

**ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΠΡΟΟΠΤΙΚΩΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ  
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΗΠΕΙΡΟΥ ΜΕΣΩ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗΣ**

Βελιούρη Θεοδώρα

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

**Σπάρτη  
(2022)**

Εγκεκριμένο από την Εξεταστική Επιτροπή:

---

Επιβλέπων: Κουρτεσοπούλου Άννα, Διδάκτορας

---

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

---

3<sup>ο</sup> Μέλος: Παπαδόπουλος Ανδρέας, ΕΕΠ

## **Υπεύθυνη Δήλωση**

Με ατομική μου ευθύνη και γνωρίζοντας τις κυρώσεις που προβλέπονται από τις διατάξεις του άρθρου 18 (Λόγοι και διαδικασία διαγραφής από το ΠΜΣ) του Κανονισμού Λειτουργίας Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών, δηλώνω υπεύθυνα ότι για τη συγγραφή της Μεταπτυχιακής Διπλωματικής μου Εργασίας (ΜΔΕ) δεν χρησιμοποίησα ολόκληρο ή μέρος έργου άλλου δημιουργού ή τις ιδέες και αντιλήψεις άλλου δημιουργού χωρίς να γίνεται αναφορά στην πηγή προέλευσης (βιβλίο, άρθρο από εφημερίδα ή περιοδικό, ιστοσελίδα κλπ.).

Ημερομηνία: 13/02/202

Η Δηλούσα

Βελιούρη Θεοδώρα  
(Υπογραφή)

**Copyright © Θεοδώρα Βελιούρη, 2022**

**Με επιφύλαξη κάθε δικαιώματος. All rights reserved.**

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

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

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Βελιούρη Θεοδώρα: Διερεύνηση των Κρίσιμων Παραγόντων Επιτυχίας των Αθλητικών  
Διοργανώσεων στην Περιφέρεια Ηπείρου  
(Με την επίβλεψη της Δρ. Κουρτεσοπούλου Άννας)

Ο τουρισμός αποτελεί ένα διαδομένο τρόπο ψυχαγωγίας και συνεπώς είναι ένα κοινωνικοπολιτικό φαινόμενο. Λόγω του κορεσμού του μαζικού τουρισμού δημιουργήθηκε η ανάγκη για εναλλακτικές μορφές τουρισμού, κατά τις οποίες οι άνθρωποι αναζητούν διαφορετικούς τρόπους διακοπών. Μια τέτοια μορφή είναι ο αθλητικός τουρισμός, ο οποίος αφορά την ενεργή ενασχόληση με τον αθλητισμό κατά την διάρκεια των διακοπών ή την παρακολούθηση αθλητικών γεγονότων. Στη παρούσα εργασία έγινε διερεύνηση της δυναμικής του αθλητικού τουρισμού στη Περιφέρεια Ηπείρου και πιο συγκεκριμένα του προφίλ του αθλητικού τουρισμού της καθώς επίσης των παραγόντων επιτυχίας μιας αθλητικής διοργάνωσης από την πλευρά των εμπλεκόμενων φορέων. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας σημαντικότεροι παράγοντες επιτυχίας μιας αθλητικής διοργάνωσης αναδείχθηκαν η οργανωσιακή δομή και οργάνωση της εκδήλωσης, το επίπεδο αξιοπιστίας της, η ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών και το πλήθος των αθλητών που συμμετέχουν σε αυτή. Ενώ αντίστοιχα, οι επιμέρους σημαντικές διαστάσεις επιτυχίας που διακρίθηκαν ήταν η αξιοπιστία των εθελοντών, η αποφυγή τυχόν εξουθένωσης τους, η επάρκεια χρηματικών πόρων, η διαθεσιμότητα κατάλληλων υποδομών αλλά και η υποστήριξη από την τοπική κοινωνία. Η σημαντικότητα των αποτελεσμάτων της ποιοτικής αυτής έρευνας έγκειται στην καθορισμό των παραγόντων εκείνων που συμβάλουν στην επιτυχία μιας αθλητικής διοργάνωσης αλλά και στην αναγκαιότητα που υπάρχει για στρατηγική εστίαση της Περιφέρειας Ηπείρου σε αθλητικές διοργανώσεις που δύναται να συμβάλουν στην τουριστική προβολή της αλλά και στην τόνωση της τοπικής της οικονομίας.

*Λέξεις κλειδιά: Αθλητικός Τουρισμός, Στρατηγικές Ανάπτυξης, Περιφέρεια Ηπείρου*

## **ABSTRACT**

Veliouri Theodora: Investigation of the Critical Success Factors of the Sports Events in the  
Region of Epirus

(With the supervision of Dr. Kourtesopoulou Anna)

Tourism is a widespread form of entertainment and is therefore a socio-political phenomenon. Due to the saturation of mass tourism, the need has arisen for alternative forms of tourism, in which people are looking for different ways of travelling. One such form is sports tourism, which involves actively engaging in sports during the holidays or watching sporting events. In the present work, the dynamics of sports tourism in the Region of Epirus and more specifically the profile of its sports tourism as well as the success factors of a sports event by the stakeholders were investigated. According to the results of the research, the most important factors for the success of a sports event were the organizational structure and organization of the event, its level of reliability, the quality of services provided and the number of athletes participating in it. Respectively, the individual important dimensions of success that were distinguished were the reliability of the volunteers, the avoidance of any exhaustion. the adequacy of financial resources, the availability of appropriate infrastructure but also the support from the local community. The importance of the results of this qualitative research lies in the determination of those factors that contribute to the success of a sports event but also in the need for a strategic focus of the Epirus Region in sports events that can contribute to its tourism promotion and stimulate the local economy.

*Keywords: Sports Tourism, Development Strategies, Epirus Region*

## **ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ**

*Θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά την επιβλέπουσα καθηγήτρια κα Κουρτεσοπούλου Άννα για την πολύτιμη βοήθεια της στην διεκπεραίωση αυτής της εργασίας, καθώς επίσης τα μέλη της Συμβουλευτικής μου επιτροπής Κριεμάδη Αθανάσιο και Παπαδόπουλο Ανδρέα για τις πολύτιμες συμβουλές τους.*

*Επίσης, θα ήθελα να ευχαριστήσω την οικογένειά μου και τους φίλους μου που μου συμπαραστάθηκαν και με στήριξαν κατά την διάρκεια εκπόνησης της εργασίας.*

*Τέλος θα ήθελα να ευχαριστήσω όλους τους συμμετέχοντες στην έρευνα οι οποίοι μου αφιέρωσαν χρόνο, μου έδωσαν χρήσιμες πληροφορίες και λειτούργησαν καταλυτικά στην εκπόνηση της εργασίας.*

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	IV
ABSTRACT.....	V
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ.....	VIII
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΙΚΟΝΩΝ/ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ.....	IX
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	1
Προσδιορισμός και οριοθέτηση του προβλήματος.....	4
Σκοπός της εργασίας.....	5
Ερευνητικές Ερωτήσεις.....	5
Σημαντικότητα έρευνας.....	6
ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑΣ.....	7
Θετικές και αρνητικές επιπτώσεις/αντίκτυπος του αθλητικού τουρισμού.....	7
Παράγοντες επιτυχίας αθλητικών διοργανώσεων.....	12
Καθορισμός κρίσιμων παραγόντων επιτυχίας.....	14
Ο ρόλος των κρίσιμων παραγόντων επιτυχίας.....	16
Διεθνείς Πετυχημένες αθλητικές διοργανώσεις τουριστικού ενδιαφέροντος...20	
ΜΕΘΟΔΟΣ.....	24
Είδος Έρευνας.....	24
Μέσα συλλογής δεδομένων.....	25
Μέθοδος Δειγματοληψίας.....	26
Δείγμα.....	26
Διαδικασία συλλογής δεδομένων.....	27
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ.....	28
Τουριστικό Προφίλ Περιφέρειας Ηπείρου.....	28
Δράσεις για τον Αθλητικό Τουρισμό.....	30
Προφίλ διοργανωτών.....	35
Προφίλ αθλητικών διοργανώσεων.....	35
Απόψεις διοργανών αθλητικών διοργανώσεων.....	37
Παράγοντες επιτυχίας αθλητικών διοργανώσεων.....	38
ΣΥΖΗΤΗΣΗ/ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ & ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ.....	44
ΓΙΑ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ.....	44
Προτάσεις για μελλοντική έρευνα.....	50
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	51
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ.....	56
Ερωτήσεις Συνέντευξης.....	56

## ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 1. Ετήσιο καλεντάρι αθλητικών διοργανώσεων.....	31
Πίνακας 2. Εκδηλώσεις χωρίς προκαθορισμένες ημερομηνίες.....	34
Πίνακας 3. Πολύ σημαντικοί επιμέρους παράγοντες αθλητικής διοργάνωσης.....	40



## ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΙΚΟΝΩΝ/ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ

<b>Εικόνα 1.</b> Κρίσιμοι τομείς προκαθορισμένων επιτευγμάτων από την οργανωτική επιτροπή της FIBA. Πηγή: Kokkolakis (2018).....	18
<b>Γράφημα 1.</b> Κατάταξη σημαντικότητας παραγόντων επιτυχίας μιας αθλητικής διοργάνωσης.....	39
<b>Γράφημα 2.</b> Πάρα πολύ σημαντικοί επιμέρους παράγοντες επιτυχίας αθλητικής διοργάνωσης .....	40
<b>Γράφημα 3.</b> Σημαντικοί ή λιγότερο σημαντικοί παράγοντες επιτυχίας αθλητικής διοργάνωσης.....	42

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο τουρισμός συνιστά έναν πολύ διαδεδομένο τρόπο ψυχαγωγίας με κοινωνικοπολιτικό χαρακτήρα. Διακρίνεται από ιδιαίτερη οικονομική ενεργοποίηση των κοινοτήτων των ανεπτυγμένων κρατών και εξασφαλίζει την τέρψη μιας σειράς απαιτήσεων που φέρει ο σημερινός άνθρωπος, όπως είναι παραδείγματος χάριν αυτή της απόδρασης από τον καθημερινό τρόπο ζωής, η ανάγκη για επαφή με τη φύση, η διεύρυνση των πνευματικών οριζόντων του ατόμου και η χαλάρωση (Κοκκώσης, 1995).

Η ροή του τουρισμού παρατηρείται από τα αρχαία κίολας έτη και αναφέρεται ως η ανάγκη του ατόμου να αποδράσει από την καθημερινή του ρουτίνα, η οποία δημιουργείται από τον μόνιμο τόπο κατοικίας του. Ακόμη επιθυμεί να εξερευνήσει καινούρια μέρη, πολιτισμούς και ιστορίες λαών. Στην ανέλιξη του τουριστικού κλάδου, έχουν συντελέσει πρωτίστως η τεχνολογική εξέλιξη, τα σύγχρονα μέσα μαζικής μετακίνησης και η επιθυμία του ατόμου να εντάσσεται μέσα σε οργανωμένες κοινότητες.

Πλέον ο τουριστικός τομέας συνιστά ένα είδος αναψυχής αποτελώντας ένα κοινωνικοπολιτικό φαινόμενο, με επακόλουθη την οικονομική, πολιτική και κοινωνική επίδραση στα κράτη. Τον τελευταίο αιώνα παρατηρείται όλο και συχνότερα με διάφορα είδη μορφών τα οποία συνεχώς εξελίσσονται λόγω των συνεχώς νέων απαιτήσεων των ανθρώπων. Σήμερα ο τουρισμός έχει σημειώσει σημαντική ανέλιξη, με πολλούς από τους ανθρώπους να τον κατονομάζουν ως μια “βιομηχανία” χάρις την οποία ψυχαγωγούνται πλήθη οικογενειών καθώς για πολλές από αυτές ο τουρισμός συνιστά τη βασική πηγή εισοδήματος. Πρόκειται δηλαδή για ένα τουριστικό αγαθό το οποίο είναι πολύπλοκο, ανεξέλεγκτο και καθορίζεται από πολλαπλές παραμέτρους όπως είναι η οικονομική, η περιβαλλοντική, αυτή της τρομοκρατικής επίθεσης κ.α..

Σημειώνονται πολλαπλοί τύποι τουρισμού οι οποίοι ξεχωρίζονται αναφορικά με τον τόπο καταγωγής των τουριστών, τον χρόνο διαμονής, τις ενέργειες του τουρίστα και την αιτία πραγμάτωσης του τουριστικού ταξιδιού. Ο τομέας αυτός κατηγοριοποιείται σε εγχώριο και παγκόσμιο αναλόγως με το κράτος προέλευσης του τουρίστα. Ως εγχώριος τουρισμός αναφέρεται αυτός ο οποίος γίνεται από άτομα στο κράτος του μόνιμου τόπου κατοικίας, ενώ ως παγκόσμιος αυτός ο οποίος γίνεται σε ένα κράτος διαφορετικό από εκείνο που εδράζεται η μόνιμη κατοικία. Ο παγκόσμιος υστέρα, διακρίνεται σε εισερχόμενο και εξερχόμενο τουρισμό.

Ο μεν εισερχόμενος αναφέρεται στους τουρίστες οι οποίοι ταξιδεύουν σε ένα κράτος εκτός από αυτό της μόνιμης κατοικίας τους. Ο δε εξερχόμενος αναφέρεται στους τουρίστες οι οποίοι ταξιδεύουν σε μέρη εκτός του κράτους της μόνιμης κατοικίας τους. Μια ακόμη κατηγοριοποίηση που υπάρχει αναφορικά με την προέλευση των τουρισμών είναι η ακόλουθη: ο εσωτερικός τουρισμός αποτελείται από τον εγχώριο και εισερχόμενο και ο εθνικός από τον εγχώριο και εξερχόμενο (Λαγός, 2003).

Η μορφή του εναλλακτικού τουρισμού συνιστά ένα είδος το οποίο χαρακτηρίζεται από τις συγκεκριμένες απαιτήσεις και ανάγκες, επιθυμίες, κίνητρα, φιλοδοξίες και προτιμήσεις που φέρουν οι τουρίστες και αναφέρεται σε ένα συγκεκριμένο κοινό ανθρώπων. Ο εναλλακτικός τουρισμός προσελκύει τους τουρίστες οι οποίοι προτιμούν τον ξεχωριστό τουρισμό και γίνεται σε όλη τη διάρκεια του έτους. Ο Τσάρτας (1996) τονίζει πως τα εναλλακτικά είδη τουρισμού διακρίνονται από την παρουσία νέου συγκεκριμένου κίνητρου στην ζήτηση και από την διαμόρφωση μιας καθορισμένης υποδομής σε μέρη τα οποία πρόκειται να χρησιμοποιηθούν για την εξυπηρέτηση των τουριστών κάθε μορφής. Τα ειδικά είδη του τουρισμού φέρουν ένα συγκεκριμένο χαρακτηριστικό, από το οποίο δίνεται και η ονομασία τους. Το στοιχείο αυτό προκαλεί τη διαφοροποίηση των πολλαπλών τύπων συνιστώντας απαραίτητο χαρακτηριστικό για αυτούς. Πέρα όμως από τα στοιχεία των ειδικών τύπων τουρισμού, το κυριότερο χαρακτηριστικό κατηγοριοποίησής τους είναι ο τύπος διοίκησης και λειτουργικότητάς τους (Αγραπίδη, 2008).

Τα διαφορά είδη του εναλλακτικού τουρισμού ή ειδικών ενδιαφερόντων/ αναγκών των τουριστών που αναφέρονται στην βιβλιογραφία είναι τα ακόλουθα. Ο εκπαιδευτικός/ πανεπιστημιακός και θρησκευτικός τουρισμός (Γαβριήλ, Σκανδάλη & Τεμπονέρα, 2016), ο εκθεσιακός, συνεδριακός, οικολογικός, πολιτιστικός, ορεινός και αγροτικός τουρισμός, (Αποστολόπουλος & Σδράλη, 2009). Μια άλλη κατηγορία του εναλλακτικού τουρισμού είναι ο τουρισμός υπαίθρου με ενδεικτικές μορφές του τον οικοτουρισμό, πράσινο, τουρισμό, περιηγητικές διαδρομές-πεζοπορία, γεωτουρισμός και τον αλιευτικό τουρισμό (Κοκκώσης, Τσάρτας, & Γκρίμπα, 2011). Αντίστοιχα, όταν στη μετακίνηση του τουρίστα για λόγους αναψυχής επιλεγεί ένας προορισμός του δύναται να του παρέχει ιατρικές/θεραπευτικές υπηρεσίες, δημιουργεί μια άλλη κατηγορία εντασσόμενη στον εναλλακτικό τουρισμού που είναι ο τουρισμός υγείας και ευεξίας ή τουρισμός αποκατάστασης υγείας αλλά και ο ιαματικός (Moirá & Mylonopoulos, 2014).

Ο αθλητικός τουρισμός αναφέρεται σε όλα τα είδη ενεργητικής ή παθητικής συμμετοχής σε αθλητικές δραστηριότητες, τυχαία ή οργανωμένα για επαγγελματικούς και μη σκοπούς, συνιστά δε το πιο γνωστό είδος εναλλακτικού τουρισμού παγκοσμίως (Gibson, 2005). Αναφορικά με τους Gammon και Robinson (1997), σημειώνονται δυο συνιστώσες κατηγοριοποίησης της σχέσης του αθλητισμού και του τουρισμού και αναφέρονται με τους ορισμούς αθλητικός τουρισμός και τουριστικός αθλητισμός. Ο αθλητικός τουρισμός αποτελείται από ανθρώπους ή συλλόγους οι οποίοι παίρνουν μέρος ενεργά ή παθητικά με συναγωνιστικές και μη αθλητικές οργανώσεις κατά την διάρκεια διαμονής τους σε ένα μέρος. Τόσο ο αθλητικός τουρισμός όσο και ο τουριστικός αθλητισμός έχουν καταγραφεί ανά τα χρονιά με δυο ορισμούς. Στενός Ορισμός: αποτελείται από τον αθλητικό τουρίστα που παρακολουθεί το αθλητικό δρώμενο ή παίρνει μέρος σε αυτό όπως είναι ένας ποδοσφαιρικός αγώνας. Ευρύς Ορισμός: αποτελείται από ανθρώπους για τους οποίους ο λόγος του ταξιδιού αποτελεί την συμμετοχή σε αθλητικές δραστηριότητες αναψυχής όπως είναι η πεζοπορία, το σκι κ.α. Αναφερόμενοι στον τουριστικό αθλητισμό οι ίδιοι συγγραφείς (Gammon & Robinson, 1997), συντελείται από ανθρώπους ή ομάδες ταξιδιωτών οι οποίοι ταξιδεύουν μακριά από τον τόπο μόνιμης κατοικίας τους προκειμένου να λάβουν μέρος ενεργητικά ή παθητικά σε κάποιο αθλητικό δρώμενο. Σε επίπεδο του στενού ορισμού του αποτελείται από τους ανθρώπους οι οποίοι κατά τη μεταφορά τους έχουν ως δευτερεύοντα λόγο τον αθλητισμό. Ενώ στο πιο διευρυμένο ορισμό του, αποτελείται από ανθρώπους οι οποίοι κατά την περίοδο της διαμονής τους παίρνουν μέρος σε αθλητικές δραστηριότητες χωρίς να είναι αυτό προγραμματισμένο για αυτούς.

Αντίστοιχα, οι ερευνητές Standeven και Deknop (1999), σημειώνουν μια επιπλέον κατηγοριοποίηση του αθλητικού τουρισμού, η οποία τον διακρίνει σε επαγγελματικό αθλητικό τουρισμό και αθλητικό τουρισμό για διακοπές. Απαραίτητες προϋποθέσεις του επαγγελματικού αθλητικού τουρισμού είναι η ενεργή συμμετοχή, συμπεριλαμβάνοντας τους αθλητές οι οποίοι συμμετέχουν σε αθλητικούς αγώνες και η παθητική συμμετοχή, η οποία συμπεριλαμβάνει ανθρώπους οι οποίοι ασχολούνται με την δημοσιογραφική κάλυψη των αγώνων. Αντίστοιχα, στον αθλητικό τουρισμό διακοπών διακρίνονται δυο είδη. Το παθητικό είδος το οποίο περιλαμβάνει τους τυχαίους παρατηρητές, οι οποίοι παρακολουθούν ένα αθλητικό δρώμενο χωρίς να το είχαν προγραμματίσει και τους συνειδητοποιημένους παρατηρητές, οι οποίοι σχεδιάζουν τη μετακίνησή τους προκειμένου να παρακολουθήσουν το αθλητικό δρώμενο. Από την άλλη μεριά είναι το ενεργητικό είδος που εμπεριέχει τις αθλητικές δραστηριότητες που

πραγματοποιούνται κατά την διάρκεια των διακοπών συντονισμένα ή ατομικά αλλά και τις διακοπές αθλητικής δραστηριότητας, οι οποίες είναι διακοπές μεμονομένων ή περισσότερων αθλητικών δραστηριοτήτων.

Η Gibson (2006) χαρακτηρίζει τον αθλητικό τουρισμό ως τον τουρισμό που στηρίζεται στην αναψυχή και απομακρύνει τους ανθρώπους προσωρινώς από τις τοπικές τους κοινωνίες είτε για να πάρουν μέρος σε αθλητικά δρώμενα (ενεργητικός αθλητικός τουρισμός), είτε για να παρακολουθήσουν αθλητικά δρώμενα (παθητικός αθλητικός τουρισμός) ή για να αναπολήσουν στιγμές αναφορικά με δικά τους αθλητικά συμβάντα (νοσταλγικός τουρισμός). Σύμφωνα με τον οργανισμό INSETE (2021) ο αθλητικός τουρισμός ορίζεται ως ένα εξειδικευμένο τουριστικό προϊόν που περιλαμβάνει τον τουρισμό περιπέτειας, αθλητικών διοργανώσεων και τον προπονητικό τουρισμό. συμπεριλαμβάνοντας τον τουρισμό ήπιας και ακραίας περιπέτειας. Ανάμεσα σε αυτά τα δύο είδη υπάρχει σημαντική διακύμανση ουσιαστικά του ρίσκου, αλλά και του επιπέδου απαιτούμενων δεξιοτήτων και εμπειρίας για την συμμετοχή. Ενδεικτικές δραστηριότητες ήπιας περιπέτειας αποτελούν η πεζοπορία, η ιππασία, δραστηριότητες προσανατολισμού και η κατάδυση με αναπνευστήρα. Ενώ αντίστοιχα, η σπηλαιολογία, αναρρίχηση, και το bungee jumping αποτελούν μορφές ακραίου τουρισμού περιπέτειας.

### ***Προσδιορισμός και οριοθέτηση του προβλήματος***

Οι ραγδαίες εξελίξεις όπως η τεχνολογική έκρηξη, η αύξηση του βιωτικού επιπέδου έχουν οδηγήσει στην αλλαγή του τρόπου ζωής του σύγχρονου ανθρώπου. Με αποτέλεσμα την αλλαγή του μοντέλου διακοπών. Πλέον ο τουρισμός και ο αθλητισμός αλληλοσυμπληρώνονται και έχουν κοινούς στόχους όπως μια στενότερη σχέση μεταξύ διαφορετικών λαών, πολιτισμών και τρόπων ζωής, στόχος τους είναι η προώθηση της ειρήνης μεταξύ των εθνών. Πρόκειται όπως αναφέρει και ο Θεοδωράκης (2013) για μια ισχυρή οικονομική κινητήρια δύναμη παγκοσμίως αλλά και στην Ευρωζώνη, παραθέτοντας στοιχεία ανάπτυξης του σε Γερμανία και άλλες χώρες. Στην Γερμανία ο αριθμός των ενεργητικών συμμετεχόντων για τον αθλητικό τουρισμό ανέρχεται στα 32 εκατομμύρια, ο οποίος αντιστοιχεί στο 55% όλων των τουριστικών ταξιδιών. Αντίστοιχα, στην Ολλανδία ο αριθμός των ενεργητικών συμμετεχόντων είναι 7 εκ. που αντιστοιχεί στο 52% και Γαλλία 3,5 εκατομμύρια κάτι που αντιστοιχεί στο 23% των τουριστικών ταξιδιών. Στο σύνολο της Ευρώπης το 5% αφορά χειμερινά σπόρ, 1% καλοκαιρινά

σπόρ, 6% σε αναψυχή στα βουνά και 10% σε αναψυχή στην υπαίθρο. Συνολικά το 26% σχετίζεται με συμμετοχή σε αθλητικές δραστηριότητες.

Αναφορικά με τον δείκτη ανάπτυξης του τουρισμού περιπέτειας, οι ανεπτυγμένες χώρες στον συγκεκριμένο τομέα είναι η Ισλανδία, Ελβετία, Νέα Ζηλανδία και Γερμανία, ενώ ανεπτυσσόμενες χώρες είναι η Τσεχία, Χιλή και Σλοβακία. Χαρακτηριστικά αναφέρει ότι το παγκόσμιο μέγεθος της αγοράς αυτής για το 2019 ήταν \$678 εκατ. Οι ταξιδιώτες ηλικίας 41-60 (Μ = 49 ετών) αποτελούν τη μεγαλύτερη και ταχύτερα αναπτυσσόμενη ομάδα που επιλέγουν τουρισμό περιπέτειας. Ενώ ως προς το προφίλ αυτών των ταξιδιωτών τα περισσότερα είναι ζευγάρια σε ποσοστό 42%, οικογένειες 18%, γρουπ 21% και αυτών που ταξιδεύουν μόνοι –σόλο 19% όπου μάλιστα κυριάρχο φύλο είναι οι γυναίκες σε ποσοστό 59% (INSETE, 2021)

### ***Σκοπός της εργασίας***

Αναγνωρίζοντας τον θετικό κοινωνικό, περιβαλλοντικό και οικονομικό αντίκτυπο του αθλητικού τουρισμού σε εθνικό και διεθνές επίπεδο, καθώς επίσης τους ολοένα αυξητικούς ρυθμούς εξάπλωσης του, σκοπός της εργασίας είναι η διερεύνηση των προοπτικών στρατηγικής ανάπτυξης του στην Περιφέρεια Ηπείρου. Πιο συγκεκριμένα, θα διερευνηθεί το προφίλ του αθλητικού τουρισμού της περιφέρειας Ηπείρου, οι παράγοντες που συμβάλλουν στην επιτυχία μίας αθλητικής διοργάνωσης, οι διαφοροποιήσεις των παραγόντων επιτυχίας ανάμεσα στους εμπλεκόμενους φορείς και ο βαθμός σημαντικότητας των επιμέρους παραγόντων στην επιτυχία της διοργάνωσης.

### ***Ερευνητικές Ερωτήσεις***

1. Ποιο είναι το προφίλ δράσεων αθλητικού τουρισμού της περιφέρειας Ηπείρου;
2. Ποιοι παράγοντες συμβάλλουν στην επιτυχία μιας αθλητικής διοργάνωσης;
3. Υπάρχει διαφοροποίηση των παραγόντων επιτυχίας ανάμεσα στους εμπλεκόμενους φορείς και πως αυτή αντιμετωπίζεται;
4. Ποιος είναι ο βαθμός σημαντικότητας των των επιμέρους παραγόντων στην επιτυχία της διοργάνωσης;

### *Σημαντικότητας έρευνας*

Σύμφωνα με τη βιβλιογραφική ανασκόπηση που πραγματοποιήθηκε, φαίνεται ότι υπάρχει ένα μεγάλο ερευνητικό κενό σε σχέση με τις διοργανώσεις αθλητικού τουρισμού που πραγματοποιήθηκαν και πραγματοποιούνται στην περιφέρεια Ηπείρου, παρά το γεγονός ότι η Ήπειρος αποτελεί μία περιφέρεια που πραγματοποιεί αρκετές επιτυχημένες αθλητικές διοργανώσεις και την επιτυχία αυτών. Καθίσταται επομένως αναγκαίο να διερευνηθούν εκείνοι οι παράγοντες που οδηγούν στην επιτυχία των συγκεκριμένων προαναφερθέντων διοργανώσεων.

## ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑΣ

### *Θετικές και αρνητικές επιπτώσεις/αντίκτυπος του αθλητικού τουρισμού*

Ο αθλητικός τουρισμός επιφέρει οικονομικά οφέλη στις κοινότητες, πόλεις και χώρες υποδοχής ως αποτέλεσμα των πωλήσεων σε καταλύματα, δώρα, τρόφιμα και ποτά, μισθώματα, εισιτήρια, χρήση μεταφορικών και άλλες δαπάνες στις εγκαταστάσεις. Η κοινότητα επωφελείται από την προσέλκυση επισκεπτών χρησιμοποιώντας τον αθλητικό τουρισμό ως βασικό προϊόν που προσφέρεται (Liu & Wilson, 2014). Τα προϊόντα που προσφέρει ο αθλητικός τουρισμός παράγουν εσωτερικές επενδύσεις, εισόδημα από χορηγίες, συνεχή τουριστική απήχηση και προβολή του προορισμού στα μέσα ενημέρωσης και δευτερεύοντα πολλαπλασιαστικά αποτελέσματα. Οι επιπτώσεις του αθλητικού τουρισμού μετρώνται ως επί το πλείστον ως προς τη συμβολή του στην αστική ανάπτυξη της πόλης υποδοχής, επομένως απαιτείται να δημιουργηθεί ένας λειτουργικός ορισμός του όρου «αναγέννηση», «αστική ανάπτυξη» και «αναγέννηση με γνώμονα τον αθλητισμό» (Liu & Wilson, 2014).

Παραδοσιακά, η ανάπτυξη μετρήθηκε πάντα με όρους οικονομικού και περιβαλλοντικού οφέλους, αλλά η πρόσφατη έμφαση περιλάμβανε τις πτυχές της κοινωνικής κοινότητας. Η αναγέννηση συνδέεται όλο και περισσότερο με την κοινωνική ένταξη με στόχο την επανένταξη ομάδων ατόμων που αποκλείονται από ευκαιρίες εκπαίδευσης, απασχόλησης και αθλητισμού (Liu & Wilson, 2014; Westerbeek, Turner, & Ingerson, 2002). Η αστική ανάπτυξη είναι μια ολοκληρωμένη προσέγγιση που στοχεύει στην επίλυση των αστικών προβλημάτων, δημιουργώντας παράλληλα μια διαρκή βελτίωση στην οικονομική, κοινωνική, φυσική και περιβαλλοντική κατάσταση περιοχών που έχουν υποστεί αλλαγές (Knott et al, 2016).

Η αναγέννηση που καθοδηγείται από τον αθλητισμό από την άλλη πλευρά είναι ο τρόπος με τον οποίο χρησιμοποιείται ο αθλητισμός για την αναγέννηση μιας περιοχής οικονομικά, κοινωνικά, φυσικά, περιβαλλοντικά. Η αναγέννηση έχει μετατοπιστεί απλώς από την υποδομή και την περιβαλλοντική ανάπτυξη των αστικών περιοχών στη δημιουργία θέσεων εργασίας, στέγασης, εγκαταστάσεων αναψυχής, υγείας και εκπαίδευσης όσων υποφέρουν από την πτώση της εκβιομηχάνισης. Η φιλοξενία αθλητικών γεγονότων θεωρείται συνταγή αστικής αναγέννησης, διότι όχι μόνο προσφέρει την ευκαιρία στην κοινότητα υποδοχής να βελτιώσει τις υποδομές και την εμφάνισή της, αλλά επίσης προάγει την εικόνα της πόλης μέσω της



παγκόσμιας προβολής των μέσων ενημέρωσης που λαμβάνει. Ένα καλό παράδειγμα τέτοιας πόλης είναι η Βαρκελώνη που απελευθερώνεται επιτυχώς χρησιμοποιώντας τους Ολυμπιακούς Αγώνες του 1992, από την παραδοσιακή πόλη παραγωγής της καθώς και η Μαδρίτη. Τα μεγάλα αθλητικά γεγονότα είναι μηχανισμοί αστικής αναγέννησης επειδή δημιουργούν ευκαιρίες στις πόλεις υποδοχής να παρουσιάσουν μια νέα και συναρπαστική εικόνα του εαυτού τους στον κόσμο (Garcia, 2004).

Μέχρι πρόσφατα, το φαινόμενο της αστικής ανάπλασης έχει γίνει ένα εξέχον θέμα στην πιο ανεπτυγμένη οικονομία, ενώ το θέμα της ανάπλασης έχει γίνει βασικό θέμα για την αστική πολιτική και τον σχεδιασμό για περισσότερα από 50 χρόνια. Οι επιπτώσεις της παγκοσμιοποίησης, της οικονομικής αναδιάρθρωσης και της αλλαγής πολιτικής και τεχνολογίας έχουν ανοίξει το δρόμο για θεμελιώδη αλλαγή στις περισσότερες αστικές οικονομίες, με αποτέλεσμα ορισμένες περιοχές να έχουν υψηλά επίπεδα κοινωνικού αποκλεισμού και στέρησης. Η έννοια της αναγέννησης αποτελείται από το φυσικό επίπεδο, δηλαδή την εικόνα και τις αρχιτεκτονικές γραμμές/τάσεις, το οικονομικό επίπεδο αναφερόμενο στη δημιουργία θέσεων εργασίας και το κοινωνικό που αφορά τη βελτίωση της ποιότητας της ζωής των ανθρώπων εντός του προορισμού (Liu & Wislon, 2014).

Υπάρχουν περιοχές π.χ. εντός αστικών περιοχών με μεγάλο αριθμό εγκαταλελειμμένων, αχρησιμοποίητων ή κενών κτιρίων ή εκτάσεων, δημόσιες κατοικίες και κατοικημένες περιοχές, όπου μπορεί να πραγματοποιηθεί ανάπλαση μέσω ολοκληρωμένων δεσμών μέτρων για την αντιμετώπιση τόσο των φυσικών περιβάλλον και τις οικονομικές και κοινωνικές ανάγκες των κατοίκων της περιοχής (King Chen, & Funk, 2015). Σε πολλές περιπτώσεις, η φυσική αναγέννηση παίζει καθοριστικό ρόλο στη βελτίωση της ταυτότητας ενός προορισμού, ενώ παράλληλα προσελκύει ευκαιρίες απασχόλησης στην περιοχή (King et al, 2015).

Αρκετοί συγγραφείς (King, et al., 2015; Pentifallo, 2010; Zhao, et al., 2017; Zhou, Ap, & Bauer, 2012) υποστηρίζουν ότι ανάμεσα στα σημαντικότερα κίνητρα μιας χώρας να διεξάγει Ολυμπιακούς αγώνες είναι η στόχευση της αστικής ανάπλασης. Η Βόρεια Αμερική ήταν η πρώτη που χρησιμοποίησε τον αθλητικό τουρισμό ως εργαλείο για την αστική αναγέννηση, ωστόσο η χρήση του υιοθετείται ευρέως από οι περισσότερες πόλεις στις μέρες μας (π.χ. Λονδίνο, Βαρκελώνη) σε όλο τον κόσμο (King et al, 2015). Στο Λονδίνο, όπως και στο Βανκούβερ, τα κίνητρα ανάληψης των Ολυμπιακών Αγώνων ήταν κυρίως συνδεδεμένα με αναπτυξιακές ατζέντες αστικής ανάπλασης, είτε υπό τη μορφή αναβάθμισης περιθωριακών και

υπανάπτυκτων περιοχών, είτε υπό τη μορφή εξασφάλισης ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος. Συγκεκριμένα, οι Ολυμπιακοί Αγώνες της Βαρκελώνης προσέλκυσαν 8300 εκατομμύρια δολάρια σε επενδύσεις, συμπεριλαμβανομένης της κατασκευής του Ολυμπιακού χωριού, του αεροδρομίου και του περιφερειακού δρόμου με στόχο την αναγέννηση της πόλης. Ορισμένες πόλεις (π.χ. το Σέφιλντ) χρησιμοποιούν συγκεκριμένα τον αθλητικό τουρισμό ως κεντρικό θέμα της αναγέννησης που καθοδηγείται από τον τουρισμό (Liu & Wilson, 2014).

### *Οικονομικές Επιπτώσεις*

Ο αθλητικός τουρισμός έχει θετικές και αρνητικές επιπτώσεις στην οικονομία των πόλεων υποδοχής Από θετική άποψη, δημιουργεί σημαντικά οικονομικά οφέλη στις κοινότητες υποδοχής μέσω εσόδων, υποδομών και απασχόλησης τόσο στην εθνική όσο και στην τοπική οικονομία. Οι πόλεις υποδοχής τείνουν να κερδίζουν από τον αθλητικό τουρισμό επειδή η παροχή του φέρνει μαζικό τουρισμό με αποτέλεσμα τεράστια οικονομικά οφέλη για την πόλη, ενώ ωφελεί επίσης τις τοπικές επιχειρήσεις όπως για παράδειγμα ξενοδοχεία, εστιατόρια κ.λπ. και άλλες επιχειρήσεις που δεν σχετίζονται με τον τουρισμό (Robinson, Heitmann, & Dieke, 2011). Επιπλέον, ο αθλητικός τουρισμός βοηθά στην αύξηση του προφίλ των πόλεων υποδοχής και ως εκ τούτου προσελκύει νέες επιχειρήσεις που σχετίζονται με τον αθλητισμό (π.χ. μικρότερες αλυσίδες εφοδιασμού αθλητικών δραστηριοτήτων, έμποροι αθλητικού εξοπλισμού κ.λπ.) καθώς και άλλες επιχειρήσεις που δεν σχετίζονται με τον αθλητισμό. Η ανάπτυξη αυτών των επιχειρήσεων βοηθά στη δημιουργία ευκαιριών απασχόλησης στους ντόπιους, κάτι που αποτελεί βασικό στοιχείο της αστικής ανάπτυξης (Bauman & Matheson, 2013; Robinson et al, 2011).

Ωστόσο, οι πόλεις υποδοχής είναι επίσης επιρρεπείς σε αρνητικές οικονομικές επιπτώσεις των αξιοθέατων αθλητικού τουρισμού. Ένα καλό παράδειγμα είναι ότι οι κάτοικοι της περιοχής μπορεί να αναγκαστούν να μετεγκατασταθούν λόγω του τρόπου με τον οποίο ο αθλητικός τουρισμός ανεβάζει το προφίλ μιας πόλης. Επίσης, άλλοι παράγοντες, όπως τα αυξημένα ενοίκια, η φορολογία, η αύξηση της στέγασης κ.λπ. θεωρούνται όλοι ως αρνητικές επιπτώσεις που μπορεί να έχει ο αθλητικός τουρισμός στις πόλεις υποδοχής (Robinson et al, 2011). Ένα καλό παράδειγμα είναι οι Ολυμπιακοί Αγώνες του Σίδνεϊ του 2000, όπου το κόστος ζωής επιδεινώθηκε αμέσως όταν ανακοινώθηκε ότι θα φιλοξενηθούν οι Ολυμπιακοί Αγώνες του 2000 (King et al, 2015).

### *Κοινωνικές Επιπτώσεις*

Υπάρχουν περιορισμένες έρευνες που επικεντρώνονται στον κοινωνικό αντίκτυπο του αθλητικού τουρισμού στις κοινότητες υποδοχής. Οι κοινωνικές επιπτώσεις είναι ο τρόπος με τον οποίο τα ταξίδια και ο τουρισμός επηρεάζουν το ατομικό πρότυπο συμπεριφοράς, τον τρόπο ζωής, τις αξίες και την ποιότητα ζωής και τις δομές της κοινότητας. Γενικά, οι κοινωνικές επιπτώσεις θεωρούνται ως βραχυπρόθεσμες επιπτώσεις στις πόλεις υποδοχής, ενώ ο πολιτιστικός αντίκτυπος τείνει να είναι μακροπρόθεσμος (Robinson, et al, 2011).

Ο αθλητικός τουρισμός μπορεί να έχει θετικές και αρνητικές κοινωνικές επιπτώσεις στις πόλεις υποδοχής. Οι θετικές κοινωνικές επιπτώσεις του αθλητικού τουρισμού μπορούν να οριστούν ως: αυτοπραγμάτωση, ευκαιρίες για να προωθηθεί το αποτέλεσμα της καλής υγείας και του τρόπου ζωής που συνδέεται με τη φυσική κατάσταση, αίσθηση υπερηφάνειας, ψυχαγωγία, οικογενειακή και κοινοτική συνοχή. Ωστόσο, ο αθλητικός τουρισμός έχει επίσης αρνητικό κοινωνικό αντίκτυπο στις πόλεις υποδοχής, όπως ο εκτοπισμός της τοπικής κοινότητας, ο συνωστισμός, ο χουλιγκανισμός, το έγκλημα και οι διαταραχές στην κανονική ζωή των κατοίκων της περιοχής (King, et al, 2015).

### *Πολιτικός αντίκτυπος*

Οι πόλεις υποδοχής επωφελούνται πάρα πολύ από τις αθλητικές εκδηλώσεις μέσω της προσοχής των μέσων ενημέρωσης (π.χ. παγκόσμια τηλεοπτική κάλυψη) που συμβάλλουν στο συμβολικό βήμα μιας χώρας στην παγκόσμια σκηνή (Robinson, et al, 2011). Τα μέσα ενημέρωσης βλέπουν πάντα τα αθλητικά γεγονότα από θετική προοπτική λόγω των επιπτώσεών τους στην αναπαράσταση της πόλης υποδοχής. Πιο σημαντικό είναι το πολιτικό μήνυμα που μεταφέρουν οι πόλεις υποδοχής στον υπόλοιπο κόσμο μέσω του αθλητικού τουρισμού π.χ. οι Ολυμπιακοί Αγώνες του Βερολίνου (1936) διοργανώθηκαν σε μια εποχή που επικρατούσε πολιτική αναταραχή (το ναζιστικό καθεστώς) στη χώρα, ωστόσο, οι γερμανικές αρχές χρησιμοποίησαν τους αγώνες για να περάσουν ένα μήνυμα υπεροχής, ισχύος και κυριαρχίας στον υπόλοιπο κόσμο (Robinson, et al, 2011).

Άλλα πολιτικά μηνύματα που μεταδίδονται στα έθνη περιλαμβάνουν τα οφέλη της ενθάρρυνσης του υγιεινού τρόπου ζωής, της φυσικής κατάστασης και του αθλητισμού. Ωστόσο, υπάρχουν επίσης περιπτώσεις όπου ο αθλητικός τουρισμός έχει αρνητικές πολιτικές επιπτώσεις

στα κράτη υποδοχής ως αποτέλεσμα διαμαρτυριών, τρομοκρατίας κ.λπ. Αρνητικός πολιτικός αντίκτυπος μπορεί επίσης να προκύψει εάν τα κράτη υποδοχής προκαλέσουν τεράστια χρέη όπως στην περίπτωση των Ολυμπιακών του 1980 (Robinson, et al, 2011).

### *Περιβαλλοντικές επιπτώσεις*

Γενικά, ο αντίκτυπος του αθλητικού τουρισμού στο περιβάλλον μπορεί να είναι αρνητικός ως αποτέλεσμα του καθαρισμού των δέντρων, της κατασκευής καλύβων για σκι κ.λπ. αυξάνοντας έτσι τα απόβλητα και τις εκπομπές άνθρακα (Robinson et al, 2011). Άλλες αρνητικές επιπτώσεις ενδέχεται να προκύψουν ως αποτέλεσμα της κυκλοφοριακής συμφόρησης, των κατοικημένων χώρων κατασκευής, της ηχορύπανσης, της φωτορύπανσης και του υπερπληθυσμού. Ωστόσο, οι περισσότερες πόλεις έχουν θεσπίσει περιβαλλοντικούς νόμους που απαγορεύουν περαιτέρω δόμηση σε χώρους αθλητικών εκδηλώσεων, δυστυχώς, η ζημιά μπορεί να έχει ήδη συμβεί (Robinson et al, 2011).

Οι οργανώσεις αθλητικών εκδηλώσεων έχουν αναγνωρίσει τη σημασία που έχουν στα περιβαλλοντικά ζητήματα που αφορούν τους αγώνες τους και προσπαθούν να βρουν νέους τρόπους για να βελτιώσουν τις οργανωτικές τους δράσεις ώστε οι εκδηλώσεις τους να είναι πιο φιλικές προς το περιβάλλον (King et al, 2015). Αυτός είναι ο λόγος για τον οποίο οι διεθνείς αθλητικοί φορείς και οι νικητές διοργανωτές λειτουργούν ως «ποδοσφαιρικές βιομηχανίες», πράγμα που σημαίνει ότι ενδιαφέρονται μόνο για το αθλητικό γεγονός και το πραγματικό ενδιαφέρον τους για το περιβάλλον είναι σημαντικά περιορισμένο (King, et al, 2015).

Οι αθλητικές εκδηλώσεις μπορούν να έχουν επίσης και σημαντικές θετικές περιβαλλοντικές επιπτώσεις μετριάζοντας τη χρήση εκπομπών άνθρακα, δημιουργούμενων αποβλήτων, νερού και ενέργειας κ.λπ. κατά τη διοργάνωση αθλητικών εκδηλώσεων. Η ελαχιστοποίηση των αρνητικών περιβαλλοντικών επιπτώσεων των αθλητικών εκδηλώσεων αποτελεί σημαντικό στόχο για τους οργανισμούς αθλητικών εκδηλώσεων, ενώ έχουν τη δύναμη μέσω της εκτεταμένης δημοσιότητάς τους μέσω της κάλυψης των μέσων ενημέρωσης να παρακινούν, να εμπνέουν και να υποστηρίζουν πολιτικές και προγράμματα για το περιβάλλον (Liu & Wilson, 2014).

### *Παράγοντες επιτυχίας αθλητικών διοργανώσεων*

Οι Κρίσιμοι Παράγοντες Επιτυχίας (CFS-Critical Success Factors) μπορούν να χρησιμοποιηθούν σε όλους τους οργανωτικούς τομείς της διοργάνωσης αθλητικών εκδηλώσεων. Ως αποτέλεσμα του ευρέος φάσματος επιρροών στη διαδικασία διαχείρισης, τα ΚΠΣ πρέπει να αποτελούν μέρος της διαδικασίας σχεδιασμού, ώστε οι διοργανωτές να μπορούν να αναγνωρίζουν, να ορίζουν, να προσδιορίζουν και να μετρούν την πρόοδο καθενός από αυτούς τους παράγοντες (Knot, et al, 2016). Ένα απαραίτητο μέρος αυτής της διαδικασίας είναι ότι οι διοργανωτές προσδιορίζουν τα ΚΠΣ αφού έχουν ορίσει τους παράγοντες επιτυχίας της. Γνωρίζοντας τους παράγοντες επιτυχίας, οι διοργανωτές θα μπορούν να επιλέξουν τους πιο κρίσιμους που θα μπορούσαν να επηρεάσουν την επιτυχία της εκδήλωσής τους (Czerhati & Szabo, 2014).

### *Ορισμός της επιτυχίας*

Προκειμένου να καθοριστούν ποιοι παράγοντες είναι κρίσιμοι για την επιτυχία ενός γεγονότος, είναι απαραίτητο να κατανοήσουμε πώς μπορεί να οριστεί η επιτυχία. Αυτό θα επιτρέψει την εστίαση σε εκείνες τις πτυχές που θα προσφέρουν μια επιτυχημένη εκδήλωση. Οι παράγοντες επιτυχίας απαιτούν ιδιαίτερη και μόνιμη προσοχή προκειμένου να διασφαλιστεί μια μεγάλη πιθανότητα επιτυχίας, διαφορετικά, εάν αυτοί οι παράγοντες δεν ληφθούν σοβαρά υπόψη, θα μπορούσε να συμβάλει στην αποτυχία του έργου να επιτύχει τους στόχους του (Ahsan & Sunawan, 2010). Η επιτυχία μπορεί, επίσης, να οριστεί ως ένας αριθμός παραγόντων, όπως η απόκτηση πλεονεκτήματος, υπεροχή, νίκη, επίτευγμα, επίτευγμα και προστιθέμενη αξία. Επίσης, όπως επισημαίνουν οι Cserhati και Szabo (2014) ένα αθλητικό γεγονός μπορεί να χαρακτηριστεί ως επιτυχημένο όταν επιτυγχάνει τους πρωταρχικούς στόχους ενός έργου, τους καθορισμένους στόχους, την ικανοποίηση των μετόχων και των χορηγών και την ικανοποίηση των τοπικών και εθνικών ενδιαφερομένων.

Οι δύο πρώτοι παράγοντες συνδέονται με την επίτευξη των στόχων της εκδήλωσης, ενώ ο τρίτος και ο τέταρτος παράγοντας περιγράφουν την ικανοποίηση των ενδιαφερόμενων μερών του έργου και τη συνεργασία τους. Ωστόσο, ένα αθλητικό γεγονός ως έργο δεν μπορεί να χαρακτηριστεί ως επιτυχημένο χωρίς να ληφθεί υπόψη ένα ευρύ φάσμα παραγόντων που αποτελούνται από περισσότερους στόχους και πτυχές. Αυτοί οι στόχοι πρέπει να είναι προκαθορισμένοι ώστε να τίθενται κριτήρια προκειμένου οι διοργανωτές να μπορούν να

χαρακτηρίσουν αντικειμενικά μια εκδήλωση ως επιτυχία. Από την άποψη των αθλητικών γεγονότων, η επιτυχία της διοργάνωσης είναι ένα στοιχείο της οργανωτικής αποτελεσματικότητας όπου διάφοροι ενδιαφερόμενοι συνεργάζονται για να συμβάλουν στην εμπειρία της εκδήλωσης (Ahsan & Sunawan, 2010).

Οι Acher, Paule-Koba και Newand (2016), επισημαίνουν επίσης ότι ο αποτελεσματικός στρατηγικός και επιχειρηματικός σχεδιασμός είναι θεμελιώδης κατά τη διαχείριση εκδηλώσεων, ιδιαίτερα υπό το φως του περίπλοκου πλαισίου νομικών δικαιωμάτων και διαφορών που περιβάλλουν το σύγχρονο άθλημα. Λαμβάνοντας υπόψη την επιτυχία των έργων, ο Goatham (2013) έχει ταξινομήσει διαφορετικούς ορισμούς της επιτυχίας του έργου σε πέντε επίπεδα:

- ✓ Βαθμίδα 1: Ένα έργο είναι επιτυχημένο εάν παρέχει όλα ή τα περισσότερα από αυτά που έχει ορίσει (το πεδίο εφαρμογής), ανεξάρτητα από χρονοδιάγραμμα ή προϋπολογισμό.
- ✓ Βαθμίδα 2: Ένα έργο είναι επιτυχές εάν παραδώσει αυτό που προέβλεπε εντός του χρονοδιαγράμματος ή/και εντός του συμφωνημένου προϋπολογισμού.
- ✓ Βαθμίδα 3: Ένα έργο είναι επιτυχημένο εάν παραδίδει αυτό που έχει ορίσει εντός του χρονοδιαγράμματος, εντός του συμφωνημένου προϋπολογισμού και στα αναμενόμενα πρότυπα ποιότητας.
- ✓ Βαθμίδα 4: Ένα έργο είναι επιτυχημένο εάν επιτυγχάνει όλους τους συμφωνημένους στόχους του έργου το εύρος, το χρονοδιάγραμμα, τον προϋπολογισμό, την ποιότητα ή το αποτέλεσμα (δηλαδή, στόχους που πρέπει να επιτευχθούν ή στρατηγικές θέσεις που πρέπει να επιτευχθούν).
- ✓ Βαθμίδα 5: Ένα έργο είναι επιτυχημένο εάν το έργο δημιουργεί σημαντική καθαρή αξία για τον οργανισμό μετά την ολοκλήρωση του έργου.

Λαμβάνοντας υπόψη τους προαναφερθέντες ορισμούς της επιτυχίας του έργου από τον Goatham, (2013), η επιτυχία ενός αθλητικού γεγονότος θα μπορούσε να οριστεί ως η παροχή του προκαθορισμένου και αποδεκτού πλαισίου από όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη σχετικά με τους συμφωνημένους στόχους, το εύρος, το χρονοδιάγραμμα, τον προϋπολογισμό, την ποιότητα ή με βάση το αποτέλεσμα (Βαθμίδα 4). Αυτό είναι επειδή η πολυπλοκότητα της διοργάνωσης εκδηλώσεων έχει αυξηθεί εκθετικά τις τελευταίες δύο δεκαετίες και έχει απαιτήσει όλο και περισσότερα από τους συντελεστές να επηρεάσουν την επιτυχία της εκδήλωσης.

Η ανάπτυξη ενός πλαισίου που θα έχει δημιουργήσει οργανωτικές σχέσεις με όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη και θα λαμβάνει υπόψη τις ιδιαίτερες ανάγκες τους, θα μπορούσε να υποστηρίξει αυτό που όλοι οι ενδιαφερόμενοι θα ορίσουν ως επιτυχία ενός αθλητικού γεγονότος. Χωρίς αμφιβολία η επιτυχία είναι το κύριο κίνητρο στην έκβαση οποιουδήποτε έργου (Chalip, Green, Taks, & Misener, 2017), συνδέοντας κάθε αποτέλεσμα με συγκεκριμένες μετρήσεις που πρέπει να λάβουν υπόψη οι διοργανωτές για να μπορούν να πουν ότι το αθλητικό γεγονός είναι επιτυχημένο. Αυτή η σχεδιασμένη προσέγγιση που χρησιμοποιεί συγκεκριμένους δείκτες για την αξιολόγηση της επιτυχίας συγκεκριμένων παραγόντων κατά τη διοργάνωση της εκδήλωσης θα μπορούσε να παρακινήσει όλους τους ενδιαφερόμενους να προσπαθήσουν να επιτύχουν συγκεκριμένους μετρήσιμους στόχους και στόχους (Aicher et al, 2016).

### ***Καθορισμός κρίσιμων παραγόντων επιτυχίας***

Σύμφωνα με ερευνητικά δεδομένα διδακτορικής διατριβής (Kokolakis, 2018) οι επαγγελματίες εκδηλώσεων ορίζουν τους Κρίσιμους Παράγοντες Επιτυχίας (ΚΠΕ) ως όλα τα εξαιρετικά απαραίτητα συγκεκριμένα οργανωτικά χαρακτηριστικά που μπορούν να οδηγήσουν τον οργανισμό αθλητικών εκδηλώσεων στην ανάπτυξη, βελτίωση και επίτευξη συγκεκριμένων οργανωτικών στόχων. Πιστεύουν ότι οι κρίσιμοι παράγοντες επιτυχίας είναι ένα συγκεκριμένο πλαίσιο οργανωτικών χαρακτηριστικών που πρέπει να εφαρμοστεί κατά τη διοργάνωση αθλητικών γεγονότων προκειμένου να επιτευχθούν οι στόχοι του. Ωστόσο, ενώ τα σημαίνοντα αθλητικά γεγονότα αποδέχονται την αναγκαιότητα εφαρμογής κρίσιμων παραγόντων επιτυχίας στη διοργάνωση της εκδήλωσης, τα προσεγγίζουν γενικότερα και χωρίς να μετρούν λεπτομερώς τα αποτελέσματα. Διαβάζοντας τις επιμέρους ομοιότητες και διαφορές, μπορεί να φανεί ότι οι διεθνείς οργανισμοί αθλητικών εκδηλώσεων με μεγάλο ποσοστό δράσεων σε διαφορετικούς χώρους ορίζουν τα ΚΠΣ με ευρύτερους όρους.

Η διοργάνωση ενός αθλητικού γεγονότος προϋποθέτει την ολοκλήρωση ποικίλων εργασιών και δραστηριοτήτων προκειμένου η διοργάνωση να είναι επιτυχημένη. Ωστόσο, δεν είναι όλα αυτά ζωτικής σημασίας για την επιτυχία της εκδήλωσης. Για παράδειγμα, ορισμένοι διοργανωτές μπορεί να θεωρούν τη διαμονή ή τη δημόσια συγκοινωνία ως μη ουσιώδεις παράγοντες για την επιτυχία της εκδήλωσής τους. Ο καθορισμός των κρίσιμων παραγόντων επιτυχίας (ΚΠΣ) μπορεί να θεωρηθεί ως οι παράγοντες που πρέπει να γίνουν απαραίτητα αλλιώς

θα υπάρξει αποτυχία, επομένως είναι σημαντικό για τους διοργανωτές αθλητικών εκδηλώσεων να ορίσουν κάθε τομέα οργάνωσης εκδηλώσεων και στη συνέχεια να απομονώσουν κάθε παράγοντα που μπορεί πραγματικά να επηρεάσει την επιτυχία της εκδήλωσης (Robinson, et al, 2011). Για παράδειγμα ο ερευνητής Mihai (2013) επισημαίνει την σημαντικότητα των αθλητικών εγκαταστάσεων σε επίπεδο εύκολης προσβασιμότητας και ελκυστικής φυσικής εμφάνισης. Χρειάζονται επίσης να προσφέρουν ένα ευχάριστο, βολικό και λειτουργικό περιβάλλον. Ο καθορισμός λοιπόν των ΚΠΣ είναι μια δυναμική, συνεχής και εξελικτική δράση για τους διοργανωτές, επειδή κατά τη διάρκεια του κύκλου ζωής της εκδήλωσης, διαφορετικά ΚΠΣ έχουν διαφορετικό αντίκτυπο στην επιτυχία και υπάρχουν πολλοί παράγοντες που σχετίζονται με τα μεμονωμένα χαρακτηριστικά μιας εκδήλωσης. Αντίστοιχα, Σύμφωνα με τους Oshimi και Harada (2016), η κατάλληλη στρατολόγηση εθελοντών αποτελεί ένα κρίσιμο συστατικό των επιτυχημένων αθλητικών εκδηλώσεων. Επιπλέον, επειδή τα ΚΠΣ δημιουργούν ένα κοινό σημείο αναφοράς για την υποστήριξη όλων των ενδιαφερόμενων μερών για την επίτευξη των στόχων τους, είναι απαραίτητο να δίνεται συνεχής προσοχή στα ΚΠΣ προκειμένου να διασφαλιστεί η επιτυχία της εκδήλωσης.

Οι Holtorf, Urmee, Calais, και Pryor (2015) δήλωσαν ότι οι κρίσιμοι παράγοντες επιτυχίας είναι οι λίγες βασικές μεταβλητές ή παράγοντες που ο διευθυντής πρέπει να δώσει προτεραιότητα για να δηλαδή τους στόχους του/της για τους τρέχοντες ή μελλοντικούς τομείς δραστηριότητας. Επιπλέον, η πολυπλοκότητα και η αβεβαιότητα που υπάρχει κατά τη διάρκεια του κύκλου ζωής των αθλητικών γεγονότων πρέπει να αντιμετωπίζονται αποτελεσματικά από τους διοργανωτές. Αυτό γίνεται με τη χρήση CSF για την παροχή ενός πλαισίου που μπορεί να προσαρμοστεί άμεσα σε κάθε νέα αλλαγή που προκύπτει κατά τη διοργάνωση της εκδήλωσης.

Οι Ahsan και Gunahan (2010) θεώρησαν ότι τα ΚΠΣ μπορούν να υποστηρίξουν διαφορετικούς τομείς της ανθρώπινης προσπάθειας όπου είναι επιθυμητή η βελτίωση της διαδικασίας. Σύμφωνα με τους Aicher και συν. (2016) τα ΚΠΣ είναι χαρακτηριστικά, συνθήκες ή μεταβλητές που όταν διαχειρίζονται επαρκώς, μπορεί να έχουν σημαντικό αντίκτυπο στην επιτυχία μιας επιχείρησης, ενός δικτύου, λαμβάνοντας υπόψη το ανταγωνιστικό περιβάλλον της.

Επομένως, τα ΚΠΣ είναι συγκεκριμένοι τομείς μείζονος σημασίας για έναν συγκεκριμένο διαχειριστή, σε ένα συγκεκριμένο τμήμα, σε μια συγκεκριμένη χρονική στιγμή. Είναι εκείνα τα γεγονότα, οι περιστάσεις, οι συνθήκες, τα στρατηγικά στοιχεία, οι μεταβλητές ή οι δραστηριότητες που απαιτούν ιδιαίτερη προσοχή από τη διοίκηση λόγω της σημασίας τους



για τα αποτελέσματα που πρέπει να επιτευχθούν, μπορούν να ασκήσουν σημαντική επίδραση στην επιτυχή υλοποίηση μιας εκδήλωσης.

### ***Ο ρόλος των κρίσιμων παραγόντων επιτυχίας***

Οι παραπάνω ορισμοί υποδηλώνουν ότι τα ΚΠΣ έχουν την ικανότητα να βοηθούν στην υλοποίηση επιτυχημένων έργων και εκδηλώσεων. Ως εκ τούτου, φαίνεται εύλογο να υποστηριχθεί ότι για να γίνει αυτό, τα ΚΠΣ πρέπει να έχουν σημαντικό αντίκτυπο στη διαχείριση ενός οργανισμού και η έρευνα σε αυτόν τον τομέα έχει εντοπίσει μια μυριάδα ρόλων που τα ΚΠΣ έχουν τη δυνατότητα να παίζουν στη διαχείριση και την παράδοση δραστηριότητας. Ο προσδιορισμός των ΚΠΣ είναι μια σημαντική διαδικασία γιατί επιτρέπει στους οργανισμούς να εστιάσουν τις προσπάθειές τους στην οικοδόμηση των απαραίτητων ικανοτήτων προκειμένου να εξασφαλίσουν την επιτυχή υλοποίηση των στόχων του οργανισμού και παράλληλα να αξιολογήσουν εάν έχουν την ικανότητα ως οργανισμός να εκπληρώσουν τις απαιτήσεις του (Robinson, et al, 2011).

Τα ΚΠΣ μπορούν να οδηγήσουν σε πολλά οφέλη όπως η αποτελεσματική κατανομή πόρων, η αυξημένη επιτυχία, η διαχείριση ποιότητας, οι ικανοποιημένοι πελάτες, η βελτιωμένη εμπειρία επισκεπτών, τα αυξημένα έσοδα, οι αυξημένες ευκαιρίες, η υψηλότερη απόδοση ιδίων κεφαλαίων, η βιωσιμότητα, η ανάπτυξη και η ανάπτυξη και το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα (Robinson, et al, 2011). Τελικά, τα ΚΠΣ ουσιαστικά περιλαμβάνουν ένα γενικό πλαίσιο διαχείρισης που αναγνωρίζει ότι όλες οι εταιρείες είναι διαφορετικές και ότι λειτουργούν σε διαφορετικά περιβάλλοντα, αν και τα ΚΠΣ παράγουν απτά αποτελέσματα παρέχοντας μια διαδικασία που βοηθά έναν οργανισμό να δημιουργήσει ισχυρούς τρόπους σκέψης, επικοινωνίας και λήψης αποφάσεων.

Επίσης τα ΚΠΣ μπορούν να εφαρμοστούν σε όλους τους τύπους οργανισμών όπως κερδοσκοπικοί ή μη, μεγάλοι ή μικροί, εγχώριοι ή διεθνείς (Wronka 2013). Τα ΚΠΣ στοχεύουν στον εντοπισμό του συνόλου των συνθηκών και των δυνατοτήτων που βοηθούν έναν οργανισμό να επιτύχει τους στόχους του, να εστιάσει σε ό,τι είναι πραγματικά σημαντικό, να αξιοποιήσει τις ενέργειές του σε ένα πλαίσιο συνεργασίας, να βελτιώσει τη δυναμική της συνεργασίας του δικτύου στο σύνολό του (Besser & Miller, 2011). Επιπλέον, κρίσιμοι παράγοντες επιτυχίας

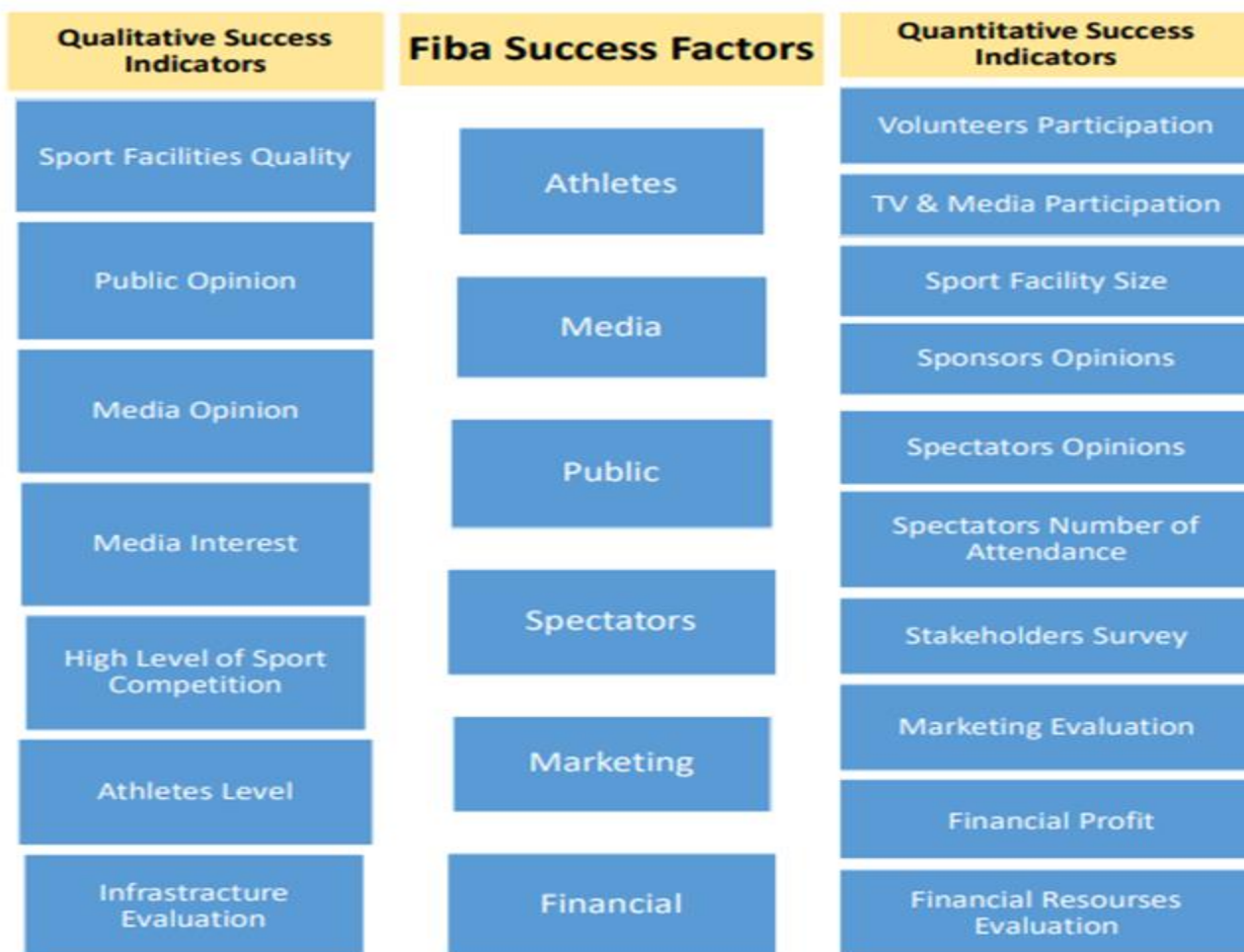
μπορεί να σχετίζονται με απτά φυσικά στοιχεία ή άυλα στοιχεία υπηρεσίας (Wang & Hung, 2015).

Η στρατηγική του Critical Success Factor είναι μια μεθοδολογία από πάνω προς τα κάτω που χρησιμοποιείται για τον εταιρικό στρατηγικό σχεδιασμό, η οποία υπογραμμίζει τις βασικές απαιτήσεις πληροφοριών από την ανώτατη διοίκηση. Ακολουθώντας μια τέτοια προσέγγιση μέσω της εξειδίκευσης των ΚΠΣ, ένας οργανισμός είναι σε θέση να αναγνωρίσει τις ομοιότητες και τις διαφορές και να δεσμεύσει σχέσεις συνεργασίας προκειμένου να επιτύχει καλύτερα αποτελέσματα από αυτά που θα αποκτούσε ο οργανισμός μεμονωμένα, μοιράζοντας συγκεκριμένους πόρους και πολύτιμες γνώσεις (Hung & Chang , 2012).

Για να είναι πιο αποτελεσματικά, τα ΚΠΣ θα πρέπει να συνδέονται μεταξύ τους για να παρέχουν αποτελεσματικό συντονισμό μεταξύ των διαφορετικών σχεδίων και η ανάπτυξη αυτής της ιεραρχίας μειώνει την οργανωτική ασάφεια. Ένα τέτοιο δυνητικό πλαίσιο καθιστά εφικτό τον καθορισμό προτεραιοτήτων και την αξιοποίηση των πόρων με τον πιο αποτελεσματικό τρόπο. Ένα πλαίσιο ΚΠΣ ομαδοποιεί τους κρίσιμους παράγοντες ώστε να υποστηρίξει τους διοργανωτές αθλητικών εκδηλώσεων να βρουν τις αλληλεπιδράσεις των παραγόντων σε διαφορετικούς οργανωτικούς τομείς που επηρεάζουν την επιτυχία του γεγονότος.

Σύμφωνα με το μοντέλο των Gupta, Gupta και Agrawal (2013) ένα σύστημα ταξινόμησης επιτρέπει την εξέταση των αλληλεπιδράσεων του ΚΠΣ σε τέσσερις κατηγορίες. (1) Παράγοντες που σχετίζονται με το έργο: Οργανωτικός, Επικοινωνιακός, Οικονομικός, και Ενδιαφερόμενος. (2) Παράγοντες που σχετίζονται με τον υπεύθυνο του έργου και την ομάδα: Επικοινωνία και Αθλητική Κοινότητα. (3) Παράγοντες που σχετίζονται με τον οργανισμό: Τεχνικοί και Τεχνολογικοί, Ενδιαφερόμενοι. (4) Παράγοντες που σχετίζονται με το εξωτερικό περιβάλλον: Περιβαλλοντικό και Κοινωνικό. Αυτό το πλαίσιο παρουσιάζει τις σχέσεις και τις επιπτώσεις των στόχων που έχουν θέσει τα ενδιαφερόμενα μέρη και παρέχει πληροφορίες στους διευθυντές για να διευκολύνουν την επιτυχή εφαρμογή δείχνοντας τη συνεργασία μεταξύ των διαφορετικών οργανωτικών περιοχών. Αναλύοντας περαιτέρω αυτό το πλαίσιο, είναι προφανές ότι υπάρχει μια αλληλεπίδραση μεταξύ των διαφορετικών ομάδων - ένας συνδυασμός πολλών παραγόντων που επιτρέπουν την επίτευξη των στόχων του έργου. Επίσης, τα ΚΠΣ βοηθούν άμεσα τις προσπάθειες και τους πόρους της ομάδας του έργου να επικεντρωθούν στους πιο σημαντικούς τομείς, οι οποίοι θα μπορούσαν να οδηγήσουν στην επιτυχή επίτευξη των στόχων (Gupta et al., 2013).

Επιστρέφοντας στην έρευνα του Kokkolakis (2018), οι ερωτηθέντες έκαναν διάκριση μεταξύ των ποιοτικών και ποσοτικών δεικτών που λαμβάνουν υπόψη οι διοργανωτές της εκδήλωσης προκειμένου να αξιολογήσουν το ποσοστό επίτευξης και εκπλήρωσης των στόχων. Οι ερωτηθέντες πίστευαν ότι οι αθλητές, οι ομάδες, τα μέσα ενημέρωσης, οι θεατές, το κοινό, το μάρκετινγκ και τα οικονομικά αποτελούσαν ένα μείγμα παραγόντων που θα μπορούσαν να επηρεάσουν την επιτυχία του αθλητικού γεγονότος υπό συγκεκριμένες συνθήκες. Αυτό το πλαίσιο των παραγόντων επιτυχίας συνδέεται άμεσα με ένα πλαίσιο δεικτών που χωρίζονται σε δύο κύριες κατηγορίες. την ποσοτική και ποιοτική αξιολόγηση των χαρακτηριστικών κάθε παράγοντα επιτυχίας. Μέσω αυτής της κατηγοριοποίησης, οι συνεντευξιαζόμενοι προσδιορίζουν το επίπεδο επιτευγμάτων που ορίζει η οργανωτική επιτροπή της διοργάνωσης FIBA.



**Εικόνα 1.** Κρίσιμοι τομείς προκαθορισμένων επιτευγμάτων από την οργανωτική επιτροπή της FIBA.  
 Πηγή: Kokkolakis (2018)

Οκτώ κρίσιμοι τομείς έχουν χρησιμοποιηθεί για τον προσδιορισμό των κρίσιμων παραγόντων επιτυχίας σύμφωνα με την αντίληψη των ερωτηθέντων, στον παραπάνω πίνακα που δημιουργείται σύμφωνα με το παράδειγμα της διοργάνωσης FIBA. Σε αυτούς τους κρίσιμους τομείς συλλέγονται όλοι οι σχετικοί συγκεκριμένοι παράγοντες και επίσης οι ενέργειες που απαιτούν ιδιαίτερη προσοχή από τους διοργανωτές της εκδήλωσης προκειμένου να οργανωθεί μια επιτυχημένη αθλητική εκδήλωση. Σύμφωνα με τα παραπάνω οι ΚΠΣ μπορούν να χωριστούν ως εξής (Kokkolakis, 2018):

1. Κρίσιμοι Παράγοντες Επιτυχίας Επικοινωνία - Παράγοντες που σχετίζονται με αποτελεσματική επικοινωνία, ανατροφοδότηση και σχέδιο επικοινωνίας κατά τη διοργάνωση της εκδήλωσης.
2. ΚΠΣ Κυβέρνησης & Δημόσιας Υποστήριξης - Παράγοντες που σχετίζονται με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά της κοινωνικής και γεωγραφικής περιοχής όπου θα πραγματοποιηθεί το αθλητικό γεγονός.
3. Οικονομικοί ΚΠΣ - Παράγοντες που σχετίζονται με την οικονομική βιωσιμότητα και τους επαρκείς πόρους του αθλητικού γεγονότος.
4. Οργανωτικοί ΚΠΣ - Παράγοντες που σχετίζονται με τον σωστό προγραμματισμό, λειτουργία, αποτελεσματική διαχείριση έργου, εξειδικευμένο και αποτελεσματικό προσωπικό με σαφή ανάθεση ρόλων και ευθυνών.
5. ΚΠΣ Αθλητικής Κοινότητας - Παράγοντες που σχετίζονται με τις τοπικές, εθνικές και διεθνείς αθλητικές ενώσεις και ομοσπονδίες.
6. ΚΠΣ ενδιαφερόμενων ατόμων- Παράγοντες που σχετίζονται με τις συγκεκριμένες ανάγκες και ενδιαφέρον όλων των ανθρώπων και των ομάδων που εμπλέκονται στο αθλητικό γεγονός όπως αθλητές, αθλητικές ομάδες, ΜΜΕ, χορηγοί, εθελοντές κ.λπ.
7. Τεχνικοί ΚΠΣ - ΚΠΣ που σχετίζονται με την κατάλληλη αθλητική και δημόσια υποδομή.
8. Τεχνολογικοί ΚΠΣ- Παράγοντες που σχετίζονται με ενημερωμένα συστήματα για αθλητική και δημόσια υποστήριξη.

### *Διεθνείς Πετυχημένες αθλητικές διοργανώσεις τουριστικού ενδιαφέροντος*

Οι Ολυμπιακοί Αγώνες αποτελούν ισχυρό τουριστικό πόλο έλξης που θα ενθαρρύνει την τοπική τουριστική ανάπτυξη. Επιπλέον, οι Ολυμπιακοί Αγώνες είναι ένα τεράστιο αθλητικό γεγονός, το οποίο απαιτεί να ξοδευτούν πολλά χρήματα για την κατασκευή, τις εγκαταστάσεις και την άνετη μεταφορά για να ικανοποιήσει αυτό το διεθνές γεγονός. Ωστόσο, οι Ολυμπιακοί Αγώνες θα δημιουργήσουν περισσότερο χώρο για τη βελτίωση του τουρισμού, και στη συνέχεια φέρνουν πολλά οφέλη στην πόλη υποδοχής, όπως οικονομικά, επιχειρηματικά, μεταφορικά, φιλοξενία και ούτω καθεξής. Όμως, αυτό το αθλητικό γεγονός μπορεί να οδηγήσει σε ορισμένες αρνητικές επιπτώσεις και στην πόλη υποδοχής. Οι Ολυμπιακοί Αγώνες δεν είναι μόνο αθλητικό γεγονός, αλλά και τουριστικό αξιοθέατο (Han, Sun, Dong, & Li, 2011).

Αυτή η γνώμη σχετίζεται με το ότι ο διεθνής αθλητισμός έχει γίνει ένα από τα ισχυρά και αποτελεσματικά οχήματα για αυτό που η βιομηχανία αποκαλεί «εικόνα προορισμού». Σύμφωνα με αυτή τη γνώμη, οι Ολυμπιακοί Αγώνες ως υπέρ-διεθνές αθλητικό γεγονός θα προσελκύσουν περισσότερους επισκέπτες να έρθουν και να τους παρακολουθήσουν και στη συνέχεια να ενθαρρύνουν άμεσα την τουριστική βιομηχανία της πόλης υποδοχής. Οι περισσότεροι άνθρωποι ενδιαφέρονται για τον αθλητισμό και θα ήθελαν να αφιερώσουν πολύ χρόνο στη συμμετοχή σε διάφορες αθλητικές δραστηριότητες. Ταυτόχρονα, οι άνθρωποι θα ήθελαν επίσης να δώσουν μεγαλύτερη προσοχή στα διεθνή αθλητικά γεγονότα, όπως οι Ολυμπιακοί Αγώνες, το Παγκόσμιο Κύπελλο Ποδοσφαίρου (Han, et al, 2011). Επιπλέον, πολλά διαφορετικά αθλητικά είδη στους Ολυμπιακούς Αγώνες, και θα ικανοποιήσουν διαφορετικούς ανθρώπους που έχουν διαφορετικά αγαπημένα στα αθλήματα. Αυτό είναι λοιπόν ένα τέλειο ταίριασμα, αθλητική εκδήλωση και τουρισμός (Liu & Wilson, 2014).

Οι Ολυμπιακοί Αγώνες δεν είναι μόνο μια μεγάλη αθλητική διοργάνωση αλλά και ένα οικονομικό κίνητρο για τη διοργανώτρια πόλη. Οι Ολυμπιακοί Αγώνες προσελκύουν τουρίστες, και κερδίζουν πολλά χρήματα από αυτό. Ο τουρισμός είναι μια ανθρώπινη δραστηριότητα που προκύπτει εν μέρει από τις οικονομικές συνθήκες του καταναλωτή. Έχει επίσης οικονομικό αντίκτυπο σε έθνη και περιοχές (Liu & Wilson, 2014). Οι επισκέπτες που είναι από διαφορετικές χώρες και θα ήθελαν να πάνε στην πόλη υποδοχής για να παρακολουθήσουν τον διαγωνισμό, θα συμβάλλουν στη βελτίωση του τοπικού τουρισμού (Liu & Wilson, 2014).

Στην πραγματικότητα, μετά τους Ολυμπιακούς Αγώνες, οι βολικές και προηγμένες συγκοινωνίες και η ποικιλία των ξενοδοχείων θα αποτελέσουν νέο πόρο για τον τοπικό

τουρισμό. Επιπλέον, πολλές νέες εγκαταστάσεις θα προσελκύσουν τουρίστες να ταξιδέψουν στην πόλη υποδοχής, όπως στο Ολυμπιακό Πάρκο, σε στάδια και ούτω καθεξής. Για το λόγο αυτό, οι Ολυμπιακοί Αγώνες είναι ένας σημαντικός τρόπος για να προετοιμαστεί η τουριστική ανάπτυξη, ιδιαίτερα ο αστικός τουρισμός.

#### *Το αντίκτυπο των Ολυμπιακών αγώνων*

Οι Ολυμπιακοί Αγώνες θα μπορούσαν να ενθαρρύνουν την οικονομική ανάπτυξη της διοργανώτριας πόλης. Αυτό χωρίζεται σε διαφορετικούς τομείς, όπως επιχειρήσεις, τουρισμός, μέσα ενημέρωσης, μεταφορές και φιλοξενία. Περισσότερες επιχειρήσεις ενδιαφέρονται για τους Ολυμπιακούς Αγώνες, επειδή η διοργάνωση διαδίδεται σε όλο τον κόσμο και κάθε χώρα δίνει προσοχή σε αυτό το αθλητικό γεγονός. Έτσι, οι Ολυμπιακοί Αγώνες δημιουργούν μια καλή ευκαιρία για τις επιχειρήσεις να προωθήσουν τα προϊόντα τους και να παρέχουν έναν ευνοϊκό χώρο για διαφήμιση. Μέσω αυτών των πλεονεκτημάτων οι εταιρείες αποκομίζουν περισσότερα κέρδη από τους Ολυμπιακούς Αγώνες (Han, et al, 2011).

Οι Ολυμπιακοί Αγώνες ως τουριστικό αξιοθέατο προσελκύουν ανθρώπους από διαφορετικά σημεία του κόσμου να έρθουν εκεί για να παρακολουθήσουν τις εκδηλώσεις. Τα τελευταία χρόνια, το ενδιαφέρον χωρών και περιοχών για τη διοργάνωση μιας μελλοντικής έκδοσης των Ολυμπιακών Αγώνων έχει αυξηθεί λόγω της αντίληψης ότι κάτι τέτοιο θα βοηθούσε στην προσέλκυση τουριστών και στη δημιουργία εισοδήματος. Η διοργανώτρια πόλη μπορεί να αποκομίσει κέρδος από τα εισιτήρια που πωλούνται στους ανθρώπους για να παρακολουθήσουν τους Ολυμπιακούς Αγώνες (Han et al, 2011).

Για παράδειγμα, στους Ολυμπιακούς Αγώνες του Σίδνεϊ το 2000, πουλήθηκαν το 90% από τα εισιτήρια που περιλαμβάνουν 6,7 εκατομμύρια εισιτήρια σε εθνικό επίπεδο και 6 εκατομμύρια εισιτήρια από χώρους διεξαγωγής του Σίδνεϊ. Εν τω μεταξύ, οι επισκέπτες που παρακολουθούν τον διαγωνισμό, τους αρέσει επίσης να ταξιδεύουν σε διάφορα αξιοθέατα στην πόλη υποδοχής ή να ταξιδεύουν σε άλλες επαρχίες (Han et al, 2011).

#### *FIFA 2014*

Το προηγούμενο Παγκόσμιο Κύπελλο FIFA 2014 έκανε τη Βραζιλία προνομακό τουριστικό προορισμό, ιδιαίτερα για τον επιχειρηματικό τουρισμό, που ενισχύθηκε από την κατασκευή ξενοδοχείων και τον τομέα των ξενοδοχείων και εστιατορίων, μέσω της

διοργάνωσης των εκδηλώσεων (Barreda, Zubieta, Chen Han, Cassilha, & Kageyama, 2017). Η Βραζιλία περίμενε 600.000 ξένους τουρίστες, δύο φορές περισσότερους από τη Νότια Αφρική το 2010, αλλά η χώρα υποδέχτηκε 1.015.000 τουρίστες από 203 διαφορετικές χώρες. Συνολικά 16,7 εκατομμύρια άνθρωποι ταξίδεψαν σε όλη τη χώρα με αεροπλάνο κατά τη διάρκεια του μοναδικού τουρνουά με ιστορικό ρεκόρ 572.000 επιβατών σε μία ημέρα, σύμφωνα με τους αριθμούς του Τμήματος Πολιτικής Αεροπορίας. Για αυτό στο Παγκόσμιο Κύπελλο 2018, το μέσο καλάθι των αθλητικών τουριστών έπρεπε να είναι 31% υψηλότερο από τα έξοδα τουριστών του Παγκοσμίου Κυπέλλου 2014. Αυτή η άνοδος είχε επικεντρωθεί στα καταλύματα (+10%), την εστίαση (+25%) αλλά και τις μεταφορές (+10%), παρά το γεγονός ότι η ρωσική κυβέρνηση έχει θέσει μέτρα που είναι δωρεάν για την υποδοχή ξένων επισκεπτών με τον καλύτερο δυνατό τρόπο (Bauman & Matheson, 2018).

Οι επιπτώσεις τέτοιων τεράστιων αθλητικών γεγονότων στον τουρισμό είναι δύσκολο να προβλεφθούν, και όπως δείχνει ένα έγγραφο που δημοσιεύτηκε πρόσφατα στο ευρετήριο για τον τουρισμό αναψυχής, μπορούν να εξαρτηθούν από το ποια ανταγωνιστικά έθνη τα πάνε καλά. Τα αποτελέσματα των Baumann και Matheson (2018) δείχνουν ότι για το Παγκόσμιο Κύπελλο 2014 στη Βραζιλία, ο αριθμός των ξένων επισκεπτών ξεπέρασε τις προσδοκίες, αλλά ότι αυτό επηρεάστηκε σε μεγάλο βαθμό από την πρόοδο της ομάδας από τη γειτονική Αργεντινή στον τελικό. Αναλύοντας δε τις μηνιαίες αφίξεις ξένων τουριστών στη Βραζιλία μεταξύ 2003 και 2015 και διαπίστωσαν ότι το Παγκόσμιο Κύπελλο FIFA 2014 αύξησε τον ξένο τουρισμό κατά περίπου 1 εκατομμύριο επισκέπτες. Αυτό ήταν πολύ μπροστά από τις προβλέψεις του υπουργείου Αθλητισμού της Βραζιλίας, το οποίο είχε προβλέψει ότι το Παγκόσμιο Κύπελλο θα προσέλκυε 600.000 τουρίστες στη Βραζιλία. Οι καθαρές ξένες αφίξεις τον Ιούνιο και τον Ιούλιο του 2014 αυξήθηκαν κατά περίπου 1 εκατομμύριο, με λίγο περισσότερες από τις μισές από αυτές να φτάνουν με αεροπλάνο. Οι χώρες με εθνική ομάδα στη φάση των ομίλων του διαγωνισμού προσέλκυσαν επιπλέον 20.000 επισκέπτες ανά χώρα τον Ιούνιο, ενώ εκείνες οι χώρες των οποίων οι ομάδες προχώρησαν στα νοκ άουτ έφεραν άλλους 13.000-17.000 επισκέπτες στη Βραζιλία.

### *Champions League*

Ο τελικός του Champions League, ο οποίος αποφασίζει την καλύτερη ποδοσφαιρική ομάδα στην Ευρώπη, είναι το αποκορύφωμα της χρονιάς των περισσότερων οπαδών του

ποδοσφαίρου. Ο Τελικός του 2019 πραγματοποιήθηκε στη Μαδρίτη το Σάββατο 1 Ιουνίου στο στάδιο Wanda Metropolitano. Η πρόσβαση στα δεδομένα βραχυπρόθεσμης ενοικίασης ήταν απαραίτητη για τη Μαδρίτη όταν προετοιμάζονταν για την εκδήλωση. Καταγράφηκαν σχεδόν 4.500 νέες βραχυπρόθεσμες ενοικιάσεις τον μήνα πριν από τη διεξαγωγή του Τελικού (Μάιος 2019), πολλές από τις οποίες βρίσκονταν κοντά στο στάδιο Wanda Metropolitano (μια περιοχή που συνήθως δεν είναι τόσο δημοφιλής στους τουρίστες). Ο τελικός του UEFA Champions League στη Μαδρίτη αποδεικνύει ότι η πρόσβαση στα τουριστικά δεδομένα είναι ζωτικής σημασίας. Οι βραχυπρόθεσμες ενοικιάσεις αποτελούν το 25% της τουριστικής βιομηχανίας, και επομένως η ανάλυση των δεδομένων βραχυπρόθεσμων μισθώσεων αποτελεί ουσιαστικό μέρος αυτής της ανάλυσης (Baumann & Matheson, 2018).



## ΜΕΘΟΔΟΣ

### *Είδος Έρευνας*

Το είδος της ανάλυσης που επιλέχθηκε είναι η ποιοτική μέθοδος ανάλυσης έναντι της ποσοτικής μεθόδου ανάλυσης. Καθίσταται ωστόσο αναγκαίο να αιτιολογηθεί ο λόγος που επιλέχθηκε η ποιοτική μέθοδος έναντι της ποσοτικής. Ως ποιοτική μέθοδος ορίζεται η μη αριθμητική εξέταση και ερμηνεία παρατηρήσεων που σκοπό έχει να ανακαλύψει υποκείμενα νοήματα και τα μοτίβα σχέσεων. Ουσιαστικά η ποιοτική έρευνα επικεντρώνεται στην κατανόηση ενός ερευνητικού ερωτήματος με υπό ένα κατεξοχήν θεωρητικό και ανθρωπιστικό πρίσμα. Η ποιοτική μέθοδος χρησιμοποιείται για την κατανόηση των πεποιθήσεων, των εμπειριών, των στάσεων, της συμπεριφοράς και των αλληλεπιδράσεων των ανθρώπων, ως προαναφέρθηκε μη αριθμητικά δεδομένα. Η ποιοτική έρευνα ορίζεται ως μέθοδος έρευνας που εστιάζει στην απόκτηση δεδομένων μέσω ανοιχτής επικοινωνίας και συνομιλίας. Αυτή η μέθοδος δεν αφορά μόνο το τι πιστεύουν οι άνθρωποι αλλά και το γιατί το πιστεύουν (Silverman, 2020).

Υπάρχουν έξι είδη ποιοτικής έρευνας, οι οποίες είναι οι εξής: η φαινομενολογική, η ηθογραφική, η θεμελιωμένη θεωρία, η ιστορική, η μελέτη περίπτωσης και η έρευνα δράσης. Το φύλο, το όνομα χώρας, τα είδη ζώων και η συναισθηματική κατάσταση είναι παραδείγματα ποιοτικών πληροφοριών. Η ποιοτική έρευνα αποτελεί μια μορφή έρευνας που αναλύει πληροφορίες οι οποίες μεταφέρονται μέσω της γλώσσας και της συμπεριφοράς σε φυσικά περιβάλλοντα. Η ποιοτική ανάλυση χρησιμοποιείται για να συλλάβει εκφραστικές πληροφορίες που δεν μεταφέρονται σε ποσοτικά δεδομένα και αφορά τις πεποιθήσεις, τις αξίες, τα συναισθήματα και τα κίνητρα που βασίζονται στη συμπεριφορά των ατόμων. Κατά την ποιοτική ανάλυση, δύνανται να χρησιμοποιηθούν τρεις ερευνητικές μέθοδοι, οι οποίες είναι οι εξής: Οι παρατηρήσεις, στις οποίες οι ερευνητές καταγράφουν με λεπτομέρειες όσα είδαν, άκουσαν ή συνάντησαν στο πεδίο. Οι συνεντεύξεις, στις οποίες τίθενται ερωτήματα στους συνεντευξιαζόμενους. Οι ομάδες εστίασης ,στις οποίες πραγματοποιούνται ερωτήσεις σε μία συγκεκριμένη ομάδα ατόμων (Silverman, 2020).

Η ποιοτική έρευνα ουσιαστικά αποτελεί μια μεθοδολογία σχεδιασμένη για τη συλλογή μη αριθμητικών δεδομένων και για την απόκτηση της εις βάθος γνώσης σ' ένα συγκεκριμένο θέμα. Βασίζεται σε δεδομένα που συλλέγονται με βάση έναν συγκεκριμένο ερευνητικό σχεδιασμό

ώστε να απαντά στο ερώτημα «γιατί» και «πώς». Τα ποιοτικά δεδομένα συλλέγουν πληροφορίες που επιδιώκουν να περιγράψουν ένα θέμα περισσότερο από το να το μετρήσουν (Silverman, 2020).

Η ποσοτική ανάλυση είναι μια ερευνητική στρατηγική που στοχεύει στην ποσοτικοποίηση των δεδομένων, τα οποία συλλέγονται και αναλύονται. Δημιουργείται από την επαγωγική μέθοδο η οποία βασίζεται σε εμπειρικά δεδομένα, με την βοήθεια των οποίων οδηγείται ο ερευνητής στο συμπέρασμα. Πιο συγκεκριμένα πρόκειται για μια ερευνητική στρατηγική η οποία προωθεί την αντικειμενική και εμπειρική διερεύνηση παρατηρήσιμων φαινομένων με στόχο τον έλεγχο αλλά και την κατανόηση σχέσεων (Hoy & Adams, 2015).

Στην παρούσα εργασία επιλέχθηκε λοιπόν η ποιοτική ανάλυση, καθώς τα ερευνητικά ερωτήματα αποσκοπούν στην εις βάθος κατανόηση εκείνων των παραγόντων που οδηγούν στην επιτυχία των τουριστικών αθλητικών διοργανώσεων της περιφέρειας της Ηπείρου, το προφίλ των εν λόγω αθλητικών δράσεων αλλά και το πώς ο κάθε παράγοντας και φορέας συνεισφέρει στην επιτυχία των τουριστικών αθλητικών διοργανώσεων. Επομένως, δεν θα μπορούσε να επιλεγθεί άλλη μέθοδος εκτός της ποιοτικής.

### ***Μέσα συλλογής δεδομένων***

Οι ποιοτικοί ερευνητές χρησιμοποιούν διαφορετικές πηγές δεδομένων για να κατανοήσουν το θέμα που μελετούν. Αυτές οι πηγές δεδομένων περιλαμβάνουν συνεντεύξεις σε βάθος, ομάδες εστίασης, τυποποιημένες συνεντεύξεις και αντικείμενα, όπως βιβλία ή έργα τέχνης. Στην εν λόγω εργασία πραγματοποιήθηκαν ημι-δομημένες συνεντεύξεις και άντληση πληροφοριών από δευτερογενείς πηγές όπως από τις ιστοσελίδες τόσο της Περιφέρειας Ηπείρου όσο και των διοργανωτριών φορέων. Μια ημι-δομημένη συνέντευξη αποτελεί ένα είδος συνέντευξης κατά την οποία ο ερευνητής, θέτει μόνο μερικές προκαθορισμένες ερωτήσεις ενώ οι υπόλοιπες ερωτήσεις δεν είναι προγραμματισμένες εκ των προτέρων. Δεδομένου ότι οι ημι-δομημένες συνεντεύξεις συνδυάζουν τόσο το δομημένο όσο και το μη δομημένο στυλ συνέντευξης, μπορούν να προσφέρουν τα πλεονεκτήματα και των δύο (Marshall & Rossman, 2014).

Αναφορικά με τις ερωτήσεις που επιλέχθησαν αυτές διακρίνονταν σε έξι θεματικές κατηγορίες. Η πρώτη κατηγορία περιελάμβανε δημογραφικά στοιχεία των συμμετεχόντων που σχετίζονταν με την ιδιότητα και εμπειρία τους στην διοργάνωση αθλητικών διοργανώσεων όπως

π.χ. χρόνια εμπλοκής και συνολική εμπειρία σε άλλες διοργανώσεις. Η δεύτερη κατηγορία ερωτήσεων πριελάμβανε ανοικτού τύπου διατυπώσεις που αφορούσαν τους παράγοντες εκείνους που διέκριναν σε επίπεδο πετυχημένης διοργάνωσης, π.χ. Πως θα καθορίζατε μια αθλητική διοργάνωση επιτυχημένη. Η τρίτη κατηγορία, αφορούσε την ιεράρχηση του επιπέδου σημαντικότητας σε 15 επιμέρους παράγοντες επιτυχίας όπως εθελοντές, ασφάλεια, δημόσια υποστήριξη και οικονομική διαχείριση. Στην τέταρτη ενότητα υπήρχαν αντίστοιχα 49 διατυπώσεις που ήταν επεξηγηματικοί των προηγούμενων παραγόντων και βασίστηκαν στην έρευνα του Kokolakis (2018). Στην πέμπτη ενότητα οι συμμετέχοντες καλούνταν να τοποθετηθούν σε θέματα μελλοντικής προοπτικής και βιωσιμότητας αυτών των αθλητικών διοργανώσεων σε μια σειρά από επτά ερωτήσεις όπως «Ποιες ενέργειες/δράσεις αναλαμβάνετε σε επίπεδο σχεδιασμού για την βιωσιμότητα της διοργάνωσης ως προς το περιβαλλοντικό της αποτύπωμα». Στην έκτη και τελευταία ενότητα υπήρξαν αντίστοιχα 26 ερωτήσεις κατάλληλες για την άντληση ποσοτικών στοιχείων των αθλητικών διοργανώσεων όπως αριθμός αθλητών, εθελοντών και εκτιμώμενος αριθμός επισκεπτών. Μέρος των ερωτήσεων βασίστηκαν στον τεχνικό οδηγό (Audiences London, 2011) και στην έρευνα της Parent (2015).

### ***Μέθοδος Δειγματοληψίας***

Στην παρούσα ερευνητική εργασία επιλέχθηκε η δειγματοληψία τυπικής περίπτωσης (typical case sampling). Σκοπό του συγκεκριμένου τύπου δειγματοληψίας είναι η επιλογή δείγματος που θεωρείται «τυπικό», δηλαδή που τοποθετείται στον μέσο όρο ως προς τα χαρακτηριστικά που ενδιαφέρουν τον ερευνητή. Το πρώτο στάδιο είναι ο προσδιορισμός χαρακτηριστικών που έχει ο τυπικός άνθρωπος ή η κατάσταση που θέλει να εξετάσει ο ερευνητής, το δεύτερο στάδιο είναι η επιλογή του δείγματος από τις «τυπικές» περιπτώσεις. Αποτέλεσμα της δειγματοληψίας είναι ότι οι πληροφορίες που θα συλλέξει ο ερευνητής να μην μπορούν να απορριφθούν καθώς αφορούν ειδικές ή αποκλίνουσες περιπτώσεις. (Silverman, 2020).

### ***Δείγμα***

Στην εν λόγω εργασία ως δείγμα με βάση τη δειγματοληψία τυπικής περίπτωσης, επιλέχθηκαν άτομα τα οποία συμμετέχουν ενεργά με οργανωτικές-διοικητικές αρμοδιότητες στις αθλητικές διοργανώσεις της περιφέρειας Ηπείρου. Οι ιδιότητες των τελικών συμμετεχόντων

ήταν (1) τεχνικός διευθυντής του αγώνα Ursa Trail, (2) θεματικός αντιπεριφερειάρχης Ηπείρου σε θέματα Αθλητισμού, (3) Δ/ντής Δ/νσης Νεολαίας και Άθλησης Κοινωφελούς Επιχείρησης Πολιτισμού, Περιβάλλοντος, Νεολαίας και Άθλησης Δήμου Ιωαννιτών και (4) προπονητής με διοργανωτική εμπλοκή στο Πανελλήνιο πρωτάθλημα Άρσης Βαρών και Περιφερειακούς-Προκριματικούς Αγώνες.

### *Διαδικασία συλλογής δεδομένων*

Ο τρόπος που επιλέχθηκε το δείγμα βασίστηκε κυρίως σε ένα κριτήριο, το οποίο ήταν το δείγμα να έχει κάποια αρμοδιότητα στις τουριστικές αθλητικές διοργανώσεις της περιφέρειας Ηπείρου. Εν συνεχεία, πραγματοποιήθηκε τηλεφωνική επικοινωνία με τους εν δυνάμει συμμετέχοντες όπου και πραγματοποιήθηκε η ενημέρωσή τους για τον σκοπό της έρευνας και τον τρόπο που θα διεξαχθεί. Αρχικά προσεγγίστηκαν οχτώ άτομα εκ των οποίων τα τέσσερα συμφώνησαν να συμμετέχουν. Την συμφωνία των συμμετεχόντων διαδέχθηκε, ο καθορισμός της ώρας και του μέρους διεξαγωγής της έρευνας. Η διεξαγωγή της έρευνας πραγματοποιήθηκε στο μέρος εργασίας του κάθε συμμετέχοντα και δεν διήρκησε περίπου από 1 έως 1:30 ώρα. Αφού δόθηκαν οι οδηγίες στον κάθε συμμετέχοντα και διασφαλίστηκε η ανωνυμία του όπως και το δικαίωμα του να μην απαντήσει αν δεν επιθυμεί σε κάποια ερώτηση, οι συμμετέχοντες συμπλήρωσαν το ερωτηματολόγιο. Μετά την ολοκλήρωση της συμπλήρωσης του ερωτηματολογίου, η ερευνήτρια τους ευχαρίστησε.

## ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

### *Τουριστικό Προφίλ Περιφέρειας Ηπείρου*

Η Περιφέρεια της Ηπείρου συνιστά το βορειοδυτικότερο γεωγραφικό διαμέρισμα του κράτους μας. Στα δυτικά της βρέχεται από το Ιόνιο Πέλαγος, ενώ στα ανατολικά συνορεύει με τη Θεσσαλία και τη Μακεδονία. Νότιο όριο της είναι ο Αμβρακικός κόλπος και η Ενότητα της Αιτωλοακαρνανίας και βόρειο τα σύνορα με το κράτος της Αλβανίας. Το σύνολο της έκτασής της υπολογίζεται σε 9.203 τετραγωνικά χιλιόμετρα, και ο συνολικός πληθυσμός της Περιφέρειας ξεπερνά τα 336.000 άτομα. Τα Ιωάννινα συνιστούν την πρωτεύουσα της Περιφέρειας. Αυτό το γεωγραφικό διαμέρισμα χαρακτηρίζεται ορεινό με ιδιαίτερη γεωμορφολογία και ανά περιοχές μεταβαλλόμενες κλιματικές συνθήκες. Η μορφολογία της γης διακρίνεται από ορεινό ανάγλυφο και την πληθώρα των επιφανειακών υδάτων καθώς το κλίμα της διακρίνεται από πολλαπλές και συνεχείς βροχοπτώσεις πρωτίστως τους μήνες του Φθινοπώρου και του Χειμώνα. Ακόμη η Ήπειρος συνιστά μια Περιφέρεια στην οποία σημειώνονται πολλές χιονοπτώσεις την εποχή του χειμώνα στα ορεινά. Αυτό το γεωγραφικό διαμέρισμα αποτελείται από 4 νομούς: των Ιωάννινων, της Άρτας, της Πρέβεζας και της Θεσπρωτίας.

Στην Ήπειρο υπάρχει ένα αεροδρόμιο στον νομό των Ιωάννινων και τέσσερα λιμάνια τα οποία βρίσκονται στην Πρέβεζα, στην Πάργα, στην Ηγουμενίτσα και στη Σαγιάδα. Ακόμη αρκετοί είναι οι τουρίστες οι οποίοι ταξιδεύουν οδικώς στην Περιφέρεια της Ηπείρου. Επίσης πλήθος από τους ταξιδιώτες χρησιμοποιούν και το αεροδρόμιο.

Είναι αξιοσημείωτο το γεγονός πως το έτος 2019 η Περιφέρεια της Ηπείρου σημείωσε περισσότερες από 430 διαθέσιμες ξενοδοχειακές υπηρεσίες με πάνω από 8.400 δωμάτια και 18.000 κλίνες αντιπροσωπεύοντας με τον τρόπο αυτόν το 4% των ξενοδοχειακών μονάδων του κράτους, το 2% των δωματίων και το 2% των κλινών. Σχετικά με τα δωμάτια προς ενοικίαση η Περιφέρεια κατέγραψε πάνω από 1.300 διαμερίσματα με περίπου 8.000 δωμάτια και 19.100 κλίνες συνολικά. Τα ανάλογα ποσοστά που αντιστοιχούσαν στα συνολικά νοικιαζόμενα διαμερίσματα, δωμάτια και κλίνες του κράτους ήταν 5%, 4% και 4%. Επιπλέον, η Ήπειρος παρέχει 98 μονάδες επιπλωμένων σπιτιών και επαύλεων με πάνω από 250 δωμάτια και 950 κλίνες αντιπροσωπεύοντας μόλις το 1% από τις ανάλογες μονάδες, δωμάτια και κλίνες της Ελλάδας. Τέλος, η Περιφέρεια σημειώνει 16 μονάδες κάμπινγκ με 21 οικισμούς και πάνω από

1.000 διαθέσιμες θέσεις, αντιπροσωπεύοντας έτσι το 5% των μονάδων του κράτους, το 2% των οικισμών και το 5% των διαθέσιμων θέσεων (INSETE, 2020).

Η Περιφέρεια της Ηπείρου παρέχει 78 παραδοσιακά διαμερίσματα, 52 αρχαιολογικά μέρη, 23 μουσεία και 10 παραλίες με γαλάζια σημαία. Ακόμη διαθέτει 1 μαρίνα με δυναμικό 300 λιμενικών και 2 καταφύγια για τουριστικά σκάφη με πάνω από 200 θέσεις. Ακόμη, σημειώνει 4 αναγνωρισμένες φυσικές ιαματικές πηγές. Τέλος, στη διάθεσή της σημειώνονται 3 χιονοδρομικά κέντρα και 7 καταφύγια τα οποία συντελούν στην άνοδο του τουρισμού στην Ήπειρο.

### *Τουριστική κίνηση*

Το γεωγραφικό διαμέρισμα της Ηπείρου κατέγραψε για πρώτη φορά το έτος 2017 παγκόσμια αεροπορική κίνηση στο αεροδρόμιο των Ιωάννινων, σημειώνοντας 3.232 αφίξεις από όλον τον κόσμο. Δύο χρόνια αργότερα καταγράφηκε άνοδος κατά 357%, με αποτέλεσμα οι αφίξεις να αγγίζουν τις 15.000 χιλιάδες. Τη χρονική διετία 2014-2016 δε σημειώθηκαν παγκόσμιες αφίξεις στο αεροδρόμιο της Ηπείρου. Η Ήπειρος αποτέλεσε το έτος 2019 το 0,1% της ολικής παγκόσμιας επιβατικής μετακίνησης η οποία καταγράφηκε στην Ελλάδα. Η κίνηση εσωτερικού είναι ιδιαίτερα χαμηλή αντιπροσωπεύοντας μόλις το 1% της ολικής κίνησης εσωτερικού η οποία σημειώθηκε εκείνη τη χρονιά στην Ελλάδα. Αναλυτικότερα την πενταετία 2014-2019 το αεροδρόμιο της Ηπείρου σημείωσε άνοδο στην κίνηση του εσωτερικού κατά 30% αγγίζοντας τις 51.000 χιλιάδες αφίξεις (INSETE, 2020).

Σύμφωνα με την ποσοστιαία κατηγοριοποίηση των οδικών αφίξεων στο γεωγραφικό διαμέρισμα της Ηπείρου για τη χρονιά 2019, γίνεται κατανοητό πως το μεγαλύτερο μέρος της κίνησης σημειώθηκε στον μεθοριακό σταθμό της Κακαβιάς όπου το ποσοστό ξεπέρασε το 70% και αναλόγως στους σταθμούς της Σαγιάδας και Μέρτζανης. Τέλος, η πλειονότητα των οδικών αφίξεων περνάει από τον νομό των Ιωάννινων όπου και βρίσκονται οι σταθμοί Κακαβιάς και Μέρτζανης και το υπόλοιπο μέρος από τον νομό της Θεσπρωτίας όπου και εδράζεται ο σταθμός της Σαγιάδας. Η Ήπειρος σημείωσε το έτος 2019 μόλις το 2% των συνολικών εσωτερικών διακινήσεων του κράτους με ιδιαίτερη άνοδο να καταγράφεται την πενταετία 2014-2019 η οποία άγγιξε το 9%. Ωστόσο η άνοδος για τις διακινήσεις από το εξωτερικό δεν ήταν σημαντικά μεγάλη, αγγίζοντας το 3% (INSETE, 2020).

Οι τουρίστες οι οποίοι προέρχονταν από το εξωτερικό και σημείωσαν τις μεγαλύτερες μετακινήσεις στην Περιφέρεια της Ηπείρου για το έτος 2019 προέρχονταν από την Αλβανία και την Ιταλία. Στη συνέχεια βρίσκονταν η Γερμανία και το Ηνωμένο Βασίλειο. Καθώς τα έσοδα από το γεωγραφικό διαμέρισμα της Ηπείρου σημειώνονται στα ακόλουθα ποσοστά βάσει της ποσοστιαίας κατανομής που πραγματοποιήθηκε για το 2019, το μεγαλύτερο μέρος του εμπορίου για την Ήπειρο εξακολουθεί να παραμένει το γερμανικό αποτελώντας το 15% των εισπράξεων της Περιφέρειας με το αλβανικό να ακολουθεί και τέλος το ιταλικό (INSETE, 2020).

### ***Δράσεις για τον Αθλητικό Τουρισμό***

Στην Περιφέρεια Ηπείρου πλέον είναι εμφανής η ανάγκη για προώθηση του τουρισμού και πιο συγκεκριμένα του αθλητικού τουρισμού. Για αυτό το λόγο διοργανώνονται δράσεις για την προώθησή του. Η πιο πρόσφατη δράση ήταν μια διημερίδα η οποία διοργανώθηκε στις 14 & 15 Φεβρουαρίου του 2020 με θέμα «Ο Αθλητικός Τουρισμός στην Περιφέρεια Ηπείρου». Την διημερίδα διοργάνωσε ο Πανελλήνιος Σύνδεσμος Αθλητικού Τύπου (ΠΣΑΤ) και η Περιφέρεια Ηπείρου. Αξιοσημείωτα είναι τα συμπεράσματα από την εκδήλωση καθώς αναδείχθηκε η αναγκαιότητα να δοθεί μεγαλύτερη έμφαση στην ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού. Πράγμα το οποίο προϋποθέτει την βελτίωση των αθλητικών εγκαταστάσεων, την δημιουργία κατάλληλων τουριστικών υποδομών, την τόνωση της τοπικής επιχειρηματικότητας, την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, την βελτίωση της ανθρώπινης υγείας και την καταπολέμηση της ανεργίας (Epirus news, 2020).

Επίσης στα πλαίσια των δράσεων για τον αθλητικό τουρισμό η Περιφέρεια Ηπείρου προσπάθησε να πάρει την πιστοποίηση ως «Φορέας Οργάνωσης εκδηλώσεων-δράσεων αθλητικού τουρισμού», κάτι το οποίο θα γινόταν επιτευκτό μέσω της δημιουργίας ενός χάρτη αθλητικού τουρισμού και υπαίθριων δραστηριοτήτων αθλητικής αναψυχής (Περιφέρεια Ηπείρου, 2019).

Στην περιφέρεια Ηπείρου διεξάγεται ένα πλήθος πολλών τουριστικών αθλητικών εκδηλώσεων σε ετήσια βάση. Συγκεκριμένα, κάθε χρόνου καταχωρούνται συνολικά περίπου 89 αθλητικές εκδηλώσεις διαφόρων αθλημάτων και 69 δραστηριότητες αναψυχής σε όλες τις Περιφερειακές Ενότητες της Ηπείρου. Η πλειονότητα των οποίων πραγματοποιείται από την άνοιξη και μετά. Στην περιφέρεια της Ηπείρου, διοργανώνονται πολύ μεγάλες διοργανώσεις

όπως το ITF Ioannina CUP, το οποίο αφορά τη διοργάνωση αθλητικών αγώνων τένις. Η συγκεκριμένη αθλητική διοργάνωση είναι πολύ δημοφιλής και την στηρίζουν πολλοί χορηγοί. Μία άλλη τουριστική αθλητική διοργάνωση που είναι πολύ γνωστή, είναι το «RUN», όπου κάθε χρόνο τουλάχιστον 1000 αθλητές από ξένες χώρες συμμετέχουν στους αγώνες δρόμου. Αυτές οι δύο αθλητικές διοργανώσεις είναι οι πιο δημοφιλείς αυτήν την στιγμή στην περιφέρεια της Ηπείρου.

Παρακάτω παρατίθεται το καλεντάρι για τις εκδηλώσεις στην Περιφέρεια Ηπείρου το οποίο είναι βασισμένο στον Χάρτη που δημοσιεύτηκε το 2020. Το καλεντάρι χωρίζεται σε δυο μέρη. Στο Πίνακα 1 παρουσιάζονται οι αθλητικές εκδηλώσεις στις οποίες έχει προκαθοριστεί η ημερομηνία διεξαγωγής, ενώ στον Πίνακα 2 παρουσιάζονται εκδηλώσεις χωρίς προκαθορισμένες ημερομηνίες.

**Πίνακας 1.** Ετήσιο καλεντάρι αθλητικών διοργανώσεων

<b>ΜΗΝΑΣ</b>	<b>ΑΘΛΗΤΙΚΗ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ</b>	<b>ΧΩΡΟΣ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ</b>	<b>ΔΙΑΡΚΕΙΑ</b>
ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ	ΙΠΠΑΣΙΑ	ΚΑΤΣΙΚΑΣ-ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ  ΝΕΟΧΩΡΙ ΠΕΔΙΝΗ (ΘΕΡΑΠΕΥΤΙΚΗ ΙΠΠΑΣΣΙΑ)	ΟΛΟ ΤΟ ΕΤΟΣ
ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ	ΤΟΥΡΝΟΥΑ ΓΥΝΑΙΚΕΙΟΥ ΠΟΔΟΣΦΑΙΡΟΥ	ΠΑΡΑΜΥΘΙΑ	
	ΑΓΩΝΕΣ ΣΚΟΠΟΒΟΛΗΣ ΔΙΑΦΟΡΩΝ ΤΥΠΩΝ ΟΠΛΩΝ	ΠΕΡΑΜΑ,ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ	
	ΕΛΕΥΘΕΡΙΑ 2019		
ΜΑΡΤΙΟΣ	ΚΑΜΙΑ ΑΘΛΗΤΙΚΗ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ		
ΑΠΡΙΛΙΟΣ	ΤΟΥΡΝΟΥΑ ΠΟΔΟΣΦΑΙΡΟΥ ΑΚΑΔΗΜΙΩΝ "ΘΕΣΠΡΩΤΙΚΑ 2008"	ΗΓΟΥΜΕΝΙΤΣΑ	
	ΠΑΙΔΙΚΟ ΤΟΥΡΝΟΥΑ ΠΟΔΟΣΦΑΙΡΟΥ	ΠΑΡΑΠΟΤΑΜΟΣ	
	ADVRENALINE RIVER ADVENTURE	ΠΟΤΑΜΟΣ ΑΧΕΡΟΝΤΑΣ	ΑΠΡΙΛΙΟΣ- ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ
	STREET HANDBALL	ΚΟΝΙΤΣΑ	3η ΗΜΕΡΑ ΤΟΥ ΠΑΣΧΑ ΓΙΑ 6 ΗΜΕΡΕΣ (ΚΑΘΕ ΕΤΟΣ)
ΜΑΙΟΣ	ΝΥΧΤΕΡΙΝΟΣ ΗΜΙΜΑΡΑΘΩΝΙΟΣ ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ	ΓΙΑΝΝΕΝΑ	1ο ΣΑΒΒΑΤΟΚΥΡΙΑ ΚΟ ΤΟΥ ΜΑΙΟΥ ΕΤΗΣΙΩΣ



	RUN GREECE ΗΜΙΜΑΡΑΘΩΝΙΟΣ ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ	ΓΙΑΝΝΕΝΑ	
ΙΟΥΝΙΟΣ	ΑΛΕΞΙΠΤΩΤΟ ΠΛΑΓΙΑΣ	ΠΑΡΑΜΥΘΙΑ	
	ΑΓΩΝΕΣ ΔΡΟΜΟΥ: ΟΡΕΙΝΕΣ ΔΙΑΔΡΟΜΕΣ & ΜΟΝΟΠΑΤΙΑ ΒΑΠΤΙΣΤΩΝ	ΚΟΙΝΟΤΗΤΑ ΒΑΠΤΙΣΤΩΝ ΤΖΟΥΜΕΡΚΑ	
	HANDBALL PREVEZA BEACH		3 ΗΜΕΡΕΣ ΚΑΘΕ ΧΡΟΝΟ
	ΠΟΔΟΣΦΑΙΡΟ "SUMMER TOURNAMENT"		
	ΓΙΤΑΝΕΙΑ ΑΘΛΗΤΙΚΟΙ ΑΓΩΝΕΣ ΣΤΙΒΟΥ	ΗΓΟΥΜΕΝΙΤΣΑ	
	ΔΙΑΣΥΛΛΟΓΙΚΟ ΠΥΓΜΑΧΙΑΣ: ΠΕΑΚΙ		
	2nd ARTA'S NIGHT RUN	ΑΡΤΑ	
	ΠΑΝΕΛΛΗΝΙΟ ΠΡΩΤΑΘΛΗΜΑ ΠΙΣΤΟΛΙΟΥ	ΓΙΑΝΝΕΝΑ	
	ΤΖΟΥΜΕΡΚΑ ΠΕΖΟΠΟΡΙΑ- ΚΑΛΛΙΤΕΧΝΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΒΟΥΛΓΑΡΕΛΙ	
	ΑΛΕΞΙΠΤΩΤΟ ΠΛΑΓΙΑΣ	ΠΑΡΑΜΥΘΙΑ	
	ZAGORI BASKETBALL CAMP & TOURNAMENT/ ZAGORI MOUNTAIN BIKE	ΖΑΓΟΡΙ	
	ΞΕΝΑΓΗΣΗ ΜΕ ΚΑΓΙΑΚ	ΔΕΛΤΑ ΑΧΕΡΟΝΤΑ	ΙΟΥΝΙΟ- ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟ
ΔΙΕΘΝΕΣ ΒΑΘΜΟΛΟΓΟΥΜΕΝΟ ΠΡΩΤΑΘΛΗΜΑ TENNIS JUNIOR PREVEZA	ΠΡΕΒΕΖΑ		
ΙΟΥΛΙΟΣ	PAMVOTIS OPEN	ΓΙΑΝΝΕΝΑ	
	ΠΑΝΕΥΡΩΠΑΙΚΟ SENIORS +35		
	ΗΠΕΙΡΩΤΙΚΟ ΡΑΛΛΥ ΑΣΦΑΛΤΟΥ ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΟΥ	ΓΙΑΝΝΕΝΑ	
	ΙΟΑΝΝΙΝΑ BOXING CUP	ΓΙΑΝΝΕΝΑ	
	ΔΙΕΘΝΕΣ ΠΡΩΤΑΘΛΗΜΑ ΑΝΤΙΣΦΑΙΡΙΣΗΣ		
	ΑΓΩΝΕΣ ΟΡΕΙΝΟΥ ΤΡΕΞΙΜΑΤΟΣ ΚΑΙ ΠΟΔΗΛΑΤΟΥ		
	ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΓΕΝΙΚΗΣ ΓΥΜΝΑΣΤΙΚΗΣ	ΠΡΕΒΕΖΑ	
	3on3 BASKETBALL TOURNAMENT	ΠΡΕΒΕΖΑ	
	ΤΕΛΙΚΟΣ ΠΑΝΕΛΛΗΝΙΟΥ ΠΡΩΤΑΘΛΗΜΑΤΟΣ BEACH VOLLEY		
	1st VIDRAS TRAIL: ΑΓΩΝΑΣ ΔΡΟΜΟΥ ΣΤΟ ΜΟΝΟΠΑΤΙ ΤΗΣ ΒΙΔΡΑΣ	ΒΙΔΡΑ, ΑΡΤΑ	
	ΑΓΩΝΑΣ ΔΡΟΜΟΥ	ΒΙΔΡΑ, ΑΡΤΑ	
	ΑΓΩΝΑΣ ΔΡΟΜΟΥ: ΒΥΡΩΝΕΙΟΣ ΑΓΩΝΑΣ 10χλμ	ΖΙΤΣΑ ΓΙΑΝΝΕΝΑ	1η ΚΥΡΙΑΚΗ ΤΟΥ ΙΟΥΛΙΟΥ

	ΗΠΕΙΡΩΤΙΚΟ ΡΑΛΛΥ	ΗΠΕΙΡΟΣ	6-7 ΙΟΥΛΙΟΥ
	ZAGORI MOUNTAIN RUNNING	ΖΑΓΟΡΙ	
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	ΤΟΥΡΝΟΥΑ ΚΑΛΑΘΟΣΦΑΙΡΙΣΗΣ 3x3	ΕΛΑΦΑΤΟΠΟΣ ΖΑΓΟΡΙΟΥ	
	PANVOTIS OPEN 2 (ΘΑΛΑΣΣΙΟ ΣΚΙ)	ΓΙΑΝΝΕΝΑ	
	ATHLOS ZAGORI 3X3 BASKET	ΕΛΑΦΑΤΟΠΟΣ ΖΑΓΟΡΙΟΥ	
	ΑΓΩΝΑΣ ΠΙΠΙΚΗΣ ΑΝΤΟΧΗΣ	ΓΙΑΝΝΕΝΑ	
	10η ΑΘΑΜΑΝΙΑ ΔΙΑΔΡΟΜΗ: "ΔΡΟΜΟΙ ΤΟΥ ΒΑΣΙΛΙΑ ΑΘΑΜΑ"	ΑΘΑΜΑΝΙΑ ΑΡΤΑ	
	5ος ΗΜΙΜΑΡΑΘΩΝΙΟΣ "ΣΤΗ ΣΚΙΑ ΤΟΥ ΚΡΙΑΚΟΥΡΑ"	ΘΕΟΔΩΡΙΑΝΩΝ ΑΡΤΑΣ	
	ΤΟΥΡΝΟΥΑ ΠΙΝΓΚ ΠΟΝΓΚ ΟΛΩΝ ΤΩΝ ΗΛΙΚΙΩΝ	ΜΕΤΣΟΒΟ	ΤΕΛΗ 8ου ΑΡΧΕΣ 9ου
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ	ΠΡΟΠΟΝΗΤΙΚΟ ΚΑΜΠ		
	ΑΓΩΝΑΣ ΤΡΙΑΘΛΟΥ IL PORTO TRIATHLON	ΗΓΟΥΜΕΝΙΤΣΑ	
	ΓΥΡΟΣ ΛΙΜΝΗΣ	ΓΙΑΝΝΕΝΑ	
	ΔΙΕΘΝΗΣ ΑΓΩΝΑΣ ΠΡΑΚΤΙΚΗΣ ΣΚΟΠΟΒΟΛΗΣ ΣΤΗΝ ΜΝΗΜΗ ΤΟΥ ΟΛΟΚΑΥΤΩΜΑΤΟΣ ΛΙΓΓΙΑΔΩΝ	ΠΕΡΑΜΑ,ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ	
	"ΕΝ ΝΙΚΟΠΟΛΕΙ ΑΚΤΙΑ" (ΑΓΩΝΑΣ ΔΡΟΜΟΥ ΑΠΟΣΤΑΣΕΩΝ)	ΑΡΧΑΙΑ ΝΙΚΟΠΟΛΗ,ΠΡΕΒΕΖΑ	
	ΔΙΑΠΛΟΥΣ ΚΟΛΥΜΒΗΤΙΚΟΣ ΑΚΤΙΟ-ΠΡΕΒΕΖΑ	ΠΡΕΒΕΖΑ	
ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ	ΠΟΔΗΛΑΤΙΚΟΣ ΑΓΩΝΑΣ ΒΟΥΝΟΥ, ΠΕΖΟΠΟΡΙΑ "ΣΤΟ ΔΡΟΜΟ ΤΟΥ ΚΑΣΤΑΝΟΥ"	ΡΟΔΑΥΓΗ ΑΡΤΑΣ	
	ΕΙΦΑΣΚΙΑ ΚΥΠΕΛΛΟ ΕΛΛΑΔΑΣ "ΧΡΗΣΤΟΣ ΖΑΛΟΚΩΣΤΑΣ" / "KID'S CUP"	ΓΙΑΝΝΕΝΑ	
	ΠΑΝΕΛΛΗΝΙΟ ΠΡΩΤΑΘΛΗΜΑ ΤΑΕΚWON-DO	ΗΓΟΥΜΕΝΙΤΣΑ	
	ΟΡΘΙΑ ΣΑΝΙΔΟΚΩΠΗΛΑΣΙΑ	ΒΑΛΤΟΣ,ΠΑΡΓΑ	
ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ	ΤΟΥΡΝΟΥΑ ΠΟΔΟΣΦΑΙΡΟΥ ΑΚΑΔΗΜΙΩΝ	ΗΓΟΥΜΕΝΙΤΣΑ	
ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ	ΧΕΙΡΟΣΦΑΙΡΙΣΗ (ΑΓΩΝΕΣ ΠΑΜΠΑΙΔΩΝ Β' ΚΑΙ ΕΠΙΛΕΚΤΩΝ)	ΚΟΝΙΤΣΑ	
	ΤΟΥΡΝΟΥΑ ΚΑΛΑΘΟΣΦΑΙΡΙΣΗΣ "4ο ΠΡΟΚΡΙΤΩΝ"	ΠΑΡΑΜΥΘΙΑ	
	ΤΟΥΡΝΟΥΑ ΚΑΛΑΘΟΣΦΑΙΡΙΣΗΣ	ΗΓΟΥΜΕΝΙΤΣΑ	
ΟΛΟ ΤΟΝ ΧΕΙΜΩΝΑ	ANILIO ADVENTURE PARK	ΑΝΗΛΙΟ ΜΕΤΣΟΒΟ	

**Πίνακας 2.** Εκδηλώσεις χωρίς προκαθορισμένες ημερομηνίες

<b>ΑΘΛΗΤΙΚΗ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ</b>	<b>ΧΩΡΟΣ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ</b>
"ΓΚΡΑΤΖΕΙΑ" : ΑΓΩΝΕΣ ΣΤΙΒΟΥ, ΦΙΛΙΚΟΙ ΑΓΩΝΕΣ ΠΟΔΟΣΦΑΙΡΟΥ, ΒΟΛΛΕΥ, ΟΡΕΙΒΑΤΙΚΗ ΠΕΖΟΠΟΡΙΑ, ΑΓΩΝΑΣ ΜΕΓΑΛΗΣ ΑΠΟΣΤΑΣΗΣ	ΕΛΑΦΟΤΟΠΟΣ ΖΑΓΟΡΙΟΥ , ΔΙΕΞΑΓΕΤΑΙ ΚΑΘΕ 2 ΕΤΗ
ΙΣΤΙΟΠΛΟΙΚΟΙ ΑΓΩΝΕΣ " ΚΥΠΕΛΛΟ ΠΑΜΒΩΤΙΣ" &ΚΛΕΟΠΑΤΡΑ	ΠΑΜΒΩΤΙΔΑ ΓΙΑΝΝΕΝΑ
ΑΓΩΝΕΣ ΔΡΟΜΟΥ	ΑΡΤΑ
ΑΕΡΟΜΟΝΤΕΛΙΣΜΟΣ-ΑΛΕΞΙΠΤΩΤΟ ΠΛΑΓΙΑΣ	ΑΡΤΑ
URSA TRAIL	ΜΕΤΣΟΒΟ
ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΓΥΜΝΑΣΤΙΚΗΣ ΓΙΑ ΟΛΟΥΣ	ΠΡΕΒΕΖΑ
"ΑΓΓΕΛΟΣ ΦΕΤΣΗΣ" ΑΓΩΝΑΣ ΟΡΕΙΝΟΥ ΤΡΕΞΙΜΑΤΟΣ & AQUALTHON ΠΑΡΓΑ	
ZERO LAKE RUN - ΑΓΩΝΑΣ ΑΝΩΜΑΛΟΥ ΔΡΟΜΟΥ	
ACHERON MTB & MTRUN (ΟΡΕΙΝΗ ΠΟΔΗΛΑΣΙΑ)	
ΤΟΥΡΝΟΥΑ HANDBALL ΑΝΔΡΩΝ-ΓΥΝΑΙΚΩΝ ΛΟΥΤΣΑ	
ΑΓΩΝΕΣ ΣΤΙΒΟΥ ΠΑΙΔΩΝ-ΚΟΡΑΣΙΔΩΝ	ΠΑΡΑΜΥΘΙΑ
ΠΟΔΗΛΑΤΙΚΗ ΑΝΑΒΑΣΗ ΜΙΤΣΙΚΕΛΙΟΥ	ΜΙΤΣΙΚΕΛΙ, ΓΙΑΝΝΕΝΑ
ΝΥΧΤΕΡΙΝΟΣ ΗΜΙΜΑΡΑΘΩΝΙΟΣ ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ	ΓΙΑΝΝΕΝΑ
ΙΠΠΑΣΙΑ ΡΑΦΤΙΝΓΚ	ΑΧΕΡΟΝΤΑΣ
ΑΓΩΝΕΣ ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΩΝ 4Χ4 ΑΡΤΑ	ΑΡΤΑ
SURF ΠΡΟΚΡΙΜΑΤΙΚΑ, ΑΓΩΝΕΣ ΠΡΟΚΡΙΣΕΩΝ ΕΘΝΙΚΩΝ ΟΜΑΔΩΝ ΒΑΛΤΟΣ	ΒΑΛΤΟΣ ΠΑΡΓΑ
ΟΡΕΙΒΑΣΙΑ ΣΤΟ ΟΡΟΣ ΛΑΚΜΟΣ	ΑΝΘΟΧΩΡΙ
ΠΕΖΟΠΟΡΙΑ ΠΡΟΣ ΤΑ ΕΞΩΚΚΛΗΣΙΑ ΤΗΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ	ΜΕΤΣΟΒΟ
ΠΕΡΙΗΓΗΣΗ ΣΤΟ ΥΠΑΙΘΡΙΟ ΜΟΥΣΕΙΟ ΥΔΡΟΚΙΝΗΣΗΣ	
ΠΕΡΙΗΓΗΣΗ ΣΤΟ ΛΑΟΓΡΑΦΙΚΟ ΜΟΥΣΕΙΟ	
ΠΟΔΗΛΑΣΙΑ ΒΟΥΝΟΥ	
ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	
ΚΟΙΝΩΤΙΚΟΣ ΞΕΝΩΝΑΣ ΕΝΤΟΣ ΟΙΚΙΣΜΟΥ	

### ***Προφίλ διοργανωτών***

Στη παρούσα έρευνα όλοι οι συμμετέχοντες είχαν εμπειρία στη δημιουργία άλλων αθλητικών εκδηλώσεων είτε με ίδιο είτε με παρόμοιο αντικείμενο. Πιο συγκεκριμένα ένας συμμετέχοντας διοργάνωνε αγώνες σκι ενώ με την διοργάνωση του αγώνα URSA TRAIL ασχολείται από το 2013. Ο δεύτερος συμμετέχοντας ασχολείται με την διοργάνωση αγώνων δρόμου 9 χρόνια, ενώ πριν είχε ασχοληθεί με άλλες διοργανώσεις. Ο τρίτος συνεντευξιαζόμενος συμμετέχει ενεργά στην διοργάνωση αγώνων πάλης 5 χρόνια ενώ είχε εμπειρία και από άλλες διοργανώσεις. Ο τελευταίος συνεντευξιαζόμενος είχε την μικρότερη χρονικά συμμετοχή σε διοργανώσεις, καθώς ασχολείται μόλις 3 χρόνια.

### ***Προφίλ αθλητικών διοργανώσεων***

Όσον αφορά τους εθελοντές που προσεγγίστηκαν στις ανωτέρω αθλητικές διοργανώσεις, ο αριθμός των εθελοντών πλειοψηφικά ήταν μεγάλος, με ενδεικτικές απαντήσεις: «*Ανοιχτή πρόσκληση εθελοντών*» και «*20-80*». Όσον αφορά το πόσοι εθελοντές είχαν ξαναεργαστεί ως εθελοντές, φαίνεται ότι η πλειοψηφία αυτών είχε εμπειρία, με ενδεικτική απάντηση: «*Το 80% είχε συμμετάσχει ξανά στη διοργάνωση*». Στη πλειοψηφία των αθλητικών διοργανώσεων, δηλαδή  $\frac{3}{4}$  φαίνεται ότι από τον δήμο δέχθηκαν μικρή βοήθεια (2-10 άτομα). Το ίδιο ισχύει και για την βοήθεια που παρείχε η περιφέρεια στις αθλητικές διοργανώσεις, όπου σύμφωνα με τις απαντήσεις μόνο δύο άτομα από την περιφέρεια βοήθησαν στην διεξαγωγή των αθλητικών διοργανώσεων. Από το φορέα διοργάνωσης, σύμφωνα με τις  $\frac{3}{4}$  απαντήσεις βοήθησαν 10 άτομα, ενώ ένας συμμετέχοντας ανέφερε ότι βοήθησαν 20-80 άτομα. Από τους τέσσερις συμμετέχοντες, οι δύο απάντησαν ότι στη διοργάνωση βοήθησαν 10 και 3, έμμισθοι ενώ οι άλλοι δύο απάντησαν ότι κανένας έμμισθος δεν βοήθησε ή ότι δεν γνώριζαν. Ο ρόλος των χορηγών στις αθλητικές διοργανώσεις, απεικονίζεται στις απαντήσεις των συμμετεχόντων με συμμετοχή των χορηγών, 1-50, 5, 15. Οι αριθμοί βρίσκονται σε αντιστοιχία με το μέγεθος της διοργάνωσης.

Οι δύο συμμετέχοντες απάντησαν ότι περίπου 2-3 ΜΜΕ κάλυψαν τη διοργάνωση, ο ένας συμμετέχοντας ότι 1-50 ΜΜΕ κάλυψαν την διοργάνωση και ο τέταρτος συμμετέχοντας ότι κανένα ΜΜΕ δεν κάλυψε τη διοργάνωση, με αντιστοιχία και πάλι το μέγεθος της διοργάνωσης με τις απαντήσεις. Εν συνεχεία, σε σχέση με την προβολή της αθλητικής διοργάνωσης από τα ΜΜΕ, ο ένας εκ των τεσσάρων συμμετεχόντων αναφέρει ότι 1-9 ΜΜΕ διαφήμισαν την

αθλητική διοργάνωση, ενώ οι απαντήσεις των υπόλοιπων συμμετεχόντων απάντησαν είτε όλα τα τοπικά ΜΜΕ, διαφήμισαν τη διοργάνωση είτε 3-5. Οι τρεις εκ των τεσσάρων συμμετεχόντων απάντησαν ότι χρησιμοποίησαν 2-3 Μέσα κοινωνικής Δικτύωσης για να προβάλλουν την αθλητική διοργάνωση και μόνο ένας συμμετέχοντας απάντησε ότι χρησιμοποιήθηκαν 1-9 Μέσα κοινωνικής δικτύωσης για να προβάλλουν την αθλητική εκδήλωση.

Σε σχέση με τον αριθμό των αθλητών που συμμετείχαν στην αθλητική διοργάνωση, ο ένας συμμετέχοντας ανέφερε ότι συνολικά συμμετείχαν 1-7000 συμμετέχοντες εκ των οποίων 1-5000 ήταν Έλληνες αθλητές από τον Δήμο ή την Περιφέρεια ενώ 1-2000 ήταν Διεθνείς αθλητές. Ο δεύτερος συμμετέχοντας ανέφερε ότι στη διοργάνωση συμμετείχαν 800 αθλητές εκ των οποίων η πλειοψηφία ήταν Έλληνες αθλητές εκ των οποίων οι 500 ήταν από τον Δήμο ή την περιφέρεια. Ο τρίτος συμμετέχοντας ανέφερε ότι συμμετείχαν στις διοργανώσεις 450 αθλητές, όπου ήταν όλοι Έλληνες, εκ των οποίων οι 25 ήταν από τον Δήμο ή την Περιφέρεια. Ο τελευταίος συμμετέχοντας, ανέφερε ότι στην αθλητική διοργάνωση συμμετείχαν 1000-1400 αθλητές εκ των οποίων το 95% ήταν Έλληνες. Από τους 1400 περίπου οι 200 συμμετέχοντες ήταν από τον Δήμο ή την Περιφέρεια.

Στην πλειοψηφία των διοργανώσεων δεν υπήρχε κάποιο χρηματικό έπαθλο ή κάποιο προκαθορισμένο χρηματικό ποσό συμμετοχής ανά αθλητή, ενώ μόνο σε μία αθλητική διοργάνωση υπήρχε το χρηματικό έπαθλο των 1200 ευρώ ενώ το ποσό συμμετοχής του αθλητή εξαρτώνταν από το αγώνισμα αλλά συνήθως κυμαίνονταν στα 30 ευρώ.

Σε σχέση με την εκατοστιαία χρηματοδότηση που λαμβάνουν από το κράτος, ο πρώτος συμμετέχοντας αναφέρει ότι δεν υπάρχει χρηματοδότηση από το κράτος. Ο δεύτερος αναφέρει ότι υπάρχει μία κρατική χρηματοδότηση που κυμαίνεται στο 40%, ο τρίτος ότι υπάρχει 100% κρατική χρηματοδότηση και ο τέταρτος ότι εξαρτάται από την αθλητική διοργάνωση. Σε σχέση με την εκατοστιαία χρηματοδότηση από τους χορηγούς ο ένας συμμετέχοντας απάντησε ότι η χρηματοδότηση κυμαινόταν στο 5%, ο δεύτερος συμμετέχοντας ότι κυμαινόταν στο 80%, ο τρίτος συμμετέχοντας στο 60%, ο τρίτος ανέφερε ότι δεν υπάρχει καμία χρηματοδότηση από χορηγούς και ο τέταρτος συμμετέχοντας ότι εξαρτάται από την διοργάνωση.

Ο πρώτος συμμετέχοντας απάντησε ότι η συνολική απόσταση που διάνυσαν οι αθλούμενοι ήταν 172χλμ. Οι σταθμοί νερού και ανεφοδιασμού είναι 10 και υπάρχουν 15 σταθμοί πρώτων βοηθειών, ανά 50 μέτρα υπάρχει σηματοδότηση της διαδρομής ενώ ο εκτιμώμενος αριθμός επισκεπτών σε 8 χρόνια είναι 10.000. Ο δεύτερος συμμετέχοντας δεν

απάντησε καθόλου σε αυτές τις ερωτήσεις. Ο τρίτος συμμετέχοντας απάντησε ότι η συνολική απόσταση του αγώνα είναι 11.300 μέτρα ότι υπάρχουν δύο σταθμοί νερού και ανεφοδιασμού, 2 σταθμοί πρώτων βοηθειών και 1000 θεατές ανά χιλιόμετρο. Ο τέταρτος συμμετέχοντας απάντησε ότι όλες οι προαναφερθείσες ερωτήσεις εξαρτώνται από τον αγώνα.

### *Απόψεις διοργανών αθλητικών διοργανώσεων*

Στην παρούσα έρευνα που πραγματοποιήθηκε μέσω συνεντεύξεων όλοι οι συμμετέχοντες είχαν εμπειρία στις αθλητικές διοργανώσεις. Στην ερώτηση που αφορούσε το τι καθιστά μία αθλητική διοργάνωση επιτυχημένη δεν υπήρχε μία γενική συμφωνία αυτών των παραγόντων που οδηγούν στην επιτυχία μίας διοργάνωσης. Ο μόνος κοινός παράγοντας ωστόσο, στις απαντήσεις τους είναι ότι επιτυχημένη είναι μια διοργάνωση όταν έχει απήχηση στην κοινωνία και όταν υπάρχει μεγάλη συμμετοχή αθλητών. Όσον αφορά τον λόγο που οι συμμετέχοντες έδωσαν αυτές τις απαντήσεις, η πλειοψηφία των συνεντευξιζόμενων αιτιολόγησε την απάντησή τους στην ίδια την φύση των αθλητικών διοργανώσεων.

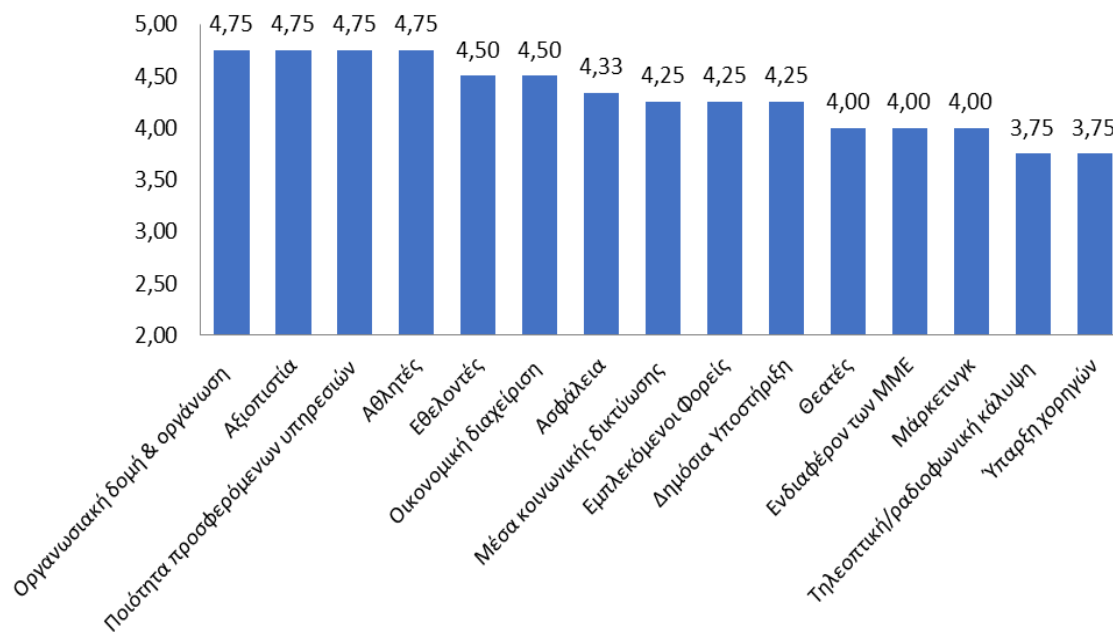
Σχετικά με τον τρόπο αξιολόγησης/μέτρησης της επιτυχίας μίας αθλητικής διοργάνωσης οι δύο από τους τέσσερις συμμετέχοντες υποστήριξαν ότι ουσιαστικά η επιτυχία της συγκεκριμένης διοργάνωσης έγκειται στην φήμη που δημιουργείται μετά από αυτήν. Στην ερώτηση σε σχέση με τους παράγοντες που καθιστούν μία διοργάνωση επιτυχημένη, οι 2/4 ανέφεραν τις προηγούμενες απαντήσεις, ενώ οι άλλοι δύο συμμετέχοντες ανέφεραν την ομαδικότητα, τον εθελοντισμό και την αισθητική ικανοποίηση των αθλητών και των θεατών ως παράγοντες επιτυχίας των αθλητικών τουριστικών διοργανώσεων. Συγκεκριμένα ο ένας συμμετέχοντας αναφέρει: *«Η αισθητική αξία της διαδρομής και η ποιότητα των μονοπατιών δημιουργούν τις συνθήκες ώστε οι αθλητές που έρχονται να θέλουν αν ξανάρθουν αλλά και να διαφημίσουν τον αγώνα. Οι παροχές κατά τη διάρκεια του αγώνα με τους σταθμούς τροφοδοσίας αλλά και πριν από τον αγώνα με τη μεγάλη υποδομή που έχει το Μέτσοβο ξενοδοχεία, εστίαση, μουσεία, παραδοσιακό χρώμα. Όλα αυτά δημιουργούν ένα θετικό κλίμα τόσο για τους αθλητές αλλά και τους συνοδούς τους. Είναι αυτό που λέμε αθλητικός τουρισμός»*. Καθίσταται αναγκαίο σε αυτό το σημείο να αναφερθεί ότι σε σχέση με τους παράγοντες που καθιστούν μία αθλητική διοργάνωση επιτυχημένη, οι δύο από τους τέσσερις συμμετέχοντες έδωσαν δύο απαντήσεις εντελώς διαφορετικές μεταξύ τους ο ένας υποστήριξε ότι οι χορηγίες διαδραματίζουν εξαιρετικά

σημαντικό ρόλο για να θεωρηθεί επιτυχής μία αθλητική διοργάνωση και ο άλλος συμμετέχοντας υποστήριξε ότι μία διοργάνωση είναι επιτυχής όταν είναι οικονομικά αυτόνομη.

Στην ερώτηση «Με ποιο τρόπο διαφοροποιούνται αυτοί οι παράγοντες ανάμεσα στους εμπλεκόμενους φορείς», η πλειοψηφία των συμμετεχόντων θεωρεί ότι η διαφοροποίηση έγκειται στις αρμοδιότητες του κάθε φορέα, με ενδεικτική απάντηση την εξής: «Κάθε φορέας πρέπει να έχει τον ρόλο του». Σε σχέση με το αν υπάρχει κάποια διαδικασία με βάση την οποία οι φορείς αναλαμβάνουν συγκεκριμένες αρμοδιότητες, μόνο ένας στους τρεις συμμετέχοντες ανέφερε ότι υπάρχει κάποια συζήτηση μεταξύ φορέων και αθλητικής διοργάνωσης, ενώ οι υπόλοιποι συμμετέχοντες ανέφεραν είτε ότι δεν υπάρχει συγκεκριμένη διαδικασία είτε ότι οι φορείς αποφασίζουν για τις αρμοδιότητές τους. Στην ερώτηση για το αν υπάρχουν κάποιες αρμοδιότητες πιο σημαντικές από άλλες, η πλειοψηφία του δείγματος απάντησε αρνητικά ενώ μόνο ένας συμμετέχοντες θεωρεί ότι η Οργανωτική Επιτροπή έχει τον σημαντικότερο ρόλο. Όσον αφορά το ποιους παράγοντες θεωρούν οι συμμετέχοντες ως τους σημαντικότερους για την επιτυχία της αθλητικής διοργάνωσης, η πλειοψηφία θεωρεί τους εθελοντές, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, τους εμπλεκόμενους φορείς, την ασφάλεια, την οργανωσιακή δομή και την οργάνωση, την αξιοπιστία, την ποιότητα προσφερόμενων υπηρεσιών και τους αθλητές. Οι υπόλοιποι παράγοντες είχαν λιγότερο σημαντικό ρόλο με βάση την πλειοψηφία του δείγματος.

### ***Παράγοντες επιτυχίας αθλητικών διοργανώσεων***

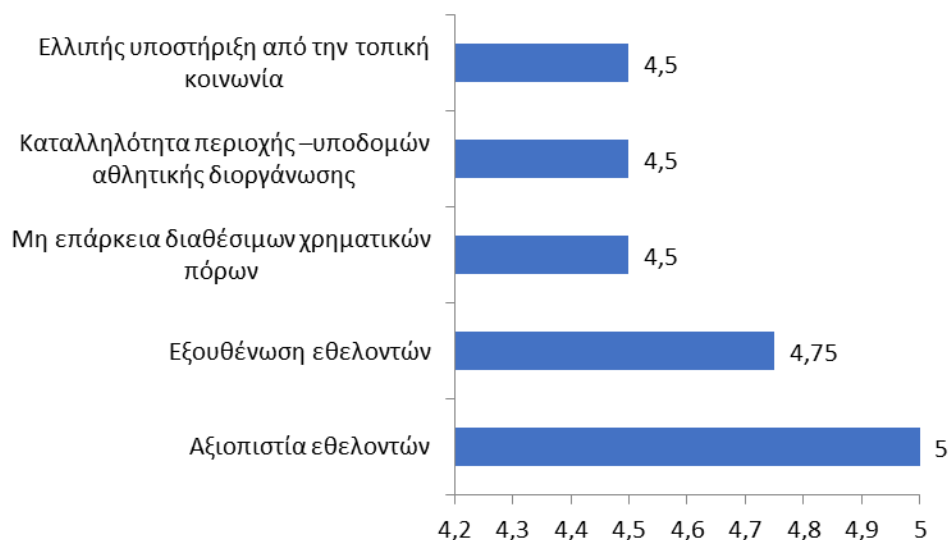
Αναφορικά με τους 15 παράγοντες επιτυχίας μια αθλητικής διοργάνωσης, οι συμμετέχοντες στην έρευνα συμφωνούν ότι πάρα πολύ σημαντικοί παράγοντες είναι η οργανωσιακή δομή και οργάνωση της εκδήλωσης, το επίπεδο αξιοπιστίας της, η ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών και το πλήθος των αθλητών που συμμετέχουν σε αυτή. Ενώ αντίστοιχα, κρίνουν λιγότερο σημαντικούς την ύπαρξη χορηγιών και την κάλυψη της εκδήλωσης από τα ΜΜΕ. Στο Γράφημα 1. που ακολουθεί φαίνεται η κατάταξη της σημαντικότητας των παραγόντων που συμβάλουν στην επιτυχία μιας αθλητικής διοργάνωσης.



**Γράφημα 1.** Κατάταξη σημαντικότητας παραγόντων επιτυχίας μιας αθλητικής διοργάνωσης

Στην συνέχεια ζητήθηκε από τους συμμετέχοντες να αξιολογήσουν μια σειρά συνολικά 49 επιμέρους παραγόντων που συνέβαλαν στην επιτυχία των αθλητικών διοργανώσεων. Στο Γράφημα 2 που ακολουθεί διαφαίνονται οι πάρα πολύ σημαντικοί παράγοντες ( $n = 5$ ), που όπως φαίνεται να συμφωνούν οι συμμετέχοντες καταλυτικό ρόλο διαδραματίζουν οι εθελοντές τόσο σε επίπεδο αξιοπιστίας τους αλλά και η αποφυγή τυχόν εξουθένωσης τους. Ακολουθούν, η μη επάρκεια των χρηματικών πόρων, η διαθεσιμότητα κατάλληλων υποδομών αλλά και η ελλιπής υποστήριξη από την τοπική κοινωνία.





**Γράφημα 2.** Πάρα πολύ σημαντικοί επιμέρους παράγοντες επιτυχίας αθλητικής διοργάνωσης

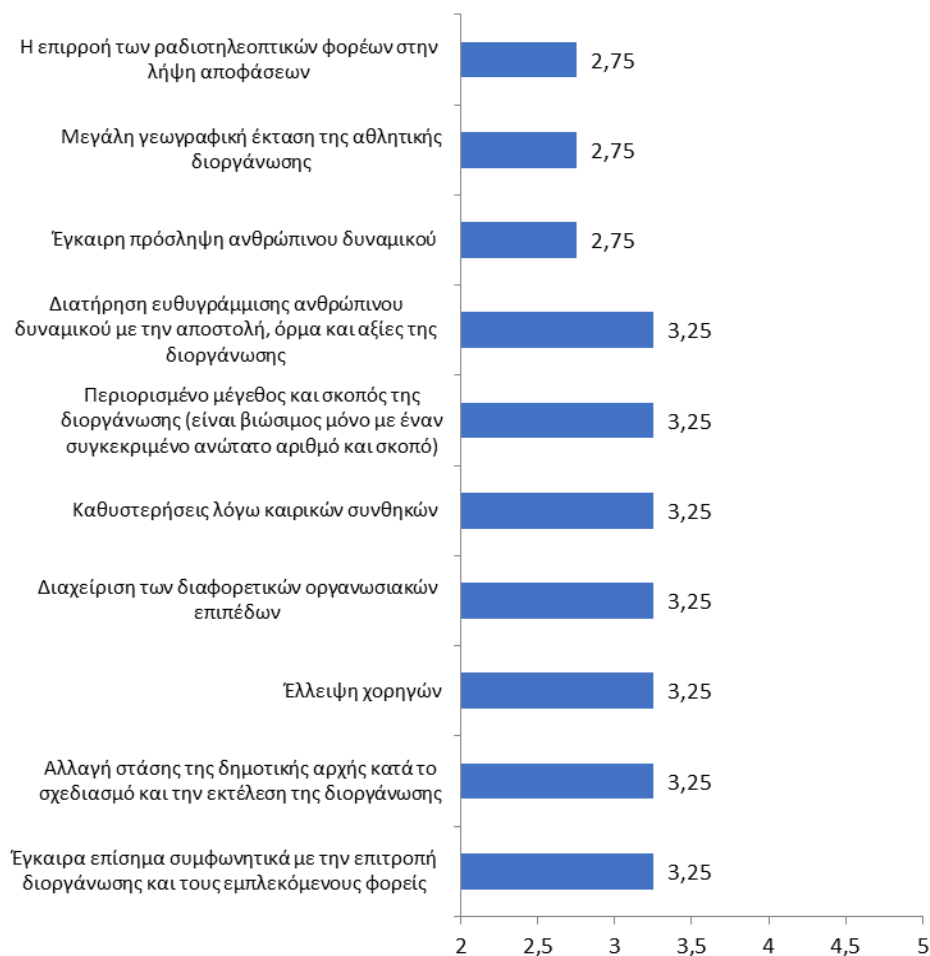
Στο Πίνακα 3 που ακολουθεί διαφαίνονται οι πολύ σημαντικοί επιμέρους παράγοντες μιας αθλητικής διοργάνωσης αντίστοιχα. Από το σύνολο των 33 διατυπώσεων σε αυτή την ομαδοποίηση εξέχουσα θέση φαίνεται να έχει η επικοινωνία τόσο σε επίπεδο έγκαιρης αλλά και σε επίπεδο έγγραφης διεκπεραίωσης με εμπλεκόμενους φορείς. Μια εξίσου σημαντική διάσταση είναι η λήψη αποφάσεων τόσο σε επίπεδο χρονικής εγκυρότητας, όσο κάλυψης τυχόν αποριών αλλά και αποσαφήνισης ρόλων και αρμοδιοτήτων.

**Πίνακας 3.** Πολύ σημαντικοί επιμέρους παράγοντες αθλητικής διοργάνωσης

Έγκαιρη επικοινωνία	4,25
Έγκαιρη λήψη αποφάσεων	4,25
Εξισορρόπηση των οικονομικών απαιτήσεων της εκδήλωσης με τους ήδη περιορισμένους προϋπολογισμούς	4,25
Ξεκάθαροι ρόλοι για αποφυγή διενέξεων	4,25
Μη έγκαιρη επικοινωνία με εμπλεκόμενους φορείς ή έλλειψη έγγραφης διεκπεραίωσης	4,25
Σύγχυση για το ποιος είναι αρμόδιος να λάβει μια απόφαση	4,25
Λήψη όλων των αποφάσεων και κάλυψη όλων των αποριών αντί για ενθάρρυνση άλλων να προβούν σε αυτά	4,25
Η κόπωση του φορέα υποδοχής	4,25
Αδυναμία φορέα υποδοχής να πραγματοποιήσει την διοργάνωση στο προσδοκώμενο επίπεδο	4,25
Σύνταξη στην αρχή του στρατηγικού πλάνου, μη αναφορά σε αυτό ή τυχόν τροποποίηση του κατά την διάρκεια	4,25
Επιλογή τι να κρατήσεις από μια διοργάνωση ως καλή πρακτική και τι όχι	4,25
Τήρηση χρονοδιαγράμματος παράδοσης επιμέρους καθηκόντων βάσει στρατηγικού πλάνου	4
	40

Λήψη αποφάσεων βάσει επιθυμιών και όχι βάσει αναγκών της διοργάνωσης	4
Αδυναμία ροής επικοινωνίας ανάμεσα στα υπομήματα/ομάδες έργου διοργάνωσης	4
Διατήρηση ενδιαφέροντος των θεατών και συμμετεχόντων να ξανάρθουν –εύρεση μοναδικών εμπειριών	4
Ετεροχρονισμός εισόδου νέων μελών που εμπλέκονται στην διοργάνωση	4
Αναζήτηση εθελοντών	3,75
Πρόσληψη των κατάλληλων ανθρώπων	3,75
Η δημοτική αρχή δεν βλέπει την διοργάνωση ως υψηλή προτεραιότητα	3,75
Ελλιπής επικοινωνία	3,75
Εσφαλμένη ερμηνεία πληροφοριών	3,75
Διαφορετική ερμηνεία όρων ανάμεσα στους εμπλεκόμενους φορείς	3,75
Διαχείριση υπαρκτών θεμάτων που υπάρχουν ανάμεσα στους εμπλεκόμενους φορείς	3,75
Απώλεια πολύτιμου προσωπικού και αντικατάσταση του	3,75
Ανταγωνισμός με άλλες διοργανώσεις σε επίπεδο διαθεσιμότητας προσωπικού, εθελοντών, συμμετεχόντων/ θεατών	3,75
Αναγκαιότητα για νέα τεχνολογία για την μεγέθυνση της διοργάνωσης	3,75
Διοίκηση εθελοντών	3,5
Έλλειψη προσέλευσης θεατών	3,5
Εύρεση ισορροπίας ανάμεσα στις διαφορετικές επιθυμίες και προσδοκίες των εμπλεκόμενων φορέων	3,5
Διαφορετικοί εθελοντές/ προσωπικό από εκείνους που συμμετείχαν κατά τον σχεδιασμό της διοργάνωσης	3,5
Αντιφατικές προσωπικότητες ανάμεσα στο προσωπικό/εθελοντές	3,5
Διοίκηση κινήτρων, προσδοκιών και σκοπών όλων των εμπλεκόμενων φορέων	3,5
Διατήρηση δημοσιονομικής διαχείρισης στην εφαρμογή νέων τεχνολογιών στην διοργάνωση	3,5

Τελευταία ομαδοποίηση των επιμέρους παραγόντων επιτυχίας μιας αθλητικής διοργάνωσης είναι αυτές που αξιολογήθηκαν ως σημαντικοί ή λιγότερο σημαντικοί ( $n = 10$ ). Σε αυτή την κατηγορία, όπως φαίνονται και στο Γράφημα 3, διακρίνονται οι εξής παράγοντες: η εγκυρότητα των συμφωνητικών με τους εμπλεκόμενους φορείς, η τυχόν αλλαγή της δημοτικής αρχής, οι καθυστερήσεις εξαιτίας καιρικών συνθηκών αλλά και η υπέρβαση του κατώτατου ορίου βιωσιμότητας της αθλητικής εκδήλωσης.



**Γράφημα 3.** Σημαντικοί ή λιγότερο σημαντικοί παράγοντες επιτυχίας αθλητικής διοργάνωσης

Από τους τέσσερις συμμετέχοντες μόνο ο ένας θεωρεί ως καθόλου σημαντικούς παράγοντες επιτυχίας τους εξής: τις τυχόν καθυστερήσεις λόγω καιρικών συνθηκών, τη διατήρηση ευθυγράμμισης ανθρώπινου δυναμικού με την αποστολή, όραμα και αξίες της διοργάνωσης, την αλλαγή στάσης της δημοτικής αρχής κατά το σχεδιασμό και την εκτέλεση της διοργάνωσης, αλλά και την απουσία υποστήριξης από την δημοτική αρχή ως μια εκδήλωση υψηλής προτεραιότητας.

Οι απαντήσεις των συμμετεχόντων όσον αφορά τα κίνητρα τους για την βελτίωση των τουριστικών αθλητικών διοργανώσεων, συγκλίνουν στο ότι ένα ισχυρό κίνητρό τους είναι η προσέλκυση περισσότερων συμμετοχών. Ωστόσο, ένας συμμετέχοντας αναφέρει ότι το κίνητρο του είναι η ενίσχυση της τοπικής κοινωνίας μέσω της τουριστικής αθλητικής διοργάνωσης. Συγκεκριμένα αναφέρει το εξής: «*Η ενίσχυση της τοπικής κοινωνίας από την διοργάνωση τέτοιων*

εκδηλώσεων(οικονομικά οφέλη σε επιχειρήσεις και τουριστική προβολή)». Εν συνεχεία, ως παράγοντα ικανοποίησης των εμπλεκόμενων φορέων είναι η επιτυχία της διοργάνωσης, μερικοί συμμετέχοντες ανέπτυξαν την σκέψη τους υποστηρίζοντας τα εξής: *«Για τους αθλητές να ζήσουν μια δυνατή εμπειρία συμμετοχής σε ορεινό αγώνα τρεξίματος, για τους εθελοντές να έχουν μια θετική αλληλεπίδραση με τους αθλητές, για τους επαγγελματίες του τουρισμού να πάνε καλά τα οικονομικά τους και να φύγουν ικανοποιημένοι οι συμμετέχοντες ώστε να ξανάρθουν», «Το να συμβάλουν κι αυτοί στην εξέλιξη και συνέχιση της εκδήλωσης τα επόμενα χρόνια».*

Σχετικά με το αν έχουν υψηλά πρότυπα οργανωσιακής δράσης, η πλειοψηφία των συμμετεχόντων απαντά θετικά. Στην ερώτηση που αφορά το αν υπάρχουν λεπτομερή καθήκοντα κατά το οργανωσιακό σχεδιασμό, όλοι οι συμμετέχοντες απάντησαν θετικά. Σχετικά με το ποιες συνθήκες εξασφαλίζουν την ποιότητα της διοργάνωσης, τη καλή συνεργασία των φορέων και το αθλητικό πνεύμα των συμμετεχόντων, διαδραματίζουν εξέχοντα ρόλο. Ο ένας εκ των τεσσάρων συμμετεχόντων αναφέρει ότι επίσης σημαντικό ρόλο διαδραματίζει η αποφυγή ατυχημάτων, η παροχή βοήθειας και οι βραβεύσεις.

Όλοι οι συμμετέχοντες στην εν λόγω έρευνα, φάνηκε ότι οι διοργανώσεις που συμμετείχαν ήταν ευαισθητοποιημένες σε σχέση με το περιβαλλοντικό αποτύπωμα τους. Συγκεκριμένα ο ένας συμμετέχοντας απάντησε ότι κατά την διεξαγωγή των αθλητικών διοργανώσεων τηρείται η Περιβαλλοντική νομοθεσία, κάποιος άλλος συμμετέχοντας υποστήριξε ότι γίνεται συλλογή των πλαστικών μπουκαλιών που χρησιμοποιήθηκαν για τον αγώνα για να ανακυκλωθούν. Επιπροσθέτως ένας από τους τέσσερις συμμετέχοντες αναφέρει το εξής: *«Είναι κάτι που μας απασχολεί όλο και περισσότερο προσπαθούμε αρχικά η διαδρομή να έχει την ελάχιστη παρέμβαση στο φυσικό περιβάλλον και ακολουθούμε τα παλιά μονοπάτια χωρίς να κάνουμε σημαντικές παρεμβάσεις. Κατά τη διάρκεια του αγώνα στόχος είναι οι αθλητές να αφήσουν μόνο τα ίχνη των παπουτσιών τους στο μονοπάτι».*

Σχετικά με τις δράσεις που μπορούν να γίνουν για τη βελτίωση και την ανάπτυξη της διοργάνωσης, ο ένας εκ των τεσσάρων συμμετεχόντων αναφέρει το εξής: *«Η διοργάνωση έχει φτάσει σε πολύ υψηλό επίπεδο και ο στόχος μας είναι πλέον η διατήρηση της σε αυτό. Οι δράσεις είναι η επιμόρφωση των εθελοντών, οι πολύ συχνές εργασίες συντήρησης της διαδρομής και η διατήρηση του ενδιαφέροντος των αθλητών μέσα από post που ανεβάζουμε στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης», οι υπόλοιποι συμμετέχοντες αναφέρουν ότι πραγματοποιούνται δράσεις, μία εκ των οποίων είναι να γίνει θεσμός η διοργάνωση των αθλητικών τουριστικών αγώνων».*

## ΣΥΖΗΤΗΣΗ/ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ & ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

### ΓΙΑ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ

Σκοπός της εργασίας ήταν η διερεύνηση των προοπτικών στρατηγικής ανάπτυξης του στην Περιφέρεια Ηπείρου. Πιο συγκεκριμένα, διερευνήθηκε το προφίλ του αθλητικού τουρισμού της περιφέρειας Ηπείρου, οι παράγοντες που συμβάλλουν στην επιτυχία μίας αθλητικής διοργάνωσης, οι διαφοροποιήσεις των παραγόντων επιτυχίας ανάμεσα στους εμπλεκόμενους φορείς και ο βαθμός σημαντικότητας των επιμέρους παραγόντων στην επιτυχία της διοργάνωσης. Οι απαντήσεις των συμμετεχόντων ήταν αρκετά ενδιαφέρουσες και αποτελούν σημαντικά ευρήματα για τον τομέα του αθλητικού μάνατζμεντ. Οι συμμετέχοντες επιβεβαίωσαν μέσω των απαντήσεων τους την βιβλιογραφία σε σχέση με εκείνους τους παράγοντες που καθιστούν μία τουριστική αθλητική διοργάνωση επιτυχημένη. Συγκεκριμένα, οι συμμετέχοντες υποστήριξαν ότι μία τουριστική αθλητική διοργάνωση θεωρείται επιτυχημένη όταν έχει υψηλό αντίκτυπο στην κοινωνία και υψηλό αριθμό αθλητικών συμμετοχών. Οι μελετητές έχουν πραγματοποιήσει σημαντική έρευνα σχετικά με εκείνα τα στοιχεία που καθιστούν μία τουριστική αθλητική διοργάνωση επιτυχημένη. Μέσα σε αυτά τα χαρακτηριστικά είναι ο κοινωνικό-πολιτισμικός αντίκτυπος που δημιουργείται από την τουριστική αθλητική διοργάνωση και ο υψηλός αριθμός συμμετοχών (Westerbeek, Turner & Ingerson, 2002).

Εν συνεχεία ο ρόλος της φήμης, ως παράγοντας μέτρησης και αξιολόγησης της επιτυχίας μίας αθλητικής διοργάνωσης, όπως και η ομαδικότητα, ο εθελοντισμός, ο υψηλός αριθμός θεατών και αθλητών και η αισθητική ικανοποίηση θεατών και αθλητών, επιβεβαιώνουν και πάλι την βιβλιογραφία. Το εν λόγω δεδομένο στην βιβλιογραφία, οδηγεί σε πολλές θετικές συνέπειες για τον τόπο διεξαγωγής των αθλητικών τουριστικών εκδηλώσεων, καθώς μια θετική εικόνα αποτελεί μία προϋπόθεση ζωτικής σημασίας για μελλοντικές επιτυχημένες τουριστικές αθλητικές εκδηλώσεις. Η συμμετοχή εθελοντών, αποτελεί επίσης έναν κρίσιμο παράγοντα για τις επιτυχημένες αθλητικές εκδηλώσεις, καθώς οι εθελοντές θεωρούνται «θεματοφύλακες» των εκάστοτε αθλημάτων που λαμβάνουν χώρα σε μία τουριστική αθλητική εκδήλωση.

Εν συνεχεία, στην εν λόγω έρευνα αλλά και στη βιβλιογραφία φαίνεται η σημαντικότητα του να υπάρχει διαχωρισμός αρμοδιοτήτων από τον κάθε φορέα που συμμετέχει στη διοργάνωση και τονίζεται πως ο κάθε φορέας αποτελεί έναν εξαιρετικά σημαντικό παράγοντα

για την επιτυχία έκαστης αθλητικής διοργάνωσης, χωρίς να υπάρχει φορέας πιο σημαντικός από τον άλλον. Καθώς ο κάθε φορέας είναι υπεύθυνος για διαφορετικό τομέα της οργάνωσης, επομένως αποτελεί ένα «κομμάτι του παζλ» για να δημιουργηθεί μία ωραία εικόνα.

Το κίνητρο όλων των συμμετεχόντων για να επιδεχθεί βελτιώσεις η τουριστική αθλητική διοργάνωση, δεν είναι άλλο από τα οφέλη που επιθυμούν να αποκτήσει η τοπική κοινωνία μέσω του τουριστικού αθλητισμού. Σύμφωνα με τους Ong και Goh (2018), οι τουριστικές αθλητικές εκδηλώσεις δύνανται να αποτελέσουν παράγοντες κοινωνικής αλλαγής και παράγοντες υποστήριξης της τοπικής κοινότητας και να διαδραματίσουν σημαντικό ρόλο τόσο στην ανάπτυξη θετικής φήμης όσο και στον τομέα της φιλοξενίας. Οι Oshimi και Harada (2016), αναφέρουν ότι οι επιτυχημένες τουριστικές αθλητικές διοργανώσεις, διεγείρουν το αίσθημα στοργής και εκτίμησης των θεατών και των συμμετεχόντων για τον τόπο που αυτές πραγματοποιούνται, με άμεσο αντίκτυπο στον τομέα της φιλοξενίας, του αθλητικού τουρισμού αλλά και του γαστρονομικού τουρισμού έκαστης κοινότητας.

Οι Wang και Jin (2019), διαπίστωσαν περαιτέρω ότι οι κάτοικοι έχουν τα ακόλουθα τέσσερα κύρια κίνητρα για την υποστήριξη των τουριστικών αθλητικών εκδηλώσεων: ανάπτυξη της πόλης, αποφυγή αρνητικών επιπτώσεων, ανάδειξη της κοινότητας και αυξημένη τουριστική δραστηριότητα. Ο τουρισμός αποτελεί ένα πολυδιάστατο κοινωνικοοικονομικό φαινόμενο που πάντα σχετίζεται με τον ελεύθερο χρόνο και δραστηριότητες. Οι τουρίστες συμβάλλουν στην οικονομία των προορισμών υποδοχής, ενισχύουν την ευαισθητοποίηση των πόλεων υποδοχής και την προώθηση της διατήρησης του τοπικού πολιτισμού.

Όσον αφορά το ποιους παράγοντες θεωρούν οι συμμετέχοντες ως τους σημαντικότερους για την επιτυχία της αθλητικής διοργάνωσης, η πλειοψηφία θεωρεί τους εθελοντές, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, τους εμπλεκόμενους φορείς, την ασφάλεια, την οργανωσιακή δομή και την οργάνωση, την αξιοπιστία, την ποιότητα προσφερόμενων υπηρεσιών και τους αθλητές. Οι υπόλοιποι παράγοντες είχαν λιγότερο σημαντικό ρόλο με βάση την πλειοψηφία του δείγματος. Σύμφωνα με τους Oshimi και Harada (2016), η στρατολόγηση εθελοντών αποτελεί ένα κρίσιμο συστατικό των επιτυχημένων αθλητικών εκδηλώσεων. Σε σχέση με την οργανωσιακή δομή που ανέφεραν οι συνεντευξιαζόμενοι, επιβεβαιώνουν και πάλι την βιβλιογραφία καθώς σύμφωνα με τους προαναφερθέντες (Oshimi & Harada, 2016), για να προσελκύσουν περισσότερους εθελοντές, οι υπεύθυνοι των αθλητικών εκδηλώσεων ευθυγραμμίζουν τους δικούς τους οργανωτικούς στόχους με τα στρατηγικά τους οράματα για τις εκδηλώσεις, χρησιμοποιώντας

δομημένα προγράμματα και προάγουν την συνεργασία με διάφορους κλάδους, σχετικούς με την αθλητική εκδήλωση.

Επίσης η κάλυψη της αθλητικής εκδήλωσης από τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης, θεωρείται ευρέως ότι αυξάνει την επισκεψιμότητα στις πόλεις διοργάνωσης των αθλητικών εκδηλώσεων. Η ασφάλεια των αθλητών που αναφέρουν οι συμμετέχοντες ως παράγοντα σημαντικό για μία επιτυχημένη αθλητική διοργάνωση, φαίνεται ότι αποτελεί εκείνον τον παράγοντα που αυξάνει την αξιοπιστία τόσο της ίδιας της διοργάνωσης όσο και του τρόπου διεξαγωγής της αθλητικής εκδήλωσης (Bauman & Matheson, 2013).

Στις απαντήσεις όλων των συμμετεχόντων, οι χορηγίες, ο αριθμός των συμμετοχών, οι εθελοντές, το μηδενικό περιβαλλοντικό αποτύπωμα του αγώνα και η προώθηση της τουριστικής αθλητικής διοργάνωσης από τα ΜΜΕ, φάνηκε ότι αποτελούν αναπόσπαστα συστατικά των τουριστικών αθλητικών διοργανώσεων της περιφέρειας της Ηπείρου. Αυτοί όμως οι τέσσερις παράγοντες είναι και αυτοί που αναφέρονται εκτεταμένα στη βιβλιογραφία ως εκείνοι οι παράγοντες, που είναι οι σημαντικότεροι για τη σωστή και επιτυχημένη διαχείριση μίας τουριστικής αθλητικής διοργάνωσης. Συγκεκριμένα όσον αφορά τα ΜΜΕ, φαίνεται ότι η στρατηγική επικοινωνίας μίας τουριστικής αθλητικής διοργάνωσης, διαδραματίζει εξαιρετικά σημαντικό ρόλο στην επιτυχία της εκδήλωσης. Η προώθηση αθλητικών εκδηλώσεων μπορεί να γίνει μέσω μιας στρατηγικής επικοινωνίας που βασίζεται στην τηλεόραση, στο ραδιόφωνο, στην διαφήμιση στον τύπο αλλά και στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Από τους τέσσερις συμμετέχοντες, οι τρεις ανέφεραν ότι για την αθλητική διοργάνωση χρησιμοποιήθηκαν μόνο τα τοπικά κανάλια, αυτό το εύρημα δείχνει σίγουρα ότι η στρατηγική επικοινωνίας μέσω των ΜΜΕ στις συγκεκριμένες περιπτώσεις δεν είναι ιδιαίτερα επιτυχής.

Εν συνεχεία όσον αφορά τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, μόνο ένας εκ των τεσσάρων συμμετεχόντων ανέφερε ότι για την εκδήλωση χρησιμοποιήθηκαν όλα τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Σε αυτό το σημείο, παρατηρείται ότι ο στρατηγικός σχεδιασμός που αφορά την επικοινωνία της εκδήλωσης προς το ευρύτερο κοινό, έχει ένα σημαντικό κενό. Συγκεκριμένα, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αποτελούν ένα ιδανικό εργαλείο για τη διατήρηση αμφίδρομων διαλόγων. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αποτελούν ουσιαστικά τη διαφήμιση κάθε αθλητικής διοργάνωσης, είναι το σύγχρονο εργαλείο της προώθησης μίας ενέργειας και της επικοινωνίας αυτής στο κοινό –στόχο (Özsoy, 2011). Επομένως, όταν για την προώθηση μίας τουριστικής αθλητικής διοργάνωσης, δεν χρησιμοποιούνται όλα τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, το

αποτέλεσμα θα είναι η προσέλευση επισκεπτών και αθλητών να είναι μικρότερη από αυτήν που θα μπορούσε να είναι ενώ συγχρόνως ο στόχος όλων των συμμετεχόντων είναι η καλή φήμη της αθλητικής διοργάνωσης, ο στρατηγικός σχεδιασμός της επικοινωνίας έχει κενά.

Όσον αφορά τους χορηγούς των εκδηλώσεων στην περιφέρεια της Ηπείρου, φαίνεται ότι έχουν πραγματοποιηθεί οι σωστές ενέργειες. Η συσχέτιση των αθλητικών διοργανώσεων με τη χορηγίες, αποτελούν την πλειονότητα των βιβλιογραφικών ανασκοπήσεων. Σε όλο τον αθλητισμό, η χορηγία φαίνεται ότι έχει αυξητική τάση σύμφωνα με τους Jensen και Butler (2007). Η αποτελεσματικότητα της χορηγίας βρίσκεται σε συνάρτηση με τη σχέση χορηγών και των διοργανωτών εκδηλώσεων, με κοινό σκοπό και των δύο τη δημιουργία θετικών αντιλήψεων των επισκεπτών για την τουριστική αθλητική διοργάνωση αλλά και για την επωνυμία των χορηγών. Οι Jhnston και Paulsen (2014) σημειώνουν ότι οι μάνατζερ προσπαθούν να μεγιστοποιήσουν τη χρησιμότητα των χορηγών τους κατά την επιλογή χορηγίας, αξιολογώντας προσεκτικά τις διάφορες παρεχόμενες αποδόσεις συγκεκριμένων χορηγών έναντι άλλων.

Τα πλεονεκτήματα που αποκομίζουν οι τουριστικές αθλητικές διοργανώσεις από τις χορηγίες είναι πολλά και ποικίλης φύσης. Ο Jensen (2020) αναφέρει ότι, στο πλαίσιο του αγγλικού ποδοσφαίρου, κάθε βαθμός που κερδίζεται ανά παιχνίδι μειώνεται κατά 54% τη πιθανότητα οι χορηγοί να ακυρώσουν τη συμφωνία τους με μια ομάδα. Επίσης, αναφέρει τη συσχέτιση μεταξύ συγκεκριμένων χορηγών με συγκεκριμένα αθλήματα.

Τέλος, οι φορείς προώθησης αθλημάτων πρέπει να διαχειρίζονται τα καθήκοντα των συμμετεχόντων και των δραστηριοτήτων και να συντονίσουν το έργο αυτών των συντελεστών για να ικανοποιούνται οι στόχοι τόσο των χορηγών όσο και των διοργανωτών των τουριστικών αθλητικών διοργανώσεων (Mckelvey & Grady, 2008). Με βάση της πρωτογενείς πηγές τις έρευνας (ημι-δομημένες συνεντεύξεις) αλλά και τις δευτερογενείς (ιστοσελίδες τουριστικών αθλητικών διοργανώσεων) μόνο σε μία αθλητική διοργάνωση εκ των τεσσάρων φαίνεται ότι υπάρχει η ενδεδειγμένη χρήση της χορηγίας.

Εν συνεχεία, όσον αφορά τον αριθμό των θεατών που επισκέπτονται τις συγκεκριμένες τουριστικές αθλητικές διοργανώσεις, είναι αρκετά ικανοποιητικός. Ένα δεδομένο που δείχνει με βάση τις απαντήσεις των συμμετεχόντων ότι έχει διασφαλιστεί. Ένας εκ των παραγόντων που προσελκύουν τους επισκέπτες, είναι η αισθητική ικανοποίηση ως αναφέρει ένας εκ των τεσσάρων συμμετεχόντων. Σύμφωνα με τον Mihai (2013), για να εξασφαλιστεί ένα ευνοϊκό αποτέλεσμα, οι αθλητικές εγκαταστάσεις πρέπει να είναι εύκολα προσβάσιμες (δηλαδή συστήματα



αυτοκινητοδρόμων, χώρους στάθμευσης, διαδρόμους πεζών και ράμπες) και αυτές οι εγκαταστάσεις θα πρέπει να έχουν ελκυστική φυσική εμφάνιση. Χρειάζονται επίσης να προσφέρει ένα ευχάριστο, βολικό και λειτουργικό περιβάλλον (δηλ. γρήγορη, εύκολη πρόσβαση σε παραχωρήσεις, καθαρές τουαλέτες και χώρους χωρίς καπνό και οσμή). Επιπλέον, ο χώρος διεξαγωγής των αγώνων, θα πρέπει να αποτελεί ένα ασφαλές, ευχάριστο περιβάλλον (δηλαδή επαρκής δημόσια ασφάλεια και προσωπικό ασφαλείας).

Ως γίνεται αντιληπτό με βάση τα στοιχεία της έρευνας που έχουν παρατεθεί και βασίζονται σε πρωτογενή και δευτερογενή ερευνητικά ευρήματα, όλα τα προαναφερθέντα τηρούνται στις τουριστικές αθλητικές διοργανώσεις της περιφέρειας Ηπείρου. Αρχικά, το φυσικό τοπίο προσφέρει σαφώς αισθητική ικανοποίηση, επίσης υπάρχει προσωπικό πρώτων βοηθειών σε αποστάσεις ελάχιστων μέτρων κατά την διεξαγωγή του αγώνα, οι χώροι είναι καθαροί και προσεγμένοι ενώ μάλιστα σε μία εκ των τεσσάρων τουριστικών αθλητικών διοργανώσεων με σκοπό τη μηδενική περιβαλλοντική αποτύπωση του αγώνα απαγορεύεται η οδήγηση, γεγονός που επιτρέπει την άνεση των επισκεπτών στους δρόμους της πόλης. Καθώς οι χώροι των τουριστικών αθλητικών διοργανώσεων, γεμίζουν από επισκέπτες τις ημέρες εκδηλώσεων, επηρεάζεται η προσβασιμότητα των πεζών, ένα δεδομένο που στην περίπτωση που προαναφέρθηκε δεν ισχύει. Ένα δεδομένο πολύ σημαντικό μάλιστα, καθώς πολλοί ερευνητές όπως ο Jensen (2020), ο οποίος παρατήρησε ότι η αντιληπτή ικανοποίηση των πεζών από την προσβασιμότητα τους κατά τη διάρκεια των αθλητικών γεγονότων σχετίζεται με την αντίληψη αυτών των ατόμων με την ευκολία με την οποία μπορούν να έχουν πρόσβαση στις επερχόμενες εκδηλώσεις.

Συμπερασματικά, παρατηρεί κανείς ότι υπάρχουν κάποιες επιτυχημένες στρατηγικές στις τουριστικές αθλητικές διοργανώσεις της Περιφέρειας Ηπείρου αλλά και κάποιες άλλες που επιδέχονται μεγάλη βελτίωση. Αρχικά εκλαμβάνεται ως θετικό στοιχείο, ότι στις προαναφερθείσες τουριστικές αθλητικές εκδηλώσεις έχουν προσεγγιστεί και έχουν συμμετέχει πολλοί αθλητές και εθελοντές. Ένα δεδομένο, που δεν οδηγεί μόνο στο να προαχθεί ο εθελοντισμός και ο αθλητισμός αλλά στο να γνωστοποιηθούν οι προαναφερθείσες εκδηλώσεις και να επισκεφτούν την περιφέρεια και άλλα άτομα. Ένα επίσης θετικό στοιχείο, είναι ότι οι συγκεκριμένες αθλητικές διοργανώσεις συνεργάζονται με χορηγούς, ένα δεδομένο που αν το χρησιμοποιήσουν σωστά θα έχουν τη δυνατότητα όχι μόνο τη διοργάνωση υψηλού επιπέδου τουριστικών αθλητικών αγώνων αλλά και τη γνωστοποίηση της ομορφιάς και όλων εκείνων

των υπηρεσιών και προϊόντων που διαθέτει η Ήπειρος, σε άτομα που δεν την έχουν επισκεφτεί. Επίσης, στις συγκεκριμένες αθλητικές διοργανώσεις φαίνεται ότι η ασφάλεια των εθελοντών και των επισκεπτών διαδραματίζει σημαντικό ρόλο. Τέλος, όσον αφορά τα θετικά στοιχεία του στρατηγικού σχεδιασμού των εν λόγω διοργανώσεων, μέσα σε αυτά συγκαταλέγεται ο διαχωρισμός αρμοδιοτήτων των φορέων και οι δράσεις που λαμβάνουν χώρα κατά την διεξαγωγή των τουριστικών αθλητικών αγώνων για την προστασία του περιβάλλοντος.

Κατά τη διάρκεια της παρούσας έρευνας ωστόσο παρατηρήθηκαν κάποιες αδυναμίες στον στρατηγικό σχεδιασμό των εν λόγω τουριστικών αθλητικών εκδηλώσεων. Το βασικότερο από αυτά, είναι η ελάχιστη χρήση και αξιοποίηση τόσο των ΜΜΕ όσο και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Παρά το γεγονός ότι όλοι οι συμμετέχοντες ανέφεραν ως κίνητρο τους για τη διεξαγωγή των εν λόγω εκδηλώσεων τη φήμη και την προβολή της αθλητικής διοργάνωσης αλλά και της Ηπείρου, οι τρεις στους τέσσερις ανέφεραν ότι για την προβολή των αγώνων χρησιμοποιήθηκαν μόνο τα τοπικά κανάλια και 2-3 μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Αυτός ο αριθμός είναι πολύ χαμηλός, δεδομένου ότι σκοπός τους είναι μέσω του αθλητικού γεγονότος να προβληθεί και η Ήπειρος. Για να συμβεί ωστόσο κάτι τέτοιο, είναι αναγκαίο να χρησιμοποιηθούν αν όχι όλα, τα περισσότερα ΜΜΕ και όλα τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Καθώς τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, αποτελούν το βασικότερο εργαλείο μάρκετινγκ και διαφήμισης, δεν γίνεται να μην χρησιμοποιούνται σε μία τουριστική αθλητική διοργάνωση. Μέσω αυτών άνθρωποι που ζουν στο εξωτερικό, θα έχουν τη δυνατότητα να μάθουν για τις συγκεκριμένες αθλητικές διοργανώσεις και να επισκεφθούν την Ήπειρο. Καθότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, αποτελούν ένα σημαντικό εργαλείο διαφήμισης και προώθησης, δεν θα μπορούσαν να λείπουν από τον τομέα του αθλητικού τουρισμού, ούτε να μην αξιοποιούνται επαρκώς.

### *Προτάσεις για μελλοντική έρευνα*

Υπάρχουν πολλές διαστάσεις στον τουριστικό τομέα της περιφέρειας Ηπείρου, οι οποίες χρειάζεται να διερευνηθούν. Αρχικά στην παρούσα έρευνα, δεν κατέστη σαφές ποιο είναι το προφίλ του συνόλου των αθλητικών δράσεων της Περιφέρειας Ηπείρου, παρά μόνο ενός μικρού αριθμού αυτών. Θα ήταν λοιπόν σημαντικό να διεξαχθεί μια έρευνα με μεγαλύτερο δείγμα και πιο αντιπροσωπευτικό των διαφορετικών κατηγοριών των αθλητικών διοργανώσεων που, ώστε να αποσαφηνιστεί το ιδιαίτερο προφίλ των αθλητικών δράσεων της Περιφέρειας. Έχοντας λοιπόν μια πιο σφαιρική εικόνα θα μπορούσε η Περιφέρεια να εστιάσει στρατηγικά στην τουριστική ανάδειξη μέσω της υλοποίησης μεγάλων αθλητικών διοργανώσεων, και να συμβάλει στην εδραίωση τους τόσο σε τοπικό όσο και σε διεθνές επίπεδο.

Τα αποτελέσματα ωστόσο αυτής της ποιοτικής έρευνας ανέδειξαν κάποιες ελλείψεις σε επίπεδο διοργάνωσης αλλά και συντονισμού με τους εμπλεκόμενους φορείς, συμπεριλαμβανομένου των δήμων αλλά και της περιφέρειας. Τα στοιχεία αυτά θα ήταν χρήσιμο να διερευνηθούν σε μεγαλύτερο βαθμό και από την πλευρά της περιφέρειας και να συμπληρώσουν με αυτό τον τρόπο την εικόνα της επιτυχούς διοργάνωσης αθλητικών γεγονότων τουριστικής προβολής αλλά και ενίσχυσης της τοπικής οικονομίας. Άλλη μια σημαντική πτυχή για μελλοντική έρευνα θα μπορούσε να είναι η τουριστική προβολή και οι στρατηγικές μάρκετινγκ της περιφέρειας της Ηπείρου μέσω των αθλητικών διοργανώσεων που προσφέρονται καθ' όλη τη διάρκεια του έτους.

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Audiences London (2011). Researching Audiences at Outdoor Events and Festivals. Retrieved from [http://culturehive.co.uk/wp-content/uploads/2013/06/BL\\_Researching-audiences-at-outdoor-events-and-festivals.pdf](http://culturehive.co.uk/wp-content/uploads/2013/06/BL_Researching-audiences-at-outdoor-events-and-festivals.pdf)
- Αγραπίδη, Β. (2008). *Προοπτικές ανάπτυξης χειμερινού αθλητικού τουρισμού στην περιοχή των Καλαβρύτων*. Διπλωματική διατριβή, ΕΑΠ Τμήμα Διοίκησης Τουριστικών Επιχειρήσεων.
- Αποστολόπουλος, Κ. & Σδράλη, Δ. (2009) *Εναλλακτικός και ήπιος τουρισμός: Θεωρητικές προσεγγίσεις και εφαρμογές στην πράξη*. Αθήνα: Ελληνοεκδοτική Α.Ε.
- Ahsan, K., & Gunawan, I. (2010). Analysis of cost schedule performance of international development projects. *International Journal of Project Management*, 28(1), 68-78.
- Aicher, T.J., Paule-Koba, A.L. & Newand B.L., (2016). *Sport facility and event management*. Jones & Bartlett, Burlington, MA.
- Barreda, A. A., Zubieta, S., Chen Han, Cassilha, M., Kageyama, Y., (2017). Evaluating the impact of mega-sporting events on hotel pricing strategies: the case of the 2014 FIFA World Cup. *Tourism Review*, 72(2), 184-208.
- Baumann, R., & Matheson, V., (2018). Mega-events and tourism: the case of Brazil. *Contemporary Economic Policy*, 36(2), 292-301.
- Bauman, R. & Matheson, V. (2013). *Infrastructure investments and mega-sports events: comparing the experience of developing and industrialized countries*. Faculty Research Series, Paper No. 1305. College of the Holy Cross, Department of Economics, Worcester, MA.
- Besser, T.L., & Miller, N. (2011). The structural, social and strategic factors associated with successful business networks. *Entrepreneurship and Regional Development*, 23 (3-4), 113- 133
- Γαβριήλ, Ε., Σκανδάλη, Μ., & Τεμπονέρα, Ε. (2016). *Ειδικές μορφές τουρισμού: Οι περιπτώσεις του εκπαιδευτικού, πολιτιστικού και θρησκευτικού τουρισμού*. Ευρωπαϊκό κέντρο αριστείας JEAN MONNET, ΕΚΠΑ: Αθήνα. Ανάκτηση από

[http://www.jmc.uoa.gr/fileadmin/jmc.pspa.uoa.gr/uploads/PDFs/20160912\\_Gavriil\\_Skan\\_dali\\_Temponera.pdf](http://www.jmc.uoa.gr/fileadmin/jmc.pspa.uoa.gr/uploads/PDFs/20160912_Gavriil_Skan_dali_Temponera.pdf)

- Chalip, L., Green, B. C., Taks, M., & Misener, L. (2017). Creating sport participation from sport events: Making it happen. *International journal of sport policy and politics*, 9(2), 257-276.
- Cserhati, G. & Szabo, L. (2014). The relationship between success criteria and success factors in organisational event projects. *International Journal of Project Management*, 32(4) 613-624
- Θεοδωράκης, Ν. (2013). *Αθλητικός Τουρισμός: Διεθνείς τάσεις και επιπτώσεις ανάπτυξης προγραμμάτων αθλητικού τουρισμού*. Ανοικτά ακαδημαϊκά μαθήματα. Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης.
- INSETE (2021). Ελληνικός τουρισμός 2030 σχέδια δράσης: Προϊόντα και αγορές. INSETE. Ανάκτηση από [https://insete.gr/wp-content/uploads/2021/12/21-12\\_Proionta-Agores.pdf](https://insete.gr/wp-content/uploads/2021/12/21-12_Proionta-Agores.pdf)
- INSETE (2020). Ετήσια έκθεση ανταγωνιστικότητας και διαρθρωτικής προσαρμογής στον τομέα του Τουρισμού για το έτος 2019 – Περιφέρεια Ηπείρου. INSETE Ανάκτηση από [https://insete.gr/wp-content/uploads/2020/12/20-12\\_Epirus.pdf](https://insete.gr/wp-content/uploads/2020/12/20-12_Epirus.pdf)
- Gammon, S., & Robinson, T. (1997). Sport and tourism: A conceptual framework. *Journal of Sport Tourism*, 4(3), 11-18.
- Garcia, B. (2004). Urban Regeneration, Arts Programming and Major Events: Glasgow 1990, Sydney 2000 and Barcelona 2004. *International Journal of Cultural Policy*, 10(1), 103-118.
- Gibson, H. J. (2006). *Sport tourism: Concepts and theories*. Routledge.
- Gibson, H. (2005). Sport tourism: Concepts and theories. An introduction. *Sport in Society*, 8(2), 133-141.
- Goatham, R. (2013). What is Project Success? – Why Do Projects Fail? A resource for organizational learning focused on improving project success rates. Retrieved from <http://calleam.com/WTPF/?p=3501>
- Gupta, A., Gupta, M. C., & Agrawal, R. (2013). Identification and ranking of critical success factors for BOT projects in India. *Management research Review*, 36(11), 1040-1060.

- Epirus news (2020). Περιφέρεια Ηπείρου – ΠΣΑΤ: Ο Αθλητικός Τουρισμός στην Ήπειρο. Ανάκτηση από <https://epirus.news/athlitismos/periferia-epirou-psat-o-athlitikos-tourismos-stin-epiro/>
- Han, Y., Sun, H., Dong, Y., & Li, Y. (2011, August). The Sports Tourism Impacts-The Case Study of Olympics Event. In *2011 International Conference on Future Computer Science and Education* (pp. 71-74). IEEE.
- Holtorf, H., Urmee, T., Calais, M., & Pryor, T. (2015). A model to evaluate the success of Solar Home Systems. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 50, 245-255.
- Hoy, W. K., & Adams, C. M. (2015). *Quantitative research in education: A primer*. Sage Publications.
- Hung, S.-W. & Chang, C.-C. (2012). A co-opetition perspective of technology alliance governance modes. *Technology Analysis & Strategic Management*, 24(7), 679-696.
- King, C., Chen, N., & Funk, D. C. (2015). Exploring destination image decay: A study of sport tourists' destination image change after event participation. *Journal of hospitality & tourism research*, 39(1), 3-31.
- Knott, B., Fyall, A., & Jones, I. (2016). Sport mega-events and nation branding *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(3), 900-923.
- Kokkolakis, S. (2018). Critical Success Factors in Sports Events organization and management . PhD thesis. Stirling University
- Κοκκώσης, Χ., Τσάρτας, Π. & Γκρίμπα, Ε. (2011). *Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Ζήτηση και προσφορά νέων προϊόντων τουρισμού*. Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.
- Λαγός, Δ. (2003). *Τουριστική Οικονομία*. Εκδόσεις Κριτική: Αθήνα.
- Liu, D., & Wilson, R. (2014). The negative impacts of hosting mega-sporting events and intention to travel: a test of the crowding-out effect using the London 2012 Games as an example. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 15(3), 12-26.
- McKelvey, S. & Grady, J. (2008). Sponsorship program protection strategies for special sport events: are event organizers outmaneuvering ambush marketers? *Journal of Sport Management*, 22(5), 550-586.
- Mihai, A. (2013). Sports marketing mix strategies. *SEA Application of Science*, 1(1), 298-303.

- Moira, P., & Mylonopoulos, D. (2014). Health tourism and health travel. Sociological approach and conceptual clarification. *e-Journal of Science & Technology*, 9(2), 11-28.
- Marshall, C., & Rossman, G. B. (2014). *Designing qualitative research*. Sage publications.
- Ong, F. & Goh, S. (2018). Pink is the new gray: events as agents of social change. *Event Management*, 22(6), 965-979.
- Oshimi, D. & Harada, M. (2016). The effects of city image, event fit, and word-of-mouth intentions towards the host city of an international sporting event. *International Journal of Sport Management, Recreation & Tourism*, 24, 76-96.
- Özsoy, S. (2011). Use of new media by Turkish fans in sport communication: Facebook and twitter. *Journal of Human Kinetics*, 28(2011), 165-176.
- Parent, M. M. (2015). The organizing committee's perspective. *Routledge handbook of sports event management*, 43-64.
- Pentifallom C. (2010). Going for the Gold: Explaining Motivations for Olympic Games Bidding. In Proceedings: *International Symposium for Olympic Research* (pp. 376-389). International Centre for Olympic Studies.
- Περιφέρεια Ηπείρου, (2019). Ολοκληρώθηκε ο Χάρτης Αθλητικών Εκδηλώσεων στην Ήπειρο. Ανάκτηση από <https://www.php.gov.gr/news/dt/6861-oloklirothike-o-xartis-athlitikon-ekdiloseon-stin-ipeiro.html>
- Robinson, P., Heitmann, S., & Dieke, P., (2011). *Research Theme for Tourism*. Wallingford, Oxfordshire: CABI.
- Silverman, D. (Ed.). (2020). *Qualitative research*. Sage.
- Standeven, J. & De Knop, P. (1999). *Sport Tourism*. Human Kinetics, Champaign, IL.
- Τσάρτας, Π. (1996). *Τουρίστες, ταξίδια, τόποι: Κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στον τουρισμό*. Εξάντας: Αθήνα.
- Wang, S., & Hung, K. (2015). Customer perceptions of critical success factors for guest houses. *International Journal of Hospitality Management*, 48, 92-101.
- Wang, Y. & Jin, X. (2019). Event-based destination marketing: the role of mega-events. *Event Management*, 23(1), 109-118.
- Westerbeek, H., Turner, P., & Ingerson, L. (2002). Key success factors in bidding for hallmark sporting events., *International Marketing Review*, 19(3), 313-322.

- Wronka, M. (2013, June). Analyzing the success of social enterprises-critical success factors perspective. *In Active Citizenship by Knowledge Management & Innovation: Proceedings of the Management, Knowledge and Learning International Conference* (pp. 593-605).
- Zhao, S. X., Ching, J. L., He, Y. & Chan, N. Y. M. (2017). Playing Games and Leveraging on Land: Unfolding the Beijing Olympics and China's Mega-event Urbanization Model. *Journal of Contemporary China*, 26(105), 465-487.
- Zhou, Y., Ap, J. & Bauer, T. (2012). Government Motivations for Hosting the Beijing 2008 Olympic Games. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 10(2), 185-201.



## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

### *Ερωτήσεις Συνέντευξης*

- Τίτλος αθλητικής διοργάνωσης .....
- Επαγγελματική θέση εκπροσώπου.....
- Χρόνια εμπλοκής σας με την συγκεκριμένη διοργάνωση.....
- Έχετε εμπειρία διοργάνωσης άλλων αθλητικών εκδηλώσεων.....
- Πως θα καθορίζατε μια αθλητική διοργάνωση επιτυχημένη .....
- Γιατί χρησιμοποιείτε αυτά τα συγκεκριμένα χαρακτηριστικά για να περιγράψετε μια αθλητική διοργάνωση επιτυχημένη .....
- Πως μετράτε/αξιολογείτε την επιτυχία της αθλητικής διοργάνωσης.....
- Ποιοι παράγοντες εσείς κρίνετε είναι οι σημαντικότεροι για την επιτυχία της συγκεκριμένης διοργάνωσης .....
- Πως αυτοί οι παράγοντες επηρεάζουν την αθλητική διοργάνωση .....
- Με ποιο τρόπο διαφοροποιούνται αυτοί οι παράγοντες ανάμεσα στους εμπλεκόμενους φορείς.....
- Ακολουθείτε κάποια διαδικασία στο να αναγνωρίσετε και να καθορίσετε τις διαφορές αυτές ανάμεσα στους εμπλεκόμενους φορείς.....
- Ανάμεσα σε αυτές τις διαφορές που υφίστανται διακρίνονται κάποιες περισσότερο ή λιγότερο σημαντικές .....
- Πως αξιολογείτε τους επιμέρους παράγοντες επιτυχίας της αθλητικής διοργάνωσης.....

<b>Σε τι βαθμό κρίνετε την συμβολή των επιμέρους παραγόντων στην επιτυχία της διοργάνωσης</b>					
<b>Παράγοντες Επιτυχίας</b>	<b>Καθόλου σημαντικό</b>	<b>Λίγο σημαντικό</b>	<b>Σημαντικό</b>	<b>Πολύ σημαντικό</b>	<b>Πάρα πολύ σημαντικό</b>
Εθελοντές					
Τηλεοπτική/ραδιοφωνική κάλυψη					
Μέσα κοινωνικής δικτύωσης					
Εμπλεκόμενοι Φορείς					
Θεατές					
Ασφάλεια					
Δημόσια Υποστήριξη					
Οργανωσιακή δομή και οργάνωση					
Ενδιαφέρον των ΜΜΕ					
Μάρκετινγκ					
Οικονομική διαχείριση					
Ύπαρξη χορηγών					
Αξιοπιστία					
Ποιότητα προσφερόμενων υπηρεσιών					
Αθλητές					

<b>Σε τι βαθμό κρίνετε την συμβολή των επιμέρους παραγόντων στην επιτυχία της διοργάνωσης</b>					
<b>Παράγοντες Επιτυχίας</b>	<b>Καθόλου σημαντικό</b>	<b>Λίγο σημαντικό</b>	<b>Σημαντικό</b>	<b>Πολύ σημαντικό</b>	<b>Πάρα πολύ σημαντικό</b>
Έγκαιρα επίσημα συμφωνητικά με την επιτροπή διοργάνωσης και τους εμπλεκόμενους φορείς					
Έγκαιρη επικοινωνία					
Τήρηση χρονοδιαγράμματος παράδοσης επιμέρους καθηκόντων βάσει στρατηγικού πλάνου					
Έγκαιρη λήψη αποφάσεων					
Έγκαιρη πρόσληψη ανθρώπινου δυναμικού					
Μεγάλη γεωγραφική έκταση της αθλητικής διοργάνωσης					
Μη επάρκεια διαθέσιμων χρηματικών πόρων					
Εξισορρόπηση των οικονομικών απαιτήσεων της εκδήλωσης με τους ήδη περιορισμένους προϋπολογισμούς					
Διοίκηση εθελοντών					
Αξιοπιστία εθελοντών					
Αναζήτηση εθελοντών					
Πρόσληψη των κατάλληλων ανθρώπων					
Εξουθένωση εθελοντών					
Αλλαγή στάσης της δημοτικής αρχής κατά το σχεδιασμό και την εκτέλεση της διοργάνωσης					
Η δημοτική αρχή δεν βλέπει την διοργάνωση ως υψηλή προτεραιότητα					
Ξεκάθαροι ρόλοι για αποφυγή διενέξεων					
Μη έγκαιρη επικοινωνία με εμπλεκόμενους φορείς ή έλλειψη έγγραφης διεκπεραίωσης					
Λήψη αποφάσεων βάσει επιθυμιών και όχι βάσει αναγκών της διοργάνωσης					
Σύγχυση για το ποιος είναι αρμόδιος να λάβει μια απόφαση					
Λήψη όλων των αποφάσεων και κάλυψη όλων των αποριών αντί για ενθάρρυνση άλλων να προβούν σε αυτά					
Η κόπωση του φορέα υποδοχής					

<b>Παράγοντες Επιτυχίας</b>	<b>Καθόλου σημαντικό</b>	<b>Λίγο σημαντικό</b>	<b>Σημαντικό</b>	<b>Πολύ σημαντικό</b>	<b>Πάρα πολύ σημαντικό</b>
Έλλειψη προσέλευσης θεατών					
Αδυναμία φορέα υποδοχής να πραγματοποιήσει την διοργάνωση στο προσδοκώμενο επίπεδο					
Έλλιπής επικοινωνία					
Αδυναμία ροής επικοινωνίας ανάμεσα στα υποτιμήματα/ομάδες έργου διοργάνωσης					
Εσφαλμένη ερμηνεία πληροφοριών					
Έλλειψη χορηγών					
Εύρεση ισορροπίας ανάμεσα στις διαφορετικές επιθυμίες και προσδοκίες τω εμπλεκόμενων φορέων					
Διαφορετική ερμηνεία όρων ανάμεσα στους εμπλεκόμενους φορείς					
Καταλληλότητα περιοχής –υποδομών αθλητικής διοργάνωσης					
Διατήρηση ενδιαφέροντος των θεατών και συμμετεχόντων να ξανάρθουν – εύρεση μοναδικών εμπειριών					
Διαφορετικοί εθελοντές/ προσωπικό από εκείνους που συμμετείχαν κατά τον σχεδιασμό της διοργάνωσης					
Ετεροχρονισμός εισόδου νέων μελών που εμπλέκονται στην διοργάνωση					
Σύνταξη στην αρχή του στρατηγικού πλάνου, μη αναφορά σε αυτό ή τυχόν τροποποίηση του κατά την διάρκεια					
Επιλογή τι να κρατήσεις από μια διοργάνωση ως καλή πρακτική και τι όχι					
Η επιρροή των ραδιοτηλεοπτικών φορέων στην λήψη αποφάσεων					
Αντιφατικές προσωπικότητες ανάμεσα στο προσωπικό/εθελοντές					
Διαχείριση υπαρκτών θεμάτων που υπάρχουν ανάμεσα στους εμπλεκόμενους φορείς					
Διοίκηση κινήτρων, προσδοκιών και σκοπών όλων των εμπλεκόμενων φορέων					
Διαχείριση των διαφορετικών οργανωσιακών επιπέδων					
Απώλεια πολύτιμου προσωπικού και αντικατάσταση του					
Καθυστερήσεις λόγω καιρικών συνθηκών					

<b>Παράγοντες Επιτυχίας</b>	<b>Καθόλου σημαντικό</b>	<b>Λίγο σημαντικό</b>	<b>Σημαντικό</b>	<b>Πολύ σημαντικό</b>	<b>Πάρα πολύ σημαντικό</b>
Περιορισμένο μέγεθος και σκοπός της διοργάνωσης (είναι βιώσιμος μόνο με έναν συγκεκριμένο ανώτατο αριθμό και σκοπό)					
Ελλιπής υποστήριξη από την τοπική κοινωνία					
Διατήρηση ευθυγράμμισης ανθρώπινου δυναμικού με την αποστολή, όραμα και αξίες της διοργάνωσης					
Ανταγωνισμός με άλλες διοργανώσεις σε επίπεδο διαθεσιμότητας προσωπικού, εθελοντών, συμμετεχόντων/ θεατών					
Διατήρηση δημοσιονομικής διαχείρισης στην εφαρμογή νέων τεχνολογιών στην διοργάνωση					
Αναγκαιότητα για νέα τεχνολογία για την μεγέθυνση της διοργάνωσης					

<b>Τι σημαίνουν για εσάς οι ακόλουθοι παράγοντες</b>
Ποιο είναι το κίνητρο του οργανισμού για βελτίωση και ανάπτυξη
Ποιοι είναι οι παράγοντες ικανοποίησης των εμπλεκόμενων φορέων
Διαθέτετε υψηλά και λεπτομερή πρότυπα για κάθε επιμέρους οργανωσιακή δράση σας
Υπάρχουν λεπτομερή καθήκοντα κατά το οργανωσιακό σχεδιασμό
Ποιες είναι οι συνθήκες που εξασφαλίζουν την ποιότητα της διοργάνωσης
Ποιες ενέργειες/δράσεις αναλαμβάνετε σε επίπεδο σχεδιασμού για την βιωσιμότητα της διοργάνωσης ως προς το περιβαλλοντικό της αποτύπωμα
Ποιες δράσεις μπορούν να γίνουν για την βελτίωση & ανάπτυξη της διοργάνωσης

Πόσοι εθελοντές προσεγγίστηκαν	
Πόσοι εθελοντές από αυτούς είχαν ξανά-εργαστεί στην διοργάνωση	
Πόσοι εθελοντές τελικά συμμετείχαν	
Πόσα άτομα βοήθησαν από τον δήμο	
Πόσοι από την Περιφέρεια	
Πόσοι από τον φορέα διοργάνωσης	
Πόσοι έμμισθοι	
Πόσα χορηγοί	
Πόσα ΜΜΕ κάλυψαν την διοργάνωση	
Πόσα ΜΜΕ συμμετείχαν στην προβολή/διαφήμιση της διοργάνωσης	
Πόσα Μέσα κοινωνικής δικτύωσης αξιοποιήσατε	
Συνολικός Αριθμός Αθλητών	
Αριθμός Ελλήνων αθλητών/τριων	
Αριθμός Διεθνών αθλητών/τριων	
Αριθμός αθλητών από τον Δήμο/Περιφέρεια	
Αριθμός επαναλαμβανόμενων αθλητών (με προηγούμενη συμμετοχή στην διοργάνωση)	
Εκτιμώμενος αριθμός επισκεπτών	
Ποσό Χρηματικών έπαθλων	
Ποσό συμμετοχής ανα αθλητή	
Εκατοστιαία αναλογία χρηματοδότησης κρατικής (0-100%)	
Εκατοστιαία αναλογία χρηματοδότησης από χορηγούς (0-100%)	
Συνολική απόσταση αγώνα	
Πόσοι σταθμοί νερού & ανεφοδιασμού υπάρχουν	
Πόσοι σταθμοί πρώτων βοηθειών	
Ανά πόσα χιλιόμετρα υπήρχε σηματοδότηση της διαδρομής	
Εκτιμώμενος αριθμός επισκεπτών/θεατών της διοργάνωσης	