας πάρα πολύ καλός τρόπος να συνδυαστεί η συμμετοχή σε έναν αγώνα παράλληλα με έναν τόπο.»* Τέλος αναφέρθηκε ότι *«ο Αθλητικός Τουρισμός είναι μια νέα μορφή τουρισμού η οποία πιθανόν να μπορεί να βρει εφαρμογή στην Περιφέρεια Πελοποννήσου, όμως μέχρι σήμερα δεν έχει αναπτυχθεί».*

Σε ότι αφορά το ερώτημα το αν ο Αθλητικός Τουρισμός μπορεί να αποτελέσει μια σημαντική μορφή Τουρισμού για την Περιφέρεια Πελοποννήσου, οι απαντήσεις ήταν διχασμένες. Σχεδόν το 50% των ερωτηθέντων απάντησε θετικά αναφέροντας προϋποθέσεις όπως: *«ο κεντρικός σχεδιασμός από πλευράς Περιφέρειας», «η ενημέρωση για το τι είναι στην ουσία και αναζήτηση τρόπων που μπορεί ν' αναπτυχθεί», «έμφαση στην ιδιωτική πρωτοβουλία, με παροχή κινήτρων για ανάλογες επενδύσεις».* Επίσης αναφέρθηκε ότι *«Η Περιφέρεια Πελοποννήσου επί σειρά ετών βάσιζε το τουριστικό της προϊόν στο δίπτυχο θάλασσα – βουνό, δημιουργώντας επιτυχημένους τουριστικούς προορισμούς τόσο χειμερινούς όσο και καλοκαιρινούς. Μέσω του αθλητικού τουρισμού δίνεται η ευκαιρία διεύρυνσης της τουριστικής περιόδου αλλά και ενίσχυσης περιοχών οι οποίες δεν αξιοποιήθηκαν επαρκώς».*

Οι υπόλοιπες απαντήσεις εμπεριείχαν το στοιχείο ότι πρώτα θα πρέπει να γίνει *«κατάλληλη και πιο αποτελεσματική προβολή της Περιφέρειας Πελοποννήσου ως Τουριστικός προορισμός και μετά να γίνουν plána για την ανάπτυξη νέων – άλλων μορφών τουρισμού».* Τέλος δόθηκε και η απάντηση ότι *«δεν μπορεί να αποτελέσει*

*βασική μορφή ανάπτυξης διότι η Περιφέρεια στερείται υποδομών, οι οποίες δεν είναι δυνατόν να γίνουν στο άμεσο μέλλον».*

Τέλος για τις υφιστάμενες δράσεις Αθλητικού Τουρισμού στην Περιφέρεια Πελοποννήσου, οι ερωτηθέντες δεν είχαν πλήρη εικόνα των δράσεων που πραγματοποιούνται. Οι περισσότερες απαντήσεις δεν ανέφεραν κάποια συγκεκριμένη δράση, αλλά ότι «υπάρχουν οι δυνατότητες που όμως δεν έχουν αξιοποιηθεί». Μια απάντηση που δόθηκε ήταν ότι «Στην Περιφέρεια Πελοποννήσου υπάρχει αξιοποίηση υποδομών σε περιορισμένο βαθμό. Συγκεκριμένα αξιοποιούνται οι υποδομές σε αστικά κέντρα όπως Τρίπολη (π.χ. ποδόσφαιρο), Σπάρτη (π.χ. Σπάρταθλο) αλλά και στην περιοχή του Λεωνιδίου μέσα από την διοργάνωση προ διετίας του Πανελληνίου Πρωταθλήματος TaeKwon Do, τη συμμετοχή σε πανελλήνιους αγώνες ποδηλασίας, την δειλή διοργάνωση τουρνουά ποδοσφαίρου (Ακαδημίες) αλλά και πρόσφατα μέσα από την ανάπτυξη του Αναρριχητικού Πάρκου Λεωνιδίου».

Συνολικά αναφέρθηκαν οι παρακάτω δράσεις:

- α) Διεθνή Συνάντηση Στίβου "Παπαφλέσσεια"
- β) Διεθνές Φεστιβάλ Μπριτζ
- γ) Διεθνές Μίτινγκ Ρυθμικής Γυμναστικής
- δ) ο υπερμαραθώνιος Αθήνας - Σπάρτης, γνωστός ως Σπάρταθλον
- ε) Rally Acropolis

## 7.2 Οφέλη

Σε ότι αφορά τα πιθανά οφέλη για την ευρύτερη οικονομία (και πέρα των τουριστικών επιχειρήσεων) της Περιφέρειας από μια ενδεχόμενη ανάπτυξη του Αθλητικού Τουρισμού, οι απαντήσεις όλων των ερωτηθέντων εστίαστηκαν κυρίως στην φήμη και την αναγνωρισιμότητα του τόπου – περιοχής που θα φιλοξενήσει μια αθλητική οργάνωση. Όπως τόνισε ένας από τους ερωτηθέντες «ένας τόπος μπορεί να γίνει παγκοσμίως γνωστός εξαιτίας μιας αθλητικής οργάνωσης που διεξάγεται κάθε χρόνο σε αυτόν τον τόπο κυρίως αν έχει ιδιαίτερα τοπικά χαρακτηριστικά».

Επίσης πέραν του οφέλους της αναγνωρισιμότητας αναφέρθηκε και σαν όφελος, η εν γένει θετική επίπτωση σε οικονομικό και πολιτισμικό επίπεδο, όπως αναφέρθηκε «μεγάλο ποσοστό Ελλήνων αλλά και ξένων επισκεπτών μετακινούνται διαρκώς όλο τον χρόνο προκειμένου να συμμετάσχουν ή να παρακολουθήσουν αθλητικές διοργανώσεις.

*Είναι αποδεδειγμένο μέσα από μελέτες ότι μεγάλο ποσοστό ξένων επισκεπτών προτιμούν προορισμούς στους οποίους δίνεται η δυνατότητα για αθλητικές δραστηριότητες. Μέσα από την προσέλκυση επισκεπτών τα οφέλη δεν είναι μόνο για τις τουριστικές επιχειρήσεις αλλά για όλο το φάσμα του εμπορικού κόσμου αλλά και για τον αγροτικό τομέα ή τον τομέα των υπηρεσιών. Σημαντικά οφέλη προκύπτουν για τον τοπικό πληθυσμό με την επαφή με αθλητές υψηλού επιπέδου σε διάφορους τομείς».*

### *7.3 Προϋποθέσεις*

*Σε σχέση με τις δυνατότητες (γεωλογικές – φυσικές– υποδομές – τεχνογνωσία κλπ) για την ανάπτυξη του Αθλητικού Τουρισμού στην Περιφέρεια Πελοποννήσου, οι απαντήσεις που δόθηκαν συγκλίνουν στην άποψη ότι «κατά ένα μεγάλο ποσοστό ναι, υπάρχουν οι δυνατότητες». Οι απαντήσεις δεν αναφέρθηκαν σε λεπτομέρειες εκτός από μια απάντηση που αξίζει να σημειωθεί «Ανάλογα την περιοχή θα μπορούσαν να αναπτυχθούν διαφορετικές αθλητικές δραστηριότητες. Δεν υπάρχουν και ούτε μπορεί να υπάρξουν ταυτόχρονα όλες οι προϋποθέσεις για ανάπτυξη του συνόλου των αθλημάτων σε έναν χώρο. Θα μπορούσε να προωθηθεί η ανάπτυξη σε συγκεκριμένους τομείς και εξειδίκευση σε αυτούς προκειμένου να προσφέρονται υπηρεσίες υψηλού επιπέδου. Για την περιοχή του Λεωνιδίου υπάρχουν γεωλογικές – φυσικές προϋποθέσεις για ανάπτυξη της αθλητικής αναρρίχησης, πεζοπορίας αλλά και ποδηλασίας».*

Σε ότι αφορά την υφιστάμενη υποδομή σε αθλητικούς χώρους, και το κατά πόσο, είναι αρκετή για την περαιτέρω ανάπτυξη του Αθλητικού Τουρισμού στην Περιφέρεια της Πελοποννήσου, αναφέρθηκαν οι ερωτηθέντες στα εθνικά στάδια της Καλαμάτας, της Τρίπολης, της Πάτρας και της Κορίνθου.

Τονίστηκε επίσης το γεγονός ότι χρειάζονται εγκαταστάσεις κοντά στη φύση, σε περιβάλλον με ιδιαίτερα χαρακτηριστικά. Επίσης ένα μέρος των απαντήσεων εστίαστηκε στο γεγονός ότι σε καμία περιοχή της Περιφέρειας δεν έχουν αναπτυχθεί – συντηρηθεί αρκετά οι υποδομές ώστε να δεχτούν μεγάλο αριθμό επισκεπτών. Τέλος, δύο απαντήσεις ανέφεραν ως κρίσιμο σημείο, το υψηλό επίπεδο των υπηρεσιών που χρειάζεται να προσφερθεί για μεγάλα αθλητικά γεγονότα που συνεπάγεται, σύμφωνα με τις απαντήσεις, ότι χρειάζεται να γίνεται συνεχής συντήρηση των υποδομών και όπου είναι δυνατόν αναβάθμισή τους ανάλογα με τις ανάγκες.

Τέλος, σχετικά με τις προϋποθέσεις που χρειάζονται για την ανάπτυξη του Αθλητικού Τουρισμού (πέραν των υποδομών) για την Περιφέρεια Πελοποννήσου, οι απαντήσεις που δόθηκαν αφορούσαν τους τομείς:

- α) εκπαίδευση
- β) ειδικευμένο προσωπικό
- γ) αλλαγή νοοτροπίας των επιχειρήσεων
- δ) πολιτική βούληση
- ε) κεντρικός σχεδιασμός
- στ) ενέργειες μάρκετινγκ
- ζ) ανάπτυξη ιδιωτικών επενδύσεων
- η) συντονισμένες προσπάθειες (Περιφέρεια και Δήμοι) και
- θ) παροχή κινήτρων από το κράτος

#### 7.4 Στρατηγική

Θετικές ήταν όλες οι απαντήσεις των ερωτώμενων σχετικά με το κατά πόσο η ανάπτυξη του Αθλητικού Τουρισμού θα πρέπει να είναι ένας από τους σημαντικούς άξονες του Τουριστικού Πλάνου της Περιφέρειας Πελοποννήσου. Οι απαντήσεις τεκμηριώθηκαν προβάλλοντας τρία επιχειρήματα, α) τα γενικότερα οφέλη για την Περιφέρεια, β) για περιοχές με μικρό ή μηδενικό τουριστικό προϊόν αλλά και για την ενίσχυση περιοχών με τουριστικό προϊόν περιορισμένης περιόδου, θα πρέπει να γίνει συνολικός στόχος, η ενίσχυση του Αθλητικού Τουρισμού και γενικότερα των εναλλακτικών μορφών τουρισμού και γ) τα «νέα» επαγγέλματα που μπορούν να προκύψουν από την ανάπτυξη δραστηριοτήτων Αθλητικού Τουρισμού όπως:

- α) Σύμβουλοι Ανάπτυξης Αθλητικού Τουρισμού
- β) Προπονητές ομαδικών και ατομικών αθλημάτων, γυμναστές
- γ) Εκπαιδευτές χειμερινών αθλημάτων
- δ) Εκπαιδευτές extreme sports
- ε) Ξεναγοί, διερμηνείς
- στ) Συνοδοί υπαίθριων δραστηριοτήτων
- ζ) Οδηγοί βουνού, ορειβασίας, δασικών μονοπατιών και φαραγγιών
- η) Εκτροφείς και φροντιστές αλόγων, εκπαιδευτές ιππασίας
- θ) Ναυαγοςώστες, εκπαιδευτές καταδύσεων κλπ.

Τα πλεονεκτήματα της Περιφέρειας Πελοποννήσου για την ανάπτυξη του Αθλητικού Τουρισμού, σύμφωνα με τις απαντήσεις των ερωτηθέντων είναι:

- α) η μορφολογία της περιοχής,
- β) η περιορισμένη ανάπτυξη μεγάλων περιοχών σε κλασικού τύπου τουριστικές περιοχές,
- γ) ο μεγάλης έκτασης ανατολικός άξονας που παραμένει σχεδόν ανέγγιχτος από τουριστικές επιδράσεις,
- δ) ο συνδυασμός βουνού και θάλασσας.

Σε ότι αφορά τα μειονεκτήματα, οι απαντήσεις που δόθηκαν είναι:

- α) η έλλειψη εξειδικευμένου προσωπικού
- β) έλλειψη υποδομών
- γ) έλλειψη παιδείας σε τοπικό επίπεδο, σε θέματα Αθλητικού Τουρισμού
- δ) μη γνώση του πόσο σημαντικός μπορεί να γίνει ο αθλητικός τουρισμός
- ε) προβληματική οργάνωση & διοίκηση σε κεντρικό επίπεδο και χάραξη κοινής πολιτικής
- ζ) σχεδόν μηδενική ύπαρξη ιδιωτική πρωτοβουλίας

Σε σχέση με τις πιθανές ευκαιρίες και απειλές για την Περιφέρεια Πελοποννήσου από την ανάπτυξη του Αθλητικού Τουρισμού, οι απαντήσεις των ερωτηθέντων εστιάστηκαν περισσότερο στις πιθανές απειλές. Σύμφωνα με τις απαντήσεις τους, πιθανή απειλή θα μπορούσε να είναι η άναρχη και χωρίς σχέδιο ανάπτυξη υποδομών που μπορεί να προκαλέσει να προσφέρονται υπηρεσίες και υποδομές χαμηλού επιπέδου και πολλές φορές επικίνδυνες, επίσης αναφέρθηκε ως απειλή η σωστή διασπορά των δραστηριοτήτων Αθλητικού Τουρισμού διότι «κάθε μορφή αθλητικού τουρισμού δεν μπορεί να υπάρξει σε κάθε περιοχή. Δεν πρόκειται σε ορισμένες περιοχές να αντικαταστήσει τις συμβατικές μορφές τουρισμού αλλά θα πρέπει να συμπληρώσει αυτές. Είναι πάρα πολύ εύκολο να έχουμε το ακριβώς αντίστροφο αποτέλεσμα από το επιδιωκόμενο».

Οι ερωτηθέντες δεν αναφέρθηκαν σε πιθανές ευκαιρίες εκτός μιας απάντησης που θεωρεί ως πιθανή ευκαιρία «Να επισκεφθεί ο συμμετέχων έναν τόπο για να λάβει μέρος σε έναν αγώνα και να θέλει να τον ξανά-επισκεφθεί».

Τέλος στο ερώτημα του πως θα μπορούσαν να ενθαρρυνθούν – υποστηριχθούν ιδιωτικές πρωτοβουλίες, οι απαντήσεις εστίαστηκαν στη «συνεργασία και καθοδήγηση από άτομα - φορείς με αρκετή εμπειρία». Επίσης όπως αναφέρθηκε «*Η ανάπτυξη υποδομών σε μια περιοχή, η εκπαίδευση εξειδικευμένου προσωπικού δίνουν τις δυνατότητες για την ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Ο ιδιωτικός τομέας μπορεί εύκολα να προσαρμοστεί στο νέο αυτό προϊόν αλλά και μέσα από εργαλεία τα οποία επανενεργοποιούνται να εκσυγχρονίσει τις υποδομές του ή / και να εκπαιδεύσει το προσωπικό του*».

## VIII. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ – ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Ο Αθλητικός Τουρισμός είναι μια άλλη μορφή ταξιδιού αναψυχής στο οποίο ο αθλητισμός έχει ενσωματωθεί στο σχέδιο του ταξιδιού ενός τουρίστα. Απαιτεί ένα άτομο να ταξιδέψει από το σπίτι του στο χώρο της αθλητικής εκδήλωσης προκειμένου να ξεφύγει από την καθημερινή ρουτίνα. Σύνηθες φαινόμενο αποτελεί, οι τουρίστες που ταξιδεύουν προκειμένου να παρακολουθήσουν ένα αθλητικό γεγονός να συμμετέχουν και σε άλλες τουριστικές εκδηλώσεις. Ο Αθλητικός Τουρισμός φέρνει κοινωνικά και οικονομικά οφέλη για τη χώρα, τις πόλεις και τις τοπικές επιχειρήσεις. Επιπλέον, ενισχύει την πολιτιστική ταυτότητα και τη δυνατότητα κοινωνικής αλληλεπίδρασης (Hritz and Ross, 2010).

Για τη χώρα μας ο Αθλητικός Τουρισμός Αναψυχής είναι η πιο σημαντική κατηγορία Αθλητικού Τουρισμού και πρέπει να αποτελεί προτεραιότητα στην τουριστική πολιτική. Ο Τουρισμός Αθλητικών Διοργανώσεων και ο Προπονητικός Τουρισμός ακολουθούν. (Γκουτζιούπας, 2014)

Ο αθλητικός τουρισμός παθιάζει και προσελκύει πολύ κόσμο, είναι πολυέξοδος, αλλά προσφέρει και μοναδικές, αξέχαστες εμπειρίες όχι μόνο στους θεατές των εκδηλώσεων αλλά και σε όλους τους συμμετέχοντες. Το άμεσο όφελος για έναν τόπο, που διοργανώνει αγώνες φαίνεται γρήγορα και είναι σε μετρητά, ενώ το έμμεσο όφελος, που είναι και μεγαλύτερο, φαίνεται μετά από αρκετά χρόνια, αφού όλο και περισσότεροι τουρίστες επισκέπτονται την περιοχή. Ο αθλητικός τουρισμός είναι ένα εργαλείο, το οποίο αν χρησιμοποιηθεί σωστά μπορεί να αποφέρει μεγάλα κέρδη, να δημιουργήσει νέες θέσεις εργασίας, ακόμη και να συνεισφέρει στην πολιτιστική κουλτούρα των ανθρώπων.

Οι οικονομίες των πόλεων, των περιοχών, ακόμη και των χωρών σε όλο τον κόσμο δείχνουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον για τα αθλητικά δρώμενα και πολλές φορές επιδιώκουν να γίνουν οι επίσημοι υποστηρικτές τους, καθώς τα έσοδα για μία πόλη, που διοργανώνει μια αθλητική εκδήλωση (ποδοσφαίρου, ράγκμπι, κρίκετ, σκι, κ.α.)



είναι τεράστια και απορρέουν από τα χιλιάδες άτομα, που παρακολουθούν τις εκδηλώσεις. Σε πολλές μάλιστα χώρες, μέχρι και το 25% των εσόδων του τουριστικού κλάδου προέρχεται από τον αθλητικό τουρισμό (Καραντζαβέλου,2004).

Ο Αθλητικός Τουρισμός που περιλαμβάνει δραστηριότητες περιπέτειας απαιτεί ένα ευρύ φάσμα φυσικών πόρων, ανάλογα με τη συγκεκριμένη δραστηριότητα που πραγματοποιείται σε κάθε περίπτωση. Έτσι, σε ένα προορισμό που επιδιώκει την ανάπτυξη Αθλητικού Τουρισμού πρέπει να υπάρχουν κάποιοι ή ένας συνδυασμός φυσικών πόρων.

Όμως, πέρα από τους φυσικούς πόρους, είναι αναγκαία η ύπαρξη κατάλληλων συνθηκών στην ευρύτερη περιοχή πραγματοποίησής τους. Πιο συγκεκριμένα, είναι απαραίτητη η ύπαρξη κάποιων καταλυμάτων που θα αποτελούν σημείο εκκίνησης για τους συμμετέχοντες στις συγκεκριμένες δραστηριότητες, ένα ανεπτυγμένο δίκτυο υπηρεσιών και υποδομών στην ευρύτερη περιφέρεια, ένα οργανωμένο δίκτυο πληροφόρησης (τουριστικά περίπτερα, χάρτες, σηματοδότηση), καθώς και συμπληρωματικές υποδομές για παράλληλη υποστήριξη υπηρεσιών και άλλων ειδικών μορφών τουρισμού. Ακόμα, απαιτείται η ενεργοποίηση της κρατικής παρέμβασης για τη δημιουργία των κατάλληλων, κατά περίπτωση, υποδομών που αποτελούν τη βάση της ανάπτυξης αυτών των δραστηριοτήτων, καθώς και η λήψη μέτρων πολιτικής για την ασφάλεια ή της μείωσης του υψηλού ρίσκου που πολλές δραστηριότητες εμπεριέχουν (Λαγός, 2007).

Το προτεινόμενο Μοντέλο Ελληνικού Αθλητικού Τουριστικού Προϊόντος οφείλει να αναδεικνύει τα προτερήματα της χώρας μας αλλά να διαφοροποιείται από το μοντέλο των ανταγωνιστικών χωρών.

Αναγκαία κρίνεται η ύπαρξη Αθλητικών Ξενοδοχείων στα οποία παρέχονται αθλητικές υπηρεσίες στις ανάλογες αθλητικές εγκαταστάσεις και γήπεδα ακολουθώντας πολιτικές κοινωνικού χαρακτήρα που θα συμβαδίζουν με τις ανάγκες της εποχής και της τοπικής κοινωνίας. ‘Επιτυχημένες πρακτικές sports’ related resort hotels είναι μεταξύ άλλων το πιο ανερχόμενο αθλητικό ξενοδοχείο στην Ελλάδα, το σύμπλεγμα ξενοδοχείων 5 αστέρων, Costa Navarino. Αποτελείται από δύο γήπεδα γκολφ, εννέα γήπεδα τένις, κέντρο θαλάσσιων σπορ και κατάστημα, κέντρο καταδύσεων, sailing tours, κατάστημα ενοικίασης ποδηλάτων και ποδηλατικές

εκδρομές, πεζοπορικές εκδρομές στο φυσικό περιβάλλον, πισίνες, κέντρο SPA, γήπεδο ποδοσφαίρου, γιόγκα, γυμναστήριο κ.ά.

Μια ακόμη ευκαιρία είναι η αξιοποίηση των κατασκηνώσεων μετατρέποντάς τις σε αθλητικές κατασκηνώσεις. Με αυτό τον τρόπο, μπορούν να παρέχουν αθλητικές υπηρεσίες μεγαλύτερα χρονικά διαστήματα, αν όχι όλο το χρόνο, αποτελώντας μια ιδιαίτερα ελκυστική και φθηνή πρόταση διακοπών. (Γκουτζιούπας, 2014)

Οι βασικές Αθλητικές Δραστηριότητες Αναψυχής για τον κάθε Νομό της Πελοποννήσου συνοψίζονται ως εξής:

Νομός Αρκαδίας: Walking-Hiking-Trekking-Running, Cycling-Mountain Bike, Rafting

Νομός Αργολίδας: Scuba Diving-Smorkelling, Windsurfing-Kitesurfing, Walking-Hiking-Trekking-Running, Cycling-Mountain Bike, Beach sports

Νομός Αχαΐας: Windsurfing-Kitesurfing, Walking-Hiking-Trekking-Running, Cycling-Mountain Bike, Beach sports

Νομός Ηλείας: Windsurfing-Kitesurfing, Walking-Hiking-Trekking-Running, Cycling-Mountain Bike, Beach sports

Νομός Κορινθίας: Scuba Diving-Smorkelling, Windsurfing-Kitesurfing, Walking-Hiking-Trekking-Running, Cycling-Mountain Bike, Beach sports

Νομός Λακωνίας: Scuba Diving-Smorkelling, Windsurfing-Kitesurfing, Walking-Hiking-Trekking-Running, Cycling-Mountain Bike, Beach sports

Νομός Μεσσηνίας: Scuba Diving-Smorkelling, Windsurfing-Kitesurfing, Walking-Hiking-Trekking-Running, Cycling-Mountain Bike, Beach sports

(Γκουτζιούπας, 2014)

Σύμφωνα με την έρευνα οι απόψεις των ιδιωτών και της τοπικής αυτοδιοίκησης εστίασαν ως βασικούς τομείς-κλειδιά για την ανάπτυξη του Αθλητικού Τουρισμού στην Περιφέρεια Πελοποννήσου:

- α) Την Παιδεία
- β) Το Μάρκετινγκ
- γ) Τις Υποδομές
- δ) Την οργάνωση & διοίκηση σε κεντρικό επίπεδο και χάραξη κοινής πολιτικής
- ε) Την εκπαίδευση σε όλα τα επίπεδα

Το παράδοξο είναι ότι ενώ οι τοπικοί άρχοντες έχουν ως προτεραιότητα το σχεδιασμό και την ανάπτυξη του Αθλητικού Τουρισμού, θεωρούν ότι υστερούν σε θέματα

σχεδιασμού και στρατηγικής. Επίσης τονίζουν την αναγκαιότητα, ότι η προσπάθεια για την ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού, θα πρέπει να στηριχτεί τόσο από τον κρατικό μηχανισμό όσο και από την ιδιωτική πρωτοβουλία.

Η έρευνα έδειξε, ότι τα οφέλη από την ανάπτυξη του Αθλητικού Τουρισμού στην Περιφέρεια Πελοποννήσου μπορεί να είναι πολλαπλά, όπως το να προκύψουν νέα επαγγέλματα καθώς και το γενικότερο οικονομικό όφελος από τις δραστηριότητες του Αθλητικού τουρισμού για την Περιφέρεια, γιατί θα ενισχυθεί η τοπική οικονομία, και θα αναβαθμιστούν οι υπάρχουσες υποδομές προσελκύνοντας νέους τουρίστες. Τέλος το όφελος αυτό χαρακτηρίστηκε ως προτεραιότητα για την ανάπτυξη της Περιφέρειας.

Οι Kurtzman, J., & Zauhar, J. (2003), μας δίνουν το πλαίσιο για την ανάπτυξη του Αθλητικού Τουρισμού σε μια περιοχή, πλαίσιο το οποίο περιλαμβάνει τις ακόλουθες προτάσεις:

**α) Διάδοση της πληροφόρησης** (ανάπτυξη ενός ιστοχώρου για τη συγκέντρωση μιας σειράς πληροφοριών σχετικά με τα διεθνή, εθνικά, περιφερειακά και τοπικά αθλητικά γεγονότα. Χρηματοδότηση, προγραμματισμός, διαχείριση, έρευνα και οικονομική αξιολόγηση σε σύνδεση με άλλους σχετικούς ιστοχώρους)

**β) Εγκαθίδρυση δικτύων μεταξύ των αθλητικών και τουριστικών οργανώσεων και πρακτορείων** (ανάπτυξη μιας κοινής βάσης δεδομένων των βασικών μετόχων σε εθνικό επίπεδο, και ανάπτυξη ενός παρόμοιου πρότυπου προς χρήση από τις Περιφέρειες προκειμένου να έρθουν σε επαφή οι αντίστοιχοι οργανισμοί και τα πρακτορεία)

**γ) Φιλοξενία ομάδων εργασίας** (προώθηση και καθιέρωση εργαστηρίων/workshops αθλητικού τουρισμού)

**δ) Αξιολόγηση Ερευνητικών αναγκών** (συνεργασία με ερευνητές για την καθιέρωση, διατήρηση και διάδοση ενός αρχείου των ερευνών που διεξήχθησαν σχετικών με τον αθλητικό τουρισμό και προσδιορισμός των μελλοντικών ερευνητικών αναγκών)

**ε) Αξιολόγηση των αναγκών εκπαίδευσης και κατάρτισης** (συνεργασία με τα εκπαιδευτικά ιδρύματα, τους οργανισμούς κατάρτισης και την αθλητική και

τουριστική βιομηχανία ώστε να προσδιοριστούν οι στοχευμένες ανάγκες εκπαίδευσης και κατάρτισης)

**στ) Παροχή συμβουλευτικής για την ανάπτυξη υποδομών** (παροχή συμβουλών στην κυβέρνηση αναφορικά με τις απαιτήσεις για τις εγκαταστάσεις/υποδομές και τους οικονομικούς ελέγχους και διάδοση των αποτελεσμάτων των λογιστικών ελέγχων)

**ζ) Διάδοση βέλτιστων πρακτικών** (διάδοση πληροφόρησης για βέλτιστες πρακτικές, βοήθεια στην ανάπτυξη προτύπων, ιδιαίτερα όσον αφορά στην οικονομική αξιολόγηση των αθλητικών γεγονότων)

**η) Καθιέρωση των κατάλληλων βραβείων της βιομηχανίας** (διερεύνηση της δυνατότητας καθιέρωσης στη βιομηχανία «βραβείου για την τελειότητα» για τον αθλητικό τουρισμό από κοινού με ένα δημόσιο φορέα όπως πχ ο ΕΟΤ ή Γ.Γ.Α.).

**θ) Κατανομή των πόρων και των πληροφοριών** (τα δίκτυα μπορούν να διαδραματίσουν διάφορους ρόλους για να βοηθήσουν στο συντονισμό των δραστηριοτήτων, να συνδράμουν στη διανομή των πόρων και να ενθαρρύνουν τη διανομή πληροφοριών. Η διανομή αυτών των πόρων μπορεί να βοηθήσει στον προγραμματισμό και τη λειτουργία επιτυχημένων αθλητικών γεγονότων.

Ο τομέας του αθλητικού τουρισμού είναι ένα πεδίο ανεξερεύνητο, η σημασία του όμως καθιστά την ανάγκη για ανάπτυξή του επιτακτική. Ορισμένες προτάσεις για μελλοντικές έρευνες θα μπορούσαν να είναι: α) η διενέργεια ποσοτικής έρευνας στην Περιφέρεια Πελοποννήσου σε δείγμα καταναλωτών, τοπικής κοινωνίας, τοπικών επιχειρήσεων τουρισμού κ.ά. για την βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών και την καλύτερη αξιοποίηση των διαθέσιμων φυσικών πόρων και ανθρωπίνου δυναμικού β) η συνεργασία Πανεπιστημίου με την τοπική αυτοδιοίκηση με σκοπό τον στρατηγικό σχεδιασμό της ανάπτυξης του αθλητικού τουρισμού στην Περιφέρεια Πελοποννήσου.

## IX. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Azara, I., & Crouch, D. (2006). 'La Cavalcata Sarda: Performing Identities in a Contemporary Sardinian Festival', in Picard and Robinson (eds) *Festivals, Tourism and Social Change: Remaking Worlds*, Clevedon. *Channel View Publications*, 44.
2. Αποστολόπουλος, Κ., Θεοδοροπούλου, Ε., Τσακατούρα, Α. (1996). *Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού Υπαίθρου*, Αθήνα.
3. Baade, R., & Matheson, V. (2004a). "An Economic Slam Dunk or March Madness? Assessing the Economic Impact of the NCAA Basketball Tournament," in *Economics of College Sports*, eds. John Fizel and Rodney Fort, Westport, CT, Praeger Publishers, 111-133.
4. Bale, J. (1989). *Sports Geography*. E. and F. N. Spon: London.
5. Buhalis, D., & Costa, C. (2006). *Tourism business frontiers consumers, products and industry*. Oxford, Butterworth-Heinemann.
6. Burnett, C. (2010). *Assessing Development Of The 2010 Soccer World Cup*; Department of Sport and Movement Studies, University of Johannesburg, Republic of South Africa.
7. Buss, D.M. (2007). The evolution of human mating. *Acta Psychologica Sinica*, 39, 502-512.
8. Butler, R. (2006a). The tourism area life cycle model. Applications and modifications, Vol.1 Clevedon: Channelview Publications.
9. Βαρβαρέσος, Σ., Σωτηριάδης Μ. (2002). *Τουριστική Επιστημονική Επιθεώρηση*, τεύχος Ν. 2. Κρήτη.

10. Cave, P.I. (2003). Sport and Tourism- a study of public sector agency involvement with specific reference to major sporting and tourism related events, workshop. Paper to 53rd AIEST Congress; Sport and tourism, Athens, 7-11 September 2003.
11. Cole, S. (2007). Tourism, culture and development: Hopes, dreams and realities from Eastern Indonesia. Clevedon: Channel View.
12. Γκουτζιούπας, Ι.Μ. Γεώργιος, (Ιούλιος 2012, ανανεωμένη έκδοση Αύγουστος 2014). Active Tourism Greece.
13. Daniels, M. J. (2007). Central place theory and sport tourism impacts; George Mason.
14. Delamere, T.A. (2001). Development of a scale to measure residents attitudes toward the social impacts of community festivals, part II: verification of the scale. Event Management, 7: 25-38.
15. Dieke, P. (2005). "Critical success factors for tourism development in less developed countries (LDCs).
16. Duran, P. (2005). The impact of the Olympic Games on tourism, Barcelona: the legacy of the games 1992-2002. General Director of the Tourism de Barcelona Consortium, Center d'Estudls Olímpics International chairs in Olympism Universitat Autònoma de Barcelona.
17. Essayblog, (2010). Retrieved from <http://www.essayblog.net/country/sport-tourism.htm>
18. Essaybook, (2010). Retrieved from <http://essaybook.info/story/sport-tourism>

19. EOT, (2003). Retrieved from  
[http://www.gnto.gov.gr/sites/default/files/files\\_basic\\_pages/perilipsi\\_peloponnisos.pdf](http://www.gnto.gov.gr/sites/default/files/files_basic_pages/perilipsi_peloponnisos.pdf)
20. EOT, (2003). Μελέτη τουριστικής ανάπτυξης Περιφέρειας Πελοποννήσου.
21. Gammon, S., & Robinson, T. (1997). Sport and Tourism: A Conceptual Framework. *Journal of Sport Tourism* 8 (1), 2003, 21-26.
22. Gary, P., & Associates. (2001). Economic impact of sport and recreation 2001. Recreation Planning Framework for west North West Tasmania information module.
23. Ghafouri, F., & Mirzaei, B., & Hums, M. A., & Honarvar, A., (2009). Effects of globalization on sport strategies. *Brazilian Journal of Biomotricity*, (3,3).
24. Gibson, H., Attle, S., & Yiannakis, A., (1997). Segmenting the sport tourist market: A lifespan perspective, *Journal of vacation marketing*, 4(3).
25. Gibson, Heather J. (1998). Active Sport Tourism: Who Participates? *Leisure Studies* 17, 155-170.
26. Hall, C. (1992). Adventure, Sport and health tourism, in *Special Interest Tourism* (Edited by B. Weilwe and C. M. Hall) Bellhaven Press, London, 141-58.
27. Higham, J. (2005). *Sport tourism destinations Issues, Opportunities and Analysis*; Oxford, Butterworth-Heinemann.

28. Higham, J., & Hinch, T. (2002). "Tourism, sport and seasons: the challenges and potential of overcoming seasonality in the sport and tourism sectors." *Tourism Management*, 23 (2).
29. Higham, J., & Hinch, T. (2009). *Sport and Tourism: Globalization, Mobility and Identity*; Oxford, UK, Butterworth-Heinemann.
30. Hinch, T. D., & Higham, J.E.S. (1999). Sport as a tourist attraction: the case of rugby in Newzwaland.
31. Howard, R. W. (2005). Khaosan Road: an evolving backpacker tourist enclave being partially reclaimed by the locals. *Int. J. Tourism Res.*, 7: 357–374.
32. Hritz, N., & Ross, C. (2010). The Perceived impacts of sport tourism: An urban host community perspective. *J. Sport Manage*, (24) 119-138.
33. Hudson, S. (2003). *Sport and Adventure Tourism*; the Haworth Hospitality Press, Inc. New York. London. Oxford.
34. Hudson, S. (2008). *Tourism and Hospitality marketing A global perspective*, SAGE.
35. Huggins, R. (2003). Creating a UK Competitiveness index: Regional and local benchmarking. Vol. 37.1, 89.
36. Jafari, J. (2003). "Encyclopedia of Tourism", New York: Rutledge.
37. Jagemann, H. (2003). *Sports and Environment: Ways Towards Achieving the Sustainable Development of Sports*. Conference by the 4th Pierre de Coubertin School Forum Arenzano (MUVITA).



38. Jyvaskyla, Finland. Higgins, P. (2000). The contribution of outdoor recreation and outdoor education to the economy of Scotland: Case studies and preliminary findings. *Journal of Adventure Education & Outdoor Learning*.
39. Kaplanidou, K. (2006). Do sport tourism events have a brand image? *Northeastern Recreation Research Symposium GTR-NRS-P-14*.
40. Kearney, AT. (2005). *Building a Legacy, Sports Mega-events Should Last a Lifetime*. Chicago: AT Kearney, Inc.
41. Kurtzman, J., & Zauhar, J. (2003). A wave in time – The sports tourism phenomena. *Journal of Sport Tourism*, 8(1), 35-47.
42. Καραντζαβέλου, Βίκυ, (2004). «Κερδοφόρα επιχείρηση πολλών δις. ο Αθλητικός Τουρισμός», Retrieved from <http://traveldailynews.gr/news/article/18473>
43. Lee, C. (1999). *Investigating tourist attachment to selected coastal destination: An application of place attachment*. Clemson University.
44. Leiper, N. (1990). *Tourism systems: An interdisciplinary perspective*. Palmerston North, New Zealand: Massey University Printery.
45. Λαγός, Δημήτριος, (2007). «Αθλητικός Τουρισμός στην Αρκαδία», Retrieved from [http://arcadians.gr/index.php?option=com\\_content&view=article&id=623%3Aη--q&catid=1%3Aπ&Itemid=1](http://arcadians.gr/index.php?option=com_content&view=article&id=623%3Aη--q&catid=1%3Aπ&Itemid=1)
46. Μητούλα, (2005). “Περιφερειακή Ανάπτυξη στην Ελλάδα - Γ'ΚΠΣ και Περιβάλλον”, Πρακτικά Συνεδρίου “HELECO 2005”, Τεχνικό Επιμελητήριο της Ελλάδας, 3-6 Φεβρουαρίου 2005.

47. Malfas, M., & Theodoraki, E., & Houlihan, B. (2003). Impact of the Olympic Games as mega-events. Proceedings of the Institution of Civil Engineers.
48. Mansfeld, Y., & Pizam, A. (2006). Tourism, Security and safety from theory to practice. Business & Economic; Oxford, Elsevier Butterworth-Heinemann.
49. Mendiratta, A. (2010). Major sport events: major drivers for tourism, Retrieved from <http://www.eturbonews.com>
50. Moscardo, G. (2001). Cultural and Heritage Tourism: The Great Debates, in Tourism In The Twenty-First Century, ed. Bill, F. Gianna, M. and Eric, L. London: Continuum.
51. Nicholson, M. (2006). Sport and media: the managing the sport- media nexus. Butterworth – Heinemann.
52. Nixon, B. (1994). “Developing an empowering culture in organizations”, Empowerment in Organizations, Vol. 2 No. 1.
53. Nogawa, H., Yamaguchi, Y., & Hagi, Y. (1996). An empirical research study on Japanese sport tourism in sports-for-all events: Case studies of a single-night event and a multiple-night event. Journal of Travel Research, 35(2), 46-54.
54. Noronha, R. (1977). Social and cultural dimensions of tourism: A review of the literature in English. Washington DC: World Bank.
55. Ntloko, N. J., & Swart, K. (2008). Sport tourism event impacts on the community: A case study of red bull big wave Africa; South African Journal for Research in Sport, Physical Education and recreation, 30(2), 79-3.

56. Ottevanger, H. J. (2007). Sport tourism: factors of influence on sport event visit motivation. Master of Arts in European Tourism management Bournemouth University (UK).
57. Otto, I. & Heath, T. E. (2009). The potential contribution of the 2010 Soccer World Cup To climate changes: An exploratory study among tourism industry stakeholders in the Tshwane Metropole of South Africa. Routledge; Journal of sport & tourism, (2-3).
58. Pigeassou, C. (2004). Contribution to the definition of sport tourism. Journal of Sport Tourism, 9(3), 287-289.
59. Παυλόπουλος Π., & Κουζέλης Α. (1998). Περιφερειακή Ανάπτυξη της Ελλάδος και Τουρισμός, Αθήνα, Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων.
60. Ramallah, G., Eduardo, M., Rodríguez, M., Turégano, R. J., & Ángel, S.M. (2010). Sport and tourism: a potentially conflictual relationship, the case of Marinasin Tenerife; PASOS, (8,2).
61. Regan, T.H., & Damonte, T. (1999). 'A geoeconomic approach to South Carolina NASCAR markets', Public Administration Quarterly, Vol 23, No 3, pp 295–312.
62. Report on the sports tourism industry development policy conference, holiday inn hotel, (2006). Retrieved from <http://www.tourism.gov.fj.ppt>
63. RIPE, (2002). Περιφερειακή Στρατηγική Καινοτομίας στη Περιφέρεια Πελοποννήσου: Τεχνικό Δελτίο Δράσης, Καινοτόμες Δράσεις ΕΤΠΑ 2000-06, Περιφερειακό Πρόγραμμα Καινοτόμων Δράσεων, Επιμελητήριο Αρκαδίας: Τρίπολη.

64. Robinson, T., & Gammon, S. (2004). A question of primary and secondary motives: Revisiting and applying the sport tourism framework. *Journal of Sport Tourism*, 9(3), 221-233.
65. Standeven, J., & Deknop, P. (1999). *Sport tourism*; Champaign: Human Kinetics.
66. Sharpley, R., & Telfer J.D. (2002). *Tourism and Development; Concepts and Issues*, Great Britain, Cambrian Printers Ltd.
67. Smith, Valene L., & William, R. Eadington, eds. (1992). *Tourism Alternatives: Potentials and Problems In The Development Of Tourism*. New York: John Wiley.
68. Tyndall, B.D. (2004). *Evangelicalism, Sport and the Australian Olympics*. Macquarie University.
69. Urry, John, (2002). *The Tourist Gaze*. Second Edition. Thousand Oaks, California: Sage.
70. Weed, M. (2006). *Sport tourism and the Development of Sports Events*. Department of Sport Science, Tourism & leisure Canterbury Christy Church University, UK (13. 12) 91.
71. Weed, M. (2006). *Sport Tourism Research 2000-2004: Systematic Review of Knowledge and Mega Evaluation of Methods*, *Journal of Sport & Tourism*, 11(1).
72. Weed, M. (2007). *Sport & tourism a reader*. Oxford, Routledge.
73. Weed, M. & Bull, C. (2004). *Participants, Policy and providers*. Oxford, Elsevier Butterworth-Heinemann.

74. Weed, M., & Bull, C. (2004). *Sports tourism: Participants, Policy and providers*; 2nd ed. 2009, Oxford, Burlington: Elsevier Butterworth-Heinemann.
75. Yusof, A., Omar-Fauzee, S. M., Shah, M.P., & Geok, K. S. (2009). Exploring Small- Scale Sport Event Tourism in Malaysia: Faculty of Educational Studies University Putra Malaysia; *Research Journal of International Studies - Issue 9 (01)*.
76. Zauhar, J. (2004). Historical perspectives of sports tourism, *Journal of Sport Tourism* 9(1).

**Χ. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι**  
**ΕΡΕΥΝΑ Ο ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ**  
**ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ**

**ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ**

**Υπάρχουσα κατάσταση και Σημασία**

**1.** Ποια είναι η άποψη σας για τον Αθλητικό Τουρισμό, γενικά;

---

---

---

**2.** Ο Αθλητικός Τουρισμός πιστεύεται ότι αποτελεί μια σημαντική μορφή Τουρισμού για την Περιφέρεια Πελοποννήσου; Αιτιολογήστε.

---

---

---

**3.** Περιγράψτε την εικόνα που έχετε για τις υφιστάμενες δράσεις Αθλητικού Τουρισμού στην Περιφέρεια Πελοποννήσου.

---

---

---

## **Οφέλη**

1. Προσδιορίστε μας τα πιθανά οφέλη για την ευρύτερη οικονομία (και πέρα των τουριστικών επιχειρήσεων) της Περιφέρειας από μια ενδεχόμενη ανάπτυξη του Αθλητικού Τουρισμού;

---

---

---

## **Προϋποθέσεις**

1. Σύμφωνα με την άποψη σας η Πελοπόννησος προσφέρει τις δυνατότητες (γεωλογικές – φυσικές προϋποθέσεις – υποδομή – τεχνογνωσία κλπ) για την ανάπτυξη του Αθλητικού Τουρισμού ;

---

---

---

2. Η υφιστάμενη υποδομή σε αθλητικούς χώρους είναι κατά τη γνώμη σας αρκετή για την περαιτέρω ανάπτυξη του Αθλητικού Τουρισμού στην Περιφέρεια της Πελοποννήσου;

---

---

---

3. Πέραν των υποδομών, ποιες άλλες προϋποθέσεις χρειάζονται για αυτή την ανάπτυξη;

---

---

---

## Στρατηγική

**1.** Θεωρείτε ότι η ανάπτυξη του Αθλητικού Τουρισμού θα πρέπει να είναι ένας από τους σημαντικούς άξονες του Τουριστικού Πλάνου της περιφέρειας;

---

---

---

**2.** Ποια θεωρείται ότι είναι τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα της Περιφέρειας Πελοποννήσου για την ανάπτυξη του Αθλητικού Τουρισμού;

---

---

---

**3.** Ποιες θεωρείται ότι μπορεί να είναι οι πιθανές ευκαιρίες και απειλές για την Περιφέρεια Πελοποννήσου από την ανάπτυξη του Αθλητικού Τουρισμού;

---

---

---

**4.** Πως θα μπορούσαν να ενθαρρυνθούν – υποστηριχθούν ιδιωτικές πρωτοβουλίες;

---

---

---