

**ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΟΠΙΚΩΝ ΑΘΛΗΤΙΚΩΝ ΓΕΓΟΝΟΤΩΝ ΚΑΙ Η
ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΟΥΣ ΣΤΗΝ ΤΟΠΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ –
Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΟΥ ΜΑΡΑΘΩΝΙΟΥ ΤΟΥ ΝΑΥΠΛΙΟΥ**

της Θωμαΐς Β. Μπιμπλιτζή

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

Σπάρτη

2017

Εγκεκριμένο από το Καθηγητικό σώμα:

1ος Επιβλέπων: Αθανάσιος Κριεμάδης, Καθηγητής Τ.Ο.Δ.Α.

2ος Επιβλέπων: Ιωάννης Δουβής, Καθηγητής Τ.Ο.Δ.Α.

3η Επιβλέπουσα: Ουρανία Βρόντου, Επίκουρος Καθηγήτρια Τ.Ο.Δ.Α.

Υπεύθυνη Δήλωση

Με ατομική μου ευθύνη και γνωρίζοντας τις κυρώσεις που προβλέπονται από τις διατάξεις του άρθρου 14 της παραγράφου 2 (Διαγραφές Μεταπτυχιακών Φοιτητών) του Κανονισμού Λειτουργίας Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών, δηλώνω υπεύθυνα ότι για τη συγγραφή της Μεταπτυχιακής Διπλωματικής μου Εργασίας(ΜΔΕ) δεν χρησιμοποίησα ολόκληρο ή μέρος έργου άλλου δημιουργού ή τις ιδέες και αντιλήψεις άλλου δημιουργού χωρίς να γίνεται αναφορά στην πηγή προέλευσης (βιβλίο, άρθρο από εφημερίδα ή περιοδικό, ιστοσελίδα κλπ.).

Ημερομηνία: / /2017

Η Δηλούσα

Θωμαή Μπιμπλιτζή

Copyright © Θωμαή Β. Μπιμπλιτζή, 2017

Με επιφύλαξη κάθε δικαιώματος. All rights reserved.

Απαγορεύεται η αντιγραφή, αποθήκευση και διανομή της παρούσας εργασίας, εξ ολοκλήρου ή τμήματος αυτής, για εμπορικό σκοπό. Επιτρέπεται η ανατύπωση, αποθήκευση και διανομή για σκοπό μη κερδοσκοπικό, εκπαιδευτικής ή ερευνητικής φύσης, υπό την προϋπόθεση να αναφέρεται η πηγή προέλευσης και να διατηρείται το παρόν μήνυμα. Ερωτήματα που αφορούν τη χρήση της εργασίας για κερδοσκοπικό σκοπό πρέπει να απευθύνονται προς τον συγγραφέα.

Οι απόψεις και τα συμπεράσματα που περιέχονται σε αυτό το έγγραφο εκφράζουν τον συγγραφέα και δεν πρέπει να ερμηνευθεί ότι αντιπροσωπεύουν τις επίσημες θέσεις του Πανεπιστημίου Πελοποννήσου του Τμήματος Οργάνωσης και Διαχείρισης Αθλητισμού

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Θωμάη Β. Μπιμπλιτζή: Διοργάνωση τοπικών αθλητικών γεγονότων και η επίδραση τους στην τοπική οικονομία- Η περίπτωση του μαραθωνίου του Ναυπλίου.

(Με την επίβλεψη του κ. Αθανασίου Κριεμάδη, Καθηγητή)

Η διοργάνωση εκδηλώσεων μαζικού αθλητισμού αποτελούν σήμερα έναν βασικό αναπτυξιακό μηχανισμό, ιδιαίτερα σε επίπεδο περιφερειακής και βιώσιμης ανάπτυξης, επιφέροντας σημαντικά οφέλη σε κοινωνικούς, οικονομικούς, τουριστικούς και πολιτιστικούς όρους. Η άρρηκτη σχέση μεταξύ αθλητισμού και τοπικής ανάπτυξης έχει αναδείξει σύγχρονα μοντέλα και στρατηγικές, των οποίων βασικό χαρακτηριστικό είναι η αθλητική αποκέντρωση, με απώτερο στόχο την αξιοποίηση των πλεονεκτημάτων που απορρέουν από τη διοργάνωση αντίστοιχων εκδηλώσεων για την τοπική κοινωνία. Σκοπός της παρούσας έρευνας είναι η διερεύνηση της επίδρασης της διοργάνωσης του Μαραθωνίου του Ναυπλίου στην οικονομική ζωή της πόλης, μέσω της εξέτασης της οπτικής των κατοίκων της. Για την επίτευξη αυτού του στόχου, μοιράστηκε και συμπληρώθηκε ειδικό ερωτηματολόγιο σε 138 πολίτες και επιχειρηματίες του Ναυπλίου, του οποίου τα δεδομένα ακολούθως επεξεργάστηκαν στατιστικά. Σύμφωνα με τα ερευνητικά αποτελέσματα, διαπιστώθηκε ότι η διοργάνωση του Μαραθωνίου έχει σημαντικά οικονομικά οφέλη, ενώ κρίσιμης σημασίας είναι και οι θετικές επιδράσεις της στην κοινωνική ζωή των κατοίκων, καθώς και στην τουριστική ταυτότητα και προβολή της πόλης.

Λέξεις κλειδιά: αθλητικές διοργανώσεις, τοπική ανάπτυξη, Μαραθώνιος, Ναύπλιο.

ABSTRACT

Thomai B. Bimplitzi: Local sporting events planning and their impact on the local economy- The case of Nafplion marathon.

(Under the supervision of Mr. Kriemadi Athanasiou, Professor)

Organizing mass sports events is now an essential development mechanism, particularly at regional and sustainable development level, resulting in significant gains in social, economic, tourist and cultural terms. The inextricable link between sport and local development has highlighted contemporary models and strategies, whose main feature is sports decentralization, with a view to exploiting the benefits of organizing such events for the local community. The aim of this research is to investigate the influence of the Marathon of Nafplion in the city's economic life, by examining the residents' perspective. To achieve this goal, a special questionnaire was shared and filled by 138 citizens and entrepreneurs of Nafplion, and data were then processed statistically. According to the research results, it was found that the organization of the Marathon has significant economic benefits, while critical are the positive effects on the social life of the inhabitants and the tourist identity and promotion of the city.

Keywords: sporting events, local development, Marathon, Nafplion.

Πίνακας περιεχομένων

ΠΕΡΙΛΗΨΗ	iii
ABSTRACT.....	iv
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1	1
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	1
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2	5
ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑΣ	5
2.1 ΒΑΣΙΚΑ ΣΥΣΤΑΤΙΚΑ ΤΗΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ.....	5
2.1.1 Φορείς σχεδιασμού εκδηλώσεων	5
2.1.2 Ticketing	6
2.1.3 Μεταφορά	7
2.1.4 Ανθρώπινο δυναμικό	7
2.1.5 Προϋπολογισμός	8
2.1.6 Μάρκετινγκ και Δημόσιες Σχέσεις	8
2.1.7 Διαχείριση κινδύνου	9
2.2 Η ΤΥΠΟΛΟΓΙΑ ΤΩΝ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ.....	10
2.3 Η ΣΧΕΣΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ-ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΥ ΙΣΤΟΥ ΚΑΙ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ	11
2.4 ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ.....	13
2.5 ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ	16

2.6 ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΑΘΛΗΤΙΚΩΝ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ ΣΕ ΤΟΠΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ	19
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3	23
ΜΕΘΟΔΟΣ	23
3.1 ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ - ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ	23
3.2 ΣΥΓΚΡΟΤΗΣΗ ΤΟΥ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	24
3.3 ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΕΡΓΑΛΕΙΟ	24
3.4 ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ.....	27
3.5 ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΚΑ ΖΗΤΗΜΑΤΑ.....	29
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4	30
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ	30
4.1 ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΠΕΡΙΓΡΑΦΙΚΗΣ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗΣ	30
4.2 ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΠΑΓΩΓΙΚΗΣ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗΣ.....	40
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5	50
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ	50
5.1 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	50
5.2 ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ ΚΑΙ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΕΡΕΥΝΑΣ	53
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	54
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ.....	59

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 1: Μέσες βαθμολογίες του παράγοντα «Δυνατότητες ψυχαγωγίας»	36
Πίνακας 2: Μέσες βαθμολογίες του παράγοντα «Χρήση δημοσίου χρήματος»	36
Πίνακας 3: Μέσες βαθμολογίες του παράγοντα «Οικονομικά οφέλη»	37
Πίνακας 4: Μέσες βαθμολογίες του παράγοντα «Διαταραχή της ζωής»	37
Πίνακας 5: Μέσες βαθμολογίες του παράγοντα «Χρήση δημόσιων υποδομών»	38
Πίνακας 6: Μέσες βαθμολογίες του παράγοντα «Προώθηση αισθήματος περηφάνιας»	38
Πίνακας 7: Μέσες βαθμολογίες του παράγοντα «Περιβαλλοντικές επιπτώσεις»	39
Πίνακας 8: Μέσες βαθμολογίες του παράγοντα «Προώθηση-διαφήμιση»	39
Πίνακας 9: Μέσες βαθμολογίες του παράγοντα «Επίδραση στα επίπεδα τιμών»	40
Πίνακας 10: Μέσες βαθμολογίες του παράγοντα «Οφέλη τοπικής κοινότητας»	40
Πίνακας 11: Έλεγχοι κανονικότητας δεδομένων	41
Πίνακας 12: Συσχέτιση κατά Spearman των παραγόντων της έρευνας	42
Πίνακας 13: Μέσες βαθμολογίες παραγόντων με βάση το φύλο	43
Πίνακας 14: Mann-Whitney U test των μέσω βαθμολογιών των παραγόντων με βάση το φύλο	43
Πίνακας 15: Μέσες βαθμολογίες παραγόντων με βάση την ηλικία	44
Πίνακας 16: Kruskal-Wallis H test των μέσω βαθμολογιών των παραγόντων με βάση την ηλικία	45
Πίνακας 17: Μέσες βαθμολογίες παραγόντων με βάση το επίπεδο εκπαίδευσης	46

Πίνακας 18: Kruskal-Wallis H test των μέσω βαθμολογιών των παραγόντων με βάση το επίπεδο εκπαίδευσης	46
Πίνακας 19: Μέσες βαθμολογίες παραγόντων με βάση τον τόπο διαμονής	47
Πίνακας 20: Mann-Whitney U test των μέσω βαθμολογιών των παραγόντων με βάση τον τόπο διαμονής.....	48
Πίνακας 21: Μέσες βαθμολογίες παραγόντων με βάση την άσκηση επιχειρηματικής δραστηριότητας.....	49
Πίνακας 22: Mann-Whitney U test των μέσω βαθμολογιών των παραγόντων με βάση την άσκηση επιχειρηματικής δραστηριότητας	49

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ

Γράφημα 1: Φύλο ερωτηθέντων	31
Γράφημα 2: Ηλικιακή κατανομή ερωτηθέντων	31
Γράφημα 3: Επίπεδο εκπαίδευσης ερωτηθέντων.....	32
Γράφημα 4: Επάγγελμα ερωτηθέντων	33
Γράφημα 5: Τόπος διαμονής ερωτηθέντων	34
Γράφημα 6: Άσκηση επιχειρηματικής δραστηριότητας	34
Γράφημα 7: Είδος επιχειρηματικής δραστηριότητας	35

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η πολιτική διοργάνωσης εκδηλώσεων μαζικού αθλητισμού, ως ένα σύνολο μέσων, σκοπών και φορέων που συνδυάζονται σε ένα πρόγραμμα για την ενίσχυση και διάδοση του αθλητικού προφίλ μίας κοινότητας, είναι άμεσα συνυφασμένη με την τοπική κοινωνική, πολιτιστική και οικονομική ανάπτυξη. Η αναγνώριση της καθοριστικής συμβολής των αθλητικών πόρων και αγαθών στην αναπτυξιακή δυναμική των τοπικών κοινωνιών αποτελεί βασικό άξονα του σύγχρονου υποδείγματος αθλητικής πολιτικής, το οποίο ενθαρρύνει τον πλουραλισμό, προωθεί την κοινωνική συνοχή και απασχόληση και ενσωματώνει τις αρχές της βιωσιμότητας και της κοινωνικοοικονομικής ευημερίας. Μία αποτελεσματική αθλητική πολιτική συνδέει τον αθλητισμό με τις τοπικές αναπτυξιακές προτεραιότητες, προωθώντας τη συμμετοχικότητα και επιδρώντας στην πνευματική και ψυχική αναβάθμιση της κοινότητας.

Στο πλαίσιο αυτό, η άρρηκτη σχέση μεταξύ αθλητισμού και τοπικής ανάπτυξης έχει αναδείξει νέα μοντέλα αθλητικής αποκέντρωσης, τα οποία πλέον κυριαρχούν στον ευρωπαϊκό χώρο. Πράγματι, η αυξανόμενη τάση πλαισίωσης της αθλητικής πολιτικής στη βάση της περιφερειακής ανάπτυξης και εξισορρόπησης της εθνικής κοινωνικής ποικιλομορφίας έχει ενθαρρύνει την υιοθέτηση μοντέλων που απομακρύνουν την κεντρική εξουσία από το επίκεντρο της αθλητικής πολιτικής, μεταβιβάζοντας ένα σημαντικό μέρος των εν λόγω αρμοδιοτήτων στην τοπική αυτοδιοίκηση. Υπό αυτό το πρίσμα, σήμερα θεωρείται πως η συμβολή της τοπικής αυτοδιοίκησης στον τομέα της αθλητικής ανάπτυξης είναι καθοριστικής σημασίας, τόσο σε επίπεδο δημόσιας παρέμβασης όσο και σε όρους ενεργοποίησης του συνόλου των δημιουργικών και θεσμικών φορέων των τοπικών κοινωνιών, του αθλητικού κόσμου και των δυνάμεων της αγοράς, ιδιαίτερα σε υφεσιακές περιόδους κατά τις οποίες υπάρχει έλλειψη επαρκών πόρων, όπως η τρέχουσα.

Σε γενικές γραμμές, η επακόλουθη σχέση μεταξύ τοπικών κοινοτήτων σε επίπεδο εξουσίας και αθλητισμού καθίσταται σήμερα αυτονόητη. Εκτός της τάσης που έχει

διαμορφωθεί ιστορικά για την άσκηση αθλητικής πολιτικής, πλέον υπάρχει μια σειρά διαδικασιών, συμπεριλαμβανομένων δημόσιων αποφάσεων, προγραμμάτων και πρακτικών που έχουν κοινωνικής και οικονομικής φύσης επιπτώσεις και επιδιώκουν συγκεκριμένους ή ευρύτερους αθλητικούς στόχους, με τους τοπικούς φορείς και γενικότερα την τοπική αυτοδιοίκηση να έχουν διαδραματίσει καθοριστικό ρόλο στην ανάδειξη του αθλητισμού και του πολιτισμού ως συστατικό στοιχείο της δημόσιας ζωής.

Στο πλαίσιο αυτό, η αθλητική πολιτική διευρύνεται γύρω από ένα βασικό πυρήνα πολιτικών ανάδειξης της ανάγκης για ευεξία, υποστήριξης των ερασιτεχνών αθλητών και αναβάθμισης των αθλητικών οργανισμών και ιδρυμάτων. Βέβαια, το τι περιλαμβάνει μία αθλητική πολιτική σε ένα συγκεκριμένο τοπικό πλαίσιο δεν είναι μόνο θέμα γραφειοκρατικής οργάνωσης, αλλά παράλληλα αντικατοπτρίζει τις ισχύουσες αντιλήψεις περί του αθλητισμού και των ορίων δημόσιας παρέμβασης σε αυτό το ζήτημα σε ένα δεδομένο κοινωνικό περιβάλλον.

Σκοπός της εργασίας είναι η θεωρητική και εμπειρική διερεύνηση της επίδρασης της διοργάνωσης αθλητικών εκδηλώσεων τοπικού επιπέδου στην τοπική οικονομία εξετάζοντας την περίπτωση της διοργάνωσης του Μαραθωνίου του Ναυπλίου. Αναμένεται η ανάληψη των συγκεκριμένων δράσεων να επιδρά θετικά στην οικονομική ζωή του Ναυπλίου σε βραχυχρόνιο επίπεδο, ενώ παράλληλα να δημιουργεί και μακροχρόνια οφέλη μέσω της προβολής της περιοχής. Η σημαντικότητα της έρευνας βασίζεται στο γεγονός ότι η διοργάνωση αθλητικών εκδηλώσεων ομαδικών ανταγωνιστικών αθλημάτων ενεργής ή μη συμμετοχής μπορεί να αποτελέσει καταλυτικό παράγοντα της τουριστικής περιφερειακής ανάπτυξης, ιδιαίτερα σε περιοχές όπως η Περιφέρεια Πελοποννήσου και ειδικότερα το Ναύπλιο, όπου εντοπίζονται ανεκμετάλλευτες τουριστικές αναπτυξιακές δυνατότητες. Επιπλέον, δεδομένου ότι ο αθλητικός τουρισμός αποτελεί ένα σχετικά νέο τουριστικό πεδίο στην Ελλάδα, υπάρχει ανάγκη διερεύνησης των μεταβλητών και των παραγόντων που το συνθέτουν.

Απώτερος σκοπός της έρευνας είναι η διερεύνηση της οπτικής των κατοίκων του Ναυπλίου σε σχέση με τη διοργάνωση του μαραθωνίου και των στάσεων και αντιλήψεων των πολιτών απέναντι στη διοργάνωση σε όρους ψυχαγωγίας,

εκτίμησης για τη χρήση του δημοσίου χρήματος, οικονομικών ωφελειών που προκύπτουν από το μαραθώνιο, έντασης διαταραχής της ζωής της τοπικής κοινωνίας την περίοδο της διοργάνωσης, αλλαγών στην αξιοποίηση των δημοσίων υποδομών, προώθησης του αισθήματος υπερηφάνειας της τοπικής κοινότητας, περιβαλλοντικών επιπτώσεων, προώθησης και διαφήμισης της περιοχής, επίδρασης στα επίπεδα των τιμών και συνολικού αντίκτυπου της διοργάνωσης στην τοπική κοινότητα.

Τα ερευνητικά ερωτήματα της μελέτης διαμορφώνονται ως εξής:

- Ποιος είναι ο ρόλος των πολιτών στην οργάνωση του Μαραθωνίου του Ναυπλίου;
- Ποια είναι τα οφέλη και οι επιπτώσεις της διοργάνωσης του Μαραθωνίου στην ανάπτυξη του τουρισμού στο Ναύπλιο;
- Ποια είναι τα σημαντικότερα εμπόδια και προβλήματα που εντοπίζονται για τη διοργάνωση του Μαραθωνίου;
- Ποιες είναι οι δράσεις και ενέργειες που πρέπει να αναληφθούν για την αντιμετώπιση των εμποδίων και την ενίσχυση της προβολής του Μαραθωνίου του Ναυπλίου;
- Πως επιδρά η διοργάνωση του Μαραθωνίου στο τζίρο των εμπορικών καταστημάτων;
- Ευνοούνται οι εμπορικές επιχειρήσεις από την επισκεψιμότητα της πόλης κατά το Μαραθώνιο;
- Η προβολή που δέχεται η πόλη ευνοεί την επιχειρηματική δραστηριότητα της πόλης;
- Ποια τα οικονομικά οφέλη για το σύνολο των πολιτών του Ναυπλίου που πηγάζουν από τη διοργάνωση του Μαραθωνίου;

Τα παραπάνω ζητήματα θα μελετηθούν με δεδομένο τον υπαρκτό περιορισμό της απουσίας ύπαρξης σταθμισμένου ερευνητικού εργαλείου στην ελληνική γλώσσα, γεγονός που οδηγεί σε δυσκολία συσχέτισμού και σύγκρισης των αποτελεσμάτων της παρούσας ερευνητικής μελέτης με εφάμιλλη στον ελληνικό και διεθνή χώρο. Επιπρόσθετα η απουσία δοκιμασμένου ερωτηματολογίου αναδεικνύει την ανάγκη σύστασης ενός, γεγονός που απαιτεί χρόνο διότι αφενός πρέπει να σχεδιαστεί

προσεκτικά βάση επισταμένης μελέτης του θεωρητικού πλαισίου και αφετέρου πριν χορηγηθεί η τελική μορφή προϋποθέτει να έχει ελεγχθεί και αξιολογηθεί.

Η συνεισφορά της έρευνας της παρούσας μεταπτυχιακής διατριβής είναι η καταγραφή των στάσεων και απόψεων των κατοίκων μια πόλης που διοργανώνει ένα από τα πλέον σημαντικά αθλητικά γεγονότα τοπικού χαρακτήρα. Δεδομένου του ελλείμματος ερευνητικών δεδομένων που εντοπίζονται σε εγχώριο επίπεδο σχετικά με την οπτική των κατοίκων των πόλεων σε σχέση με τη διοργάνωση αθλητικών γεγονότων, η παρούσα μελέτη συνεισφέρει σημαντικά στο εν λόγω ερευνητικό πεδίο, καθώς η αναγνώριση των αλληλοσυνδέσεων και συσχετισμών που υφίστανται ανάμεσα στις μεταβλητές που διαμορφώνουν το πεδίο των οικονομικών και κοινωνικών επιπτώσεων των αθλητικών διοργανώσεων είναι κρίσιμης σημασίας για τη ζωή των πολιτών και την αποδοτικότητα των επιχειρήσεων. Σε δεύτερο επίπεδο, η παρούσα έρευνα συμβάλλει στην προσπάθεια ανάδειξης του ζωτικού ρόλου του αθλητισμού στην κοινωνική ευημερία και στο ρόλο των διοργανώσεων στη συνολική ανάπτυξη των πόλεων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑΣ

2.1 ΒΑΣΙΚΑ ΣΥΣΤΑΤΙΚΑ ΤΗΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ

2.1.1 Φορείς σχεδιασμού εκδηλώσεων

Η ταχεία ανάπτυξη του τομέα της διοργάνωσης εκδηλώσεων έχει οδηγήσει στο σχηματισμό ξεχωριστού επαγγελματικού κλάδου όπου δρουν επαγγελματίες, προμηθευτές, οργανισμοί και επαγγελματικές ενώσεις (Allen et al. 2011). Η ανάπτυξη της βιομηχανίας εκδηλώσεων συνοδεύεται από την παγκοσμιοποίηση των αγορών και της επικοινωνίας, η οποία έχει επηρεάσει τη φύση του κλάδου και των τάσεων στο εσωτερικό του (Allen et al. 2011). Η διεθνής αρθρογραφία έχει εστιάσει στην ανάδειξη των χαρακτηριστικών του κλάδου.

Αρχικά το κύριο καθήκον για το στρατηγικό σχεδιασμό και την υλοποίηση ανάλογων γεγονότων ανήκει τους οργανισμούς διοργάνωσης εκδηλώσεων. Οι εκδηλώσεις διοργανώνονται από επαγγελματικές ομάδες ή άτομα που αναλαμβάνουν το εκάστοτε έργο επί συμβάσει για λογαριασμό των πελατών τους που είναι ιδιωτικοί ή δημόσιοι οργανισμοί. Αυτού του είδους οι εξειδικευμένες εταιρείες διοργανώνουν πλήθος εκδηλώσεων και ταυτόχρονα αναπτύσσουν μακροχρόνιες σχέσεις με τους πελάτες και τους προμηθευτές τους. (Allen et al. 2011)

Οι προμηθευτές της βιομηχανίας εκδηλώσεων απασχολούνται με την κάλυψη των βασικών τεχνικών απαιτήσεων των εκδηλώσεων όπως η ηχητική κάλυψη, ο φωτισμός, η εστίαση, οι μεταφορά των συμμετεχόντων, η επικοινωνιακή στρατηγική, η νομική κάλυψη και η ασφάλεια. Η ύπαρξη στιβαρού δικτύου προμηθευτών αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι για την παροχή των επαγγελματικών και υψηλής ποιότητας εκδηλώσεων (Allen et al., 2011)

Ο χώρος που συμβαίνει το γεγονός αποτελεί επίσης κλειδί για την επιτυχία του. Τέτοιου είδους χώροι είναι γκαλερί, μουσεία, πανεπιστήμια, βιβλιοθήκες, θέατρα,

εκθεσιακά κέντρα, αθλητικά γήπεδα, χώροι πολιτιστικής κληρονομιάς, αγορές και πλατείες τόποι. (Allen et al. 2011).

Τέλος, οι επαγγελματικές ενώσεις ουσιαστικά παρέχουν υπηρεσίες δικτύωσης, επικοινωνίας και συνεργασίας, ενώ σε αρκετές περιπτώσεις αναλαμβάνουν ευρύτερες πρωτοβουλίες. Επί παραδείγματι τέτοιου είδους ενώσεις αναπτύσσουν χωροταξικά σχέδια των εκδηλώσεων, προγράμματα περιορισμού των ρύπων και της ηχορύπανσης σε περιπτώσεις υπαίθριων εκδηλώσεων καθώς και νομική κάλυψη.

Οι εκδηλώσεις όλων των ειδών αποτελούν ευκαιρία αναψυχής και παρέχουν δυνατότητες εργασίας. Εκτός του ότι η διοργάνωση εκδηλώσεων συμβάλλει στην σύσφιξη των σχέσεων μεταξύ των ανθρώπων αποτελεί ευκαιρία για τη βελτίωση της ποιότητας της ζωής τους αλλά και για την παροχή σημαντικών οικονομικών ωφελειών. Ανεξάρτητα από το μέγεθος τους, οι εκδηλώσεις απαιτούν υψηλό βαθμό σχεδιασμού, ο οποίος θα πρέπει να συμπεριλαμβάνει ένα ευρύ φάσμα δεξιοτήτων (Hillary Commission for Sport, 1997). Παράλληλα, σύμφωνα με τους Andersson και Wesslau (2000), οι εκδηλώσεις δίνουν τη δυνατότητα στις επιχειρήσεις να προβάλλουν τα προϊόντα και υπηρεσίες τους σε διευρυμένο πελατειακό κοινό με σαφή στοχοθέτηση λαμβάνοντας διαφημιστικό πλεονέκτημα έναντι του ανταγωνισμού. Η διοργάνωση εκδηλώσεων περιλαμβάνει μια σειρά διαδικασίες οι οποίες προσδιορίζονται με βάση το χαρακτήρα τους βασιζόμενες σε θεωρητικές αρχές.

2.1.2 Ticketing

Η πολιτική διάθεσης εισιτηρίων (ticketing) και η εφαρμογή της μπορεί να είναι εξαιρετικά περίπλοκη, ειδικά στις διοργανώσεις που διατίθεται μεγάλος αριθμός εισιτηρίων. Επί παραδείγματι, ο τρόπος διάθεσης των εισιτηρίων είναι ένα από τα πιο σημαντικά ζητήματα των μεγάλων γεγονότων όπως οι Ολυμπιακοί Αγώνες (Thamnopoulos & Gargalianos, 2002). Η διάθεση των εισιτηρίων που αφορούν τους θεατές διεξάγεται τόσο άμεσα και έμμεσα αποτελώντας κρίσιμο παράγοντα για την επιτυχία των εκδηλώσεων και ως εκ τούτου, θα πρέπει να σχεδιάζεται και να πραγματοποιείται με επαγγελματικό και συνεκτικό τρόπο.

Με γνώμονα τα παραπάνω η έννοια της πολιτικής διάθεσης των εισιτηρίων αναφέρεται στο σύνολο των δραστηριοτήτων (προγραμματισμένων, οργανωμένων και ελεγχόμενων) που ξεκινούν από την εισδοχή της στρατηγικής της εκδήλωσης (στόχοι, πλαίσιο υπηρεσιών) και ολοκληρώνονται με τη χάραξη της τιμολογιακής πολιτικής, του τρόπου διανομής των εισιτηρίων και την προβολή της εκδήλωσης, προκειμένου να εξασφαλισθεί η παρουσία των ατόμων σε όρους ποσότητας και ποιότητας για την εξυπηρέτηση της επίτευξης του σκοπού και των στόχων της εκδήλωσης (Cherubini and Iasevoli, 2007).

2.1.3 Μεταφορά

Οι εκδηλώσεις που προγραμματίζεται να λάβουν χώρα σε δρόμους κατοικημένων ή μη περιοχών απαιτούν με βάση το παραπάνω χαρακτηριστικό ειδικό προγραμματισμό αναφορικά με τη διαχείριση της κυκλοφορίας κατά τη διάρκεια που συμβαίνουν αλλά και πριν την έναρξη τους. Παράλληλα οι εκδηλώσεις που πραγματοποιούνται σε ειδικά διαμορφωμένους ανοικτούς ή κλειστούς οριοθετημένους χώρους απαιτούν την εφαρμογή ειδικών ρυθμίσεων τόσο για τη διαχείριση της κυκλοφορίας στην ευρύτερη περιοχή που συμβαίνουν όσο την εφαρμογή συγκεκριμένου σχεδίου προσέγγισης των συμμετεχόντων και θεατών σε αυτές. Ως εκ τούτου από τη σκοπιά της ρύθμισης της κυκλοφορίας και της μεταφοράς στο χώρο της εκδήλωσης θα πρέπει να εξασφαλίζεται η σαφήνεια του χώρου που θα πραγματοποιηθεί η εκδήλωση, η απρόσκοπτη πρόσβαση των συμμετεχόντων, θεατών και εργαζομένων σε αυτή, να σχεδιάζεται η διαχείριση του οδικού δικτύου και να ελαχιστοποιούνται οι επιπτώσεις στη λειτουργικότητα των οδικών αξόνων του τόπου που συμβαίνει η εκδήλωση με το ελάχιστο δυνατό κόστος για τους διοργανωτές και την τοπική κοινότητα (Guide to Traffic and Transport Management for Special Events, 2006).

2.1.4 Ανθρώπινο δυναμικό

Διαχείριση των ανθρώπινων πόρων δεν αναφέρεται στα στενά όρια της επιλογής και πρόσληψης προσωπικού και εθελοντών. Αποτελεί ευρεία δραστηριότητα, που αφορά τη μακροπρόθεσμη στρατηγική ανάπτυξης των εκδηλώσεων. Το αναμενόμενο αποτέλεσμα από τη συγκεκριμένη διαδικασία είναι η εμφύσηση ενός είδους θετικής κουλτούρας, δέσμευσης στη διοργάνωση και συνεργασίας που θα πρέπει να

αναπτύσσεται στο πλαίσιο της ίδιας της διαδικασίας διαχείρισης των ανθρώπινων πόρων (Wagen, 2007).

Παράλληλα, πολύ σημαντική είναι η συμμετοχή εθελοντικού προσωπικού στις εκδηλώσεις, ενώ εξαιρετικής σημασίας είναι η εκπροσώπηση της τοπικής κοινότητας στο εθελοντικό δυναμικό καθώς αποτελεί μορφή σύνδεσης της με την εκδήλωση. Λόγω του γεγονότος του ότι οι εθελοντές δεν αποσκοπούν αλλά και δεν αποκομίζουν άμεσα οικονομικά οφέλη από τη συμμετοχή τους στην εκδήλωση είναι αναγκαίο να αναπτύσσονται δυνατότητες ψυχαγωγίας, κοινωνικοποίησης, εκμάθησης νέων δεξιοτήτων, δημιουργίας αισθημάτων προσφοράς και αλληλεγγύης, ανάπτυξης διαπροσωπικών σχέσεων καθώς και ευκαιρίες σταδιοδρομίας. (AFL Club Management Program, 2004).

2.1.5 Προϋπολογισμός

Σύμφωνα με Goldblatt (2002) ο προϋπολογισμός αναφέρεται στην σύνταξη συγκεκριμένου σχεδίου δράσης σε οικονομοτεχνικούς όρους και αποτελεί το πιο σημαντικό εργαλείο για τη λήψη οικονομικών αποφάσεων που θα οδηγήσουν στην αποδοτικότητα και οικονομική αποτελεσματικότητα της εκδήλωσης. Δεδομένου ότι οι διάφορες εκδηλώσεις αποσκοπούν στην επίτευξη διαφορετικών σκοπών διαχωρίζονται σε τρεις διαφορετικές κατηγορίες:

1. Τις εκδηλώσεις που προσανατολίζονται στην κερδοφορία
2. Τις εκδηλώσεις ουδέτερης κερδοφορίας
3. Τις μη κερδοσκοπικές εκδηλώσεις

2.1.6 Μάρκετινγκ και Δημόσιες Σχέσεις

Το μάρκετινγκ εκδηλώσεων (event marketing) δεν αποτελεί καινούργια πρακτική. Εφαρμόζεται ευρύτατα ιδιαίτερα στις ΗΠΑ αλλά και προσφάτως και στην Ευρώπη και βασίζεται στη χρήση των παραδοσιακών εργαλείων και τεχνικών μάρκετινγκ προσαρμοσμένων στη διοργάνωση εκδηλώσεων. Το αποτελεσματικό μάρκετινγκ διασφαλίζει τον επαρκή αριθμό των συμμετεχόντων αλλά και την επιτυχία της εκδήλωσης (Tassiopoulos, 2005). Οι προσπάθειες προώθησης των εκδηλώσεων

εστιάζουν κατά κύριο λόγο στα οφέλη που λαμβάνει το κοινό από τη συμμετοχή τους σε αυτές (Wagen, 2005).

Στην περίπτωση των εκδηλώσεων και της προώθησης τους σημαντικό ρόλο κατέχουν οι δημόσιες σχέσεις οι οποίες μάλιστα έχουν δύο σκοπούς. Αφενός υποστηρίζουν την προωθητική δραστηριότητα αποσπώντας προσφορές και από την άλλη επικοινωνούν με διαφημιστικού χαρακτήρα πληροφορίες στις ομάδες στόχους. Παράλληλα, δεδομένου ότι οι διοργανωτές εκδηλώσεων στοχεύουν στη κάλυψη του γεγονότος από τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης χωρίς υψηλό κόστος οι σχέσεις με φορείς του κλάδου των ΜΜΕ είναι απαραίτητες ώστε να προπαγανδιστούν τα γεγονότα επαρκώς (Masterman, 2004). Οι καλά σχεδιασμένες εκστρατείες δημοσιότητας και δημοσιοποίησης των γεγονότων περιλαμβάνουν εκτός από την τηλεοπτική και ραδιοφωνική προβολή, αρθρογραφία σε εφημερίδες, παρουσία σε εκθέσεις, διαδικτυακή προβολή καθώς και εναλλακτικές προωθητικές ενέργειες οι οποίες θα πρέπει να εντείνονται σταδιακά και να κορυφώνονται λίγο πριν την έναρξη του γεγονότος (Tassiopoulos, 2005).

2.1.7 Διαχείριση κινδύνου

Οι στόχοι της διαχείρισης του κινδύνου στις πολιτιστικές και ψυχαγωγικές εκδηλώσεις περιλαμβάνουν την προστασία των περιουσιακών στοιχείων του διοργανωτικού οργανισμού, την ελαχιστοποίηση των νομικών και χρηματοοικονομικών υποχρεώσεων του, την αποφυγή ζημιολόγων αποτελεσμάτων, τη σωστή διαχείριση των προοπτικών ανάπτυξης του γεγονότος και την υπεύθυνη διοργάνωση του. Η διαχείριση κινδύνου αναγνωρίζεται σε διάφορους βαθμούς ως βασικό συστατικό των αρμοδιοτήτων που σχετίζονται με το σχεδιασμό και τα αποτελέσματα των διοργανώσεων. Η διαχείριση κινδύνου σχεδιάζεται με βάση τον προγραμματισμό των γεγονότων και αποτελεί αναπόσπαστη διαδικασία για τη σωστή ανάπτυξη τους ώστε αυτά να καταστούν αποτελεσματικά και αποδοτικά σε οικονομικούς όρους (Silvers, 2008).

2.2 Η ΤΥΠΟΛΟΓΙΑ ΤΩΝ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ

Οι διοργανώσεις εκδηλώσεων διαχωρίζονται με βάση το αντικείμενο τους σε υποκατηγορίες. Ο Getz (2008), τονίζει ότι υπάρχουν 6 βασικές υποκατηγορίες οι οποίες παρουσιάζονται στην εικόνα 1.

Εικόνα 1: Η τυπολογία των εκδηλώσεων



Οι πολιτιστικές εκδηλώσεις περιλαμβάνουν ευρύτερου χαρακτήρα θεματικές εκδηλώσεις οι οποίες είναι συνήθως φεστιβάλ, καρναβαλικές εκδηλώσεις, τελετουργίες και θρησκευτικού τύπου γεγονότα. Οι πολιτικές εκδηλώσεις περιλαμβάνουν ομιλίες και συγκεντρώσεις τοπικού αλλά και ευρύτερου χαρακτήρα, πολιτικές περιοδείες και επισκέψεις VIP. Οι πολιτισμικές εκδηλώσεις μπορεί να αναφέρονται σε συναυλίες, εκθέσεις και τελετές απονομών, και οι εμπορικές εκδηλώσεις σε επιχειρηματικά συνέδρια, διοργανώσεις προβολής προϊόντων και υπηρεσιών και εμπορικές εκθέσεις. Όσον αφορά τις εκπαιδευτικές εκδηλώσεις αφορούν επιστημονικά συνέδρια, σεμινάρια και περιπτώσεις εφαρμογής

εκπαιδευτικών πρακτικών ενώ οι αθλητικές εκδηλώσεις αφορούν γεγονότα τόσο ερασιτεχνικού όσο και επαγγελματικού χαρακτήρα χωρίς περιορισμό συμμετεχόντων που λαμβάνουν χώρα σε τοπικό, εθνικό και διεθνές επίπεδο.

Παράλληλα οι εκδηλώσεις δύναται να ταξινομηθούν και με βάση το μέγεθος τους. Στην περίπτωση αυτή, οι εκδηλώσεις κατηγοριοποιούνται σε:

- Εκδηλώσεις μεγάλου τύπου (mega-events) που χαρακτηρίζονται από ευρεία κάλυψη από τα ΜΜΕ, καταλαμβάνουν το ενδιαφέρον ευρύτερου κοινού και συμβάλλουν στην οικονομική ανάπτυξη του τόπου που συμβαίνουν καθώς και της ευρύτερης περιοχής.
- Εκδηλώσεις σήματος κατατεθέν, οι οποίες είναι συνυφασμένες με τον τόπο στο οποίο συμβαίνουν και λαμβάνουν την ονομασία τους από αυτόν.
- Κύριες εκδηλώσεις, οι οποίες παρουσιάζουν αυξημένο ενδιαφέρον, έχουν μεγάλο αριθμό επισκεπτών και συμβάλλουν στην οικονομία της περιοχής που λαμβάνουν χώρα
- Τοπικού ή κοινοτικού χαρακτήρα γεγονότα, τα οποία αφορούν κατά κύριο λόγο περιορισμένο αριθμό ατόμων που διαμένουν στο χώρο της εκδήλωσης και μικρό αριθμό επισκεπτών ενισχύοντας αποκλειστικά την τοπική οικονομία

2.3 Η ΣΧΕΣΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ-ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΥ ΙΣΤΟΥ ΚΑΙ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ

Η διοργάνωση εκδηλώσεων έχει σειρά από επιπτώσεις - θετικές και αρνητικές - στις κοινότητες υποδοχής τους. Αποτελεί καθήκον του διοργανωτών ο εντοπισμός, η πρόβλεψη και η διαχείριση των επιπτώσεων αυτών για την τήρηση των απαραίτητων ισορροπιών ώστε ο συνολικός αντίκτυπος της εκδήλωσης να είναι θετικός. Για να επιτευχθεί αυτό, όλες οι υπό πρόβλεψη θετικές επιπτώσεις πρέπει να αναπτυχθούν και να μεγιστοποιηθούν ενώ οι αρνητικές επιπτώσεις να ελαχιστοποιηθούν. Οι αρνητικές επιπτώσεις μπορούν να αντιμετωπιστούν μέσω έγκαιρων παρεμβάσεων και καλού προγραμματισμού. Τελικά, η επιτυχία της εκδήλωσης εξαρτάται από την

επίτευξη αυτού του θετικού ισολογισμού σε όλους τους τομείς που θα αναγνωρισθεί από το σύνολο των εμπλεκομένων στην εκδήλωση. (Bowdin et al., 2006)

Στη βιομηχανία διοργάνωσης εκδηλώσεων συμμετέχει πλήθος φορέων όπως οι δημόσιες αρχές, τοπικοί εμπορικοί και βιομηχανικοί φορείς, μέσα ενημέρωσης και χορηγοί (Larson, 2002). Οι Reid και Arcodia (2002) εντοπίζουν δύο διαφορετικά τμήματα άμεσα ενδιαφερόμενων οι οποίοι διαχωρίζονται σε κύριους και δευτερεύοντες. Οι κύριοι είναι συνήθως οι εθελοντές, οι εργαζόμενοι, οι θεατές και οι χορηγοί ενώ οι δευτερεύοντες από την άλλη πλευρά αποτελούνται από την τοπική διοίκηση, την κοινότητα υποδοχής, τουριστικούς οργανισμούς και γενικά τους επιχειρηματικούς φορείς.

Στην έρευνά τους, Presenza και Iocca (2012) ομαδοποιούν τα διάφορα ενδιαφερόμενα μέρη των εκδηλώσεων ως εξής:

- Μέσα μαζικής ενημέρωσης (τηλεοπτικοί και ραδιοφωνικοί σταθμοί, εφημερίδες και περιοδικά)
- Δημόσιες αρχές (τοπικές αρχές, κρατικές υπηρεσίες, η αστυνομία και άλλες δημόσιες υπηρεσίες)
- Χορηγοί (μεγάλες και μικρές εταιρείες που χρησιμοποιούν την εκδήλωση ως εργαλείο μάρκετινγκ)
- Προμηθευτές εγκαταστάσεων και προϊόντων εξοπλισμού και επισιτισμού
- Επισκέπτες
- Τουριστικές επιχειρήσεις (ξενοδοχεία και άλλα καταλύματα, εστιατόρια, τουριστικοί σύλλογοι)
- Ανεξάρτητες οργανώσεις (απασχολούνται εργασίες για την οργάνωση και την προώθηση του φεστιβάλ)

Η συνεργασία και η επικοινωνία μεταξύ των διαφόρων φορέων που εμπλέκονται στη διοργάνωση εκδηλώσεων θεωρείται εξαιρετικά σημαντική. Οι Hakansson και Snehota (2006) είναι της γνώμης ότι όταν αυτή επιτυγχάνεται οδηγεί στη δημιουργία θετικών εντυπώσεων για τους συμμετέχοντες ενώ είναι επίσης ευεργετική για την τοπική κοινότητα, τους επιχειρηματίες και τους επισκέπτες.

Οι D'Angella και Go (2009) εντόπισαν πολλά διαφορετικά οφέλη για τα ενδιαφερόμενα μέρη όπως η δημιουργία οικονομιών κλίμακας, η ανάπτυξη σταθερών συνεργασιών, η μείωση της εποχικότητας στην εργασία με αφορμή την εκδήλωση, η αύξηση του ποσοστού πληρότητας στις τουριστικές επιχειρήσεις όλο το χρόνο και η σημαντική προβολή του τόπου. Παράλληλα οι Burns και Howard (2003) προσθέτουν την αύξηση των ευκαιριών απασχόλησης σε τοπικό επίπεδο, τη βελτίωση της ποιότητας των υφιστάμενων υποδομών και την κατασκευή νέων και την αύξηση του επιπέδου ασφάλειας που λειτουργούν ευεργετικά για το σύνολο των κατοίκων της περιοχής.

Από τα παραπάνω διαπιστώνεται ότι η διοργάνωση εκδηλώσεων διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στη ζωή των κοινοτήτων (Viviers, 2010) και προκειμένου τα συγκεκριμένα γεγονότα να είναι επιτυχή είναι απαραίτητη η ενεργός συμμετοχή του συνόλου ή του μεγαλύτερου μέρους του τοπικού κοινωνικού ιστού (Viviers, 2010). Η στάση των κατοίκων απέναντι στις εκδηλώσεις είναι σημαντική καθώς είναι οι ίδιοι οι οποίοι επηρεάζονται άμεσα από τον αντίκτυπό τους, με τη σχέση που αναπτύσσεται να είναι αμφίδρομη καθώς η στήριξη των κατοίκων και των τοπικών αρχών επιδρά σημαντικά στην επιτυχία τους (Yu et al. 2012). Παράλληλα οι Janeczko et al (2002) αναφέρουν ότι υπάρχει άμεση σχέση μεταξύ του μεγέθους ή της κλίμακας του γεγονότος και του αντίκτυπου που προέρχεται από αυτό σε κοινωνικούς και οικονομικούς όρους.

2.4 ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ

Οι κοινωνικές επιπτώσεις της διοργάνωσης εκδηλώσεων αναφέρονται σε αλλαγές στο σύστημα αξιών, τις νόρμες, τις πεποιθήσεις, τις αντιλήψεις, τα ήθη και τη συμπεριφορά και την ποιότητα ζωής των κατοίκων της περιοχής οι οποίες μπορεί να είναι είτε θετικές είτε αρνητικές (Viviers & Slabbert, 2012).

Η Διεθνής Ένωση για την εκτίμηση των επιπτώσεων-IAIA (2003) τονίζει ότι ως κοινωνικές επιπτώσεις ορίζονται οι αλλαγές που συμβαίνουν σε ένα ή περισσότερα από τα ακόλουθα:

- ✓ Στον τρόπο ζωής της κοινωνίας, που προσδιορίζεται με βάση τους όρους καθημερινής διαβίωσης, εργασίας και αλληλεπίδρασης των ατόμων
- ✓ Στην κοινωνική κουλτούρα, που αφορά τις πεποιθήσεις, τα έθιμα και τις αξίες που μοιράζονται τα άτομα
- ✓ Στην κοινωνική συνοχή και σταθερότητα και τον χαρακτήρα των σχέσεων μεταξύ των ατόμων μεταξύ τους και ανάμεσα στα άτομα και τις διοικητικές δομές
- ✓ Στο πολιτικό σύστημα, που αποτυπώνεται στο βαθμό στον οποίο οι άνθρωποι έχουν τη δυνατότητα να συμμετέχουν σε αποφάσεις που επηρεάζουν τη ζωή τους, στο επίπεδο εκδημοκρατισμού της κοινωνίας και τους πόρους που δαπανώνται για το σκοπό αυτό
- ✓ Στο περιβάλλον, που αφορά την ποιότητα των υπηρεσιών που λαμβάνουν τα άτομα, σε όρους ποιότητας ζωής και επιπέδου ασφάλειας
- ✓ Στην σωματική και ψυχική υγεία των πολιτών
- ✓ Στην οικονομική ευημερία και ευμάρεια των πολιτών
- ✓ Στις προσδοκίες των ατόμων για το μέλλον τους και των οικογενειών τους καθώς και για το μέλλον της κοινότητας συνολικά

Οι εκδηλώσεις αυξάνουν το αίσθημα υπερηφάνειας των πολιτών για τον τόπο τους ενώ επιδρούν στη διαδικασία δημιουργίας ενιαίας πολιτιστικής ταυτότητας (Gürsoy et al., 2004). Οι Fredline και Deery (2005) προσθέτουν ότι η διοργάνωση εκδηλώσεων τοπικού χαρακτήρα ενισχύει τους δεσμούς μεταξύ των κατοίκων αλλά και το πνεύμα φιλοξενίας των πολιτών, ενώ επιπρόσθετα οι εκδηλώσεις παρέχουν την ευκαιρία οι πολίτες να αναπτύξουν σχέσεις με τους εθελοντές, τους συμμετέχοντες, τους θεατές και τους τουρίστες που προσελκύνονται. Επιπλέον η συνολική εικόνα της τοπικής κοινότητας επίσης βελτιώνεται χάρη στις ευρύτερες προοπτικές ανάπτυξης που παρουσιάζονται με αντικείμενο το συγκεκριμένο γεγονός.

Παράλληλα, δίνεται η δυνατότητα στους κατοίκους της περιοχής να έχουν την ευκαιρία να συμμετάσχουν και οι ίδιοι ως θεατές, εθελοντές ή ακόμη και ως διοργανωτές στην εκδήλωση, διαταράσσοντας με θετικό τρόπο την καθημερινή τους ρουτίνα (Jayaswal, 2009).

Συνοψίζοντας τα παραπάνω ο Delamere (2001) συγκεντρώνει τα οφέλη που προκύπτουν από τη διοργάνωση εκδηλώσεων σε κοινοτικό και προσωπικό επίπεδο:

Οφέλη για την κοινότητα

- ❖ Βελτίωση της εξωτερικής εικόνας της κοινότητας
- ❖ Συνεχιζόμενος θετικός πολιτισμικός αντίκτυπος
- ❖ Η κοινότητα καθίσταται μοναδική και ξεχωριστή
- ❖ Αυξημένη αίσθηση κοινωνικής ευημερίας
- ❖ Θετική αναγνώριση από τρίτους
- ❖ Βελτίωση της κοινωνικής συνοχής
- ❖ Βελτίωση της ποιότητας ζωής στην κοινότητα.

Προσωπικά οφέλη

- ❖ Περισσότερες ευκαιρίες για ψυχαγωγία
- ❖ Προβολή νέων ιδεών και ανταλλαγή απόψεων
- ❖ Ευκαιρίες για νέες εμπειρίες
- ❖ Δυνατότητα συμμετοχής σε πολιτιστικές εκδηλώσεις
- ❖ Προσωπική αίσθηση υπερηφάνειας και αναγνώρισης μέσω της συμμετοχής για την επιτυχία της διοργάνωσης
- ❖ Ψυχική ανάταση και υγεία
- ❖ Ευκαιρία για ανάπτυξη νέων πολιτιστικών δεξιοτήτων

Στον αντίποδα παρουσιάζεται και μια σειρά αρνητικών κοινωνικο-πολιτιστικών επιπτώσεων που μπορεί να επηρεάσουν την τοπική κοινότητα. Αυτές αναφέρονται κατά κύριο λόγο στη διατάραξη της κανονικότητας των ρυθμών ζωής των πολιτών καθώς και στην περιστολή της ιδιωτικότητας τους (Fredline & Deerey, 2005). Επίσης στις περιπτώσεις των μεγάλων και διευρυμένων εκδηλώσεων παρατηρούνται προβλήματα τα οποία σχετίζονται με την κυκλοφορία στους αυτοκινητοδρόμους, με υψηλά επίπεδα θορύβου, ζητήματα αυξημένης περιβαλλοντικής επιβάρυνσης μέσω της αύξησης των ρύπων και ιδιαίτερη επιβάρυνση στις τοπικές υποδομές (Gürsoy et al., 2004).

Οι Viviers και Slabbert (2012) προσθέτουν ακόμη μεγαλύτερης έντασης επιπτώσεις όπως την αύξηση της εγκληματικότητας, την κατάχρηση αλκοόλ και ουσιών και την αυξημένη επικινδυνότητα σε όρους καθημερινής ζωής, με τον Kreag (2001) να υπερθεματίζει επ' αυτού αναφέροντας ότι παράνομες δραστηριότητες τείνουν να αυξάνονται στις περιπτώσεις εκδηλώσεων που πωλείται αλόγιστα αλκοόλ, η σύνθεση των επισκεπτών και συμμετεχόντων αποτελείται κυρίως από άτομα νεαρής ηλικίας και το θέμα της εκδήλωσης αφορά πολιτιστικά δρώμενα. Άλλη δυνητική αρνητική επίπτωση της διοργάνωσης εκδηλώσεων είναι η παρουσίαση συγκρούσεων μεταξύ ντόπιων και επισκεπτών που αναπτύσσονται λόγω κοινωνικών, πολιτισμικών και πολιτικών διαφορών (Page, 2009).

2.5 ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ

Οι εκδηλώσεις συμβάλλουν σημαντικά στον τομέα του τουρισμού και επιδρούν σημαντικά στην τοπική τουριστική ανάπτυξη (Getz, 2008). Παρόλα αυτά ξεκίνησαν να αξιοποιούνται ως μοχλός τουριστικής ανόρθωσης μόλις μερικές δεκαετίες πριν. Είναι χαρακτηριστικό ότι κατά τη δεκαετία του 1980 και 1990 όπου ο τουρισμός γνώρισε σημαντική άνθηση οι τοπικές αρχές δεν προσανατολιζόταν στην αξιοποίηση των εκδηλώσεων σαν τουριστικό εργαλείο στο βαθμό που συμβαίνει σήμερα. Κατά κύριο λόγο η συγκεκριμένη δραστηριότητα άρχισε να σχηματοποιείται μετά τη δεκαετία του 2000 (Getz, 2008).

Σήμερα, η σημασία της πολιτιστικών αξιοθέατων και εκδηλώσεων για την προώθηση της περιφερειακής οικονομικής ανάπτυξης και ειδικά του τουρισμού είναι σαφώς αναγνωρισμένη (Richards, 2003). Οι επισκέπτες ενδιαφέρονται για πολιτιστικά δρώμενα αναζητώντας εμπειρίες οι οποίες προέρχονται από τη συμμετοχή σε τοπικές διοργανώσεις (Agarwal & Brunt, 2006). Οι Bjeljac et al. (2013) ορίζουν τον τουρισμό ειδικών εκδηλώσεων ως δημόσιες παραστάσεις με τη μορφή ενός ή περισσότερων γεγονότων με το ίδιο ή διαφορετικό περιεχόμενο, που αφορούν διαφορετικές κατηγορίες ατομικών ενδιαφερόντων και που ξεχωρίζουν για την ιδιαιτερότητα και ελκυστικότητα τους και οργανώνονται σε περιοχές ειδικού ενδιαφέροντος με σαφώς προσανατολισμένο περιεχόμενο και σε αναγνωρίσιμη ημερομηνία.

Ένας από τους πιο συχνά χρησιμοποιούμενους ορισμούς του τουρισμού ειδικών εκδηλώσεων είναι αυτό του Getz (1997), ο οποίος αναφέρει ότι πρόκειται για τη διαδικασία συστηματικού σχεδιασμού, ανάπτυξης, και εκδηλώσεων με στόχο την προβολή τουριστικών αξιοθέατων, την προσέλκυση εναλλακτικών τουριστών και εν τέλει την προώθηση της οικονομικής ανάπτυξης μια συγκεκριμένης περιοχής μέσω προγραμματισμένου σχεδίου. Ο Masberg (1998) ορίζει ως τουρίστες ειδικών εκδηλώσεων τα άτομα τα οποία παραβρίσκονται στις εκδηλώσεις για ευχαρίστηση ή εργασία ή ακόμη και τους επισκέπτες που παρευρίσκονται έστω και για μία διανυκτέρευση στις εκδηλώσεις.

Όπως και κάθε άλλη μορφή προϊόντος έτσι και ο τουρισμός ειδικού ενδιαφέροντος θα πρέπει να εξετάζεται υπό όρους προσφοράς και ζήτησης (Getz, 2008). Από την πλευρά της προσφοράς, οι προορισμοί αναπτύσσουν και προωθούν εκδηλώσεις για την επίτευξη διαφορετικών στόχων:

- Για την άμεση προσέλκυση τουριστών
- Ως μέσω άσκησης πίεσης στην κεντρική διοίκηση για την βελτίωση των τουριστικών υποδομών τους
- Για την προβολή και προώθηση της εικόνας του προορισμού
- Για την γενική εμπορική προώθηση των προϊόντων και αξιοθέατων του τόπου

Από την πλευρά της ζήτησης, είναι σημαντικό να καθοριστεί η ομάδα ενδιαφέροντος που σχετίζεται με το παρεχόμενο τουριστικό προϊόν (ποιος ταξιδεύει για τη συμμετοχή στις εκδηλώσεις και γιατί), καθώς επίσης και να αξιολογηθεί η ικανοποίηση που λαμβάνουν οι συμμετέχοντες στις εκδηλώσεις (Getz, 2008).

Η διοργάνωση εκδηλώσεων μπορεί να επηρεάσει την κοινότητα υποδοχής τόσο θετικά όσο και αρνητικά και σε οικονομικό επίπεδο. Οι εκδηλώσεις προσελκύουν επισκέπτες τόσο από την ευρύτερη περιοχή όσο και από απομακρυσμένες περιοχές εντός και εκτός συνόρων με αποτέλεσμα τη σημαντική αύξηση των εσόδων των τοπικών επιχειρήσεων (Chalip & Layns, 2002). Τα έσοδα αυτά με τη σειρά τους μπορούν να προσφέρουν νέες θέσεις απασχόλησης και επαγγελματικές ευκαιρίες.

Επιπρόσθετα, αυξάνονται τα φορολογικά έσοδα που προκύπτουν, μέρος των οποίων μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την ανάπτυξη των υποδομών σε τοπικό επίπεδο (Gürsoy et al., 2004). Παράλληλα, με στόχο την αποφυγή προβλημάτων κατά την περίοδο των εκδηλώσεων οι δημόσιοι φορείς προβαίνουν σε βελτιώσεις των υπηρεσιών που προσφέρουν όπως η ποιότητα της ύδρευσης και αποχέτευσης, η εικόνα των δρόμων και των πλατειών, η κατασκευή χώρων στάθμευσης, οι υπηρεσίες υγιεινής και καθαριότητας και οι υπηρεσίες μαζικής μεταφοράς που ωφελούν την εμπορική εικόνα της τοπικής κοινότητας (Kreag, 2001).

Παράλληλα η τοπική εμπορική και οικονομική ανάπτυξη ενισχύεται μέσω της έκθεσης που λαμβάνει η περιοχή από τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης αλλά και της βελτίωσης των επιχειρηματικών σχέσεων των μη τουριστικών επιχειρήσεων που προκύπτει από την αύξηση της καταναλωτικής ζήτησης (Kim & Petrick, 2005). Σύμφωνα τους Andereck et al. (2005) θετικές οικονομικές επιπτώσεις που προκύπτουν από τη διοργάνωση των εκδηλώσεων οδηγούν εκτός από την αύξηση της κερδοφορίας των επιχειρήσεων στη βελτίωση συνολικά του βιοτικού επιπέδου και της ποιότητας ζωής της κοινότητας.

Φυσικά, σε αρκετές περιπτώσεις η υπερβολική προβολή των διοργανώσεων επιδρά σε κάποιο βαθμό και αρνητικά καθώς ο συγκεκριμένος προορισμός αναγνωρίζεται ως θεματικού χαρακτήρα αποτρέποντας συγκεκριμένες κατηγορίες τουριστών από το να τον επισκεφθούν. Επιπλέον οι Andereck et al. (2005), επισημάνουν ότι υπό συγκεκριμένους όρους αυξάνεται το κόστος διαβίωσης στην περιοχή μέσω των αυξήσεων στις τιμές των αγαθών και των υπηρεσιών που παρέχονται σαν αποτέλεσμα της αυξημένης ζήτησης. Τέλος, ο Kreag (2001) πρόσθεσε η αύξηση της απασχολησιμότητας και των ευκαιριών για εργασία σε αρκετές περιπτώσεις δε συνοδεύεται και από αντίστοιχες αυξήσεις στους μισθούς των εργαζομένων, ενώ συχνά παρατηρούνται ιδιαίτερα υψηλά ποσοστά υποαπασχόλησης και ανεργίας σε off-season χρονικές περιόδους.

2.6 ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΑΘΛΗΤΙΚΩΝ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ ΣΕ ΤΟΠΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ

Το μέγεθος των αθλητικών εκδηλώσεων προσδιορίζεται και εξαρτάται άμεσα από τον αριθμό των συμμετεχόντων σε αυτές διαχωρίζοντας τις σε μικρού, μεσαίου και μεγάλου μεγέθους. Από το μέγεθος του αθλητικού γεγονότος καθορίζεται και η έκταση της δημοσιότητας που λαμβάνει η οποία είναι σημαντική όχι μόνο για την ένταση των πιθανών βραχυπρόθεσμων και μακροπρόθεσμων επιδράσεων του αλλά και για τον αριθμό των άμεσα και έμμεσα εμπλεκομένων σε αυτό.

Η υπάρχουσα αρθρογραφία καταλήγει ότι οι κοινωνικές και ιδιαίτερα οι οικονομικές επιπτώσεις των αθλητικών διοργανώσεων παρουσιάζουν θετικό πρόσημο και ως εκ τούτου οι τοπικές κοινότητες θα πρέπει να αναλαμβάνουν ανάλογου είδους δραστηριότητες. Οι Μαραθώνιοι δρόμοι τοπικού χαρακτήρα συνήθως διοργανώνονται σε ετήσια βάση. Στις περισσότερες περιπτώσεις αποτελούν ιδέα ενός ατόμου ή μιας ομάδας ατόμων η οποία υλοποιείται με την αρωγή της τοπικής διοίκησης. Η επιτυχία του γεγονότος εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από την ανταπόκριση των πολιτών οι οποίοι καλούνται να συνδράμουν στην επιτυχία του γεγονότος σε συνεργασία πάντα με τις τοπικές αρχές. Ιδανικά στις περιπτώσεις όπου η παρθενική διοργάνωση στέφεται από επιτυχία αποφασίζεται η καθιέρωση της αφού προσμετρηθούν οι θετικές και αρνητικές κοινωνικές και οικονομικές επιπτώσεις της.

Οι περισσότερες μελέτες εξετάζουν τις οικονομικές επιπτώσεις των μαραθωνίων. Μια τέτοια μελέτη είναι αυτή των Gratton et al. (2005) οι οποίοι εξετάζοντας με τη χρήση ερωτηματολογίου τα αποτελέσματα 10 μαραθωνίων στο Ηνωμένο Βασίλειο παρατηρούν ότι αυτοί οδηγούν σε αύξηση της τοπικής ζήτησης σε βραχυχρόνιο επίπεδο και κυρίως σε προϊόντα και υπηρεσίες εστίασης και διαμονής αλλά και σε είδη ρουχισμού. Οι Wicker et al. (2012) με τη σειρά τους εκτίμησαν τον αντίκτυπο τριών διοργανώσεων μαραθωνίου στη Γερμανία και πιο συγκεκριμένα στις χώρες της Κολωνίας, της Βόννης και του Ανόβερο, μελετώντας παράλληλα και την πρόθεση των συμμετεχόντων και των θεατών να ξαναεπισκεφθούν την πόλη. Παρατήρησαν σημαντικές διαφοροποιήσεις στις οικονομικές επιπτώσεις των αθλητικών γεγονότων καθώς όσο μεγαλύτερο μέγεθος ήταν αυτά τόσο περισσότερο αυξημένος ήταν ο

θετικός αντίκτυπος τους για την οικονομία των πόλεων. Σε άλλη μελέτη οι Kruger και Saayman (2012) μελετώντας την περίπτωση του μαραθωνίου των «Δύο Ωκεανών» που διοργανώνεται στο Κέιπ Τάουν της Νοτίου Αφρικής παρουσιάζουν το θετικό αντίκτυπο που προκύπτει για την οικονομία των πόλεων όταν η επίσκεψη των ατόμων σε αυτές με αφορμή αθλητικά γεγονότα συνδυάζεται με υψηλή πελατειακή ικανοποίηση και ποιοτικές υπηρεσίες μεταφοράς και διαμονής.

Ο Davakos (2007) μέτρησε τις οικονομικές επιπτώσεις το μαραθωνίου Cooper River Bridge Run που διοργανώνεται στην περιοχή Νότιας Καρολίνας και ειδικά στην πόλη του Τσάρλεστον. Ο συνολικός οικονομικός αντίκτυπος του Μαραθωνίου του 2004 υπολογίζεται σε 14,3 εκατομμύρια δολάρια δημιουργώντας 336 τοπικές θέσεις εργασίας. Επιπλέον οι Brewer και Freeman (2015) υπολόγισαν τη μέση ημερήσια δαπάνη του μαραθωνίου του «Gainesville» στη Φλόριντα σε 80 δολάρια ανά επισκέπτη με την τόνωση της τοπικής οικονομία την περίοδο πριν, κατά τη διάρκεια και μετά τη διοργάνωση να είναι αξιοσημείωτη.

Οι Cobb και Olberding (2007) αναλύουν τις οικονομικές επιπτώσεις του Cincinnati Flying Pig Marathon το 2006 δίνοντας έμφαση στις δαπάνες των ντόπιων και των επισκεπτών. Παρατηρούν ότι το 25% των δαπανών αντιστοιχούσαν σε ντόπιο πληθυσμό, ενώ το υπόλοιπο 75% σε επισκέπτες. Μάλιστα οι ντόπιοι εμφανίστηκαν δυσαρεστημένοι από τις ανατιμήσεις των προϊόντων κατά τη διάρκεια της διοργάνωσης, ενώ γενικά το επίπεδο τιμών στην περιοχή εκτιμήθηκε ως φυσιολογικό από μέρους των επισκεπτών.

Ο Soderberg (2014) εξέτασε μια άλλη σημαντική πτυχή των μαραθωνίων όπως το κόστος συμμετοχής. Το κόστος συμμετοχής επιδρά άμεσα στα χαρακτηριστικά που λαμβάνουν οι διοργανώσεις καθώς από αυτό προσδιορίζεται τόσο η ίδια η ζήτηση για συμμετοχή σε αυτές όσο και η εμπορική ζήτηση σε τοπικό επίπεδο.

Οι Rose και Spiegel (2011), αναλύουν την επίδραση των Ολυμπιακών Αγώνων στις τοπικές οικονομίες καταλήγοντας στο συμπέρασμα ότι τέτοιου είδους μεγάλα γεγονότα έχουν σημαντικές επιπτώσεις αλλάζοντας εκ θεμελίων τη δομή των τοπικών οικονομιών. Σύμφωνα με τους συγγραφείς, μια πόλη / χώρα που αποφασίζει να υποβάλει υποψηφιότητα και να υποδεχθεί ένα τέτοιου μεγέθους αθλητικό γεγονός

αποστέλλει σαφές μήνυμα ότι είναι ανοικτή για τις επιχειρήσεις. Η επιτυχημένη διοργάνωση τέτοιων εκδηλώσεων ενισχύει το εμπορικό σήμα της πόλης ενώ διαπιστώνεται ότι αυτό συμβαίνει ακόμη και όταν η πόλη εν τέλει δεν αναλαμβάνει τη διοργάνωση.

Ο θετικός οικονομικός αντίκτυπος των διοργανώσεων αθλητισμού προέρχεται από τρεις αλληλένδετες πηγές. Η πρώτη αναφέρετε στην τόνωση της τουριστικής κίνησης όχι μόνο την περίοδο που συμβαίνει το γεγονός, αλλά και στο μακροπρόθεσμο μέλλον με την αύξηση των τουριστικών αφίξεων. Σε δεύτερο επίπεδο τονίζεται ότι η δημοσιότητα των εκδηλώσεων αυξάνει το ενδιαφέρον και ως εκ τούτου τη ζήτηση για τα τοπικά προϊόντα με αποτέλεσμα την αύξηση των εξαγωγών. Τέλος η τρίτη και σημαντικότερη πηγή είναι η προσέλκυση επενδύσεων από εγχώριες και διεθνείς επιχειρήσεις με σημαντική ροή κεφαλαίων προς την περιοχή, γεγονός που βελτιώνει μακροπρόθεσμα τα επίπεδα του ΑΕΠ σε τοπική κλίμακα.

Σχετικά με τις κοινωνικές επιπτώσεις της διοργάνωσης αθλητικών γεγονότων τοπικού χαρακτήρα η υπάρχουσα βιβλιογραφία είναι επίσης πλούσια. Αρχικά ο Presuss (2000) εστιάζει στα οφέλη που προκύπτουν από τη συμμετοχή των πολιτών σε δράσεις εθελοντισμού καθώς έχει σαν αποτέλεσμα την ενίσχυση του αισθήματος προσφοράς προς τον τόπο τους και την ψυχικής τους ανάτασης που προκύπτει από τη συνεύρεση με άλλους συμπολίτες. Ο Jill (2001), τονίζει ότι ο εθελοντισμός έχει ιδιαίτερη κοινωνική αξία και αυξάνει την κοινωνική συνοχή ενώ παράλληλα μειώνονται τα έξοδα των τοπικών αρχών για τη διοργάνωση των αγώνων, παρέχοντας έτσι στους συμμετέχοντες εθελοντές την αίσθηση ότι προσφέρουν στην τοπική οικονομία.

Στη μελέτη τους οι Sims και D'Mello (2005), σημειώνουν τις αρνητικές επιπτώσεις της διοργάνωσης αθλητικών γεγονότων και τις αντιθέσεις που ενδεχόμενα να προκύψουν από ομάδες ατόμων καθώς σε τέτοιες περιόδους αυξάνεται η ρύπανση, η ηχορύπανση και η εγκληματικότητα προβάλλοντας το παράδειγμα του Σύνδνεϋ το οποίο φιλοξένησε τους Ολυμπιακούς Αγώνες του 2000. Παράλληλα, τονίζουν ότι το πρόβλημα της ρύπανσης είναι ιδιαίτερα σημαντικό σε περιοχές που βρίσκονται κοντά σε έργα υποδομής των οποίων οι κάτοικοι βιώνουν αντίξοες καταστάσεις για χρόνια πριν την έναρξη των αγώνων.

Ο Ford (2002) προβάλλει την αθλητική κουλτούρα που δημιουργείται λόγω της διοργάνωσης των αγώνων. Με αφορμή και το χτίσιμο νέων εγκαταστάσεων αυξάνεται η συμμετοχή των πολιτών και ιδιαίτερα της νεολαίας σε αθλητικούς συλλόγους, γεγονός που έχει άμεσο αντίκτυπο στην ψυχική και σωματική υγεία του πληθυσμού. Τέλος, ο Smith (2009) τονίζει την ανάπτυξη διοικητικών ικανοτήτων και ικανοτήτων προγραμματισμού από τα στελέχη της κεντρικής διοίκησης των πόλεων ώστε να μπορούν να οργανώσουν σωστά τις αθλητικές διοργανώσεις, ενώ παράλληλα παρουσιάζει ότι οι πρωτοβουλίες διαφήμισης του τόπου οδηγούν στη δημιουργία φήμης και καλόβουλης προβολής.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΜΕΘΟΔΟΣ

3.1 ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ - ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ

Ο όρος μεθοδολογία έχει οριστεί από τον Jankowicz (2005) ως «η ανάλυση και η λογική μίας συγκεκριμένης μεθόδου ή μεθόδων που χρησιμοποιούνται σε μία μελέτη και στις μελέτες γενικά». Σκοπός της επιστημονικής έρευνας είναι η δημιουργία νέας επιστημονικής γνώσης, η επιβεβαίωση θεωριών και η επεξήγηση φαινομένων και η πρόσθεση επικαιροποίησης στοιχείων στην ήδη υπάρχουσα γνώση (Selltiz et al, 1976).

Η επιστημονική έρευνα διαχωρίζεται σε δύο βασικές επιμέρους κατηγορίες, την ποσοτική και την ποιοτική. Η ποιοτική έρευνα εξετάζει τα χαρακτηριστικά ενός συγκεκριμένου φαινομένου, αξιολογώντας συμπεριφορές και αντιλήψεις, με τη σε βάθος μελέτη της συμπεριφοράς και των αντιλήψεων μικρών ομάδων ατόμων με τη συλλογή και ανάλυση μη ποσοτικοποιημένων δεδομένων (Lewis, 2003). Η ποσοτική έρευνα χρησιμοποιεί αριθμητικά δεδομένα αυξημένου ερευνητικού δείγματος και προϋποθέτει την κατασκευή δομημένων ερευνητικών εργαλείων με απώτερο στόχο την αναγωγή των αποτελεσμάτων που προκύπτουν από τη μελέτη του ερευνητικού δείγματος στο σύνολο του στατιστικού πληθυσμού (Newman, 2005).

Στην ποσοτική έρευνα, δίνεται η δυνατότητα με τη χρήση περιγραφικών και επαγωγικών στατιστικών εργαλείων να εξαχθούν ασφαλή συμπεράσματα σχετικά με την τάση της συμπεριφοράς του ερευνητικού δείγματος αλλά και η αποτύπωση της ύπαρξης ή μη μονόδρομων και αμφίδρομων σχέσεων αιτιότητας, συσχέτισης και επιρροής μεταξύ μεταβλητών (Newman, 2005). Απαραίτητο συστατικό στοιχείο για τη διενέργεια ποσοτικών ερευνών είναι η ύπαρξη του αναγκαίου θεωρητικού υποβάθρου η εγκυρότητα του οποίου μελετάται με τη χρήση τεχνικών της στατιστικής ώστε να επιχειρηθεί η επιβεβαίωση ή απόρριψη του (Newman, 2005)..

Με τη χρήση της μεθόδου της ποιοτικής έρευνας επιδιώκεται η μελέτη απόψεων, στάσεων και αντιλήψεων υποκειμενικού χαρακτήρα καθώς και προσωπικών εμπειριών ατόμων μέσω λεκτικής επικοινωνίας ή παρατήρησης, και η εξαγωγή συμπερασμάτων (Newman, 2005). Με τον τρόπο αυτό επιχειρείται να ερμηνευτούν και να εξηγηθούν οι λόγοι και οι αιτίες ύπαρξης ενός φαινομένου, να αποκαλυφθούν οι σχέσεις και συσχετίσεις ανάμεσα σε κοινωνικά υποκείμενα και ομάδες, να απαντηθούν ερωτήματα «πώς» και «γιατί», έχοντας ως στόχο την ανάλυση, την περιγραφή, την ερμηνεία και την κατανόηση (Ιωσηφίδης 2001).

3.2 ΣΥΓΚΡΟΤΗΣΗ ΤΟΥ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Με γνώμονα το γεγονός ότι η ερευνητική διαδικασία διαχωρίζεται στην καταγραφή, επεξεργασία και ανάλυση των απόψεων των κατοίκων του Ναυπλίου σχετικά με τις κοινωνικές και οικονομικές επιπτώσεις του Μαραθωνίου δρόμου που διοργανώνεται στην πόλη συγκροτήθηκε το αντίστοιχο δείγμα. Το δείγμα των ερωτηθέντων αποτελείται από συνολικό αριθμό 138 παρατηρήσεων, οι απαντήσεις των οποίων συλλέχτηκαν μετά τη φυσική επαφή τους με την ερευνήτρια.

Η συλλογή των δεδομένων πραγματοποιήθηκε με τη μέθοδο της δειγματοληψίας ευκολίας ή ευχέρειας. Ο πληθυσμός της έρευνας προσδιορίζεται σαν το σύνολο των κατοίκων της πόλης του Ναυπλίου, ενώ ο στατιστικός πληθυσμός της έρευνας αποτελείται από το ίδιο σύνολο υποκειμένων. Το σύνολο των ερωτηματολογίων που διαμοιράσθηκαν ισούνται με 220 με το ποσοστό ανταπόκρισης στην έρευνα να αγγίζει το 28,2%

3.3 ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΕΡΓΑΛΕΙΟ

Η έρευνα έχει ανιχνευτικό χαρακτήρα και από τη στιγμή που επιδιώκεται η συλλογή δεδομένων που αναφέρονται σε απόψεις, κρίσεις, στάσεις σε συγκεκριμένο χρονικό διάστημα και στις υπάρχουσες συνθήκες, η μέθοδος που επιλέγεται είναι η επισκόπηση. Ως μεθοδολογικό εργαλείο χρησιμοποιείται το ερωτηματολόγιο, επειδή επιτρέπει τόσο την ποσοτική, όσο και την ποιοτική ανάλυση των δεδομένων, την επεξήγησή τους, αλλά και γιατί δίνει τη δυνατότητα, να γίνουν ομαδοποιήσεις στα αποτελέσματα της έρευνας και να εξαχθούν από αυτές χρήσιμα συμπεράσματα.

Σύμφωνα με τους Cohen και Manion (2000), οι συγκεκριμένες μέθοδοι συλλέγουν δεδομένα σε ένα συγκεκριμένο χρονικό σημείο, αποσκοπώντας να περιγράψουν τη φύση των υπάρχουσών συνθηκών ή να προσδιορίσουν τις σχέσεις που υπάρχουν ανάμεσα σε συγκεκριμένα γεγονότα.

Ο σχεδιασμός ενός καλού ερωτηματολογίου εξαρτάται κατά πολύ από τα στοιχεία που θα περιέχει και από τον τρόπο που παρουσιάζονται οι ερωτήσεις. Είναι σημαντικό να διατυπώνονται οι ερωτήσεις ώστε να είναι κατανοητές από τους συμμετέχοντες στην ερευνητική διαδικασία και να έχουν τέτοια δομή ώστε να ενθαρρύνουν τα υποκείμενα να ολοκληρώσουν τη συμπλήρωσή του. Γενικές, άσκοπες και δύσκολες ερωτήσεις καλό είναι να αποφεύγονται. Η σχεδίαση ενός ερωτηματολογίου είναι μια εξαιρετικά απαιτητική διαδικασία, καθώς η μορφή, η δομή του και ο τρόπος παρουσίασης των ερωτήσεων καθορίζουν σε μεγάλα ποσοστά την επιτυχή έκβαση της έρευνας. (Cohen και Manion, 2000).

Για την αρτιότερη εμφάνιση και παρουσίαση του ερωτηματολογίου της έρευνάς μας, ιδιαίτερη προσοχή δόθηκε ώστε:

- Οι απαντήσεις να δίνονται τσεκάροντας κουτάκια, τακτική με την οποία είναι εξοικειωμένοι οι περισσότεροι ερωτώμενοι.
- Οι ερωτήσεις να είναι αριθμημένες και διαχωρισμένες μεταξύ τους με πλαίσιο.
- Οι ερωτήσεις να μην είναι πυκνογραμμμένες και οι τυπογραφικοί χαρακτήρες να είναι ευανάγνωστοι.

Πριν την αρχική διαμόρφωση του ερωτηματολογίου ο ερευνητής πρέπει να γνωρίζει ότι ως μεθοδολογικό εργαλείο, παρά τα οφέλη που μπορεί να προσδώσει στη διεξαγωγή μιας έρευνας, από μόνο του δεν εγγυάται την ειλικρινή απάντηση των συμμετεχόντων της έρευνας. Είναι ανάγκη να ακολουθεί ο ερευνητής ορισμένες τεχνικές και αρκετές δοκιμές πριν την τελική εφαρμογή του ερωτηματολογίου, προκειμένου, αν όχι να εξαλείψει εντελώς τους κινδύνους, τουλάχιστον να τους περιορίσει. Για το λόγο αυτό το ερωτηματολόγιο, απαιτείται να είναι καλά σχεδιασμένο και οργανωμένο, ώστε να επιτευχθεί:

α. Η εγκυρότητα περιεχομένου (με τη συλλογή πληροφοριών που θα είναι συμβατές με τα ερευνητικά ερωτήματα),

β. Η αξιοπιστία, (να είναι δυνατή η επανάληψη της ερευνητικής διαδικασίας και η οποία αν διενεργηθεί υπό τις ίδιες συνθήκες να δώσει τα ίδια αποτελέσματα) και,

γ. Η αντικειμενικότητα, δηλαδή οι απαντήσεις των υποκειμένων να προέρχονται από την επίδραση που ασκεί το μέσο αυτό στα άτομα.

Οι επιπλέον λόγοι για τους οποίους επιλέχθηκε το ερωτηματολόγιο ως βασικό μεθοδολογικό εργαλείο για την διερεύνηση του θέματος είναι:

- Επιτρέπει την ανωνυμία και το γεγονός ότι οι απαντήσεις δίνονται ανώνυμα, διασφαλίζει την πιθανότητα οι απαντήσεις αυτές να ανταποκρίνονται στις πραγματικές απόψεις των εκπαιδευτικών.
- Παρέχει μεγαλύτερη ακρίβεια στη μέτρηση των απαντήσεων που δίνονται, σε σχέση με τη συνέντευξη, αφού κάθε άτομο απαντά ακριβώς στις ίδιες ερωτήσεις.
- Μπορεί να δοθεί σε μεγάλο δείγμα.
- Η ανάλυση των ερωτηματολογίων είναι ευκολότερη και λιγότερο χρονοβόρα από την ανάλυση των αποτελεσμάτων προφορικών απαντήσεων, δηλαδή της συνέντευξης.
- Το ερωτηματολόγιο δεν έχει ιδιαίτερα μεγάλο κόστος χρόνου, όπως η συνέντευξη. (Cohen & Manion, 2000). Η αξιοπιστία δε της έρευνας προϋποθέτει τη χρήση ενός ενιαίου οργάνου μέτρησης για όλους τους εκπαιδευτικούς

Το ερωτηματολόγιο που διαμορφώθηκε για τις ανάγκες της μελέτης αποτελεί ελληνική μετάφραση του ερευνητικού εργαλείου των Ntloko και Swart (2008) και περιλαμβάνει δύο επιμέρους ενότητες. Στο πρώτο μέρος του ερωτηματολογίου διερευνάται η οπτική των κατοίκων του Ναυπλίου σε σχέση με τη διοργάνωση του Μαραθωνίου. Συγκεκριμένα, διαμορφώνονται 32 δηλώσεις και 10 παράγοντες οι οποίοι αναφέρονται κατά σειρά στα εξής πεδία:

- Ο μαραθώνιος ως ψυχαγωγικό γεγονός (4 δηλώσεις)

- Χρήση του δημοσίου χρήματος (3 δηλώσεις)
- Οικονομικά οφέλη του μαραθωνίου (2 δηλώσεις)
- Διαταραχή της ζωής της τοπικής κοινωνίας (5 δηλώσεις)
- Χρήση των δημοσίων υποδομών (2 δηλώσεις)
- Προώθηση του αισθήματος υπερηφάνειας της τοπικής κοινότητας (3 δηλώσεις)
- Περιβαλλοντικές επιπτώσεις του μαραθωνίου (3 δηλώσεις)
- Προώθηση-διαφήμιση της περιοχής (4 δηλώσεις)
- Επίδραση στα επίπεδα των τιμών (3 δηλώσεις)
- Οφέλη της τοπικής κοινότητας από τον μαραθώνιο (3 δηλώσεις)

Οι ερωτηθέντες καλούνται να δηλώσουν το βαθμό συμφωνίας ή διαφωνίας τους με τις παρουσιαζόμενες δηλώσεις οι απαντήσεις των οποίων προσδιορίζονται μέσω αύξουσας 5βάθμιας κλίμακας Likert (1- Διαφωνώ απόλυτα, 2- Διαφωνώ, 3- Ούτε διαφωνώ-ούτε συμφωνώ. 4- Συμφωνώ, 5- Συμφωνώ απόλυτα).

Στη δεύτερη ενότητα παρουσιάζονται τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των συμμετεχόντων στην έρευνα και συγκεκριμένα το φύλο, η ηλικία τους, το επίπεδο εκπαίδευσης τους, η επαγγελματική τους δραστηριότητα, εάν διαμένουν εντός ή εκτός της πόλης του Ναυπλίου, εάν ασκούν επιχειρηματική δραστηριότητα σε αυτή και ο κλάδος στον οποίο δραστηριοποιούνται.

3.4 ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ

Για τη διερεύνηση των ερευνητικών στόχων της μελέτης χρησιμοποιούνται στατιστικά εργαλεία τόσο της περιγραφικής όσο και της επαγωγικής στατιστικής. Ουσιαστικά το πρώτο μέρος της έρευνας αποτελείται από την παράθεση των αποτελεσμάτων των απαντήσεων του δείγματος με τη χρήση μεθόδων της περιγραφικής στατιστικής. Για την παράθεση των συγκεκριμένων αποτελεσμάτων χρησιμοποιούνται:

- Διαγραμματικές απεικονίσεις με τη μορφή πιτών και ραβδογραμμάτων
- Πίνακες κατανομής συχνοτήτων
- Μέτρα θέσης και διασποράς και συγκεκριμένα ο μέσος και η τυπική απόκλιση

Στο δεύτερο μέρος της στατιστικής μελέτης χρησιμοποιούνται τεχνικές και εργαλεία της επαγωγικής στατιστικής. Έτσι:

- Για την αξιολόγηση της εσωτερικής συνέπειας και αξιοπιστίας του ερευνητικού εργαλείου και των επιμέρους παραγόντων εξάγεται ο συντελεστής Cronbach's Alpha
- Για την εξέταση της ισχύς της κανονικότητας των δεδομένων χρησιμοποιούνται οι έλεγχοι Kolmogorov-Smirnov και Shapiro-Wilk
- Για την διερεύνηση της ύπαρξης και του είδους της συσχέτισης μεταβλητών χρησιμοποιείται ο συντελεστής γραμμικής συσχέτισης Spearman's rho
- Για τη διερεύνηση της ύπαρξης ή μη στατιστικά σημαντικών διαφοροποιήσεων ανάμεσα στους μέσους όρους μεταβλητών οι οποίες προσδιορίζονται με αριθμητική κλίμακα χρησιμοποιείται ο μη παραμετρικός ισοδύναμος έλεγχος της Ανάλυσης Διακύμανσης Μονής Κατεύθυνσης (One Way ANOVA) Kruskal-Wallis H και ο μη παραμετρικός ισοδύναμος έλεγχος του t για ανεξάρτητα δείγματα Mann-Whitney U
- Το επίπεδο σημαντικότητας για τη διενέργεια ελέγχων υποθέσεων προκαθορίζεται να είναι το $\alpha=0,05$

Η διαδικασία σχεδιασμού της έρευνας και καταχώρισης των δεδομένων συμπεριέλαβε τα εξής στάδια:

- Ορισμός ερευνητικών αντικειμένων
- Συλλογή δεδομένων
- Εισαγωγή στον Η/Υ των κωδικοποιημένων στοιχείων- απαντήσεων, ώστε να εξαχθούν και να αναλυθούν τα αποτελέσματα της έρευνας.
- Επανεέλεγχος κωδικοποιημένων δεδομένων

Το λογισμικό το οποίο χρησιμοποιείται για την εξαγωγή των αποτελεσμάτων της έρευνας είναι το στατιστικό πακέτο SPSS 20.0.

3.5 ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΚΑ ΖΗΤΗΜΑΤΑ

Οι βασικές πτυχές που ακολουθήθηκαν κατά την ερευνητική διαδικασία συνοψίζονται ως εξής:

- Εμπιστευτικότητα και ανωνυμία
- Εντιμότητα και εμπιστοσύνη
- Πρόσβαση στα αποτελέσματα της έρευνας
- Πληροφορημένη συναίνεση
- Προστασία σωματικής και ψυχικής ακεραιότητας

Η ερευνητική διαδικασία στηρίχθηκε στο παραπάνω πλαίσιο αποσαφηνίζοντας παράλληλα μέσω εισαγωγικού κειμένου την εμπιστευτικότητα των απαντήσεων των ερωτηθέντων και τη χρησιμοποίησή τους μόνο για εκπαιδευτικούς σκοπούς.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

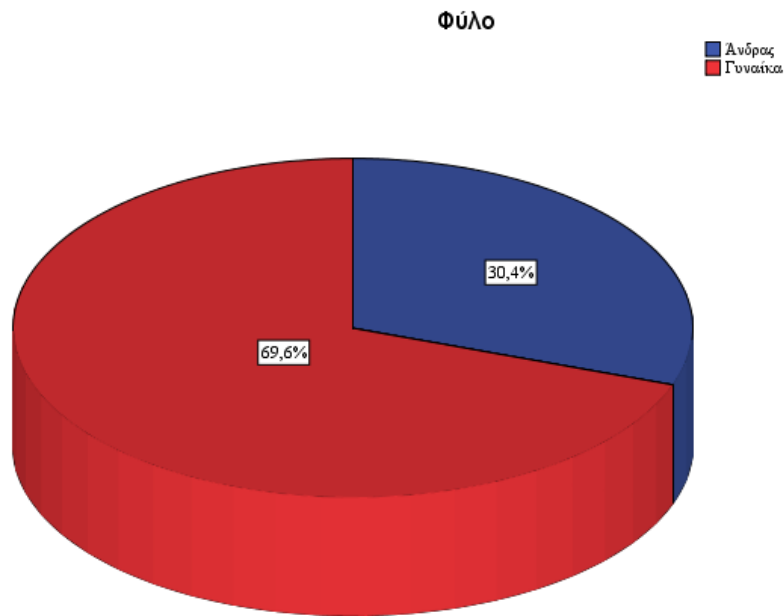
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

4.1 ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΠΕΡΙΓΡΑΦΙΚΗΣ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗΣ

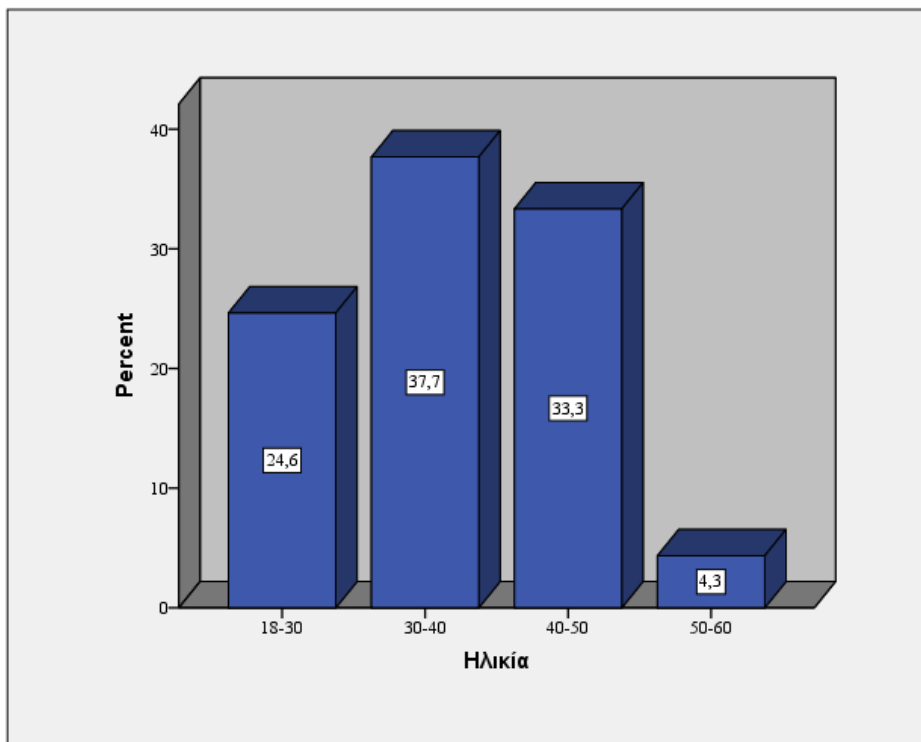
Η παράθεση των αποτελεσμάτων της έρευνας ξεκινά με την αποτύπωση των δημογραφικών και επαγγελματικών χαρακτηριστικών των εργαζομένων του δείγματος. Εν συνεχεία παρουσιάζονται με τη χρήση μεθόδων περιγραφικής στατιστικής τα αποτελέσματα που αφορούν την οπτική των κατοίκων του Ναυπλίου σε σχέση με τη διοργάνωση του μαραθωνίου σε όλους τους εξεταζόμενους παράγοντες. Η ανάλυση ολοκληρώνεται με συσχετίσεις και ελέγχους υποθέσεων για την εξέταση του είδους και της φύσης της συνδιακύμανσης των μέσων βαθμολογιών των παραγόντων της έρευνας και την παρατήρηση ύπαρξης ή μη διαφοροποίησης τους με βάση τα δημογραφικά και επαγγελματικά χαρακτηριστικά των εργαζομένων του δείγματος.

Ξεκινώντας την παράθεση των αποτελεσμάτων της στατιστικής μελέτης και εστιάζοντας στα δημογραφικά χαρακτηριστικά του δείγματος αρχικά παρατηρείται το 69,6% αυτών είναι γυναίκες και το 30,4% άνδρες, ενώ το 24,6% των συμμετεχόντων στην έρευνα είναι ηλικίας 18 έως 30 ετών, το 37,7% ηλικίας 31 έως 40 ετών, το 33,3% ηλικίας 41 έως 50 ετών, και το 4,3% είναι ηλικίας 50 έως 60 ετών.

Γράφημα 1: Φύλο ερωτηθέντων

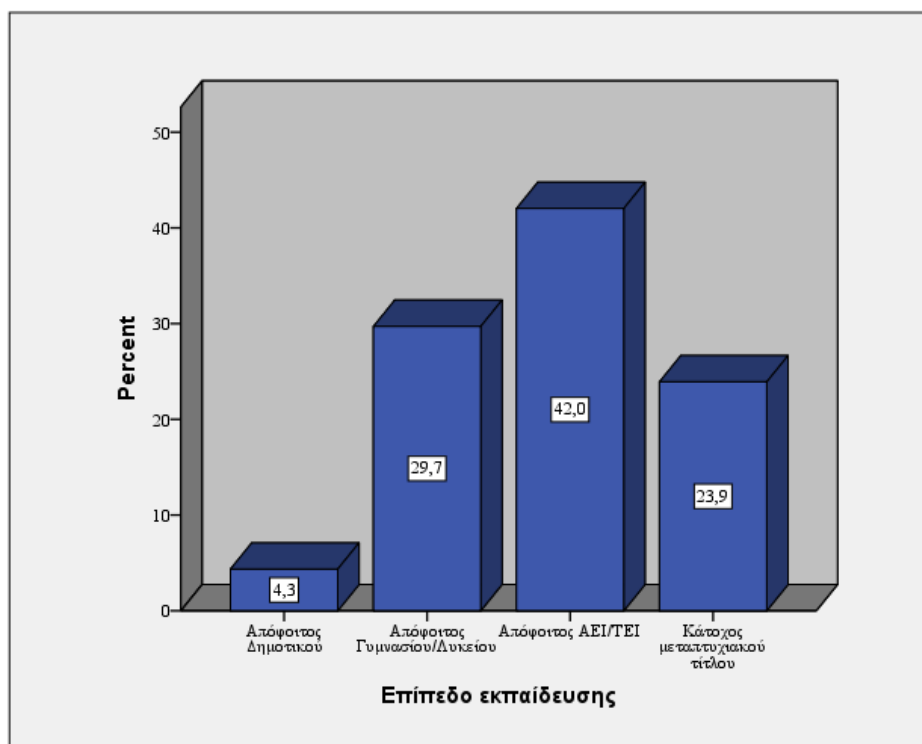


Γράφημα 2: Ηλικιακή κατανομή ερωτηθέντων



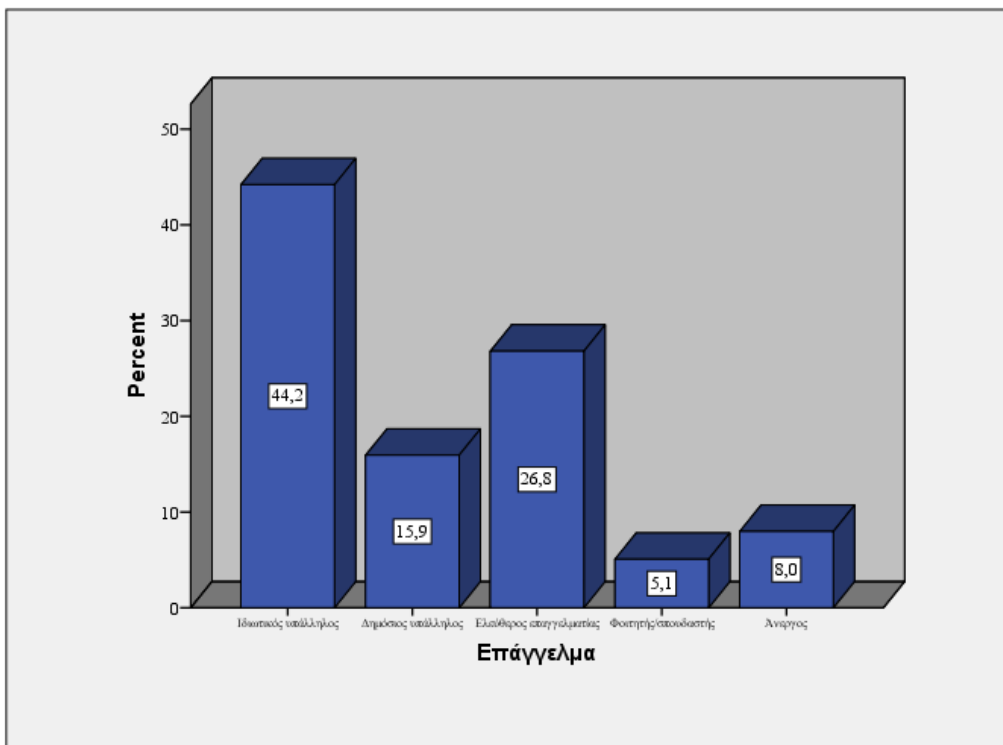
Εν συνεχεία, παρατηρείται ότι το 42,0% των συμμετεχόντων στην έρευνα είναι απόφοιτοι ΑΕΙ ή ΑΤΕΙ, το 29,7% είναι απόφοιτοι Γυμνασίου ή Λυκείου, το 23,9% των ερωτηθέντων είναι κάτοχοι μεταπτυχιακού και το 4,3% απόφοιτοι Δημοτικού.

Γράφημα 3: Επίπεδο εκπαίδευσης ερωτηθέντων



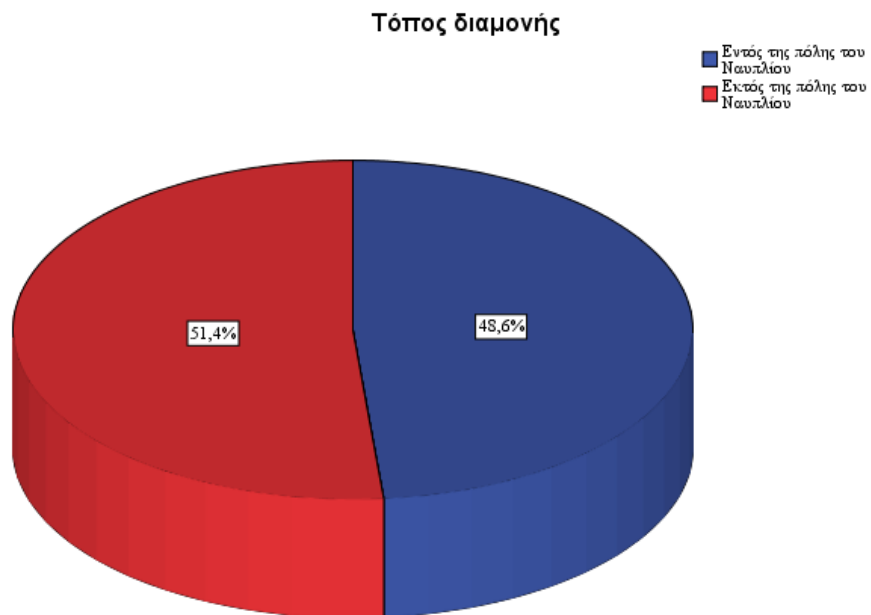
Αναφορικά με το επάγγελμα των ερωτηθέντων προκύπτει ότι το 44,2% του δείγματος αποτελείται από ιδιωτικούς υπαλλήλους, το 15,9% από δημοσίους υπαλλήλους, το 26,8% από ελεύθερους επαγγελματίες, το 5,1% από φοιτητές και το 8,0% από ανέργους.

Γράφημα 4: Επάγγελμα ερωτηθέντων



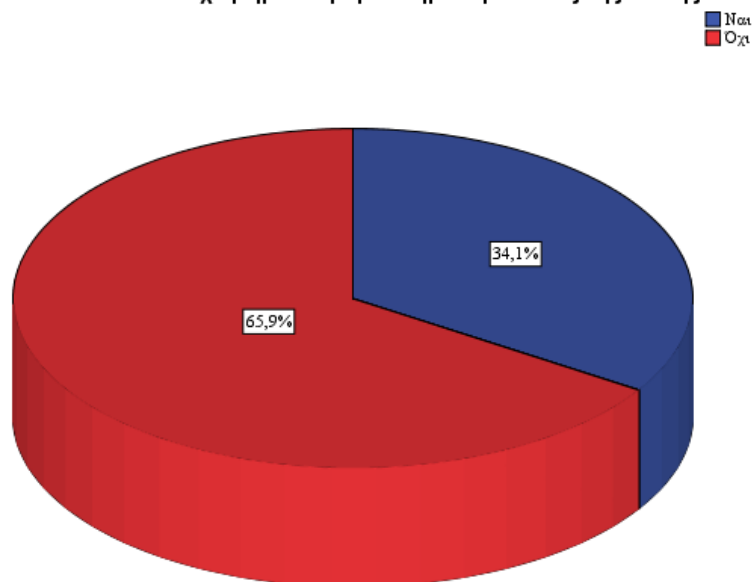
Επίσης, το 51,4% των ερωτηθέντων διαμένει εντός της πόλης του Ναυπλίου και το υπόλοιπο 48,6% εκτός αυτής, ενώ το ποσοστό του δείγματος που ασκεί επιχειρηματική δραστηριότητα εντός της πόλης του Ναυπλίου ισούται με 34,1%.

Γράφημα 5: Τόπος διαμονής ερωτηθέντων



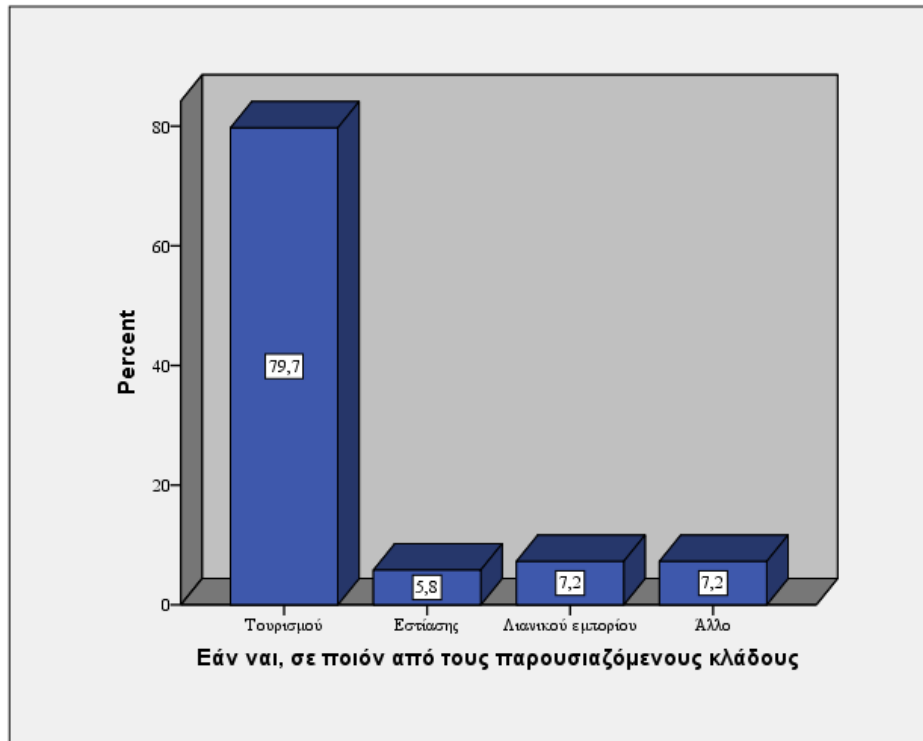
Γράφημα 6: Άσκηση επιχειρηματικής δραστηριότητας

Ασκείτε επιχειρηματική δραστηριότητα εντός της πόλης του Ναυπλίου



Τέλος, παρατηρείται ότι οι συμμετέχοντες στην έρευνα που ασκούν επιχειρηματική δραστηριότητα εντός της πόλης του Ναυπλίου δραστηριοποιούνται σε ποσοστό 79,7% στον τομέα του τουρισμού, το 5,8% αυτών δραστηριοποιείται στον τομέα της εστίασης, το 7,2% στον τομέα του λιανικού εμπορίου και το ίδιο ποσοστό σε άλλους τομείς.

Γράφημα 7: Είδος επιχειρηματικής δραστηριότητας



Περνώντας στο μέρος του ερευνητικού εργαλείου της μελέτης που αναφέρεται στη διερεύνηση της οπτικής των κατοίκων του Ναυπλίου σε σχέση με τη διοργάνωση του μαραθωνίου, αρχικά και όσο αφορά το βαθμό που οι ερωτηθέντες θεωρούν ότι ο μαραθώνιος προσφέρει δυνατότητες ψυχαγωγίας είναι υψηλός καθώς η μέση βαθμολογία του συγκεκριμένου παράγοντα ισούται με 3,92 (T.A.=0,60). Ποιο συγκεκριμένα, παρατηρείται ότι ο μαραθώνιος δίνει σε μεγάλο βαθμό τη δυνατότητα παρακολούθησης ενός ενδιαφέροντος αθλητικού γεγονότος (M.O.=4,07, T.A.=0,76), ενώ ελαφρώς χαμηλότερος είναι ο βαθμός που οι συμμετέχοντες στην έρευνα θεωρούν ότι μαραθώνιος δίνει τη δυνατότητα διασκέδασης με την οικογένεια και τους φίλους (M.O.=3,93, T.A.=0,72) αλλά και ότι αυξάνει τις ευκαιρίες ψυχαγωγίας για τους ντόπιους (M.O.=3,89, T.A.=0,87). Αρκετά υψηλός είναι επίσης ο βαθμός

που οι ερωτηθέντες θεωρούν ότι ο μαραθώνιος παρέχει δυνατότητα για νέες γνωριμίες (Μ.Ο.=3,78, Τ.Α.=0,77).

Πίνακας 1: Μέσες βαθμολογίες του παράγοντα «Δυνατότητες ψυχαγωγίας»

	M.O.	T.A.
Ο μαραθώνιος δίνει τη δυνατότητα παρακολούθησης ενός ενδιαφέροντος αθλητικού γεγονότος	4,07	0,76
Ο μαραθώνιος δίνει τη δυνατότητα διασκέδασης με την οικογένεια και τους φίλους	3,93	0,72
Ο μαραθώνιος μου δίνει τη δυνατότητα για νέες γνωριμίες	3,78	0,77
Ο μαραθώνιος αυξάνει τις ευκαιρίες ψυχαγωγίας για τους ντόπιους	3,89	0,87
Δυνατότητες ψυχαγωγίας	3,92	0,60

Σαφώς χαμηλότερος είναι ο βαθμός που οι ερωτηθέντες θεωρούν ότι λόγω του μαραθωνίου υφίστανται λανθασμένες στρατηγικές στη χρήση του δημοσίου χρήματος (Μ.Ο.=2,65, Τ.Α.=0,66). Ποιο συγκεκριμένα, η μέση βαθμολογία των ερωτηθέντων σχετικά με το βαθμό που ο μαραθώνιος είναι σπατάλη δημοσίου χρήματος είναι σχετικά χαμηλή και ισούται με 2,43 (Τ.Α.=0,96), ενώ ελαφρώς υψηλότερος είναι ο βαθμός που οι πολίτες θεωρούν ότι στο μαραθώνιο ξοδεύονται πολλά χρήματα τα οποία θα μπορούσαν να ξοδευτούν σε άλλες δραστηριότητες (Μ.Ο.=2,57, Τ.Α.=0,81) αλλά και ότι ο μαραθώνιος απαιτεί την αύξηση των δημοσίων δαπανών για αθλητικές δραστηριότητες (Μ.Ο.=2,95, Τ.Α.=0,87).

Πίνακας 2: Μέσες βαθμολογίες του παράγοντα «Χρήση δημοσίου χρήματος»

	M.O.	T.A.
Ο μαραθώνιος είναι σπατάλη δημοσίου χρήματος	2,43	0,96
Στο μαραθώνιο ξοδεύονται πολλά χρήματα τα οποία θα μπορούσαν να ξοδευτούν σε άλλες δραστηριότητες	2,57	0,81
Ο μαραθώνιος απαιτεί την αύξηση των δημοσίων δαπανών για αθλητικές δραστηριότητες	2,95	0,87
Χρήση δημοσίου χρήματος	2,65	0,66

Όσον αφορά το βαθμό αξιοποίησης του μαραθωνίου για τη δημιουργία οικονομικών ωφελειών, παρατηρείται ότι αυτός είναι αρκετά υψηλός με τη μέση βαθμολογία των ερωτηθέντων να ισούται με 3,74 (Τ.Α.=0,63). Παράλληλα, προκύπτει ότι γενικά οι

ερωτηθέντες σε μεγαλύτερο βαθμό ότι μαραθώνιος είναι επωφελής λόγω του ότι βοηθά στην αύξηση του τζίρου (M.O.=4,15, T.A.=0,65) παρά λόγω του ότι δημιουργεί θέσεις εργασίας (M.O.=3,33, T.A.=1,06).

Πίνακας 3: Μέσες βαθμολογίες του παράγοντα «Οικονομικά οφέλη»

	M.O.	T.A.
Ο μαραθώνιος είναι επωφελής για την οικονομία της περιοχής καθώς δημιουργεί θέσεις εργασίας	3,33	1,06
Ο μαραθώνιος είναι επωφελής για τις τοπικές επιχειρήσεις καθώς βοηθά στην αύξηση του τζίρου	4,15	0,65
Οικονομικά οφέλη	3,74	0,63

Εν συνεχεία, προκύπτει ότι ο βαθμός που οι ερωτηθέντες θεωρούν ότι ο μαραθώνιος διαταράσσει τη ζωή της τοπικής κοινωνίας είναι σαφώς χαμηλός (M.O.=2,15, T.A.=0,47). Το σύνολο των στοιχείων που συνθέτουν το συγκεκριμένο παράγοντα λαμβάνουν ιδιαίτερα χαμηλές μέσες βαθμολογίες, με εξαίρεση την περίπτωση της έντασης με την οποία προκαλούνται κυκλοφοριακά προβλήματα και δυσκολίες στη στάθμευση λόγω του μαραθωνίου με το συγκεκριμένο στοιχείο να λαμβάνει σχετικά υψηλότερη μέση βαθμολογία (M.O.=3,02, T.A.=0,90).

Πίνακας 4: Μέσες βαθμολογίες του παράγοντα «Διαταραχή της ζωής»

	M.O.	T.A.
Ο μαραθώνιος διαταράσσει τη ζωή των κατοίκων και δημιουργεί δυσκολίες	2,55	0,94
Ο μαραθώνιος προκαλεί κυκλοφοριακή συμφόρηση και δυσκολίες στη στάθμευση	3,02	0,90
Ο μαραθώνιος χαρακτηρίζεται από εξαιρετικό θόρυβο	2,01	0,70
Ο μαραθώνιος αυξάνει την εγκληματικότητα	1,53	0,59
Ο μαραθώνιος συνδέεται με ανάρμοστες συμπεριφορές όπως η υπερβολική κατανάλωση αλκοόλ και η χρήση ναρκωτικών	1,66	0,78
Διαταραχή της ζωής	2,15	0,47

Εστιάζοντας στα αποτελέσματα που αφορούν τη χρήση των δημοσίων υποδομών σε σχέση με το μαραθώνιο προκύπτει ότι ο βαθμός που οι ερωτηθέντες θεωρούν ότι ο μαραθώνιος προωθεί την ανάπτυξη και καλύτερη συντήρηση των δημόσιων υποδομών, όπως οι δρόμοι, τα πάρκα, οι αθλητικές εγκαταστάσεις και τα ΜΜΜ είναι μέτριος (M.O.=3,24, T.A.=0,94), ενώ χαμηλός είναι ο βαθμός που οι συμμετέχοντες

στην έρευνα θεωρούν ότι ο μαραθώνιος περιορίζει την πρόσβαση των κατοίκων στις δημόσιες εγκαταστάσεις, όπως δρόμοι, πάρκα, αθλητικές εγκαταστάσεις και MMM (M.O.=2,49, T.A.=0,92). Γενικά παρατηρείται μέτριου βαθμού σύνδεση του μαραθωνίου και των επιπτώσεων του στη χρήση των δημοσίων υποδομών (M.O.=2,87, T.A.=0,67).

Πίνακας 5: Μέσες βαθμολογίες του παράγοντα «Χρήση δημοσίων υποδομών»

	M.O.	T.A.
Ο μαραθώνιος προωθεί την ανάπτυξη και καλύτερη συντήρηση των δημοσίων υποδομών, όπως οι δρόμοι, τα πάρκα, οι αθλητικές εγκαταστάσεις και τα MMM	3,24	0,94
Ο μαραθώνιος περιορίζει την πρόσβαση των κατοίκων στις δημόσιες εγκαταστάσεις, όπως δρόμοι, πάρκα, αθλητικές εγκαταστάσεις και MMM	2,49	0,92
Χρήση δημοσίων υποδομών	2,87	0,67

Αναφορικά με την προώθηση του αισθήματος υπερηφάνειας της τοπικής κοινότητας μέσω της διοργάνωσης του μαραθωνίου αυτή να είναι αρκετά ικανοποιητική (M.O.=3,56, T.A.=0,63), γεγονός που οφείλεται κατά κύριο λόγο στο ότι ο μαραθώνιος ενισχύει το αίσθημα υπερηφάνειας των πολιτών για την πόλη τους (M.O.=3,91, T.A.=0,70) και το ότι ωθεί τους πολίτες να νιώθουν καλά για τον εαυτό τους και για την πόλη τους (M.O.=3,85, T.A.=0,84) και όχι λόγω του βαθμού που οι απλοί πολίτες έχουν λόγο στο σχεδιασμό και τη διαχείριση της διοργάνωσης (M.O.=2,92, T.A.=1,92).

Πίνακας 6: Μέσες βαθμολογίες του παράγοντα «Προώθηση αισθήματος υπερηφάνειας»

	M.O.	T.A.
Ο μαραθώνιος ενισχύει το αίσθημα υπερηφάνειας των πολιτών για την πόλη τους	3,91	0,70
Ο μαραθώνιος ωθεί τους πολίτες να νιώθουν καλά για τον εαυτό τους και για την πόλη τους	3,85	0,84
Οι απλοί πολίτες έχουν λόγο στο σχεδιασμό και τη διαχείριση του μαραθωνίου	2,92	1,09
Προώθηση αισθήματος υπερηφάνειας	3,56	0,63

Επιπλέον ο βαθμός που οι πολίτες του Ναυπλίου θεωρούν ότι ο μαραθώνιος έχει αρνητικές περιβαλλοντικές επιπτώσεις είναι χαμηλός (M.O.=2,02, T.A.=0,78).

Παρατηρείται ότι οι ερωτηθέντες το περιβάλλον δεν επιβαρύνεται σε όρους υπερβολικών αστικών ρύπων και μόλυνσης και λόγω καταστροφής φυσικών περιοχών.

Πίνακας 7: Μέσες βαθμολογίες του παράγοντα «Περιβαλλοντικές επιπτώσεις»

	M.O.	T.A.
Ο μαραθώνιος έχει αρνητικές επιπτώσεις στο περιβάλλον λόγω υπερβολικών αστικών ρύπων και μόλυνσης	1,99	0,79
Ο μαραθώνιος έχει αρνητικές επιπτώσεις στο περιβάλλον λόγω υπερβολικής μόλυνσης	2,04	0,84
Ο μαραθώνιος έχει αρνητικές επιπτώσεις στο περιβάλλον λόγω καταστροφής φυσικών περιοχών	2,05	0,91
Περιβαλλοντικές επιπτώσεις	2,02	0,78

Εν συνεχεία, ιδιαίτερα αυξημένος παρατηρείται ότι είναι ο βαθμός που οι συμμετέχοντες στην έρευνα θεωρούν ότι ο μαραθώνιος προωθεί και διαφημίζει την περιοχή του Ναυπλίου (M.O.=4,12, T.A.=0,60). Μάλιστα, προκύπτει ότι οι ερωτηθέντες θεωρούν ότι ο μαραθώνιος προσελκύει σε ιδιαίτερα υψηλό βαθμό τουρίστες στην περιοχή (M.O.=3,34, T.A.=0,66) και αυξάνει την προβολή της περιοχής από τα ΜΜΕ (M.O.=4,22, T.A.=0,79).

Πίνακας 8: Μέσες βαθμολογίες του παράγοντα «Προώθηση-διαφήμιση»

	M.O.	T.A.
Ο μαραθώνιος προωθεί θετικά την περιοχή	4,06	0,80
Ο μαραθώνιος προσελκύει τουρίστες στην περιοχή	4,34	0,66
Ο μαραθώνιος προσελκύει επιχειρηματικές δράσεις στην περιοχή	3,85	0,94
Μέσω του μαραθωνίου αυξάνεται η προβολή της περιοχής από τα ΜΜΕ	4,22	0,79
Προώθηση-διαφήμιση	4,12	0,60

Επίσης, ο βαθμός που ο μαραθώνιος επηρεάζει τα επίπεδα τιμών στην περιοχή είναι μέτριος. Παρατηρείται ότι η κυριότερη επίδραση σε όρους τιμών συντελείται στα προϊόντα διατροφής στις υπηρεσίες μεταφορών και στις τιμές των ακινήτων (M.O.=3,01, T.A.=0,96), χωρίς να υπάρχει μεταβολή στις αγορές εξοχικών στη περιοχή (M.O.=2,67, T.A.=0,85) και στο συνολικό κόστος ζωής κατά τη διάρκεια της διοργάνωσης του μαραθωνίου (M.O.=2,77, T.A.=0,95).

Πίνακας 9: Μέσες βαθμολογίες του παράγοντα «Επίδραση στα επίπεδα τιμών»

	M.O.	T.A.
Ο μαραθώνιος οδηγεί σε αυξήσεις των τιμών ορισμένων προϊόντων όπως το φαγητό, οι μεταφορές και οι τιμές των ακινήτων	3,01	0,96
Λόγω του μαραθωνίου αυξάνονται οι αγορές εξοχικών στην περιοχή	2,67	0,85
Κατά τη διάρκεια της διοργάνωσης του μαραθωνίου το συνολικό κόστος ζωής στην περιοχή αυξάνεται	2,77	0,95
Επίδραση στα επίπεδα τιμών	2,81	0,72

Τέλος, σχετικά με τα οφέλη της τοπικής κοινότητας από τον μαραθώνιο, παρουσιάζεται ότι αυτά είναι σχετικά αυξημένα (M.O.=3,32, T.A.=0,68), ιδιαίτερα σε όρους άμεσων ωφελειών (M.O.=3,64, T.A.=0,94) και αύξησης της αλληλεπίδρασης μεταξύ των ντόπιων και των τουριστών (M.O.=3,32, T.A.=1,02) χωρίς να αυξάνονται παράλληλα οι κοινωνικές ανισότητες στην περιοχή (M.O.=2,70, T.A.=1,00).

Πίνακας 10: Μέσες βαθμολογίες του παράγοντα «Οφέλη τοπικής κοινότητας»

	M.O.	T.A.
Η τοπική κοινότητα αποκομίζει άμεσα οφέλη από το μαραθώνιο	3,64	0,94
Ο μαραθώνιος αυξάνει τις κοινωνικές ανισότητες στην περιοχή	2,70	1,00
Ο μαραθώνιος αυξάνει την αλληλεπίδραση μεταξύ των ντόπιων και των τουριστών	3,32	1,02
Οφέλη τοπικής κοινότητας	3,32	0,68

4.2 ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΠΑΓΩΓΙΚΗΣ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗΣ

Βασική προϋπόθεση για την εκκίνηση της διαδικασίας εξαγωγής αποτελεσμάτων επαγωγικής στατιστικής και της διενέργειας ελέγχων υποθέσεων είναι η μελέτη του εάν τα δεδομένα της έρευνας ακολουθούν την κανονική κατανομή. Από τους ελέγχους κανονικότητας των δεδομένων με τις μεθόδους Kolmogorov-Smirnov και Shapiro-Wilk για τις 10 υποκλίμακες του εργαλείου διερεύνησης της οπτικής των κατοίκων του Ναυπλίου σε σχέση με τη διοργάνωση του μαραθωνίου προκύπτει ότι αυτές δεν ακολουθούν την κανονική κατανομή καθώς οι αντίστοιχοι έλεγχοι

παρουσιάζουν p-value χαμηλότερο του επιπέδου σημαντικότητας $\alpha=0,05$. Κατά συνέπεια για τη διενέργεια ελέγχων υποθέσεων θα χρησιμοποιηθούν μη παραμετρικά στατιστικά εργαλεία.

Πίνακας 11: Έλεγχοι κανονικότητας δεδομένων

	Kolmogorov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	p	Statistic	df	p
Δυνατότητες ψυχαγωγίας	0,109	138	0,000	0,962	138	0,001
Χρήση δημοσίου χρήματος	0,214	138	0,000	0,906	138	0,000
Οικονομικά οφέλη	0,248	138	0,000	0,883	138	0,000
Διαταραχή της ζωής	0,115	138	0,000	0,965	138	0,001
Χρήση δημόσιων υποδομών	0,161	138	0,000	0,926	138	0,000
Προώθηση αισθήματος υπερηφάνειας	0,143	138	0,000	0,945	138	0,000
Περιβαλλοντικές επιπτώσεις	0,198	138	0,000	0,901	138	0,000
Προώθηση-διαφήμιση	0,128	138	0,000	0,937	138	0,000
Επίδραση στα επίπεδα τιμών	0,180	138	0,000	0,926	138	0,000
Οφέλη τοπικής κοινότητας	0,219	138	0,000	0,869	138	0,000

Προχωρώντας σε συσχέτιση των παραγόντων που προκύπτουν από το ερωτηματολόγιο της έρευνας παρατηρείται ότι οι ανά ζεύγη συσχετίσεις αποδίδουν θετική σχέση ανάμεσα στις μέσες βαθμολογίες των παραγόντων σηματοδοτώντας ότι μεγαλύτερες τιμές του ενός παράγοντα αποδίδουν ταυτόχρονα υψηλότερες τιμές του άλλου. Εδώ θα πρέπει να σημειωθεί η εξαίρεση του παράγοντα «Χρήση δημοσίου χρήματος» ο οποίος παρουσιάζει σε κάποιες ανά ζεύγη συσχετίσεις αρνητικό πρόσημο σηματοδοτώντας αντίστροφη συσχέτιση των μέσων βαθμολογιών του με τις μέσες βαθμολογίες των λοιπών παραγόντων.

Πίνακας 12: Συσχέτιση κατά Spearman των παραγόντων της έρευνας

	Δυνατότητες ψυχαγωγίας	Χρήση δημοσίου χρήματος	Οικονομικά οφέλη	Διαταραχή της ζωής	Χρήση δημόσιων υποδομών	Προώθηση αισθήματος υπερηφάνειας	Περιβαλλοντικές επιπτώσεις	Προώθηση- διαφήμιση	Επίδραση στα επίπεδα τιμών	Οφέλη τοπικής κοινότητας	
Δυνατότητες ψυχαγωγίας	rho	1									
	p	.									
Χρήση δημοσίου χρήματος	rho	-0,351	1								
	p	0,000	.								
Οικονομικά οφέλη	rho	0,528	-0,166	1							
	p	0,000	0,051	.							
Διαταραχή της ζωής	rho	-0,462	0,243	-0,525	1						
	p	0,000	0,004	0,000	.						
Χρήση δημόσιων υποδομών	rho	0,483	-0,194	0,506	-0,353	1					
	p	0,000	0,023	0,000	0,000	.					
Προώθηση αισθήματος υπερηφάνειας	rho	0,431	-0,350	0,364	-0,241	0,386	1				
	p	0,000	0,000	0,000	0,004	0,000	.				
Περιβαλλοντικές επιπτώσεις	rho	-0,207	0,287	-0,162	0,448	-0,584	-0,279	1			
	p	0,015	0,001	0,058	0,000	0,000	0,001	.			
Προώθηση-διαφήμιση	rho	0,606	-0,317	0,455	-0,247	0,441	0,656	-0,347	1		
	p	0,000	0,000	0,000	0,003	0,000	0,000	0,000	.		
Επίδραση στα επίπεδα τιμών	rho	0,100	0,259	-0,068	0,469	-0,069	0,233	0,223	0,151	1	
	p	0,246	0,002	0,431	0,000	0,422	0,006	0,009	0,076	.	
Οφέλη τοπικής κοινότητας	rho	-0,134	0,091	-0,118	0,216	0,203	0,095	-0,055	0,195	0,124	1
	p	0,117	0,291	0,168	0,011	0,017	0,269	0,523	0,022	0,148	.

Εν συνεχεία και με τη χρήση του ελέγχου Mann-Whitney U εξετάζεται η επίδραση του φύλου των ερωτηθέντων με γνώμονα τη διερεύνηση ύπαρξης ή μη στατιστικά σημαντικών διαφοροποιήσεων στους μέσους όρους των βαθμολογιών των εξεταζόμενων παραγόντων. Από τα αποτελέσματα των αντίστοιχων ελέγχων παρατηρείται ότι οι μέσες βαθμολογίες των παραγόντων της διαταραχής της τοπικής ζωής ($p=0,019$) και της επίδρασης στα επίπεδα τιμών ($p=0,032$), διαφέρουν στατιστικά σημαντικά, με τους άνδρες του δείγματος να θεωρούν σε μεγαλύτερο βαθμό σε σχέση με τις γυναίκες ότι διαταράσσεται η ζωή της τοπικής κοινωνίας λόγω του μαραθωνίου αλλά και ότι ο μαραθώνιος ασκεί επίδραση στα επίπεδα τιμών.

Πίνακας 13: Μέσες βαθμολογίες παραγόντων με βάση το φύλο

	Φύλο			
	Ανδρας		Γυναίκα	
	M.O.	T.A.	M.O.	T.A.
Δυνατότητες ψυχαγωγίας	3,89	0,60	3,93	0,60
Χρήση δημοσίου χρήματος	2,79	0,69	2,59	0,64
Οικονομικά οφέλη	3,80	0,71	3,71	0,59
Διαταραχή της ζωής	2,26	0,46	2,11	0,47
Χρήση δημόσιων υποδομών	3,01	0,69	2,81	0,65
Προώθηση αισθήματος υπερηφάνειας	3,66	0,65	3,51	0,62
Περιβαλλοντικές επιπτώσεις	2,02	0,86	2,03	0,75
Προώθηση-διαφήμιση	4,21	0,54	4,08	0,62
Επίδραση στα επίπεδα τιμών	2,90	0,61	2,77	0,76
Οφέλη τοπικής κοινότητας	3,44	0,50	3,26	0,75

Πίνακας 14: Mann-Whitney U test των μέσων βαθμολογιών των παραγόντων με βάση το φύλο

	Mann-Whitney U	p
Δυνατότητες ψυχαγωγίας	1871,000	0,498
Χρήση δημοσίου χρήματος	1714,500	0,151
Οικονομικά οφέλη	1984,500	0,876
Διαταραχή της ζωής	1512,500	0,019
Χρήση δημόσιων υποδομών	1621,500	0,060
Προώθηση αισθήματος υπερηφάνειας	1685,500	0,119
Περιβαλλοντικές επιπτώσεις	1899,500	0,576
Προώθηση-διαφήμιση	1924,000	0,667
Επίδραση στα επίπεδα τιμών	1561,500	0,032
Οφέλη τοπικής κοινότητας	1975,500	0,846

Όσον αφορά την επίδραση της ηλικίας των ερωτηθέντων στη διαμόρφωση των μέσων βαθμολογιών των εξεταζόμενων παραγόντων μέσω του ελέγχου Kruskal-Wallis H, αρχικά παρατηρείται ότι οι νεότεροι ερωτηθέντες ηλικίας έως 30 ετών θεωρούν σε μεγαλύτερο βαθμό από τους υπολοίπους ότι ο μαραθώνιος προσφέρει δυνατότητες ψυχαγωγίας ($p=0,001$), ενώ η συγκεκριμένη ηλικιακή ομάδα καθώς επίσης και η ηλικιακή ομάδα των 40 έως 50 ετών θεωρεί σε μεγαλύτερο βαθμό ότι ο μαραθώνιος προσφέρει οικονομικά οφέλη ($p<0,001$) και σε σημαντικά χαμηλότερο βαθμό ότι διαταράσσει τη ζωή της πόλης ($p=0,006$). Επίσης, στατιστικά σημαντικές διαφοροποιήσεις παρατηρούνται στις μέσες βαθμολογίες του παράγοντα της χρήσης των δημοσίων υποδομών ($p<0,001$). Παράλληλα, οι ερωτηθέντες 40 έως 50 ετών και 50 έως 60 ετών διακρίνουν μεγαλύτερες αρνητικές περιβαλλοντικές επιπτώσεις του μαραθωνίου σε σχέση με τους υπολοίπους συμμετέχοντες στην έρευνα ($p=0,002$), αλλά και χαμηλότερο βαθμό στο ότι λόγω του μαραθωνίου προβάλλεται και διαφημίζεται η περιοχή ($p=0,001$). Επιπλέον οι ίδιες ηλικιακές ομάδες διακρίνουν στατιστικά σημαντικά υψηλότερη επίδραση του μαραθωνίου στα επίπεδα των τιμών ($p=0,014$), θεωρώντας τελικά τα οφέλη που αποκομίζει η τοπική κοινότητα όχι τόσο σημαντικά όσο οι ερωτηθέντες έως 30 ετών και 40 έως 50 ετών ($p=0,015$).

Πίνακας 15: Μέσες βαθμολογίες παραγόντων με βάση την ηλικία

	Ηλικία							
	18-30		30-40		40-50		50-60	
	M.O.	T.A.	M.O.	T.A.	M.O.	T.A.	M.O.	T.A.
Δυνατότητες ψυχαγωγίας	4,00	0,59	4,06	0	3,82	0,53	3,00	0,27
Χρήση δημοσίου χρήματος	2,63	0,56	2,75	0,70	2,49	0,63	3,17	0,91
Οικονομικά οφέλη	3,71	0,75	3,88	0,42	3,76	0,57	2,50	0,55
Διαταραχή της ζωής	2,15	0,34	2,09	0,49	2,14	0,48	2,80	0,44
Χρήση δημοσίων υποδομών	2,87	0,57	2,83	0,67	3,11	0,55	1,50	0,00
Προώθηση αισθήματος υπερηφάνειας	3,53	0,67	3,47	0,52	3,73	0,64	3,17	0,91
Περιβαλλοντικές επιπτώσεις	1,90	0,86	2,28	0,86	1,76	0,50	2,50	0,55
Προώθηση-διαφήμιση	4,37	0,56	3,99	0,58	4,18	0,56	3,38	0,41
Επίδραση στα επίπεδα τιμών	2,66	0,71	3,02	0,73	2,65	0,69	3,17	0,18
Οφέλη τοπικής κοινότητας	3,40	0,21	3,20	1,00	3,43	0,45	3,00	0,00

Πίνακας 16: Kruskal-Wallis H test των μέσω βαθμολογιών των παραγόντων με βάση την ηλικία

	Chi-Square	p
Δυνατότητες ψυχαγωγίας	17,507	0,001
Χρήση δημοσίου χρήματος	3,642	0,303
Οικονομικά οφέλη	18,272	0,000
Διαταραχή της ζωής	12,588	0,006
Χρήση δημόσιων υποδομών	22,492	0,000
Προώθηση αισθήματος υπερηφάνειας	4,987	0,173
Περιβαλλοντικές επιπτώσεις	14,340	0,002
Προώθηση-διαφήμιση	17,667	0,001
Επίδραση στα επίπεδα τιμών	10,660	0,014
Οφέλη τοπικής κοινότητας	10,527	0,015

Στη συνέχεια, προκύπτει ότι οι απόφοιτοι Γυμνασίου και Λυκείου διακρίνουν σε μεγαλύτερο βαθμό ότι ο μαραθώνιος αποφέρει οικονομικά οφέλη σε σχέση με τους υπολοίπους ($p < 0,001$), ενώ παράλληλα παρατηρείται ότι όσο χαμηλότερο είναι το μορφωτικό επίπεδο των ερωτηθέντων τόσο αυξάνεται η ένταση της αντίληψης τους ότι ο μαραθώνιος διαταράσσει την κοινωνική ζωή του Ναυπλίου ($p = 0,001$). Παράλληλα, οι χαμηλότερου μορφωτικού επιπέδου ερωτηθέντες θεωρούν σε μεγαλύτερο βαθμό ότι ο μαραθώνιος προωθεί το αίσθημα υπερηφάνειας των πολιτών ($p < 0,001$), αλλά και ότι προωθεί και διαφημίζει την περιοχή ($p < 0,001$), ενώ στατιστικά σημαντικές διαφοροποιήσεις παρατηρούνται και στις μέσες βαθμολογίες του βαθμού με τον οποίο οι ερωτηθέντες των διαφόρων ηλικιακών ομάδων θεωρούν ότι η διοργάνωση του μαραθωνίου επιδρά στο περιβάλλον της περιοχής ($p = 0,028$).

Πίνακας 17: Μέσες βαθμολογίες παραγόντων με βάση το επίπεδο εκπαίδευσης

	Επίπεδο εκπαίδευσης							
	Απόφοιτος Δημοτικού		Απόφοιτος Γυμνασίου/Λυκείου		Απόφοιτος ΑΕΙ/ΤΕΙ		Κάτοχος μεταπτυχιακού τίτλου	
	M.O.	T.A.	M.O.	T.A.	M.O.	T.A.	M.O.	T.A.
Δυνατότητες ψυχαγωγίας	4,13	0,96	3,91	0,50	3,94	0,62	3,85	0,62
Χρήση δημοσίου χρήματος	2,50	0,18	2,77	0,49	2,59	0,74	2,63	0,76
Οικονομικά οφέλη	3,00	0,00	4,04	0,66	3,69	0,63	3,59	0,44
Διαταραχή της ζωής	2,40	0,00	2,29	0,44	2,11	0,43	1,93	0,52
Χρήση δημόσιων υποδομών	2,50	1,10	2,98	0,59	2,84	0,66	2,88	0,68
Προώθηση αισθήματος υπερηφάνειας	3,83	0,18	3,88	0,60	3,33	0,60	3,52	0,58
Περιβαλλοντικές επιπτώσεις	1,50	0,55	2,14	0,79	2,16	0,69	1,75	0,87
Προώθηση-διαφήμιση	4,38	0,68	4,44	0,41	3,95	0,61	3,97	0,62
Επίδραση στα επίπεδα τιμών	3,17	0,18	2,94	0,69	2,69	0,56	2,81	0,98
Οφέλη τοπικής κοινότητας	3,17	0,18	3,50	0,52	3,21	0,59	3,31	0,99

Πίνακας 18: Kruskal-Wallis H test των μέσων βαθμολογιών των παραγόντων με βάση το επίπεδο εκπαίδευσης

	Chi-Square	p
Δυνατότητες ψυχαγωγίας	0,376	0,945
Χρήση δημοσίου χρήματος	6,314	0,097
Οικονομικά οφέλη	23,046	0,000
Διαταραχή της ζωής	16,624	0,001
Χρήση δημόσιων υποδομών	0,804	0,848
Προώθηση αισθήματος υπερηφάνειας	21,459	0,000
Περιβαλλοντικές επιπτώσεις	9,074	0,028
Προώθηση-διαφήμιση	20,078	0,000
Επίδραση στα επίπεδα τιμών	6,106	0,107
Οφέλη τοπικής κοινότητας	4,308	0,230

Επιπρόσθετα, οι μέσες βαθμολογίες του παράγοντα της διαταραχής της κοινωνικής ζωής της κοινότητας διαφοροποιούνται στατιστικά σημαντικά με βάση τον τόπο διαμονής των ερωτηθέντων καθώς οι διαμένοντες εντός της πόλης του Ναυπλίου παρουσιάζουν υψηλότερες μέσες βαθμολογίες σε σχέση με τους διαμένοντες εκτός αυτής ($p=0,023$). Αντίθετα, οι διαμένοντες εκτός της πόλης του Ναυπλίου διακρίνουν σε μεγαλύτερο βαθμό ότι η διοργάνωση του μαραθωνίου επιφέρει αρνητικές περιβαλλοντικές επιπτώσεις στην περιοχή σε σχέση με τους ερωτηθέντες που ζουν εντός της πόλης του Ναυπλίου ($p=0,014$).

Πίνακας 19: Μέσες βαθμολογίες παραγόντων με βάση τον τόπο διαμονής

	Τόπος διαμονής			
	Εντός της πόλης του Ναυπλίου		Εκτός της πόλης του Ναυπλίου	
	M.O.	T.A.	M.O.	T.A.
Δυνατότητες ψυχαγωγίας	3,85	0,60	3,99	0,60
Χρήση δημοσίου χρήματος	2,80	0,87	2,51	0,33
Οικονομικά οφέλη	3,69	0,69	3,78	0,57
Διαταραχή της ζωής	2,22	0,55	2,09	0,37
Χρήση δημόσιων υποδομών	2,99	0,68	2,77	0,64
Προώθηση αισθήματος υπερηφάνειας	3,61	0,76	3,51	0,47
Περιβαλλοντικές επιπτώσεις	1,91	0,92	2,14	0,61
Προώθηση-διαφήμιση	4,13	0,60	4,10	0,60
Επίδραση στα επίπεδα τιμών	2,75	0,75	2,88	0,68
Οφέλη τοπικής κοινότητας	3,32	0,38	3,32	0,88

Πίνακας 20: Mann-Whitney U test των μέσω βαθμολογιών των παραγόντων με βάση τον τόπο διαμονής

	Mann-Whitney U	p
Δυνατότητες ψυχαγωγίας	2102,000	0,234
Χρήση δημοσίου χρήματος	1970,500	0,074
Οικονομικά οφέλη	2104,500	0,212
Διαταραχή της ζωής	1848,500	0,023
Χρήση δημόσιων υποδομών	1950,500	0,061
Προώθηση αισθήματος υπερηφάνειας	2371,000	0,974
Περιβαλλοντικές επιπτώσεις	1824,000	0,014
Προώθηση-διαφήμιση	2196,500	0,433
Επίδραση στα επίπεδα τιμών	2375,500	0,990
Οφέλη τοπικής κοινότητας	2133,000	0,280

Τέλος, από τη σύγκριση των μέσω βαθμολογιών των απαντήσεων των ερωτηθέντων με βάση το εάν αυτοί ασκούν επιχειρηματική δραστηριότητα εντός της πόλης του Ναυπλίου, αρχικά προκύπτει οι ερωτηθέντες που δεν ασκούν επιχειρηματική δραστηριότητα εντός της πόλης του Ναυπλίου θεωρούν σε μεγαλύτερο βαθμό ότι μέσω του μαραθωνίου προωθείται το αίσθημα υπερηφάνειας του τοπικού πληθυσμού σε σχέση με τους υπολοίπους ($p < 0,001$). Αντίθετα οι επιχειρούντες εντός της πόλης του Ναυπλίου διακρίνουν σε μεγαλύτερο βαθμό αρνητικές περιβαλλοντικές επιπτώσεις που οφείλονται στο μαραθώνιο ($p = 0,001$), ενώ στατιστικά σημαντικές διαφοροποιήσεις παρατηρούνται και στην περίπτωση του παράγοντα της χρήσης δημοσίων υποδομών ($p = 0,023$).

Πίνακας 21: Μέσες βαθμολογίες παραγόντων με βάση την άσκηση επιχειρηματικής δραστηριότητας

	Ασκεείτε επιχειρηματική δραστηριότητα εντός της πόλης του Ναυπλίου			
	Ναι		Όχι	
	M.O.	T.A.	M.O.	T.A.
Δυνατότητες ψυχαγωγίας	3,81	0,51	3,98	0,63
Χρήση δημοσίου χρήματος	2,72	0,68	2,61	0,66
Οικονομικά οφέλη	3,69	0,45	3,76	0,70
Διαταραχή της ζωής	2,24	0,48	2,11	0,46
Χρήση δημόσιων υποδομών	2,59	0,55	3,02	0,67
Προώθηση αισθήματος υπερηφάνειας	3,37	0,67	3,66	0,59
Περιβαλλοντικές επιπτώσεις	2,23	0,82	1,92	0,74
Προώθηση-διαφήμιση	4,02	0,50	4,17	0,65
Επίδραση στα επίπεδα τιμών	2,99	1,02	2,72	0,47
Οφέλη τοπικής κοινότητας	3,22	0,99	3,37	0,45

Πίνακας 22: Mann-Whitney U test των μέσω βαθμολογιών των παραγόντων με βάση την άσκηση επιχειρηματικής δραστηριότητας

	Mann-Whitney U	p
Δυνατότητες ψυχαγωγίας	1759,500	0,086
Χρήση δημοσίου χρήματος	1887,000	0,245
Οικονομικά οφέλη	2031,500	0,607
Διαταραχή της ζωής	1725,500	0,061
Χρήση δημόσιων υποδομών	1309,000	0,000
Προώθηση αισθήματος υπερηφάνειας	1417,500	0,001
Περιβαλλοντικές επιπτώσεις	1652,500	0,023
Προώθηση-διαφήμιση	1821,000	0,149
Επίδραση στα επίπεδα τιμών	1996,000	0,514
Οφέλη τοπικής κοινότητας	1820,000	0,139

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

5.1 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η αθλητική πολιτική σε τοπικό επίπεδο είναι άμεσα συνυφασμένη με την τοπική ανάπτυξη, ενθαρρύνοντας την αθλητική κουλτούρα, προωθώντας την κοινωνική συνοχή και συμβάλλοντας στην κοινωνικοοικονομική αναγέννηση της περιφέρειας, υπό το πρίσμα του σύγχρονου υποδείγματος της αθλητικής αποκέντρωσης. Στο πλαίσιο αυτό, ο ρόλος των τοπικών φορέων είναι καθοριστικός για την ανάπτυξη και εφαρμογή της αθλητικής πολιτικής, ιδιαίτερα σε ότι αφορά την προστασία και ανάδειξη του λαϊκού αθλητισμού, ο οποίος αντανακλά την κοινωνική ταυτότητα των κοινοτήτων. Μάλιστα, ο λαϊκός αθλητισμός, ως ένα κοινωνικό αγαθό επιδρά σημαντικά στην οικονομική και κοινωνική ζωή αποτελώντας παραδοσιακά ένα βασικό άξονα της αποκεντρωμένης κοινωνικής πολιτικής.

Στην παρούσα εργασία αναλύθηκε η μελέτη περίπτωσης του μαραθωνίου του Ναυπλίου αναφορικά με τις κοινωνικές και οικονομικές επιδράσεις που προκύπτουν από τη διοργάνωση του. Σύμφωνα με την ανάλυση που επιχειρήθηκε, αναδείχθηκαν συγκεκριμένα αποτελέσματα όσον αφορά τις κοινωνικές και οικονομικές επιδράσεις που ασκεί η διοργάνωση του μαραθωνίου του Ναυπλίου στην τοπική κοινότητα.

Αρχικά, προέκυψε ότι η διοργάνωση του μαραθωνίου έχει ως αποτέλεσμα σημαντικά οφέλη για την τοπική κοινωνία σε όρους ψυχαγωγίας ιδιαίτερα για τις νεότερες ηλικίες καθώς δίνει τη δυνατότητα κοινωνικοποίησης τόσο με το ντόπιο πληθυσμό όσο και με επισκέπτες, ενώ αποτελεί μια πρώτης τάξεως ευκαιρία για διασκέδαση και ψυχική ανάταση μέσω της παρακολούθησης ενός ενδιαφέροντος αθλητικού γεγονότος με τα συγκεκριμένα αποτελέσματα να συμφωνούν με εκείνα του Delamere (2001). Παρόλα αυτά η συμμετοχή των πολιτών στη διαδικασία της διοργάνωσης δεν

είναι διευρυμένη και ως εκ τούτου θα πρέπει να αναληφθούν οι αντίστοιχες πολιτικές για βελτίωση της συμμετοχικότητας. Το παραπάνω θα έχει ως αποτέλεσμα την προώθηση του αισθήματος υπερηφάνειας των πολιτών του Ναυπλίου για το γεγονός της διοργάνωσης μιας τέτοιου είδους και βεληνεκούς εκδήλωσης στην πόλη τους που όπως έχει αποδειχθεί ενισχύει στην κοινωνική συνοχή, συνεργατικότητα και ευμάρεια σύμφωνα και με όσα παραθέτουν οι Fredline και Deery (2005). Σημαντικό είναι επίσης το γεγονός ότι λόγω και της φύσης του ίδιου του γεγονότος, το περιβάλλον της περιοχής δεν επιβαρύνεται σε γενικούς όρους, εξαιρώντας από το συγκεκριμένο συμπέρασμα τις δημόσιες υποδομές οι οποίες επιβαρύνονται ελαφρώς όπως άλλωστε υποστηρίζουν οι Gürsoy et al. (2004). Σε συνέχεια των παραπάνω, προέκυψε ότι ο μαραθώνιος δε διαταράσσει τη ζωή της τοπικής κοινότητας με μόνη ίσως εξαίρεση την περίπτωση της ελαφριάς έντασης της κυκλοφοριακής συμφόρησης και των δυσκολιών στη στάθμευση.

Από την ανάλυση, προέκυψε ότι οι πολίτες του Ναυπλίου δε θεωρούν ότι θίγονται τα δημόσια οικονομικά της τοπικής κοινότητας καθώς δεν κρίνεται ότι τα χρήματα που διατίθενται για τη διοργάνωση της αθλητικής εκδήλωσης δεν αποτελούν οικονομική σπατάλη καθώς θα μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν σε άλλες δραστηριότητες καθώς η διοργάνωση δεν είναι κοστοβόρα και δεν απαιτεί ιδιαίτερη αύξηση των δημοσίων δαπανών όπως άλλωστε υποστηρίζουν και οι Cobb και Olberding (2007). Παράλληλα, η διάθεση μέρους του τοπικού προϋπολογισμού αντισταθμίζεται από το γεγονός ότι η διοργάνωση του μαραθωνίου έχει ως αποτέλεσμα την αύξηση της τουριστικής ζήτησης και τελικά του τζίρου των τοπικών επιχειρήσεων αποτέλεσμα που έρχεται σε συμφωνία με όσα υποστηρίζει ο Getz (2008), ενώ μικρότερης έντασης είναι οι επιδράσεις που ασκεί η διοργάνωση της εκδήλωσης στην απασχολησιμότητα της περιοχής. Επιπλέον, η θετική οικονομική επίδραση του μαραθωνίου θα πρέπει να συνδεθεί με την έντονη προώθηση που λαμβάνει η περιοχή. Καθώς το Ναύπλιο χαρακτηρίζεται από σημαντική τουριστική δραστηριότητα η διαφήμιση που λαμβάνει ο τόπος έχει ως αποτέλεσμα την επιχειρηματική ανάταση και τη σχετική προσέλκυση επενδύσεων σε αυτή μέσω και της προβολής που λαμβάνει από τα MME όπως υποστηρίζει και ο Larson (2002). Παρά τις υφιστάμενες αλλαγές που πραγματοποιούνται ως αποτέλεσμα της διοργάνωσης του μαραθωνίου, είναι ιδιαίτερα θετικό το γεγονός ότι τα επίπεδα τιμών των βασικών προϊόντων διαβίωσης και των

υπηρεσιών που προσφέρονται στην περιοχή δε μεταβάλλονται ιδιαίτερα. Κατά συνέπεια, δεν παρατηρείται ένταση των κοινωνικών ανισοτήτων λόγω του μαραθωνίου με τη συνολική αντίληψη των πολιτών να εστιάζει στο ότι η διοργάνωση της εκδήλωσης οδηγεί στην αποκομιδή τόσο άμεσων όσο και έμμεσων ωφελειών για την πόλη και τους πολίτες της.

Η διοργάνωση του μαραθωνίου του Ναυπλίου μπορεί μελλοντικά να καταστεί πιο αποτελεσματική, λαμβάνοντας υπόψη τους κινδύνους που απορρέουν από το τρέχον κρισιακό περιβάλλον, τις ευκαιρίες που αναδεικνύονται δεδομένης της τάσης αθλητικής αποκέντρωσης και του καθοριστικού ρόλου που διαδραματίζει η τοπική αυτοδιοίκηση στην περιφερειακή κοινωνικοοικονομική και πολιτιστική ανάπτυξη και βιωσιμότητα. Ο δήμος και η διοργανώτρια αρχή θα πρέπει να αναπτύξουν ένα συγκεκριμένο σχέδιο αθλητικής πολιτικής (Youngner et al., 2016) με εστίαση στο λαϊκό αθλητισμό θέτοντας συγκεκριμένους αναπτυξιακούς στόχους και κατανέμοντας αναλογικά τους διαθέσιμους οικονομικούς και ανθρώπινους πόρους. Ακόμη, θα πρέπει να αναληφθούν δραστηριότητες προώθησης του μαζικού αθλητισμού που θα πρέπει να συνδυαστούν με την τουριστική ανάπτυξη της πόλης, συμβάλλοντας στην ενίσχυση της αντιληπτής εικόνας του Ναυπλίου ως τουριστικό προορισμό. Στο πλαίσιο αυτό, είναι σημαντικό να συνδεθούν ημερολογιακά και θεματολογικά οι αθλητικές εκδηλώσεις με άλλες γνωστές πολιτιστικές δραστηριότητες, θρησκευτικές γιορτές και επετείους, ενθαρρύνοντας την περαιτέρω εμπλοκή των τοπικών οργανισμών και εθελοντικών οργανώσεων.

Επιπλέον, η προβολή των αθλητικών εκδηλώσεων και δραστηριοτήτων θα πρέπει να διευρυνθεί και εκτός του τοπικού έντυπου και ηλεκτρονικού τύπου, με ειδικές καταχωρήσεις σε θεματικά περιοδικά και εκδόσεις αθλητικού περιεχομένου, με στοχοθετημένες ηλεκτρονικές διαφημίσεις (π.χ. GoogleAds) και με την εντονότερη παρουσία στα σύγχρονα ηλεκτρονικά μέσα κοινωνικής δικτύωσης (π.χ. Facebook, Twitter, YouTube), με σκοπό την προσέλκυση επισκεπτών από το εσωτερικό της χώρας αλλά και το εξωτερικό, την ανάπτυξη του κοινού και την επίτευξη αυξημένης προβολής και δέσμευσης από το υπάρχον κοινό (Wu, 2015). Οι δράσεις αυτές θα πρέπει να βασιστούν σε μία έρευνα αγοράς, ώστε να εντοπιστούν οι τρέχουσες αναπτυξιακές ευκαιρίες.

5.2 ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ ΚΑΙ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Η αυξανόμενη τάση πλαισίωσης και οργάνωσης της αθλητικής πολιτικής στη βάση της συμβολής της στην οικονομική ανάπτυξη της περιφέρειας και στην εξισορρόπηση της κοινωνικής ποικιλομορφίας αναδεικνύει τον καθοριστικό ρόλο που διαδραματίζει η τοπική αυτοδιοίκηση στην προστασία, ανάδειξη και διάχυση του αθλητικού πνεύματος. Υπό αυτό το πρίσμα, στην παρούσα εργασία εξετάστηκε η μελέτη περίπτωσης του μαραθωνίου του Ναυπλίου μέσα από την οπτική των ίδιων των πολιτών. Ωστόσο, η μελέτη που πραγματοποιήθηκε χαρακτηρίζεται από ορισμένους περιορισμούς που πρέπει να καταγραφούν.

Αρχικά, παρά τον αρχικό προγραμματισμό δεν κατέστη εφικτό να πραγματοποιηθεί συνέντευξη με εκπρόσωπο του φορέα διοργάνωσης του μαραθωνίου, ώστε να ληφθεί υπόψη μία επιπλέον οπτική γωνία για το ζήτημα της πολιτικής ανάδειξης της διοργάνωσης. Ακόμη, είναι πιθανό η επιτόπια έρευνα που πραγματοποιήθηκε στην πόλη του Ναυπλίου να μην ήταν επαρκής ως προς τη συλλογή του συνόλου των σχετικών δεδομένων. Τέλος, ένας ακόμη περιορισμός της μελέτης είναι πως δεν επιχειρήθηκε να εξεταστούν οι απόψεις και αντιλήψεις των πολιτών και επισκεπτών αναφορικά με τη γενικότερη αθλητική πολιτική του Δήμου Ναυπλίου, ώστε να εξαχθούν συμπεράσματα σχετικά με τον αντίκτυπό της σε επίπεδο κοινωνικής συνοχής, ικανοποίησης από τη συμμετοχή στα αθλητικά δρώμενα και ευκαιριών τουριστικής ανάπτυξης.

Βάσει αυτών των περιορισμών, η μελλοντική έρευνα θα πρέπει να εξετάσει το ρόλο της τοπικής αυτοδιοίκησης στο σχεδιασμό και εφαρμογή της αθλητικής πολιτικής, εστιάζοντας στις αναπτυξιακές επιδράσεις της και λαμβάνοντας υπόψη τις στάσεις και απόψεις συγκεκριμένων εμπλεκόμενων ομάδων ενδιαφέροντος, καθώς και τους παράγοντες που επιδρούν στην αποτελεσματικότητά της. Η τοπική αυτοδιοίκηση αποτελεί πλέον έναν θεσμό διακριτούς χάραξης της αθλητικής πολιτικής και σημαντική πηγή χρηματοδότησης των αθλητικών δραστηριοτήτων και, για το λόγο αυτό, συνιστά έναν άξονα αδιαμφισβήτητου ερευνητικού ενδιαφέροντος.

BIBΛIOΓPAΦIA

- Agarwal, S., & Brunt, P. (2006). Social exclusion and English seaside resorts. *Tourism Management*, 27(4), 654-670.
- Allen, J., O'toole, W., Harris, R., & McDonnell, I. (2012). *Festival and Special Event Management*. New York: John Wiley & Sons.
- Andereck, K. L., Valentine, K. M., Knopf, R. C., & Vogt, C. A. (2005). Residents' perceptions of community tourism impacts. *Annals of tourism research*, 32(4), 1056-1076.
- Andersson, M., & Wesslau, A. (2000). *Organising for event marketing in order to change brand image and increase sales*. Goteborg University.
- Arcodia, C., & Reid, S. (2002). The mission of event management associations. In *City tourism 2002: Proceedings of European Cities Tourism's International Conference in Vienna, Austria, 2002* (pp. 63-72). Springer-Verlag Wien.
- Australian Football League (2004). *AFL Club Management Program*. Australian Football League.
- Bjeljac, Ž., Brankov, J., Jovičić, D., Ćurčić, N., & Terzić, A. (2013). Valorization of natural and anthropogenic tourist potentials in undeveloped regions of transition. *TTEM*, 8(3), 1235-1250.
- Botha, K., Slabbert, E., Rossouw, R., & Viviers, P. A. (2011). Expenditure-based segmentation of visitors to Aardklop National Arts Festival. *South African Theatre Journal*, 25(2), 142-166.
- Bowdin, G., O'Toole, W., Allen, J., Harris, R., & McDonnell, I. (2006). *Events management*. London: Routledge.
- Burns, G. L., & Howard, P. (2003). When wildlife tourism goes wrong: a case study of stakeholder and management issues regarding Dingoes on Fraser Island, Australia. *Tourism Management*, 24(6), 699-712.

- Cannon, T. F., & Ford, J. (2002). Relationship of demographic and trip characteristics to visitor spending: an analysis of sports travel visitors across time. *Tourism economics*, 8(3), 263-271.
- Chalip, L., & Leyns, A. (2002). Local business leveraging of a sport event: Managing an event for economic benefit. *Journal of Sport Management*, 16(2), 132-158.
- Cherubini, S., Iasevoli, G., & Lauretta, G. (2007). *Events Ticketing Management: The Case of the Olympic Winter Games Torino 2006 and the Fifa World Cup Germany 2006*. In Marketing Trends in Europe Conference.
- Cobb, S., & Olberding, D. J. (2007). The importance of import substitution in marathon economic impact analysis. *International Journal of Sport Finance*, 2(2), 108-119.
- Damster, G., & Tassiopoulos, D. (2005). *Event management: A professional and developmental approach*. New Jersey: Juta and Company Ltd.
- d'Angella, F., & Go, F. M. (2009). Tale of two cities' collaborative tourism marketing: Towards a theory of destination stakeholder assessment. *Tourism Management*, 30(3), 429-440.
- Davakos, H. (2007). *Economic impact of 10K race on the Greater Charleston, SC area*. IASE/NAASE Working Paper Series, Paper No. 07-18
- Deery, M., Jago, L., & Fredline, L. (2005). A framework for the development of social and socioeconomic indicators for sustainable tourism in communities. *Tourism Review International*, 9(1), 69-77.
- festivals. Thesis-PHD. Potshofstroom, North-West University
- Freeman, K. M. (2015). Inexpensively estimating the economic impact of sports tourism programs in small American cities. *Indiana Business Review*, 90(1), 1-19.

- Getz, D. (1997). Trends and issues in sport event tourism. *Tourism Recreation Research*, 22(2), 61-62.
- Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism management*, 29(3), 403-428.
- Getz, D. (2010). The nature and scope of festival studies. *International Journal of Event Management Research*, 5(1), 1-47.
- Goldblatt, J. (2002). *Special events: Twenty-first century global event management*. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Gratton, C., Shibli, S., & Coleman, R. (2005). The economics of sport tourism at major sports events. *Sport tourism destinations*, 3, 233-249.
- Gursoy, D., & Rutherford, D. G. (2004). Host attitudes toward tourism: An improved structural model. *Annals of tourism research*, 31(3), 495-516.
- Håkansson, H., & Snehota, I. (2006). No business is an island: The network concept of business strategy. *Scandinavian Journal of Management*, 22(3), 256-270.
- Hillary Commission for Sport (1997). *More people, more active, more often*. Wellington: Hillary Commission for Sport and Recreation.
- IAIA (2003). *International Principles for Social Impact Assessment*. Fargo, ND: International Association for Impact Assessment.
- Janeczko, B., Mules, T., & Ritchie, B. W. (2002). *Estimating the economic impacts of festivals and events: a research guide*. London: CRC for Sustainable Tourism.
- Kim, S. S., & Petrick, J. F. (2005). Residents' perceptions on impacts of the FIFA 2002 World Cup: the case of Seoul as a host city. *Tourism Management*, 26(1), 25-38.
- Kreag, G. (2001). *The impacts of tourism*. Duluth, MN: University of Minnesota.

- Kruger, M., & Saayman, M. (2012). Creating a memorable spectator experience at the Two Oceans Marathon. *Journal of Sport & Tourism*, 17(1), 63-77.
- Larson, M. (2002). A political approach to relationship marketing: case study of ... the garden: metaphors of event networks. *Tourism Management*, 30, 393-399.
- Masberg, B. A. (1998). Defining the tourist: Is it possible? A view from the convention and visitors bureau. *Journal of Travel Research*, 37(1), 67-70.
- Masterman, G. (2004). *Sports events: a new planning process. Sport and Leisure Operations Management*. London: Thomson Learning.
- Ntloko, N. J., & Swart, K. (2008). Sport tourism event impacts on the host community-a case study of Red Bull Big Wave Africa. *South African Journal for Research in Sport, Physical Education and Recreation*, 30(2), 79-93.
- Presenza, A., & Iocca, S. (2012). The weight of stakeholders on festival management. The case of music festivals in Italy. *Pasos-Revista de Turismo y Patrimonio cultural*, 10(2), 25-35.
- Richards, G., & Hall, D. (2003). *Tourism and sustainable community development* (Vol. 7). New York: Psychology Press.
- Rollins, R., & Delamere, T. (2007). Measuring the social impact of festivals. *Annals of Tourism Research*, 34(3), 805-808.
- Rose, A. K., & Spiegel, M. M. (2011). The Olympic effect. *The Economic Journal*, 121, 652-677.
- Sims, W., & D'Mello, L. A. (2005). Event denizens and the sports tourist: pre-event perceptions of the social impacts of a major event. In Allen, J. (Ed.), *Proceedings of International Event Research Conference July 2005*, Australian Centre for Event Management, University of Technology, Sydney, Lindfield, NSW, pp. 279-94.

- Slabbert, E., & Viviers, P. A. (2012). Residents' perceptions of the impacts of a major arts festival in South Africa. *Tourism & Management Studies*, 2, 1109-1113.
- Smith, A. (2009). Theorising the relationship between major sport events and social sustainability. *Journal of Sport & Tourism*, 14(2-3), 109-120.
- Söderberg, M. (2014). Willingness to Pay for Nontraditional Attributes Among Participants of a Long-Distance Running Race. *Journal of Sports Economics*, 15(3), 285-302.
- Thamnopoulos, Y., & Gargalianos, D. (2002). Ticketing of large scale events: the case of Sydney 2000 Olympic Games. *Facilities*, 20(1/2), 22-33.
- Van der Wagen, L. (2007). *Human resource management for events: Managing the event workforce*. London: Routledge.
- Van Der Wagen, L., & Carlos, B. (2005). *Events management*. Sydney: Pearson.
- Viviers, P. (2010). Measuring Community Perceptions: an Instrument for sustaining
- Wicker, P., Hallmann, K., Breuer, C., & Feiler, S. (2012). The value of Olympic success and the intangible effects of sport events—a contingent valuation approach in Germany. *European Sport Management Quarterly*, 12(4), 337-355.
- Wu, C. (2015). Matching value and market design in online advertising networks: An empirical analysis. *Marketing Science*, 34(6), 906-921.
- Youngner, C., Thompson, N., & Elifson, K. (2016). Diffusion of Innovations and Sports Concussion Return to Play: A Mixed Methods Investigation of Decision-Makers, Policy, Protocols, and Evidence Based Best Practices (P1. 348). *Neurology*, 86(16 Supplement), P1-348.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ



ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ & ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ

Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών
στην Οργάνωση & Διοίκηση Αθλητικών Οργανισμών & Επιχειρήσεων

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

Αξιότιμε/η κύριε/α,

Στο πλαίσιο εκπόνησης της διπλωματικής εργασίας, έχει συνταχθεί το παρακάτω ερωτηματολόγιο, το οποίο αναφέρεται στη μελέτη της οπτικής των κατοίκων του Ναυπλίου σε σχέση με τη διοργάνωση του μααραθωνίου που λαμβάνει χώρα κάθε χρόνο στην πόλη.

Προς αυτή την κατεύθυνση, η δική σας συμβολή, μέσω της συμπλήρωσης αυτού του ερωτηματολογίου, είναι εξαιρετικά σημαντική.

Παρακαλώ να απαντήσετε σε όλες τις ερωτήσεις που ακολουθούν, σημειώνοντας **x**.

Θεωρώ απαραίτητο να σας διαβεβαιώσω, ότι τα στοιχεία που θα δώσετε είναι άκρως εμπιστευτικά και θα χρησιμοποιηθούν αποκλειστικά για επιστημονικούς σκοπούς.

Σας ευχαριστώ θερμά εκ των προτέρων για τη βοήθειά σας.

Θωμά Μπιμπλιτζή

ΜΕΡΟΣ Α:**ΜΕΛΕΤΗ ΤΗΣ ΟΠΤΙΚΗΣ ΤΩΝ ΚΑΤΟΙΚΩΝ ΤΟΥ ΝΑΥΠΛΙΟΥ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΗ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΟΥ ΜΑΡΑΘΩΝΙΟΥ**

Σε ποιο βαθμό συμφωνείτε με τις παρακάτω προτάσεις; (επιλέξτε με X)		Συμφωνώ απόλυτα	Συμφωνώ σε μεγάλο βαθμό	Συμφωνώ λίγο	Διαφωνώ λίγο	Διαφωνώ σε μεγάλο βαθμό	Διαφωνώ απόλυτα
Ο μαραθώνιος ως ψυχαγωγικό γεγονός							
1.	Ο μαραθώνιος δίνει τη δυνατότητα παρακολούθησης ενός ενδιαφέροντος αθλητικού γεγονότος						
2.	Ο μαραθώνιος δίνει τη δυνατότητα διασκέδασης με την οικογένεια και τους φίλους						
3.	Ο μαραθώνιος μου δίνει τη δυνατότητα για νέες γνωριμίες						
4.	Ο μαραθώνιος αυξάνει τις ευκαιρίες ψυχαγωγίας για τους ντόπιους						
Χρήση του δημοσίου χρήματος							
5.	Ο μαραθώνιος είναι σπατάλη δημοσίου χρήματος						
6.	Στο μαραθώνιο ξοδεύονται πολλά χρήματα τα οποία θα μπορούσαν να ξοδευτούν σε άλλες δραστηριότητες						
7.	Ο μαραθώνιος απαιτεί την αύξηση των δημοσίων δαπανών για αθλητικές δραστηριότητες						
Οικονομικά οφέλη του μαραθωνίου							
8.	Ο μαραθώνιος είναι επωφελής για την οικονομία της περιοχής καθώς δημιουργεί θέσεις εργασίας						

Σε ποιο βαθμό συμφωνείτε με τις παρακάτω προτάσεις; (επιλέξτε με X)		Συμφωνώ απόλυτα	Συμφωνώ σε μεγάλο βαθμό	Συμφωνώ λίγο	Διαφωνώ λίγο	Διαφωνώ σε μεγάλο βαθμό	Διαφωνώ απόλυτα
9.	Ο μαραθώνιος είναι επωφελής για τις τοπικές επιχειρήσεις καθώς βοηθά στην αύξηση του τζίρου						
Διαταραχή της ζωής της τοπικής κοινωνίας							
10.	Ο μαραθώνιος διαταράσσει τη ζωή των κατοίκων						
11.	Ο μαραθώνιος προκαλεί κυκλοφοριακή συμφόρηση και δυσκολίες στη στάθμευση						
12.	Ο μαραθώνιος αυξάνει την εγκληματικότητα						
13.	Ο μαραθώνιος συνδέεται με ανάρμοστες συμπεριφορές όπως η υπερβολική κατανάλωση αλκοόλ και η χρήση ναρκωτικών						
Χρήση των δημοσίων υποδομών							
14.	Ο μαραθώνιος προωθεί την ανάπτυξη και καλύτερη συντήρηση των δημόσιων υποδομών, όπως οι δρόμοι, τα πάρκα, οι αθλητικές εγκαταστάσεις και τα ΜΜΜ						
15.	Ο μαραθώνιος περιορίζει την πρόσβαση των κατοίκων στις δημόσιες εγκαταστάσεις, όπως δρόμοι, πάρκα, αθλητικές εγκαταστάσεις και ΜΜΜ						
Προώθηση του αισθήματος υπερηφάνειας της τοπικής κοινότητας							
16.	Ο μαραθώνιος ενισχύει το αίσθημα υπερηφάνειας των πολιτών για την πόλη τους						
17.	Οι απλοί πολίτες έχουν λόγο στο σχεδιασμό και τη διαχείριση του μαραθωνίου						

Περιβαλλοντικές επιπτώσεις του μαραθωνίου							
Σε ποιο βαθμό συμφωνείτε με τις παρακάτω προτάσεις; (επιλέξτε με X)		Συμφωνώ απόλυτα	Συμφωνώ σε μεγάλο βαθμό	Συμφωνώ λίγο	Διαφωνώ λίγο	Διαφωνώ σε μεγάλο βαθμό	Διαφωνώ απόλυτα
18.	Ο μαραθώνιος έχει αρνητικές επιπτώσεις στο περιβάλλον λόγω υπερβολικών αστικών ρύπων και μόλυνσης						
19.	Ο μαραθώνιος έχει αρνητικές επιπτώσεις στο περιβάλλον λόγω καταστροφής φυσικών περιοχών						
Προώθηση-διαφήμιση της περιοχής							
20.	Ο μαραθώνιος προσελκύει τουρίστες στην περιοχή						
21.	Ο μαραθώνιος προσελκύει επιχειρηματικές δράσεις στην περιοχή						
22.	Μέσω του μαραθωνίου αυξάνεται η προβολή της περιοχής από τα ΜΜΕ						
Επίδραση στα επίπεδα των τιμών							
23.	Ο μαραθώνιος οδηγεί σε αυξήσεις των τιμών σε προϊόντα διατροφής (όπως το φαγητό)						
24.	Ο μαραθώνιος οδηγεί σε αυξήσεις των τιμών ορισμένων υπηρεσιών (όπως οι μεταφορές)						
25.	Ο μαραθώνιος οδηγεί σε αυξήσεις των τιμών των ακινήτων						
26.	Λόγω του μαραθωνίου αυξάνονται οι αγορές εξοχικών στην περιοχή						

27.	Κατά τη διάρκεια της διοργάνωσης του μαραθωνίου το συνολικό κόστος ζωής στην περιοχή αυξάνεται						
Οφέλη της τοπικής κοινότητας από τον μαραθώνιο							
Σε ποιο βαθμό συμφωνείτε με τις παρακάτω προτάσεις; (επιλέξτε με X)		Συμφωνώ απόλυτα	Συμφωνώ σε μεγάλο βαθμό	Συμφωνώ λίγο	Διαφωνώ λίγο	Διαφωνώ σε μεγάλο βαθμό	Διαφωνώ απόλυτα
28.	Η τοπική κοινότητα αποκομίζει άμεσα οφέλη από το μαραθώνιο						
29.	Ο μαραθώνιος αυξάνει τις κοινωνικές ανισότητες στην περιοχή						
30.	Ο μαραθώνιος αυξάνει την αλληλεπίδραση μεταξύ των ντόπιων και των τουριστών						

ΜΕΡΟΣ Β:

ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

Ηλικία	<input type="checkbox"/> 15 - 20 <input type="checkbox"/> 21 - 30 <input type="checkbox"/> 31 - 40 <input type="checkbox"/> 41 - 50 <input type="checkbox"/> 51 - 60 <input type="checkbox"/> 61 +
Φύλο	<input type="checkbox"/> Άνδρας <input type="checkbox"/> Γυναίκα
Επίπεδο εκπαίδευσης	<input type="checkbox"/> Απόφοιτος Δημοτικού <input type="checkbox"/> Απόφοιτος Γυμνασίου/Λυκείου <input type="checkbox"/> Απόφοιτος ΑΕΙ/ΤΕΙ <input type="checkbox"/> Κάτοχος μεταπτυχιακού τίτλου <input type="checkbox"/> Κάτοχος διδακτορικού τίτλου
Επάγγελμα	<input type="checkbox"/> Ιδιωτικός υπάλληλος <input type="checkbox"/> Δημόσιος υπάλληλος <input type="checkbox"/> Ελεύθερος επαγγελματίας <input type="checkbox"/> Φοιτητής/σπουδαστής

	<input type="checkbox"/> Συνταξιούχος <input type="checkbox"/> Άνεργος <input type="checkbox"/> Άλλο
Τόπος διαμονής	<input type="checkbox"/> Εντός της πόλης του Ναυπλίου <input type="checkbox"/> Εκτός της πόλης του Ναυπλίου
Ασκείτε επιχειρηματική δραστηριότητα εντός της πόλης του Ναυπλίου	<input type="checkbox"/> Ναι <input type="checkbox"/> Όχι
Εάν ναι, σε ποιόν από τους παρουσιαζόμενους κλάδους	<input type="checkbox"/> Τουρισμού <input type="checkbox"/> Εστίασης <input type="checkbox"/> Λιανικού εμπορίου <input type="checkbox"/> Άλλο