

ΑΘΛΗΤΙΚΟ-ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΤΗΣ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ

Κουτσούκου Βασιλική

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

Σπάρτη

2014

Εγκεκριμένο από το Καθηγητικό σώμα Τ.Ο.Δ.Α.:

1ος Επιβλέπων: Αλεξόπουλος Παναγιώτης, Επίκουρος Καθηγητής

2ος Επιβλέπων: Μάριος Παπαλουκάς Επίκουρος Καθηγητής

3ος Επιβλέπων Κυπραίος Γεώργιος Επίκουρος Καθηγητής

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Κουτσούκου Βασιλική: Αθλητικο-τουριστικές εκδηλώσεις στην Περιφέρεια Πελοποννήσου

(Με την επίβλεψη του κ. Παναγιώτη Αλεξόπουλου, Επικ. Καθηγητή)

Η διοργάνωση αθλητικο-τουριστικών εκδηλώσεων γνωρίζει σημαντική ανάπτυξη σε παγκόσμια κλίμακα και αποτελεί ένα μοχλό προώθησης του τοπικού τουριστικού προϊόντος. Στην Ελλάδα, παρά τις ευνοϊκές γεωπολιτικές και κλιματικές συνθήκες, ο αθλητικός τουρισμός δεν έχει προβληθεί επαρκώς, αν και τα οικονομικά οφέλη που προκύπτουν από αυτόν είναι αδιαμφισβήτητα σε περιφερειακό επίπεδο. Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι η διερεύνηση των αναπτυξιακών δυνατοτήτων και των προβλημάτων που σχετίζονται με την προώθηση του αθλητικού τουρισμού μέσω διοργάνωσης αθλητικών εκδηλώσεων στην Περιφέρεια της Πελοποννήσου, εξετάζοντας τις απόψεις των εμπλεκόμενων φορέων της περιοχής. Σύμφωνα με τα ευρήματα της ποιοτικής έρευνας που υλοποιήθηκε, εντοπίζονται σαφείς ανεκμετάλλευτες δυνατότητες ανάπτυξης του αθλητικού τουρισμού στην περιοχή, παρά το γεγονός ότι η συνδρομή της Πολιτείας και άλλων φορέων κρίνεται ανεπαρκής. Η αποτελεσματική προώθηση του τοπικού τουριστικού προϊόντος μπορεί να επιτευχθεί μέσω συντονισμένων ενεργειών στο πλαίσιο μίας ολοκληρωμένης τουριστικής στρατηγικής, η οποία θα συνδυάζει πρωτοβουλίες ανάπτυξης διάφορων μορφών εναλλακτικού τουρισμού και παράλληλα θα προωθεί την επίλυση κρίσιμης σημασίας προβλημάτων που σχετίζονται με τις αθλητικές υποδομές και τις τουριστικές εγκαταστάσεις.

Λέξεις κλειδιά: αθλητικός τουρισμός, αθλητικές εκδηλώσεις, εναλλακτικός τουρισμός, περιφερειακή ανάπτυξη

ABSTRACT

Koutsoukou Vasiliki: Sport – tourism events in the Region of Peloponnese

(Under the supervision of Mr. Panagiotis Alexopoulos, Assistant Professor)

Sports-touristic events organization is experiencing significant growth worldwide and is used as a lever to promote the local touristic product. In Greece, despite the favorable geopolitical and climatic conditions, sports tourism has not promoted adequately, although the economic benefits arising are undisputable at a regional level. Aim of this thesis is to investigate the development potential and problems related to the promotion of sports tourism via sports events' organization in the Peloponnese, by examining the views of various stakeholders in the region. According to the findings of the qualitative research applied, clear untapped potential for development of sports tourism are identified in the region, despite the fact that the assistance of the state and other entities are insufficient. The effective promotion of the local touristic product can be achieved through coordinated actions within an integrated tourism strategy, which combines initiatives for the development of various alternative touristic forms, while promoting the settlement of critical problems associated with sports and tourism facilities.

Keywords: *sports tourism, sports events, alternative tourism, regional development*

Περιεχόμενα

ΑΘΛΗΤΙΚΟ-ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ ...	5
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1	7
ΕΠΙΣΚΟΠΗΣΗ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑΣ.....	7
1.1 ΑΘΛΗΤΙΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ	7
1.2 ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΑΘΛΗΤΙΚΩΝ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ	10
1.3 ΑΘΛΗΤΙΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	13
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2.....	17
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΚΑΙ ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	17
2.1 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	17
2.1.1 Εξέλιξη τουριστικής πολιτικής.....	17
2.1.2 Σύγχρονη τουριστική πολιτική.....	19
2.2 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	21
2.3 ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	23
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3.....	27
ΑΘΛΗΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΚΑΙ ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΕ.....	27
3.1 ΑΘΛΗΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΣΤΗΝ ΕΕ	27
3.1.1 Η Λευκή Βίβλος για τον Αθλητισμό (2007)	27
3.1.2 Η αθλητική πολιτική στη Συνθήκη της Λισαβόνας (2009).....	27
3.1.3 Ανακοίνωση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για τον Αθλητισμό (2011).....	28
3.1.4 Σχέδιο έργου του Ευρωπαϊκού Συμβουλίου για τον Αθλητισμό (2011)	29
3.2 ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΑΘΛΗΤΙΚΩΝ ΔΡΑΣΕΩΝ ΣΤΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΤΗΣ ΕΕ	29
3.3 ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΤΗΣ ΕΕ	31
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4.....	35
ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ	35
4.1 ΠΟΙΟΤΙΚΗ VS ΠΟΣΟΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ	35
4.2 ΜΕΘΟΔΟΣ ΑΝΑΛΥΣΗΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ	36
4.3 ΔΕΙΓΜΑ ΚΑΙ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΕΡΓΑΛΕΙΟ	36
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5.....	39
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΠΟΙΟΤΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	39
ΣΥΖΗΤΗΣΗ – ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	49
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	53

ΑΘΛΗΤΙΚΟ-ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ

Τις τελευταίες δεκαετίες παρατηρείται παγκοσμίως ιδιαίτερη ανάπτυξη στη βιομηχανία των αθλητικών εκδηλώσεων, με σαφείς επιδράσεις στον τουριστικό κλάδο, καθώς πλέον ο αθλητικός τουρισμός θεωρείται ως μία εναλλακτική τουριστική μορφή. Παράλληλα, η ενεργός αθλητική τουριστική αγορά, η οποία αφορά τη συμμετοχή των επισκεπτών μίας περιοχής σε αθλητικές εκδηλώσεις, γνωρίζει μεγάλη άνθηση, επιφέροντας ιδιαίτερα θετικές επιπτώσεις στην περιφερειακή ανάπτυξη. Μάλιστα, έχει αποδειχθεί πως η διοργάνωση αθλητικών εκδηλώσεων ανταγωνιστικών και μη αθλημάτων υποστηρίζει την προβολή περιοχών χαμηλής τουριστικής ελκυστικότητας, με αποτέλεσμα να χρησιμοποιείται σήμερα ως μοχλός διαφοροποίησης του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος.

Ως απόρροια και των σύγχρονων τάσεων ευαισθητοποίησης σε ζητήματα που αφορούν την υγεία και των εξελίξεων στην τουριστική αγορά εναλλακτικών μορφών τουρισμού, η οργάνωση αθλητικο-τουριστικών εκδηλώσεων συμβάλλει στην προβολή των αστικών κέντρων και περιφερειακών περιοχών που είναι ενεργές στο εν λόγω πεδίο. Έτσι, η συστηματοποιημένη οργάνωσή τους μπορεί να οδηγήσει στη διαμόρφωση ενός τουριστικού προορισμού με ισχυρό εμπορικό σήμα στις αντιλήψεις των υφιστάμενων ή εν δυνάμει επισκεπτών, αποτελώντας έναν καταλύτη της ενίσχυσης της τοπικής τουριστικής αγοράς και συμβάλλοντας παράλληλα θετικά στη βελτίωση των αθλητικών εγκαταστάσεων και τουριστικών υποδομών. Εκτός αυτού, οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού, όπως είναι ο αθλητικός, θεωρούνται σήμερα αναπόσπαστο μέρος της αειφόρου και περιφερειακής ανάπτυξης, σε αντίθεση με το μαζικό τουρισμό.

Στην Ελλάδα, την τελευταία δεκαετία παρατηρείται μία προσπάθεια προώθησης των εναλλακτικών μορφών τουρισμού, καθώς η χώρα θεωρείται ιδανικός προορισμός και χαρακτηρίζεται από ευνοϊκές κλιματικές και γεωπολιτικές συνθήκες. Ιδιαίτερα στο πεδίο του αθλητικού τουρισμού και μετά την επιτυχία των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004, διάφορες πρωτοβουλίες αναλαμβάνονται πλέον με στόχο την προώθηση του αθλητικού τουριστικού προϊόντος, κυρίως μέσω της διοργάνωσης αντίστοιχων εκδηλώσεων τουριστικού ενδιαφέροντος. Ωστόσο, η έλλειψη αθλητικών υποδομών ή η ανεπαρκής συντήρηση των υπαρχόντων, το έλλειμμα συνεργασίας μεταξύ των

εμπλεκόμενων φορέων και η μείωση των διαθέσιμων χρηματοδοτικών πόρων εκ μέρους της Πολιτείας παρεμποδίζουν την περαιτέρω ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού. Στον αντίποδα των προβλημάτων αυτών, ένας αριθμός φορέων και οργανισμών που συμμετέχουν στην αθλητικο-τουριστική αγορά φαίνεται να είναι ιδιαίτερα ενεργοί, αναλαμβάνοντας δράσεις και πρωτοβουλίες με σημαντικές δυνατότητες για την ανάπτυξη της περιφέρειας.

Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι η διερεύνηση των ζητημάτων που σχετίζονται με την προώθηση του αθλητικού τουρισμού μέσω της διοργάνωσης αθλητικο-τουριστικών εκδηλώσεων στην Περιφέρεια Πελοποννήσου, εξετάζοντας τις απόψεις στελεχών που εργάζονται σε εμπλεκόμενους φορείς της περιοχής. Η σημαντικότητα της έρευνας βασίζεται στο γεγονός ότι η διοργάνωση αθλητικών εκδηλώσεων ομαδικών ανταγωνιστικών αθλημάτων ενεργής ή μη συμμετοχής μπορεί να αποτελέσει καταλυτικό παράγοντα της τουριστικής περιφερειακής ανάπτυξης, ιδιαίτερα σε περιοχές όπως η Περιφέρεια Πελοποννήσου όπου εντοπίζονται ανεκμετάλλευτες τουριστικές αναπτυξιακές δυνατότητες. Επιπλέον, δεδομένου ότι ο αθλητικός τουρισμός αποτελεί ένα σχετικά νέο τουριστικό πεδίο στην Ελλάδα, υπάρχει ανάγκη διερεύνησης των μεταβλητών και των παραγόντων που το συνθέτουν.

Οι ερευνητικές υποθέσεις διαμορφώνονται ως εξής:

- Ποιος είναι ο ρόλος των εμπλεκόμενων φορέων στην οργάνωση των εν λόγω εκδηλώσεων σε περιφερειακό επίπεδο;
- Ποια είναι τα οφέλη και οι επιπτώσεις των αθλητικο-τουριστικών εκδηλώσεων στην ανάπτυξη του τουρισμού στην περιφέρεια;
- Ποια είναι τα σημαντικότερα εμπόδια και προβλήματα που εντοπίζονται για την περαιτέρω ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού στην περιφέρεια;
- Ποιες είναι οι δράσεις και ενέργειες που πρέπει να αναληφθούν για την αντιμετώπιση των παραπάνω εμποδίων και την ενίσχυση της προβολής της περιφέρειας Πελοποννήσου ως αθλητικο-τουριστικός προορισμός;

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΕΠΙΣΚΟΠΗΣΗ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑΣ

1.1 ΑΘΛΗΤΙΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ

Η βιομηχανία των εκδηλώσεων ('event industry') αποτελεί έναν από τους μεγαλύτερους εργοδότες παγκοσμίως, συμβάλλοντας με κρίσιμο τρόπο στην οικονομική ανάπτυξη (Theocharis, 2008). Οι εκδηλώσεις αναφέρονται σε γεγονότα, κατά τη διάρκεια των οποίων τα άτομα συμμετέχουν σε μία κοινή εμπειρία, όπου ένα κοινό μήνυμα επικοινωνείται, αν και ο σκοπός των εκδηλώσεων διαφοροποιείται σημαντικά, ανάλογα με τους συμμετέχοντες, τους οργανωτές, το μέρος και άλλες επιδρούμενες μεταβλητές (Eckerstein, 2002).

Σύμφωνα με τον Beeridge (2007), οι εκδηλώσεις συμβαίνουν σε «μοναδικές χρονικές στιγμές» και «εκτός της καθημερινότητας», με σκοπό τη συνάθροιση ατόμων, η οποία παράγει μετρήσιμα αποτελέσματα. Βέβαια, σε κάθε περίπτωση, η διοργάνωση εκδηλώσεων απαιτεί προσεκτικό σχεδιασμό και συγκεκριμένη στρατηγική, συμπεριλαμβανομένων της διαχείρισης των δραστηριοτήτων, της οργάνωσης της χρηματοδότησης, της διαχείρισης του προσωπικού και των εθελοντών, το σχεδιασμό του μάρκετινγκ και των δημοσίων σχέσεων, την οργάνωση της ασφάλειας και άλλων σχετικών δραστηριοτήτων (Tassiopoulos, 2005).

Δεδομένου ότι οι κάθε είδους εκδηλώσεις αποτελούν δραστηριότητες ελεύθερου χρόνου που επιδρούν θετικά στην ποιότητα ζωής των ανθρώπων, ο αριθμός, το εύρος και η ποικιλία των σχετικών δραστηριοτήτων έχει αυξηθεί σημαντικά τα τελευταία χρόνια, παρέχοντας καίρια οικονομικά οφέλη για τους υπεύθυνους οργανισμούς διοργάνωσής τους, η οποία βέβαια απαιτεί προσεκτικό σχεδιασμό (Deery, Jago, & Fredline, 2004). Παράλληλα, καθώς η πολυπλοκότητα του εν λόγω σχεδιασμού εντατικοποιείται, παρατηρείται ολοένα και μεγαλύτερη ανάγκη ανάπτυξης επαγγελματιών που είναι σε θέση να διαχειριστούν αποτελεσματικά και με το βέλτιστο τρόπο τις εκδηλώσεις ελεύθερου χρόνου, στις οποίες συμπεριλαμβανομένων των αθλητικών τουρνουά ατομικών και ομαδικών αθλημάτων (Arcodia & Reid, 2005).

Υπό αυτό το πρίσμα, οι αθλητικές εκδηλώσεις αποτελούν ένα βασικό τομέα της βιομηχανίας εκδηλώσεων. Αν και ο αθλητισμός μπορεί να σημαίνει διαφορετικά πράγματα σε διαφορετικούς ανθρώπους (Smith & Stewart, 1999), μπορεί να θεωρηθεί ως μία δραστηριότητα διασκέδασης και ψυχαγωγίας και παράλληλα ως μία βιομηχανία, η επιτυχία της οποίας μπορεί να μετρηθεί μέσω της πελατειακής ικανοποίησης και των οικονομικών της επιπτώσεων. Σύμφωνα με το Shank (2009), οι αθλητικές εκδηλώσεις σήμερα αποτελούν ένα από τα σημαντικότερα και πιο καθολικά ζητήματα που απασχολούν τις σύγχρονες κοινωνίες, συμπεριλαμβάνοντας όλες τις μορφές σωματικής δραστηριότητας, οι οποίες διαχειρίζονται είτε περιστασιακά είτε οργανωμένα, αποσκοπώντας στη βελτίωση της φυσικής κατάστασης των συμμετεχόντων και στη δημιουργία κοινωνικών σχέσεων.

Παράλληλα, οι Gratton & Taylor (2000) επισημαίνουν πως η διοργάνωση αθλητικών εκδηλώσεων, εκτός των επιπτώσεων που έχουν στους συμμετέχοντες, μπορούν να έχουν και σημαντικές επιδράσεις στους οργανισμούς που τις διοργανώνουν αλλά και στις τοπικές κοινωνίες. Από κοινωνική, μάλιστα, σκοπιά, οι αθλητικές εκδηλώσεις διαδραματίζουν κεντρικό ρόλο στη διαμόρφωση του πολιτισμού και της κοινωνίας (Gouws, 1997).

Επιπλέον, ο Shank (2009) θεωρεί τον αθλητισμό ως μία μορφή ψυχαγωγίας, δηλαδή ως μία πηγή ευεξίας και σωματικής δραστηριότητας που πραγματοποιείται με σκοπό την ευχαρίστηση. Η προσέγγιση αυτή είναι αυτή που εντάσσει ουσιαστικά τις αθλητικές εκδηλώσεις στη βιομηχανία των εκδηλώσεων, υποδηλώνοντας πως η οργάνωσή τους παράγει ένα αποτέλεσμα για τον οργανισμό που τις διοργανώνει και καθοδηγείται/διαχειρίζεται από μία ομάδα επαγγελματιών, οι οποίοι θα πρέπει να χαρακτηρίζονται από συγκεκριμένες επαγγελματικές δεξιότητες και ικανότητες, διαθέτοντας παράλληλα τους απαραίτητους οργανωσιακούς πόρους.

Έτσι, ο Tassiopoulos (2000) υποστηρίζει πως οι αθλητικές εκδηλώσεις αποτελούν προγραμματισμένες προσωρινές καταστάσεις, οι οποίες πραγματοποιούνται κατά τη διάρκεια μίας συγκεκριμένης χρονικής περιόδου με ορισμένες ημερομηνίες. Στο ίδιο πλαίσιο, ο Berridge (2007) αναφέρει πως αυτού του τύπου οι εκδηλώσεις θεωρούνται ως ειδικές και μοναδικές, παρέχοντας στους συμμετέχοντες ευκαιρίες αναψυχής και κοινωνικές και πολιτισμικές εμπειρίες. Εν ολίγοις, μία αθλητική εκδήλωση είναι ένα

γεγονός που παρουσιάζεται ως μία μορφή ψυχαγωγίας και έχει συγκεκριμένους συμμετέχοντες, διοργανωτές, κοινό και χρονική διάρκεια (Pope & Turco, 2001).

Η διοργάνωση αθλητικών εκδηλώσεων εντοπίζεται ως οικονομική και κοινωνική δραστηριότητα σε ολόκληρο το φάσμα της ανθρώπινης ιστορίας, ενώ μερικές από αυτές, όπως είναι οι Ολυμπιακοί Αγώνες, διοργανώνονται μέχρι και σήμερα με τεράστια επιτυχία και σχεδόν καθολική συμμετοχή. Όπως αναφέρουν οι Coakley & Pike (2009), δεν είναι τυχαίο το γεγονός πως πρωτοφανούς ανάπτυξης της αθλητικής βιομηχανίας, η οποία το 1999 συνείσφερε περίπου \$213 στην παγκόσμια οικονομία και μία δεκαετία αργότερα περίπου \$1,5 τρις. Αθλητικά γεγονότα εξαιρετικής σημασίας και δημοφιλίας, όπως είναι το τουρνουά τένις στο Γουίμπλετον ή ο τελικός ράγκμπι Super Bowl στις ΗΠΑ, εκδηλώσεις που είναι γνωστές σήμερα με τον όρο 'mega sports events', προσελκύουν το ενδιαφέρον εκατομμυρίων ανθρώπων, έχοντας τεράστιες επιπτώσεις σε οικονομικό και κοινωνικό επίπεδο (Masternman, 2004).

Επιπλέον, οι Parks et al (2011) επισημαίνουν πως οι αθλητικές εκδηλώσεις θα πρέπει να εξετάζονται βάσει διάφορων χαρακτηριστικών, όπως είναι ο τύπος του αθλήματος (π.χ. παραδοσιακά ή extreme αθλήματα), το πλαίσιο οργάνωσης (π.χ. πανεπιστημιακά πρωταθλήματα ή τουριστικές αθλητικές εκδηλώσεις) και τα μοντέλα διαχείρισης, τα οποία σχετίζονται με τον τύπο του παρεχόμενου αθλητικού προϊόντος/υπηρεσίας και τον οικονομικό αντίκτυπο. Σε κάθε περίπτωση, η σημαντικότητα των αθλητικών εκδηλώσεων για τις σύγχρονες οικονομίες και κοινωνίες έγκειται στις κρίσιμες επιδράσεις της διοργάνωσής τους, με χαρακτηριστικά παραδείγματα το αυξημένο ενδιαφέρον από τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης (ΜΜΕ), τις επενδύσεις που πραγματοποιούνται σε υποδομές, την προσέλκυση χρηματοδότησης και τις γενικότερες θετικές επιδράσεις στον τουρισμό (Burton, 2003).

Βέβαια, η διοργάνωση και φιλοξενία αθλητικών εκδηλώσεων δεν αποτελεί τη μοναδική πηγή δημιουργίας εισοδήματος και παραγωγής θετικών οικονομικών επιπτώσεων, καθώς και μακροχρόνιες σημαντικές επιδράσεις εντοπίζονται, με χαρακτηριστικό παράδειγμα τον αντίκτυπο που προέρχεται από τη χρήση των αθλητικών υποδομών και εγκαταστάσεων που δημιουργούνται για τις εκάστοτε εκδηλώσεις. Παραδειγματικά, οι Brown et al (2004) αναφέρουν πως η κατασκευή και ανακατασκευή των 26 σταδίων για το εθνικό πρωτάθλημα ποδοσφαίρου στις ΗΠΑ τη δεκαετία 1994-2004 είχε ως αποτέλεσμα την παραγωγή επιπλέον εισοδημάτων και

οικονομικών οφελών για πολλά χρόνια αργότερα. Σε αυτό θα πρέπει να σημειωθεί και ο κοινωνικός αντίκτυπος των εν λόγω εκδηλώσεων, συμπεριλαμβάνοντας τη βελτιωμένη ποιότητα ζωής των ατόμων, την προβολή των ωφελειών του αθλητισμού και την ενίσχυση των κοινωνικών δεσμών (Anon, 2005). Συνεπώς, μπορεί να υποστηριχθεί πως οι αθλητικές εκδηλώσεις διαδραματίζουν σήμερα σημαντικό ρόλο στην κοινωνική ευημερία και οικονομική ανάπτυξη, δεδομένου ότι η αθλητική βιομηχανία συνεισφέρει καίρια σε οικονομικούς, κοινωνικούς, πολιτικούς και τεχνολογικούς όρους.

Ακόμη, ένα σημαντικό στοιχείο της διοργάνωσης αθλητικών εκδηλώσεων που σχετίζεται με τις οικονομικές επιπτώσεις τους είναι η συμμετοχή του κοινού, εκτός των ίδιων των συμμετεχόντων στο παιχνίδι, καθώς τα άτομα που συμμετέχουν ως κοινό σε μία τέτοια εκδήλωση παρακινούνται όχι μόνο από το ίδιο το αθλητικό γεγονός αλλά και από τις περαιτέρω κοινωνικές προεκτάσεις του (Apostolopoulou et al, 2006). Η ευρεία αυτή συμμετοχή είναι αυτή που προσελκύει χορηγήσεις και χρηματοδοτήσεις, οι οποίες συνοδεύονται από την προσδοκία επίτευξης συγκεκριμένων εμπορικών στόχων (Boyle & Haynes, 2009). Τέλος, αξίζει να σημειωθεί πως λόγω της ραγδαίας ανάπτυξης της αθλητικής βιομηχανίας, η ζήτηση για στελέχη οργάνωσης αθλητικών εκδηλώσεων αυξάνεται συνεχώς. Όπως υποστηρίζουν οι Adams & Mallen (2008), η ‘επαγγελματοποίηση’ του αθλητισμού απαιτεί πλέον την ύπαρξη ικανών και άρτια καταρτισμένων επαγγελματιών που είναι σε θέση να φέρουν εις πέρας με επιτυχία την οργάνωση και διαχείριση αθλητικών εκδηλώσεων, όπως θα αναλυθεί παρακάτω.

1.2 ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΑΘΛΗΤΙΚΩΝ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ

Εξαιτίας της μοναδικής φύσης κάθε εκδήλωσης, ο σχεδιασμός της αποτελεί μία διαδικασία που θα πρέπει να συμβαίνει σε συνεχή βάση, από τη σύλληψη της αρχικής ιδέας μέχρι και το πέρας της εκδήλωσης, όπου αυτή θα πρέπει να αξιολογηθεί ως προς τους επιτευχθέντες στόχους (Watt, 1998). Οι Bowdin, McDonnell, Allen και O’Toole (2010) αναφέρουν πως η διαδικασία σχεδιασμού μίας εκδήλωσης ξεκινάει με τη θέσπιση του οράματος και της αποστολής της εκδήλωσης, τη διαμόρφωση των συγκεκριμένων στόχων της, την αξιολόγηση του εσωτερικού και εξωτερικού περιβάλλοντος και την ανάπτυξη των σχετικών στρατηγικών, καταλήγοντας σε ένα συγκεκριμένο επιχειρησιακό σχέδιο, όπου αποτυπώνονται οι πολιτικές, οι

διαδικασίες, οι κανόνες, το πρόγραμμα, η χρηματοδότηση και οι σχετικές δραστηριότητες.

Η διαχείριση των αθλητικών εκδηλώσεων, ως ζήτημα της επιχειρησιακής και οικονομικής δραστηριότητας, υφίσταται από τα αρχαία χρόνια και εμφανίστηκε για πρώτη φορά στους Ολυμπιακούς Αγώνες της Αθήνας. Ωστόσο, δεν αναπτύχθηκε ως πεδίο ενδιαφέροντος μέχρι και το 1972, όταν πραγματοποιήθηκε το Παγκόσμιο Συνέδριο Διοργανωτών στο Σικάγο, με αποτέλεσμα τη σύσταση της οργάνωσης 'Meeting Planners International' (Tassiopoulos, 2000). Μέχρι τότε, η διαχείριση του αθλητισμού δεν είχε αναπτυχθεί επαγγελματικά όσο η διοίκηση άλλων βιομηχανικών τομέων.

Όπως αναφέρουν οι Kelly et al (1989), η ανάγκη ύπαρξης και ανάπτυξης επαγγελματιών διοίκησης της αθλητικής βιομηχανίας εμφανίστηκε τη δεκαετία του 1980, όταν έρευνες αποκάλυψαν πως η διοργάνωση επιτυχημένων σε οικονομικούς όρους αθλητικών εκδηλώσεων απαιτεί συγκεκριμένες ικανότητες και γνώσεις σε διάφορα επιστημονικά πεδία, όπως είναι το μάρκετινγκ, η χρηματοδότηση, το δίκαιο και η διαχείριση των ανθρώπινων πόρων. Επιπλέον, οι Adams & Mallen (2008) υποστηρίζουν πως οι διαχειριστικές αθλητικών εκδηλώσεων θα πρέπει να έχουν συγκεκριμένες δεξιότητες, πέρα από τις βασικές διοικητικές ικανότητες.

Βέβαια, θα πρέπει να σημειωθεί πως η διαχείριση όλων των εκδηλώσεων, συμπεριλαμβανομένων των αθλητικών, εξαρτάται από την ίδια τη φύση της εκδήλωσης. Έτσι, σύμφωνα με το Saayman (2004), η εκδήλωση είναι ένα σχεδιασμένο και προγραμματισμένο γεγονός, το οποίο είναι μοναδικό και έχει συγκεκριμένη διάρκεια, ενώ σύμφωνα με τον Masterman (2009), μία αθλητική εκδήλωση διοργανώνεται βάσει διοικητικών μοντέλων, τα οποία στηρίζονται στη δομή, την κλίμακα και το μέγεθος της εκδήλωσης. Βάσει της δομής αυτής, οι αθλητικές εκδηλώσεις μπορούν να κατηγοριοποιηθούν σε απλές ή ειδικές, ενώ οι ειδικές διακρίνονται σε μικρής ή μεγάλης κλίμακας. Επιπλέον, οι μεγάλης κλίμακας εκδηλώσεις μπορούν να διακριθούν σε αυτές που πραγματοποιούνται σπάνια και συνδέονται με ένα συγκριμένο μέρος ('hallmark events') και σε αυτές που υλοποιούνται σε διεθνή κλίμακα ('mega events').

Βάσει των προαναφερθέντων διακρίσεων, η διαχείριση και οργάνωση των αθλητικών εκδηλώσεων απαιτεί διαφορετικές ενέργειες. Σε κάθε περίπτωση, ωστόσο, η

διαχείριση εκδηλώσεων αποτελεί μία οργανωσιακή δραστηριότητα που αποσκοπεί στον προγραμματισμό, την προετοιμασία και την παραγωγή ενός συγκεκριμένου αποτελέσματος (Berridge, 2007). Σύμφωνα με το Silvers (2008), η διαχείριση αθλητικών εκδηλώσεων, όπως κάθε μορφή οργανωσιακής διοίκησης, περιλαμβάνει τις διαδικασίες της αξιολόγησης, της διαχείρισης των διαθέσιμων οργανωσιακών πόρων, του ελέγχου, της διαχείρισης χρόνου, της χρηματοδότησης, της διαχείρισης των ανθρώπινων πόρων και της διαχείρισης της απόδοσης. Έτσι, η δουλειά ενός επαγγελματία διοργανωτή εκδηλώσεων περιλαμβάνει την επίβλεψη και οργάνωση κάθε προφανούς ή όχι πτυχής της εκδήλωσης, την έρευνα, το σχεδιασμό, τον έλεγχο και την αξιολόγηση όλου του φάσματος του αθλητικού γεγονότος και των αντίστοιχων δραστηριοτήτων.

Σύμφωνα με τους Cronje et al (2003), τα στάδια οργάνωσης και διαχείρισης μίας αθλητικής εκδήλωσης περιλαμβάνουν τη γενική διαχείριση, το μάρκετινγκ, τη διαχείριση των ανθρώπινων πόρων, τη χρηματοοικονομική διοίκηση και τη διαχείριση των λοιπών νομικών πτυχών. Επιπλέον, σύμφωνα με τους Kose et al (2010), τα ιδιαίτερα ζητήματα που αφορούν την οργάνωση αθλητικών γεγονότων συμπεριλαμβάνουν τη διαχείριση των εισιτηρίων ('ticketing'), τη διαχείριση των μεταφορών και των ανθρώπινων πόρων, τη χρηματοδότηση και τη διαχείριση προϋπολογισμού, τις δημόσιες σχέσεις και το μάρκετινγκ και τη διαχείριση κινδύνων.

Συνοπτικά, σύμφωνα με τους Pitts & Stotlar (2002), η διαχείριση των αθλητικών εκδηλώσεων αφορά τη μελέτη και τις πρακτικές όλων των ατόμων, επιχειρήσεων και οργανισμών που εμπλέκονται στην παραγωγή, διευκόλυνση, προώθηση και διοργάνωση ενός γεγονότος που σχετίζεται με τις αθλητικές υπηρεσίες/προϊόντα. Έτσι, μπορεί να θεωρηθεί ως η δραστηριότητα αξιοποίησης των διαθέσιμων πόρων (ανθρώπινων, τεχνολογικών, χρηματοδοτικών, γνώσεων) για την επίτευξη εμπορικών στόχων αθλητικών οργανισμών και επιχειρήσεων.

Κατά καιρούς, έχουν προταθεί διάφορα μοντέλα διαχείρισης και οργάνωσης αθλητικών εκδηλώσεων, εκ των οποίων τα τρία περισσότερο γνωστά και ευρέως διαδεδομένα στην αθλητική βιομηχανία είναι το οριζόντιο μοντέλο διαχείρισης, το κάθετο και το μοντέλο δικτύωσης (Jiapeng, 2012). Τα βασικά χαρακτηριστικά του οριζόντιου μοντέλου είναι τα εξής: (1) η επιχείρηση οργάνωσης και φιλοξενίας της αθλητικής εκδήλωσης είναι υπεύθυνη για όλα τα κόστη εφαρμογής και οργάνωσης

και για όλες τις αντίστοιχες υποχρεώσεις, λαμβάνοντας όλα τα κέρδη, (2) η οργάνωση είναι απλή, τα μεσαία τμήματα είναι λίγα, η μεταφορά της πληροφορίας γίνεται γρήγορα και μπορεί εύκολα να ελεγχθεί, (3) οι αθλητικές εκδηλώσεις είναι μικρής ή μεσαίας κλίμακας, και (4) οι κοινωνικές επιπτώσεις είναι περιορισμένες, το εύρος συμμετοχής μικρό και τα οικονομικά οφέλη είναι η βασική προτεραιότητα της διαχειριστικής διαδικασίας.

Επιπλέον, τα βασικά χαρακτηριστικά του κάθετου μοντέλου είναι τα ακόλουθα: (1) λίγες οριζόντιες δομές που ταξινομούνται σύμφωνα με τις δράσεις και τύπους της αθλητικής εκδήλωσης, με αποτέλεσμα η ροή της πληροφόρησης να πραγματοποιείται ανά επίπεδο ιεραρχίας, (2) εμπλοκή κυβερνητικών και άλλων δημόσιων φορέων για την οργάνωση και φιλοξενία της εκδήλωσης, αναλαμβάνοντας μία σειρά υποχρεώσεων και αρμοδιοτήτων, (3) ισχυρές μακροοικονομικές επιπτώσεις, ευρεία κοινωνικά και οικονομικά οφέλη και επιπτώσεις, μεγάλη συμμετοχή της κοινότητας, και (4) οργάνωση αθλητικών εκδηλώσεων μεγάλης κλίμακας με τουριστικό ενδιαφέρον.

Τέλος, το μοντέλο δικτύωσης για τη διαχείριση και οργάνωση αθλητικών εκδηλώσεων χαρακτηρίζεται από τα παρακάτω: (1) οριζόντιες ρυθμίσεις λειτουργικής δομής και κάθετες ρυθμίσεις ανάλογα με τα τμήματα της οργάνωσης, φαινόμενο πολλαπλής διαχείρισης μέσω συνδυασμού κάθετων και οριζόντιων τμημάτων, (2) εμπλοκή κυβερνητικών οργανώσεων, αθλητικών οργανισμών, επιχειρήσεων και χορηγών που αναλαμβάνουν διαφορετικές ευθύνες και αρμοδιότητες, (3) σκοπός η μεγιστοποίηση των οικονομικών και κοινωνικών οφελών, και (4) διοργάνωση μεγάλης κλίμακας εκδηλώσεων με διεθνές ενδιαφέρον. Συνολικά, η οργάνωση και διαχείριση αθλητικών εκδηλώσεων μπορεί να πραγματοποιηθεί μέσω διάφορων μοντέλων διοίκησης, αν και σήμερα η διαχείριση της οργανωσιακής γνώσης διαδραματίζει σημαντικό ρόλο σε οποιαδήποτε επιχειρησιακή προσπάθεια στο πεδίο της αθλητικής βιομηχανίας (Jiapeng, 2012).

1.3 ΑΘΛΗΤΙΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Η τεράστια ανάπτυξη που παρατηρείται στη βιομηχανία των αθλητικών εκδηλώσεων έχει επιφέρει σημαντικές επιδράσεις και στον κλάδο του τουρισμού, με αποτέλεσμα ο αθλητισμός και ο τουρισμός να θεωρούνται πλέον δύο αλληλένδετες έννοιες. Οι

Weed & Bull (2004) επισημαίνουν πως η τουριστική βιομηχανία έχει επηρεαστεί καίρια από την ανάπτυξη αθλητικών εγκαταστάσεων στους τουριστικούς προορισμούς, παρέχοντας την ίδια στιγμή στις τοπικές κοινότητες σημαντικές ευκαιρίες, συμπεριλαμβανομένης της απασχολησιμότητας. Σε γενικούς όρους, η συμμετοχή σε αθλητικές εκδηλώσεις που λαμβάνουν χώρα εκτός του τόπου διαμονής με σκοπό είτε τον ανταγωνισμό είτε την αξιοποίηση του ελεύθερου χρόνου αποτελεί τον κεντρικό άξονα του αθλητικού τουρισμού, ο οποίος μάλιστα θεωρείται πως συμβάλλει στην περιφερειακή και αειφόρο ανάπτυξη (Gibson, Attle, Yiannakis, 1997).

Βέβαια, η διάκριση ανάμεσα στην παθητική και ενεργητική συμμετοχή στις αθλητικές εκδηλώσεις είναι κρίσιμης σημασίας για την καταναλωτική συμπεριφορά που αναπτύσσεται στο εν λόγω πεδίο, έχοντας σαφείς προεκτάσεις στον τρόπο διοργάνωσής τους και στο είδος του στρατηγικού σχεδιασμού (Kurtzman, & Zauhar, 2005). Έτσι, η ενεργός αθλητική τουριστική αγορά αποτελείται από άτομα που επιδιώκουν να συμμετέχουν με τη φυσική και σωματική τους παρουσία σε ανταγωνιστικά ή μη ανταγωνιστικά αθλήματα (Hinch & Higham, 2004). Ειδικά αυτό το είδος της αθλητικής τουριστικής δραστηριότητας γνωρίζει σήμερα μεγάλη ανάπτυξη.

Επιπλέον, οι Deery et al (2004) αναφέρουν πως οι συμμετέχοντες σε μία αθλητική εκδήλωση τουριστικού ενδιαφέροντος μπορούν να διακριθούν σε αυτούς που διατηρούν ή όχι κίνητρα πραγματοποίησης παράλληλων διακοπών, οι οποίοι με τη σειρά τους διαχωρίζονται σε ενεργούς ή παθητικούς συμμετέχοντες. Ακολούθως, οι παθητικοί αθλητικοί τουρίστες κατηγοριοποιούνται σύμφωνα με τη σημαντικότητα που έχει το αθλητικό γεγονός κατά τη διάρκεια των διακοπών τους. Έτσι, υπάρχουν οι περιστασιακοί παρατηρητές, οι οποίοι συμμετέχουν ελάχιστα στο αθλητικό γεγονός, οι 'γνώστες', οι οποίοι έχουν σημαντικά αθλητικά κίνητρα κατά τον προγραμματισμό του ταξιδιού τους και οι ενεργοί αθλητικοί τουρίστες, για τους οποίους η αθλητική εκδήλωση αποτελεί το βασικό κίνητρο ταξιδιού.

Ακόμη, ο Delpy (1997), κατηγοριοποιώντας την αθλητική τουριστική αγορά, διακρίνει τέσσερις κατηγορίες: (1) τους αθλητές επιδόσεων, για τους οποίους η αποτελεσματικότητα της οργάνωσης της αθλητικής εκδήλωσης είναι εξαιρετικά σημαντική, έχοντας ως βασικές προτεραιότητες την εύκολη προσβασιμότητα στις

αθλητικές εγκαταστάσεις, τη διαμονή και άλλες υπηρεσίες που σχετίζονται με το αθλητικό γεγονός, (2) τους ταξιδιώτες που ασχολούνται με το μαζικό αθλητισμό, οι οποίοι έχουν ως βασικό κίνητρο τη διατήρηση της καλής φυσικής τους κατάστασης και δίνουν ιδιαίτερη προσοχή στην ποιότητα των αθλητικών και ξενοδοχειακών εγκαταστάσεων, καθώς και των σχετικών υπηρεσιών αναψυχής και διασκέδασης, (3) τους περιστασιακούς συμμετέχοντες, οι οποίοι συμμετέχουν στο αθλητικό γεγονός κυρίως για λόγους κοινωνικού προφίλ και παρακινούνται να ταξιδέψουν τόσο λόγω αθλητικών όσο και πολιτιστικών κινήτρων, και (4) οι παθητικοί αθλητικοί τουρίστες, οι οποίοι δε συμμετέχουν ενεργά στις αθλητικές δραστηριότητες και ενδιαφέρονται κυρίως για την ποιότητα των συνοδευτικών τουριστικών υπηρεσιών.

Επιπροσθέτως, οι Kurtzman & Zauhar (2005) αναλύουν έναν ακόμη τρόπο κατηγοριοποίησης της αθλητικής τουριστικής αγοράς, διακρίνοντας τις εξής κατηγορίες συμμετεχόντων: (1) τους σποραδικούς, (2) τους περιστασιακούς, (3) τους τακτικούς, (4) τους αφοσιωμένους, (5) τους παρακινημένους, και (6) τους 'κατά τύχη'. Οι ερευνητές υποστηρίζουν πως οι διαφορετικές αυτές κατηγορίες αθλητικών τουριστών διαφοροποιούνται σημαντικά αναφορικά με τις διαδικασίες λήψης αποφάσεων, τον τρόπο συμμετοχής στην αθλητική εκδήλωση, τα προσωπικά χαρακτηριστικά, τον τρόπο ζωής και τα πρότυπα δαπανών κατά τη διάρκεια του ταξιδιού. Τέλος, ο Weed (2006) αναφέρει πως οι διαφορετικές κατηγορίες των αθλητικών τουριστών βασίζονται στο ίδιο το είδος του αθλητικού τουρισμού που αναπτύσσεται, διακρίνοντας τον τουρισμό αθλητικών γεγονότων, τον αθλητικό τουρισμό μαζικής συμμετοχής, τον τουρισμό με αθλητικό περιεχόμενο και τον αθλητισμό πολυτελών αθλητικών εκδηλώσεων.

Παρά τις διαφορετικές κατηγορίες συμμετεχόντων που μπορούν να εντοπιστούν στο πεδίο του αθλητικού τουρισμού, σε κάθε περίπτωση η τουριστική ανάπτυξη μέσω οργάνωσης αθλητικών εκδηλώσεων σήμερα κεντρίζει το ενδιαφέρον των υπεύθυνων χάραξης τουριστικών πολιτικών αλλά και των εμπλεκόμενων επιχειρήσεων και οργανισμών. Όπως υποστηρίζουν οι Weed & Bull (2004), οι τάσεις στις οποίες οφείλεται η ανάπτυξη αυτή είναι: (1) η αυξημένη ευαισθητοποίηση για την ανάληψη θετικών προς την υγεία συμπεριφορών, (2) η έντονα ανεπτυγμένη αγορά των διακοπών που βασίζονται σε συγκεκριμένες δραστηριότητες ή θεματικές κατηγορίες, και (3) η μαζική αύξηση της ζήτησης για σύντομες αποδράσεις, 'δεύτερες' διακοπές

και συμπληρωματικές τουριστικές δραστηριότητες κατά τη διάρκεια των κύριων διακοπών.

Τα τελευταία χρόνια, η οργάνωση αθλητικο-τουριστικών εκδηλώσεων, όπως είναι τα τουρνουά ομαδικών αθλημάτων για ερασιτέχνες αθλητές, γνωρίζει σημαντική ανάπτυξη σε παγκόσμιο επίπεδο, δεδομένων των σημαντικών οικονομικών ωφελειών που προκύπτουν από αυτές. Μάλιστα, οι μικρής κλίμακας εκδηλώσεις που διοργανώνονται σε πόλεις της περιφέρειας μπορούν να αποτελέσουν σημαντικό τουριστικό αναπτυξιακό πεδίο. Σύμφωνα με τον Gibson (2004), αυτού του τύπου οι τοπικές αθλητικές εκδηλώσεις έχουν χαμηλής κλίμακας αντίκτυπο, ο οποίος εντοπίζεται κυρίως στο επίπεδο της τοπικής κοινότητας ή περιφέρειας (Maier & Weber, 1993).

Βέβαια, παρά το γεγονός ότι οι τοπικές αθλητικές εκδηλώσεις δεν έχουν ευρείες επιπτώσεις, τα οφέλη που μπορούν να προκύψουν από αυτές δεν είναι αμελητέα. Παραδειγματικά, ο Getz (2003) επισημαίνει πως η συστηματική οργάνωσή τους σε ένα συγκεκριμένο μέρος μπορεί να οδηγήσει στη διαμόρφωση ενός τουριστικού προορισμού με ισχυρό εμπορικό σήμα ('brand destination'), μπορεί να προσελκύσει επενδυτές-σπόνσορες, να επηρεάσει θετικά την ανάπτυξη των αθλητικών εγκαταστάσεων και υποδομών και, γενικότερα, να αποτελέσει έναν καταλύτη για την ενίσχυση της τουριστικής αγοράς σε περιοχές της περιφέρειας, οι οποίες έχουν περιορισμένη τουριστική ελκυστικότητα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΚΑΙ ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

2.1 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

2.1.1 Εξέλιξη τουριστικής πολιτικής

Ο τουρισμός αποτελεί έναν από τους περισσότερο δυναμικούς κλάδους της ελληνικής οικονομίας και βασικό άξονα της οικονομικής ανάπτυξης, συνεισφέροντας με κρίσιμο τρόπο στο ισοζύγιο εξωτερικών συναλλαγών. Ωστόσο, παρά το γεγονός ότι το ελληνικό τουριστικό προϊόν κατέχει σημαντική θέση στην παγκόσμια τουριστική αγορά, κατά τις προηγούμενες δεκαετίες παρουσίαζε προβλήματα ιδιαίτερης διαρθρωτικής φύσης, με σημαντικότερα τον υψηλό βαθμό συγκεντρωτισμού της προσφοράς, την εποχικότητα και την ανεπάρκεια ειδικών υποδομών για τη διαφοροποίηση του προϊόντος (Λαγός, 2000). Την τελευταία δεκαετία έχουν αναληφθεί αρκετές πρωτοβουλίες που προσανατολίζονται στην αναβάθμιση της ποιότητας του τουριστικού προϊόντος, στον εμπλουτισμό του, στην ενίσχυση της περιφερειακής ανάπτυξης και σε άλλα ζητήματα χωροταξικού ενδιαφέροντος.

Επιχειρώντας μία σύντομη ιστορική επισκόπηση της εθνικής τουριστικής πολιτικής, τη δεκαετία του 1980 άρχισαν να επιδιώκονται νέα μοντέλα τουριστικής ανάπτυξης, δεδομένου ότι αυτή είχε βασιστεί κατά κύριο λόγο στο μοντέλο του μαζικού τουρισμού. Το βασικότερο επιχείρημα πίσω από την εν λόγω πολιτική ήταν ότι παρήγαγε σημαντικά οικονομικά οφέλη για τη χώρα από την άποψη των κερδών σε όρους συναλλάγματος, αυξάνοντας τα εισοδήματα στις τουριστικές περιοχές (Βαρβαρέσος, 2000). Παρόλα αυτά, οι τουριστικές επενδύσεις δεν ακολούθησαν μία ομοιόμορφη και ορθολογική κατανομή των διαθέσιμων τουριστικών πόρων μεταξύ των περιοχών, προκαλώντας σημαντικές ανεπάρκειες σε ζητήματα προγραμματισμού χρήσης του εδάφους και των αντίστοιχων αναπτυξιακών προτύπων.

Συνεπώς, ο μαζικός τουρισμός αποτέλεσε μία μονόπλευρη επιλογή της τουριστικής πολιτικής της χώρας, γεγονός που συνέβαλε σταδιακά στον υποβιβασμό του

τουριστικού προϊόντος, ειδικά σε μία εποχή έντονου ανταγωνισμού σε διεθνές επίπεδο. Συνεπώς, αναδείχθηκε η ανάγκη σχεδιασμού νέων μοντέλων τουριστικής ανάπτυξης, τα οποία θα μπορούσαν να ενσωματωθούν στις τοπικές κοινωνικοοικονομικές και περιβαλλοντικές συνθήκες, με απώτερο στόχο την αναβάθμιση των αντίστοιχων τουριστικών στρατηγικών. Έτσι, από τα μέσα της δεκαετίας του 1980 επιχειρήθηκε να προαχθεί όλο και περισσότερο το στοιχείο της τοπικότητας, μέσω λήψης συγκεκριμένων μέτρων, επεμβάσεων και πολιτικών, οι οποίες στόχευαν σε μία πιο ισορροπημένη τουριστική ανάπτυξη που θα συνδύαζε το μαζικό τουρισμό με τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού (Αποστολόπουλος & Σδράλη, 2000).

Ωστόσο, ο στόχος αυτός δεν αποτέλεσε μία συγκεκριμένη και συντονισμένη πολιτική αλλά, αντιθέτως, πραγματοποιήθηκε στη βάση μεμονωμένων πολιτικών σε εθνικό, περιφερειακό και τοπικό επίπεδο (Τσάρτας, 2000). Η έλλειψη αυτή συντονισμού ήταν εμφανής στο γεγονός ότι δεν υπήρξε σαφής αντιστοίχιση των προωθούμενων τύπων διακοπών και τουριστικών προϊόντων με τις υποδομές και τις παρεχόμενες υπηρεσίες (Κοκκώσης & Τσάρτας, 2001). Ειδικότερα σε ότι αφορά τον εναλλακτικό τουρισμό, συστηματικές προσπάθειες πολιτικής εντοπίζονται σε τοπικό ή περιφερειακό επίπεδο, μέσω τοπικών αναπτυξιακών προγραμμάτων.

Η στόχευση προς μία πολιτική ισόρροπης τουριστικής ανάπτυξης βασίστηκε και στις εξελίξεις σε επίπεδο Ευρωπαϊκής Ένωσης, καθώς από το 1985 και μετά ένας σημαντικός αριθμός πρωτοβουλιών, χρηματοδοτικών σχεδίων και αναπτυξιακών προγραμμάτων εφαρμόστηκαν σε ευρωπαϊκό επίπεδο, εστιάζοντας στην τοπική ανάπτυξη του τουρισμού και στη διευκόλυνση της ολοκλήρωσης υποδομών και δράσεων που απαιτούνται για την ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού. Έτσι, τη δεκαετία του 2000 σημαντική πρόοδος σημειώθηκε στο επίπεδο των συνεργασιών και της ολοκλήρωσης προγραμμάτων για την αναβάθμιση αυτού του τουριστικού τύπου, όπως συνέβη μέσω των προγραμμάτων Leader, Lefe, ENVIREG και Interreg.

Σε αυτό συνέβαλε και η εφαρμογή μεγάλου αριθμού δράσεων εκπαίδευσης και κατάρτισης των εργαζομένων στον τομέα του τουρισμού και σε συναφή επαγγέλματα, ιδιαίτερα αναφορικά με τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Οι εν λόγω δραστηριότητες χρηματοδοτήθηκαν από το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο ή από άλλα εξειδικευμένα προγράμματα, όπως το Leonardo, και πρωτοβουλίες, όπως

το Youthstart. Ακόμη, σημαντικός άξονας της τουριστικής ανάπτυξης σε επίπεδο εθνικής πολιτικής είναι και η χρηματοδότηση ολοκληρωμένων μελετών ανάπτυξης που υπογράμμισαν τη σημασία της προστασίας της πολιτιστικής κληρονομιάς και του περιβάλλοντος, μέσω των οποίων ενισχύεται η απασχολησιμότητα και αναπτύσσεται η περιφέρεια, προωθώντας μία ισορροπημένη τουριστική ανάπτυξη. Τα προγράμματα αυτά εφαρμόστηκαν από Υπουργεία που συμμετέχουν σε θέματα εθνικής πολιτικής που αφορούν την ανάπτυξη και τον προγραμματισμό, με τη συμμετοχή και των τοπικών αρχών. Ως αποτέλεσμα των εξελίξεων αυτών, δημιουργήθηκαν νέες προσφερόμενες τουριστικές υπηρεσίες, διαμορφώνοντας κατά συνέπεια νέα τουριστικά προϊόντα, όπως ο οικοτουρισμός, ο τουρισμός υγείας, ο θρησκευτικός τουρισμός και ο αθλητικός τουρισμός.

2.1.2 Σύγχρονη τουριστική πολιτική

Σήμερα, η τουριστική πολιτική της χώρας αναπτύσσεται βάσει τριών αξόνων: (1) της τουριστικής πολιτικής και εκπαίδευσης (ανίχνευση τουριστικού περιβάλλοντος, τουριστική πολιτική, εκπαίδευση και κατάρτιση), (2) τις αναπτυξιακές υποδομές και επενδύσεις (χωρικός σχεδιασμός, τουριστικοί λιμένες και λοιπές υποδομές, προώθηση και διευκόλυνση τουριστικών επενδύσεων), και (3) την επεξεργασία των τουριστικών προτύπων και τη διασφάλιση ποιότητας (διαμόρφωση προτύπων ποιότητας, ποιοτικός έλεγχος και διαχείριση παραπόνων, συντονισμός και υποστήριξη περιφερειακών υπηρεσιών τουρισμού) (<http://www.minpress.gr>).

Ακόμη, από το 2013 και μετά θα εφαρμόζεται στην Ελλάδα ένα νέο χωροταξικό πλαίσιο για τον τουρισμό, το οποίο αποτελεί βασικό πυλώνα του εθνικού σχεδίου για τον τουρισμό, αποσκοπώντας στη δημιουργία υποδομών για την αντιμετώπιση του φαινομένου της άναρχης τουριστικής ανάπτυξης και την προώθηση της εγχώριας επιχειρηματικότητας. Το νέο αυτό σχέδιο ενισχύει τη μετάβαση από το μαζικό και μονοθεματικό τουρισμό σε εναλλακτικές μορφές τουρισμού, βάσει τριών αξόνων, της προστασίας του περιβάλλοντος, της ανάπτυξης υποδομών και της προώθησης ήπιων μορφών τουριστικών επενδύσεων (<http://www.gnto.gov.gr/el/13122013>).

Επιπλέον, σύμφωνα με τις εξαγγελίες του Υπουργείου Τουρισμού, οι πέντε βασικοί άξονες της νέας τουριστικής πολιτικής βασίζονται σε διαρθρωτικές παρεμβάσεις και αφορούν τα παρακάτω:

- i. Οριζόντιες πολιτικές με εστίαση στις καταναλωτικές ανάγκες των επισκεπτών (καθορισμός ταυτότητας ελληνικού τουριστικού προϊόντος, εστίαση σε ασφάλεια και καινοτομία, εκσυγχρονισμός νομοθετικού πλαισίου, «επιχειρηματικά τουριστικά πάρκα»).
- ii. Κλαδικές πολιτικές για επιμέρους τομείς της τουριστικής δραστηριότητας (άρση τεχνικών εμποδίων, διαφοροποιημένη στρατηγική για τουριστικά καταλύματα, γραφεία και υποδομές, ενίσχυση ΜΜΕ, απορρόφηση πόρων ΕΣΠΑ).
- iii. Πολιτικές ελέγχου και διασφάλισης διαδικασιών (εποπτεία αγοράς, διαχωρισμός ελεγκτικών μηχανισμών και μηχανισμών παρακολούθησης, ενσωμάτωση ευρωπαϊκών κατευθύνσεων στο εθνικό δίκαιο).
- iv. Πολιτικές προστασίας περιβάλλοντος (ανάδειξη πράσινης επιχειρηματικότητας στον τουρισμό, εισαγωγή φιλικών προς το περιβάλλον τεχνολογιών, περιβαλλοντική εξυγίανση κορεσμένων τουριστικών περιοχών).
- v. Πολιτικές αξιοποίησης διαθέσιμων πόρων και υποδομών (Ολοκληρωμένο Πληροφοριακό Σύστημα τουριστικών φορέων, αναβάθμιση Εθνικού Συμβουλίου Τουρισμού, αξιοποίηση ανθρώπινου δυναμικού, συνεργασία με ευρωπαϊκές χώρες).

Τέλος, αξίζει να σημειωθεί πως σύμφωνα με τον τουριστικό στρατηγικό σχεδιασμό του ΣΕΤΕ (2013) για την περίοδο 2014-2020, η κύρια προτεραιότητα της τουριστικής πολιτικής είναι η δημιουργία ενός ισχυρού και διαφοροποιημένου χαρτοφυλακίου προϊόντων (<http://sete.gr/GR/Archiki>). Έτσι, ορίζονται έξι «κύρια» προϊόντα και μία σειρά «συμπληρωματικών και εξειδικευμένων» προϊόντων. Το πρώτο κύριο προϊόν είναι η κατηγορία “*sun & beach*”, με βασικές προτεραιότητες τα εξής: (1) τμηματοποίηση αγορών βάσει ύψους μέσης δαπάνης, (2) στρατηγικές παρεμβάσεις σε υποδομές, (3) δημιουργία συστήματος κατηγοριοποίησης, (4) ανάπτυξη ξενοδοχειακού δυναμικού και αναβάθμιση καταλυμάτων, (5) διαμόρφωση προϊόντων βάσει αξόνων προορισμού, επισκεπτών, θεματικών ενοτήτων. Οι χώρες-στόχοι του προϊόντος αυτού είναι η Ρωσία, Ιταλία, Αγγλία, Γερμανία, Γαλλία, Δανία και Σουηδία.

Το δεύτερο «κύριο» προϊόν είναι το “*city break*”, με έμφαση στις δύο μητροπολιτικές περιοχές (Αθήνα & Θεσσαλονίκη) με απευθείας πτήσεις και εστίαση σε αγορές με διάρκειας πτήσης λιγότερο από 4 ώρες. Οι προτεραιότητες στο πεδίο αυτό είναι οι εξής: (1) ανάπτυξη περιεκτικού χρονολογίου εκδηλώσεων και θεματικών διαδρομών, (2) αξιοποίηση παραλιακών ζωνών, (3) αναβάθμιση «κάρτας πόλης», (4) διαμόρφωση πολυδιάστασης τουριστικής προσφοράς.

Το τρίτο «κύριο» προϊόν αφορά την κατηγορία *MICE* (Meetings, Incentives, Conferencing, Exhibitions), με προτεραιότητες: (1) την αποτελεσματική κάλυψη των τομέων βιομηχανίας συνεδρίων, υγείας, τεχνολογίας, επιστήμης, (2) έμφαση σε μικρής και μεσαίας κλίμακας εκδηλώσεις και αξιοποίηση ετήσιων εκδηλώσεων, (3) αξιοποίηση υφιστάμενων δομών, (4) αξιοποίηση κέντρου Τάε-Κβο-Ντο ως συνεδριακό κέντρο στην Αθήνα. Τέλος, τα τρία τελευταία προϊόντα τα οποία αποτελούν στόχευση της εθνικής τουριστικής πολιτικής είναι ο πολιτιστικός, ο ιατρικός και ο θαλάσσιος τουρισμός, δεδομένου ότι ο εναλλακτικός τουρισμός αποτελεί πλέον βασική προτεραιότητα, όπως θα αναλυθεί και παρακάτω.

2.2 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Το σκεπτικό δημιουργίας μια πολιτικής παρέμβασης που σχετίζεται με την προώθηση εναλλακτικών μορφών τουρισμού είναι ότι τέτοιες ειδικές μορφές επένδυσης θεωρούνται ως κοινωνικά και εθνικά επιθυμητές. Αυτές οι μορφές υπηρετούν ως μια αναγκαιότητα για την διαφοροποίηση και την συνέχεια του τουριστικού προϊόντος και της περιφερειακής οικονομικής ανάπτυξης. Η βασική πολιτική της χώρας αναφορικά με τον εναλλακτικό τουρισμό βασίζεται στο Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Ανταγωνιστικότητα και Επιχειρηματικότητα» και συγκεκριμένα στην Πράξη «Εναλλακτικός Τουρισμός 2007-2013», η οποία αποσκοπεί: (1) στη διαφοροποίηση και στον εμπλουτισμό του ελληνικού τουριστικού προϊόντος με την επιχειρηματική αξιοποίηση εναλλακτικών μορφών τουρισμού, (2) στην ανάδειξη και τουριστική αξιοποίηση του φυσικού και πολιτισμικού αποθέματος, και (3) στην άμβλυνση της εποχικότητας της τουριστικής ζήτησης.

Οι βασικοί άξονες εναλλακτικού τουρισμού που προωθούνται μέσω της εν λόγω πολιτικής είναι η αθλητικός τουρισμός αναψυχής, ο θαλάσσιος τουρισμός, ο τουρισμός υπαίθρου, ο γαστρονομικός τουρισμός και ο τουρισμός υγείας και ευεξίας.

Επιπλέον, σύμφωνα με τις κατευθύνσεις του Υπουργείου Τουρισμού, σχεδιάζονται ειδικές πολιτικές για τους ακόλουθους τομείς εναλλακτικού τουρισμού:

- Οικοτουρισμός (ανάδειξη προστατευόμενων περιοχών, επενδύσεις οικοτουριστικού περιεχομένου)
- Αθλητικός τουρισμός (ιστιοπλοΐα, οδοιπορία, αλεξίπτωτο πλαγιάς, Aegean Regatta, Athens Grand Prix Tsiklitiira, WRC Acropolis Rally κλπ).
- Τουρισμός υγείας (πλαστική χειρουργική, κέντρα αποτοξίνωσης και αποκατάστασης, κλινικές γονιμότητας, αιμοκάθαρση).
- Θρησκευτικός τουρισμός (ανάδειξη εκκλησιών και μοναστηριών, Μετέωρα, βυζαντινή παράδοση).
- Αγροτουρισμός (ανάδειξη αγροτικών περιοχών, τοπικών εορτών, πώληση τοπικών προϊόντων).
- Θεματικός τουρισμός (γαστρονομικός τουρισμός, οινικός τουρισμός, ταξίδια περιπέτειας, αρχαιολογικός τουρισμός).

Τέλος, σύμφωνα με το στρατηγικό σχεδιασμό του ΣΕΤΕ για την περίοδο 2014-2020, τρεις μορφές εναλλακτικού τουρισμού αποτελούν «κύρια» τουριστικά προϊόντα στόχευσης. Αρχικά, αναφορικά με τον *πολιτιστικό τουρισμό*, αυτός αποτελεί κεντρικό στόχο του στρατηγικού σχεδίου, με σκοπό την αξιοποίησή του ως αυτόνομο προϊόν κυρίως για προορισμούς χωρίς ισχυρή πρόταση αξίας “sun & beach”, για την ενίσχυση της περιφερειακής ανάπτυξης. Προτεραιότητες στο πεδίο αυτό είναι η αναβάθμιση των κορυφαίων αρχαιολογικών χώρων και τοποθεσιών πολιτιστικής κληρονομιάς, η αναβάθμιση των 15 μεγαλύτερων μουσείων με αντίστοιχες παρεμβάσεις (διαδραστικά εκθέματα, εικονικές εκθέσεις, οργάνωση blockbuster εκθέσεων σε συνεργασία με μεγάλα διεθνή μουσεία, ενίσχυση μη εκθεσιακών προσφορών), η προώθηση μεγάλων εκδηλώσεων και φεστιβάλ, ο σχεδιασμός ειδικών τουριστικών «εμπειριών» (συμμετοχή σε ανασκαφές) και η χρήση τεχνολογίας για τη βελτίωση του πολιτιστικού προϊόντος (ψηφιακό μουσείο).

Αναφορικά με το *θαλάσσιο τουρισμό*, στόχος του τουριστικού σχεδιασμού είναι η επικέντρωση των προσπαθειών στην προσέλκυση επισκεπτών με λιμάνι επιβίβασης στην Ελλάδα και η ενίσχυση των επισκέψεων από πλοία που ξεκινούν από τρίτες

χώρες. Οι άξονες προτεραιότητας στο πεδίο αυτό είναι η ενδυνάμωση της κρουαζιέρας με πρόσθετες υπηρεσίες (εκδρομές σε παράκτιους προορισμούς), η δημιουργία νέων δρομολογίων και η ενίσχυση των υφισταμένων στην Ανατολική Μεσόγειο και στο Αιγαίο, η δημιουργία πρόσθετων θέσεων αγκυροβολίας για μεγάλα κρουαζιερόπλοια, η ανάπτυξη επιπλέον προορισμών ως λιμάνια επιβίβασης και η αναβάθμιση του επιπέδου εξυπηρέτησης για τα κύρια και δευτερεύοντα λιμάνια.

Τέλος, αναφορικά με τον *ιατρικό τουρισμό*, οι βασικοί στρατηγικοί στόχοι είναι η αξιοποίηση της δυναμικότητας σε ιδιωτικές κλινικές, η επικέντρωση σε συγκεκριμένες ιατρικές επεμβάσεις στις οποίες η χώρα διαθέτει ανταγωνιστική τιμολόγηση (θεραπεία γονιμότητας), η παροχή κινήτρων για την απόκτηση διεθνών διαπιστεύσεων και η δομημένη προσέγγιση με στόχο την προσέλκυση πελατών B2B. Ειδικές περιοχές εστίασης στον τομέα αυτό είναι η ορθοπεδική, η πλαστική χειρουργική, η θεραπεία γονιμότητας, οι επεμβάσεις ματιών, η οδοντιατρική, η αιμοκάθαρση και τα κέντρα αδυνατίσματος.

2.3 ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Στην Ελλάδα, τα προηγούμενα χρόνια ο αθλητικός τουρισμός, σε συνάρτηση με τα υπόλοιπα είδη εναλλακτικού τουρισμού, δεν ήταν ιδιαίτερα ανεπτυγμένος. Ο Λύτρας (1993) σημειώνει πως παρόλο που η χώρα έχει εκείνες τις γεωπολιτικές και κλιματολογικές συνθήκες ώστε να καταστεί κέντρο αθλητικών συναντήσεων, οι ελλείψεις σε αθλητικούς εξειδικευμένους χώρους και σχετική υποδομή αποτελούν καίρια εμπόδια για την ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού.

Ωστόσο, τα τελευταία χρόνια έχουν αρχίσει να δημιουργούνται όλο και περισσότερες εγκαταστάσεις άθλησης και αναψυχής, ενώ σε πολλές περιοχές της χώρας παρέχοντας υπηρεσίες εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Σε αυτό έχει συμβάλει και η διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων στην Αθήνα το 2004, μετά τους οποίους παρατηρήθηκε ιδιαίτερη βελτίωση και κινητικότητα στον τομέα της αθλητικής αναψυχής (Χατζημανουήλ, Γληνιά & Σμέρνου, 2010). Παράλληλα, όλο και περισσότεροι τουριστικοί προορισμοί της περιφέρειας χρησιμοποιούν τις αθλητικές εκδηλώσεις ως εργαλείο περιφερειακής και οικονομικής ανάπτυξης (Papadimitriou & Gibson, 2008).

Ουσιαστικά, ο αθλητικός τουρισμός άρχισε έστω και υποτυπωδώς να αναπτύσσεται στην Ελλάδα μετά τη διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων το 2004, καθώς πριν δεν υπήρχαν κατάλληλες συνθήκες και σύγχρονες αθλητικές υποδομές. Τα επόμενα χρόνια, διάφορες πρωτοβουλίες αναλήφθηκαν εκ μέρους του Υπουργείου Τουρισμού και άλλων τουριστικών φορέων, χωρίς ωστόσο να είναι ιδιαίτερα συντονισμένες. Σύμφωνα με τον Γκουτζιούπα (2006), οι βασικές μορφές αθλητικού τουρισμού που αναπτύσσονται σήμερα στην Ελλάδα είναι οι εξής:

- i. Προπονητικός τουρισμός, ο οποίος αφορά επαγγελματικές και ερασιτεχνικές ομάδες ή αθλητές που συμμετέχουν σε ειδικά προγράμματα προετοιμασίας και αποθεραπείας σε προπονητικά κέντρα και ειδικά τουριστικά καταλύματα.
- ii. Τουρισμός αθλητικών διοργανώσεων, ο οποίος περιλαμβάνει τους τουρίστες που ταξιδεύουν για να παρακολουθήσουν αθλητικούς αγώνες συνδυάζοντας αθλητικές εκδηλώσεις με διακοπές, και τις ομάδες ή αθλητές που ταξιδεύουν για να λάβουν μέρος σε αυτές παρατείνοντας τη διαμονή τους πέραν των αθλητικών υποχρεώσεων.
- iii. Τουρισμός αθλητικών δραστηριοτήτων, ο οποίος αναφέρεται σε τουρίστες που ταξιδεύουν για να βιώσουν την εμπειρία επαγγελματικά παρεχόμενων αθλητικών δραστηριοτήτων που πραγματοποιούνται σε φυσικά και αστικά τοπία.
- iv. Τουρισμός αθλητικής αναψυχής, ο οποίος αφορά τουρίστες που ταξιδεύουν για διακοπές και αποσκοπούν στη βελτίωση της φυσικής τους κατάστασης μέσω συστηματικής και όχι περιστασιακής συμμετοχής σε ειδικά ψυχαγωγικά αθλητικά προγράμματα και ενασχόλησης με διάφορες αθλητικές δραστηριότητες.

Παραδείγματα του τουρισμού αθλητικών εκδηλώσεων αποτελούν οι αγώνες πρωταθλημάτων σε συλλογικό επίπεδο (π.χ. Champions League), τα αθλητικά τουρνουά (π.χ. Beach Soccer) και φιλικό ή φιλανθρωπικό αγώνες με συμπράξεις ιδιωτικών, δημόσιων και μη κυβερνητικών φορέων (π.χ. All Star Game). Επιπλέον, στο πεδίο του προπονητικού τουρισμού διάφορες ομάδες και μεμονωμένοι αθλητές του εσωτερικού και του εξωτερικού ταξιδεύουν σε αθλητικά κέντρα στην Ελλάδα (π.χ. Προπονητικό Κέντρο Μεσολογγίου, Ολυμπιακές εγκαταστάσεις), όπως και

ερασιτεχνικές ομάδες σε ιδιωτικά camps (π.χ. στη Χαλκιδική). Ακόμη, στον τουρισμό αθλητικών δραστηριοτήτων ένας σημαντικός αριθμός εκδηλώσεων πραγματοποιείται (π.χ. Athens Classic Marathon, Pindos Challenge, Rafting Marathon) σε οργανωμένες εγκαταστάσεις (π.χ. Golf Clubs, χιονοδρομικά κέντρα). Μάλιστα, αρκετές ιδιωτικές εταιρίες διοργανώνουν συνδυαστικές αθλητικές δραστηριότητες (π.χ. trekking, hiking, climbing, rafting) σε περιοχές που αναπτύσσονται ανάλογες δράσεις, όπως είναι η λίμνη Πλαστήρα, το Περτούλι, τα Ζαγοροχώρια και το Πήλιο.

Η ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού μπορεί να επιφέρει σημαντικά οφέλη στη χώρα, δεδομένου ότι ο εναλλακτικός τουρισμός αποτελεί βασικό στόχο της σύγχρονης τουριστικής πολιτικής. Εκτός αυτού, ο σημαντικός οικονομικός αντίκτυπος του αθλητικού τουρισμού έχει ευρέως αποδειχθεί και από τη διεθνή εμπειρία (Biddiscombe, 2004). Σύμφωνα με τον Γκουτζιούπα (2006), τα οφέλη της ανάπτυξης αυτού του τύπου εναλλακτικού τουρισμού στην Ελλάδα αφορούν την τουριστική αναβάθμιση των προορισμών υποδοχής, την αύξηση των τουριστικών εσόδων που προέρχονται από τη μετακίνηση, τη διαμονή, τη διατροφή και κάθε είδους καταναλωτική δραστηριότητα, τη διεθνή προβολή των τόπων υποδοχής ως τουριστικοί προορισμοί, την ενίσχυση της απασχολησιμότητας, την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και την ενίσχυση της περιφερειακής και αειφόρου ανάπτυξης.

Επιπλέον, τα συγκριτικά πλεονεκτήματα της Ελλάδας αναφορικά με την ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού συνοψίζονται ως εξής: (1) η ύπαρξη αθλητικής παιδείας και αθλητικής παράδοσης, (2) η προβολή της αθλητικής δραστηριότητας από την επιτυχημένη διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων, (3) η ύπαρξη αθλητικών εγκαταστάσεων και υποδομών, (4) η πολιτιστική κληρονομιά, (5) η ανάπτυξη των θαλάσσιων αθλημάτων λόγω της τεράστιας ακτογραμμής και των νησιών, και (6) το «άνοιγμα» της τουριστικής αγοράς στη Ρωσία και σε γειτονικές χώρες με αθλητική παράδοση. Επιπλέον, οι Γκουτζιούπας και συν (2007), διερευνώντας τις επιδράσεις του αθλητικού τουρισμού εκδηλώσεων, αναφέρουν πως ο αντίκτυπος των επιτυχημένων αθλητικών διοργανώσεων διαρκεί για πολλά χρόνια, αν και η μακροχρόνια τουριστική κίνηση μετά από μία επιτυχημένη διοργάνωση δεν μπορεί να θεωρείται σίγουρη αν δεν συνοδεύεται από επιθετική διαφημιστική καμπάνια και επενδύσεις σε υποδομές.

Συνοπτικά, τα τελευταία χρόνια παρατηρείται μία συνειδητή στροφή της τουριστικής κατανάλωσης προς τη ζήτηση εναλλακτικών μορφών τουρισμού, σηματοδοτώντας την αύξηση της ζήτησης για πιο στοχευόμενα τουριστικά προϊόντα. Μάλιστα, έχει αποδειχθεί πως οι αθλητικοί τουρίστες επιστρέφουν στον προορισμό αν έχουν θετική εμπειρία από προηγούμενη επίσκεψη. Παρόλα αυτά, ο αθλητικός τουρισμός δεν έχει αναπτυχθεί επαρκώς στην Ελλάδα, ενώ πολλές ελληνικές περιοχές προσφέρονται για την ανάπτυξη αθλητικών δραστηριοτήτων, τόσο παραθαλάσσιες (π.χ. νησιά Αιγαίου και Ιονίου) όσο και ηπειρωτικές (π.χ. Νάουσα, Καλάβρυτα, Παρνασσός), συμπεριλαμβανομένων ακριτικών περιοχών με εύκολη οδική πρόσβαση από γειτονικές χώρες (π.χ. Ξάνθη, Αλεξανδρούπολη).

Δυστυχώς δεν υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία για την ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού στην Ελλάδα, καθώς και για τις σχετικές οικονομικές επιπτώσεις. Παραδειγματικά, στον παρακάτω Πίνακα παρουσιάζονται οικονομικά δεδομένα τριών μεγάλων αθλητικών εκδηλώσεων που πραγματοποιήθηκαν στη χώρα τα τελευταία χρόνια.

Πίνακας 1 Στοιχεία συμμετοχής και οικονομικά δεδομένα μεγάλων αθλητικών εκδηλώσεων

	25 ^{ος} Μαραθώνιος Αθηνών	Κλασσικός	26 ^{ος} Μαραθώνιος Αθηνών	Κλασσικός	3 ^{ος} Αχιλλεϊος Δρόμου	Αχιλλεϊος
Συμμετοχή	7.143 δρομείς		11.288 δρομείς		125 δρομείς	
Τουρίστες	7.500 εκτός Ελλάδας (3.500 δρομείς & 4.000 συνοδοί) 1.500 από Ελλάδα (750 δρομείς & 750 συνοδοί)		7.300 εκτός Ελλάδας (3.300 δρομείς & 4.000 συνοδοί) 1.700 από Ελλάδα (700 δρομείς & 1.000 συνοδοί)		255 τουρίστες	
Εργαζόμενοι & Θεατές	1.500 εργαζόμενοι 15.000 θεατές		3.000 εργαζόμενοι 45.000 θεατές		-	
Οικονομικές επιπτώσεις	8 εκ. συνολικές δαπάνες ταξιδιών		4 εκ. συνολικές δαπάνες ταξιδιών		68.000-102.000 ευρώ	

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΑΘΛΗΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΚΑΙ ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΕ

3.1 ΑΘΛΗΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΣΤΗΝ ΕΕ

3.1.1 Η Λευκή Βίβλος για τον Αθλητισμό (2007)

Η Λευκή Βίβλος για τον αθλητισμό αποτελεί το πρώτο ευρωπαϊκό έγγραφο πολιτικής που ενσωματώνει τον αθλητισμό στις ευρωπαϊκές πολιτικές, αναγνωρίζοντας πως αυτός διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στην κοινωνία και εγκρίθηκε από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή με στόχο την αποσαφήνιση του ρόλου του αθλητισμού στην κοινωνία της Ευρώπης και την παροχή στρατηγικών κατευθύνσεων για το μέλλον. Οι σημαντικότερες κατευθύνσεις που καθορίζονται από τη Λευκή Βίβλο για τον αθλητισμό αφορούν την υποστήριξη του αθλητισμού μέσω κοινοτικών προγραμμάτων, την ενίσχυση της συνεργασίας μεταξύ των φορέων ενδιαφέροντος και τη διασύνδεση του αθλητισμού με την υγεία, την εκπαίδευση και το ευρύτερο κοινωνικό περιβάλλον. Ειδικότερα σε ότι αφορά τον αθλητικό τουρισμό, η υποστήριξή του από τα ευρωπαϊκά χρηματοδοτικά προγράμματα διαμορφώνει σημαντικές ευκαιρίες επένδυσης για οργανισμούς και επιχειρήσεις που αναπτύσσουν αθλητικές δραστηριότητες. Παράλληλα, προς αυτήν την κατεύθυνση λειτουργεί και η υποστήριξη και ενθάρρυνση της συνεργασίας μεταξύ των αντιπροσώπων των ενδιαφερόμενων τομέων και δημόσιων αρχών, εστιάζοντας στην ανάπτυξη δικτύων αθλητικού ενδιαφέροντος.

3.1.2 Η αθλητική πολιτική στη Συνθήκη της Λισαβόνας (2009)

Μετά τη Λευκή Βίβλο, η συνθήκη της Λισαβόνας όρισε τέσσερις νέους τομείς αρμοδιοτήτων στους οποίους μπορεί να παρέμβει η ΕΕ, οι οποίοι αναφέρονται στην πολιτική προστασία, τη διοικητική συνεργασία, τον τουρισμό και τον αθλητισμό.

Καθίσταται, λοιπόν, προφανές πως μέσω των ευρωπαϊκών κατευθύνσεων υπάρχει δυνατότητα ανάπτυξης του αθλητικού τουρισμού, δεδομένης της στήριξης των ευρωπαϊκών θεσμών. Ειδικότερα για τον τουρισμό, ο οποίος ήδη συμπεριλαμβάνεται σε ένα μεγάλο αριθμό ευρωπαϊκών πολιτικών, η συνθήκη της Λισαβόνας θεσπίζει μία ειδική νομική βάση για να έχει τη δυνατότητα η ΕΕ να παρεμβαίνει στον εν λόγω τομέα. Σύμφωνα με το άρθρο 195 της συνθήκης για τη λειτουργία της ΕΕ, ορίζεται πως η δράση της ΕΕ αναφορικά με τον τουρισμό επιδιώκει δύο βασικούς στόχους: (1) τη δημιουργία ευνοϊκού περιβάλλοντος για την ανάπτυξη των επιχειρήσεων στον τομέα του τουρισμού, και (2) την επιδίωξη καλύτερης συνεργασίας μεταξύ των κρατών-μελών, κυρίως μέσω της ανταλλαγής καλών πρακτικών.

Αναφορικά με τον αθλητισμό, η συνθήκη της Λισαβόνας με το άρθρο 165 της λειτουργίας της ΕΕ ορίζει πως στόχος της είναι η προώθηση των ευρωπαϊκών επιδιώξεων στο χώρο του αθλητισμού, μέσω της στήριξης των δράσεων που αποσκοπούν στην προστασία της σωματικής και ηθικής ακεραιότητας των αθλητών και άλλων αθλητικών δραστηριοτήτων μέσω της ανάπτυξης συνεργασιών με διεθνείς οργανισμούς στον τομέα του αθλητισμού. Συνεπώς, η ένταξη του αθλητισμού στη συνθήκη της Λισαβόνας αποσκοπεί στην παροχή κατευθυντήριων γραμμών στο πεδίο του αθλητισμού, παρέχοντας παράλληλα οικονομική ενίσχυση για αντίστοιχες οργανωτικές και αθλητικές δραστηριότητες. Με άλλα λόγια, η ύπαρξη μίας κοινής ευρωπαϊκής βάσης διαμορφώνει ευνοϊκές συνθήκες για την ανάπτυξη μίας ολοκληρωμένης αθλητικής πολιτικής βάσει των κανόνων λειτουργίας των εσωτερικών αγορών και του ανταγωνισμού.

3.1.3 Ανακοίνωση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για τον Αθλητισμό (2011)

Η ανακοίνωση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής με τίτλο «Ανάπτυξη της Ευρωπαϊκής Διάστασης για τον Αθλητισμό» δημοσιεύτηκε τον Ιανουάριο του 2011. Η ανακοίνωση αυτή αποτελεί ένα έγγραφο μη νομοθετικής φύσης και ως εκ τούτου δεν είναι μία νομικά δεσμευτική για τα κράτη-μέλη πρωτοβουλία, συμπληρώνοντας τη Λευκή Βίβλο για τον αθλητισμό του 2007 και εκθέτοντας τις απόψεις της Επιτροπής σχετικά με την εφαρμογή των διατάξεων του άρθρου 165 της Συνθήκης της Λισαβόνας. Βασιζόμενη σε παρόμοια δομή με αυτή της Λευκής Βίβλου για τον αθλητισμό, η ανακοίνωση προτείνει συγκεκριμένες δράσεις για την Επιτροπή και τα κράτη-μέλη σε τρία κεφάλαια, τον κοινωνικό ρόλο του αθλητισμού, την οικονομική

διάστασή του και την οργάνωση των αθλητικών δράσεων. Επιπλέον, η ανακοίνωση συνοδεύεται από ένα έγγραφο εργασίας σχετικά με την ελεύθερη μετακίνηση και κυκλοφορία επαγγελματιών και ερασιτεχνών αθλητών εντός της ΕΕ.

3.1.4 Σχέδιο έργου του Ευρωπαϊκού Συμβουλίου για τον Αθλητισμό (2011)

Το Μάιο του 2011 οι Υπουργοί Αθλητισμού της ΕΕ υιοθέτησαν ένα κοινό σχέδιο εργασίας για τον αθλητισμό, το οποίο καθορίζει τις προτεραιότητες στον τομέα του αθλητισμού για τη χρονική περίοδο 2011-2014, οι οποίες αφορούν την ακεραιότητα του αθλητισμού με εστίαση στην καταπολέμηση του ντόπινγκ, τα στημένα παιχνίδια και την καλή διακυβέρνηση, τις κοινωνικές αξίες του αθλητισμού με εστίαση στην υγεία, την κοινωνική ένταξη, την εκπαίδευση και τον εθελοντισμό, και τις οικονομικές διαστάσεις του αθλητισμού με εστίαση στη βιώσιμη χρηματοδότηση των αθλημάτων και τη χάραξη στοιχειοθετημένων πολιτικών. Επίσης, το Συμβούλιο αναγνωρίζει μέσω του κοινού εγγράφου πως υπάρχει ανάγκη για την ΕΕ να συνεργαστεί στενά με όλους τους αρμόδιους φορείς του αθλητικού κινήματος σε εθνικό, ευρωπαϊκό και διεθνές επίπεδο, μέσω ανάπτυξης κοινού διαλόγου.

3.2 ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΑΘΛΗΤΙΚΩΝ ΔΡΑΣΕΩΝ ΣΤΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΤΗΣ ΕΕ

Οι δραστηριότητες που σχετίζονται με τον αθλητισμό μπορούν να χρηματοδοτηθούν μέσω διάφορων προγραμμάτων χρηματοδότησης της ΕΕ, υπό τον όρο πως αυτές συμβάλλουν στους γενικούς στόχους και προτεραιότητές τους. Τα σημαντικότερα προγράμματα χρηματοδότησης αθλητικών δράσεων των τελευταίων ετών είναι τα εξής:

- i. Πρόγραμμα «Νεολαία σε Δράση» (“Youth in Action”): το πρόγραμμα απευθύνεται σε νέους ηλικίας 13-30 ετών, έχει συνολικό προϋπολογισμό 885 εκ. ευρώ και χρηματοδοτεί τις ανταλλαγές νέων, εθελοντών και άλλες σχετικές πρωτοβουλίες αθλητικού περιεχομένου.
- ii. Πρόγραμμα «Δια Βίου Μάθηση» (“Lifelong Learning”): το πρόγραμμα με συνολικό προϋπολογισμό 7 δις ευρώ υποστηρίζει δράσεις εκπαίδευσης και κατάρτισης και αποτελείται από διάφορα επιμέρους προγράμματα, συμπεριλαμβάνοντας αθλητικές δράσεις.

- iii. Πρόγραμμα «Ευρώπη για τους Πολίτες» (“Europe for Citizens”): το πρόγραμμα υποστηρίζει δραστηριότητες που προωθούν την ενεργή συμμετοχή των Ευρωπαίων πολιτών στα κοινά και έχει χρησιμοποιηθεί για τη χρηματοδότηση έργων σχετικά με τον αθλητισμό. Επιπλέον, μεγαλύτερες οργανώσεις του ευρωπαϊκού δικτύου μπορούν να επωφεληθούν με διαρθρωτική στήριξη μέσω επιχορήγησης για την κάλυψη των λειτουργικών τους εξόδων.
- iv. Διαρθρωτικά Ταμεία: τα Διαρθρωτικά Ταμεία προωθούν την κοινωνικο-οικονομική ανάπτυξη των ευρωπαϊκών περιφερειών, ιδίως των λιγότερο ανεπτυγμένων. Το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης (ΕΤΠΑ) μπορεί να χρησιμοποιηθεί υπό ορισμένες προϋποθέσεις για τη χρηματοδότηση αθλητικών υποδομών, το Ευρωπαϊκό Κοινοτικό Ταμείο (ΕΚΤ) για τη λήψη μέτρων για την απασχόληση στον τομέα του αθλητισμού, τα προγράμματα INTERREG για την υποστήριξη διασυνοριακών δράσεων αθλητισμού, και το Ευρωπαϊκό Ταμείο Αγροτικής Ανάπτυξης και το πρόγραμμα LEADER για τη χρηματοδότηση αθλητικών έργων σε περιοχές της περιφέρειας.
- v. Πρόγραμμα Υγείας (“The Health Program”): το πρόγραμμα αυτό με συνολικό προϋπολογισμό 321,5 εκ. ευρώ υποστηρίζει διάφορες δραστηριότητες που σχετίζονται με την υγεία και κατά το παρελθόν έχει υποστηρίξει έργα αθλητικού περιεχομένου, εστιάζοντας στην προώθηση ου υγιεινού τρόπου ζωής και της σωματικής άσκησης.
- vi. Πρόγραμμα «Δάφνη» (“DAPHNE”): το πρόγραμμα έχει σχεδιαστεί για την υποστήριξη δράσεων που αποσκοπούν στην πρόληψη ή την καταπολέμηση της βίας εις βάρος παιδιών, νέων και γυναικών, συμπεριλαμβάνοντας σχετικές δράσεις που αναλαμβάνονται σε αθλητικά περιβάλλοντα.
- vii. Το πρόγραμμα «Προπαρασκευαστικές Δράσεις στο Τομέα του Αθλητισμού» δημιουργήθηκε από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή το 2009 για να προετοιμάσει τις μελλοντικές ενέργειες της ΕΕ στον τομέα του αθλητισμού μετά την έναρξη της ισχύος της συνθήκης της Λισαβόνας. Ο κύριος στόχος του προγράμματος είναι να προσδιοριστούν και να αξιολογηθούν τα κατάλληλα δίκτυα και οι καλές πρακτικές στο χώρο του αθλητισμού, ενώ ένας αριθμός συγκεκριμένων αθλητικών δράσεων σε διαφορετικούς τομείς έχουν χρηματοδοτηθεί τα

προηγούμενα χρόνια, όπως το έργο “Athletes2Business” το οποίο υλοποιήθηκε από τη Μονάδα Αθλητισμού της Ευρωπαϊκής Επιτροπής το 2011.

3.3 ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΤΗΣ ΕΕ

Το βασικό πρόγραμμα χρηματοδότησης του αθλητικού τουρισμού και επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στη διοργάνωση αθλητικο-τουριστικών εκδηλώσεων μέσω της ευρωπαϊκής πολιτικής συμπεριλαμβάνεται στο Επιχειρησιακό Πρόγραμμα (ΕΠ) «Ανταγωνιστικότητα και Επιχειρηματικότητα» 2007-2013 (ΕΠΑΕ), το οποίο έχει ως κεντρικό αναπτυξιακό στόχο τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας και της εξωστρέφειας των επιχειρήσεων και του παραγωγικού συστήματος της χώρας, εστιάζοντας σε καινοτόμες δράσεις. Οι βασικές κατευθυντήριες γραμμές του ΕΠΑΕ είναι οι ακόλουθες: (1) επιτάχυνση της μετάβασης στην οικονομία της γνώσης, (2) ανάπτυξη της υγιούς, αειφόρου και εξωστρεφούς επιχειρηματικότητας, και (3) ενίσχυση της ελκυστικότητας της χώρας ως τόπος ανάπτυξης της επιχειρηματικής δραστηριότητας, με σεβασμό στο περιβάλλον και την αειφορία.

Οι προαναφερθείσες κατευθυντήριες γραμμές του ΕΠ «Ανταγωνιστικότητα και Επιχειρηματικότητα» αφορούν τους εξής άξονες δράσεις: (1) δημιουργία και αξιοποίηση της καινοτομίας που υποστηρίζεται από έρευνα και τεχνολογική ανάπτυξη, (2) ενίσχυση της επιχειρηματικότητας και της εξωστρέφειας, (3) βελτίωση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος, (4) ολοκλήρωση του ενεργειακού συστήματος και ενίσχυση της αειφορίας, και (5) τεχνική υποστήριξη.

Ο άξονας προτεραιότητας που αφορά τον αθλητικό τουρισμό είναι ο δεύτερος, ο οποίος σχετίζεται με την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας και της εξωστρέφειας μέσω της παραγωγικής αναβάθμισης σε αγαθά και υπηρεσίες υψηλής προστιθέμενης αξίας, ενσωματώνοντας τη γνώση και την καινοτομία με περιβαλλοντική ευαισθησία. Ειδικότερα στον τομέα του τουρισμού, οι στόχοι του δεύτερου άξονα εξειδικεύονται σε δράσεις για την υποστήριξη των επενδύσεων που αποβλέπουν στην ενίσχυση των τουριστικών επιχειρήσεων, στην προστασία του περιβάλλοντος, στην επιχειρηματική αξιοποίησή του, στην εφαρμογή ολοκληρωμένων και καινοτόμων παρεμβάσεων για

τον εκσυγχρονισμό των τουριστικών μονάδων, στη διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος και στην άμβλυνση της εποχικότητας της τουριστικής ζήτησης.

Συγκεκριμένα, η Πράξη «Εναλλακτικός Τουρισμός» στο πλαίσιο του ΕΠ αφορά την υλοποίηση επενδύσεων στον τομέα του τουρισμού από τις υφιστάμενες επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται ή σκοπεύουν να δραστηριοποιηθούν στην ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού και λειτουργούν εντός της Ελληνικής Επικράτειας. Σύμφωνα με τις κατευθύνσεις της Πράξης, «ο εναλλακτικός τουρισμός περιλαμβάνει το σύνολο των τουριστικών υπηρεσιών, οι οποίες διακρίνονται ανάλογα με τις ιδιαίτερες ανάγκες, προτιμήσεις και κίνητρα των τουριστών, απευθύνονται σε εξειδικευμένο κοινό, τηρούν τις αρχές της βιώσιμης ανάπτυξης και συμβάλλουν στην άμβλυνση της εποχικότητας της τουριστικής ζήτησης». Έτσι, η Πράξη αποσκοπεί:

- Στη διαφοροποίηση και εμπλουτισμό του ελληνικού τουριστικού προϊόντος με την επιχειρηματική αξιοποίηση εναλλακτικών μορφών τουρισμού
- Στην ανάδειξη και τουριστική αξιοποίηση του φυσικού και πολιτισμικού αποθέματος
- Στην άμβλυνση της εποχικότητας της τουριστικής ζήτησης.

Συνεπώς, οι κατευθύνσεις της ΕΕ μέσω της Πράξης «Εναλλακτικός Τουρισμός» αφορούν τη χρηματοδότηση επενδυτικών σχεδίων για την ανάπτυξη ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Ειδικότερα αναφορικά με τον αθλητικό τουρισμό, η χρηματοδότηση αφορά επενδυτικά σχέδια που σχετίζονται με τη μορφή τουρισμού που ενθαρρύνει τη συμμετοχή του επισκέπτη σε εμπειρίες που συνδέονται με τον αθλητισμό για λόγους αναψυχής. Επίσης, ορίζεται πως οι δραστηριότητες αυτές μπορούν να αναπτύσσονται: (1) στη θάλασσα (καταδύσεις, θαλάσσιο σκι, θαλάσσιο αλεξίπτωτο, κολύμβηση, λοιπά θαλάσσια αθλήματα), (2) σε λίμνες και ποτάμια (κανόε – καγιάκ, ράφτινγκ), και (3) σε ορεινές, ημιορεινές, πεδινές, αστικές και ημιαστικές περιοχές. Αξίζει να σημειωθεί πως οι υπόλοιποι αναπτυξιακοί άξονες της πράξης «Εναλλακτικός Τουρισμός» συμπεριλαμβάνουν το θαλάσσιο τουρισμό, τον τουρισμό υπαίθρου, το γαστρονομικό τουρισμό και τον τουρισμό υγείας και ευεξίας.

Οι κύριοι στόχοι των επενδυτικών σχεδίων αφορούν: (1) την ανάπτυξη εναλλακτικών τουριστικών υπηρεσιών και δραστηριοτήτων, (2) την προσωποποίηση και εξατομίκευση της τουριστικής εμπειρίας, (3) την παροχή ολοκληρωμένων

τουριστικών υπηρεσιών σε ειδικές ομάδες επισκεπτών, όπως οι επαγγελματικές ομάδες, (4) η διαφοροποίηση των παρεχόμενων τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών από το μαζικό τουρισμό, (5) η διασύνδεση των παρεχόμενων τουριστικών υπηρεσιών με την τοπική παραγωγή, (6) η τουριστική αξιοποίηση των τοπικών, φυσικών και πολιτιστικών πόρων, (7) η εισαγωγή καινοτόμων παρεμβάσεων για την ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού, (8) η ενίσχυση της αειφορίας και η μείωση των εξωτερικών επιβαρύνσεων των υπηρεσιών, και (9) η διάχυση και ενίσχυση της πιστοποίησης ποιότητας στα στάδια της παραγωγικής διαδικασίας.

Ο προϋπολογισμός της Πράξης «Εναλλακτικός Τουρισμός» που προήλθε από δημόσια δαπάνη ανήλθε στα 20.000.000 ευρώ και συγχρηματοδοτήθηκε από την ΕΕ και συγκεκριμένα από το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης (ΕΤΠΑ). Η κατανομή της δαπάνης στις 5 Περιφέρειες καταγράφεται στον παρακάτω Πίνακα 2.

Πίνακας 2 Κατανομή δαπανών Πράξη «Εναλλακτικός Τουρισμός»

Επιχειρησιακό/ Περιφερειακό Πρόγραμμα	Περιφέρεια	Διαθέσιμη Δημόσια Δαπάνη
Ε.Π. Ανταγωνιστικότητα-Επιχειρηματικότητα	1. Ανατολική Μακεδονία-Θράκη 2. Ήπειρος 3. Θεσσαλία 4. Ιόνια Νησιά 5. Δυτική Ελλάδα 6. Πελοπόννησος 7. Βόρειο Αιγαίο 8. Κρήτη	€ 13.645.616,00
Ε.Π. Μακεδονίας-Θράκης	1. Κεντρική Μακεδονία	€ 938.490,00
	1. Δυτική Μακεδονία	€ 930.498,00
Ε.Π. Θεσσαλίας-Στερεάς Ελλάδας-Ηπείρου	Στερεά Ελλάδα	€ 1.789.031,00
Ε.Π. Αττικής	Αττική	€ 1.618.456,00
Ε.Π. Κρήτης και Νήσων Αιγαίου	Νότιο Αιγαίο	€ 1.077.909,00
ΣΥΝΟΛΟ		€ 20.000.000,00

Οι δικαιούχοι του προγράμματος είναι Φυσικά ή Νομικά Πρόσωπα που λειτουργούν μετά το 2010 και δραστηριοποιούνται στους εξής τομείς: πλωτές μεταφορές, καταλύματα, υπηρεσίες εστίασης, ενοικίαση και εκμίσθωση ειδικού εξοπλισμού,

γραφεία οργανωμένων ταξιδιών, εκπαίδευση, αθλητικές δραστηριότητες και δραστηριότητες διασκέδασης και ψυχαγωγίας. Επιπλέον, το ύψος της χρηματοδότησης ως ποσοστό επί του συνολικού προϋπολογισμού ενός επενδυτικού σχεδίου ανέρχεται στο 40% με επιπλέον προσαύξηση κατά 5% σε επενδυτικά σχέδια που υλοποιούνται σε μικρά νησιά. Ακόμη, οι ενέργειες που χρηματοδοτούνται αφορούν: (1) μηχανολογικό και ξενοδοχειακό εξοπλισμό, (2) ειδικό εξοπλισμό εναλλακτικού τουρισμού, (3) κτιριακές εγκαταστάσεις, διαμορφώσεις χώρων και ειδικές και βοηθητικές εγκαταστάσεις, (4) προβολή και προώθηση, (5) συμβουλευτικές υπηρεσίες, και (6) μεταφορά τεχνογνωσίας και τεχνολογίας.

Επιπλέον, το νέο αναπτυξιακό πλάνο του ΕΣΠΑ 2014-2020 συνολικής δαπάνης 16,4 δις ευρώ έχει ως κύριους άξονες αναπτυξιακής στρατηγικής τους εξής: (α) ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας και της εξωστρέφειας των επιχειρήσεων, μετάβαση στην ποιοτική επιχειρηματικότητα, με έμφαση στην καινοτομία και την αύξηση της εγχώριας προστιθέμενης αξίας, (β) ανάπτυξη και αξιοποίηση ικανοτήτων ανθρώπινου δυναμικού, (γ) περιβαλλοντική προστασία, (δ) ανάπτυξη, εκσυγχρονισμός και συμπλήρωση υποδομών για την οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη, (ε) βελτίωση της θεσμικής επάρκειας και της αποτελεσματικής δημόσιας διοίκησης, και (στ) αειφόρος χωρική ανάπτυξη.

Ειδικότερα για τον εναλλακτικό τουρισμό, συμπεριλαμβανομένου του αθλητικού, το νέο ΕΣΠΑ καθορίζει τις ακόλουθες δράσεις: (1) ολοκληρωμένες δράσεις χρηματοδότησης τοπικής και αστικής ανάπτυξης που συνδέονται με τις κατευθύνσεις του Ειδικού Χωροταξικού Πλαισίου για τον Τουρισμό, (2) δημιουργία μητρώου τουριστικών επιχειρήσεων με ψηφιοποίηση διαδικασιών εξυπηρέτησης επιχειρήσεων και επενδυτών, (3) προγράμματα κατάρτισης και ενίσχυσης της απασχόλησης στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού, (4) υλοποίηση τερματικών εγκαταστάσεων κρουαζιέρας και δικτύου τουριστικών λιμένων, και (5) δράσεις συγκρότησης και λειτουργίας τουριστικών δικτύων (clustering) με στόχο τη διασύνδεση υπηρεσιών και τη δημιουργία ολοκληρωμένων τουριστικών πακέτων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

4.1 ΠΟΙΟΤΙΚΗ VS ΠΟΣΟΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ

Αναπόσπαστο κομμάτι για την εκπόνηση μιας ερευνητικής μελέτης είναι η επιλογή της κατάλληλης μεθοδολογικής προσέγγισης, που προκύπτει ύστερα από εκτενή μελέτη του θεωρητικού πλαισίου και των ερευνητικών ερωτημάτων που έχουν τεθεί, η άρτια διαμόρφωση των ερευνητικών εργαλείων και η αρμόζουσα δειγματοληψία (Oppenheim, 1966). Εν συντομία η ερευνητική μεθοδολογία ορίζει τους τρόπους και τα μέσα που χρησιμοποιούν οι ερευνητές ώστε να επεξεργαστούν ζητήματα, έχοντας ως απώτερο σκοπό να οδηγηθούν σε αντικειμενικές αλήθειες (Verma & Mallick, 2004). Στις κοινωνικές επιστήμες οι βασικότερες μεθοδολογικές προσεγγίσεις διαχωρίζονται σε ποσοτικές και ποιοτικές, η ειδοποιός διαφορά των οποίων εντοπίζεται στον τρόπο συλλογής και ανάλυσης δεδομένων. Στη συγκεκριμένη μελέτη η ερευνητική μεθοδολογία που ακολουθείται είναι η ποιοτική και συγκεκριμένα η ατομική, ημι-δομημένη συνέντευξη, με ερωτήσεις ανοιχτού τύπου.

Η απόφαση επιλογής της ποιοτικής έρευνας προήλθε ύστερα από κριτική σύγκρισή της με την ποσοτική. Ωστόσο αυτό δεν σημαίνει ότι παραβλέπεται η αξία της ποσοτικής έρευνας, που άλλωστε αποσκοπεί όπως και η ποιοτική στην εξέταση των κοινωνικών δραστηριοτήτων μέσα από την ανάλυση της κουλτούρας, των απόψεων και των στάσεων των ατόμων που εμπλέκονται σε αυτές (Verma & Mallick, 2004). Ενδεικτικό είναι το γεγονός ότι η μια μέθοδος δεν αποκλείει την άλλη και μάλιστα ο συνδυασμός των δυο έχει αποφέρει διαφωτιστικά ερευνητικά αποτελέσματα (Holsti, 1969).

Η ποιοτική έρευνα αποτελεί βασικό εργαλείο ανάλυσης των κοινωνικών επιστημών μετά από τη δεκαετία του '60, η οποία προερχόμενη από τη σχολή της

φαινομενολογίας, κρίνει ότι υπάρχουν πολλαπλές αλήθειες κοινωνικά καθορισμένες (Punch, 2003), εστιάζοντας στη συλλογή και κατανόηση εμπειριών, συναισθημάτων ή απόψεων (Verma & Mallick, 2004).

Η αξιολόγηση κάθε επιστημονικής ποιοτικής έρευνας πρέπει να γίνεται σύμφωνα με το εάν προσφέρει στη θεωρία, εάν είναι επιστημονικά αξιόπιστη κι εμπειρικά βασισμένη, εάν τα ευρήματα μπορούν να γενικευθούν ή να μεταφερθούν και σε άλλες καταστάσεις, και αν παίρνει υπόψη την επίδραση του ερευνητή και της ερευνητικής στρατηγικής στα ευρήματα της έρευνας. Τα παραπάνω κριτήρια φαίνεται να αντιστοιχούν στην εσωτερική και εξωτερική εγκυρότητα, την αξιοπιστία και την αντικειμενικότητα της ποσοτικής έρευνας (Punch, 2003), καθώς η ερευνητική διαδικασία επιτελείται μέσα από την οπτική γωνία των συμμετεχόντων.

4.2 ΜΕΘΟΔΟΣ ΑΝΑΛΥΣΗΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ

Η ανάλυση δεδομένων έγινε με τη μέθοδο ανάλυσης περιεχομένου (content analysis). Η ανάλυση περιεχομένου είναι μέθοδος ανάλυσης λόγου που ενδείκνυται για την έρευνα και ανάλυση της κοινωνικής επικοινωνίας και των προεκτάσεων και συνεπειών της. Εκτυλίσσεται σε πέντε στάδια: στο πρώτο στάδιο αποσαφηνίζεται το ερευνητικό αντικείμενο με την συλλογή και ταξινόμηση των καταγραφών. Το δεύτερο στάδιο αφορά τον ακριβή καθορισμό των πηγών, ενώ στο τρίτο επισημαίνεται το τμήμα ή μονάδα ενδιαφέροντος προς ανάλυση. Στο τέταρτο στάδιο συστηματοποιούνται οι εννοιολογικές κατηγορίες των δεδομένων και στο πέμπτο στάδιο ο ερευνητής κωδικοποιεί το υλικό, που προέκυψε από το προηγούμενο στάδιο, σε αναλυτικές κατηγορίες συναφείς με τα ερωτήματά του (Punch, 2003).

4.3 ΔΕΙΓΜΑ ΚΑΙ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΕΡΓΑΛΕΙΟ

Οι ατομικές συνεντεύξεις πραγματοποιήθηκαν σε προσωπικές συναντήσεις με τους ερωτώμενους στον χώρο του εργασίας τους από την 6/1/2014 έως την 10/1/2014. Η διάρκεια των συνεντεύξεων κυμάνθηκε από 15 έως 20 λεπτά. Οι ερωτήσεις

διατυπώθηκαν με την ίδια σειρά για όλους και σε ορισμένες περιπτώσεις προέκυψε η ανάγκη παρενθετικών διευκρινήσεων για την καλύτερη κατανόηση των ερωτήσεων.

Το δείγμα της έρευνας αποτελείται από 6 άτομα, τα οποία δραστηριοποιούνται σε αθλητικούς, διοικητικούς και εμπορικούς φορείς της πόλης. Συγκεκριμένα οι ερωτηθέντες στην έρευνα είναι:

Ο κύριος Γεώργιος Νίκου, Πρόεδρος του αθλητικού συλλόγου ΑΕΚ Τρίπολης

Ο κύριος Νίκος Προύντζος, Πρόεδρος της Ένωσης Ποδοσφαιρικού Τρίπολης

Ο κύριος Γιάννης Σμυρνιώτης, Δήμαρχος της Τρίπολης

Ο κύριος Φώτης Σαββάκης, Σύμβουλος του Δημάρχου σε θέματα αθλητισμού

Ο κύριος Αθανάσιος Αρβανίτης, Πρόεδρος του Συλλόγου Εμπόρων Τρίπολης

Ο κύριος Κωνσταντίνος Μαρινάκος, Πρόεδρος του συλλόγου Ξενοδόχων Αρκαδίας

Το ερευνητικό εργαλείο της μελέτης περιλαμβάνει 13 ερωτήσεις οι οποίες είναι οι παρακάτω:

1. Ποιες αθλητικές διοργανώσεις έχετε πραγματοποιήσει μέχρι τώρα με σκοπό την ενίσχυση του αθλητικού τουρισμού;
2. Ποιους στόχους επιδιώκετε με τη διοργάνωση τέτοιων αθλητικών διοργανώσεων; Ποιοι είναι οι σημαντικότεροι πόροι που χρειάζεστε για τη διοργάνωση επιτυχών αθλητικών event (συντονισμός με άλλους φορείς, ανθρώπινο δυναμικό, χρηματοδότηση, τεχνολογία, εγκαταστάσεις); Πώς αντιμετωπίζετε αυτά τα προβλήματα;
3. Ποια τυχόν προβλήματα αντιμετωπίσατε κατά τον σχεδιασμό και την υλοποίηση τέτοιων εκδηλώσεων;
4. Ποια είναι τα βασικά χαρακτηριστικά των αθλητικών εκδηλώσεων που διοργανώνετε αναφορικά με το είδος, τη συμμετοχή, τη διάρκεια και τις εγκαταστάσεις;
5. Ποιοι είναι οι αποδέκτες των αθλητικών διοργανώσεων;

6. Σε ποιο βαθμό και με ποιο τρόπο θεωρείτε πως ικανοποιούνται οι συμμετέχοντες των αθλητικών εκδηλώσεων; Μετράτε τον βαθμό ικανοποίησης των συμμετεχόντων στις αθλητικές διοργανώσεις;
7. Πως και από ποιους πραγματοποιείται η χρηματοδότηση των αθλητικών διοργανώσεων που πραγματοποιούνται;
8. Με ποιο τρόπο θεωρείτε πως οι αθλητικές εκδηλώσεις δημιουργούν οικονομικά οφέλη για τους οργανωτές και τις εμπλεκόμενες τοπικές επιχειρήσεις και οργανισμούς;
9. Με ποιο τρόπο θεωρείτε πως οι αθλητικές διοργανώσεις που διοργανώνονται συμβάλλουν στην ανάπτυξη του τουρισμού στην περιοχή και γενικότερα στην περιφερειακή ανάπτυξη;
10. Θεωρείτε πως η Πολιτεία και οι δημόσιοι φορείς συμβάλλουν ενεργά στη διοργάνωση και προβολή των εκάστοτε αθλητικών εκδηλώσεων για την ανάπτυξη της περιοχής;
11. Με ποιους τρόπους πιστεύετε πως οι εμπλεκόμενοι φορείς θα πρέπει να προβάλλουν και να υποστηρίζουν τις αθλητικές εκδηλώσεις στην περιοχή για να αναδειχθεί αυτή ως τουριστικός προορισμός;
12. Υπάρχουν νέες ιδέες από εσάς με σκοπό την υποστήριξη του αθλητικού τουρισμού για την ανάπτυξη της περιοχής σας ;
13. Ποιος κατά τη γνώμη σας είναι ο πλέον αποτελεσματικός τρόπος υλοποίησης αυτής της νέας ιδέας; (χρηματοδότηση, φορέας διοργάνωσης, πόροι, προβολή, εγκαταστάσεις);

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΠΟΙΟΤΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

1. Πραγματοποίηση αθλητικών διοργανώσεων με σκοπό την ενίσχυση του αθλητικού τουρισμού

Αρχικά, όπως προκύπτει από τις απαντήσεις των ερωτηθέντων, οι φορείς της πόλης έχουν αναπτύξει αρκετές δράσεις για την ενίσχυση του αθλητικού τουρισμού της πόλης, όμως παρόλα αυτά διαφαίνεται να μη συμμετέχουν στο σύνολο τους στις εν λόγω διαδικασίες, καθώς δεν παρουσιάζεται να εμπλέκονται σε αυτές ο Σύλλογος Εμπόρων Τρίπολης και ο Σύλλογος Ξενοδόχων Αρκαδίας.

Συγκεκριμένα, με ευθύνη του συλλόγου της ΑΕΚ Τρίπολης που λειτουργεί τμήμα ποδοσφαίρου, ποδηλασίας και τένις διοργανώνονται διασυλλογικοί αγώνες, ενώ παράλληλα, με ευθύνη της Ένωσης Ποδοσφαίρου Τρίπολης, διοργανώνονται πανελλαδικά ενωσιακά πρωταθλήματα ποδοσφαίρου και τουρνουά εφήβων και παιδών. Επιπλέον η παρουσία της επαγγελματικής ομάδας ποδοσφαίρου του άλλου μεγάλου συλλόγου της πόλης, του Αστέρα Τρίπολης, στην Superleague της Ελληνικής Ποδοσφαιρικής Ομοσπονδίας αποτελεί πόλο τουριστικής προσέλευσης.

Επιπρόσθετα, όπως προκύπτει από τις απαντήσεις του Δημάρχου της πόλης κυρίου Σμυρνιώτη, αλλά και του συμβούλου του σε θέματα αθλητισμού κυρίου Σαββάκη, η Δημοτική αρχή έχει ενεργό συμμετοχή στην πραγματοποίηση αθλητικών διοργανώσεων που στοχεύουν στην ενίσχυση του αθλητικού τουρισμού, καθώς συνέβαλε στη διοργάνωση του Παγκόσμιου Πρωταθλήματος Roller Ski το 2012 και το 2013 στην περιοχή, στη διοργάνωση του Διεθνούς Τουρνουά Πόλο γυναικών «Κύπελλο Θέτις» το 2012, στη διοργάνωση του Πανελλήνιου Πρωταθλήματος Κολύμβησης και του Πανελλήνιου Πρωταθλήματος Πάλης εφήβων την ίδια χρονιά. Πολύ σημαντική δράση που διοργανώθηκε με πρωτοβουλία της Δημοτικής αρχής ήταν η Πανελλήνια ορειβατική συνάντηση στο πάρκο Μαινάλου καθώς μέσω αυτής

προβλήθηκε το φυσικό κάλος της περιοχής αλλά και οι τουριστικές μονάδες που έχουν αναπτυχθεί σε αυτή. Τέλος, άλλες αθλητικές δραστηριότητες που διοργανώθηκαν με ευθύνη του Δήμου Τρίπολης είναι η συνάντηση στίβου «Ελλάδα-Κύπρος 2013», το Πανελλήνιο Πρωτάθλημα Ταχύτητας Αυτοκινήτου, καθώς και αρκετές διοργανώσεις σε περιφερειακό και τοπικό επίπεδο.

2. Επιδιωκόμενοι στόχοι από τη διοργάνωση αθλητικών διοργανώσεων και απαιτούμενοι πόροι για την επιτυχία τους

Με βάση την ιδιότητα τους και κατά συνέπεια το πεδίο δραστηριοποίησης τους οι εμπλεκόμενοι στη διοργάνωση αθλητικών οργανώσεων φορείς θέτουν επί μέρους στόχους ώστε αυτές να κριθούν επιτυχημένες.

Όσον αφορά τους φορείς που εμπλέκονται με το ποδόσφαιρο, παρατηρείται ότι αυτό μπορεί να αποτελέσει το όχημα ώστε να χαρακτηριστεί η πόλη της Τρίπολης ως «αθλητική πόλη» μέσω της προβολής που θα λάβει από τις επιτυχίες των ποδοσφαιρικών σωματίων, με στόχο τη φιλοξενία στην πόλη σημαντικών ποδοσφαιρικών και γενικότερα αθλητικών διοργανώσεων. Ανάλογοι είναι οι στόχοι των αθλητικών συλλόγων αναφορικά με την προβολή αθλημάτων όπως η ποδηλασία και το τένις στα οποία η πόλη της Τρίπολης παρουσιάζει διαχρονική παράδοση.

Αντίστοιχοι είναι οι στόχοι που θέτει η Δημοτική αρχή. Η καθιέρωση της πόλης της Τρίπολης σαν πόλη η οποία θα αποτελεί το σημαντικότερο αθλητικό και προπονητικό κέντρο της ευρύτερης περιοχής της Προπονήσου, θα επιφέρει τουριστική ανάπτυξη, προβολή της σημασίας του αθλητισμού στην τοπική κοινωνία και αυξημένη προβολή της περιοχής. Έμμεσοι στόχοι της παρούσας διαδικασίας είναι η δημιουργία θέσεων εργασίας, η οικονομική ανάπτυξη της περιοχής και η βελτίωση των διεθνών σχέσεων της. Για την επίτευξη των παραπάνω η Δημοτική αρχή θα πρέπει να εστιάσει στην αντιμετώπιση προβλημάτων που σχετίζονται με τον προγραμματισμό του σχεδίου δράσης της.

Η Δημοτική αρχή είναι ο κύριος φορέας παροχής των απαιτούμενων πόρων για τη λειτουργία των αθλητικών σωματίων και τη διοργάνωση αθλητικών δραστηριοτήτων,

προφέροντας, συντηρώντας και βελτιώνοντας τις αθλητικές εγκαταστάσεις με ιδίους οικονομικούς πόρους, ενώ όταν απαιτείται, ζητείται και η συνδρομή της Περιφέρειας Πελοποννήσου. Η κάλυψη της χρηματοδότησης του ανθρώπινου δυναμικού γίνεται επίσης με ιδίους πόρους του Δήμου, ενώ παραπλήσιος είναι ο τρόπος κάλυψης της χρηματοδότησης του ανθρώπινου δυναμικού των σωματίων και των αθλητικών ενώσεων.

3. Παρουσιαζόμενα προβλήματα κατά τον σχεδιασμό και την υλοποίηση αθλητικών διοργανώσεων και τρόποι αντιμετώπισής τους

Τα κυριότερα προβλήματα που παρουσιάζονται κατά το σχεδιασμό και την υλοποίηση των αθλητικών εκδηλώσεων είναι η παλαιότητα και η μικρή χωρητικότητα των αθλητικών εγκαταστάσεων, η μειωμένη χρηματοδότηση από τους κρατικούς φορείς και η έλλειψη συντονισμού και συνεργασίας.

Συγκεκριμένα, όσον αφορά τις ποδοσφαιρικές διοργανώσεις παρατηρείται χαμηλό επίπεδο συντήρησης των εγκαταστάσεων, ενώ σε πολλές περιπτώσεις αυτές κρίνονται ως ανεπαρκείς για τη διεξαγωγή αθλητικών συναντήσεων υψηλού επιπέδου. Το συγκεκριμένο πρόβλημα σχετίζεται άμεσα με τη μείωση της χρηματοδότησης των αθλητικών σωματείων και ενώσεων. Η μείωση της χρηματοδότησης έχει οδηγήσει και στην αδυναμία από μέρους των διοργανωτών των αθλητικών εκδηλώσεων της πρόσληψης ικανού αριθμού εξειδικευμένου προσωπικού που θα μπορούσε να αποτελέσει σημαντικό παράγοντα επιτυχίας των αναλαμβανόμενων δραστηριοτήτων. Επί παραδείγματι, είναι χαρακτηριστικό ότι ο σύλλογος ΑΕΚ Τρίπολης δεν έχει λάβει χρηματοδότηση από την ομοσπονδία για τουλάχιστον 10 χρόνια, ενώ σημαντική είναι η μείωση της χρηματοδότησης της Ένωσης Ποδοσφαίρου Τρίπολης από την Πανελλήνια Ομοσπονδία Ποδοσφαίρου.

Για την αντιμετώπιση των παραπάνω σκοπέλων, οι φορείς διοργάνωσης αθλητικών εκδηλώσεων στηρίζονται στη σύναψη καλά μελετημένου σχεδιασμού δράσης των δραστηριοτήτων τους, ενώ παράλληλα γίνεται προσπάθεια χτισίματος δικτύου εθελοντών που θα συμμετέχουν σταθερά στη διαδικασία διοργάνωσης. Τέλος, η αντιμετώπιση της έλλειψης κλινών για τη φιλοξενία των αθλητών και επισκεπτών

επιτυγχάνεται περιφερειακά με διαμονή τους σε κοντινές περιοχές (Αργος, Ναύπλιο Ν. Κίος) με εξασφάλιση μεταφοράς.

4. Βασικά χαρακτηριστικά των διοργανωόμενων αθλητικών εκδηλώσεων είδος, τη συμμετοχή, τη διάρκεια και τις εγκαταστάσεις

Οι φορείς που δραστηριοποιούνται στην πόλη της Τρίπολης έχουν αναπτύξει δίκτυο διοργάνωσης τόσο μεγάλων όσο και μικρών αθλητικών εκδηλώσεων. Οι εγκαταστάσεις της πόλης, με τα όποια προβλήματα και ελλείψεις παρουσιάζουν, μπορούν να καλύψουν τις ανάγκες μεγάλων τουρνουά Πανελλαδικού αλλά και διεθνούς επιπέδου. Η συμμετοχή του αθλητικού κόσμου αλλά και των φιλάθλων σε αυτές κρίνεται ικανοποιητική. Οι θεατές που προσελκύονται είναι ανεξαρτήτως ηλικιακού, κοινωνικού και οικονομικού προφίλ και προέρχονται κατά κύριο λόγο από τις γύρω περιοχές. Βασικό κομμάτι για την επιτυχία των εκδηλώσεων αποτελεί η επίτευξη των προκαθορισμένων από τους φορείς στόχων. Η υψηλή ανταπόκριση από τους επισκέπτες και η κάλυψη των αναγκών τους επιτυγχάνεται μέσω της ολιστικής κάλυψης των συνηθειών τους, του υψηλού επιπέδου των εγκαταστάσεων και υλικοτεχνικών υποδομών της πόλης και της κάλυψης των αναγκών τους για διαμονή, διατροφή και ψυχαγωγία.

5. Αποδέκτες των αθλητικών διοργανώσεων

Κύριος αποδέκτης των αθλητικών εκδηλώσεων που διοργανώνονται στην πόλη της Τρίπολης είναι συνολικά η τοπική κοινωνία της. Βέβαια, μεγαλύτερο βαθμό αποδοχής παρουσιάζουν οι άμεσα σχετιζόμενοι με αυτές, όπως οι ίδιοι οι αθλητές και οι οικογένειές τους, οι προπονητές, αλλά και ο εμπορικός κόσμος της πόλης.

Εστιάζοντας στα οφέλη που αποκομίζει ο εμπορικός κόσμος από τη διοργάνωση αθλητικών εκδηλώσεων στην περιοχή, αρχικά αξίζει να αναφερθεί ότι οι άμεσα επωφελούμενες επιχειρήσεις είναι οι επιχειρήσεις μαζικής εστίασης, οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις και τα εμπορικά καταστήματα.

Κατά τις περιόδους διοργάνωσης αθλητικών εκδηλώσεων παρατηρείται αυξητική τάση της κίνησης στα εμπορικά καταστήματα ένδυσης, υπόδησης και αθλητικών ειδών. Παράλληλα, η αύξηση τουριστικής ροής συνδράμει σημαντικά στην άνοδο της ζήτησης για ξενοδοχειακές υπηρεσίες.

Η ανταπόκριση των επιχειρήσεων στις αυξημένες ανάγκες που προκύπτουν τις περιόδους τέλεσης αθλητικών δραστηριοτήτων είναι ικανοποιητική. Η τακτοποίηση των αθλητών, σωματείων και αθλητικών παραγόντων στις 600 κλίνες που είναι διαθέσιμες στην πόλη της Τρίπολης και τις 1000 κλίνες που προσφέρονται σε επίπεδο Δήμου Τρίπολης γίνεται πάντα σύμφωνα με τις απαιτήσεις και τις προδιαγραφές που θέτουν οι αθλητικές Ομοσπονδίες.

Πρόσθετα, ο εμπορικός κόσμος της πόλης εκφράζει την ανάγκη για την ανάληψη ακόμη περισσότερων αθλητικών διοργανώσεων αγωνισμάτων υψηλού ενδιαφέροντος.

6. Βαθμός ικανοποίησης των συμμετεχόντων στις αθλητικές διοργανώσεις

Παρόλο που δεν υπάρχει συγκεκριμένος τρόπος μέτρησης του βαθμού ικανοποίησης των συμμετεχόντων στις αθλητικές εκδηλώσεις που διοργανώνονται στην Τρίπολη με ευθύνη των φορέων της πόλης, η γενική αίσθηση όλων των ερωτηθέντων είναι ότι αυτός είναι υψηλός.

Παρατηρείται υψηλή προσέλευση, συμμετοχή και ανταπόκριση και δημιουργείται θετική αίσθηση για την ικανοποίηση των αθλητών, προπονητών, επισκεπτών καθώς του φίλαθλου κοινού της πόλης. Η απόκτηση με την πάροδο των ετών του know how, από τους εμπλεκόμενους φορείς για τη σωστή διοργάνωση αθλητικών εκδηλώσεων έχει συνδράμει σημαντικά στην αύξηση του βαθμού της ικανοποίησης των συμμετεχόντων στις αθλητικές εκδηλώσεις.

Πρόσθετα, μέσω διάχυσης πληροφοριών καταγράφεται υψηλός βαθμός ικανοποίησης υπό την αίρεση των ελλείψεων που σημειώνονται σε υποδομές συμπληρωματικών υπηρεσιών, συντονισμού ενεργειών μεταξύ εμπλεκόμενων φορέων δημοσίου και

ιδιωτικού τομέα, ώστε να αναπτυχθεί περισσότερο η οργανωσιακή κουλτούρα της περιοχής.

7. Πηγές και τρόποι χρηματοδότηση των αθλητικών διοργανώσεων

Αναφορικά με τη χρηματοδότηση των αθλητικών δραστηριοτήτων που διοργανώνονται στην πόλη της Τρίπολης το σύνολο των ερωτηθέντων προβάλλουν την απουσία της πολιτείας από αυτή. Αντίθετα σημαντική κρίνεται η συνδρομή του Δήμου και σε κάποιες περιπτώσεις της Περιφερειακής αρχής. Πρόσθετα, μεγάλο μέρος των διοργανώσεων χρηματοδοτείται από ίδιους πόρους των σωματίων που αναλαμβάνουν της περάτωση των αθλητικών εκδηλώσεων. Τέλος, πολύτιμη είναι η συνεισφορά του επιχειρηματικού κόσμου της πόλης που συμμετέχει ως χορηγός στις αθλητικές εκδηλώσεις, ενώ παράλληλα οι εμπορικές ενώσεις παρακινούν τους επιχειρηματίες όλων των κλάδων για διεύρυνση των χορηγιών σε αθλητικές εκδηλώσεις. Σε διοργανώσεις υψηλού ενδιαφέροντος που προσελκύουν μεγάλο αριθμό φίλαθλου κοινού υπάρχει δυνατότητα εσόδων από διαφημίσεις, εισιτήρια και τηλεοπτικά δικαιώματα τα οποία συμβάλλουν στην επιτυχή διοργάνωση των εκδηλώσεων.

8. Τρόποι με τους οποίους οι αθλητικές εκδηλώσεις δημιουργούν οικονομικά οφέλη για τους οργανωτές και τις εμπλεκόμενες τοπικές επιχειρήσεις και οργανισμούς

Η διοργάνωση μικρών και μεγάλων αθλητικών εκδηλώσεων αποφέρει πολλαπλά οφέλη στους οργανωτές των εκδηλώσεων αυτών, αλλά και στην τοπική κοινωνία τόσο σε όρους επιχειρήσεων και οργανισμών, αλλά και στους απλούς πολίτες. Η Τρίπολη και η ευρύτερη περιοχή προσφέρει στον επισκέπτη πλήθος τουριστικών δραστηριοτήτων. Η αύξηση της επισκεψιμότητας λόγω αθλητικών εκδηλώσεων αυξάνει την τουριστική ζήτηση της περιοχής και αναβαθμίζει την προβολή της. Με τον τρόπο αυτό τονώνεται σημαντικά το εισόδημα της τοπικής κοινωνίας και αυξάνονται τα επίπεδα απασχόλησης. Τέλος, η πολλαπλότητα των οικονομικών

ωφελειών από τη διοργάνωση αθλητικών event αποτυπώνεται επίσης στην βελτίωση της ποσότητας και της ποιότητας των υπηρεσιών που παρέχονται από τις τοπικές επιχειρήσεις, με σημαντικά κέρδη για όλους τους παραγωγικούς κλάδους και τους κλάδους παροχής υπηρεσιών και στο σύνολο της οικονομίας της τοπικής κοινωνίας της Τρίπολης.

9. Τρόποι με τους οποίους οι αθλητικές εκδηλώσεις συμβάλλουν στην ανάπτυξη του τουρισμού στην περιοχή και γενικότερα στην περιφερειακή ανάπτυξη

Δεδομένου ότι η περιοχή της Τρίπολης χαρακτηρίζεται από τεράστιες δυνατότητες για χειμερινό τουρισμό, τουρισμό αναψυχής και περιπέτειας και με βάση ότι δεν είναι λίγοι οι επισκέπτες που με αφορμή την επίσκεψη στην πόλη για τη συμμετοχή σε αθλητικές δραστηριότητες ή την παρακολούθηση τους εκδράμουν στους κοντινούς στην πόλη προορισμούς αυξάνει σημαντικά το τουριστικό ΑΕΠ της περιοχής. Παράλληλα, αυξάνεται η πιθανότητα επιστροφής των επισκεπτών στην περιοχή για τουρισμό σε άλλες χρονικές στιγμές.

Επιπρόσθετα, η προσέλκυση μεγάλου αριθμού επισκεπτών αποτελεί το μέσο για τη γενικότερη αναμόρφωση, εκσυγχρονισμό και οικονομική άνοδο της περιοχής. Με την εδραίωση και σταθερότητα ύπαρξης μεγάλων αθλητικών εκδηλώσεων η περιοχή θα αναγνωριστεί σαν αθλητικό και ευρύτερα πολιτιστικό κέντρο. Επιπλέον, μέσω της διεξαγωγής αθλητικών εκδηλώσεων αυξάνεται το ενδιαφέρον της τοπικής κοινωνίας για τον αθλητισμό. Όλα τα παραπάνω θα μπορούν να λειτουργήσουν σαν μοχλός πίεσης προς την πολιτεία για την ανάληψη πρωτοβουλιών για την περαιτέρω ανάπτυξη των σχετικών υποδομών. Σαν αποτέλεσμα θα είναι η συνεχής αύξηση ανάληψης αθλητικών διοργανώσεων και η χρηματοδότηση αυτών από την Τοπική Αυτοδιοίκηση Α΄ και Β΄ βαθμού, με συνέπεια τη σταθερή τουριστική προβολή της περιοχής.

10. Συμβολή της Πολιτείας και των δημόσιων φορέων στη διοργάνωση και προβολή των αθλητικών εκδηλώσεων

Όπως παρουσιάστηκε και παραπάνω η συμβολή της Κεντρικής Διοίκησης ως αρωγός για τη διοργάνωση και προβολή των αθλητικών εκδηλώσεων που λαμβάνουν χώρα στην πόλη της Τρίπολης είναι εξαιρετικά ανεπαρκής και σε αυτό σημαντικό ρόλο διαδραματίζει η αρνητική οικονομική συγκυρία στην οποία έχει περιέλθει η χώρα μας. Αντίθετα, οι ερωτηθέντες κρίνουν σαν ικανοποιητική τη συμβολή της Δημοτικής και Περιφερειακής Αρχής. Παράλληλα, προβάλλεται η ανάγκη συνεργασίας της Επιτροπής Τουριστικής Προβολής και Ανάπτυξης με τους αθλητικούς και εμπορικούς φορείς της πόλης με στόχο την ανάπτυξη και του αθλητικού τουρισμού. Τέλος, απαραίτητη κρίνεται η ενεργοποίηση της Πολιτείας, για την ανάληψη δράσεων που θα προσελκύσουν αθλητικούς τουρίστες στην πόλη της Τρίπολης και η διασύνδεση και συνεργασία των δημόσιων και ιδιωτικών φορέων προς επίτευξη του κοινού αυτού στόχου.

11. Δυνητικοί τρόποι προβολής και υποστήριξης των αθλητικές εκδηλώσεις από τους εμπλεκόμενους φορείς για την ανάδειξη της περιοχής ως τουριστικό προορισμό

Όπως αναφέρει και ο κύριος Μαρινάκος *«Η Τρίπολη πρέπει να εστιάσει – περιχαρακώσει το ενδιαφέρον της και τη μέριμνά της στην κάλυψη αθλητικών διοργανώσεων τουριστικού ενδιαφέροντος. Οι φορείς πρέπει να στραφούν στην οργανωμένη σχεδίαση της Τρίπολης ως προορισμού άθλησης και περιπέτειας (πεζοπορία, πάρκο Μαινάλου κλπ). Η Τρίπολη θα πρέπει να προβληθεί ως ιδανικός τόπος άθλησης και ψυχαγωγίας»*.

Κατά γενική ομολογία αυτή θα πρέπει να είναι και η στρατηγική που θα πρέπει να χαράξουν οι εμπλεκόμενοι φορείς, με παράλληλη ανάληψη διαφημιστικών δράσεων, προβολής των αθλητικών δραστηριοτήτων και των τουριστικών επιλογών της περιοχής με τη χρήση σύγχρονων ηλεκτρονικών μέσων. Επίσης αναγκαίες κρίνονται οι χορηγίες από τον εμπορικό κόσμο για την αύξηση των πόρων που χρησιμοποιούνται για την διοργάνωση αθλητικών εκδηλώσεων. Παράλληλα,

προτείνεται η διεύρυνση των fam-trips, καλώντας αθλητικούς-τουριστικούς συντάκτες σε φιλοξενία, αλλά και η ανάπτυξη ευρύτερου δικτύου διανομής του τουριστικού προϊόντος.

12. Νέες ιδέες για την υποστήριξη του αθλητικού τουρισμού με σκοπό την ανάπτυξη της περιοχής της Τρίπολης

Για την υποστήριξη του αθλητικού τουρισμού με σκοπό την ευρύτερη ανάπτυξη της περιοχής της Τρίπολης, αρχικά προτείνεται από τους ερωτηθέντες η προώθηση του συνεδριακού τουρισμού με θεματικές ενότητες αθλητικού περιεχομένου, όπως για παράδειγμα προπονητικά ή διαιτητικά συνέδρια ή συναντήσεις αθλητικών φορέων. Επίσης, προτείνεται η αναβάθμιση των αθλητικών εγκαταστάσεων που σε συνδυασμό με χαμηλές τιμές διαμονής και εστίασης, μπορούν με τον κατάλληλο σχεδιασμό να οδηγήσουν σε προσέλκυση ρεύματος προπονητικού και γενικά αθλητικού τουρισμού.

Επίσης, μια άλλη πτυχή που θα πρέπει να αναπτυχθεί είναι η προώθηση συνεργασιών με εγχώρια και ξένα τουριστικά πρακτορεία με σκοπό την προσέλκυση αθλητικού τουρισμού για την προσφορά ελκυστικών οικονομικά πακέτων.

Οι ερωτηθέντες παρέθεσαν πλούσιες ιδέες για την αξιοποίηση του ορεινού όγκου της περιοχής (Βυτίνα, Δημητσάνα, Λεβίδι), με τη διοργάνωση αθλητικών εκδηλώσεων χειμερινού τουρισμού. Πλεονέκτημα αποτελεί η ύπαρξη έτοιμων υποδομών, οι οποίες όμως θα πρέπει να αναβαθμιστούν και να εκσυγχρονιστούν. Επιπλέον, ο ορεινός όγκος της ευρύτερης περιοχής της Τρίπολης ενδείκνυται για διοργανώσεις αγώνων mountain bike και αναρρίχησης, πάντα με την κατασκευή των ανάλογων υποδομών, ενώ παράλληλα προτείνεται και η κατασκευή υποδομών water sports με επίκεντρο το Λούσιο ποταμό.

13. Αποτελεσματικοί τρόποι υλοποίησης των νέων ιδεών

Για την υλοποίηση των προτεινόμενων ιδεών που θα βοηθήσουν στην υποστήριξη και ενίσχυση του αθλητικού τουρισμού στην περιοχή της Τρίπολης με απώτερο στόχο

την αθλητική, τουριστική, οικονομική και εμπορική ανάπτυξη της, εκτός από την γενναία χρηματοδότηση των προτεινόμενων δράσεων από τον κρατικό προϋπολογισμό και τους τοπικούς φορείς προτείνονται από τους ερωτηθέντες μια σειρά άλλα μέτρα.

Ένα από αυτά είναι η σύναψη συνεργασιών των φορέων της πόλης υπό την καθοδήγηση της Επιτροπής Τουριστικής Προβολής και Ανάπτυξης του δήμου Τρίπολης. Επιπλέον, απαραίτητη είναι η διενέργεια οικονομοτεχνικών μελετών ώστε να διαπιστωθούν οι πιθανότητες, οι τρόποι και τα περιθώρια επιτυχίας των νέων δραστηριοτήτων. Ουσιαστικά, απαιτείται μια ολιστική φόρμουλα που να περιλαμβάνει οικονομικούς πόρους, σωστή προβολή, σύγχρονες εγκαταστάσεις ώστε να υπάρχει δυνατότητα προσφοράς υψηλού βαθμού υπηρεσιών στους επισκέπτες στην περιοχή και στους συμμετέχοντες στις αθλητικές διοργανώσεις που θα ικανοποιούν τις ανάγκες και τις προσδοκίες τους.

ΣΥΖΗΤΗΣΗ – ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η σημαντική ανάπτυξη που παρατηρείται σε παγκόσμια κλίμακα στη βιομηχανία των αθλητικών εκδηλώσεων έχει επιφέρει σημαντικές επιδράσεις στον τομέα του τουρισμού. Σήμερα, η τουριστική βιομηχανία έχει επηρεαστεί καίρια από την ανάπτυξη αθλητικών εγκαταστάσεων και τη διοργάνωση αθλητικών εκδηλώσεων, οι οποίες μάλιστα στο πλαίσιο του εναλλακτικού τουρισμού χρησιμοποιούνται ως τρόπος προσέλκυσης τουριστών σε αστικά κέντρα αλλά και περιοχές της περιφέρειας. Έτσι, ο αθλητικός τουρισμός θεωρείται ως μία βασική έκφραση του εναλλακτικού τουρισμού, ο οποίος συμβάλλει στην περιφερειακά και αειφόρο ανάπτυξη. Τα τελευταία χρόνια, η αυξημένη ευαισθητοποίηση για ζητήματα που αφορούν την υγεία, η μαζική αύξηση της ζήτησης για εναλλακτικές μορφές τουρισμού και η έντονα ανεπτυγμένη αγορά του θεματικού τουρισμού αποτελούν βασικές τάσεις για την ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού μέσω της διοργάνωσης αθλητικο-τουριστικών εκδηλώσεων.

Παράλληλα, στην Ελλάδα την τελευταία δεκαετία παρατηρείται μία προσπάθεια ανάπτυξης του εναλλακτικού τουρισμού, συμπεριλαμβανομένου του αθλητικού, δεδομένων των ευνοϊκών γεωπολιτικών και κλιματολογικών συνθηκών. Ωστόσο, οι ελλείψεις εξειδικευμένων αθλητικών εγκαταστάσεων, η ανεπαρκής υποδομή, ο χαμηλός βαθμός ενεργοποίησης των φορέων και παρόχων τουριστικών υπηρεσιών και η ανεπαρκής στήριξη από την Πολιτεία αποτελούν καίρια εμπόδια για την περαιτέρω ανάπτυξή του, ιδιαίτερα σε απομακρυσμένες περιοχές της περιφέρειας. Παρόλα αυτά, αποτελεί κοινό τόπο πως η διοργάνωση αθλητικών εκδηλώσεων με στόχο την προσέλκυση τουριστών μπορεί να συμβάλλει στην οικονομική ανάπτυξη της περιφέρειας.

Σκοπός της έρευνας που πραγματοποιήθηκε στο πλαίσιο της παρούσας εργασίας ήταν η διερεύνηση του ζητήματος της διοργάνωσης αθλητικο-τουριστικών εκδηλώσεων στην Περιφέρεια της Πελοποννήσου στην οποία εντοπίζονται ανεκμετάλλευτες τουριστικές αναπτυξιακές δυνατότητες. Συγκεκριμένα, η ποιοτική έρευνα που υλοποιήθηκε βασίστηκε στη διενέργεια ατομικών συνεντεύξεων με στελέχη που δραστηριοποιούνται σε αθλητικούς, διοικητικούς και εμπορικούς φορείς της πόλης της Τρίπολης με απώτερο στόχο τη διερεύνηση των απόψεών τους σχετικά με

διάφορα ζητήματα που άπτονται της διοργάνωσης αθλητικών εκδηλώσεων, ως εργαλείο τουριστικής και περιφερειακής ανάπτυξης.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της ποιοτικής έρευνας, αρχικά, τεκμηριώθηκε πως οι φορείς της πόλης δραστηριοποιούνται έντονα στην ενίσχυση του αθλητικού τουρισμού στην περιοχή, αλλά το βασικότερο εμπόδιο είναι η μη συμμετοχή του συνόλου των εμπλεκόμενων φορέων. Οι βασικότερες εκδηλώσεις που πραγματοποιούνται είναι οι διασυλλογικοί αγώνες, πρωταθλήματα, τουρνουά και ορειβατικές συναντήσεις. Επιπλέον, διαφάνηκε πως ο περισσότερο ενεργός φορέας στο πεδίο αυτό είναι η Δημοτική αρχή της πόλης. Επιπροσθέτως, αποδείχθηκε πως ο βασικότερος στόχος των φορέων ενδιαφέροντος στο πεδίο του αθλητικού τουρισμού είναι ο χαρακτηρισμός της πόλης ως «αθλητική», μέσω της προβολής των σημαντικότερων αθλητικών εκδηλώσεων, συμπεριλαμβανομένων των παραδοσιακών αθλημάτων. Ως έμμεσοι στόχοι αυτού του τύπου τουριστικής ανάπτυξης διατυπώθηκαν η δημιουργία θέσεων εργασίας και η βελτίωση της εικόνας της περιοχής στους τουρίστες, ενώ καταγράφηκε πως οι απαιτούμενοι πόροι προέρχονται από τους οργανισμούς τοπικής αυτοδιοίκησης και την Περιφέρεια.

Αναφορικά με τα προβλήματα που σχετίζονται με την οργάνωση αθλητικών εκδηλώσεων, τα κυριότερα εξ αυτών αναδείχθηκαν η ανεπάρκεια και κακοδιαχείριση των αντίστοιχων εγκαταστάσεων, η περιορισμένη οικονομική υποστήριξη από τους κρατικούς φορείς, συμπεριλαμβανομένης της μείωσης της χρηματοδότησης των αθλητικών σωματείων και ενώσεων. Για την αντιμετώπιση των εν λόγω προβλημάτων ως βασική διέξοδος θεωρείται η συνεργασία των φορέων μέσω κατάρτισης συγκεκριμένου σχεδιασμού δράσης και η ενεργοποίηση των εθελοντών. Επιπλέον, καταγράφηκε πως η συμμετοχή του αθλητικού κόσμου και των φιλάθλων στις υπάρχουσες αθλητικές εκδηλώσεις είναι ικανοποιητική, αλλά επιδέχεται σημαντικής βελτίωσης, καθώς οι περισσότεροι συμμετέχοντας προέρχονται από τις γύρω περιοχές.

Σε ότι αφορά τη χρηματοδότηση, το σημαντικότερο προβληματικό σημείο που διατυπώθηκε από την πλειοψηφία των συμμετεχόντων στην έρευνα είναι η απουσία της Πολιτείας, αν και η συνδρομή του Δήμου και της Περιφέρειας είναι σημαντική. Ως επιμέρους χρηματοδοτικοί πόροι χρησιμοποιούνται οι ενισχύσεις από τα αθλητικά σωματεία, οι χορηγίες και τα έσοδα από τις διαφημίσεις, τα εισιτήρια και τα

τηλεοπτικά δικαιώματα. Επιπλέον, σύμφωνα με τις απόψεις των ερωτηθέντων, οι αθλητικές εκδηλώσεις συμβάλλουν με κρίσιμο τρόπο στην οικονομική ανάπτυξη της περιοχής, τόσο σε επίπεδο τοπικής κοινωνίας όσο και σε σχέση με τις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην περιοχή, δεδομένης της αύξησης της επισκεψιμότητας και της τουριστικής ζήτησης. Ιδιαίτερα σε ότι αφορά τον εναλλακτικό τουρισμό, διαφαίνεται πως η ανάπτυξή του ενισχύεται σημαντικά από τις παράπλευρες του αθλητικού τουρισμού δραστηριότητες, όπως είναι ο χειμερινός τουρισμός και ο τουρισμός περιπέτειας.

Ιδιαίτερα σημαντικό είναι το εύρημα που αφορά την ανεπαρκή συμβολή της Κεντρικής Διοίκησης, δεδομένης και της οικονομικής συγκυρίας που βρίσκεται η χώρα, καθώς και της ελλιπούς αξιοποίησης της Επιτροπή Τουριστικής Προβολής και Ανάπτυξης. Για τη μερική αντιμετώπιση των προαναφερθέντων προβλημάτων, η προτεινόμενη στρατηγική είναι η εξεύρεση άλλων χρηματοδοτικών πόρων από την εφαρμογή διάφορων διαφημιστικών δράσεων και τις χορηγίες. Επιπλέον, η διερεύνηση των δυνατοτήτων που προσφέρονται μέσω διοργάνωσης fam-trips αποτελεί μία ευρείας αποδοχής πρόταση για την προβολή του τοπικού τουριστικού προϊόντος, καθώς και η προώθηση του συνεδριακού τουρισμού αθλητικού περιεχομένου και του χειμερινού τουρισμού, σε συνάρτηση με την ενίσχυση των συνεργασιών με τουριστικά πρακτορεία.

Συμπερασματικά, η έρευνα που πραγματοποιήθηκε αποκάλυψε πως ένα μέρος των εμπλεκόμενων φορέων στην Περιφέρεια Πελοποννήσου είναι αρκετά ενεργό ως προς την αξιοποίηση των αθλητικών εκδηλώσεων για την τουριστική προβολή της περιοχής. Ωστόσο, τεκμηριώθηκε πως σημαντικά προβλήματα για τη διαμόρφωση μίας ολοκληρωμένης αναπτυξιακής στρατηγικής είναι η ανεπαρκής τεχνική και οικονομική υποστήριξη από τους κρατικούς φορείς και η έλλειψη συνεργασίας μεταξύ των φορέων. Παρόλο που οι συμμετέχοντες στην έρευνα σημείωσαν μία σειρά τρόπων για την αντιμετώπιση του προβλήματος των περιορισμένων οικονομικών πόρων, η υποστήριξη της Πολιτείας κρίνεται απαραίτητη.

Επιπλέον, ιδιαίτερης σημασίας για την περαιτέρω ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού στην περιοχή είναι ο εκσυγχρονισμός των αθλητικών υποδομών και εγκαταστάσεων, οι οποίες δεν είναι ικανές να καλύψουν την αντίστοιχη τουριστική ζήτηση. Προς αυτήν την κατεύθυνση θα λειτουργήσει και η ενεργοποίηση των

ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, η συνδρομή των οποίων κρίνεται καθοριστική για την υποστήριξη των πρωτοβουλιών που αναλαμβάνονται στο εν λόγω πεδίο. Το θετικό σημείο που προκύπτει από την παρούσα έρευνα είναι πως οι τοπικοί φορείς αναγνωρίζουν την αξία του αθλητικού τουρισμού ως μέσο επίτευξης περιφερειακής ανάπτυξης, ενώ παράλληλα διατυπώνουν καινοτόμες ιδέες για την προώθηση και προβολή των αθλητικο-τουριστικών εκδηλώσεων.

Επιπροσθέτως, αξίζει να σημειωθεί πως αποτελεί κοινή διαπίστωση πως η τουριστική προβολή της περιοχής δεν μπορεί να βασιστεί σε μεμονωμένες πρωτοβουλίες και ενέργειες. Αντιθέτως, η προώθηση του τοπικού τουριστικού προϊόντος θα πρέπει να ενσωματώνει διάφορες πτυχές του εναλλακτικού τουρισμού, εστιάζοντας στο συνεδριακό και το χειμερινό. Συνολικά, η διασύνδεση αθλητικών εκδηλώσεων, προώθησης του αθλητικού τουρισμού και περιφερειακής ανάπτυξης μπορεί να επιτευχθεί μόνο μέσω της διαμόρφωσης μίας ολοκληρωμένης και ολιστικής προσέγγισης τουριστικής στρατηγικής, με τη συμμετοχή και συνεργασία όλων των ομάδων ενδιαφέροντος.

BIBΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Adams, L. & Mallen, C. (2008). *Sport, Recreation and Tourism Event Management: Tetical and Practical Dimensions*. UK, Oxford: Elsevier Linacre House.
- Anon, C. (2005). *Monitoring and Evaluation of Sports-based Programming and Development: Sport, Recreation and Play Workshop Report*. New York: UNICEF.
- Apostolopoulou, A., Clark, J. & Galdden, J. (2006). From H-Town to Mo-Town: The Importance of Super Bowl Entertainment. *Sport Marketing Quarterly*, 15(4), 223–231.
- Arcodia, C. & Reid, S. (2005). Event Management Associations and the Provision of Services. *Journal of Convention & Event Tourism*, 6(4), 5-25.
- Berridge, G. (2007). *Events Design and Experience*. UK, Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann Linacre House.
- Biddiscombe, R. (2004). *The Business of Sport Tourism Report. The Business of Sport Tourism*. Sport Business Group
- Bowdin, G., McDonnell, I., Allen, J., & O’Toole, W. (2010). *Events Management* (3rd ed.). Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Boyle, R. & Haynes, R. (2009). *Power Play*. Edinburgh: Pearson Education Limited.
- Brown, M., Nagel, M., McEvoy, C. & Rascher, D. (2004). Revenue and Wealth Maximization in the National Football League: The Impact of Stadia. *Sport Marketing Quarterly*, 13(4), 227-235.
- Burton, R. (2003). Olympic Games Host City Marketing: An Exploration of Expectations and Outcomes. *Sports Marketing Quarterly*, 12(1), 37-47.
- Coakley, J. & Pike, E. (2009). *Sports in Society, Issues and Controversies*. UK, Berkshire: McGraw-Hill.

- Cronje, G., Du Toit, G., Marais, A. & Motlatla, M. (2003). *Introduction to Business Management*. SA, Cape Town: Oxford University Press.
- Deery, M., Jago, L. & Fredline, L. (2004). Sport tourism or event tourism: are they one and the same? *Journal of Sport & Tourism*, 9(3), 235-245.
- Delpy, L. (1997). An overview of sport tourism: Building towards a dimensional framework. *Journal of Vacation Marketing*, 4(1), 23-28.
- Eckerstein, A. (2002). *Evaluation of Event Marketing, International Management*. Master Thesis: 25. Denmark: Goteborg University.
- Getz, D. (2003). *Sport event tourism: Planning, Development and Marketing*. Elmsford: Cognizant Communication Cooperation.
- Gibson, H. (2004). Moving beyond the 'what is and who' in sport tourism to understanding 'why'. *Journal of Sport Tourism*, (9)3, 247-265.
- Gibson, H., Attle, S. & Yiannakis, A. (1997). Segmenting the sport tourist market: A lifespan perspective. *Journal of vacation marketing*, 4(3), 52-64.
- Gouws, J. (1997). *Sport Management, Theory and Practice*. Pretoria: Sigma Press.
- Gratton, C. & Taylor, P. (2000). *Economics of Sport and Recreation*. London: Spon Press.
- Higham, J. & Hinch, T. (2006). Sport and Tourism Research: A Geographic Approach. *Journal of Sport & Tourism*, 11(1), 31-49.
- Holsti, R.O. (1969). *Content analysis for the social sciences and humanities*, Reading: Addison- Wesley.
- Jiapeng, C. (2012). A Sport Event Management Model Based on Knowledge Management. Proceedings of International Conference on Education Technology and Management Engineering, 286-291

- Kelly, R., DeSensi, J., Blanton, M & Beitel, P. (1989). *A Contrast/Comparison of needs Assessment and Curricular Evaluation for Management Careers in Athletics and Intramurals*. USA: University of Tennessee.
- Kose, H., Argan, M.T., & Argan, M. (2010). Special event management and event marketing: A case study of TKBL all star 2011 in Turkey. *Journal of Management and Marketing Research*, 10, 23-30
- Kurtzman, J. & Zauhar, J. (2005). Sport tourism consumer motivation. *Journal of Sport & Tourism*, 10(1), 21-31.
- Maier, J. & Weber, W. (1993). Sport tourism in local and regional planning. *Tourism Recreation Research*, 18(2), 33-43
- Masterman, G. (2004). *Strategic Sports Event Management: an International Approach*. Oxford: Butterworth-Heinemann, Elsevier Linacre House.
- Masterman, G. (2007). *Sponsorship: For a Return on Investment*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Oppenheim, A. N. (1966). *Questionnaire Design and Attitude Measurement*. London: Heinemann.
- Papadimitriou, D. & Gibson, H. (2008). Benefits sought and realized by active mountain sport tourists in Epirus, Greece: Pre - and post - trip analysis. *Journal of Sport & Tourism*, 13(1), 37-60.
- Parks, J., Quarterman, J. & Thibault, L. (2011). Managing Sport in the 21 st Century. In Pedersen, P., Parks, J., Quarterman, J. & Thibault, L. (Ed). *Contemporary Sport Management* (4th Edition). Champaign: Human Kinetics.
- Pitts, B. & Stoltlar, D. (2002). *Fundamentals of Sport Marketing* (2nd Edition). USA: Morgantown: Fitness Information Technology Inc.
- Pope, N. & Turco, D. (2001). *Sport and Event Marketing*. Australia: McGraw-Hill.
- Punch, K. F. (2003). *Survey Research: The Basics*. London: Sage.

- Saayman, M. (2004). *An Introduction to Sport Tourism and Event Management*. Potchefstroom: Leisure Consultants and Publications.
- Shank, M. (2009). *Sports Marketing, A Strategic Perspective*. New Jersey: Pearson Education Inc.
- Silvers, J. (2008). *Risk Management for Meeting and Events*. UK, Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann Linacre House.
- Smith, A. & Stewart, B. (1999). *Sport Management: A Guide to Professional Practice*. New South Wales: Allen & Unwin Pty Ltd.
- Tassiopoulos, D. (2005). *Event Management: A Professional and Developmental Approach* (2nd ed.). Lansdowne: Juta Academic.
- Theocharis, N. (2008). *Event Tourism: Examining the management of sports events from a physical approach*. Athens: Synenergy Forum
- Verma, G. K. & Mallick, K. (2004). *Εκπαιδευτική Έρευνα*. Αθήνα: Τυποθήτω
- Watt, D.C. (1998). *Event Management in Leisure & Tourism*. London: Longman
- Weed, M. & Bull, C. (2004). *Sport Tourism: Participants, Policy and Providers*. Burlington: Elsevier Publishing.
- Weed, M. (2006). Sport Tourism Research 2000-2004: A Systematic Review of Knowledge and a Meta-Evaluation of Methods. *Journal of Sport & Tourism*, 11(1), 5-30.
- Αποστολόπουλος, Κ., & Σδράλη, Δ. (2009). *Εναλλακτικός και Ήπιος Τουρισμός Υπαίθρου*. Αθήνα: Ελληνοεκδοτική
- Βαρβαρέσος, Σ. (2000). *Τουρισμός: έννοιες, μεγέθη, δομές: η ελληνική πραγματικότητα* (2^η έκδοση). Αθήνα: Προπομπός
- Γκουτζιούπας, Γ., Αργυρίου, Β., & Σταμάτης, Α. (2007). Η δυναμική του αθλητικού τουρισμού και η επίδραση των αθλητικών γεγονότων στις πόλεις-χώρες που

τα φιλοξενούν. Πρακτικά 2^{ου} Πανελληνίου Συνεδρίου Αναψυχής-Ελεύθερου Χρόνου & Αθλητικού Τουρισμού, 13-14 Οκτωβρίου 2007, Πάτρα

Γκουτζιούπας, Ι.Γ. (2006). Αθλητικός Τουρισμός: Δεδομένα και Ζητούμενα στην Ελληνική Πραγματικότητα, 2003-2006. Διαθέσιμο στην ηλεκτρονική διεύθυνση:

http://traveldailynews.gr/pdf/SportTourismBook_by_Goutzioupas_George.pdf

Κοκκώσης, Χ., & Τσάρτας, Π. (2001). *Βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη και περιβάλλον*. Αθήνα: Κριτική

Λαγός, Δ. (2000). Τουρισμός και Περιφερειακή Ανάπτυξη. *Τόπος*, 14, 23-30

Λύτρας, Π. (1993). *Τουριστική Ψυχολογία*. Αθήνα: Interbooks

Τσάρτας, Π. (2000). Κριτική αποτίμηση των παραμέτρων συγκρότησης των χαρακτηριστικών της μεταπολεμικής τουριστικής ανάπτυξης. Στο: Αυγερινού-Κολώνα, Σ., & Ζαχαράτος, Γ., *Τουριστική ανάπτυξη: Πολυεπιστημονικές προσεγγίσεις* (σελ. 189-211). Αθήνα: Εξάντας

Χατζημανουήλ, Δ., Γλυνιά, Ε., & Σμέρνου, Κ. (2010). Η Σχέση Τουρισμού Αναψυχής και Σπορ. Μορφή και Δυνατότητες στην Ελληνική Πραγματικότητα. *Αναζητήσεις στη Φυσική Αγωγή & τον Αθλητισμό*, 8(1), 80-90

