

**Το φαινόμενο του αθλητικού τουρισμού παγκοσμίως. Η ανάπτυξη, η προοπτική και η σημασία του στην Ελλάδα**

Παναγιώτης Λιάκος

**Μεταπτυχιακή Διπλωματική Εργασία που υποβάλλεται στο καθηγητικό σώμα για τη μερική εκπλήρωση των υποχρεώσεων απόκτησης Διπλώματος Μεταπτυχιακών Σπουδών στην «Διοίκηση Αθλητικών Οργανισμών και Επιχειρήσεων» του Τμήματος Οργάνωσης και Διαχείρισης Αθλητισμού του Παν/μίου Πελοποννήσου στην κατεύθυνση «Μάνατζμεντ Αθλητικών Οργανισμών & Επιχειρήσεων»**

**Σπάρτη**

**2023**

Εγκεκριμένο από την Εξεταστική Επιτροπή:

---

Επιβλέπων: Βρόντου Ουρανία, Καθηγήτρια

---

2<sup>ο</sup> Μέλος: Κριεμάδης Αθανάσιος, Καθηγητής

---

3<sup>ο</sup> Μέλος: Δουβής Ιωάννης, Καθηγητής

## **Υπεύθυνη Δήλωση**

Με ατομική μου ευθύνη και γνωρίζοντας τις κυρώσεις που προβλέπονται από τις διατάξεις του άρθρου 17 (Λόγοι και διαδικασία διαγραφής από το ΠΜΣ) 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: 18/09/2023

Ο Δηλών

Παναγιώτης Λιάκος

**Copyright © Παναγιώτης Λιάκος, 2023**

***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

Παναγιώτης Λιάκος: Το φαινόμενο του αθλητικού τουρισμού παγκοσμίως. Η ανάπτυξη, η προοπτική και η σημασία του στην Ελλάδα

(Με την επίβλεψη της Βρόντου Ουρανίας, Καθηγήτρια)

Ο τουρισμός είναι ένα πολυδιάστατο φαινόμενο που έχει σημαντικές επιπτώσεις σε διάφορους τομείς, όπως η οικονομία, η κοινωνία και το περιβάλλον. Ο αθλητισμός και ο τουρισμός είναι δυο έννοιες αλληλένδετες και συμπληρωματικές, που συμβάλλουν στο να δημιουργηθούν ευκαιρίες για ανάπτυξη. Σκοπός της παρούσας μελέτης ήταν να παρουσιάσει τη συμβολή του αθλητικού τουρισμού στην οικονομία και στην κοινωνία, εστιάζοντας στην συμβολή του στην ανάπτυξη των ξενοδοχειακών μονάδων, τόσο στο εξωτερικό όσο και στην Ελλάδα. Για τον σκοπό της παραπάνω ανάλυσης, έγινε βιβλιογραφική ανασκόπηση. Συνολικά, συγκεντρώθηκαν 20 έρευνες, πληρώντας συγκεκριμένα κριτήρια. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα, ο αθλητικός τουρισμός συμβάλλει σημαντικά στην ανάπτυξη των περιοχών όπου αναπτύσσεται, αφού προσφέρει οικονομική ώθηση στην κοινωνία. Ωστόσο, οι οικονομικές επιπτώσεις για την πόλη υποδοχής ενδέχεται να μην είναι θετικές. Οι μικρότερες αθλητικές διοργανώσεις δεν συσχετίζονται πάντα με την περιφερειακή οικονομική ανάπτυξη. Σε κάθε περίπτωση, χρειάζεται η αποτελεσματική στήριξη της κυβέρνησης, ώστε να οδηγήσει ο αθλητικός τουρισμός προς μια πιο βιώσιμη ανάπτυξη. Σε ότι αφορά τις μεγάλες εκδηλώσεις αθλητικού τουρισμού, αυτές έχουν σημαντικές συνέπειες, οικονομικές και κοινωνικές, για τις περιοχές υποδοχής, όχι όμως σημαντικά σε χώρες χωρίς την απαραίτητη υποδομή ή το κατάλληλο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Τα στοιχεία της ανάλυσης ανέδειξαν επίσης πως υπάρχουν περιπτώσεις, όπου η ξενοδοχειακή βιομηχανία αποκτά σημαντικά οφέλη, όπως η αύξηση του αριθμού των ξενοδοχείων και της μέσης τιμής διανυκτέρευσης, του ποσοστού πληρότητας και των εσόδων. Επίσης, η αθλητική ταυτότητα του ξενοδοχείου συμβάλλει στην επίτευξη πιο αποτελεσματικών εταιρικών καναλιών επικοινωνίας. Ωστόσο, οι επιπτώσεις για την ξενοδοχειακή αγορά στην πόλη υποδοχής μπορεί να είναι θετικές, αλλά και συνάμα προσωρινές. Μάλιστα, οι πολιτιστικές και οικονομικές επιπτώσεις μπορεί να είναι και αρνητικές, αλλά οι κοινωνικές συνέπειες φαίνεται πως είναι θετικές.

Λέξεις κλειδιά: *Αθλητικός τουρισμός, Επιπτώσεις, Οικονομία, Κοινωνία, Ανάπτυξη ξενοδοχειακών μονάδων*

## **ABSTRACT**

Panagiotis Liakos: The phenomenon of sports tourism worldwide. Its development, perspective and importance in Greece.

(Under supervision of Vrontou Ourania, Professor)

Tourism is a social, cultural and economic phenomenon with many implications for the economy, the society and the environment. Sport and tourism are two interrelated and complementary concepts that contribute to creating opportunities for growth. The purpose of this study was to present the contribution of sports tourism to the economy and society, focusing on its contribution to the development of hotel units, both abroad and in Greece. For the purpose of the above analysis, a literature review (traditional/narrative type) was carried out. A total of 20 surveys were collected, meeting specific criteria. According to the literature review, sports tourism is a strong promotional activity for both the local economy and the sports tourism product itself, contributing significantly to the local development and promotion of the region and offering benefits to the economy and the society. However, there are studies that suggest that the economic impact on the host city may not be positive. Sporting events of smaller scale are not always associated with regional economic development. In any case, effective government support is needed to drive sports tourism towards more sustainable development. With reference to mega sport events, these are generating important economic and social consequences for the city, region or host nation, but they affect less the countries that lack the necessary infrastructure or the appropriate competitive advantage. The analysis also showed that there are cases where the hotel industry is gaining significant benefits from sports tourism, such as an increase in the number of hotels and the average overnight price, occupancy rate and revenues. Also, the sports identity of the hotel contributes to the achievement of more effective corporate communication channels and the better functioning of the hotel's administrative services. However, the impact on the hotel market in the host city can be positive, but also temporary. In fact, the cultural and economic impacts may also be negative, but the social effects seem to be positive.

*Key words: Sports tourism, Effects, Economy, Society, Hotel development*

## **ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ**

*Θερμότατα ευχαριστώ την επιβλέπουσα καθηγήτριά μου, κα Βρόντου Ουρανία, για τον πολύτιμο χρόνο που διέθεσε, την εύστοχη καθοδήγησή της, τις χρήσιμες συμβουλές της, αλλά και την ενθάρρυνση για την εκπόνηση της εν λόγω εργασίας.*

*Επιπροσθέτως, ευχαριστώ την οικογένειά μου για την υποστήριξή της κατά το χρόνο υλοποίησης της εργασίας μου.*

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

<b>ΠΕΡΙΛΗΨΗ</b> .....	<b>4</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>5</b>
<b>ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ</b> .....	<b>9</b>
<b>ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΣΧΗΜΑΤΩΝ</b> .....	<b>10</b>
<b>ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ</b> .....	<b>11</b>
<b>ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ</b> .....	<b>12</b>
<b>I. ΕΙΣΑΓΩΓΗ</b> .....	<b>13</b>
Το πρόβλημα και η ερευνητική προσέγγιση .....	14
Η σημασία της έρευνας και η πρωτοτυπία της .....	14
Σκοπός και στόχοι της έρευνας .....	15
Οι ερευνητικές ερωτήσεις .....	15
Οι περιορισμοί της έρευνας .....	15
Βασικοί ορισμοί .....	16
<b>ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑΣ</b> .....	<b>18</b>
Ορισμός και είδη αθλητικού τουρισμού .....	19
Οφέλη του αθλητικού τουρισμού και κίνδυνοι .....	25
Αθλητικός τουρίστας: εμπειρίες και κίνητρα .....	25
Το Μοντέλο Συμμετοχής στον Αθλητικό Τουρισμό (Sports Tourism Participation Model).....	27
Τα τμήματα της αγοράς του αθλητικού τουρισμού .....	29
Στατιστικά αθλητικού τουρισμού .....	31
Ορισμός της ξενοδοχειακής επιχείρησης και βασικές έννοιες .....	35
Στατιστικά ξενοδοχειακού κλάδου διεθνώς.....	38
Στατιστικά ξενοδοχειακού κλάδου στην Ελλάδα .....	41
<b>ΜΕΘΟΔΟΣ</b> .....	<b>43</b>
Στόχος της παρούσας μελέτης.....	43
Η μέθοδος της βιβλιογραφικής ανασκόπησης και οι τύποι της .....	43

Η σημαντικότητα της μεθόδου .....	45
Κριτήρια αναζήτησης για την παρούσα ανασκόπηση.....	45
Στρατηγική αναζήτησης πηγών .....	46
Διαδικασία .....	47
<b>ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ .....</b>	<b>48</b>
Η συνεισφορά του αθλητικού τουρισμού στην οικονομία και κοινωνία .....	48
Η συνεισφορά του αθλητικού τουρισμού στην ανάπτυξη των ξενοδοχειακών μονάδων .....	55
<b>ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ, ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ &amp; ΣΥΖΗΤΗΣΗ ΓΙΑ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ .....</b>	<b>61</b>
Συζήτηση - συμπεράσματα.....	61
Προτάσεις για μελλοντική έρευνα .....	65
<b>ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ .....</b>	<b>67</b>
Ελληνική.....	67
Ξενόγλωσση.....	67
Διαδίκτυο .....	71



## ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

<b>Πίνακας 1.</b> Το προφίλ των αγορών του εξερχόμενου αθλητικού τουρισμού από την Ευρώπη .....	32
<b>Πίνακας 2.</b> Τα εμπλεκόμενα μέρη σε μια ξενοδοχειακή επιχείρηση και οι αντιλήψεις τους.....	37
<b>Πίνακας 3.</b> Οι λέξεις κλειδιά της παρούσας αναζήτησης πηγών.....	46
<b>Πίνακας 4.</b> Η συμβολή του αθλητικού τουρισμού στην οικονομία και κοινωνία.....	52
<b>Πίνακας 5.</b> Η συμβολή του αθλητικού τουρισμού στην ανάπτυξη των ξενοδοχειακών μονάδων.....	59

## ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΣΧΗΜΑΤΩΝ

<b>Σχήμα 1.</b> Τα κριτήρια καθορισμού των βασικών μορφών του τουρισμού.....	19
<b>Σχήμα 2.</b> Οι κύριοι τύποι αθλητικού τουρισμού.....	24
<b>Σχήμα 3.</b> Το προφίλ συμμετοχής στον αθλητικό τουρισμό.....	27
<b>Σχήμα 4.</b> Οι ερευνητικοί άξονες της παρούσας ανασκόπησης της βιβλιογραφίας.....	43
<b>Σχήμα 5.</b> Η διαδικασία της παρούσας ανασκόπησης της βιβλιογραφίας.....	47

## ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

<b>Διάγραμμα 1.</b> Το Μοντέλο Συμμετοχής στον Αθλητικό Τουρισμό.....	28
<b>Διάγραμμα 2.</b> Το επικαιροποιημένο Μοντέλο Συμμετοχής στον Αθλητικό Τουρισμό.....	29
<b>Διάγραμμα 3</b> Απώλεια εσόδων στο NBA λόγω της πανδημίας κορωνοϊού (Covid-19) από τον Μάρτιο του 2020 (σε εκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ).....	34
<b>Διάγραμμα 4.</b> «Με βάση αυτά που ξέρετε για το coronavirus, είναι σήμερα περισσότερο ή λιγότερο πιθανό να πάτε στο γυμναστήριο;».....	34
<b>Διάγραμμα 5.</b> Αλλαγή στις συνήθειες άσκησης κατά τη διάρκεια της πανδημίας coronavirus στις Ηνωμένες Πολιτείες από τον Απρίλιο του 2020.....	35
<b>Διάγραμμα 6.</b> Μέγεθος αγοράς της παγκόσμιας ξενοδοχειακής βιομηχανίας από το 2014 έως το 2018 (σε δισεκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ).....	39
<b>Διάγραμμα 7.</b> Έσοδα της παγκόσμιας ξενοδοχειακής βιομηχανίας από το 2017 έως το 2025 (σε εκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ).....	39
<b>Διάγραμμα 8.</b> Η διείσδυση των χρηστών στον τομέα των ξενοδοχείων 2017-2025.....	40
<b>Διάγραμμα 9</b> Τα μέσα έσοδα ανά χρήστη (ARPU) στον τομέα των ξενοδοχείων.....	40
<b>Διάγραμμα 10.</b> Παγκόσμια Σύγκριση - Έσοδα (σε εκ. US\$).....	40
<b>Διάγραμμα 11</b> Κατανομή Ξενοδοχειακών Καταλυμάτων με βάση τη Δυναμικότητα, 2016 (δωμάτια).....	41

## ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ

**ADR:** Average daily rate

**ΑΕΠ:** Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν **ARPU:** Average revenue per user **CAGR:** Compound annual growth rate **ΕΟΤ:** Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού

**FIFA:** Fédération Internationale de Football Association **ΗΑΕ:** Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα

**ΗΠΑ:** Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής

**ΙΤΕΠ:** Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων **NBA:** National Basketball Association

**NHL:** National Hockey League

**STIC:** Sport Tourism International Council **UNWTO:** World Tourism Organization

## I. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η βιβλιογραφία διεθνώς διερευνά το φαινόμενο του αθλητικού τουρισμού και τη συνεισφορά του στην αναπτυξιακή πορεία μιας χώρας, τις μελλοντικές προσδοκίες και ευκαιρίες που δημιουργεί και τη σημασία του στο οικονομικοκοινωνικό πεδίο. Τα ευρήματα των τελευταίων ερευνών επικεντρώνονται στο γεγονός ότι οι αθλητικές διοργανώσεις παράγουν αξιόλογο αποτύπωμα στους τόπους υποδοχής (Taks, 2013), προβάλλοντας τις πολλαπλές συνέπειες που προκαλούν οι αθλητικές εκδηλώσεις, (π.χ. οικονομικές, εμπορικές, τουριστικές, φυσικές, κοινωνικές, πολιτιστικές, ψυχολογικές, πολιτικές κ.λπ.). Μάλιστα, μεγάλο μέρος από τις εμπειρικές έρευνες αναφέρονται στις μεγάλες αθλητικές εκδηλώσεις (Daniels & Norman, 2003; Gratton et al, 2000; Lamla et al, 2012; Lee & Taylor, 2005; Manzenreiter & Horne, 2005; Whitson & Horne, 2006), εν τούτοις υπάρχουν και έρευνες που επικεντρώνονται και σε αθλητικές εκδηλώσεις τοπικού χαρακτήρα (Agha & Rascher, 2013; Janeczko et al, 2002; Siegfried & Zimbalist, 2000; Wilson, 2006).

Αναφορικά με την ελληνική πραγματικότητα, οι Spilanis και Vayanni (2003) υποστηρίζουν στη μελέτη τους πως ο τουρισμός είναι μια πολύ σημαντική συνιστώσα ανάπτυξης για τη χώρα μας, η οποία ωστόσο χρήζει προσοχής ως προς το σχεδιασμό εναλλακτικών και βιώσιμων πλάνων για νέες μορφές τουρισμού, όπως λόγου χάρη για τον αθλητικό τουρισμό. Σε άλλη έρευνα, οι Drakakis και Papadaskalopoulos (2014) τονίζουν τη σημασία των αθλητικών δραστηριοτήτων τουρισμού (συγκεκριμένα γκολφ, σέρφινγκ, ιππασία και καταδύσεις) μέσα από την έρευνά τους για το νομό Μεσσηνίας, και όσον αφορά τη συνεισφορά τους στην οικονομία του τόπου. Ένα από τα κύρια συμπεράσματα της μελέτης τους είναι ότι η αθλητική τουριστική δραστηριότητα βοηθά όχι μόνο την τοπική οικονομία, αλλά και το γενικό πλαίσιο του τουρισμού και της οικονομίας. Παρά όμως το γεγονός ότι η υπάρχουσα έρευνα μελετά τις επιπτώσεις του αθλητικού τουρισμού για την Ελλάδα, τονίζοντας τον αντίκτυπο που δημιουργεί στην οικονομία και στην κοινωνία, δεν έχει δοθεί εστίαση σχετικά με τις προοπτικές αθλητικής τουριστικής ανάπτυξης στην Αθήνα, ιδίως ως αποτέλεσμα της φιλοξενίας των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004 και λόγω οικονομικής κρίσης, στο πλαίσιο διαχείρισης του αθλητικού τουρισμού ευρύτερα στην ελληνική επικράτεια (Ziakas and Boukas, 2012). Ακόμη, δεν υπάρχει ερευνητικό υπόβαθρο αναφορικά με την αξιοποίηση του αθλητικού τουρισμού από τις ξενοδοχειακές μονάδες στην Ελλάδα. Τα διαθέσιμα στοιχεία από σχετικές ιστοσελίδες του κλάδου δείχνουν την ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού σε επιλεγμένες ξενοδοχειακές μονάδες, όπως στο Costa Navarino, μέσω του “Navarino Challenge”<sup>1</sup> και στο Aqua Vista Hotels στις Κυκλάδες<sup>2</sup>.

Ο τουρισμός (μαζικός και εναλλακτικός) αποτελεί σύνθετο φαινόμενο με πλήθος συνεπειών στην οικονομία, την κοινωνία και το περιβάλλον. Είναι μια οριζόντια δραστηριότητα που ασκεί επιρροή σε πολλούς κλάδους της οικονομίας μιας χώρας, αποφέρει έσοδα σε αυτήν, συμβάλει στη βιώσιμη ανάπτυξη και αποτελεί σημαντικό παράγοντα στη συνολική μακροπρόθεσμη οικονομική ανάπτυξη του τόπου.

Σε μια γενική βάση, η βιβλιογραφία παρέχει αποδεικτικά στοιχεία ότι υπάρχει αμφίδρομη αιτιότητα μεταξύ του τουρισμού και της οικονομικής ανάπτυξης, τονίζοντας πως το αυξανόμενο εισόδημα προερχόμενο από τον τουρισμό έχει πολλά πλεονεκτήματα για την οικονομία μιας χώρας, οδηγώντας σε μια σχέση μακροπρόθεσμης ισορροπίας (Balaguer & Cantavella-Jorda, 2002; Dritsakis, 2004; Figini & Vici, 2009; Read, 2004). Για να είναι επικερδής η τουριστική βιομηχανία τόσο στο παρόν όσο και μακροπρόθεσμα, είναι αναγκαίο η ανάπτυξη και η διαχείριση να οριοθετούνται σύμφωνα με τη σύγχρονη ανταγωνιστικότητα. Μελέτες δείχνουν πως τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα είναι το κλειδί για να εξασφαλίσει μια χώρα την μακροπρόθεσμη επιτυχία των τουριστικών προορισμών της (Mazanec & Ring, 2011).

### ***Το πρόβλημα και η ερευνητική προσέγγιση***

Ο αθλητικός τουρισμός συνιστά έναν από τους πλέον αναπτυσσόμενους κλάδους τουρισμού διεθνώς, με εμφανή τη συνεισφορά του στην αναπτυξιακή πορεία μιας χώρας, τις μελλοντικές ευκαιρίες που δημιουργεί και τη σημασία του στο οικονομικοκοινωνικό πεδίο (Bull & Weed, 1999; Gratton & Taylor, 2000; Jago et al., 2003). Αν και η υπάρχουσα έρευνα μελετά τις επιπτώσεις του αθλητικού τουρισμού για την Ελλάδα, τονίζοντας τον αντίκτυπο που δημιουργεί στην οικονομία και στην κοινωνία (Ziakas & Boukas, 2012), υπάρχει ερευνητικό κενό αναφορικά με την αξιοποίηση του αθλητικού τουρισμού από τις ξενοδοχειακές μονάδες στην Ελλάδα. Το παραπάνω ζήτημα εξετάζεται στην παρούσα εργασία, μέσα από την ανασκόπηση της βιβλιογραφίας.

Στο πλαίσιο της ερευνητικής αυτής προσέγγισης, αναφορά γίνεται τόσο σε διεθνή δεδομένα όσο και στην Ελληνική πραγματικότητα. Συγκεκριμένα, αξιοποιούνται δευτερογενή δεδομένα από επιστημονικά άρθρα και μελέτες σχετικά με τον αθλητικό τουρισμό, από έγκυρες βάσεις δεδομένων καθώς και επίσημα στατιστικά στοιχεία σε ότι αφορά τη συμβολή του αθλητικού τουρισμού στην οικονομία και στην κοινωνία.

### ***Η σημασία της έρευνας και η πρωτοτυπία της***

Η σημασία και η πρωτοτυπία της έρευνας προκύπτουν τόσο από το ερευνητικό κενό σχετικά με τις προοπτικές αθλητικής τουριστικής ανάπτυξης στην Αθήνα, στο πλαίσιο διαχείρισης του

αθλητικού τουρισμού (Ziakas & Boukas, 2012), όσο και από τη διαπίστωση πως είναι ελάχιστες οι έρευνες που αναδεικνύουν την ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού στις ξενοδοχειακές μονάδες στην Ελλάδα. Τα παραπάνω αναδεικνύουν τη συνεισφορά της παρούσας εργασίας στην μελλοντική έρευνα και στην πρακτική, προσφέροντας βέλτιστες λύσεις στις διοικήσεις του κλάδου, ώστε να αξιοποιήσουν τις προκλήσεις και τις δυνατότητες για την πρόοδο του αθλητικού τουρισμού στην Ελλάδα, γεγονός ιδιαίτερα σημαντικό στην παρούσα φάση της πανδημίας Covid – 19, με το πλήγμα στον τουρισμό να είναι εμφανές παγκοσμίως.

Η αθλητική τουριστική δραστηριότητα μπορεί να βοηθήσει όχι μόνο την τοπική οικονομία, αλλά και το γενικό πλαίσιο του τουρισμού και της οικονομίας. Ωστόσο, χρειάζεται εστίαση στο σχεδιασμό εναλλακτικών και βιώσιμων πλάνων για τον αθλητικό τουρισμό, τόσο λόγω της οικονομικής κρίσης και της μη επαρκούς εκμετάλλευσης των υποδομών της Αθήνας από τους Ολυμπιακούς Αγώνες του 2004, όσο και λόγω των δυσκολιών αξιοποίησης του αθλητικού τουρισμού από τις ξενοδοχειακές μονάδες στην Ελλάδα, μέσα στο δύσκολο περιβάλλον της κρίσης Covid – 19.

### ***Σκοπός και στόχοι της έρευνας***

Φιλοδοξία της εν λόγω ανασκόπησης είναι να αναδειχθεί, μέσα από τα πορίσματα των υπάρχουσών ερευνών, η συμβολή του αθλητικού τουρισμού στην οικονομία και κοινωνία και να αναζητηθούν προτάσεις διαχείρισης και βέλτιστης αξιοποίησης του τουρισμού ως τρόπου διεξόδου από την οικονομική κρίση. Επιμέρους στόχοι αφορούν τη μελέτη ως προς τον αθλητικό τουρισμό που αναπτύσσεται στις ξενοδοχειακές μονάδες και τη συμβολή του στην ανάπτυξή τους, στο εξωτερικό και στην Ελλάδα, οι οποίες μονάδες έχουν τις κατάλληλες εγκαταστάσεις και προσφέρουν αθλητικές δραστηριότητες στους πελάτες τους, ειδικά για ψυχαγωγία και animation (όπως π.χ. Costa Navarino στο νομό Μεσσηνίας).

### ***Οι ερευνητικές ερωτήσεις***

Μέσα από την ανάλυση της βιβλιογραφικής ανασκόπησης, οι ερευνητικές ερωτήσεις που εξετάζονται είναι οι εξής:

- 1) Πώς αναδεικνύεται η συμβολή του αθλητικού τουρισμού στην οικονομία και κοινωνία;
- 2) Με ποιους τρόπους μπορεί ο αθλητικός τουρισμός να συνεισφέρει στην ανάπτυξη των ξενοδοχειακών μονάδων;

### ***Οι περιορισμοί της έρευνας***

Όπως αναφέρθηκε, υπάρχει ένα ερευνητικό κενό σχετικά με τις προοπτικές αθλητικής τουριστικής ανάπτυξης στην Αθήνα, ιδίως ως αποτέλεσμα της φιλοξενίας των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004 και λόγω της πρόσφατης οικονομικής κρίσης, στο πλαίσιο διαχείρισης του αθλητικού τουρισμού (Ziakas & Boukas, 2012). Συνάμα, υπάρχουν λιγιστές έρευνες που να αναδεικνύουν την ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού στις ξενοδοχειακές μονάδες στην Ελλάδα. Τα παραπάνω αποτελούν περιορισμό της παρούσας έρευνας.

### ***Βασικοί ορισμοί***

#### *Τουρισμός*

Η προέλευση της λέξης τουρισμός από την Γαλλική λέξη «Tour» που σημαίνει «γύρος» (δηλ. να κάνει κάποιος μια περιήγηση σε διάφορες τοποθεσίες) και την Αγγλική «Touring» που επίσης συνδέεται με τον τουρισμό και αφορά τη μετακίνηση κάποιου να επισκέπτεσαι περιοχές με αξιοθέατα. Σύμφωνα με τους Ηγουμενάκη, Κραβαρίτη και Λύτρα (1998), μια από τις πρώτες απόπειρες ορισμού του φαινομένου είναι των Hunziker και Krapf του Πανεπιστημίου της Βέρνης το 1942 που διατύπωναν την θέση ότι ο τουρισμός είναι το σύνολο των φαινομένων και σχέσεων που απορρέουν από την εκπλήρωση ενός ταξιδιού σε ένα τόπο και τη διαμονή προσωρινών κατοίκων σ' αυτόν, εφόσον δεν καταλήγουν σε μόνιμη διαμονή και δεν έχουν σχέση με δραστηριότητες κέρδους.

Συμφώνως με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού, ο τουρισμός ενσωματώνει τις ενασχολήσεις των ταξιδιωτών που διαμένουν σε τόπους και προορισμούς εκτός του γνώριμου περιβάλλοντός τους, για διάστημα όχι μεγαλύτερο του ενός έτους, επιδιώκοντας να ικανοποιήσουν συγκεκριμένες ανάγκες τους όπως η αναψυχή, οι επαγγελματικές ανάγκες κ.ο.κ. Θέλοντας να ξεχωρίσουμε τον τουρισμό σε βασικές κατηγορίες πρέπει να λάβουμε υπόψη τους λόγους εκείνους που τον καθορίζουν και δύνανται να διαμορφωθούν με βάση τη χώρα από την οποία προέρχεται ο επισκέπτης και το λόγο της προσέλευσης (μαζικός, εισερχόμενος, εξερχόμενος, εγχώριος, εσωτερικός, εναλλακτικός τουρισμός).

#### *Αθλητικός τουρισμός*

Σύμφωνα με τον ορισμό της Gibson (1998b), ο αθλητικός τουρισμός αφορά ταξίδια αναψυχής όπου οι τουρίστες συμμετέχουν σε φυσικές/ αθλητικές δραστηριότητες, ή παρακολουθούν σχετικές εκδηλώσεις, ή και επιλέγουν να προσκυνήσουν αξιοθέατα που σχετίζονται με αυτές τις δραστηριότητες. Συχνά ο αθλητικός τουρισμός αναφέρεται στα διεθνή ταξίδια που έχουν σκοπό να παρακολουθήσει κάποιος ένα αθλητικό γεγονός. Γνωστά παραδείγματα περιλαμβάνουν διεθνείς εκδηλώσεις όπως τα Παγκόσμια Κύπελλα (ποδόσφαιρο, ράγκμπι, μπάσκετ, στίβος κ.α), οι



Ολυμπιακοί Αγώνες, οι αγώνες Formula 1 και τα Grand Prix, καθώς και περιφερειακές εκδηλώσεις (όπως στο ποδόσφαιρο το Ευρωπαϊκό Champions League) και ατομικά αθλήματα. Επίσης, ο αθλητικός τουρισμός αφορά και χειμερινά αθλήματα, όπως χιονοδρομικό τουρισμό.

#### *Αθλητής/τουρίστας*

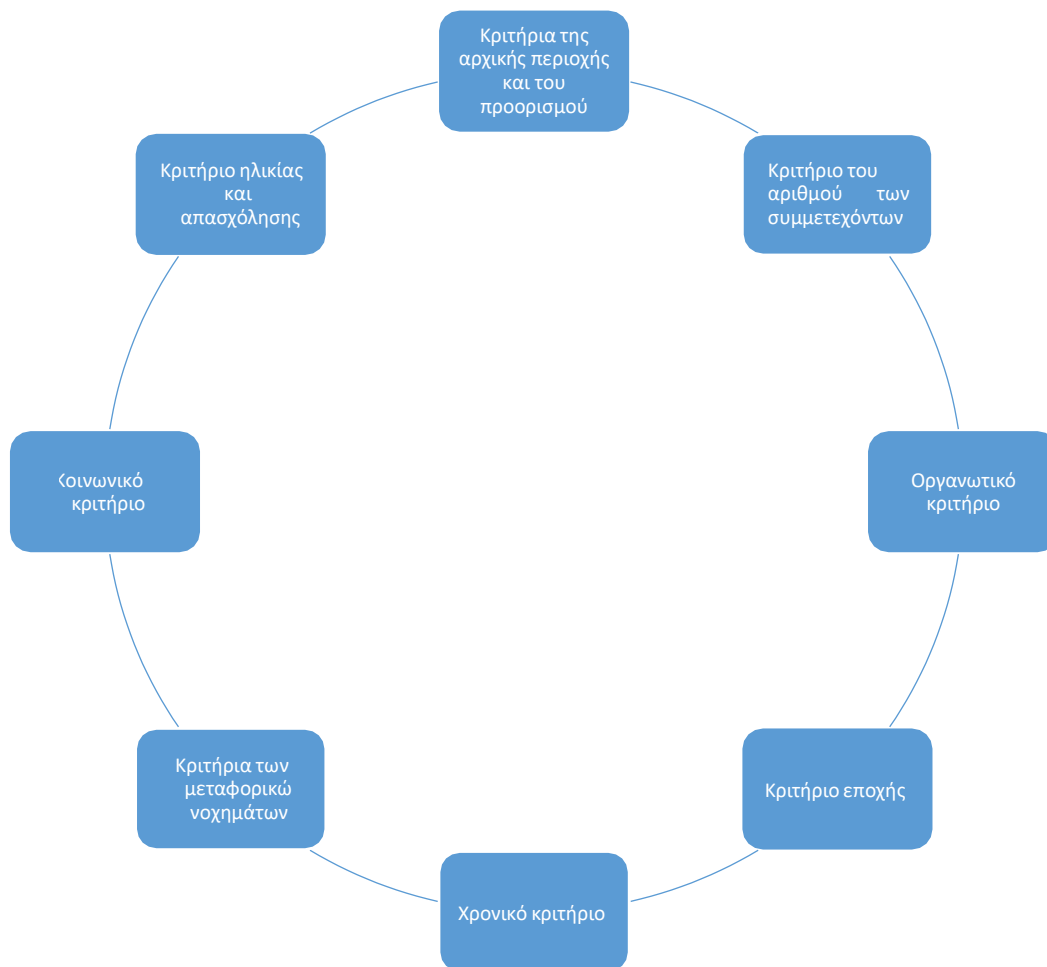
Αθλητής/τουρίστας είναι ο επισκέπτης που πρόσκαιρα διαμένει το λιγότερο 24 ώρες στην περιοχή που γίνεται η αθλητική εκδήλωση και του οποίου βασικός λόγος είναι να λάβει μέρος στην εκδήλωση και για τον οποίο η περιοχή αποτελεί δευτερεύον αξιοθέατο (Nogawa, Yamaguchi & Hagi, 1996). Επίσης, αθλητές/τουρίστες είναι οι άνθρωποι ή ομάδες ανθρώπων που παρίστανται με ενεργό ή παθητικό τρόπο σε ένα ανταγωνιστικό ή ψυχαγωγικό άθλημα και μετακινούνται ή διαμένουν σε μέρη έξω από το συνηθισμένο περιβάλλον τους (ο αθλητισμός για αυτούς είναι το πρωταρχικό λόγο του ταξιδιού τους) (Gammon & Robinson, 1997).

## ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑΣ

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (UNWTO, 2015) ο τουρισμός θεωρείται σπουδαίο κοινωνικό, οικονομικό και πολιτιστικό φαινόμενο που συνίσταται στη μετάβαση ανθρώπων από μια χώρα σε άλλη, μακριά από τον τόπο διαμονής τους για λόγους προσωπικούς ή λόγους που σχετίζονται με το επάγγελμά τους. Αυτοί οι άνθρωποι θεωρούνται περιηγητές, μόνιμοι ή μη μόνιμοι κάτοικοι και ο τουρισμός συνδέεται με τις ενασχολήσεις τους, για κάποιες από τις οποίες απαιτούνται έξοδα (World Tourism Organization, 2020).

Ο τουρισμός διακρίνεται σε διεθνή και εγχώριο τουρισμό. Ο διεθνής τουρισμός αναφέρεται στην περίπτωση όπου οι άνθρωποι μεταβαίνουν σε μια ξένη χώρα, ενώ ο εγχώριος αφορά το ταξίδι ενός ατόμου μέσα στη χώρα του. Ο διεθνής τουρισμός περαιτέρω χωρίζεται σε δύο κατηγορίες: στον εισερχόμενο και στον εξερχόμενο τουρισμό. Στον εισερχόμενο τουρισμό ανήκουν οι ταξιδιώτες που μετακινούνται από μία χώρα σε μια άλλη. Στον εξερχόμενο τουρισμό ανήκουν οι ταξιδιώτες που μετακινούνται από τη χώρα τους προς κάποια άλλη χώρα. Επιπλέον, ανάλογα με τον λόγο της επίσκεψης, ο τουρισμός διακρίνεται σε τουρισμό ψυχαγωγίας και τουρισμό επαγγελματικής φύσεως. Ακόμη, με βάση τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού, υπάρχει και ο τουρισμός ειδικού ενδιαφέροντος (συνεδριακός/εκθεσιακός, αστικός, θαλάσσιος, πολιτισμικός, θρησκευτικός, τουρισμός, τουρισμός υπαίθρου, γεωτουρισμός, οικοτουρισμός, αγροτουρισμός κ.ά.). Σε μια γενικότερη βάση, οι μορφές του τουρισμού ορίζονται με βάση τα παρακάτω κριτήρια (Tureac & Turtureanu, 2008):

- ✓ Της αρχικής περιοχής και του προορισμού: Εγχώριος και διεθνής τουρισμός
- ✓ Του αριθμού των συμμετεχόντων: Ατομικός και ομαδικός τουρισμός
- ✓ Κριτήριο σε σχέση με την οργάνωση: Οργανωμένος, μη οργανωμένος και ημιοργανωμένος τουρισμός
- ✓ Κριτήριο ανάλογα με την εποχή: Συνεχής και μη συνεχής τουρισμός
- ✓ Κριτήριο ανάλογα με τον χρόνο: Τουρισμός για μεγάλο χρονικό διάστημα και τουρισμός μικρής διάρκειας
- ✓ Κριτήριο ανάλογα με το μεταφορικό μέσο: Π.χ, με τρένο, αυτοκίνητο, δια θαλάσσης, αεροπορικάς και με άλλες τρόπους (ποδήλατο, βόδισμα κ.λπ.).
- ✓ Κριτήριο κοινωνικό: Ιδιωτικός τουρισμός και κοινωνικός τουρισμός
- ✓ Κριτήριο ανάλογα με την ηλικία και την απασχόληση του τουρίστα: τουρισμός για νέους, ενήλικες και υπερήλικες. Εργαζόμενους ή μη.



**Σχήμα 1.** Τα κριτήρια καθορισμού των βασικών μορφών του τουρισμού (Tureac & Turtureanu, 2008).

### ***Ορισμός και είδη αθλητικού τουρισμού***

Σύμφωνα με τους Pitts, Fielding & Miller (1994), ο αθλητισμός είναι μια δραστηριότητα, εμπειρία ή άλλη επιχειρηματική δράση που επικεντρώνεται στην φυσική κατάσταση, την αναψυχή, την άθληση ή τον ελεύθερο χρόνο. Από τη δεκαετία του 1960, η αθλητική βιομηχανία τράβηξε την προσοχή των μέσων ενημέρωσης, των οικονομικών και της πολιτικής ευαισθητοποίησης. Πρόκειται για ένα τεράστιο διεθνές ζήτημα, ιδιαίτερα σημαντικό για την επιτυχία όσον αφορά την προσέγγιση των ανθρώπων και των εθνών, ειδικά δεδομένου ότι ο τουρισμός έχει γίνει η μεγαλύτερη και ταχύτερα αναπτυσσόμενη βιομηχανία.

Κατά τον Galkin (2006), η αθλητική βιομηχανία χαρακτηρίζεται από την καθολικότητα των συμμετεχόντων στις οικονομικές σχέσεις στον τομέα του αθλητισμού - εκείνων που πωλούν και εκείνων που αγοράζουν αθλητικά προϊόντα και υπηρεσίες, τους παρόχους και τους χρήστες των αθλητικών πληροφοριών, τους διοργανωτές των αθλητικών εκδηλώσεων και άλλους φορείς της αθλητικής αγοράς. Σύμφωνα με τον ίδιο, η αθλητική βιομηχανία περιλαμβάνει (όπως αναφέρεται στους Savić, Randjelović, Stojanović, Veroljub & Šiljak, 2018):

- ✓ τους καταναλωτές των αθλητικών αγαθών, υπηρεσιών και πληροφοριών
- ✓ τις εταιρείες που παράγουν τα αθλητικά αγαθά, υπηρεσίες και πληροφορίες
- ✓ τους αθλητές, εκπαιδευτές, αθλητικές λέσχες
- ✓ πρωταθλήματα και
- ✓ ομοσπονδίες

Τα προϊόντα της αθλητικής βιομηχανίας περιλαμβάνουν: αθλητικές, ψυχαγωγικές δραστηριότητες και δραστηριότητες άθλησης, καθώς και όλα τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που έχουν σχέση με τον αθλητισμό, την αναψυχή και την φυσική κατάσταση. Επιπλέον, ο κλάδος του αθλητισμού περιλαμβάνει επίσης τη διαχείριση, το μάρκετινγκ, τη χρηματοδότηση και άλλα διοικητικά και επιχειρηματικά αγαθά και υπηρεσίες (Pitts, 1988, όπως αναφέρεται στους Savić et al, 2018). Η αθλητική βιομηχανία ενώνει διάφορους παράγοντες, τμήματα και δραστηριότητες. Οι παράγοντες που εμπλέκονται στον αθλητικό κλάδο περιλαμβάνουν τα κάτωθι (Marijanović, 2012, όπως αναφέρεται στους Savić et al, 2018):

- ✓ Διαχείριση (μεγάλων αθλητικών εκδηλώσεων, αθλητικού τουρισμού, αθλητικών εμπειρογνομόνων και επαγγελματιών στον τομέα του αθλητισμού, αθλητικών αντικειμένων, εξοπλισμού και ένδυσης και εγκαταστάσεων για διαμονή και υψηλής ποιότητας εκπαίδευση)
- ✓ Μάρκετινγκ (συμφωνίες χορηγίας, συμβάσεις που υπογράφονται από αθλητές και συλλόγους, κατασκευή και πώληση αθλητικού εξοπλισμού)
- ✓ Αθλητικά αποτελέσματα
- ✓ Διαφήμιση

Ο αθλητισμός σήμερα εισέρχεται σε όλα τα πεδία της ανθρώπινης ζωής, διαμορφώνει σχέσεις με το κράτος, ενώ αποτελεί επίσης έναν από τους σημαντικότερους τομείς επιχειρηματικής δραστηριότητας, ιδίως μέσα από την εργασιακή απασχόληση στους κλάδους της αθλητικής βιομηχανίας (Solncev, 2012, όπως αναφέρεται στους Savić et al, 2018). Ο σύγχρονος αθλητισμός, και συνεπώς η ίδια η αθλητική βιομηχανία, θα πρέπει να αποτελείται από δραστηριότητες που αποσκοπούν στην προώθηση της δημόσιας ευημερίας για κάθε χώρα. Για αυτό το λόγο το κράτος πρέπει να δημιουργήσει νέες συνθήκες για την περαιτέρω ανάπτυξη του αθλητισμού.

Σήμερα υπάρχει η ανάγκη για μια άρτια διαχείριση του αθλητισμού και αλλαγή της στάσης απέναντι στον αθλητισμό, δεδομένου ότι η αθλητική βιομηχανία σήμερα είναι ένας τομέας συνεχούς ανάπτυξης και προόδου (Bartolucci & Škorić, 2009, όπως αναφέρεται στους Savić et al, 2018). Ο

μακροπρόθεσμος σχεδιασμός και προγραμματισμός, η απασχόληση του άρτια εκπαιδευμένου και επαγγελματικού προσωπικού, οι κατάλληλες εγκαταστάσεις, ο σύγχρονος εξοπλισμός, η επαγγελματική επιλογή των αθλητών είναι βασικές προϋποθέσεις για την επίτευξη των κορυφαίων αποτελεσμάτων στον αθλητισμό (Milanović, Jukić, Čustonja, & Šimek, 2006, όπως αναφέρεται στους Savić et al, 2018). Όπως αναφέρουν και οι Havelka & Lazarević (2011), οι παγκόσμιες τάσεις στον αθλητισμό, η ταχεία ανάπτυξη της τεχνολογίας και η ισχυρή ανάπτυξη της αθλητικής βιομηχανίας αποτελούν τη βάση για το μέλλον στον αθλητισμό (όπως αναφέρεται στους Savić et al, 2018).

Ο αθλητισμός και ο τουρισμός είναι έννοιες αλληλοσυμπληρούμενες. Ο αθλητισμός αποτελεί μια σημαίνουσα λειτουργία στον τομέα του τουρισμού, αλλά και ο τουρισμός είναι κεφαλαιώδες γνώρισμα του αθλητισμού. Οι δυο έννοιες συμβάλλουν στο να δημιουργηθούν ευκαιρίες για ανάπτυξη (Weed & Bull, 2004). Οι περισσότεροι ορισμοί του αθλητικού τουρισμού περιλαμβάνουν έννοιες όπως θεατές, αθλητές και ψυχαγωγικούς παράγοντες, καθώς και την έννοια του ελίτ ανταγωνισμού. Ο αθλητικός τουρισμός ορίζεται ως:

- ✓ το ταξίδι για μη εμπορικούς λόγους συμμετοχής ή για παρατήρηση αθλητικών δραστηριοτήτων (Hall, 1992a),
- ✓ η έκφραση ενός προτύπου συμπεριφοράς των ανθρώπων κατά τη διάρκεια ορισμένων περιόδων ελεύθερου χρόνου όπως ο χρόνος διακοπών, η οποία γίνεται εν μέρει σε ιδιαίτερα ελκυστικά φυσικά περιβάλλοντα και εν μέρει σε αθλητικά αξιοθέατα και φυσικά εγκαταστάσεις αναψυχής στην ύπαιθρο (Ruskin, 1987),
- ✓ η αφιέρωση στην αθλητική δραστηριότητα ως θεατής ή ως συμμετέχων (Weed & Bull, 1997b)
- ✓ ταξίδια αναψυχής όπου οι τουρίστες συμμετέχουν σε φυσικές/αθλητικές δραστηριότητες, ή παρακολουθούν σχετικές εκδηλώσεις, ή και επιλέγουν να προσκυνήσουν αξιοθέατα που σχετίζονται με αυτές τις δραστηριότητες (Gibson, 1998b)
- ✓ Η συμμετοχή ενεργητικά και παθητικά, σε αθλητικές δραστηριότητες, με όλες τις μορφές, περιστασιακά ή οργανωμένα, για λόγους όχι εμπορικούς ή επιχειρηματικούς, που υποχρεώνουν σε ταξίδια εκτός πατρίδας και εργασίας (Standeven & DeKnop, 1999)

Σύμφωνα με το Άρθρο 06: Ειδικές – εναλλακτικές μορφές τουρισμού του Πλαισίου Χωροταξικού Σχεδιασμού και Αειφόρου Ανάπτυξης, ο αθλητικός τουρισμός ανήκει στους ειδικούς – εναλλακτικούς τύπους τουρισμού στην Ελλάδα, με τις στρατηγικές κατευθύνσεις χωρικής οργάνωσης και ανάπτυξης (Υπουργείο Περιβάλλοντος και Ενέργειας, 2013) να αφορούν:

- ✓ την εκμετάλλευση των δυνατοτήτων των αθλητικών εγκαταστάσεων της Αθήνας, της Θεσσαλονίκης και άλλων μεγάλων αστικών κέντρων (Πάτρα, Ηράκλειο, Λάρισα, Βόλος), ιδίως για τη διοργάνωση τακτικών διεθνών αθλητικών γεγονότων.
- ✓ την ενδυνάμωση σε εξειδικεύσεις αθλητικών εκδηλώσεων θέασης (αγώνες ταχύπλοων σκαφών, κωπηλατικοί αγώνες, κλπ.) σε πόλεις ή περιοχές που έχουν τις απαραίτητες φυσικές ή τεχνητές εγκαταστάσεις και ξενοδοχειακές υποδομές, καθώς και αεροδρόμια.
- ✓ την δημιουργία προπονητικών κέντρων σε μέρη της ορεινής και ημιορεινής χώρας που έχουν ικανοποιητική πρόσβαση και ξενοδοχειακή υποστήριξη, όπως επίσης και σε παραθαλάσσιες και παραλίμνιες περιοχές για τις δραστηριότητες του θαλάσσιου σκι, ιστιοδρομίες, κλπ. Τα προπονητήρια και οι υπόλοιπες σχετικές υποδομές καλό είναι να εναρμονίζονται με την κλίμακα και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της περιοχής εγκατάστασης.
- ✓ την ανάπτυξη υποδομών μηχανοκίνητου αθλητισμού.

Ο αθλητικός τουρισμός αποτελεί έναν τομέα του τουρισμού που αναπτύσσεται ταχύτατα. Είτε ο αθλητισμός είναι ο κύριος σκοπός του ταξιδιού τους είτε όχι, οι τουρίστες που ασχολούνται με αθλητικές δραστηριότητες στη διάρκεια αυτού, ολοένα και αυξάνονται. Ο αθλητικός τουρισμός περιλαμβάνει τα ταξίδια μακριά από την κύρια κατοικία κάποιου για να συμμετέχει σε αθλητικές δραστηριότητες, για ψυχαγωγικούς λόγους ή λόγους συναγωνισμού, για να δει ένα αθλητικό συμβάν, για να επισκεφθεί ένα αθλητικό αξιοθέατο, π.χ. μουσείο. Αποτελεί ένα οικονομικό, κοινωνικό και πολιτιστικό γεγονός ως αποτέλεσμα της ανεπανάληπτης αλληλεπίδρασης των ανθρώπινων δραστηριοτήτων και του τόπου. Σύμφωνα με το Sport Tourism International Council (STIC), οι εκφράσεις του αθλητικού τουρισμού δύναται να υλοποιηθούν μέσα από αθλητικές εγκαταστάσεις πολιτιστικής κληρονομιάς, θέρετρα με αθλητική εστίαση, κρουαζιέρες, αθλητικές εκδρομές, όπως σε γήπεδα γκολφ και μεγάλες αθλητικές εκδηλώσεις (Hinch & Higham, 2001). Υπάρχουν τέσσερις κατηγορίες αθλητικού τουρισμού (Gibson, 1998).

#### *Τουρισμός Αθλητικών Διοργανώσεων (Sport Event Tourism)*

Ο Τουρισμός Αθλητικών Διοργανώσεων εστιάζει σε ένα αθλητικό γεγονός. Μολονότι οι αθλητικές εκδηλώσεις μπορεί να είναι οποιουδήποτε μεγέθους και σημασίας, ωστόσο τα αθλητικά γεγονότα υψηλού επιπέδου, όπως οι Ολυμπιακοί Αγώνες ή το Παγκόσμιο Κύπελλο Ποδοσφαίρου, φέρνουν εκατομμύρια τουρίστες στον προορισμό υποδοχής. Υπάρχουν βέβαια και μικρότερες διοργανώσεις, όπως η Henley Regatta στο Ηνωμένο Βασίλειο αλλά και πλήθος από ερασιτεχνικές αθλητικές διοργανώσεις, όπως περιφερειακοί αγώνες στα σχολεία, νεανικά αθλητικά πρωταθλήματα

και μη κερδοσκοπικές διοργανώσεις αθλητισμού που γίνονται στην κοινότητα.

#### *Ενεργός Αθλητικός Τουρισμός (Active Sport Tourism)*

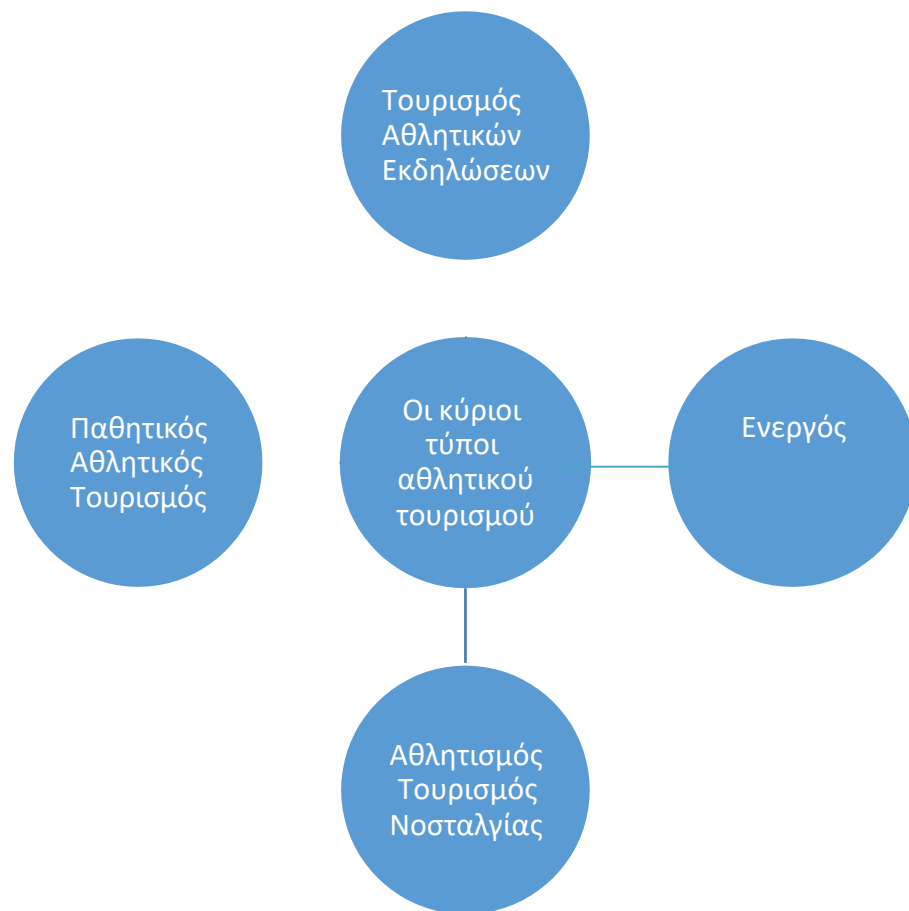
Ο ενεργός αθλητικός τουρισμός είναι ο αθλητικός τουρισμός όταν ένα άτομο μετακινείται για να λάβει μέρος ενεργά σε ένα άθλημα που επέλεξε και η συμμετοχή του στο άθλημα αυτό είναι ένα σημαίνον κομμάτι της τουριστικής εμπειρίας του ή όταν ταξιδεύει για άλλους λόγους,. Οι αθλητικοί τουρίστες που συμμετέχουν ενεργά μπορούν να κατανεμηθούν σε τρεις ταξινομήσεις: στον ερασιτέχνη αθλητικό τουρίστα, στον αθλητικό τουρίστα λόγω χόμπι και στον επαγγελματία αθλητικό τουρίστα. Μερικά παραδείγματα ενεργού αθλητικού τουρισμού είναι: Tough Mudder race, στο Λονδίνο, Martial arts holidays, στη Νότια Κορέα, Surfing στην Πορτογαλία κ.ά.

#### *Αθλητισμός Τουρισμός Νοσταλγίας (Nostalgia Sport Tourism)*

Στον τουρισμό αυτόν περιλαμβάνονται τα ταξίδια σε διάσημα τουριστικά αθλητικά αξιοθέατα. Σε αυτό το είδος αθλητικού τουρισμού ο επισκέπτης μπορεί να γιορτάσει τον αθλητισμό του παρελθόντος ή του παρόντος. Ο εν λόγω αθλητικός τουρισμός μπορεί να περιλαμβάνει επισκέψεις σε εκθέσεις ή μουσεία, επίσκεψη σε κάποιο αθλητικό hall ή επίσκεψη σε αθλητικούς χώρους. Ο αθλητικός τουρίστας νοσταλγίας δεν είναι αναγκαίο να συμμετάσχει ενεργώς στον αθλητισμό. Μπορεί απλά να θέλει να μάθει περισσότερα ή να αναπολήσει. Μερικά παραδείγματα των δημοφιλών αξιοθέατων του αθλητικού τουρισμού νοσταλγίας είναι: Calgary Olympic Park, Maracana Football Stadium, Barcelona Olympic Park κ.ά.

#### *Παθητικός Αθλητικός Τουρισμός (Passive Sport Tourism)*

Ένας παθητικός αθλητικός τουρίστας είναι ένα πρόσωπο που δεν συμμετέχει ενεργά στο άθλημα. Είναι θεατής ή θαυμαστής και παρακολουθεί τον αθλητισμό όπως μέσα από ένα μεγάλο αθλητικό γεγονός ή υποστηρίζοντας ένα μέλος της οικογένειας του, ή ένα φίλο του που αθλείται. Παραδείγματα παθητικών αθλητικών τουριστών είναι οι οπαδοί στο ποδόσφαιρο, που είναι αναμφισβήτητα το πιο γνωστό και δημοφιλές άθλημα στον κόσμο.



**Σχήμα 2.** Οι κύριοι τύποι αθλητικού τουρισμού (Gibson, 1998).

Μια ακόμη διάκριση του αθλητικού τουρισμού είναι η διάκριση στον “hard sport tourism” και “soft sport tourism”. Το πρώτο είδος αναφέρεται σε ανθρώπους που ταξιδεύουν και συμμετέχουν σε ανταγωνιστικές αθλητικές εκδηλώσεις. Αυτό περιλαμβάνει πολλά από τα μεγάλα γεγονότα όπως οι Ολυμπιακοί Αγώνες, το Super Bowl, το Tour de France, το Παγκόσμιο Κύπελλο Ποδοσφαίρου. Επίσης, και μικρότερες εκδηλώσεις περιλαμβάνονται σε αυτήν την κατηγορία, όπως κάποιο τουρνουά μπάσκετ. Το δεύτερο είδος αναφέρεται σε λάτρεις της συγκίνησης που επιθυμούν να βιώσουν από αθλητικά αξιοθέατα και εκδηλώσεις όπως πεζοπορία, κανό, σκι, γκολφ. Τα δυο αυτά είδη αθλητικού τουρισμού επικαλύπτονται από τον ενεργό αθλητικό τουρισμό και τον αθλητικό τουρισμό γεγονότων/ εκδηλώσεων (Weed, 2006). Κατά τον Kurtzman (2000), οι κατηγορίες του αθλητικού τουρισμού αφορούν τις ακόλουθες πέντε:

1. Αθλητικά τουριστικά αξιοθέατα
2. Θέρετρα αθλητικού τουρισμού
3. Κρουαζιέρες αθλητικού τουρισμού
4. Τουρισμός αθλητικών εκδηλώσεων
5. Αθλητικός τουρισμός περιπέτειας



### ***Οφέλη του αθλητικού τουρισμού και κίνδυνοι***

Όπως και με κάθε είδους τουρισμό, υπάρχει μια σειρά από οφέλη και πλεονεκτήματα του αθλητικού τουρισμού. Ο αθλητισμός ως δραστηριότητα επαγγελματική, ερασιτεχνική ή ψυχαγωγική περιλαμβάνει ικανοποιητικό αριθμό ταξιδιών με επίκεντρο αθλητικές εκδηλώσεις, όπως οι Ολυμπιακοί Αγώνες, το ποδόσφαιρο και άλλα πρωταθλήματα που έχουν γίνει ισχυρά τουριστικά αξιοθέατα τα ίδια, δημιουργώντας μια θετική συμβολή στην τουριστική εικόνα του προορισμού υποδοχής. Στο πλαίσιο αυτό, τα οφέλη ενισχύονται, αν αξιοποιηθεί με επιτυχία το branding προορισμού (UNWTO, 2020).

Ενώ το πιο προφανές είναι ίσως το οικονομικό πλεονέκτημα του τουρισμού (οι οικονομικές επιπτώσεις των αθλητικών εκδηλώσεων περιλαμβάνουν τη συμβολή στην απασχόληση και το εισόδημα, στο εθνικό και στο διεθνές πεδίο), υπάρχουν επίσης θετικές κοινωνικές και περιβαλλοντικές συνέπειες (Mules & Dwyer, 2005). Ο αθλητισμός παροτρύνει τους τουρίστες να μεταβούν στην περιοχή, παράγει οικονομικά οφέλη μέσω των κρατήσεων των τουριστών στα καταλύματα, της εστίασης και της κατανάλωσης στα τοπικά καταστήματα. Επίσης, συνεισφέρει στην προβολή και θετική εικόνα της τοπικής κοινότητας, ενώ ακόμη, είναι σημαντικό να αναφερθεί πως πολλές υποδομές αθλητικού τουρισμού και εγκαταστάσεις δύναται να χρησιμοποιηθούν από τα μέλη της κοινότητας υποδοχής. Η ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού βοηθά επίσης στην προσέλκυση επαναλαμβανόμενων επισκεπτών. Τα Μ.Μ.Ε. μπορούν να γίνουν αρωγοί στην προβολή του προορισμού και να δημιουργήσουν ευκαιρίες ώστε να βελτιωθούν οι συνολικοί αριθμοί αθλητικών τουριστών. Τα οικονομικά οφέλη που προκύπτουν από τον αθλητικό τουρισμό μπορούν να αξιοποιηθούν στην τοπική οικονομία και να βοηθήσουν στο να δημιουργηθούν θέσεις εργασίας. Πρόσθετα, ο αθλητικός τουρισμός που εδράζεται στο φυσικό περιβάλλον δύναται να οδηγήσει σε πιο ποιοτική περιβαλλοντική διατήρηση και διαχείριση (Hritz & Ross, 2010).

Πέρα από τα οφέλη, υπάρχουν ωστόσο και πτυχές όπως η υποβάθμιση του περιβάλλοντος ιδίως στις μεγάλες αθλητικές εκδηλώσεις που αντανάκλουν τις αρνητικές επιπτώσεις του αθλητικού τουρισμού, ο οποίος ενδέχεται να έχει αρνητικό αντίκτυπο στις πόλεις υποδοχής, περιλαμβάνοντας τον συνωστισμό, τον χουλιγκανισμό, το έγκλημα και τις διαταραχές στην κανονική ζωή των τοπικών πληθυσμών. Ο αντίκτυπος του αθλητικού τουρισμού στο περιβάλλον μπορεί να είναι επίσης αρνητικός ως αποτέλεσμα της συμφόρησης, της ηχορύπανσης, της φωτορύπανσης και του υπερπληθυσμού (Higham, 1999).

### ***Αθλητικός τουρίστας: εμπειρίες και κίνητρα***

Οι νέες μορφές εξατομικευμένης προσέγγισης του τουρίστα που έχουν αναπτυχθεί σήμερα αντιπροσωπεύουν την ανάπτυξη του τουρισμού προς την κατεύθυνση ικανοποίησης των ατομικών

αναγκαιοτήτων, των ελπίδων και των τύπων κατανάλωσης. Η ταξιδιωτική ζήτηση στοχεύει περισσότερο στα προσωπικά συναισθήματα και τις εμπειρίες με βάση τις αισθήσεις, μέσα από αξέχαστες εκδηλώσεις που προκαλούν αίσθημα πλήρωσης στους τουρίστες. Τα βιώματα αυτά διακρίνονται σύμφωνα με την ενεργητικότητα ή παθητικότητα του τουρίστα, όπως συμβαίνει και με τον αθλητικό τουρισμό, κάνοντας σε κάθε περίπτωση εμφανές πως το κριτήριο της διαφοροποίησης εστιάζεται πιο πολύ στα βιώματα του αθλητικού τουρίστα, τα οποία σχετίζονται με την ψυχαγωγία, την αισθητική, την απόδραση, την εκπαίδευση (Peric, 2010).

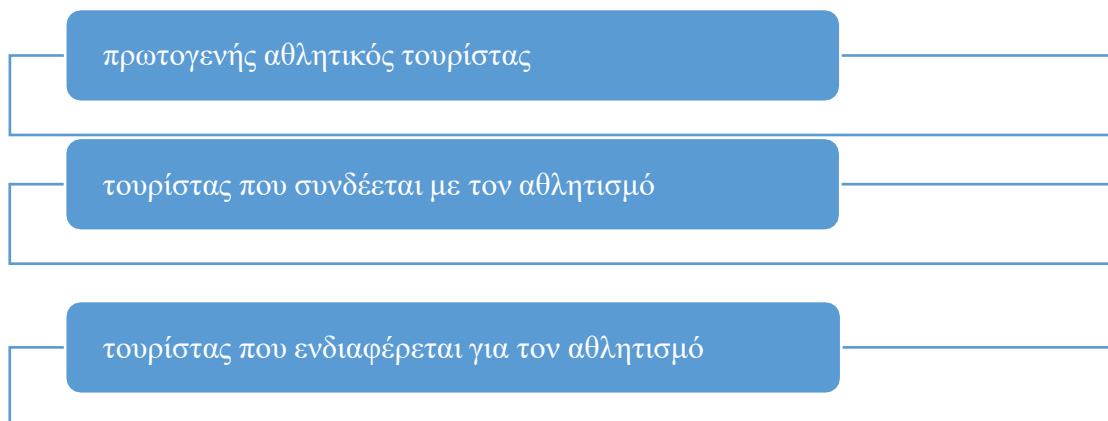
Οι λόγοι για την αθλητική συμμετοχή είναι πολλών ειδών. Ένα σημαντικό μέρος της έρευνας αναφορικά με τα κίνητρα πίσω από αυτή τη συμμετοχή εμπεριέχει τα ατομικά χαρακτηριστικά - όπως ανάγκες, επιδιώξεις, ενδιαφέροντα και προσωπικότητα - ενώ υπάρχουν επίσης κίνητρα που σχετίζονται ειδικότερα με τον αθλητισμό και όχι με τον τουρισμό, π.χ. η ανταγωνιστικότητα, ο αγώνας και η νίκη, η δοκιμή των δυνατοτήτων κάποιου και η ανάπτυξη/διεύρυνση επιδεξιότητας και τεχνογνωσίας. Άλλα κίνητρα ταξιδιωτικών κινήτρων στον αθλητικό τουρισμό περιλαμβάνουν τη σωματική και διαπροσωπική κατάσταση, το κύρος, η απόκτηση νέων και διαφορετικών εμπειριών κ.ά. Το προφίλ συμμετοχής στον αθλητικό τουρισμό δομείται σε τρεις κατηγορίες: πρωτογενής αθλητικός τουρίστας, τουρίστας που συνδέεται με τον αθλητισμό και τουρίστας που ενδιαφέρεται για τον αθλητισμό (Weed and Bull, 2004).

Ο πρώτος τύπος αφορά αθλητικούς τουρίστες των οποίων η αθλητική συμμετοχή αποτελεί τον κύριο λόγο για τα ταξίδια. Συνιστά την πιο απλή ομάδα του αθλητικού τουρισμού, η οποία όμως είναι ανομοιογενής και δεν είναι εύκολο να εκχωρηθούν σε αυτήν την ομάδα οποιαδήποτε κοινά χαρακτηριστικά, εκτός από το γεγονός ότι ο αθλητισμός αποτελεί το πρωταρχικό δέλεαρ για το ταξίδι τους. Οι ελίτ αθλητές είναι μια τυπική ομάδα αυτών των τουριστών, των οποίων τα ταξίδια τους είναι τόσο εγχώρια όσο και διεθνή, και η αθλητική συμμετοχή έχει επαγγελματική φύση. Τα βιώματα από τόπους συνήθως δεν έχουν σημασία για αυτούς τους τουρίστες, εκτός από την έννοια ότι παρέχουν ποιοτικές εγκαταστάσεις και επαρκές κλίμα. Το δέλεαρ/λόγο για αυτή την ομάδα συνιστά συνήθως η επίδοση και η επίτευξη στα ελίτ αθλήματα. Άλλες ομάδες πρωτογενών αθλητικών τουριστών είναι οι αθλητικοί τουρίστες που επιλέγουν το ύπαιθρο, την περιπέτεια και τις "εναλλακτικές" αθλητικές δράσεις ή αθλήματα (ιστιοπλοΐα, σέρφινγκ, snowboarding κ.λπ.).

Οι συνδεδεμένοι με τον αθλητισμό τουρίστες είναι οι αθλητικοί τουρίστες για τους οποίους ο αθλητισμός αποτελεί τον πρωταρχικό λόγο για τα ταξίδια, αλλά υπάρχουν και άλλοι παράγοντες εκτός από το άθλημα που είναι επίσης λόγοι για τη συμμετοχή τους στον αθλητικό τουρισμό. Κάποιοι τύποι αθλητικών τουριστών ενδέχεται να ανήκουν σε αυτή την κατάταξη, εάν ο πρωταρχικός λόγος για τη συμμετοχή σχετίζεται με ορισμένες πλευρές της εμπειρίας εκτός από την ίδια τη δραστηριότητα (όπως το αντάμωμα με φίλους, το βίωμα μετά τη δραστηριότητα κ.λπ.). Παραδείγματα της τυπολογίας αυτής

των αθλητικών τουριστών είναι οι θεατές ιπποδρομιών και σκι.

Οι ενδιαφερόμενοι για τον αθλητισμό τουρίστες είναι αυτοί για τους οποίους ο αθλητισμός δεν αποτελεί τον πρωταρχικό σκοπό για το ταξίδι. Είναι τυχαίοι αθλητικοί τουρίστες, όμως αυτό δεν σημαίνει ότι ο αθλητισμός δεν έχει σχέση με τη διαδικασία λήψης αποφάσεων για αυτούς. Ενδεχομένως, οι αθλητικές ευκαιρίες να είναι μία από τις παραμέτρους που λαμβάνονται υπόψη στην επιλογή ενός τόπου για τις διακοπές τους. Η ομάδα αυτή είναι δυνητικότερα και παράδειγμα της αποτελούν οι παραδοσιακοί τουρίστες των καλοκαιρινών διακοπών.



### **Σχήμα 3** Το προφίλ συμμετοχής στον αθλητικό τουρισμό(Weed and Bull, 2004)

Σύμφωνα με τα στατιστικά στοιχεία, το προφίλ του ατόμου που ασχολείται με τον αθλητικό τουρισμό εντάσσεται στην κλίμακα των διακεκριμένων 10 τουριστών με υψηλές δαπάνες. Οι εν λόγω τουρίστες είναι πιο ριψοκίνδυνοι και αποφασιστικοί, τους αρέσουν τα ταξίδια, συνηθίζουν να συνοδεύονται από την οικογένεια τους, αφού ο αθλητισμός συνιστά για αυτούς οικογενειακή ψυχαγωγία και τείνουν ακόμη να ξαναγυρίζουν στον τόπο προορισμού, που τους χάρισε αλησμόνητες εμπειρίες και έγινε η αιτία ανεπανάληπτων αναμνήσεων. Σχετικά με διαθέσιμες μελέτες, ο μέσος τουρίστας δαπανά 800\$, ενώ ο αθλητικός τουρίστας 1.648\$, δηλαδή λίγο παραπάνω από το διπλάσιο (Sports Exelixis, 2020).

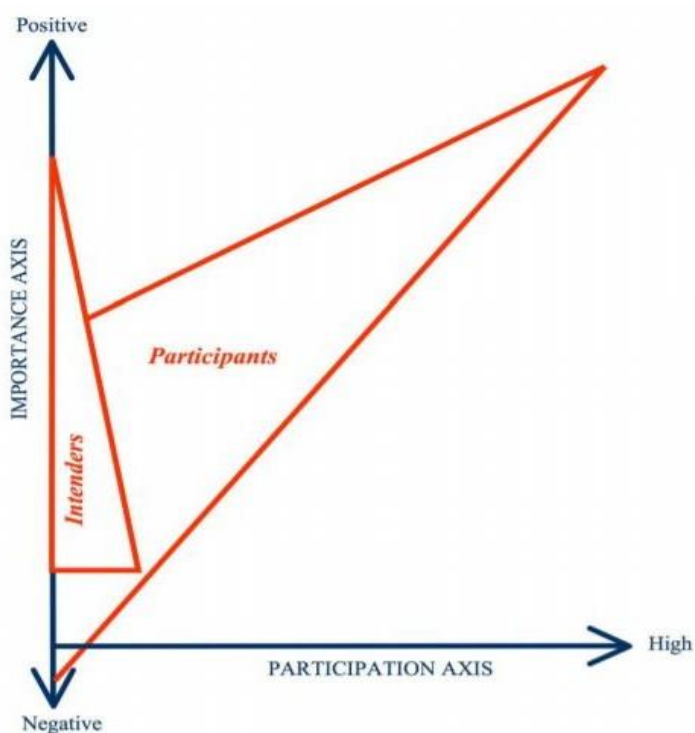
#### ***Το Μοντέλο Συμμετοχής στον Αθλητικό Τουρισμό (Sports Tourism Participation Model)***

Το ανωτέρω μοντέλο (Weed & Bull, 2004) αφορά τη συμμετοχή στον αθλητικό τουρισμό σχετικά με τη σπουδαιότητα που έχουν οι δραστηριότητες και τα ταξίδια του αθλητικού τουρισμού. Όπως δείχνει το ακόλουθο διάγραμμα, τα επίπεδα συμμετοχής αυξάνονται κατά μήκος του οριζόντιου άξονα, ενώ η κατακόρυφη κλίμακα δείχνει το μέγεθος της σημασίας που αποδίδεται από τους ιδιώτες στο ταξίδι για τον αθλητικό τουρισμό. Το μοντέλο καταδεικνύει ότι στο αριστερό μέρος της κλίμακας το επίπεδο σπουδαιότητας ενός ταξιδιού, δύναται να διαφέρει από ένα αρκετά υψηλό επίπεδο

σημασίας, σε ένα μικρής σημασίας επίπεδο ή ακόμη και με αρνητική σημασία. Ωστόσο, στα δεξιά της κλίμακας, είναι μεγάλες και η σημασία και η συμμετοχή. Αυτό σχηματίζει ένα «τρίγωνο» συμμετοχής, το μέγεθος της οποίας είναι ανάλογο με τον αριθμό των ταξιδιωτών σε κάθε ορισμένο πεδίο.

Αυτό, ωστόσο, σχετίζεται με τον αριθμό των ατόμων που συμμετέχουν και όχι με τα επίπεδα δραστηριότητας αυτών, καθώς εκείνα στα δεξιά της κλίμακας δημιουργούν πολύ υψηλότερο επίπεδο δραστηριότητας, ανά συμμετέχοντα, από εκείνα που βρίσκονται στα αριστερά της κλίμακας. Μελέτες αθλητικής συμμετοχής όπως στο Butlins Holiday Worlds στο Ηνωμένο Βασίλειο περιγράφουν την απρόθυμη συμμετοχή στον αθλητισμό στις διακοπές που εξηγεί την ύπαρξη των συμμετεχόντων που αποδίδουν αρνητική σημασία στον αθλητικό τουρισμό (McCoy, 1991; Reeves, 2000).

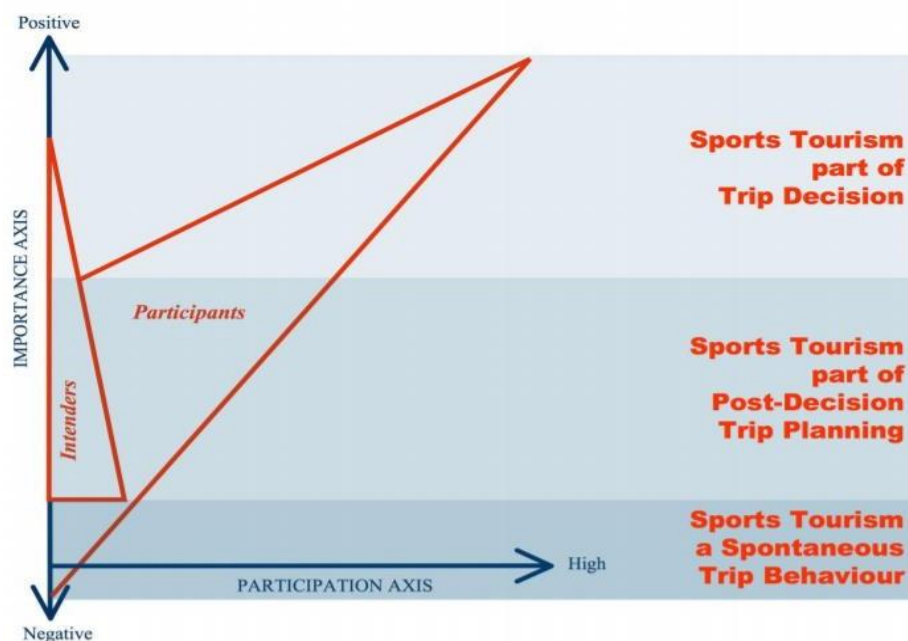
**Διάγραμμα 1.** Το Μοντέλο Συμμετοχής στον Αθλητικό Τουρισμό (Weed, 2006: 4)



Κατά την επικαιροποίηση του Μοντέλου Συμμετοχής στον Αθλητικό Τουρισμό του 2004, εξετάστηκε η λειτουργία του αθλητικού τουρισμού στον τρόπο λήψης αποφάσεων ως προς το ταξίδι. Ο αθλητικός τουρισμός δηλαδή δύναται να είναι ένας λόγος που επηρεάζει την απόφαση πραγματοποίησης ενός ταξιδιού και την επιλογή του τόπου μετάβασης. Δευτερευόντως, δύναται να είναι ένας λόγος για την οργάνωση του ταξιδιού, που πραγματοποιείται έπειτα από τη λήψη της απόφασης, και αφού έχει επιλεγεί ο προορισμός ή τέλος δύναται απλά να είναι μια παρορμητική /απρογραμματίστη συμπεριφορά ως προς το ταξίδι. Τα πεδία αυτά είναι δυνατόν να γίνουν εμφανή στο Μοντέλο Αθλητικής Τουριστικής Συμμετοχής καθώς παρουσιάζεται στο κατωτέρω διάγραμμα

(Weed, 2006).

**Διάγραμμα 2.** Το επικαιροποιημένο Μοντέλο Συμμετοχής στον Αθλητικό Τουρισμό (Weed, 2006: 9)



Σύμφωνα με τα παραπάνω, ο αθλητικός τουρισμός συνιστά παράγοντα επιλογής ενός ταξιδιού και βρίσκεται στην κορυφή του μοντέλου, που η σημασία είναι υψηλή, αποτελεί παράγοντα προγραμματισμού του ταξιδιού και βρίσκεται στη μέση του μοντέλου, που η σημασία είναι μέτρια, αποτελεί παράγοντα αυθόρμητης συμπεριφοράς στο ταξίδι και βρίσκεται στο κατώτερο μέρος του μοντέλου, που η σημασία είναι χαμηλή. Φαίνεται λοιπόν πως οι στοχεύσεις του αθλητικού τουρισμού ποικίλλουν και ως εκ τούτου μπορούν να επηρεάσουν τις αποφάσεις και τον προγραμματισμό των ταξιδιωτών.

### ***Τα τμήματα της αγοράς του αθλητικού τουρισμού***

Η αγορά του αθλητικού τουρισμού μπορεί να κατηγοριοποιηθεί σε τέσσερα διαφορετικά τμήματα τα αξιοθέατα, τη διαμονή, τη προσβασιμότητα και τις παροχές. Στην τουριστική βιομηχανία, η πιο αρχική απαίτηση είναι η ελκυστικότητα. Οι υπηρεσίες ή οι προορισμοί είναι καλό να είναι ελκυστικοί από την άποψη των επισκεπτών και τα αξιοθέατα έχουν καταλυτικό ρόλο σε αυτό. Τα αξιοθέατα διακρίνονται σε φυσικά και τεχνητά. Τα φυσικά περιέχουν γεωγραφικά χαρακτηριστικά ή άλλα φυσικά χαρακτηριστικά που σχετίζονται με το ενδιαφέρον του τουρίστα (π.χ. εθνικά πάρκα, χλωρίδα και πανίδα, λίμνες, παραλίες, σπηλιές, κλπ.). Τα τεχνητά αξιοθέατα αφορούν ανθρώπινα δημιουργήματα που σκοπό έχουν να προσελκύσουν τους επισκέπτες (π.χ. ο Πύργος του Άιφελ στο Παρίσι, το Σινικό Τείχος της Κίνας, κλπ.). Η στέγαση είναι επίσης σημαντική στον κλάδο. Σήμερα

υπάρχουν διαφορετικοί τύποι καταλυμάτων (ξενοδοχεία, καταφύγια, θέρετρα, ξενώνες κλπ) που ικανοποιούν το μεγάλο εύρος των απαιτήσεων και οικονομικών δυνατοτήτων του κάθε επισκέπτη. Η προσβασιμότητα είναι εξίσου σημαντικός παράγοντας. Χωρίς κατάλληλη και αξιόπιστη προσβασιμότητα η τουριστική διαδικασία δεν είναι επιτυχής (Copper, Fletcher, Fyall, Gilbert & Wanhill, 2008). Οι παροχές διαδραματίζουν επίσης μεγάλο ρόλο στον τουρισμό. Αυτές αναφέρονται στις εγκαταστάσεις και τις υπηρεσίες που παρέχονται στον προορισμό, καθώς ο τουρισμός ανήκει στον κλάδο των υπηρεσιών. Στο πλαίσιο της παροχής του αθλητικού τουρισμού, εμπλέκονται οι εξής παράγοντες (Weed and Bull, 2004).

#### *Ο τουρισμός με αθλητικό περιεχόμενο*

Είναι ο πιο διευρυμένος τύπος του αθλητικού τουρισμού, όχι μόνο λόγω του ευρύτερου φάσματος δραστηριοτήτων του, αλλά και λόγω του ευρύτερου φάσματος παρόχων του. Στην περίπτωση αυτή, ο αθλητικός τουρισμός παρουσιάζεται στην πιο απλή και ανοργάνωτη μορφή του. Οι αθλητικές υποδομές ή ευκαιρίες δεν καθορίζουν για τον ταξιδιώτη στην επιλογή του τόπου μετάβασης. Πολλές φορές οι αποφάσεις λαμβάνονται παρορμητικά χωρίς να είναι προσχεδιασμένες (π.χ. ένα ταξίδι για να παρακολουθήσουν τα άτομα έναν αγώνα καλαθοσφαίρισης ως μια διαφορετική βραδινή ψυχαγωγία).

#### *Ο τουρισμός αθλητικής συμμετοχής*

Είναι η πιο προφανής κατηγορία και αναφέρεται στον τουρισμό σε πολυαθλητικό ή ενιαίο αθλητικό χώρο στον πιο βασικό τομέα (εξαιρείται η ενεργός συμμετοχή σε πιο υψηλά επίπεδα). Οι πάροχοι συνήθως προέρχονται από τον εμπορικό χώρο.

#### *Η αθλητική εκπαίδευση*

Αυτή ενσωματώνει ταξίδια αθλητικού τουρισμού και πρωταρχικός στόχος είναι η διδασκαλία περί την άθληση που αφορά είτε ερασιτέχνες είτε κορυφαίους αθλητές. Οι πάροχοι στη διαδικασία αυτή είναι δυνατόν να προέρχονται από το εμπορικό και το δημόσιο πεδίο.

#### *Οι αθλητικές διοργανώσεις*

Αυτές σχετίζονται με τον τουρισμό στον οποίο κυρίαρχος στόχος των ταξιδιωτών είναι η συμμετοχή τους σε αθλητικές εκδηλώσεις, ως συμμετέχοντες ή ως θεατές. Για τους παρόχους υπάρχει η δυνατότητα να προέρχονται από τον εμπορικό ή δημόσιο χώρο ή από μια σύμπραξη των δύο.

#### *Ο πολυτελής αθλητικός τουρισμός*

Στην προκειμένη περίπτωση, το ταξίδι δεν σχετίζεται με τον χαρακτήρα του σπορ, αλλά με

την ποιότητα των υποδομών και τον de luxe χαρακτήρα των ξενοδοχείων και των συμπληρωματικών εγκαταστάσεων/υποδομών και υπηρεσιών (όπως το Grand Prix του Μονακό). Ο χαρακτήρας της παροχής στην αγορά αυτή είναι κατ' αποκλειστικότητα εμπορικός.

Αν και συγκεκριμένες μορφές του αθλητικού τουρισμού θα ήταν δυνατόν να επικαλύπτονται από άλλες μορφές αθλητικού τουρισμού, η παραπάνω ταξινόμηση βοηθά στην εξέταση του χαρακτήρα και της έκτασης των παροχών αθλητικού τουρισμού και δύναται να συνδράμει στην εξέταση της κλίμακας των σχεδιασμών που χρησιμοποιούνται από τους παρόχους αθλητικού τουρισμού. Σύμφωνα με τις Σταυροπούλου, Υφαντίδου και Σπυριδοπούλου (2010), οι αγορές του αθλητικού τουρισμού διακρίνονται σε επαγγελματικές και αγορές ψυχαγωγίας/ελεύθερου χρόνου. Στον αθλητικό τουρισμό ψυχαγωγίας/ελεύθερου χρόνου συμπεριλαμβάνονται οι εκδηλώσεις, η πολιτισμική κληρονομιά, οι κατασκηνώσεις, τα αθλητικά ταξίδια, τα κέντρα υδροθεραπείας (spa), τα ταξίδια υπαίθρου κ.λ.π. Στον επαγγελματικό αθλητικό τουρισμό περιλαμβάνονται οι αθλητικοί οργανισμοί, οι ομάδες που ανταγωνίζονται και τα ατομικά αθλήματα. Επιπλέον, στον τουρισμό αυτόν ανήκει και ο κολεγιακός αθλητισμός, καθώς επίσης και η εκπαίδευση των νέων, των ηλικιωμένων και των ατόμων με ειδικές ανάγκες.

### ***Στατιστικά αθλητικού τουρισμού***

Σύμφωνα με στατιστικά στοιχεία, για λόγους αθλητικού τουρισμού οι διεθνείς αφίξεις ατόμων, ετησίως ανέρχονται σε 12-15 εκατομμύρια, με πρόβλεψη αύξησης βραχυπρόθεσμα, σχεδόν 6% ανά έτος. Αντιστοιχεί στο 10% της παγκόσμιας τουριστικής βιομηχανίας, με καθαρά έσοδα σχεδόν 800 δισεκατομμύρια δολάρια. Οι αθλητικοί τουρίστες προέρχονται κυρίως από χώρες όπως Γερμανία, Ιταλία, Ηνωμένο Βασίλειο, Ισπανία, Σουηδία, Δανία και Φινλανδία. Σε κάποιες χώρες, τα οικονομικά οφέλη που προκύπτουν από τον εν λόγω τουρισμό ξεπερνούν το όριο του 25% του συνόλου, όπως στην Αυστραλία, φτάνοντας το 2013 το ποσοστό ρεκόρ του 55% (World Sport Tourism Show, 2020).

Από το 2007 έως το 2013, ο τομέας κατέγραψε αύξηση των τουριστικών ροών κατά 25% και αύξηση των δαπανών κατά 20%, δημιουργώντας κύκλο εργασιών 9 δισεκατομμυρίων ευρώ και περίπου 60 εκατομμύρια συνολικές διανυκτερεύσεις. Σε ότι αφορά το είδος των αθλημάτων, το 2007 τα χειμερινά αθλήματα καθόρισαν περίπου το 49% των ταξιδιών, ενώ το 2013 το ποσοστό αυτό μειώθηκε σε περίπου 42%. Σχεδόν 1,5 δισεκατομμύρια ευρώ συγκέντρωσαν τα θαλάσσια σπορ στην Ιταλία, όπως ιστιοπλοΐα, κανό, καταδύσεις κ.λπ. Σε πάνω από το ήμισυ των δαπανών (52%) συμμετέχουν επιχειρήσεις τροφοδοσίας και εστίασης. Ο τομέας των γεωργικών προϊόντων διατροφής λαμβάνει το 13% των συνεχών δαπανών από αυτό το τμήμα, ενώ οι μεταφορές αντιπροσωπεύουν περίπου το 3%. Οι προορισμοί του αθλητικού τουρισμού φαίνεται πως επιλέγονται μέσα από το ίντερνετ και τα μέσα κοινωνικά δικτύωσης (35%) καθώς και από τη

διαφήμιση από στόμα σε στόμα (32,3%)(World Sport Tourism Show, 2020).

Η βιομηχανία του αθλητικού τουρισμού το 2016 ξεπέρασε τα 1,41 τρισεκατομμύρια δολάρια, σημειώνοντας 41% αύξηση σε μόλις τέσσερα χρόνια (Tourism Teacher, 2019). Η παγκόσμια αγορά αθλητικού τουρισμού προβλέπεται να αυξηθεί σε 1,5 δισ. δισεκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ το διάστημα από το 2019 έως το 2029, καθοδηγούμενη από την αυξανόμενη συμβολή του ΑΕΠ και της απασχόλησης (Medium, 2020). Όπως αναφέρεται και στην σχετική έκθεση έρευνας αγοράς της Technavio, η παγκόσμια αγορά αθλητικού τουρισμού αναμένεται να επιτύχει CAGR περίπου 36% κατά την περίοδο 2019-2023 (Technavio, 2020). Ανά περιφέρεια, η Ευρώπη χαρακτηρίζεται από τη μεγαλύτερη ανάπτυξη της παγκόσμιας αγοράς (Medium, 2020). Ο αθλητικός τουρισμός στην Ευρώπη συνεχίζει να αναπτύσσεται διαδραματίζοντας σημαίνοντα ρόλο στην τουριστική βιομηχανία. Το προφίλ των αγορών του εξερχόμενου αθλητικού τουρισμού από την Ευρώπη δίνεται στον ακόλουθο πίνακα.

**Πίνακας 1.** Το προφίλ των αγορών του εξερχόμενου αθλητικού τουρισμού από την Ευρώπη (Τσόλης, 2017)

Προφίλ αγορών εξερχόμενου Αθλητικού τουρισμού από την Ευρώπη								
	Γερμανία	Ελβετία	Ηνωμένο Βασίλειο	Βέλγιο	Σκανδιναβία	Γαλλία	Ολλανδία	Ρωσία
Επισκέπτες σε χιλιάδες	1.204	729	562	463	424	412	214	171
Διανυκτερεύσεις σε χιλιάδες	11.197	5.103	4.665	2.778	3.138	1.813	2.440	2.787
Δαπάνη σε χιλιάδες €	1.289.484	804.816	522.098	323.174	416.792	230.720	206.938	246.753
Δαπάνη ανά ταξίδι / ημέρα	€ 1.071 / € 115	€ 1.104 / € 158	€ 929 / € 112	€ 698 / € 116	€ 983 / € 133	€ 560 / € 127	€ 967 / € 85	€ 1.443 / € 89
Κυριότερες ηλικιακές ομάδες	55-64, 45-54	35-44, 55-64	35-44, 45-54	25-34, 45-54	25-34, 35-44	25-34, 45-54	45-54, 35-44	15-24, 25-34
Φύλο επισκεπτών	περισσότερες γυναίκες	περισσότεροι άνδρες	περισσότεροι άνδρες	περισσότεροι άνδρες	περισσότεροι άνδρες	περισσότεροι άνδρες	περισσότεροι άνδρες	περισσότεροι άνδρες
Οικογενειακό εισόδημα	89% ανώτερο και μέσο ανώτερο	84% ανώτερο και μέσο ανώτερο	86% ανώτερο και μέσο ανώτερο	77% ανώτερο και μέσο ανώτερο	79% ανώτερο και μέσο ανώτερο	72% ανώτερο και μέσο ανώτερο	83% ανώτερο και μέσο ανώτερο	65% ανώτερο και μέσο ανώτερο
Επίπεδο εκπαίδευσης	57% ανώτερο	88% ανώτερο	52% ανώτερο	62% μεσαίο	61% ανώτερο	64% ανώτερο	53% ανώτερο	78% ανώτερο
Συχνότερη διάρκεια ταξιδιού (διανυκτερεύσεις)	48% 4-7 νύχτες	72% έως 7 νύχτες	63% έως 7 νύχτες	70% 4-11 νύχτες	70% έως 7 νύχτες	87% έως 7 νύχτες	37% 8-11 νύχτες	28% 4-7 και 21% 16-22 νύχτες
Τορ προορισμοί	Νοτιοδυτική και Κεντρική Ευρώπη	Κεντρική και Νοτιοδυτική Ευρώπη	Δυτική και Νοτιοδυτική Ευρώπη	Δυτική και Κεντρική Ευρώπη	Νοτιοδυτική και Βόρεια Ευρώπη	Δυτική και Νοτιοδυτική Ευρώπη	Δυτική και Κεντρική Ευρώπη	Ανατολική και Νοτιοδυτική Ευρώπη
Κυριότερα μέσα ενημέρωσης	Internet, ταξιδιωτικό οδηγό	Internet, φίλοι/συγγενείς	Internet, ταξιδιωτικό γραφείο	Internet, φίλοι/συγγενείς	Internet, περιοδικά	Internet, φίλοι/συγγενείς	Internet, ταξιδιωτικό γραφείο	Internet, ταξιδιωτικό γραφείο
Κυριότεροι τρόποι κράτησης	Internet, ξενοδοχείο ή άλλο κατάλυμα	Internet, ξενοδοχείο ή άλλο κατάλυμα	Internet, ξενοδοχείο ή άλλο κατάλυμα	Internet, ξενοδοχείο ή άλλο κατάλυμα/ ταξιδιωτικό πρακτορείο	Internet, ταξιδιωτικό πρακτορείο	Internet, ταξιδιωτικό πρακτορείο	Internet, ξενοδοχείο ή άλλο κατάλυμα	Internet, γραφείο μεταφ. μέσου
Προγραμματισμός κράτησης	32% 4-6 μήνες πριν	44% έως και 1 μήνα πριν	38% 4-6 μήνες πριν	57% έως και 1 μήνα πριν	41% 2-3 μήνες πριν	58% έως και 1 μήνα πριν	32% 4-6 μήνες πριν	81% έως και 1 μήνα πριν

Πηγή: IPK International, επεξεργασία SETE Intelligence



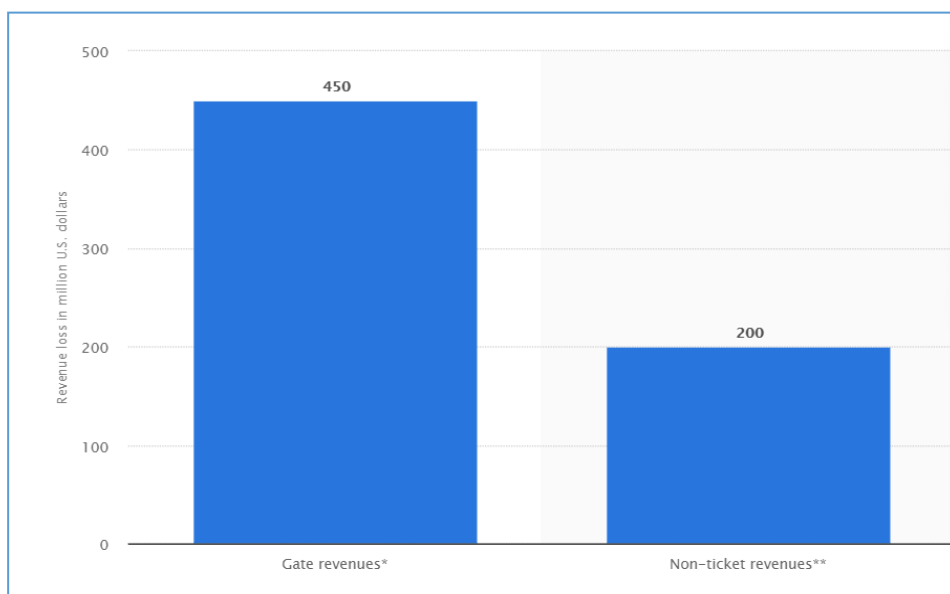
Οι πιο δημοφιλείς προορισμοί αθλητικού τουρισμού στον κόσμο για το 2019 ήταν (World Travel Awards, 2019):

- ✓ Όκλαντ, Νέα Ζηλανδία
- ✓ Πεκίνο, Κίνα
- ✓ Ντόχα, Κατάρ
- ✓ Ντουμπάι, ΗΑΕ
- ✓ Ντέρμπαν, Νότια Αφρική
- ✓ Καζάν, Ρωσία
- ✓ Λονδίνο, Αγγλία
- ✓ Λος Άντζελες, Καλιφόρνια, ΗΠΑ
- ✓ Μελβούρνη, Αυστραλία
- ✓ Μαϊάμι, Φλόριντα, ΗΠΑ
- ✓ Μόσχα, Ρωσία
- ✓ Νέα Υόρκη, ΗΠΑ
- ✓ Ρίο ντε Τζανέιρο, Βραζιλία
- ✓ Σεούλ, Νότια Κορέα
- ✓ Τόκιο, Ιαπωνία
- ✓ Τορόντο, Καναδάς
- ✓ Βανκούβερ, Καναδάς

Ωστόσο, οι περιορισμοί στον αριθμό των αθλητικών εκδηλώσεων λόγω Covid-19 παγκοσμίως είναι ένας παράγοντας που αναμένεται να επιβραδύνει σημαντικά την ανάπτυξη της παγκόσμιας αγοράς. Σύμφωνα με τα πρόσφατα στατιστικά στοιχεία (Statista, 2020), η πανδημία Covid-19 που εκδηλώθηκε στις αρχές του 2020 έπληξε σοβαρά την αθλητική βιομηχανία. Πολλά επαγγελματικά πρωταθλήματα σε όλο τον κόσμο ανέστειλαν τις εκδηλώσεις τους, όπως και οι Ολυμπιακοί Αγώνες του 2020, και εκατοντάδες χιλιάδες θέσεις εργασίας τέθηκαν σε κίνδυνο, καθώς πολλές αθλητικές εκδηλώσεις ακυρώθηκαν. Εκτιμάται ότι 2,2 δισεκατομμύρια δολάρια χάθηκαν σε όρους εθνικών τηλεοπτικών εσόδων για την αθλητική βιομηχανία ως αποτέλεσμα της κρίσης.

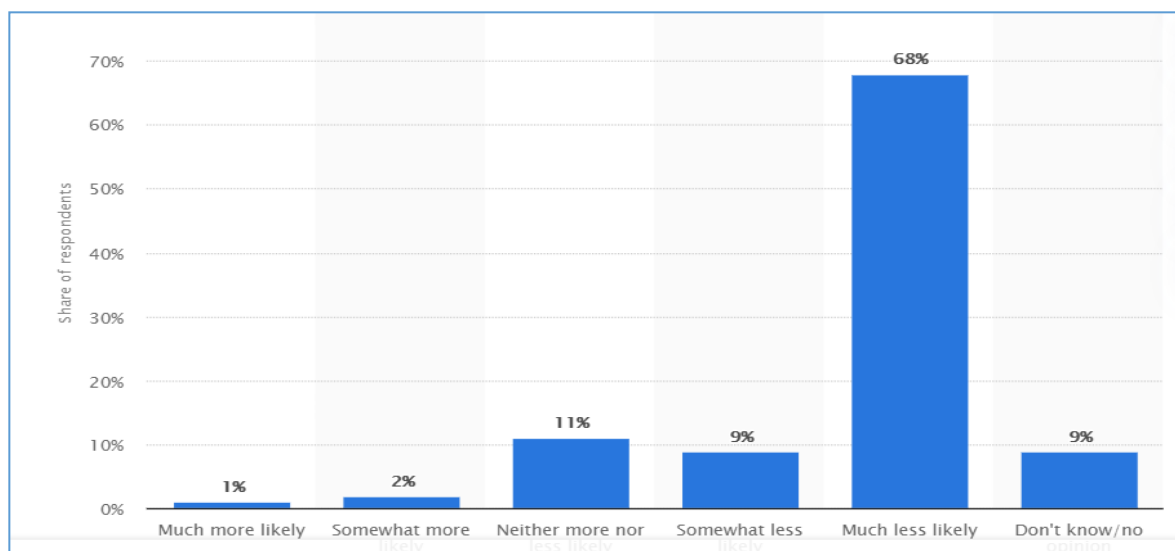
Στην Αμερική, πολλά επαγγελματικά πρωταθλήματα ακύρωσαν τις διοργανώσεις τους, συμπεριλαμβανομένης της Εθνικής Ένωσης Καλαθοσφαίρισης (NBA) στις Ηνωμένες Πολιτείες. Οι απώλειες εσόδων στο πρωτάθλημα, ως αποτέλεσμα αυτών των ακυρώσεων, εκτιμήθηκε μεταξύ 350 και 450 εκατομμύρια δολαρίων ΗΠΑ (διάγραμμα 3). Σε ότι αφορά την Εθνική Ένωση Χόκεϋ (NHL) στις Ηνωμένες Πολιτείες, την εποχή που η σεζόν αναστάλη τον Μάρτιο του 2020, οι ομάδες είχαν παίξει μεταξύ 32 και 37 από τους 41 εντός έδρας αγώνες. Εκτιμάται ότι κάθε ομάδα έχασε κατά μέσο όρο 1,31 εκατομμύρια δολάρια σε πωλήσεις εισιτηρίων και μόνο για κάθε εντός έδρας παιχνίδι που

ακυρώθηκε λόγω του πανδημίας (Statista, 2020).



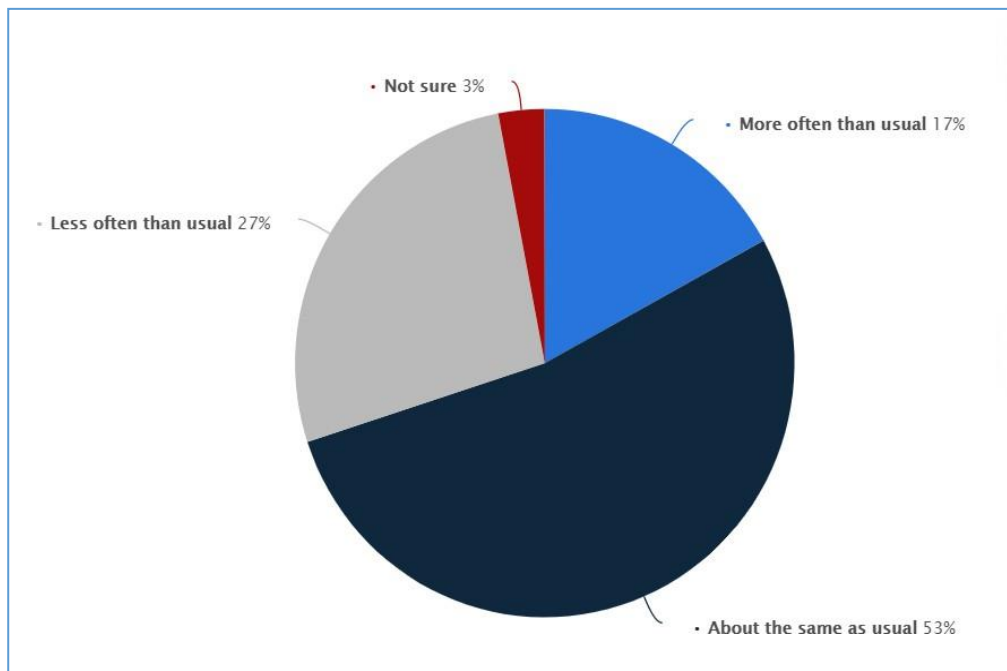
**Διάγραμμα 3.** Απώλεια εσόδων στο NBA λόγω της πανδημίας κορωνοϊού(Covid-19) από τον Μάρτιο του 2020 (σε εκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ) (Statista, 2020)

Η επίπτωση είναι εμφανής και αναφορικά με τον ερασιτεχνικό αθλητισμό ή τον αθλητισμό στην κοινότητα. Κατά τη διάρκεια σχετικής έρευνας το μήνα Απρίλιο του 2020 στις Ηνωμένες Πολιτείες, 68 τοις εκατό των ερωτηθέντων δήλωσαν ότι ήταν πολύ λιγότερο πιθανό να πάνε στο γυμναστήριο με βάση αυτά που γνώριζαν τότε περί πανδημίας (διάγραμμα 4).



**Διάγραμμα 4** «Με βάση αυτά που ξέρετε για το coronavirus, είναι σήμερα περισσότερο ή λιγότερο πιθανό να πάτε στο γυμναστήριο;» (Statista, 2020)

Σύμφωνα με την ίδια μελέτη, οι ερωτώμενοι στην πλειοψηφία τους απάντησαν πως απέφυγαν να περνούν το χρόνο τους σε δημόσιους χώρους άθλησης. Μάλιστα, το 27 τοις εκατό των ερωτηθέντων δήλωσαν ότι ασκούνταν λιγότερο συχνά από ό,τι συνήθως ως αποτέλεσμα της κρίσης (Διάγραμμα 5) (Statista, 2020).



**Διάγραμμα 5.** Αλλαγή στις συνήθειες άσκησης κατά τη διάρκεια της πανδημίας coronavirus στις Ηνωμένες Πολιτείες από τον Απρίλιο του 2020 (Statista, 2020).

Στην Ελλάδα, ο αθλητικός τουρισμός εντάσσεται στις ειδικές κατηγορίες/μορφές τουρισμού και αναπτύχθηκε κυρίως μέσα από τη διοργάνωση του Μαραθώνιου της Αθήνας. Τελευταία, υπήρξαν σπουδαίες αθλητικές διοργανώσεις από την Costa Navarino στη Μεσσηνία αλλά και στη Σαντορίνη, στην Κρήτη, στα Ζαγοροχώρια, στις Σπέτσες, στη Ρόδο, στη Θεσσαλονίκη κ.λ.π. αναπτύσσοντας τον αθλητικό τουρισμό (Τσόλης, 2017). Μολονότι δεν υπάρχουν επαρκή στοιχεία εκτιμάται ότι ο αθλητικός τουρισμός στην Ελλάδα αφορά το 10% του συνόλου των αφίξεων (Sports Exelixis, 2020).

### ***Ορισμός της ξενοδοχειακής επιχείρησης και βασικές έννοιες***

Η ξενοδοχειακή επιχείρηση αποτελεί μια σύνθετη οικονομική μονάδα, που δραστηριοποιείται στην κατηγορία της δευτερογενούς παραγωγής. Περιλαμβάνει ένα σύνολο παραχωρήσεων προσφέροντας διαμονή, εστίαση, υπηρεσίες με πραγματικό σκοπό το οικονομικό όφελος, μέσα από την παροχή των αγαθών και υπηρεσιών της. Η αποδοτικότητά της επηρεάζεται από την καλή λειτουργία των διαφόρων τμημάτων της και από την αποτελεσματική συνεργασία τους. Η ξενοδοχειακή επιχείρηση είναι μια οντότητα της οποίας τα τμήματα και οι λειτουργίες ορίζονται ως

ακολουθως (Σωτηριάδης, 2005).

- ✓ Λειτουργικά Τμήματα (οι πηγές εσόδων)
- ✓ Κύριες λειτουργίες: δωμάτια, εστίαση – ποτά, εκδηλώσεις Δευτερεύουσες λειτουργίες: Τηλέφωνο – Ίντερνετ - Συνάλλαγμα -Πλυντήριο και άλλες υπηρεσίες
- ✓ Υποστηρικτικά τμήματα:Οργάνωση-Διοίκηση Προσωπικό
- ✓ Marketing
- ✓ Διαχείριση και έλεγχοςΣυντήρηση

Η Υπουργική Απόφαση αρ. 216: Καθορισμός τεχνικών και λειτουργικών προδιαγραφών και βαθμολογούμενων κριτηρίων για τα ξενοδοχεία και κατάταξη αυτών σε κατηγορίες αστερων (ΦΕΚ 10/2016) αναφέρει συνοπτικά ότι τα ξενοδοχεία είναι εγκαταστάσεις διαμονής που διαθέτουν χώρους διανυκτέρευσης σε δωμάτια ή σε διαμερίσματα ή και σε συνδυασμό δωματίων και διαμερισμάτων, κοινούς χώρους υποδοχής για τους πελάτες και χώρο για πρωινό γεύμα (άρθρο 1). Σύμφωνα με το άρθρο 4 της ανωτέρω απόφασης τα ξενοδοχεία ταξινομούνται σε πέντε (5) κατηγορίες (από ενός/1\* αστέρος μέχρι πέντε/5\*αστέρων) εφ' όσον πληρούν τις αναγκαίες προδιαγραφές για την κατηγορία τους. Το ξενοδοχειακό προϊόν ως αποτέλεσμα σύνθεσης αγαθών και υπηρεσιών διαθέτει τα εξής στοιχεία (Σωτηριάδης, 2000):

- ✓ Τον τόπο και το σημείο του ξενοδοχείου: φυσικό /τεχνητό περιβάλλον, φήμη του τόπου του ξενοδοχείου.
- ✓ Τις υποδομές και τη χρήση τους, όπως: δωμάτια, χώροι εστίασης (εστιατόρια-μπαρ), χώροι για κοινή χρήση των πελατών (χώροι εκδηλώσεων και αναψυχής, γήπεδα, πισίνα κ.λπ.).
- ✓ Την παροχή υπηρεσιών, ήτοι: Ποικιλία, παρεχόμενες υπηρεσίες, είδος και ποιότητά αυτών, αρχιτεκτονική διακόσμηση, ξενοδοχειακή διαρρύθμιση, προσωπική εξυπηρέτηση, ετοιμότητα και ευγένια των εργαζομένων όπως και η γρήγορη εκτέλεση των παρεχόμενων υπηρεσιών.
- ✓ Την εικόνα του: δηλαδή ο τρόπος που θα διαφημιστεί το ξενοδοχείο καθώς και ο τρόπος με τον οποίο γίνεται γνωστή η επιχείρηση. στο κοινό.
- ✓ Την τιμή του: δηλαδή τα χρήματα που καταβάλλονται για τις ανωτέρω παροχές, οι οποίες αποσκοπούν στην ικανοποίηση των αναγκών του πελάτη».

Ο κύκλος των παρεχόμενων υπηρεσιών μιας ξενοδοχειακής επιχείρησης αποτελεί τη βάση για την καλύτερη διαχείριση των υπηρεσιών του και περιλαμβάνει το μάρκετινγκ, τις κρατήσεις, την

άφιξη στο ξενοδοχείο, τη παραμονή πελάτη, το τμήμα υποδοχής και την αναχώρηση από το ξενοδοχείο. Στην ξενοδοχειακή επιχείρηση τα εμπλεκόμενα μέρη (πελάτες, προσωπικό και επιχειρηματίας) διαφοροποιούνται ως προς τις αντιλήψεις τους, όπως δείχνει και ο παρακάτω πίνακας (Σωτηριάδης, 2005).

**Πίνακας 2** Τα εμπλεκόμενα μέρη σε μια ξενοδοχειακή επιχείρηση και οι αντιλήψεις τους (Σωτηριάδης, 2005)

ΕΜΠΛΕΚΟΜΕΝΑ ΜΕΡΗ	ΑΝΤΙΑΛΗΨΕΙΣ		
	Πρωταρχική επιδίωξη λειτουργίας	Οικονομικοί όροι	Ευρύτερο ενδιαφέρον
ΠΕΛΑΤΕΙΑ	Παροχή διευκολύνσεων και υπηρεσιών	Χαμηλές τιμές υπηρεσιών	Ποιότητα εγκαταστάσεων και υπηρεσιών
ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ	Πηγή θέσεων απασχόλησης	Υψηλές αποδοχές	Καλές συνθήκες εργασίας
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑΣ	Απόδοση της επένδυσης	Υψηλή κερδοφορία	Ασφάλεια της επένδυσης και κοινωνική καταξίωση

Οι πελάτες των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων δύναται να είναι πελάτες προερχόμενοι είτε από την Ελληνική αγορά είτε από το εξωτερικό:

- ✓ Μεμονωμένοι πελάτες
- ✓ Tour Operators
- ✓ Travel Agencies
- ✓ Εμπορικές - Πολυεθνικές εταιρείες
- ✓ Αεροπορικές εταιρείες
- ✓ Λέσχες - Σύλλογοι - Σωματεία
- ✓ Σχολεία
- ✓ Αθλητικοί όμιλοι

Αναλόγως της κατηγορίας του ξενοδοχείου όπου διαμένει ο κάθε πελάτης, συντάσσεται το προφίλ του και αντλούνται οι απαραίτητες πληροφορίες που τον αφορούν, όπως στοιχεία για τη μετακίνησή του, τον τρόπο πληρωμής κ.λπ. (Θεοχάρης, 2012). Η εξυπηρέτηση των πελατών είναι καταλυτικό στοιχείο για την ξενοδοχειακή επιχείρηση, συνιστώντας βασικό μέρος της στρατηγικής

της επιχείρησης αυτής. Απώτερος σκοπός της είναι η παροχή της βέλτιστης ποιότητας των παρεχόμενων αγαθών και υπηρεσιών με σκοπό τη μεγαλύτερη ικανοποίηση του πελάτη με το χαμηλότερο, κατά το δυνατόν, κόστος (Melisidou & Theocharis, 2007).

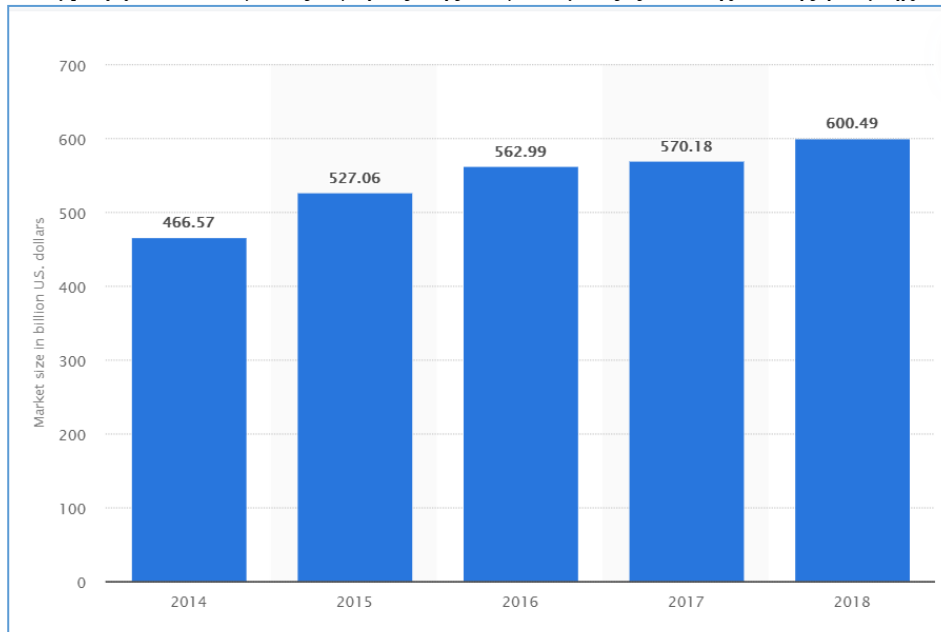
### *Στατιστικά ξενοδοχειακού κλάδου διεθνώς*

Η παγκόσμια ξενοδοχειακή βιομηχανία έφτασε σε αξία τα 600,49 δισεκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ το 2018 (διάγραμμα 6), ως υποτομέας της ταξιδιωτικής και τουριστικής βιομηχανίας (μιας βιομηχανίας που συνέβαλε 8,81 τρισεκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ στην παγκόσμια οικονομία το 2018). Τα άτομα που αξιοποιούν τις υπηρεσίες στις ξενοδοχειακές μονάδες διαμένουν συνήθως σε έναν τόπο για περισσότερο από μια ημέρα, ή χρειάζονται ένα μέρος για να κοιμηθούν και να ξεκουραστούν, επιλέγοντας από ένα εύρος καταλυμάτων (Statista, 2020).

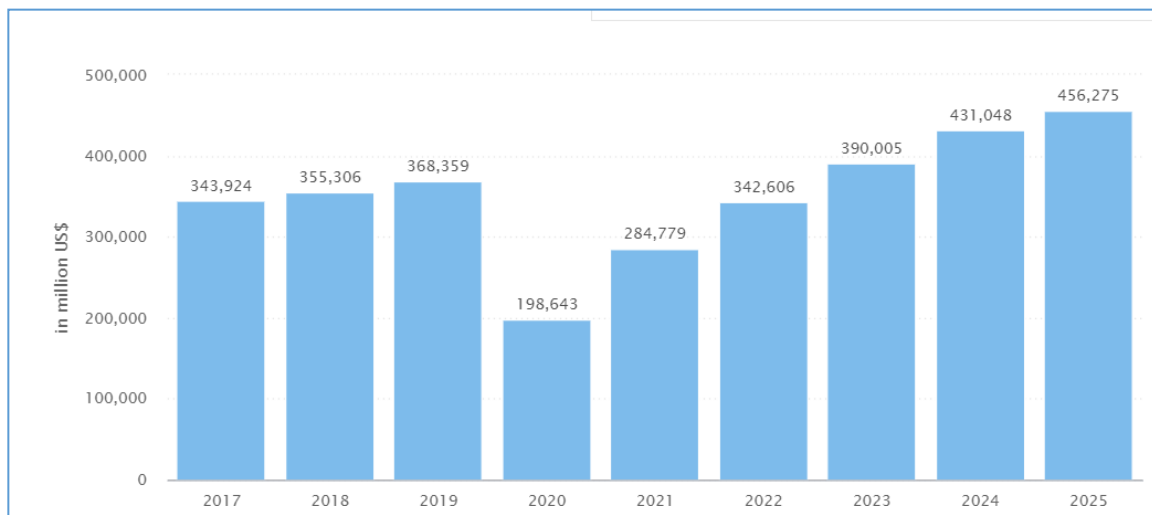
Το συνολικό ποσοστό πληρότητας (συνολικών διαθέσιμων δωματίων που είναι κατειλημμένα ή ενοικιασμένα σε μια δεδομένη χρονική στιγμή) των ξενοδοχείων στις περισσότερες περιοχές του κόσμου αυξήθηκε τα πέντε προηγούμενα χρόνια. Η Ευρώπη είχε το υψηλότερο ποσοστό πληρότητας το 2018 με 72,4 τοις εκατό, ακολουθούμενη από την περιοχή Ασίας-Ειρηνικού με 70,6 τοις εκατό. Το ίδιο έτος, η Μέση Ανατολή και η Αφρική ήταν η πιο ακριβή περιοχή για διαμονή σε ξενοδοχεία με μέση ημερήσια τιμή 140,97 δολάρια ΗΠΑ. Η φθηνότερη περιοχή για τα τελευταία πέντε χρόνια ήταν η Ασία-Ειρηνικός (Statista, 2020).

Τα έσοδα στον τομέα των ξενοδοχείων αναμένεται να φτάσουν τα 198.643 εκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ έως το τέλος του 2020, με εμφανή πτώση από το 2019 λόγω πανδημίας (διάγραμμα 7). Τα έσοδα προβλέπεται να σημειώσουν ρυθμόανάπτυξης 18,1% ανά έτος (CAGR 2020-2025), με προβλεπόμενο όγκο της αγοράς στα 456.275 εκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ έως το 2025. Η διείσδυση των χρηστών αναμένεται να είναι 8,0% έως το τέλος του 2020 και προβλέπεται να φτάσει το 16,4% έως το 2025 (διάγραμμα 8). Τα μέσα έσοδα ανά χρήστη (ARPU) υπολογίζονται να ανέλθουν σε 333,78 δολάρια ΗΠΑ στο τέλος του 2020 (διάγραμμα 9). Συγκρίνοντας με τη διεθνή αγορά, τα περισσότερα έσοδα θα προκύψουν στις Ηνωμένες Πολιτείες, όπως δείχνει το διάγραμμα 10 (42.357 εκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ το 2020) (Statista, 2020).

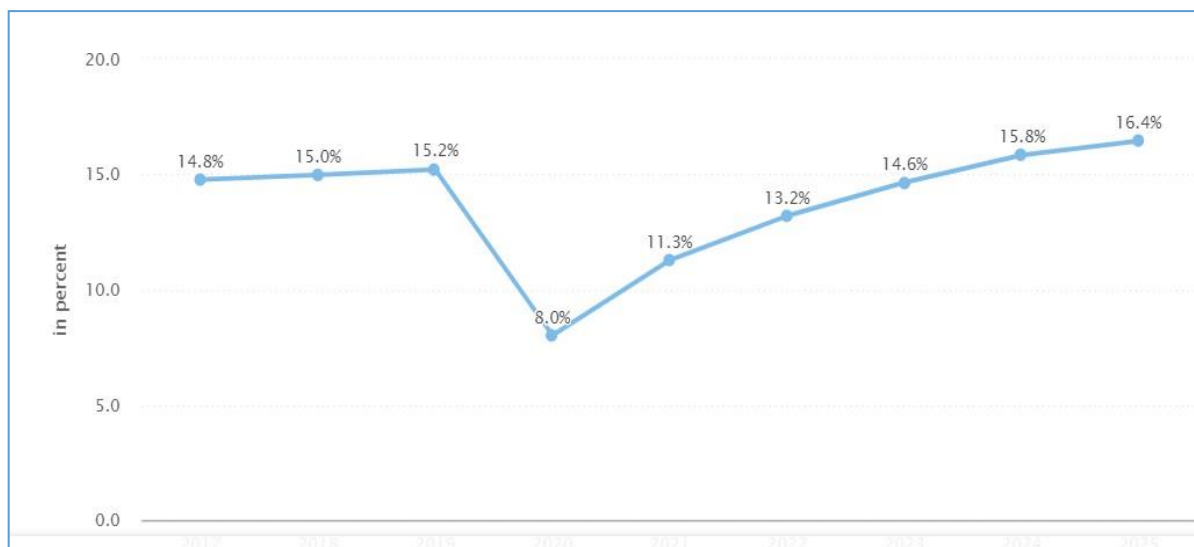
**Διάγραμμα 6.** Μέγεθος αγοράς της παγκόσμιας ξενοδοχειακής βιομηχανίας από το 2014 έως το 2018



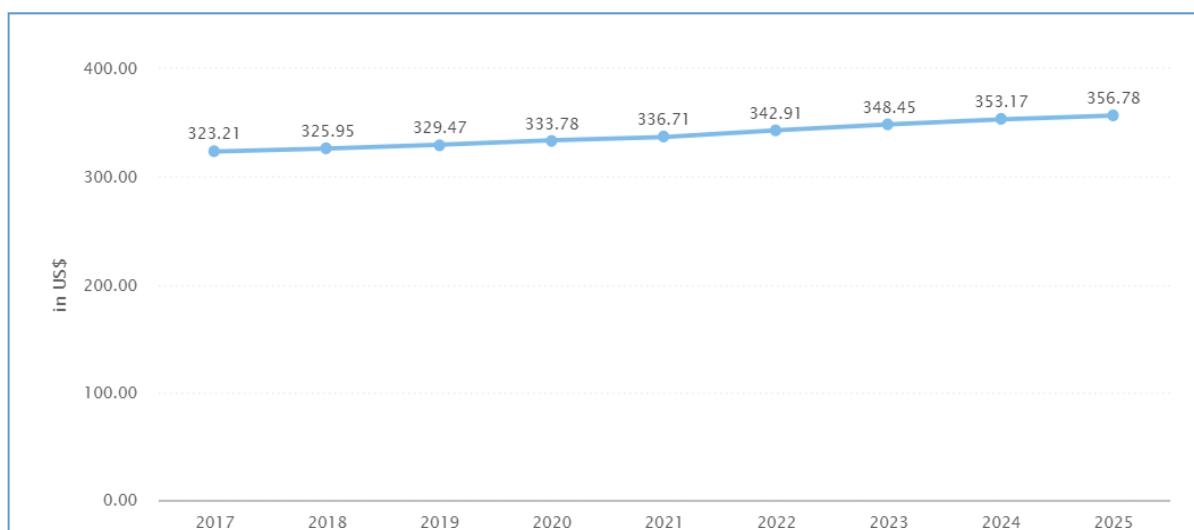
(σε δισεκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ) (Statista, 2020).



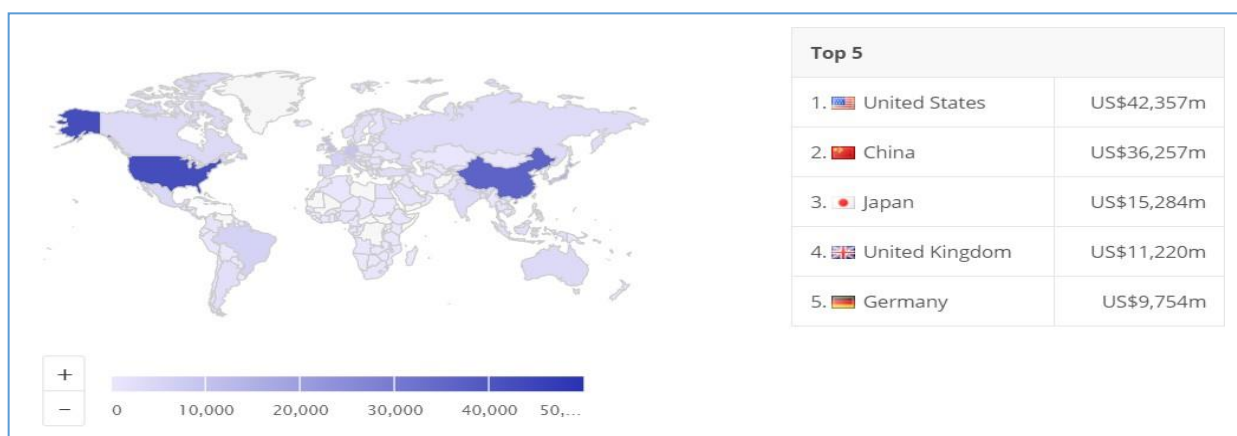
**Διάγραμμα 7.** Έσοδα της παγκόσμιας ξενοδοχειακής βιομηχανίας από το 2017 έως το 2025 (σε εκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ) (Statista, 2020).



**Διάγραμμα 8.** Η διείσδυση των χρηστών στον τομέα των ξενοδοχείων 2017- 2025 (Statista, 2020).



**Διάγραμμα 9** Τα μέσα έσοδα ανά χρήστη (ARPU) στον τομέα των ξενοδοχείων (Statista, 2020)

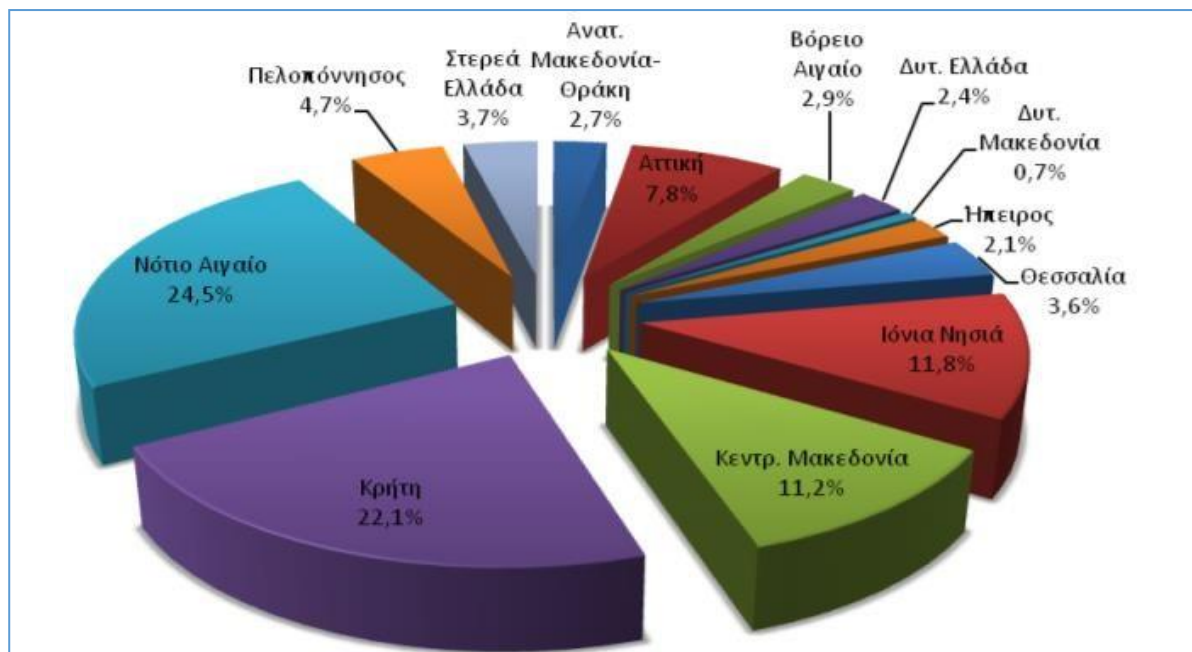


**Διάγραμμα 10** Παγκόσμια Σύγκριση - Έσοδα (σε εκ. US\$)(Statista, 2020)



### Στατιστικά ξενοδοχειακού κλάδου στην Ελλάδα

Συμφώνως με έρευνα του Ινστιτούτου Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων και του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου της Ελλάδος (2017), η χώρα έχει 9.730 ξενοδοχεία με 788.553 κρεβάτια (2016). Σε ότι αφορά το δυναμικό ανά Διοικητική Περιφέρεια, ηγείται η Περιφέρεια του Νοτίου Αιγαίου (24,5%) και της Κρήτης (22,1%) με βάση τα δωμάτια (Διάγραμμα 11).



**Διάγραμμα 11** Κατανομή Ξενοδοχειακών Καταλυμάτων με βάση τη Δυναμικότητα, 2016 (δωμάτια) (Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων και Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο της Ελλάδος, 2017: 17).

Στην Ελλάδα, τα μεγαλύτερα 5άστερα ξενοδοχεία είναι στην Αττική και στην Κρήτη. Ως προς το μέγεθος των Ελληνικών ξενοδοχείων αναφορικά με τη χωρητικότητά τους, κυμαίνεται από 40 έως 42 δωμάτια. Τα ξενοδοχεία, στην πλειοψηφία τους, είναι κλασικού τύπου (77,7%). Σχετικά με τη νομική μορφή, κυριαρχούν οι Α.Ε. και οι ατομικές. Με βάση τη λειτουργία τους, σταθερά και διαχρονικά τα ξενοδοχεία 3 αστέρων έχουν τα πιο υψηλά ποσοστά διαρκούς λειτουργίας. Αναφορικά με τις επιδόσεις των ελληνικών ξενοδοχείων, παρατηρείται πως σε ξενοδοχειακές αλυσίδες υψηλών κατηγοριών είναι καλύτερες οι επιδόσεις από το μέσο όρο της επίδοσης όλων των ξενοδοχείων (Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων και Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο της Ελλάδος, 2017).

Σε ετήσια έρευνα που αφορά την αγορά στην ξενοδοχία, με τίτλο: «Εξελίξεις στα Βασικά Μεγέθη της Ελληνικής Ξενοδοχίας 2019», από το Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων (ΙΤΕΠ) με την υποστήριξη του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου της Ελλάδας, ανέδειξε πως το χρονικό

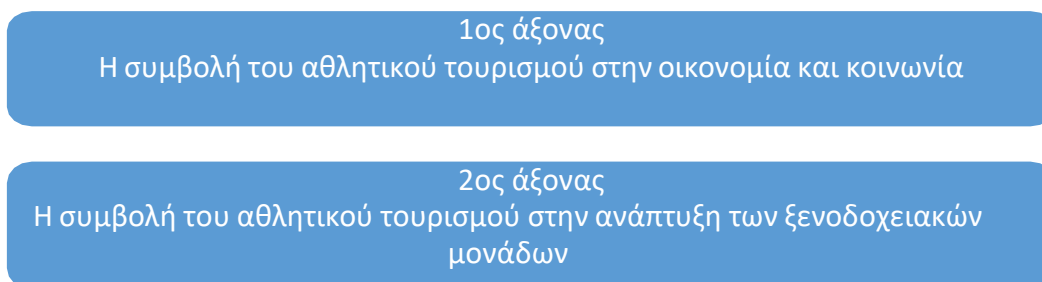
διάστημα 2017-2019 τα ξενοδοχεία στην Ελλάδα ξόδεψαν 2,9 δις ευρώ για ανακατασκευές. σημειώνοντας για τον κλάδο μια επένδυση 1 δις. ευρώ ετησίως. Συμφώνως με το ΙΤΕΠ ο εποχιακός ελληνικός τουρισμός παρουσίασε το 2019 υψηλό επίπεδο. Οι πέντε περιφέρειες της χώρας απορροφούν το 88% των τουριστικών εσόδων, αφού η συνεισφορά των ξενοδοχείων τους τόσο σε επενδύσεις όσο και σε απασχόληση προσωπικού είναι εξαιρετικά σημαντική (Tour-market, 2020).

Σήμερα βέβαια η κατάσταση δεν είναι ευνοϊκή, λόγω covid – 19, καθώς αρκετά ξενοδοχεία κλείνουν ή λειτουργούν με σημαντικά περιορισμένη δυναμικότητα, αντιμετωπίζοντας πολύπλοκες προκλήσεις, από τη ρευστότητα έως τα ξένα κεφάλαια και την αναδιάρθρωση. Η μείωση των ξενοδοχειακών εισπράξεων για το 2020 υπολογίζονται στα 4,46 δις. ευρώ (1,2 δις για ξενοδοχεία διαρκούς λειτουργίας και σε 3,26 δις για εποχικής λειτουργίας), θέτοντας σε άμεσο κίνδυνο 45.142 θέσεις εργασίας (Τα Νέα, 2020).

## ΜΕΘΟΔΟΣ

### *Στόχος της παρούσας μελέτης*

Στόχος της εν λόγω εργασίας είναι να προβάλει την υπάρχουσα έρευνα αναφορικά με τη συνεισφορά του αθλητικού τουρισμού στην οικονομία και στην κοινωνία, εστιάζοντας στην συμβολή του στην ανάπτυξη των ξενοδοχειακών μονάδων, στην Ελλάδα όπως και στο εξωτερικό. Για τον σκοπό αυτό, η βιβλιογραφική ανασκόπηση βασίζεται σε δυο ερευνητικούς άξονες, όπως δείχνει το ακόλουθο σχήμα:



**Σχήμα 4.** Οι ερευνητικοί άξονες της παρούσας ανασκόπησης της βιβλιογραφίας

### *Η μέθοδος της βιβλιογραφικής ανασκόπησης και οι τύποι της*

Η βιβλιογραφική ανασκόπηση είναι μια μέθοδος η οποία παρουσιάζει την υπάρχουσα βιβλιογραφία σε ένα πεδίο θέματος, μέσα από μια αντικειμενική, εκτενή περίληψη και αξιολόγηση της σχετικής διαθέσιμης έρευνας σχετικά με το προς μελέτη θέμα (Hart, 1998). Σκοπός του ερευνητή είναι να ενημερώσει τον αναγνώστη αναφορικά με την υπάρχουσα σήμερα βιβλιογραφία για κάποιο αντικείμενο και να αποτελέσει το θεμέλιο για έναν άλλο σκοπό, π.χ το κίνητρο για μελλοντική μελέτη στην εν λόγω ερευνητική περιοχή. Μια ολοκληρωμένη βιβλιογραφική επανεξέταση συγκεντρώνει πληροφορίες σχετικές με ένα ορισμένο θέμα από πολλές πηγές, περιλαμβάνει σαφή στρατηγική αναζήτησης και επιλογής (Carnwell & Daly, 2001), έχει άρτια διάρθρωση και ακριβή χρήση της ορολογίας (Colling, 2003). Οι βασικοί τύποι της αναλύονται ακολούθως (Cronin, Ryan & Coughlan, 2008).

### *Παραδοσιακή ή αφηγηματική βιβλιογραφική ανασκόπηση*

Αυτό το είδος συνοψίζει το σώμα της υπάρχουσας έρευνας και εξάγει συμπεράσματα αναφορικά με το εξεταζόμενο αντικείμενο. Το σώμα της βιβλιογραφίας απαρτίζεται από μελέτες και γνώσεις που σχετίζονται με το προς μελέτη θέμα. Πρωταρχικός σκοπός του ερευνητή είναι να

παράσχει στον αναγνώστη μία πλήρη βάση για την κατανόηση των υπάρχουσών γνώσεων και να τονίσει τη σημασία της νέας έρευνας. Αυτό το είδος ανασκόπησης μπορεί να εμπνεύσει για έρευνες ανακαλύπτοντας ελλείψεις ή ανακολουθίες σε ένα σώμα γνώσης και να βοηθήσει τον ερευνητή να καταλήξει σε ασφαλή ερωτήματα ή υποθέσεις της έρευνας. Ομοίως, ωστόσο, μπορεί να βοηθήσει να βελτιώσει ή να εστιάσει ο ερευνητής σε ένα ευρύ ερευνητικό ζήτημα ή και να τον καθοδηγήσει στην ανάπτυξη εννοιολογικών ή θεωρητικών πλαισίων (Coughlan, Cronin & Ryan, 2007). Το είδος αυτό επιλέχθηκε για την περίπτωση της παρούσας ανασκόπησης.

### *Συστηματική βιβλιογραφική ανασκόπηση*

Σε αντίθεση με την παραδοσιακή ή αφηγηματική ανασκόπηση, οι συστηματικές βιβλιογραφικές ανασκοπήσεις χρησιμοποιούν μια πιο αυστηρή και σαφώς καθορισμένη προσέγγιση για την ανασκόπηση της βιβλιογραφίας σε ένα συγκεκριμένο θέμα. Οι συστηματικές μορφές ανασκόπησης χρησιμοποιούνται για να απαντήσουν σε εστιασμένες ερωτήσεις, τονίζοντας λεπτομερώς το χρονικό πλαίσιο εντός του οποίου επιλέχθηκε η βιβλιογραφία, καθώς και τις προσεγγίσεις που λαμβάνονται υπόψη για την αξιολόγηση και τη σύνθεση των ευρημάτων των εν λόγω μελετών. Προκειμένου ο μελετητής να αξιολογήσει την αξιοπιστία της ανασκόπησης και την εγκυρότητά της, πρέπει να έχει άρτια εικόνα για τα ακριβή κριτήρια που χρησιμοποιεί ο ερευνητής (Parahoo, 2006). Σε αντίθεση με τις παραδοσιακές ή αφηγηματικές ανασκοπήσεις, σκοπός μιας συστηματικής ανασκόπησης είναι να παράσχει όσο το δυνατόν πληρέστερο κατάλογο όλων των δημοσιευμένων και αδημοσίευτων μελετών που αφορούν ένα συγκεκριμένο θέμα. Ενώ οι παραδοσιακές ή αφηγηματικές ανασκοπήσεις προσπαθούν να συνοψίσουν τα αποτελέσματα μιας σειράς μελετών, οι συστηματικές χρησιμοποιούν σαφή και αυστηρά κριτήρια για να προσδιορίσουν, να αξιολογήσουν κριτικά και να συνθέσουν όλη τη βιβλιογραφία σε ένα ιδιαίτερο θέμα.

### *Μετα-ανάλυση*

Η μετα-ανάλυση είναι η διαδικασία λήψης ενός μεγάλου σώματος ποσοτικών ευρημάτων και διεξαγωγής στατιστικής ανάλυσης προκειμένου να ενσωματωθούν αυτά τα ευρήματα και να ενισχυθεί η κατανόηση πάνω σε ένα θέμα. Η μετα-ανάλυση θεωρείται ως μια μορφή συστηματικής ανασκόπησης η οποία είναι σε μεγάλο βαθμό μια στατιστική τεχνική. Περιλαμβάνει τη λήψη των ευρημάτων από διάφορες μελέτες για το ίδιο θέμα και την ανάλυσή τους με τη χρήση τυποποιημένων στατιστικών διαδικασιών. Αυτό βοηθά στην εξαγωγή συμπερασμάτων και τον εντοπισμό προτύπων και σχέσεων μεταξύ των ευρημάτων (Polit & Beck, 2006).

### *Μετα-σύνθεση*

Η μετα-σύνθεση είναι η μη στατιστική τεχνική που λαμβάνεται υπόψη για την ενσωμάτωση,

την αξιολόγηση και την ερμηνεία των ευρημάτων πολλαπλών ποιοτικών ερευνητικών μελετών. Οι μελέτες αυτές μπορούν να συνδυαστούν για να προσδιοριστούν τα κοινά βασικά στοιχεία και θέματα τους. Μπορούν να ενσωματωθούν και να χρησιμοποιηθούν ευρήματα από φαινομενολογικές, θεωρητικές ή εθνογραφικές μελέτες. Σε αντίθεση με τη μετα-ανάλυση, όπου η τελική πρόθεση είναι η μείωση των ευρημάτων, η μετα-σύνθεση περιλαμβάνει την ανάλυση και τη σύνθεση βασικών στοιχείων σε κάθε μελέτη, με στόχο τη μετατροπή των επιμέρους ευρημάτων σε νέες εννοιολογικές προσεγγίσεις (Polit & Beck, 2006).

### ***Η σημαντικότητα της μεθόδου***

Από αυτή την ανασκόπηση των προηγούμενων και πρόσφατων ερευνών πάνω σε ένα θέμα, καθίσταται δυνατό να προσδιοριστούν τομείς στους οποίους η περαιτέρω έρευνα θα ήταν επωφελής. Ως μέθοδος έχει εμφανή σημαντικότητα, καθώς σύμφωνα με τους Rowley και Slack, (2004) συμβάλλει στον προσδιορισμό ενός ερευνητικού θέματος, ερώτησης ή υπόθεσης, προσδιορίζει τη βιβλιογραφία στην οποία θα συμβάλει η έρευνα, κατέχει σημαντικό ρόλο στην οικοδόμηση της κατανόησης των θεωρητικών εννοιών και της σχετικής ορολογίας, προτείνει ερευνητικές μεθόδους που θα μπορούσαν να είναι χρήσιμες και προσφέρει πολύτιμη γνώση μέσα από την ερμηνεία και ανάλυση των αποτελεσμάτων.

Η διεξαγωγή μιας βιβλιογραφικής ανασκόπησης αναδεικνύει την συνολική γνώση σχετικά με ένα συγκεκριμένο πεδίο μελέτης, ενημερώνει κάθε ενδιαφερόμενο σχετικά με τα πορίσματα μελετών άλλων ερευνητών και ερευνητικών ομάδων στον τομέα, ενώ ακόμη θεωρείται πως είναι ένα αξιόπιστο ερευνητικό σχέδιο (Le Compte et al, 2003). Πρόσθετα ο ερευνητής Hart (1998) αναφέρει τα εξής πλεονεκτήματα:

- ✓ ανακαλύπτει σημαντικές μεταβλητές που σχετίζονται με το εξεταζόμενο θέμα
- ✓ συμβάλλει στη σύνθεση και απόκτηση μιας νέας προοπτικής
- ✓ δημιουργεί ένα ολιστικό πλαίσιο του προβλήματος που διερευνάται
- ✓ συμβάλλει στον εξορθολογισμό της σημασίας του προβλήματος
- ✓ ενισχύει την κατανόηση της δομής του θέματος
- ✓ συμβάλλει στον προσδιορισμό των κύριων μεθοδολογιών και ερευνητικών τεχνικών που έχουν χρησιμοποιηθεί από τους ερευνητές

### ***Κριτήρια αναζήτησης για την παρούσα ανασκόπηση***

Τα κριτήρια ενσωμάτωσης των άρθρων στην παρούσα εργασία για την περάτωση της ανασκόπησης της βιβλιογραφίας, αναφορικά με το εξεταζόμενο θέμα, είναι τα κατωτέρω:

- ✓ Άρθρα από την ελληνική και αγγλόφωνη αρθρογραφία.
- ✓ Μελέτες για τον πληθυσμό σε κάθε μέρος της γης.
- ✓ Άρθρα που έχουν δημοσιευθεί σε αξιόπιστα επιστημονικά περιοδικά ή σε Πανεπιστήμια, γεγονός που ενισχύει την εγκυρότητά τους.
- ✓ Καθορίστηκε ως χρονολογικό όριο οι μελέτες να έχουν δημοσιευτεί από το 2000 και μετά.

### **Στρατηγική αναζήτησης πηγών**

Μια σειρά πηγών πληροφοριών μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την μελέτη ενός ερευνητικού ζητήματος, όπως άρθρα σε επιστημονικά και ερευνητικά περιοδικά, τα οποία πρέπει να αποτελούν τον πυρήνα της βιβλιογραφικής ανασκόπησης, αλλά και βιβλία, αξιοποιώντας καταλόγους βιβλιοθήκης, μηχανές αναζήτησης με βάση τις λέξεις-κλειδιά και on-line βάσεις δεδομένων, οι οποίες παρέχουν πρόσβαση σε άρθρα περιοδικών, εργασίες σε πρακτικά συνεδρίων, εκθέσεις, διατριβές και άλλα έγγραφα (Rowley & Slack, 2004).

Προκειμένου να δοθεί απάντηση στα ερευνητικά ερωτήματα που τέθηκαν στην εν λόγω μελέτη χρησιμοποιήθηκε η μεθοδολογία της βιβλιογραφικής ανασκόπησης, αναζητώντας σχετικές πηγές από έγκριτες βάσεις δεδομένων, όπως το Science Direct, το Research Gate, το Sage Journals, και το Google Scholar. Οι βάσεις δεδομένων δίνουν πρόσβαση σε τεράστιες ποσότητες πληροφοριών, οι οποίες μπορούν να επανακτηθούν ευκολότερα και γρηγορότερα σε σχέση με τη χρήση μιας χειροκίνητης αναζήτησης (Younger, 2004). Η αναζήτηση λέξεων-κλειδίων είναι ο πιο συνηθισμένος τρόπος αναγνώρισης της βιβλιογραφίας (Ely & Scott, 2007). Οι λέξεις κλειδιά που χρησιμοποιήθηκαν συνδυαστικά για την αναζήτηση στην αγγλική και ελληνική δίνονται στον ακόλουθο πίνακα:

**Πίνακας 3.** Οι λέξεις κλειδιά της παρούσας αναζήτησης πηγών

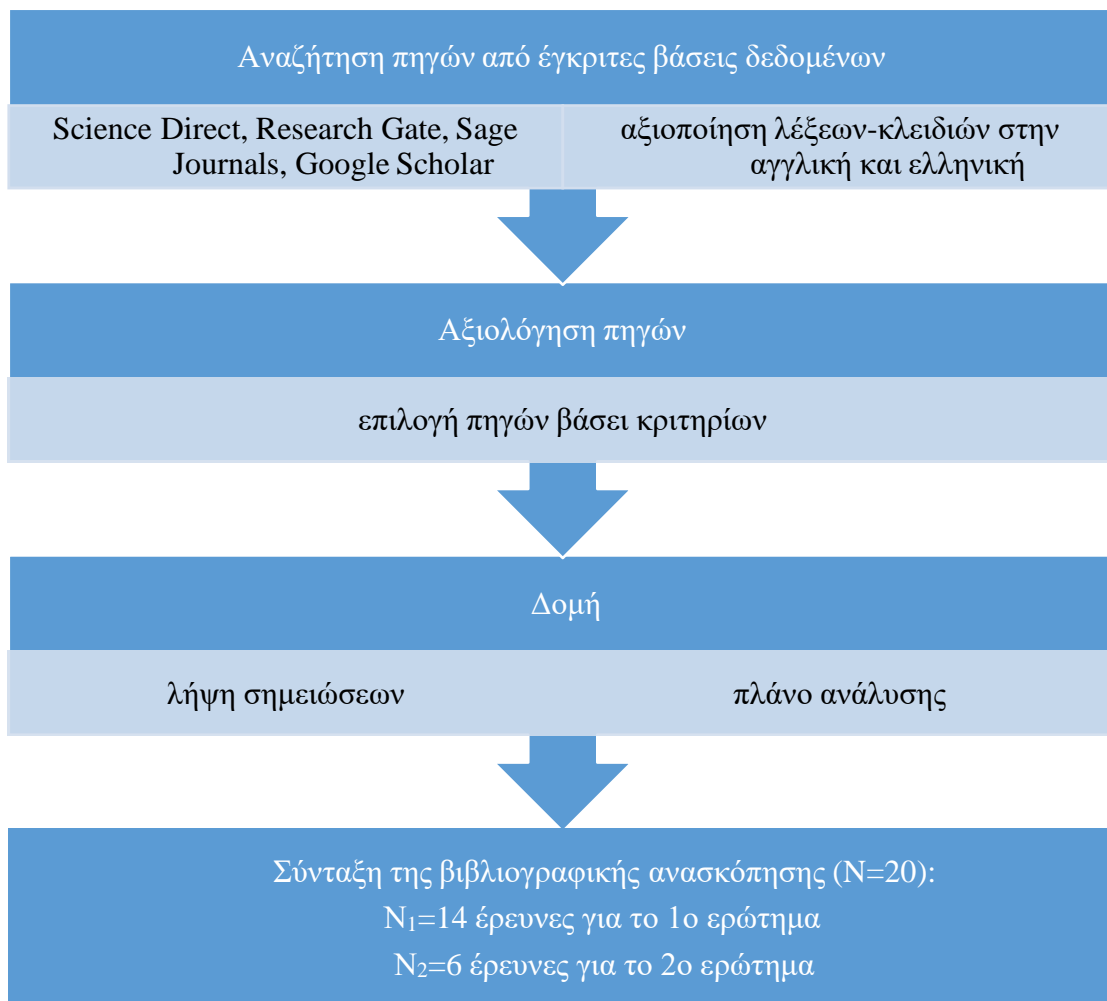
Στην αγγλική	sports tourism economy society development of hotel units sport tourism events sport tourism effects, impacts	στην ελληνική	Αθλητικός τουρισμός Αθλοτουρισμός Αθλοτουριστικές εκδηλώσεις Κοινωνία Οικονομία Ανάπτυξη ξενοδοχειακών μονάδων Επιδράσεις αθλοτουρισμού
--------------	--	---------------	---

### Διαδικασία

Στο πλαίσιο μιας βιβλιογραφικής ανασκόπησης ακολουθείται η εξής βασική διαδικασία βημάτων (Rowley & Slack, 2004):

- ✓ Αναζήτηση πηγών
- ✓ Αξιολόγηση πηγών
- ✓ Δομή της βιβλιογραφικής ανασκόπησης
- ✓ Σύνταξη της βιβλιογραφικής ανασκόπησης

Η παρούσα βιβλιογραφική ανασκόπηση απεικονίζεται διαγραμματικά ως διαδικασία στο Σχήμα 6.



Σχήμα 5. Η διαδικασία της παρούσας ανασκόπησης της βιβλιογραφίας

## ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

### *Η συνεισφορά του αθλητικού τουρισμού στην οικονομία και κοινωνία*

Το φαινόμενο του αθλητικού τουρισμού και η συνεισφορά του στην ευημερία και πρόοδο μιας χώρας, τη μελλοντική δυνατότητα και ανέλιξη που δημιουργεί και τη επίδρασή του σε οικονομικό και κοινωνικό πεδίο, είναι ένα ζήτημα που μελετάται εκτενώς από τις διεθνείς έρευνες. Τα αθλητικά γεγονότα παράγουν σπουδαίο αποτύπωμα με τις επιπτώσεις που δημιουργούν στις τόπους υποδοχής αυτών να ποικίλουν (Taks, 2013), όπως: τουριστικές, οικονομικές, εμπορικές, φυσικές, πολιτιστικές, πολιτικές, κοινωνικές, ψυχολογικές κ.λ.π.. Ιδιαίτερη αναφορά κάνει η βιβλιογραφία για τα μεγάλες αθλητικές εκδηλώσεις (Daniels & Norman, 2003; Gratton et al, 2000; Lamla et al, 2012; Lee & Taylor, 2005; Manzenreiter & Horne, 2005; Whitson & Horne, 2006), χωρίς όμως να απουσιάζουν και οι αναφορές στις αθλητικές εκδηλώσεις ενός τόπου (Agha & Rascher, 2013; Janeczko et al, 2002; Siegfried & Zimbalist, 2000; Wilson, 2006). Όπως αναφέρουν οι Spilanis και Vayanni (2003), καθώς και οι Drakakis και Papadaskalopoulos (2014), ο αθλητικός τουρισμός είναι μια πολύ σημαντική συνιστώσα ανάπτυξης για την Ελλάδα, με σημαντική συμβολή στην τοπική οικονομία.

Πρόσφατες έρευνες, όπως αυτή των Nyikana & Tichaawa (2018), μελέτησε τον αθλητικό τουρισμό και τη συμβολή του στην τοπική οικονομική ανάπτυξη στο Καμερούν, χρησιμοποιώντας ένα σχέδιο έρευνας μικτής μεθόδου, με ερωτηματολόγιο σε δείγμα από 670 συμμετέχοντες σε αθλητικές εκδηλώσεις σε τέσσερις ξεχωριστές εκδηλώσεις στη χώρα και με συνεντεύξεις σε 4 φορείς στον τομέα του τουρισμού και του αθλητισμού. Τα στοιχεία της εν λόγω έρευνας έδειξαν ότι, σε μεγάλο βαθμό, ο αθλητικός τουρισμός συμβάλλει σημαντικά στην προβολή της περιοχής, τονίζοντας τη σημασία δράσεων από την τοπική αυτοδιοίκηση και τις αρμόδιες υπηρεσίες στον τουριστικό τομέα και στον αθλητισμό σχετικά με τη διαμόρφωση και τον προγραμματισμό της πολιτικής γύρω από τις εκδηλώσεις αθλητικού τουρισμού. Ειδικότερα, οι ερευνητές τόνισαν πως υπάρχει η ανάγκη για τις τοπικές αρχές να αξιοποιήσουν περαιτέρω τις εκδηλώσεις αθλητικού τουρισμού για τη διεύρυνση των κοινοτικών οφελών.

Σύμφωνα με τους Zhang, Qin, Yang & Liu (2017), στην εποχή της οικονομικής παγκοσμιοποίησης, η τάση ολοκλήρωσης των βιομηχανιών γίνεται πιο προφανής. Μέσα από την ανασκόπηση της βιβλιογραφίας και τη διεπιστημονική ερευνητική μέθοδο οι ερευνητές συγκέντρωσαν σχετικές πληροφορίες σχετικά με την ολοκλήρωση της αθλητικής και της τουριστικής βιομηχανίας, καθώς και δημοσιευμένες πολιτικές για την επίδραση του αθλητικού τουρισμού στη διαδικασία ανάπτυξης και τον αντίκτυπο στην οικονομία, ιδίως διαμέσου του κυβερνητικού ρόλου. Τα



αποτελέσματα της ανάλυσης τους δείχνουν ότι η κινεζική αθλητική βιομηχανία και η τουριστική βιομηχανία συγκλίνουν όλο και πιο πολύ, αλλά χρειάζονται μια αποτελεσματική πολιτική υποστήριξης της κυβέρνησης, ώστε να λάβει ο αθλητικός τουρισμός περαιτέρω ολοκλήρωση, προς μια βιώσιμη ανάπτυξη.

Το ζήτημα της συνεισφοράς του αθλητικού τουρισμού στην οικονομία και στην κοινωνία εξέτασαν και οι Mandalawati, Utomo & Muryanto (2017), στην μελέτη τους στην Ινδονησία. Σύμφωνα με τους συγγραφείς, ο αθλητικός τουρισμός επιδρά αρκετάσημαντικά στην οικονομία και κοινωνία της χώρας, αλλά χρειάζεται περαιτέρω συνεργασία μεταξύ της κοινωνίας, της τοπικής αυτοδιοίκησης και του Υπουργείου Τουρισμού ώστε η συμβολή του αθλητικού πολιτισμού να είναι πιο αποτελεσματική.

Σχετική έρευνα στη Σρι Λάνκα, των Wickramaratne & Kumari (2016), εστίασε στον αθλητικό τουρισμό και συγκεκριμένα στο κρίκετ, που είναι το πιο δημοφιλές αθλητικό παιχνίδι στη χώρα. Η εν λόγω μελέτη σκοπό είχε να αναλύσει τον αντίκτυπο αυτών των δημοφιλών αθλητικών εκδηλώσεων στη δημιουργία και την ανάπτυξη μικρών επιχειρήσεων στη χώρα. Πρωτογενή στοιχεία συγκεντρώθηκαν από 150 επιχειρηματίες μικρών επιχειρήσεων μέσω ερωτηματολογίων και η ανάλυση τους έδειξε ότι τα αθλητικά παιχνίδια κρίκετ επηρέασαν τις μικρές επιχειρηματικές δραστηριότητες όπως το λιανικό εμπόριο, τη χειροτεχνία, τις μεταφορές, τη στάθμευση οχημάτων, την εστίαση, τα ξενοδοχεία, τα τρόφιμα και τη βιομηχανία ποτών. Επιπλέον, διαπιστώθηκε ότι αυτού του είδους οι μικρές επιχειρήσεις αποτελούν δραστηριότητες που παράγουν σημαντικά έσοδα στην περιοχή, κάνοντας εμφανές πως ο αντίκτυπος του αθλητικού τουρισμού ήταν θετικός.

Σύμφωνα με τους Marumo, Lubbe & Pelsler (2015), ο αθλητισμός παίζει σπουδαίο ρόλο στην οικονομικοκοινωνική ανάπτυξη ενός έθνους. Στόχος της έρευνας τους ήταν να αξιολογήσουν και να προσδιορίσουν τη συμβολή του αθλητικού τουρισμού ως αναπτυξιακή πρωτοβουλία στην οικονομία του Mafikeng στην Νότια Αφρική. Η ποσοτική τους προσέγγιση σχεδιάστηκε βάσει ερωτηματολογίου, το οποίο συμπληρώθηκε από 108 φορείς λήψης αποφάσεων και διευθυντές σε κυβερνητικές υπηρεσίες που σχετίζονται άμεσα ή έμμεσα με τον αθλητισμό, τον τουρισμό και τις οικονομικές υποθέσεις του Mafikeng. Η εν λόγω έρευνα ανέδειξε το ρόλο του αθλητικού τουρισμού στην πόλη και τόνισε ότι ο αθλητικός τουρισμός μπορεί να βελτιώσει την οικονομική της δραστηριότητα μέσω της διοργάνωσης τακτικών ή μικρών αθλητικών τουριστικών εκδηλώσεων, που δεν απαιτούν σημαντικές οικονομικές επενδύσεις.

Τις κοινωνικές επιπτώσεις του αθλητικού τουρισμού μελέτησαν οι Kim, Jun, Walker & Drane (2015) στην έρευνα τους στη Νότια Κορέα, διερευνώντας τις απόψεις των κατοίκων για τις συνέπειες που δημιουργούνται στην κοινωνία από τη φιλοξενία αθλητικών τουριστικών γεγονότων ευρείας

κλίμακας στην κοινότητα. Σκοπός της μελέτης τους ήταν η ανάπτυξη και η δοκιμή μιας πολυδιάστατης κλίμακας για την αξιολόγηση των αντιληπτών κοινωνικών επιπτώσεων μιας μεγάλης κλίμακας εκδήλωσης αθλητικού τουρισμού. Αξιοποιώντας ως ερευνητικό εργαλείο ένα ερωτηματολόγιο το οποίο συμπληρώθηκε από δείγμα 1567 κατοίκων της κοινότητας υποδοχής, οι αναλύσεις κατέληξαν σε ένα μοντέλο έξι παραγόντων με 23 στοιχεία για την αξιολόγηση των αντιληπτών κοινωνικών συνεπειών: (1) οικονομική ωφέλεια (2) συναίσθημα ικανοποίησης της κοινότητας (3) ανάπτυξη/πρόοδος της κοινότητας (4) κοστολόγιο (5) κυκλοφοριακά προβλήματα και (6) αβεβαιότητα/ ανασφάλεια. Η μελέτη ανέδειξε την πολυδιάστατη φύση των αντιληπτών κοινωνικών επιπτώσεων και συνέτεινε στην καλύτερη κατανόηση του τρόπου με τον οποίο οι άνθρωποι της περιοχής επηρεάζονται από τις συνέπειες που προκαλούνται από μιας μεγάλης κλίμακας αθλητικών τουριστικών γεγονότων.

Εστιάζοντας στις μεγάλες αθλητικές εκδηλώσεις στην Ασία, οι Dolles & Söderman (2008) ανέδειξαν, μέσα από την ανασκόπηση τους πως οι μεγάλες αθλητικές εκδηλώσεις θεωρούνται ότι έχουν σημαντικές συνέπειες – οικονομικές και κοινωνικές - για την πόλη, την περιοχή ή τη χώρα υποδοχής στην οποία συμβαίνουν, ενώ πρόσθετα προσελκύουν σημαντική διεθνή κάλυψη από τα μέσα ενημέρωσης. Όμοια τοποθετείται και ο Nauright (2004) εστιάζοντας σε σπουδαία αθλητικά γεγονότα όπως οι Ολυμπιακοί Αγώνες και το Παγκόσμιο Κύπελλο ποδοσφαίρου, συμβάλλοντας σημαντικά στην ανάπτυξη της οικονομίας, με απόκλιση ωστόσο να παρατηρείται σε χώρες χωρίς την απαραίτητη υποδομή ή το κατάλληλο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

Ενώ η βιβλιογραφία είναι αρκετά εκτενής αναφορικά με τις οικονομικές και κοινωνικές συνέπειες ορισμένων τύπων μεγάλων αθλητικών τουριστικών εκδηλώσεων, ενδιαφέρον αποτελεί και η μελέτη άλλων εκδηλώσεων που δεν έχουν μελετηθεί επαρκώς από τους ερευνητές, όπως ο Γύρος της Γαλλίας (Tour de France). Στο πλαίσιο αυτό, η έρευνα των Bull & Lovell (2007) εξέτασε τις βασικές επιπτώσεις από τον αγώνα Tour de France που έγινε στην πόλη Canterbury το 2007, διερευνώντας τις απόψεις και τις αντιλήψεις των κατοίκων της περιοχής και διενεργώντας συνάμα αξιολόγηση της αποτελεσματικότητας της εκστρατείας προώθησης του Δημοτικού Συμβουλίου της πόλης. Τα αποτελέσματα κατέδειξαν ότι η συντριπτική πλειονότητα των κατοίκων γνώριζαν την εκδήλωση και ήθελαν να παρακολουθήσουν τον αγώνα ή να συμμετάσχουν σε σχετικές δραστηριότητες. Επιπλέον, υπήρξε συντριπτική υποστήριξη για την απόφαση να φιλοξενήσει η πόλη την εκδήλωση, λόγω της αναγνώρισης των θετικών συνεπειών στην κοινωνία και οικονομία, όπως αποτυπώθηκε και στην πολύ επιτυχημένη διαφημιστική εκστρατεία από το Δημοτικό Συμβούλιο.

Σε ότι αφορά τις μικρότερες αθλητικές διοργανώσεις, σχετική μελέτη των Austrian & Rosentraub (2002) αναφέρει πως μικρές πόλεις έχουν εστιάσει σε μικρές ομάδες πρωταθλήματος και

σε αθλήματα δεύτερης αγωνιστικής κατηγορίας και δίνουν έμφαση σε στρατηγικές ανάπλασης, παρόλο που πολλές ανεξάρτητες αναλύσεις στη βιβλιογραφία δείχνουν ότι αυτές οι πρωτοβουλίες δεν συσχετίζονται με την περιφερειακή οικονομική ανάπτυξη.

Σε αντίστοιχη έρευνα περί μικρής κλίμακας εκδηλώσεων αθλητικού τουρισμού, οι Gibson, Karlanidou & Kang (2012) υποστηρίζουν ότι οι εν λόγω αθλητικές εκδηλώσεις μπορούν να είναι μια βιώσιμη μορφή τουριστικής ανάπτυξης για τις κοινότητες. Μέσα από τη μελέτη 6 αθλητικών εκδηλώσεων μικρής κλίμακας και το έργο μιας τοπικής αθλητικής επιτροπής στο πλαίσιο των τριών πυλώνων της βιωσιμότητας (οικονομική, κοινωνική και περιβαλλοντική), οι ερευνητές έδειξαν πως οι μικρής κλίμακας αθλητικές εκδηλώσεις είναι σε μεγάλο βαθμό ανταγωνιστικές. Οι εκδηλώσεις ήταν ένας Μαραθώνιος, Senior Games, τοξοβολία, ποδόσφαιρο, σόφτμπολ, κολύμπι, με τους συμμετέχοντες ή θεατές των εκδηλώσεων να συνιστούν δείγματα μεγέθους από  $n = 68$  έως  $n = 447$ . Συνεπάγεται, από τη μελέτη τους, πως οι μικρής κλίμακας εκδηλώσεις αθλητικού τουρισμού, όταν συνάδουν με τις υποδομές της κοινότητας και το κοινωνικό και πολιτιστικό κεφάλαιο, μπορεί να είναι ένα βιώσιμο είδος τουριστικής ανάπτυξης.

Στην Ελλάδα, οι Drakakis, Papadaskalopoulos & Lagos (2020) εξέτασαν τον οικονομικό αντίκτυπο τεσσάρων αθλητικών δραστηριοτήτων (γκολφ, ιστιοσανίδα, ιπασία και καταδύσεις) στη Μεσσηνία, μέσα από μία μεθοδολογική εξέταση του συγκεκριμένου υποδείγματος, συνδυάζοντας την ανάλυση εισαγωγών-εξαγωγών εισοδήματος. Στο πλαίσιο της εν λόγω έρευνας έλαβαν χώρα συνεντεύξεις με συμμετέχοντες φορείς και εξετάστηκαν τα Επιχειρησιακά Προγράμματα των δήμων. Σύμφωνα με την έρευνα το γκολφ παρήγαγε υψηλότερο εισόδημα και περισσότερες μονάδες απασχόλησης από τις άλλες δραστηριότητες, εμφανίζοντας όλα τα χαρακτηριστικά μιας ισχυρής προωθητικής δραστηριότητας και για την οικονομία του τόπου και για το αθλητικό τουριστικό προϊόν του νομού. Το πόρισμα αυτό προέκυψε και από προηγούμενη μελέτη των Drakakis & Papadaskalopoulos (2014) αναφορικά με το ίδιο θέμα, όπου πραγματοποιήθηκε έρευνα με 353 ημερολόγια και ερωτηματολόγια σε αθλητικούς τουρίστες της περιοχής, καθώς και μια κλίμακα μέτρησης του επιπέδου επιρροής του αθλήματος στην απόφασή τους να επισκεφθούν την περιοχή. Διαφαίνεται, λοιπόν, η ανάγκη να εστιάσουν οι ενδιαφερόμενοι φορείς σε παρεμβάσεις που αποσκοπούν στην προσέλκυση αθλητικών εκδηλώσεων με στόχο την ενίσχυση του διαθέσιμου εισοδήματος και της απασχόλησης.

Τις οικονομικές επιπτώσεις του Μαραθωνίου ως αθλητικής τουριστικής εκδήλωσης μελέτησε ο Papanikos (2015), αναφέροντας πως αν και μελέτες έχουν δείξει ότι υπάρχουν θετικές οικονομικές επιπτώσεις για την πόλη υποδοχής, ενδέχεται οι οικονομικές επιπτώσεις να μην είναι θετικές. Η μελέτη του βασίστηκε σε αναλύσεις κόστους-οφέλους και προσεγγίσεις γενικής ισορροπίας, αξιοποιώντας

τον Μαραθώνιο της Αθήνας ως περιπτώσιολογική μελέτη. Όπως φάνηκε από τη μελέτη περίπτωσης, ο Μαραθώνιος των Αθηνών αποτελεί ένα εύστοχο παράδειγμα μιας διοργάνωσης με πραγματικό brand name που δεν έχει ωστόσο σε βάθος χρόνου θετικά οικονομικά αποτελέσματα.

Τα βασικά στοιχεία της ανασκόπησης της βιβλιογραφίας σχετικά με τη συμβολή του αθλητικού τουρισμού στην οικονομία και κοινωνία παρουσιάζει ο ακόλουθος πίνακας 4 (κατά χρονολογική σειρά ερευνών).

**Πίνακας 4.** Η συμβολή του αθλητικού τουρισμού στην οικονομία και κοινωνία

A/A	Συγγραφείς (έτος)	Περιοχή διεξαγωγής έρευνας	Είδος έρευνας και ερευνητικά εργαλεία	Σκοπός έρευνας	Αποτελέσματα έρευνας
1	Drakakis, Papadaskalopoulos & Lagos (2020)	Μεσσηνία	Υπόδειγμα ad hoc (ανάλυση εισροών- εκροών). Συνεντεύξεις με φορείς του κλάδου. Μελέτη Επιχειρησιακών Προγραμμάτων των δήμων	Η μελέτη του οικονομικού αντίκτυπου τεσσάρων αθλητικών δραστηριοτήτων (γκολφ, ιστιοσανίδα, ιππασία και καταδύσεις)	Το γκολφ αποτελεί μια ισχυρή αναπτυξιακή δραστηριότητα για την τοπική οικονομία και για το αθλητικό τουριστικό προϊόν του νομού
2	Nyikana & Tichaawa (2018)	Καμερούν	Μικτή έρευνα: Ερωτηματολόγιο σε 670 συμμετέχοντες σε αθλητικές εκδηλώσεις. Συνέντευξη σε 4 φορείς στον τομέα του τουρισμού και του αθλητισμού	Η μελέτη του αθλητικού τουρισμού και η συνεισφορά του στην τοπική οικονομική ανάπτυξη	Σε μεγάλο βαθμό, ο αθλητικός τουρισμός συμβάλλει σημαντικά στην τοπική ανάπτυξη και στην προώθηση της περιοχής
3	Mandalawati, Utomo & Muryanto (2017)	Ινδονησία	Μελέτη περίπτωσης	Η ενδυνάμωση του οικονομικού και κοινωνικού αντίκτυπου του αθλητικού τουρισμού στη χώρα	Ο αθλητικός τουρισμός επιδρά αρκετά θετικά στην οικονομία και κοινωνία της χώρας, με περιθώρια σημαντικής βελτίωσης
4	Zhang, Qin, Yang & Liu (2017)	Κίνα	Ανασκόπηση της βιβλιογραφίας και διεπιστημονική ερευνητική μέθοδος	Μελέτη της ολοκλήρωσης του αθλητικού τουρισμού, της ανάδειξης του στην ανάπτυξη και του ρόλου της κυβέρνησης	Ο αθλητικός τουρισμός χρειάζεται αποτελεσματική στήριξη της κυβέρνησης, ώστε να οδηγήσει προς μια πιο βιώσιμη ανάπτυξη

5	Wickramaratne & Kumari (2016)	Σρι Λάνκα	Ποσοτική έρευνα μεερωτηματολόγια σε 150 επιχειρηματίες μικρών επιχειρήσεων	Η μελέτη του αντίκτυπου των δημοφιλών αθλητικών εκδηλώσεων κρίκετ στη δημιουργία και την ανάπτυξη μικρών επιχειρήσεων στη χώρα	Τα αθλητικά παιχνίδια κρίκετ επηρέασαν το λιανικό εμπόριο, τη χειροτεχνία, τις μεταφορές, τη στάθμευση οχημάτων, την εστίαση, τα ξενοδοχεία, τα τρόφιμα και τη βιομηχανία ποτών. Δημιουργήθηκαν σημαντικά έσοδα στην περιοχή
6	Kim, Jun, Walker & Drane (2015)	Νότια Κορέα	Ποσοτική έρευνα μεερωτηματολόγια σε δείγμα 1567 κατοίκων της κοινότητας υποδοχής	Η μελέτη των κοινωνικών επιπτώσεων της μεγάλης κλίμακας αθλητικού τουρισμού στην κοινότητα υποδοχής	Είναι σημαντικές και πολυδιάστατες οι αντιληπτές κοινωνικές επιπτώσεις του αθλητικού τουρισμού στη κοινότητα
7	Marumo, Lubbe & Pelsler (2015)	Mafikeng Νότια Αφρική	Ποσοτική προσέγγιση με ερωτηματολόγια σε 108 φορείς λήψης αποφάσεων και διευθυντές σε κυβερνητικές υπηρεσίες που συνδέονται με τον αθλητισμό, τον τουρισμό και τις Οικονομικές υποθέσεις του Mafikeng	Η αξιολόγηση και ο προσδιορισμός της συμβολής του αθλητικού τουρισμού ως αναπτυξιακή πρωτοβουλία στην οικονομία της περιοχής.	Ο αθλητικός τουρισμός μπορεί να βελτιώσει την οικονομική δραστηριότητα της περιοχής
8	Papanikos (2015)	Αθήνα	Αναλύσεις κόστους- οφέλους και προσεγγίσεις γενικής ισορροπίας Μελέτη περίπτωσης	Η μελέτη των οικονομικών επιπτώσεων του Μαραθωνίου ως αθλητικής τουριστικής εκδήλωσης.	Οι οικονομικές επιπτώσεις για την πόλη υποδοχής ενδέχεται να μην είναι θετικές.
9	Drakakis & Papadaskalopoulos (2014)	Μεσσηνία	Έρευνα με 353 ημερολόγια και ερωτηματολόγια σε αθλητικούς τουρίστες της περιοχής. Κλίμακα μέτρησης του επιπέδου επιρροής του αθλήματος Στην απόφασή τους να επισκεφθούν την περιοχή	Η μελέτη του οικονομικού αντίκτυπου τεσσάρων αθλητικών δραστηριοτήτων (γκολφ, ιστιοσανίδα, ιππασία και καταδύσεις)	Το γκολφ αποτελεί μια ισχυρή δραστηριότητα για την ανάπτυξη τοπικής οικονομίας και το αθλητικό τουριστικό προϊόν του νομού

10	Gibson, Kaplanidou & Kang (2012)		Ποσοτική έρευνα, ερωτηματολόγια σε συμμετέχοντες ήθεατές έξι αθλητικών εκδηλώσεων, σε δείγματα μεγέθους N1 = 68 N2 = 447	Η μελέτη του αθλητικού τουρισμού μικρής κλίμακας ως προς την επίδραση στη βιωσιμότητα του τουρισμού.	Οι μικρής κλίμακας εκδηλώσεις αθλητικού τουρισμού, όταν συνάδουν με τις υποδομές της κοινότητας, το ανθρώπινο και πολιτιστικό κεφάλαιο, οδηγούν σε βιώσιμη ανάπτυξη
11	Dolles & Söderman (2008)	Ασία	Ανασκόπηση βιβλιογραφίας	Η μελέτη των μεγάλων αθλητικών εκδηλώσεων και οι επιπτώσεις στην κοινωνία, στις επιχειρήσεις και στην οικονομία.	Οι μεγάλες αθλητικές εκδηλώσεις έχουν σημαντικές συνέπειες – οικονομικές και κοινωνικές – για την πόλη, την περιοχή ή τη χώρα υποδοχής. Σημαντική είναι η κάλυψη των MME
12	Bull & Lovell (2007)	Γαλλία	Ποσοτική έρευνα ερωτηματολόγιο σε κατοίκους της περιοχής  Αξιολόγηση της αποτελεσματικότητας της εκστρατείας προώθησης του Δημοτικού Συμβουλίου της πόλης	Η μελέτη των επιπτώσεων από τον αγώνα Tour de France στην πόλη Canterbury	Είναι θετική η επίδραση στην κοινωνία και στην οικονομία της περιοχής  Παρατηρήθηκε συντριπτική υποστήριξη φιλοξενίας της εκδήλωσης στην πόλη
13	Nauright (2004)		Η μελέτη των μεγάλων αθλητικών οργανώσεων και η επίδραση στην οικονομία στον 21ο αιώνα	Η μελέτη των μεγάλων αθλητικών οργανώσεων και η επίδραση στην οικονομία στον 21ο αιώνα	Οι μεγάλες αθλητικές εκδηλώσεις επιδρούν στην ανάπτυξη οικονομίας, όχι όμως σημαντικά σε χώρες χωρίς την απαραίτητη υποδομή ή το κατάλληλο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα
14	Austrian & Rosentraub (2002)		Ανασκόπηση βιβλιογραφίας	Η μελέτη των μικρών αθλητικών οργανώσεων και η επίδραση στην οικονομία των πόλεων	Σε ότι αφορά τις μικρότερες αθλητικές διοργανώσεις, δεν συσχετίζονται πάντα με την περιφερειακή οικονομική ανάπτυξη

## *Η συνεισφορά του αθλητικού τουρισμού στην ανάπτυξη των ξενοδοχειακών μονάδων*

Ο αντίκτυπος των μεγάλων, ιδίως, αθλητικών εκδηλώσεων στην οικονομία και την κοινότητα, μπορεί να θεωρηθεί από διαφορετικές οπτικές γωνίες, όπως αλλαγές στο ΑΕΠ της χώρας ή της περιοχής υποδοχής, αλλαγές στην αγορά εργασίας, ανάπτυξη ή αναβάθμιση των υποδομών, αύξηση του όγκου των τουριστικών ροών (Cashman, 2005; Wasilczuk, 2010), επιδρώντας στη δημόσια, πολιτική και πολιτιστική ζωή, στην πληροφόρηση, στην εκπαίδευση, αλλά και σε ψυχολογικές πτυχές του ατόμου (Wasilczuk & Zawadzki, 2011). Ενώ υπάρχει σημαντική βιβλιογραφία σχετικά με τις επιπτώσεις των αθλητικών γεγονότων στην οικονομία και κοινωνία, είναι λίγες οι μελέτες που αφορούν τις επιχειρηματικές δραστηριότητες και την ανταγωνιστικότητα πίσω από αυτές, όπως για παράδειγμα τη συμβολή του αθλητικού τουρισμού στην ανάπτυξη των ξενοδοχειακών μονάδων.

Υπάρχουν περιπτώσεις, όπου αναδεικνύεται πως ο αθλητικός τουρισμός μπορεί να είναι ιδιαίτερα επωφελής για μια ξενοδοχειακή επιχείρηση, όπως στην περίπτωση του Protea Hotel Polokwane Ranch Resort στην επαρχία Limpopo της Νότιας Αφρικής. Στην εν λόγω ξενοδοχειακή μονάδα η διοίκηση εντόπισε την ευκαιρία να προσφέρει κάτι μοναδικό μέσα από τον αθλητικό τουρισμό, έναν αναπτυσσόμενο τομέα του τουρισμού στην περιοχή, ικανοποιώντας την επιθυμία των επαγγελματιών αθλητών να μπορούν να προπονούνται και να διαμένουν στον ίδιο χώρο, έτσι ώστε να επικεντρώνονται στην προσπάθειά τους. Λόγω των σημαντικών εκτάσεων γης που διατίθενται στο συγκεκριμένο ξενοδοχείο, το οποίο λειτουργεί εδώ και περίπου έξι δεκαετίες, ήταν εφικτό να αξιοποιηθεί αυτή η ευκαιρία στο είδος των εγκαταστάσεων του. Το ξενοδοχείο άνοιξε ένα κέντρο υψηλών επιδόσεων παγκόσμιας κλάσης, που εξυπηρετεί μια σειρά από αθλήματα. Αυτή η ευκαιρία προέκυψε σε μεγάλο βαθμό μετά το Παγκόσμιο Κύπελλο της FIFA που φιλοξενήθηκε από τη Νότια Αφρική κατά τη διάρκεια του 2010. Η διεύθυνση του ξενοδοχείου συνειδητοποίησε ότι, εκτός από τα προφανή ξενοδοχειακά προϊόντα και υπηρεσίες όπως τα δωμάτια και τα εστιατόρια, οι επαγγελματίες αθλητές χρειαζόνταν κορυφαίες εγκαταστάσεις εκπαίδευσης. Συνάμα, η μοναδική τοποθεσία του ξενοδοχείου προσθέτει επιπλέον κίνητρο για αθλητικό τουρισμό. Οι εγκαταστάσεις του ξενοδοχείου περιλαμβάνουν δύο μεγάλα γήπεδα ποδοσφαίρου, γήπεδα γκολφ, γυμναστήριο Technogym, ένα clubhouse, καθώς και 20 σαλέ με δυνατότητα προετοιμασίας γευμάτων δύο υπνοδωματίων. Η παραπάνω ξενοδοχειακή υπηρεσία είναι μοναδική στη Νότια Αφρική, ενώ είναι λίγες οι παρόμοιες εγκαταστάσεις στον υπόλοιπο κόσμο, όπως στην Ισπανία με το Club La Santa στο Λας Πάλμας και στο Ηνωμένο Βασίλειο με το αθλητικό κέντρο στο Πανεπιστήμιο Loughborough. Το ξενοδοχείο Protea Hotel Polokwane Ranch Resort στην επαρχία Limpopo της Νότιας Αφρικής έχει δημιουργήσει μια μοναδική διάσταση αθλητικού τουρισμού στις υπηρεσίες του, αναδεικνύοντας το πόσο πολύτιμος μπορεί να είναι ο εν λόγω τουρισμός στην ανάπτυξη του ξενοδοχειακού τομέα (Koumelis, 2018).

Σύμφωνα με τη βιβλιογραφία, η συμβολή του αθλητικού τουρισμού στην ανάπτυξη των ξενοδοχειακών μονάδων αποτυπώνεται ιδίως στα μεγάλα αθλητικά γεγονότα, όπως διαφαίνεται στη μελέτη του Ραβλόν (2016), ο οποίος διερεύνησε την περίπτωση του μεγάλου αθλητικού γεγονότος «Euro 2012» στην Πολωνία. Η εν λόγω έρευνα εστίασε στην αξιολόγηση της σχέσης μεταξύ της διοργάνωσης του Euro 2012 και των αποφάσεων των επιχειρηματιών και έγινε βάσει ερωτηματολογίου. Ο κύριος σκοπός του ερευνητή ήταν να προσδιοριστεί η στάση των επιχειρηματιών όσον αφορά τις ευκαιρίες και τις διακινδυνεύσεις που συνδέονται με την οργάνωση του Euro 2012. Η έρευνα διενεργήθηκε με τη μέθοδο της άμεσης συνέντευξης τον Οκτώβριο του 2009, δηλαδή λιγότερο από τρία έτη πριν από το Euro 2012. Το δείγμα του πληθυσμού αποτελείτο από 300 επιχειρήσεις που απασχολούν έως 250 άτομα, μη συμπεριλαμβάνοντας αυτοαπασχολούμενους, και αφορούσε τις ακόλουθες βιομηχανίες: ξενοδοχειακή, μεταφορική, τροφοδοσία και κατασκευές. Κάθε κλάδος των τεσσάρων εκπροσωπήθηκε εξίσου στο δείγμα (25%). Οι πιο πολλές από τις επιχειρήσεις που έλαβαν μέρος στην έρευνα έχουν μακρά ιστορία και μια εδραιωμένη θέση στην αγορά. Η έρευνα έγινε στην Πομερανία, και συγκεκριμένα σε τρεις δήμους: Gdańsk (40%), Gdynia (20%), Sopot (10%), και στις κοινότητες τους: Kartuzy, Puck, Nowy Dwór, Tczew, Wejherowo (30% αθροιστικά).

Τα αποτελέσματα της έρευνας έδειξαν πως η ξενοδοχειακή βιομηχανία ανέμενε τα μεγαλύτερα οφέλη, λόγω των meetings των εμπλεκόμενων της διοργάνωσης στην περιοχή. Η προώθηση της πόλης και της ευρύτερης περιοχής της θεωρήθηκε σημαντικός παράγοντας για την ανάπτυξη του ξενοδοχειακού τομέα. Η περιοχή της Πομερανίας αποδείχθηκε η καλύτερα προετοιμασμένη να δεχθεί εκατοντάδες χιλιάδες επισκέπτες - οπαδούς του ποδοσφαίρου (σε ποσοτικούς όρους, διατέθηκαν σχεδόν 200 χιλιάδες κρεβάτια). Ο αριθμός των ξενοδοχείων αυξήθηκε, συμπεριλαμβανομένων εκείνων των υψηλότερων κατηγοριών (τεσσάρων και πέντε αστέρων). Αύξηση σημειώθηκε και στη μέση τιμή διανυκτέρευσης. Η περιοχή Gdansk έφτασε μάλιστα σε ετήσια αύξηση του ADR (average daily rate: μέσα έσοδα ανά δωμάτιο τη ημέρα) σχεδόν 200%. Πρόκειται για μια μεγάλη αύξηση, η οποία, ωστόσο, δεν αποθάρρυνε τους δυνητικούς τουρίστες να χρησιμοποιούν τα ξενοδοχεία, όπως έδειξε και το υψηλό ποσοστό πληρότητας 75% των κλινών του ξενοδοχείου καθ' όλη τη διάρκεια του τουρνουά (Ραβλόν, 2016).

Αντίστοιχη έρευνα έγινε στη Σρι Λάνκα από τους Wickramaratne & Kumari (2016), με αναφορά στο κρίκετ (το δημοφιλέστερο άθλημα στη χώρα). Οι ερευνητές συγκέντρωσαν δεδομένα μέσω ερωτηματολογίου από 150 επιχειρηματίες μικρών επιχειρήσεων με σκοπό να εξετάσουν την επίδραση του αθλητικού τουρισμού στις μικρές επιχειρηματικές δραστηριότητες. Μέρος της εν λόγω έρευνας αφορούσε τα ξενοδοχεία, όπου διαπιστώθηκαν σημαντικά έσοδα από τις αθλητικές διοργανώσεις κρίκετ, κάνοντας εμφανές πως ο αντίκτυπος του αθλητικού τουρισμού ήταν θετικός για τον ξενοδοχειακό κλάδο.



Σε σχετική έρευνα της Alles (2014) στην Ισπανία, μελετήθηκε η επίδραση του αθλητικού τουρισμού προς την κοινότητα, μέσα από την περίπτωση του αθλητικού γεγονότος Grand Prix που έγινε στην Ανδαλουσία, ενώ ειδικότερα εξετάστηκε η επίδραση του στην ξενοδοχειακή αγορά. Το εν λόγω γεγονός κάθε χρόνο προσελκύει περισσότερους από 250.000 οπαδούς, με αποτέλεσμα τα ξενοδοχεία, τα διαμερίσματα, τα κάμπινγκ, τα εστιατόρια, τα μπαρ, κ.λπ. να γεμίζουν από κόσμο, όχι μόνο στις επαρχίες της Ανδαλουσίας, αλλά και εκτός αυτής, και όχι μόνο κατά την τριήμερη διάρκεια του πρωταθλήματος, αλλά ολόκληρη την εβδομάδα, συμβάλλοντας με αυτόν τον τρόπο στην εποχικά προσαρμοσμένη ζήτηση για τουρισμό στην περιοχή, με επακόλουθα οφέλη που αφορούν την απασχόληση και την ανάπτυξη των τοπικών επιχειρήσεων. Συγκεκριμένα, ο ξενοδοχειακός κλάδος αποτελεί έναν από τους μεγάλους νικητές, σημειώνοντας το 2013 υψηλό ποσοστό πληρότητας. Για παράδειγμα, στα ξενοδοχεία της επαρχίας Jerez de la Frontera η πληρότητα ήταν σχεδόν 98,8% και στα ξενοδοχεία της επαρχίας Cádiz ήταν περίπου 94%.

Ενδιαφέροντα πορίσματα αναδεικνύονται και από την έρευνα των Prayag, Dookhony-Ramphul & Maryeven (2010), οι οποίοι μελέτησαν το ζήτημα της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης για τα μικρά νησιωτικά αναπτυσσόμενα κράτη, αξιολογώντας τις αντιλήψεις των ξενοδόχων στον Μαυρίκιο ως προς τις επιπτώσεις στην ξενοδοχειακή ανάπτυξη. Η εν λόγω έρευνα έγινε με βάση ερωτηματολόγια, σε 90 ξενοδόχους, οι οποίοι συμφώνησαν κατά μέσο όρο ότι η ξενοδοχειακή ανάπτυξη επηρεάζεται από τον αθλητικό τουρισμό (θαλάσσια σπορ, κ.λπ.) και θα πρέπει να συμβάλει στην περιβαλλοντική βιωσιμότητα. Οι ξενοδόχοι δεν συμφώνησαν απόλυτα αν υπήρχαν θετικές ή αρνητικές πολιτιστικές και οικονομικές επιπτώσεις στα ξενοδοχεία, αλλά συμφώνησαν πως οι κοινωνικές επιπτώσεις ήταν θετικές.

Το ζήτημα της συμβολής του αθλητικού τουρισμού στην ξενοδοχειακή βιομηχανία μελετά και η έρευνα των Herstein & Jaffe (2008), μέσα από την περίπτωση της διοίκησης της αλυσίδας Isrotel Hotels στην προσπάθειά της να δημιουργήσει το Sport Club Hotel, στο πλαίσιο του αθλητικού τουρισμού. Η εν λόγω περιπτώσιολογική μελέτη αναδεικνύει πως η αθλητική ταυτότητα του ξενοδοχείου συμβάλλει στην επίτευξη πιο αποτελεσματικών εταιρικών καναλιών επικοινωνίας στον κλάδο της φιλοξενίας, τονώνοντας τις στρατηγικές μάρκετινγκ του ξενοδοχείου. Η δημιουργία του αθλητικού ξενοδοχείου για ανθρώπους που επιθυμούν να ζήσουν την ξενοδοχειακή εμπειρία μέσα από αθλήματα όλο το 24ωρο κατά τον χρόνο των διακοπών τους φαίνεται πως μπορεί να εξυπηρετήσει διάφορες διοικητικές υπηρεσίες του ξενοδοχείου, συγχωνεύοντας αποτελεσματικά τη φιλοξενία και τον αθλητισμό.

Σε ότι αφορά την Ελλάδα, τις επιπτώσεις του Μαραθωνίου ως αθλητικής τουριστικής εκδήλωσης μελέτησε ο Papanikos (2015), αναφέροντας ότι συνήθως ο αριθμός των διανυκτερεύσεων στα καταλύματα ανά τουρίστα αυξάνεται, όπως και η συνολική δαπάνη ανά συμμετέχοντα. Η

παραπάνω επίδραση είναι θετική, αλλά προσωρινά οριοθετημένη, όπως αναφέρει στη μελέτη του για τον Μαραθώνιο της Αθήνας.

Η ελληνική πραγματικότητα αναδεικνύει, μέσα από τα διαθέσιμα στοιχεία από σχετικές ιστοσελίδες του κλάδου, την ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού σε επιλεγμένες ξενοδοχειακές μονάδες, όπως στο Costa Navarino, μέσω του “Navarino Challenge” και στο Aqua Vista Hotels στις Κυκλάδες, καταλήγοντας στο ότι ο αθλητικός τουρισμός μπορεί να αναζωογονήσει τη χώρα στο σύνολο της. Ο αθλητικός τουρισμός μπορεί να αυξήσει τα έσοδα των ξενοδοχειακών μονάδων, καθώς όταν κανείς ταξιδεύει κάπου για μια αθλητική διοργάνωση, ενδέχεται να δαπανήσει χρήματα για τη διαμονή, την εστίαση και άλλες δράσεις πχ. ενοικίαση ποδηλάτων για βόλτα, αγορές από την τοπική αγορά, επίσκεψη σε μνημεία ή σημεία φυσικής ομορφιάς κ.ά. Συνάμα, ο αθλητικός τουρισμός συνιστά ένα αποτελεσματικό μέσο για την ανάπτυξη δημοσίων σχέσεων στην τοπική κοινωνία, αφού ο επισκέπτης θα αποτελέσει την καλύτερη διαφήμιση για την περιοχή, αυξάνοντας την πιθανότητα και άλλοι άνθρωποι να επισκεφθούν τον συγκεκριμένο τόπο. Συνεπώς, οι αθλητικές εκδηλώσεις είναι μια ευκαιρία για τις περιοχές που τις διοργανώνουν, ώστε να αναπτύξουν τη δυναμική τους, συμπεριλαμβάνοντας και τα ξενοδοχεία. Σημαντικά παραδείγματα αθλητικού τουρισμού που έχουν συμβάλει στην ανάπτυξη των ξενοδοχειακών μονάδων, πέρα από το Costa Navarino, μέσω του “Navarino Challenge” και το Aqua Vista Hotels στις Κυκλάδες, είναι το “Zagori Mountain Running” στα Ζαγοροχώρια, ο αναρριχητικός τουρισμός στα βουνά της Κρήτης, οι αγώνες του “Santorini Experience” στην καλντέρα και το ηφαίστειο στην Σαντορίνη, το σύνολο των αθλητικών εκδηλώσεων ετησίως στη Ρόδο, η ιστιοπλοΐα, το τρέξιμο, και το ποδήλατο (tweed run) στις Σπέτσες, οι πολλές διοργανώσεις ομοσπονδιών (μπάσκετ, κολύμβηση, πόλο) στον Βόλο κ.ά. (Τσόλης, 2019).

**Πίνακας 5.** Η συμβολή του αθλητικού τουρισμού στην ανάπτυξη των ξενοδοχειακών μονάδων

A/A	Συγγραφείς (έτος)	Περιοχή διεξαγωγής έρευνας	Είδος έρευνας και ερευνητικά εργαλεία	Σκοπός έρευνας	Αποτελέσματα έρευνας
1	Pavlov (2016)	Πολωνία	<p>Η έρευνα ήταν ποσοτική με ερωτηματολόγιο σε δείγμα από 300 επιχειρήσεις που απασχολούν έως 250 άτομα, μη συμπεριλαμβανοντας αυτό-απασχολούμενους.</p> <p>Εξεταζόμενες βιομηχανίες: ξενοδοχειακή, μεταφορική, τροφοδοσία και κατασκευές.</p>	<p>Να μελετηθεί η στάση των επιχειρηματιών για θέματα που αφορούν στην οργάνωση του Euro2012.</p> <p>Να αναδειχθεί η συμβολή του αθλητικού γεγονότος στην ανάπτυξη των ξενοδοχείων</p>	<p>Η ξενοδοχειακή βιομηχανία ανέμενε τα μεγαλύτερα οφέλη από τη διοργάνωση</p> <p>Ο αριθμός των ξενοδοχείων αυξήθηκε.</p> <p>Αύξηση σημειώθηκε και στη μέση τιμή διανυκτέρευσης.</p> <p>Στη διάρκεια του αθλητικού γεγονότος σημειώθηκε υψηλό ποσοστό πληρότητας (75%) των κλινών στα ξενοδοχεία</p>
2	Wickramaratne & Kumari (2016)	Σρι Λάνκα	<p>Ποσοτική έρευνα με ερωτηματολόγιο σε 150 επιχειρηματίες μικρών επιχειρήσεων, συμπεριλαμβανομένων ξενοδοχείων</p>	<p>Η μελέτη του αντίκτυπου των δημοφιλών αθλητικών εκδηλώσεων κρίκετ στη δημιουργία και την ανάπτυξη μικρών επιχειρήσεων στη χώρα</p>	<p>Τα αθλητικά παιχνίδια κρίκετ επηρέασαν τα ξενοδοχεία, δημιουργώντας σημαντικά έσοδα σε αυτά</p>
3	Papanikos (2015)	Αθήνα	Μελέτη περίπτωσης	<p>Η μελέτη των οικονομικών επιπτώσεων του Μαραθωνίου ως αθλητικής τουριστικής εκδήλωσης.</p>	<p>Οι επιπτώσεις για την ξενοδοχειακή αγορά στην πόλη υποδοχής μπορεί να είναι θετικές, αλλά και συνάμα προσωρινές</p>

4	Alles (2014)	Ισπανία	Μελέτη περίπτωσης: Grand Prix (Ανδαλουσία)	Να μελετηθεί η επίδραση του μεγάλου αθλητικού γεγονότος στην αγορά, συμπεριλαμβάνοντας τον ξενοδοχειακό κλάδο	Ο ξενοδοχειακός κλάδος κατέγραψε το 2013 πολύ υψηλό ποσοστό πληρότητας λόγω του Grand Prix.
5	Prayag, Dookhony-Ramphul & Maryeven (2010)	Μαυρίκιος	Ποσοτική έρευνα με ερωτηματολόγιο σε δείγμα 90 ξενοδόχων στον Μαυρίκιο	Να μελετηθεί η ανάπτυξη των ξενοδοχείων μέσα από τον αθλητικό τουρισμό.	Η ξενοδοχειακή ανάπτυξη επηρεάζεται από τον αθλητικό τουρισμό. Οι πολιτιστικές και οι οικονομικές συνέπειες μπορεί να είναι θετικές ή αρνητικές, αλλά οι κοινωνικές συνέπειες είναι θετικές
6	Herstein & Jaffe (2008)		Μελέτη περίπτωσης: Sport Club Hot	Να μελετηθεί η διαδικασία εταιρικής επικοινωνίας που υλοποιεί η διοίκηση της IsrotelHotels μέσα από το SportClub Hotel, καθώς και να τονίσει τη συμβολή του αθλητικού τουρισμού στα ξενοδοχεία	Η αθλητική ταυτότητα του ξενοδοχείου συμβάλλει στην επίτευξη πιο αποτελεσματικών εταιρικών καναλιών επικοινωνίας και στην καλύτερη λειτουργία διοικητικών υπηρεσιών του ξενοδοχείου

## ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ, ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ & ΣΥΖΗΤΗΣΗ ΓΙΑ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ

### *Συζήτηση - συμπεράσματα*

Ο τουρισμός αποτελεί ένα οικονομικό, κοινωνικό και πολιτιστικό φαινόμενο με πλήθος συνεπειών στον οικονομικοκοινωνικό και περιβαλλοντικό τομέα. Είναι μια οριζόντια δραστηριότητα που ασκεί επιρροή σε πολλούς κλάδους της οικονομίας μιας χώρας, αποφέρει έσοδα σε αυτήν, συμβάλλει στη βιώσιμη ανάπτυξη και αποτελεί σημαντικό παράγοντα στη συνολική μακροπρόθεσμη οικονομική ανάπτυξη του τόπου. Διακρίνεται σε διεθνή και εγχώριο, αλλά και με άλλα κριτήρια όπως ανάλογα με το σκοπό της επίσκεψης του τουρίστα (τουρισμός ψυχαγωγίας και τουρισμός επαγγελματικής φύσεως). Υπάρχει και η διάκριση με βάση τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού (τουρισμός ειδικού ενδιαφέροντος, όπου ανήκει και ο αθλητικός τουρισμός, οικοτουρισμός, αγροτουρισμός).

Ο αθλητισμός και ο τουρισμός είναι δύο έννοιες αλληλοσυμπληρούμενες. Οι δυο έννοιες συμβάλλουν στο να δημιουργηθούν ευκαιρίες για ανάπτυξη. Ο αθλητικός τουρισμός είναι ένας από τους πιο γρήγορα αναπτυσσόμενους τύπους του τουρισμού. Οι εκφράσεις του δύναται να υλοποιηθούν μέσα από αθλητικές εγκαταστάσεις πολιτιστικής κληρονομιάς, θέρετρα με αθλητική εστίαση, κρουαζιέρες, αθλητικές εκδρομές, όπως σε γήπεδα γκολφ και μεγάλες αθλητικές εκδηλώσεις. Υπάρχουν τέσσερις βασικές μορφές αθλητικού τουρισμού: ο τουρισμός αθλητικών εκδηλώσεων, ο ενεργητικός αθλητικός τουρισμός, ο παθητικός και ο αθλητικός τουρισμός νοσταλγίας. Μια ακόμη διάκριση του αθλητικού τουρισμού είναι η διάκριση στον “hard sport tourism” και “soft sport tourism”. Η αγορά του αθλητικού τουρισμού μπορεί να κατηγοριοποιηθεί σε τέσσερα διαφορετικά τμήματα: στα αξιοθέατα, στη διαμονή, στην προσβασιμότητα και στις παροχές.

Οι λόγοι για τη συμμετοχή των επισκεπτών στον αθλητισμό είναι ποικίλοι και αφορούν στα ατομικά χαρακτηριστικά του κάθε επισκέπτη, αλλά και λόγοι που έχουν σχέση μόνο με τον αθλητισμό και όχι με τον τουρισμό, π.χ. ο ανταγωνισμός, ο αγώνας και η υπερίσχυση, η δοκιμή των δεξιοτήτων κάποιου και η ανάπτυξη αυτών. Άλλα κίνητρα ταξιδιωτικών κινήτρων στον αθλητικό τουρισμό περιλαμβάνουν τη σωματική και διαπροσωπική κατάσταση, το κύρος, η απόκτηση νέων και διαφορετικών εμπειριών κ.ά.

Το προφίλ συμμετοχής στον αθλητικό τουρισμό επίσης ποικίλλει, με τους αθλητικούς τουρίστες να διακρίνονται σε πρωτογενείς, δηλ. σε τουρίστες που συνδέονται με τον αθλητισμό, και δευτερογενείς, δηλ. σε τουρίστες που ενδιαφέρονται για τον αθλητισμό. Πολύ γνωστό στη

βιβλιογραφία είναι το Μοντέλο Συμμετοχής, το οποίο αφορά τη συμμετοχή στον αθλητικό τουρισμό σε σχέση με τη σημαντικότητα που έχουν οι δραστηριότητες και τα ταξίδια. Με βάση αυτό το μοντέλο, οι στοχεύσεις του αθλητικού τουρισμού ποικίλλουν ως προς το αν μπορούν να επηρεάσουν τις αποφάσεις και τον προγραμματισμό των ταξιδιών.

Όπως και με κάθε είδους τουρισμό, υπάρχει μια σειρά από οφέλη και πλεονεκτήματα του αθλητικού τουρισμού, όπως η θετική συμβολή στην τουριστική εικόνα του προορισμού υποδοχής, οι οικονομικές επιπτώσεις των αθλητικών εκδηλώσεων αλλά και οι θετικές κοινωνικές επιπτώσεις καθώς και περιβαλλοντικές. Ωστόσο η υποβάθμιση του περιβάλλοντος ιδίως στις μεγάλες αθλητικές εκδηλώσεις αντανακλά τις αρνητικές επιπτώσεις του αθλητικού τουρισμού.

Σύμφωνα με στατιστικά στοιχεία, για λόγους αθλητικού τουρισμού οι διεθνείς αφίξεις ατόμων, ετησίως ανέρχονται σε 12-15 εκατομμύρια, με πρόβλεψη αύξησης βραχυπρόθεσμα, σχεδόν 6% ανά έτος. Αντιστοιχεί στο 10% της βιομηχανίας του τουρισμού παγκοσμίως, με καθαρά έσοδα σχεδόν 800 δισεκατομμύρια δολάρια. Οι αθλητικοί τουρίστες προέρχονται κυρίως από χώρες όπως Γερμανία, Ιταλία, Ηνωμένο Βασίλειο, Ισπανία, Σουηδία, Δανία και Φινλανδία. Από το 2007 έως το 2013, ο τομέας κατέγραψε αύξηση των τουριστικών ροών κατά 25% και αύξηση των δαπανών κατά 20%, ενώ το 2016 η βιομηχανία αθλητικού τουρισμού έφτασε σε αξία τα 1,41 τρισεκατομμύρια δολάρια, σημειώνοντας 41% αύξηση σε μόλις τέσσερα χρόνια. Ανά περιφέρεια, η Ευρώπη χαρακτηρίζεται από τη μεγαλύτερη ανάπτυξη της παγκόσμιας αγοράς. Στην Ελλάδα, ο αθλητικός τουρισμός εντάσσεται στις ειδικές μορφές τουρισμού και έχει λάβει ανάπτυξη ιδίως μέσα από τη διοργάνωση του Μαραθώνιου της Αθήνας. Στη συνέχεια, η Costa Navarino στη Μεσσηνία, η Ρόδος, η Θεσσαλονίκη, η Σαντορίνη, η Κρήτη, τα Ζαγοροχώρια, οι Σπέτσες κ.λπ. έχουν προωθήσει τελευταίως τον αθλητικό τουρισμό με αξιοσημείωτες διοργανώσεις.

Ωστόσο, οι περιορισμοί στον αριθμό των αθλητικών εκδηλώσεων λόγω Covid-19 παγκοσμίως είναι ένας παράγοντας που αναμένεται να επιβραδύνει σημαντικά την ανάπτυξη της παγκόσμιας αγοράς. Πολλά επαγγελματικά πρωταθλήματα σε όλο τον κόσμο έχουν αναστείλει τις εκδηλώσεις τους και εκατοντάδες χιλιάδες θέσεις εργασίας τέθηκαν σε κίνδυνο. Εκτιμάται ότι 2,2 δισεκατομμύρια δολάρια χάθηκαν σε όρους εθνικών τηλεοπτικών εσόδων για την αθλητική βιομηχανία ως αποτέλεσμα της κρίσης. Η επίπτωση είναι εμφανής και αναφορικά με τον ερασιτεχνικό αθλητισμό ή τον αθλητισμό στην κοινότητα.

Στην Ελλάδα, είναι εμφανής η επίδραση των επιπτώσεων λόγω covid-19 στην κοινωνία και στην οικονομία, με σοβαρό το πλήγμα τόσο στον τουρισμό γενικά όσο και στον ξενοδοχειακό κλάδο πιο ειδικά. Αρκετά ξενοδοχεία κλείνουν ή λειτουργούν με σημαντικά περιορισμένη δυναμικότητα, αντιμετωπίζοντας πολύπλοκες προκλήσεις, από τη ρευστότητα έως τα ξένα κεφάλαια και την αναδιάρθρωση. Η ζημία στις εισπράξεις των ξενοδοχειακών μονάδων για το 2020 υπολογίζεται στα

4,46 δις. Ευρώ (1,2 δις για τις μονάδες διαρκούς λειτουργίας και 3, 26 δις για τις εποχικής λειτουργίας μονάδες), θέτοντας σε άμεσο κίνδυνο 45.142 θέσεις εργασίας.

Με βάση τη βιβλιογραφία, υπάρχει ερευνητικό κενό σχετικά με τις προοπτικές αθλητικής τουριστικής ανάπτυξης στην Αθήνα, στο πλαίσιο διαχείρισης του αθλητικού τουρισμού. Επίσης, είναι ελάχιστες οι έρευνες που αναδεικνύουν την πρόοδο του αθλητικού τουρισμού στις ξενοδοχειακές μονάδες στην Ελλάδα.

Υπό το παραπάνω πλαίσιο, σκοπός της παρούσας μελέτης ήταν η παρουσίαση της συμβολής του αθλητικού τουρισμού στον οικονομικοκοινωνικό τομέα, εστιάζοντας στην ανάπτυξη των ξενοδοχειακών μονάδων, αφενός στην Ελλάδα και αφετέρου στο εξωτερικό. Οι ερευνητικές ερωτήσεις που εξετάστηκαν είναι οι εξής:

- ✓ Πώς αναδεικνύεται η συμβολή του αθλητικού τουρισμού στην οικονομία και κοινωνία;
- ✓ Πώς μπορεί να συμβάλει ο αθλητικός τουρισμός στην ανάπτυξη των ξενοδοχειακών μονάδων;

Για τον σκοπό της παραπάνω ανάλυσης, έγινε βιβλιογραφική ανασκόπηση (παραδοσιακή/αφηγηματική). Αξιοποιήθηκαν συγκεκριμένα κριτήρια ενσωμάτωσης των άρθρων για την περαίωση της ανασκόπησης της βιβλιογραφίας αναφορικά με το εξεταζόμενο θέμα, όπως: αρθρογραφία στην ελληνική και στην αγγλική γλώσσα, μελέτες που αφορούν πληθυσμό σε κάθε μέρος του πλανήτη, άρθρα που έχουν καταχωρηθεί σε αξιόπιστα περιοδικά επιστημονικού ενδιαφέροντος και από πανεπιστήμια, πράγμα που ενισχύει την εγκυρότητά τους και τέθηκε ως χρονολογικό όριο οι μελέτες να έχουν δημοσιευτεί από το 2000 κι έπειτα. Οι σχετικές πηγές αναζητήθηκαν από έγκριτες ιστοσελίδες του διαδικτύου, όπως το Science Direct, το Research Gate, το Sage Journals, και το Google Scholar. Οι κατάλληλες λέξεις που επιλέχθηκαν συνδυαστικά για την διερεύνηση στα αγγλικά και ελληνικά ήταν: sports tourism, economy, society, development of hotel units (αθλητικός τουρισμός, οικονομία, κοινωνία, ανάπτυξη ξενοδοχειακών μονάδων). Συνολικά, συγκεντρώθηκαν 14 έρευνες αναφορικά με το ερευνητικό ερώτημα της μελέτης της συμβολής του αθλητικού τουρισμού στην οικονομία και κοινωνία και 6 έρευνες αναφορικά με το ερευνητικό ερώτημα της μελέτης της συμβολής του αθλητικού τουρισμού στην ανάπτυξη των ξενοδοχειακών μονάδων.

Σε σχέση με την πρώτη ερευνητική ερώτηση, τα στοιχεία της ανασκόπησης της βιβλιογραφίας ανέδειξαν πως ο αθλητικός τουρισμός αποτελεί μια ισχυρή αναπτυξιακή δραστηριότητα και για την τοπική οικονομία και για το καθαυτό αθλητικό τουριστικό προϊόν (Drakakis, Papadaskalopoulos & Lagos, 2020), συμβάλλοντας σημαντικά στην τοπική ανάπτυξη και προώθηση της περιοχής (Nyikana & Tichaawa, 2018) και προσφέροντας οφέλη στην οικονομία και κοινωνία (Mandalawati, Utomo & Muryanto, 2017; Kim, Jun, Walker & Drane, 2015; Marumo, Lubbe & Pelsler, 2015; Wickramaratne

& Kumari, 2016; Bull & Lovell, 2007). Ωστόσο υπάρχουν και μελέτες που δείχνουν πως οι οικονομικές επιπτώσεις για την πόλη υποδοχής ενδέχεται να μην είναι θετικές, όπως η μελέτη του Papanikos (2015) αναφορικά με την περίπτωση του Μαραθωνίου ως αθλητικής τουριστικής εκδήλωσης στην Αθήνα. Σύμφωνα με τη βιβλιογραφία, οι μικρότερες αθλητικές διοργανώσεις δεν συσχετίζονται πάντα με την περιφερειακή οικονομική ανάπτυξη (Austrian & Rosentraub, 2002). Σε κάθε περίπτωση, χρειάζεται η αποτελεσματική στήριξη της κυβέρνησης, ώστε να οδηγήσει ο αθλητικός τουρισμός προς μια πιο βιώσιμη ανάπτυξη (Zhang, Qin, Yang & Liu, 2017). Η τελευταία δύναται να είναι εφικτή μέσα από μικρής κλίμακας εκδηλώσεις αθλητικού τουρισμού που συνάδουν με τις υποδομές της κοινότητας και με το ανθρώπινο και πολιτιστικό κεφάλαιο (Gibson, Kaplanidou & Kang, 2012). Σε ότι αφορά τις μεγάλες εκδηλώσεις αθλητικού τουρισμού, έχουν σημαντικές συνέπειες – οικονομικές και κοινωνικές - για την πόλη, την περιοχή ή τη χώρα υποδοχής (Dolles & Söderman, 2008). Διαπιστώνεται, μάλιστα, από τη βιβλιογραφία, πως οι μεγάλες αθλητικές εκδηλώσεις επιδρούν στην ανάπτυξη της οικονομίας, όχι όμως σημαντικά σε χώρες χωρίς την απαραίτητη υποδομή ή το κατάλληλο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα (Nauright, 2004).

Σε σχέση με την δεύτερη ερευνητική ερώτηση, τα στοιχεία της ανάλυσης ανέδειξαν πως υπάρχουν περιπτώσεις, όπου αναδεικνύεται πως ο αθλητικός τουρισμός μπορεί να είναι ιδιαίτερα επωφελής για μια ξενοδοχειακή επιχείρηση, όπως στην περίπτωση του Protea Hotel Polokwane Ranch Resort στην επαρχία Limpopo της Νότιας Αφρικής μέσα από την αξιοποίηση της ευκαιρίας που προέκυψε μετά το Παγκόσμιο Κύπελλο της FIFA του 2010, αλλά και του Club La Santa στο Λας Πάλμας στην Ισπανία και του αθλητικού κέντρου στο Πανεπιστήμιο Loughborough στο Ηνωμένο Βασίλειο. Σύμφωνα με τη βιβλιογραφία, η ξενοδοχειακή βιομηχανία αποκτά σημαντικά οφέλη από τον αθλητικό τουρισμό, όπως αύξηση του αριθμού των ξενοδοχείων και της μέσης τιμής διανυκτέρευσης (Pavlov, 2016), του ποσοστού πληρότητας (Pavlov, 2016; Alles, 2014) και των εσόδων (Wickramaratne & Kumari, 2016). Επίσης, η αθλητική ταυτότητα του ξενοδοχείου συμβάλλει στην επίτευξη πιο αποτελεσματικών εταιρικών καναλιών επικοινωνίας και στην καλύτερη λειτουργία διοικητικών υπηρεσιών του ξενοδοχείου (Herstein & Jaffe, 2008). Ωστόσο, όπως αναφέρει ο Papanikos (2015) αναφορικά με την περίπτωση του Μαραθωνίου ως αθλητικής τουριστικής εκδήλωσης στην Αθήνα, οι επιπτώσεις για την ξενοδοχειακή αγορά στην πόλη υποδοχής μπορεί να είναι θετικές, αλλά και συνάμα προσωρινές. Σύμφωνα μάλιστα με τους Prayag, Dookhony-Ramphul & Maryeven (2010), η ξενοδοχειακή ανάπτυξη επηρεάζεται από τον αθλητικό τουρισμό, με τις πολιτιστικές και οικονομικές επιπτώσεις να είναι θετικές ή αρνητικές, αλλά γενικά οι κοινωνικές συνέπειες φαίνεται πως είναι θετικές.



### *Προτάσεις για μελλοντική έρευνα*

Όπως ήδη αναφέρθηκε, είναι ελάχιστες οι έρευνες που αναδεικνύουν την ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού στις ξενοδοχειακές μονάδες στην Ελλάδα. Συνεπώς, είναι σημαντικό να ενισχυθεί η υπάρχουσα γνώση αναφορικά με τη συμβολή του αθλητικού τουρισμού στην ανάπτυξη των ξενοδοχειακών μονάδων, μέσα από διεξαγωγή περισσότερων μελετών και ερευνών στην Ελλάδα πάνω σε αυτό το θέμα.

Όπως έδειξε η ανασκόπηση αναφορικά με την πρώτη ερευνητική ερώτηση, ο αθλητικός τουρισμός μπορεί να συμβάλλει σημαντικά στην τοπική ανάπτυξη, προσφέροντας οφέλη στην οικονομία και κοινωνία, αλλά οι οικονομικές επιπτώσεις για την πόλη υποδοχής ενδέχεται να μην είναι θετικές. Μάλιστα, οι μικρότερες αθλητικές διοργανώσεις δεν συσχετίζονται πάντα με την περιφερειακή οικονομική ανάπτυξη. Προτείνεται λοιπόν περαιτέρω έρευνα αναφορικά με αυτό, αλλά και ένα πλαίσιο αποτελεσματικής στήριξης της εκάστοτε κυβέρνησης, ώστε ο αθλητικός τουρισμός να οδηγήσει σε μια πιο βιώσιμη ανάπτυξη. Οι εκδηλώσεις αθλητικού τουρισμού πρέπει να συνάδουν με τις υποδομές της κοινότητας και με το ανθρώπινο και πολιτιστικό κεφάλαιο, αλλά και να διεξάγονται σε περιοχές με το κατάλληλο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

Σε σχέση με την δεύτερη ερευνητική ερώτηση, αναδείχθηκε πως ο αθλητικός τουρισμός μπορεί να είναι ιδιαίτερα επωφελής για μια ξενοδοχειακή επιχείρηση, μετα οφέλη να αφορούν έσοδα, ποσοστό πληρότητας, αποτελεσματικότερα εταιρικά κανάλια επικοινωνίας, καλύτερη λειτουργία διοικητικών υπηρεσιών του ξενοδοχείου και γενικότερη ανάπτυξη του κλάδου. Συνεπώς, τα ξενοδοχεία θα πρέπει να αξιοποιούν τις δυναμικές του αθλητικού τουρισμού ώστε να λαμβάνουν οφέλη όπως τα παραπάνω. Ωστόσο, πρέπει να μελετούν προσεκτικά τις επιπτώσεις γιατί μπορεί να είναι μεν θετικές, αλλά και συνάμα προσωρινές ή ακόμη και αρνητικές.

Στην Ελλάδα, εξαιρετική περίπτωση ανάπτυξης του αθλητικού τουρισμού αποτελεί το συγκρότημα «Costa Navarino» στη Μεσσηνία. Με δύο εξαιρετικά γήπεδα γκολφ και με πλάνο την κατασκευή άλλων δύο για το 2021 το ξενοδοχείο θα αποτελεί ένα από τα ελάχιστα μέρη όπου θα έχουν τη δυνατότητα να συναντούν υψίστης ποιότητας υποδομές στο γκολφ. Συνάμα, μία από τις τελευταίες επενδύσεις του ξενοδοχείου αφορά στον χώρο της αντισφαίρισης και του ποδοσφαίρου. Η αντισφαίριση αποτελεί ένα άθλημα με πολύ μεγάλη προοπτική στην Ευρώπη και το ξενοδοχείο προσπαθεί να καρπωθεί το μεγάλο, κατά το δυνατόν, μερίδιο του τουρισμού στην περιοχή. Αξιοποιώντας τα ανωτέρω και έχοντας ως κριτήριο τις αμέτρητες ομορφιές και τον πολιτισμό της Ελλάδας, ο αθλητικός τουρισμός δύναται να αποτελέσει μια από τις σημαντικότερες και δυναμικότερες κατηγορίες τουρισμού και ισχυρό παράγοντα ενίσχυσης για την οικονομία. Αυτό θα συμβάλλει στο να γίνει η Ελλάδα τουριστικός προορισμός 365 ημερών, ενώ ακόμη θα προβάλλει δράσεις που στόχο θα έχουν την περιβαλλοντολογική βιωσιμότητα του τόπου και την προώθηση της

τοπικής οικονομίας. Στο πλαίσιο αυτό, είναι σημαντικές οι συνεργασίες, όπως για παράδειγμα του «Costa Navarino» με το μη κερδοσκοπικό Ίδρυμα “Καπετάν Βασίλη και Κάρμεν Κωνσταντακόπουλου”, που έχει στόχο τον μετασχηματισμό της Μεσσηνίας σε περιοχή-πρότυπο βιώσιμης ανάπτυξης. Επίσης, δεν πρέπει να παραληφθεί η αναγκαιότητα για περισσότερες επενδύσεις στον ελληνικό τουρισμό, όπως για παράδειγμα η επένδυση της Blackstone σε ξενοδοχεία, μια συμφωνία για πέντε ξενοδοχεία του ομίλου Louis, αξίας 178 εκατ. ευρώ και επιπροσθέτως προσδοκία για επενδύσεις ανακαινισμού στα ανωτέρω ξενοδοχεία και συνεργασίες/συνδυασμένες δράσεις (Τσαμόπουλος, 2019).

Βέβαια, η παρούσα κατάσταση λόγω covid – 19 δυσχεραίνει την δημιουργία ευκαιριών, καθώς ο σημαντικός περιορισμός της τουριστικής δραστηριότητας παράγει αρνητικές επιπτώσεις όχι μόνο στους εμπλεκόμενους τομείς του τουρισμού αλλά και στη συνολική οικονομία. Αυτό θέτει ως άμεση προτεραιότητα να υπάρξει ένα αποτελεσματικό σχέδιο διαχείρισης κρίσεων που να αφορά στον αθλητικό τουρισμό, στον δημόσιο και στον ιδιωτικό τομέα (Κομένι, 2020):

Χρειάζονται οικονομικά μέτρα και μέτρα στήριξης των εργαζομένων ώστε να δημιουργηθούν πακέτα προϊόντων συμπληρωματικά του κύριου προϊόντος. Για παράδειγμα στην τιμή ενός δωματίου του ξενοδοχείου να υπάρξει παροχή υπηρεσιών, π.χ. αθλητικών δράσεων, χωρίς κάποια επιπλέον χρέωση. Είναι ακόμη αναγκαίο να υπάρξει ένα ελκυστικό πλάνο marketing & επικοινωνίας, λαμβάνοντας υπόψη θέματα υγείας και ασφάλειας των πελατών, ενώ ακόμη, είναι σημαντική η καταγραφή των ταξιδιωτικών τάσεων στον αθλητικό τουρισμό μέσα από έρευνες στη χώρα. Η ενίσχυση του εμπορικού σήματος (brand) του τόπου, μέσα από δράσεις του ΕΟΤ και λοιπών φορέων αποτελεί επίσης σημαντικό παράγοντα.

Αναμφισβήτητα, η εκπαίδευση και η ενημέρωση του προσωπικού στα ξενοδοχεία θα το προετοιμάσει κατάλληλα για να είναι σε πλήρη ετοιμότητα, ως προς την σωστή τήρηση των μέτρων-κανόνων και για να αποφευχθούν λάθη και παραλείψεις στην αντιμετώπιση της πανδημίας και να εξαλειφθεί ο φόβος και ο πανικός. Τέλος, το Υπουργείο Τουρισμού θα πρέπει να δημιουργήσει ένα κατάλληλο τμήμα που να καταγίνεται με την αντιμετώπιση κρίσεων στον τουρισμό γενικά και ειδικότερα στον αθλητικό τουρισμό.

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

### *Ελληνική*

- Ηγουμενάκης, Ν., Κραβαρίτης, Κ. & Λύτρας, Π. (1998). *Εισαγωγή στον Τουρισμό*. Αθήνα: Interbooks.
- Θεοχάρης, Ν. (2012). *Front Office Management. Οργάνωση - Λειτουργία - Διεύθυνση*, Β' έκδοση. Αθήνα: Προπομπός.
- Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων και Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο της Ελλάδος (2017). *Διάρθρωση και Χαρακτηριστικά του Ξενοδοχειακού Κλάδου στην Ελλάδα, 2016*, Αθήνα.
- Σταυροπούλου, Γ., Υφαντίδου, Γ. & Σπυριδοπούλου, Ε. (2010). Καταγραφή Και Διερεύνηση Της Τυπολογίας Των Αθλητικών Τουριστών Στην Ελλάδα. *Περιοδικό Αθλητικού Τουρισμού και Αναψυχής*, 3, 50-66.
- Σωτηριάδης, Μ. (2005). *Οικονομικό Management Ξενοδοχειακών Επιχειρήσεων*. Αθήνα: Προπομπός.
- Σωτηριάδης Μ. (2000). *Μάνατζμεντ Ξενοδοχείων και Επιχειρήσεων Εστίασης και Αναψυχής*, ΕΑΠ, Πάτρα.

### *Ξενόγλωσση*

- Agha, N., & Rascher, D. (2013). When can economic impact be positive? Nine conditions that explain why smaller sports can have bigger impacts, *MPRA Paper No. 48016*.
- Alles, M.T.F. (2014). Sports Events Tourist Impact: A Case Study. *Cuadernos de Turismo*, 33, 365-367.
- Balaguer, J., & Cantavella-Jorda, M. (2002). Tourism as a long-run economic growth factor: The Spanish case. *Applied Economics*, 34, 877–884.
- Bartoluci, & Škorić. (2009). *Menadžment u sportu. (Management in sport)*. Zagreb: Faculty of Kinesiology, University of Zagreb.
- Bull, C., & Weed, M. (1999). Niche markets and small island tourism: The development of sports tourism in Malta. *Managing Leisure*, 4, 142–155.
- Carnwell, R., & Daly, W. (2001). Strategies for the construction of a critical review of the literature. *Nurse Education in Practice*, 1, 57–63.
- Colling, J. (2003). Demystifying the clinical nursing research process: the literature review. *Urologic Nursing*, 23(4), 297–9.
- Copper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D. and Stephen, W. (2008). *Tourism: Principles and Practice*, Pearson Education Ltd, England.

- Coughlan, M., Cronin, P., & Ryan, F. (2007). Step-by-step guide to critiquing research. Part 1: quantitative research. *British Journal of Nursing*, 16(11), 658–63.
- Cronin, P., Ryan, F., & Coughlan, M. (2008). Undertaking a literature review: a step-by-step approach. *British Journal of Nursing*, 17(1), 38-43.
- Daniels, M., & Norman, W. (2003). Estimating the Economic Impacts of Seven Regular Sport Tourism Events, *Journal of Sport Tourism*, 8(4), 214–222.
- Drakakis, P., & Papadaskalopoulos, A. (2014). Economic contribution of active sport tourism: The case of four sport activities in Messinia, Greece. *Journal of Sport & Tourism*, 19(3-4), 199-231.
- Dritsakis, N. (2004). Tourism as a long-run economic growth factor: an empirical investigation for Greece using causality analysis. *Tourism Economics*, 10(3), 305– 311.
- Ely, C., & Scott, I. (2007). *Essential Study Skills for Nursing*. Edinburgh: Elsevier.
- Figini, P., & Vici, L. (2009). *Tourism and growth in a cross-section of countries*. RCEA Working Papers: The Rimini Centre for Economic Analysis.
- Galkin, V.V. (2006). *Экономика спорта и спортивный бизнес [Economy of sports and sports business]*. М.: КНОРУС.
- Gammon, S. & Robinson, T. (1997). Sport and tourism: a conceptual framework. *Journal of Sport Tourism*, 4, 3, 8-24.
- Gibson, H. (1998). Active sport tourism: who participates?. *Leisure Studies*, 17, 155-170.
- Gibson, H. J. (1998b). Sport tourism: A critical analysis of research. *Sport Management Review*, 1, 45–76.
- Gratton, C., & Taylor, P. (2000). *The economics of sport and recreation*. New York: E & FN Spon.
- Gratton, C., Dobson, N., & Shibli, S. (2000). The economic importance of major sports events: a case-study of six events, *Managing Leisure*, 5(1), 17-28.
- Hall, C.M. (1992a). Adventure, sport and health tourism. In *Special Interest Tourism*, Weiler B, Hall CM Belhaven Press: London, 141-158.
- Hart, C. (1998). *Doing a literature review: Releasing the social science research imagination*. London: Sage.
- Havelka, N., & Lazarević, Lj. (2011). *Psihologija menadžmenta u sportu (Psychology of management in sport)*. Belgrade: High Sports and Medical School.
- Herstein, R., & Jaffe, E. (2008). Sport hospitality as a business strategy. *Journal of Business Strategy*, 29, 36-43.
- Higham, J. (1999). Commentary – sport as an avenue of tourism development. An analysis of the positive and negative impacts of the sport tourism. *Current Issues in Tourism*, 2(1), 82-90.

- Hinch, T.D. & Higham, J.E.S. (2001). Sport Tourism: a Framework for Research. *International Journal of Tourism Research*, 3, 45-48.
- Hritz, N. & Ross, C. (2010). The Perceived Impacts of Sport Tourism: An Urban HostCommunity Perspective. *Journal of Sport Management*, 24(2), 119-138.
- Jago, L., Chalip, L., Brown, G., Mules, T., & Ali, S. (2003). Building events into destination branding: Insights from experts. *Event Management*, 8, 3–14.
- Janeczko, B, Mules, T., & Ritchie, B. (2002). *Estimating the Economic Impacts of Festivals and Events: A Research Guide*, CRC for Sustainable Tourism Pty Ltd.
- Krutzman, J. (2000). *The PAARC Continuum: Sports Tourism Potentials Identified*, Occasional papers, Sports Tourism International Council.
- Lamla, M.J., Straub, M., Girsberger, S., & Esther M. (2012). On the economic impact of international sport events: Microevidence from survey data at the EURO 2008, *KOF Working Papers*, KOF Swiss Economic Institute, ETH Zurich, No. 317.
- LeCompte, M. D., Klinger, J. K., Campbell S. A., & Menke, D. W. (2003). Editor's introduction. *Review of Educational Research*, 73(2), 123-124.
- Lee, C-K., & Taylor, T. (2005). Critical reflections on the economic impact assessment of a mega-event: the case of 2002 FIFA World Cup, *Tourism Management*, 26, 595–603.
- Manzenreiter, W., & Horne, J. (2005). Public policy, sports investments and regional development initiatives in contemporary Japan, in J. Nauright, & K. Schimmel (eds) *The Political Economy of Sport*. London: Palgrave, 152–182.
- Marijanović, R. (2012). *Menadžment školskog sporta (Management of school sport)*. Belgrade: Alfa University, Faculty for Management in Sport
- Mazanec, J.A., & Ring, A. (2011). Tourism destination competitiveness: second thoughts on the World Economic Forum reports. *Tourism Economics*, 17(4), 725–751.
- McCoy, C.M. (1991). *The Role of Sport at Butlins*. Unpublished MSc thesis, Loughborough University.
- Melisidou, S. and Theocharis N. (2007). *Service Quality, Customer Satisfaction and Customer Retention in the hospitality industry: Keys to achieve tourism growth*. 2nd International Scientific Conference.
- Milanović, D., Jukić, I., Ćustonja, Z., & Šimek, S. (2006). *Kvaliteta rada u sportu (The quality of work in sport)*. Zagreb: Summer School of Kinesiology of the Republic of Croatia, (15), 35–47.
- Mules, T. & Dwyer, L. (2005). Public Sector Support for Sport Tourism Events: The Role of Cost-benefit Analysis. *Sport in Society*, 8, 2, 338–355.
- Nogawa, H., Yamaguchi, Y. & Hagi, Y. (1996). An empirical research study on Japanese sport tourism

- in sport-for-all events: case studies of a single-night event and a multiple-night event. *Journal of Travel Research*, 35(2), 46-54.
- Parahoo, K. (2006). *Nursing Research – principles, process and issues*. 2nd edn. Palgrave, Houndsmill.
- Peric, M. (2010). Sports Tourism and System of Experiences. *Tourism and Hospitality Management*, 16(2), 197-206.
- Pitts, B. G., Fielding, L. W., & Miller, L. K. (1994). Industry segmentation theory and the sport industry: Developing a sport industry segment model. *Sport Marketing Quarterly*, 3 (1), 15-24.
- Pitts, B.G. (1988). *Sport product markets*. Unpublished manuscript, University of Louisville.
- Pitts, B.G., Fielding, L.W., & Miller, L.K. (1994). Industry segmentation theory and the sport industry: Developing a sport industry segment model. *Sport Marketing Quarterly*, 3(1), 15-24.
- Polit, D., & Beck, C. (2006). *Essentials of Nursing Research: Methods, Appraisal and Utilization*. 6th edn. Lippincott Williams and Wilkins, Philadelphia.
- Prayag, G., Dookhony-Ramphul, K., & Maryeven, M. (2010). Hotel development and tourism impacts in Mauritius: Hoteliers' perspectives on sustainable tourism, *Development Southern Africa*, 27(5), 697-712.
- Read, R. (2004). The implications of increasing globalization and regionalism for the economic growth of Small Island States. *World Development*, 32, 365–378.
- Reeves, M.R. (2000). *Evidencing the Sport-Tourism Interrelationship*. Loughborough University: Unpublished PhD Thesis.
- Rowley, J., & Slack, F. (2004). Conducting a Literature Review. *Management Research News*, 27(6), 31-39.
- Ruskin, H. (1987). Selected views on socio-economic aspects of outdoor recreation, outdoor education and sport tourism. In *Proceedings of the International Seminar and Workshop on Outdoor Education, Recreation and Sport Tourism*. Garmise M (ed.). Emmanuel Gill Publishing: Natanya, Israel.
- Savić, Z., Randjelović, N., Stojanović, N., Veroljub, S. & Šiljak, V. (2018). The Sports Industry and Achieving Top Sports Results. *Facta Universitatis, Series: Physical Education and Sport*. 15. 513. 10.22190/FUPES1703513S.
- Siegfried, J., & Zimbalist, A. (2000). The Economics of Sports Facilities and Their Communities. *The Journal of Economic Perspectives*, 14(3), 95-114.
- Solncev, I.V. (2012). Роль индустрии спорта в развитии современной экономики, [Economic and Social Changes: Facts, Trends, Forecast]. *Экономические и социальные перемены: факты*,

тенденции, прогноз, 6 (24), 155-167.

- Standeven, J. & De Knop, P. (1999). *Sport Tourism*. Human Kinetics: Champaign, IL.
- Taks, M. (2013). Social sustainability of non-mega sport events in a global world, *European Journal for Sport and Society*, 10(2), 121-141.
- Tureac, C. & Turtureanu, A. (2008). Types and Forms of Tourism. *Acta Universitatis Danubius. Economica*, 4(1), 92-103.
- Weed, M.E. & Bull, C.J. (1997b). Influences on sport tourism relations in Britain: the effects of government policy. *Tourism Recreation Research*, 22(2), 5- 12.
- Weed, M.E. & Bull, C.J. (2004). *Sports Tourism: Participants, Policy and Providers*. Oxford: Elsevier.
- Whitson, D., & Horne, J. (2006). Underestimated costs and overestimated benefits? Comparing the outcomes of sports mega-events in Canada and Japan. *The Editorial Board of the Sociological Review*. Blackwell Publishing Ltd, 73-91.
- Wilson, R. (2006). The economic impact of local sport events: significant, limited or otherwise? A case study of four swimming events, *Managing Leisure*, 11, 57–70.
- Younger, P. (2004). Using the internet to conduct a literature search. *Nursing Standard*, 19(6), 45–51.
- Ziakas, V., & Boukas, N. (2012). A neglected legacy: Examining the challenges and potential for sport tourism development in post-Olympic Athens. *International Journal of Event and Festival Management*, 3(3), 292-316.

### **Διαδίκτυο**

- <sup>1</sup><http://news.gtp.gr/2017/06/28/registration-open-navarino-challenge-sports-tourism-greece/>
- <sup>2</sup><http://news.gtp.gr/2017/09/27/aqua-vista-hotels-supports-sports-tourism-cyclades/>
- Aqua Vista Hotels Supports Sports Tourism in the Cyclades (2017). <http://news.gtp.gr/2017/09/27/aqua-vista-hotels-supports-sports-tourism-cyclades/>.
- Κομάνι, Δ-Ρ. (2020). Σκέψεις για τον τουρισμό μέσα στην κρίση του COVID-19. <https://traveldailynews.gr/columns/article/3568>.
- Medium (2020). Global Sports Tourism Market : Increasing number of sporting events across the world is propelling growth of the global market. <https://medium.com/@siyaprophecy/global-sports-tourism-market-increasing-number-of-sporting-events-across-the-world-is-propelling-533555a9db9>.
- Koumelis, T. (2018). Sports tourism brings new opportunities to the hotel industry. Travel Daily News. <https://www.traveldailynews.com/post/sports-tourism-brings-new-opportunities-to-the-hotel->

[industry.](#)

Pavlov, A. (2016). The development of hotel industry due to mega sport event. The case of Euro 2012 in Poland. MPRA Paper No. 74680. [https://mpr.ub.uni-muenchen.de/74680/1/MPRA\\_paper\\_74680.pdf](https://mpr.ub.uni-muenchen.de/74680/1/MPRA_paper_74680.pdf).

Registration Open for 5th 'Navarino Challenge' Sports Tourism Fest in Greece (2017). <http://news.gtp.gr/2017/06/28/registration-open-navarino-challenge-sports-tourism-greece/>.

Spilanis, I., & Vayanni, H. (2003). Sustainable Tourism: Utopia or Necessity? The Role of New Forms of Tourism in the Aegean Islands. Journal of Sustainable Tourism, [http://www1.aegean.gr/lid/internet/elliniki\\_ekdosi/TEL\\_DIMOSI/JOST%20407%20p\\_roofs.pdf](http://www1.aegean.gr/lid/internet/elliniki_ekdosi/TEL_DIMOSI/JOST%20407%20p_roofs.pdf).

Statista (2020). Loss of revenue in the sports industry due to the coronavirus (COVID-19) pandemic as of May 2020 (in billion U.S. dollars). <https://www.statista.com/statistics/1114808/coronavirus-sports-revenue-loss/>.

Statista (2020). Potential loss of revenue in the NBA due to the coronavirus (COVID-19) pandemic as of March 2020 (in million U.S. dollars). <https://www.statista.com/statistics/1104004/coronavirus-revenue-loss-nba/>.

Statista (2020). Based on what you know about the coronavirus, are you currently more or less likely to go to the gym?. <https://www.statista.com/statistics/1104534/going-to-gym-covid/>.

Statista (2020). Change in exercise habits during the coronavirus (COVID-19) pandemic in the United States as of April 2020. <https://www.statista.com/statistics/1110985/covid-exercise-habits/>.

Statista (2020). Market size of the global hotel industry from 2014 to 2018 (in billion U.S. dollars). <https://www.statista.com/statistics/247264/total-revenue-of-the-global-hotel-industry/>.

Statista (2020). Hotels worldwide. <https://www.statista.com/outlook/267/100/hotels/worldwide#market-onlineRevenueShare>.

Sports Exelixis (2020). Αθλητικός Τουρισμός. <https://www.sportsexelixis.gr/ypiresies/athlitikos-tourismos/>.

Τα Νέα (2020). Ισχυρές αναταράξεις στον ξενοδοχειακό κλάδο: Κινδυνεύουν 45.142 θέσεις εργασίας. <https://www.tanea.gr/2020/04/14/economy/economy-greece/isxyres-anatarakseis-ston-ksenodoxeiako-klado-kindyneyou-45-142-theseis-ergasias/>.

Technavio (2020). Sports Tourism Market by Product, Type, Category, and Geography - Forecast and Analysis 2020-2024. <https://apnews.com/press-release/pr->



- [businesswire/433fa86b787040fa923e26d3e51571bb](https://businesswire/433fa86b787040fa923e26d3e51571bb).
- Tourism Teacher (2019). Sports tourism explained: What, why and where. <https://tourismteacher.com/sports-tourism/>.
- Tour-market (2020). ΙΤΕΠ: Οι εξελίξεις στον ξενοδοχειακό κλάδο το 2019. <https://www.tour-market.gr/itep-i-exelixis-ston-xenodochiako-klado-to-2019/>.
- Τσαμόπουλος, Μ. (2019). Ο αθλητικός τουρισμός ταιριάζει στην Ελλάδα. <https://www.newmoney.gr/roh/palmos-oikonomias/business-stories/o-athlitikos-tourismos-teriazhi-stin-ellada/>.
- Τσόλης, Α. (2019). Πώς ο Αθλητικός Τουρισμός ενισχύει τις τοπικές κοινότητες. <https://www.insider.gr/epiheiriseis/toyrismos/109088/o-athlitikos-toyrismos-stin-ellada-pos-o-athlitikos-toyrismos>
- Τσόλης, Α. (2017). Ο αθλητικός τουρισμός μπορεί και πρέπει να παίζει σημαντικό ρόλο. <https://www.insider.gr/apopseis/arthrografia/60212/o-athlitikos-toyrismos-mporei-kai-prepei-na-paixei-simantiko-rolo>.
- Υπουργείο Περιβάλλοντος και Ενέργειας (2013). Άρθρο 06: Ειδικες – Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού. <http://www.opengov.gr/minenv/?p=5145>.
- Υπουργική Απόφαση αρ. 216: Καθορισμός τεχνικών και λειτουργικών προδιαγραφών και βαθμολογούμενων κριτηρίων για τα ξενοδοχεία και κατάταξη αυτών σε κατηγορίες αστέρων (ΦΕΚ 10/2016). <https://www.grhotels.gr/wp-content/uploads/2019/07/%CE%A6%CE%95%CE%9A.10-2015.pdf>.
- UNWTO (2020). Sports Tourism. <https://www.unwto.org/sport-tourism>
- UNWTO (2020). Glossary of tourism terms. <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>.
- Weed, M.E. (2006). Sports Tourism and the Development of Sports Events. <https://www.idrottsforum.org/articles/weed/weed061213.pdf>.
- World Sport Tourism Show (2020). Sports Tourism. <https://www.wst-show.com/en/sport-tourism>.
- World Travel Awards (2019). World's Leading Sports Tourism Destination 2019. <https://www.worldtravelawards.com/award-worlds-leading-sports-tourism-destination-2019>.