

**Η ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΟΥ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΥ ΑΝΤΙΚΤΥΠΟΥ
ΤΟΥ
ΚΛΑΣΙΚΟΥ ΜΑΡΑΘΩΝΙΟΥ ΑΘΗΝΩΝ 2009**

της
Μαργαρίτη Αικατερίνης

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

Σπάρτη
2010

Εγκεκριμένο από το Καθηγητικό σώμα:

1ος Επιβλέπων: Γεωργιάδης Κωνσταντίνος, Αναπλ. Καθηγητής

2ος Επιβλέπων: Αυγερινού Βασιλική, Επίκουρος Καθηγήτρια

3ος Επιβλέπων: Κωνσταντινάκος Παντελής, Επίκουρος Καθηγητής

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Μαργαρίτη Αικατερίνη: Η Αξιολόγηση του Οικονομικού Αντίκτυπου του Κλασικού Μαραθωνίου Αθηνών 2009

(Με την επίβλεψη του κ. Κωνσταντίνου Γεωργιάδη, Αναπλ. Καθηγητή)

Ο 27^{ος} Κλασικός Μαραθώνιος Αθηνών 2009, διοργανώθηκε στις 8 Νοεμβρίου 2009, από τον ΣΕΓΑΣ και την Οργανωτική Επιτροπή. Σκοπός της παρούσας εργασίας ήταν να εξετάσει τον Οικονομικό Αντίκτυπο που πιθανόν δημιουργήθηκε λόγω του γεγονότος στην πόλη. Ο Οικονομικός Αντίκτυπος ορίζεται ως η καθαρή αλλαγή στην τοπική οικονομία που μπορεί να αποδοθεί άμεσα στην διοργάνωση του συγκεκριμένου γεγονότος Turco και Kelsey (1992) και ο οποίος περιλαμβάνει τον υπολογισμό των πρόσθετων δαπανών από εξωτερικές πηγές, που παράγονται στην τοπική οικονομία ως αποτέλεσμα του γεγονότος. Με βάση την πρωτογενή έρευνα, που χρησιμοποιεί η μεθοδολογία του LIRC (2002), συμπληρώθηκαν 798 ερωτηματολόγια σε τρεις διαδοχικές ημέρες (την ημέρα διεξαγωγής του γεγονότος και δύο ημέρες πριν από αυτό στην έκθεση ATHENS CLASSIC MARATHON) από διαφορετικούς τύπους επισκεπτών: δρομείς, αποστολές αθλητών, θεατές, ΜΜΕ, χορηγοί, αποστολές συνέδρων και εθελοντές. Ο οργανωτικός προϋπολογισμός χρηματοδοτείται από κυβερνητικές επιδοτήσεις, χορηγίες και συμμετοχές αθλητών. Το μέρος των οργανωτικών δαπανών που προέρχεται από εξωτερικές πηγές και εισέρχεται στην τοπική οικονομία προστίθεται στον οικονομικό αντίκτυπο. Στην συγκεκριμένη λοιπόν μελέτη, υπολογίζονται αν από το ποσό των 200.000€ τα οποία εισέρρευσαν στην πόλη μέσω των συμμετοχών των μη ντόπιων δρομέων, αφαιρέσεις το ποσό των 90.000€, το οποίο διέφυγε από την πόλη μέσω των χρηματικών επάθλων των δρομέων του Εξωτερικού και των εξόδων πρόσκλησης και φιλοξενίας αθλητών υψηλού επιπέδου. Συνεπώς, οι Οργανωτικές Δαπάνες από εξωτερικές πηγές, ανέρχονται στα 110.000€. Χωρίς να υπολογίσουμε τα αποτελέσματα χρησιμοποιώντας πολλαπλασιαστή, καθώς, σύμφωνα με ερευνητές όπως ο Hunter (1988), ο Matheson (2004), η Kasimati (2003) και οι Gratton, Shibli και Coleman, (2006), υποστηρίζουν ότι ο Πολλαπλασιαστής είναι μια ιδιαίτερα αμφιλεγόμενη μονάδα μέτρησης, η συνολική οικονομική συμβολή, ήταν 3.176.448,83€. Αυτό το ποσό ουσιαστικά αποτελεί τον Άμεσο Οικονομικό Αντίκτυπο του Κλασικού

Μαραθωνίου Αθηνών 2009 στον οποίο και επιλέγεται μεθοδολογικώς να σταματήσει η έρευνα, διότι με αυτό τον τρόπο διασφαλίζεται η αξιοπιστία των πρωτογενών αποτελεσμάτων της έρευνας.

Λέξεις κλειδιά: οργανωτική δαπάνη, πολλαπλασιαστής, εμπορική στέγαση, μη εμπορική στέγαση

ABSTRACT

Margariti Aikaterini: The economic impact of the 2009 Athens Classic Marathon
(Under supervision of Mr. Konstantinos Georgiadis, Associate Professor)

The 27th Athens Classic Marathon of 2009 was held on 8th November 2009, by SEGAS and Organizational Committee. The purpose of this study is to examine the economic impact, that possibly created due to this particular event in the city. Economic impact is defined as the net change in the local economy which can be directly attributable to the staging of a particular event (Turco & Kelsey, 1992) and involves estimating the additional expenditure from outside sources, generated in the local economy as the result of the event. Based on primary research, which uses the LIRC methodology (2002), 798 self-completion questionnaires were collected on three consecutive days (the day that the event was held, and two days before it, in the exhibition ATHENS CLASSIC MARATHON) by different types of visitors; competitors, athletes delegates, spectators, media, sponsors, conference participants and volunteers. The organizational budget is funded by government subsidies, sponsorships and registration fees. The portion of organizational spend originating from outside sources and spent in the local economy is added to economy impact. In this specific study, the expenditure is calculated if from 200.000,00€ which flown in the city as registration fees of foreign athletes, deduct the amount of 90.000,00 € which evaded from city through the prizes of foreign athletes and the cost of inviting and hosting top athletes. Therefore the organizational expenditure from the external resources rises to 110.000,00€. Without accounting the results using the multiplier effect, taking under consideration researchers as Hunter (1988), Matheson (2004), Kasimati (2003) and Gratton, Shibli and Coleman (2006) who claim that multiplier is a measuring unit strongly controversial, the total economic contribution, was 3.176.448,83€. That amount forms eventual the Direct Economic Impact of 2009 Athens Classic Marathon, in which methodological choosed to stop the research because that way the reliability of primary research's results is being secured.

Keywords: *organizational spend, multiplier, non-commercial accommodation, commercial accommodation*

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Αισθάνομαι την υποχρέωση να ευχαριστήσω ορισμένους από τους ανθρώπους που γνώρισα, συνεργάστηκα μαζί τους και έπαιξαν πολύ σημαντικό ρόλο στην πραγματοποίησή της.

Ένα πολύ μεγάλο ευχαριστώ οφείλω στην Επίκουρο καθηγήτρια του Πανεπιστημίου Πελοποννήσου, Αυγερινού Βασιλική που με εμπιστεύθηκε για δεύτερη φορά και στάθηκε αρωγός καθ' όλη τη διεξαγωγή της έρευνας βήμα προς βήμα και η οποία ήταν δίπλα μου όποτε την χρειάστηκα.

Θερμές ευχαριστίες θα ήθελα να εκφράσω και στα υπόλοιπα μέλη της τριμελούς επιτροπής: Γεωργιάδη Κωνσταντίνο (Αναπληρωτή καθηγητή) και Κωνσταντινάκο Παντελή (Επίκουρο καθηγητή) για την υποστήριξή του στην πραγματοποίηση της παρούσας διπλωματικής.

Επιπλέον, από την Οργανωτική Επιτροπή του Μαραθωνίου θα ήθελα να ευχαριστήσω τον πρόεδρο της ΟΕ Παναγόπουλο Κώστα και τον Ασημακόπουλο Μάκη, σύμβουλο και συντονιστή του Μαραθωνίου που μου έδωσαν πολύτιμες για την έρευνα πληροφορίες.

Στη συνέχεια θα ήθελα να ευχαριστήσω τους δικούς μου ανθρώπους, τον σύζυγό μου, Σδούγκο Σπυρίδων, στον οποίο αυτή η εργασία είναι αφιερωμένη, που με την απέραντη αγάπη, υπομονή και υποστήριξη του με βοήθησε όλο αυτό το διάστημα. Επίσης, ευχαριστώ τους γονείς μου και τα αδέρφια μου που χωρίς την υποστήριξη τους και την αγάπη τους δεν θα έφτανα μέχρι εδώ. Ακόμη, θα ήθελα να ευχαριστήσω την καλύτερη μου φίλη Διαμαντοπούλου Κωνσταντίνα που με βοήθησε όχι μόνο ηθικά αλλά και στην πράξη, για την διεξαγωγή της έρευνας. Τέλος, θα ήθελα να ευχαριστήσω ένα ιδιαίτερα σημαντικό και αγαπημένο μου πρόσωπο, τον πνευματικό μου, πατέρα Πορφύριο Σαμαρτζή, που μου συμπαραστάθηκε καθ' όλη την διάρκεια των μεταπτυχιακών μου σπουδών.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ	ii
SUMMARY	iv
ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ.....	vi
ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ	vii
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ	ix
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΣΧΗΜΑΤΩΝ	xi
I. ΕΙΣΑΓΩΓΗ	1
Προσδιορισμός του προβλήματος.....	5
Σκοπός Μελέτης.....	6
Ανάγκη διεξαγωγής της έρευνας.....	7
Οριοθετήσεις.....	8
Περιορισμοί.....	8
Υποθέσεις.....	8
Ερευνητικές υποθέσεις.....	9
Καθορισμός των όρων.....	10
II. ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑΣ.....	12
Η Οικονομική Σημασία διοργάνωσης αθλητικών events.....	12
Καθορισμός της έννοιας του Οικονομικού Αντίκτυπου και του Τρόπου Υπολογισμού του.....	14
Βασικοί καθοριστικοί παράγοντες του Οικονομικού Αντίκτυπου ενός event.....	16
Τυπολογία των Events βάσει Οικονομικών Επιδράσεων.....	17
Κατηγοριοποίηση των Επιδράσεων των Αθλητικών Events.....	19
Πολλαπλασιαστές.....	23
Λάθη που πρέπει να αποφεύγονται κατά την μελέτη του Οικονομικού Αντίκτυπου.....	27
Οικονομετρικά Μοντέλα.....	29
III. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ	32
Ερευνητικός σχεδιασμός.....	32
Ερευνητικό εργαλείο.....	34

Πιλοτική μελέτη.....	35
Δείγμα έρευνας.....	36
Τρόπος Συλλογής των δεδομένων.....	37
Μέθοδος συλλογής δεδομένων.....	40
Η φύση του δείγματος.....	41
Διαχρονική εξέλιξη των συμμετοχών στον Κλασικό Μαραθώνιο Αθηνών.....	44
Στατιστικά συμμετοχών 27 ^{ου} Κλασικού Μαραθωνίου Αθηνών 2009.....	45
Οικονομικά Στοιχεία της διοργάνωσης.....	50
Στατιστική ανάλυση έρευνας.....	54
Στατιστική ανάλυση των Δρομέων συμμετεχόντων στον ΚΜΑ 2009.....	60
Στατιστική ανάλυση των Αποστολών Συνέδρων συμμετεχόντων στον ΚΜΑ 2009.....	68
Οργανωτικές δαπάνες από εξωτερικές πηγές.....	70
IV. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ	71
V. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ – ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ.....	72
VI. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	74
VII. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ	79
Παράρτημα 1:(Κάτοψη Έκθεσης).....	79

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 1. Πιθανές Επιδράσεις των Events.....	19
Πίνακας 2. Συνολικός Αριθμός Ομάδων, Συνεντεύξεις και Ποσοστά Συνεντεύξεων.....	41
Πίνακας 3. Στατιστικά συμμετοχών ανά αγώνα και φύλο.....	45
Πίνακας 4. Στατιστικά συμμετοχών ανά αγώνα και εθνικότητα.....	46
Πίνακας 5. Έσοδα της διοργάνωσης.....	50
Πίνακας 6. Έξοδα της διοργάνωσης.....	52
Πίνακας 7. Χρηματικά έπαθλα.....	53
Πίνακας 8. Άτομα ανά Ημέρα.....	56
Πίνακας 9. Άτομα ανά Φύλο.....	56
Πίνακας 10. Ηλικιακή κατανομή ατόμων.....	57
Πίνακας 11. Εθνικότητα των ατόμων.....	57
Πίνακας 12. Διαχωρισμός των Ελλήνων παρευρισκομένων ανάλογα με τον τόπο κατοικίας τους.....	58
Πίνακας 13. Σύνολο Ατόμων ανά κατηγορία.....	58
Πίνακας 14. Άτομα ανά κατηγορία σύμφωνα με τον Τόπο Κατοικίας τους.....	59
Πίνακας 15. Δρομείς του Εξωτερικού και της Υπόλοιπης Ελλάδας σύμφωνα με το μέρος διανυκτέρευσης τους.....	61
Πίνακας 16. Δαπάνες αποδοτέες στην εμπορική στέγαση των Ελλήνων δρομέων της Υπόλοιπης Ελλάδας.....	62
Πίνακας 17. Δαπάνες αποδοτέες στην εμπορική στέγαση των δρομέων του Εξωτερικού.....	63
Πίνακας 18. Δαπάνες αποδοτέες σε μη εμπορική στέγαση των Ελλήνων δρομέων της Υπόλοιπης Ελλάδας.....	65
Πίνακας 19. Δαπάνες αποδοτέες σε μη εμπορική στέγαση των δρομέων του Εξωτερικού.....	66

Πίνακας 20. Δαπάνες αποδοτέες στην εμπορική στέγαση των Αποστολών Συνέδρων του Εξωτερικού.....	69
Πίνακας 21. Συνολικός Οικονομικός Αντίκτυπος του Κλασικού Μαραθωνίου Αθηνών 2009.....	71

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΣΧΗΜΑΤΩΝ

Σχήμα 1. Σχηματικό διάγραμμα για την προσέγγιση του “πολλαπλασιαστή”.....	24
Σχήμα 2. Διαχρονική εξέλιξη των συμμετεχόντων που έχουν τερματίσει στον Κλασικό Μαραθώνιο Αθηνών.....	44
Σχήμα 3. Συμμετοχές ανά αγώνισμα στον 27ο Κλασικό Μαραθώνιο Αθηνών, 8 Νοεμβρίου 2009.....	45

I. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο Κλασικός Μαραθώνιος Αθηνών (ΚΜΑ) είναι το μεγαλύτερο μαζικό, λαϊκό αθλητικό γεγονός της Ελλάδας και κατέχει ξεχωριστή θέση και ρόλο στο διεθνές προσκήνιο. Είναι ο αγώνας που προσφέρει τη μοναδική εμπειρία της αυθεντικής Μαραθώνιας διαδρομής και αποτελεί το συνδετικό κρίκο του παρόντος με το παρελθόν. Ο Κλασικός Μαραθώνιος Αθηνών έχει την αφετηρία του στην ιστορική πόλη του Μαραθώνα και τερματισμό στο Καλλιμάρμαρο Παναθηναϊκό Στάδιο.

Το 2009 η Διεθνής Ομοσπονδία Στίβου (IAAF¹), τιμώντας το υψηλό οργανωτικό και αγωνιστικό του επίπεδο, του έδωσε την αναγνώριση του IAAF Silver Label Road Races 2009 (www.iaaf.org). Σήμερα, αναγνωρίζοντας την συνεχή πρόοδο του σε όλους τους τομείς τον κατατάσσει πλέον στους χρυσούς μαραθωνίους (IAAF Gold Label Road Races 2010). Σε όλο τον κόσμο πραγματοποιούνται συνολικά 750 μαραθώνιοι και από αυτούς μόλις 8-10 είναι χρυσοί (www.sportsbiz.gr). Ο Κλασικός Μαραθώνιος Αθηνών 2010 θα λάβει εορταστικό χαρακτήρα, αφού το 2010 συμπληρώνονται 2.500 χρόνια (490 π.Χ.) από τη μάχη του Μαραθώνα και την ανάμνηση του ηρωικού κατορθώματος του άγγελου-αγγελιοφόρου που μετέφερε το μήνυμα της νίκης στους Αθηναίους (www.tovima.gr). Αυτός ο ημεροδρόμος στρατιώτης που λέγεται ότι σε συνέχεια της νίκης των Αθηναίων στη Μάχη του Μαραθώνα μετέφερε, τρέχοντας από το Μαραθώνα στην Αθήνα, το μήνυμα της νίκης και ξεψύχησε ψιθυρίζοντας «Νενικήκαμεν» (www.athensclassicmarathon.gr). Ο ΣΕΓΑΣ, για να τιμήσει τον άθλο αυτό που αποτέλεσε την αφορμή για να γεννηθεί το αγώνισμα του Μαραθωνίου Δρόμου, προετοιμάζεται, αποδίδοντας τεράστια σημασία και σεβασμό στο γεγονός αυτό, για τον εορτασμό της επετείου των 2.500 χρόνων από τη Μάχη του Μαραθώνα κατά τη διάρκεια του 28ου Κλασικού Μαραθωνίου Αθηνών που θα λάβει χώρα στις 31 Οκτωβρίου 2010 (www.athensclassicmarathon.gr). Επίσης, πρέπει να σημειωθεί σύμφωνα με επίσημα στοιχεία της Οργανωτικής Επιτροπής του ΚΜΑ 2010, ότι οι εγγραφές για το Μαραθώνιο Δρόμο και το Δυναμικό Βάδισμα έκλεισαν από τέλη Μαΐου του 2010 ενώ ξεκίνησαν 10 Μαρτίου 2010. Δηλαδή, οι εγγραφές έκλεισαν σε λιγότερο από τρεις μήνες, και σε συνολικό αριθμό 12.000 δρομέων, που είναι το ανώτατο όριο των συμμετεχόντων για τα

¹ Η Παγκόσμια Ομοσπονδία Κλασικού Αθλητισμού (International Association of Athletics Federations, γνωστή και με το ακρωνύμιο IAAF) είναι η διεθνής ένωση για τον κλασικό αθλητισμό. Ιδρύθηκε το 1912 (ως International Amateur Athletics Federation), στη Στοκχόλμη, από εκπροσώπους 17 εθνικών ομοσπονδιών (www.iaaf.org).

συγκεκριμένα αγωνίσματα, σύμφωνα με τα όρια που έχει θεσπίσει η Οργανωτική Επιτροπή (www.athensclassicmarathon.gr/), και αναμένεται οι ξένοι δρομείς να ξεπεράσουν το 50% των συμμετοχών αυτών, σε μια περίοδο παγκόσμιας οικονομικής κρίσης, το οποίο υποδηλώνει και τη σημαντικότητα αυτής της διοργάνωσης.

Επίσης, είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι από το 2007, η Παγκόσμια Ένωση Μαραθωνίων Δρόμων (AIMS), αναγνωρίζοντας τη μοναδική ιστορία της Ελλάδας, διεξάγει την παραμονή του αγώνα στην πόλη του Μαραθώνα, το διεθνές Συμπόσιο για το Μαραθώνιο Δρόμο όπου κάθε χρόνο έχει και διαφορετικό θέμα συζήτησης. Το 3ο Συμπόσιο μετονομάστηκε σε Μαραθώνιο Συμπόσιο AIMS-IAAF σε αναγνώριση της υποστήριξης της Παγκόσμιας Ομοσπονδίας Στίβου (IAAF) (www.aimscongress2010.gr). Το 3ο AIMS-IAAF Μαραθώνιο Συμπόσιο πραγματοποιήθηκε στις 7 Νοεμβρίου 2009 στην πόλη του Μαραθώνα (GRE), με θέμα: "Φιλανθρωπικά Προγράμματα στο πλαίσιο του Μαραθωνίου Κινήματος" (www.aimsworldrunning.org), με τη συμμετοχή 80 εκπροσώπων από 45 Μαραθωνίους όλου του κόσμου και άλλες πολλές εκδηλώσεις (www.tovima.gr). Το Συμπόσιο είχε πολύ μεγάλη σημασία, ενόψει μάλιστα της συμπλήρωσης των 2500 χρόνων από τη μάχη του Μαραθώνα το 2010, όπου αναμένεται οι εκπρόσωποι των Μαραθωνίων να ξεπεράσουν τους 130, σύμφωνα με τον Σύμβουλο Συντονιστή του Μαραθωνίου της Αθήνας, κ. Ασημακόπουλο (www.sportsbiz.gr).

Το σημαντικότερο ρόλο στα οικονομικά της διοργάνωσης, απ' ό,τι θα διαπιστώσουμε στη συνέχεια, έχουν οι χορηγίες των εταιριών, οι οποίες με την οικονομική τους συνεισφορά στηρίζουν την συνέχιση της διοργάνωσης και συμβάλλουν στην παροχή ποιοτικότερων υπηρεσιών και θεάματος. Το 2009 οι κατηγορίες των χορηγιών ήταν: ο *Επίσημος Χορηγός* που ήταν η ALPHA BANK για 9^η συνεχή χρονιά, οι *Επίσημοι Προμηθευτές* η Adidas- Επίσημη Αθλητική Ένδυση και το Powerade- Επίσημο Αθλητικό Ποτό, *Επίσημοι Υποστηρικτές* το GU Energy Gel- Επίσημο Ενεργειακό Gel, το VITAL Plus Q10- Επίσημο Πολυβιταμινούχο Συμπλήρωμα Διατροφής, η AVIS- Επίσημη εταιρεία ενοικίασης αυτοκινήτων, οι μπανάνες CHIQUITA-Επίσημο φρούτο, η ΑΛΦΑ ΒΙΟ ΑΠΟΙΚΟΔΟΜΗΤΙΚΗ Α.Β.Ε.Ε.- Επίσημη βιοδιασπώμενη τσάντα και το ΚΤΕΛ ΑΤΤΙΚΗΣ – Επίσημες Υπεραστικές Συγκοινωνίες, οι *Θεσμικοί Συνεργάτες* ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (EOT), η Γενική Γραμματεία Νέας Γενιάς, τα Ολυμπιακά Ακίνητα Α.Ε., ο Δήμος Αθηναίων, ο Δήμος Μαραθώνα, ο ΟΑΣΑ και το Υπουργείο Εθνικής Άμυνας, τέλος οι *Χορηγοί Επικοινωνίας*, το Men's Health- Χορηγός Επικοινωνίας μέσω Περιοδικού Τύπου, το PREVENTION-

Χορηγός Επικοινωνίας μέσω Περιοδικού Τύπου, το City Press- Χορηγός Επικοινωνίας μέσω Ελεύθερου Τύπου και το RunningNews.gr- Υποστηρικτής Επικοινωνίας μέσω Διαδικτύου (www.athensclassicmarathon.gr).

Παράλληλα με τον Μαραθώνιο δρόμο διοργανώνονται, ο Αγώνας Δυναμικού Βαδίσματος και αυτός στην Μαραθώνια διαδρομή, οι Αγώνες Δρόμου 5 και 10χλμ στο Ιστορικό Κέντρο της Αθήνας καθώς και μικρότεροι αγώνες για παιδιά (700μ.) και αθλητές με διανοητική αναπηρία (Special Olympics), δίνοντας με αυτόν τον τρόπο, η Οργανωτική Επιτροπή του Κλασικού Μαραθωνίου Αθηνών, σε όλους τη δυνατότητα να πάρουν μέρος σε αυτή τη διοργάνωση (www.athensclassicmarathon.gr). Αρμόδιος φορέας για τη διοργάνωση του Κλασικού Μαραθωνίου Αθηνών είναι ο ΣΕΓΑΣ² (Ν.Π.Ι.Δ.).

Ο Κλασικός Μαραθώνιος της Αθήνας διεξάγεται κάθε δεύτερη Κυριακή του Νοεμβρίου, με μοναδική εξαίρεση τη φετινή χρονιά. Το 2009 ο Κλασικός Μαραθώνιος Αθηνών αποτέλεσε τον 27^ο Κλασικό Μαραθώνιο Αθηνών, όπου ήταν αφιερωμένος στον βαλκανιονίκη Γρηγόρη Λαμπράκη και διοργανώθηκε την Κυριακή 08 Νοεμβρίου 2009. Η συμμετοχή των δρομέων ήταν συνολικά 10.291, 4.629 στον Μαραθώνιο Δρόμο, 3.102 στα 5χλμ και 2.560 στα 10 χλμ (www.athensclassicmarathon.gr).

Επίσης, ο ΣΕΓΑΣ για τρίτη συνεχή χρονιά διοργάνωσε την ATHENS CLASSIC MARATHON EXPO, στο πλαίσιο του 27^{ου} Κλασικού Μαραθωνίου Αθηνών στις 6 και 7 Νοεμβρίου 2009 στο Ζάππειο Μέγαρο, η οποία αποτελεί μια επιτυχημένη προσπάθεια προβολής του αθλητισμού, του τουρισμού και της υγείας. Πιο συγκεκριμένα η έκθεση δίνει τη δυνατότητα στους επισκέπτες να ψυχαγωγηθούν, να παρακολουθήσουν τα happenings των εκθετών, να δουν και να αγοράσουν σε προσφορές τα νέα αθλητικά και δρομικά είδη καθώς και να μιλήσουν με έμπειρους δρομείς, προπονητές και διατροφολόγους έτσι ώστε να προετοιμαστούν καλύτερα για τους αγώνες. Περίπου 15.000 άτομα επισκέφτηκαν την έκθεση και για τις δύο ημέρες λειτουργίας της (www.athensclassicmarathon.gr).

Επιπλέον, ο Κλασικός Μαραθώνιος Αθηνών έχει αναπτύξει Πρόγραμμα Εθελοντισμού με αποτέλεσμα κάθε χρόνο να συμμετέχουν πάνω από 700 εθελοντές

² Ο Σύνδεσμος Ελληνικών Γυμναστικών Αθλητικών Σωματείων (ΣΕΓΑΣ) είναι η Ελληνική Ομοσπονδία Κλασικού Αθλητισμού. Ιδρύθηκε το 1897 σαν ΣΕΓΑΣ και συνέδεσε την ιστορία της με την ιστορία του ελληνικού αθλητισμού της νεώτερης εποχής. Σήμερα αριθμεί 500 σωματεία και περίπου 30.000 αθλητές και αθλήτριες (www.segas.gr).

και να προσφέρουν υψηλής ποιότητας υπηρεσίες στους χιλιάδες δρομείς που συμμετέχουν στους αγώνες, ενώ το 2009 συμμετείχαν 1000 εθελοντές.

Για μια τέτοια διοργάνωση που προσελκύει το παγκόσμιο πολιτιστικό και αθλητικό ενδιαφέρον δεν θα μπορούσαν να περάσουν απαρατήρητες οι οικονομικές της προεκτάσεις.

Διάφορες μελέτες έχουν πραγματοποιηθεί με σκοπό να εξετάσουν τις οικονομικές επιπτώσεις των πόλεων ή των χωρών που φιλοξενούν διαφόρων τύπων αθλητικά events (Baade & Matheson, 2003; 2004; Coleman, 2003, Crompton, 1995; Gratton, Dobson, & Shibli, 2000; 2006; Humphreys, 1994; LIRC, 2002), να γίνει προσπάθεια ποσοτικοποίησης των επιδράσεων αυτών καθώς επίσης και να αξιολογήσουν τις μεθόδους με τις οποίες αυτές οι μελέτες πραγματοποιήθηκαν.

Απώτερος στόχος όλων αυτών των μελετών είναι η βελτίωση της διαθέσιμης πληροφόρησης των φορέων χάραξης της πολιτικής, του ευρέως κοινού και των πιθανών μελλοντικών οικοδεσποτών των events (McHone & Rungeling, 2000), έτσι ώστε να πειστούν για την χρησιμότητά τους και να υποστηριχθούν όχι μόνο για την πολιτιστική τους αξία αλλά και για την οικονομική συνεισφορά τους.

Είναι ευρέως γνωστό ότι τα αθλητικά events μπορούν να ενεργήσουν ως εφαλτήριο για την οικονομική ανάπτυξη και την αστική αναγέννηση (Wilson, 2006). Μελέτες έχουν παρουσιάσει θετικό οικονομικό αντίκτυπο των αθλητικών εκδηλώσεων (LIRC, 2002; Shibli & Coleman, 2005; Wilson, 2006), ενώ, από την άλλη, ερευνητές προειδοποιούν για υπερεκτίμηση των οικονομικών οφελών και των πιθανών κακών εφαρμογών της ανάλυσης οικονομικού αντίκτυπου στις αθλητικές διοργανώσεις (Crompton, 1995).

Η έρευνα αυτή είχε ως σκοπό να εξετάσει τα πιθανά οικονομικά οφέλη, δηλαδή τον Οικονομικό Αντίκτυπο που πιθανόν δημιουργήθηκε λόγω της διοργάνωσης του Κλασικού Μαραθωνίου Αθηνών (ΚΜΑ) στις 8 Νοεμβρίου 2009. Η έρευνα διεξήχθη πριν και κατά τη διάρκεια των αγώνων, στις 6, 7 και 8 Νοεμβρίου 2009.

Σύμφωνα με τους Burgan και Mules (1992), ο οικονομικός αντίκτυπος αναφέρεται στις οικονομικές επιδράσεις που αφορούν κυρίως στις δαπάνες που συνδέονται με τους τουρίστες που προσελκύονται από το γεγονός. Για το σκοπό της έρευνας, ο Οικονομικός Αντίκτυπος ορίζεται ως η καθαρή αλλαγή στην τοπική οικονομία της

Αθήνας³, που μπορεί να αποδοθεί στην πραγματοποίηση των αγώνων. Πιο συγκεκριμένα αποτελεί, το συνολικό ποσό πρόσθετων δαπανών που παράγεται σε μια πόλη που φιλοξενεί ένα γεγονός (ή περιοχή), το οποίο θα μπορούσε να αποδοθεί άμεσα στην διοργάνωση του γεγονότος. Εστιάζει στις δαπάνες των ανθρώπων που είναι κάτοικοι εκτός Αθηνών και ανήκουν στις ομάδες των θεατών, δρομέων, εθελοντών, αντιπροσώπων των μέσων μαζικής ενημέρωσης, επισήμων, αποστολών συνέδρων και χορηγών, οι οποίες θα μελετηθούν στη συνέχεια. Η μέθοδος που χρησιμοποιήθηκε για να αναλυθεί ο οικονομικός αντίκτυπος των αγώνων είναι η εγκεκριμένη μεθοδολογία του UK Sport⁴ που δημιουργήθηκε από το Leisure Industries Research Centre (LIRC) το 1997.

Η έρευνα, διεξήχθη με την υποστήριξη του LIRC του Πανεπιστημίου Sheffield Hallam, το οποίο και παρείχε το πρότυπο ερωτηματολόγιο βάσει του οποίου έχουν υλοποιηθεί 20 μελέτες τα τελευταία πέντε χρόνια για εθνικούς παράγοντες, κυβερνητικές αλλά και τοπικές αρχές (LIRC, 2002), και στο οποίο απάντησαν συνολικά 798 άτομα.

Προσδιορισμός του προβλήματος

Από την ανασκόπηση της βιβλιογραφίας διαπιστώνεται ότι υπάρχουν ελάχιστες έρευνες αξιολόγησης του οικονομικού αντίκτυπου Μαραθωνίων που έχουν πραγματοποιηθεί σε άλλες χώρες (Coleman,2003; LIRC, 2002), στην Ελλάδα δεν βρέθηκαν παρόμοιες. Αυτή ουσιαστικά είναι η πρώτη προσπάθεια επαρκώς τεκμηριωμένη που κλήθηκε να καλύψει τουλάχιστον σε κάποιο βαθμό αυτό το κενό της βιβλιογραφίας.

Όπως προαναφέρθηκε η έρευνα αυτή είχε ως σκοπό να εξετάσει τα πιθανά οικονομικά οφέλη, δηλαδή τον Οικονομικό Αντίκτυπο που πιθανόν δημιουργήθηκε λόγω της διοργάνωσης του Κλασικού Μαραθωνίου Αθηνών (ΚΜΑ). Να διαπιστωθεί αν ένα τόσο μεγάλο event σε διάσταση αλλά και σε ιστορία μπορεί να επιφέρει οικονομικά οφέλη στην πόλη που το διοργανώνει.

³ Όταν υπάρχει αναφορά στην εργασία για την πόλη της Αθήνας, θα αναφέρεται στην πόλη της Αθήνας γνωστή και ως "Πολεοδομικό Συγκρότημα Αθηνών" που περιλαμβάνει τους δήμους της Νομαρχίας των Αθηνών και προάστια, που υπό αυτό το πρίσμα αποτελούν τα άλλοτε περίχωρα των Αθηνών (Άγιος Στέφανος, Παλλήνη κ.α.) (el.wikipedia.org).

⁴ Κυβερνητικός οργανισμός για την ανάπτυξη του αθλητισμού και είναι υπό την καθοδήγηση του διοικητικού συμβουλίου του βρετανικού αθλητισμού (<http://www.uksport.gov.uk/>).

Σκοπός Μελέτης

Ο σκοπός αυτής της μελέτης ήταν η εκτίμηση του συνολικού ποσού των επιπλέον δαπανών που παρήχθησαν στην Αθήνα από τις διάφορες ομάδες που παρευρέθηκαν στο γεγονός λόγω της διοργάνωσης του Κλασικού Μαραθωνίου Αθηνών 2009.

Αυτός ο σκοπός, σύμφωνα και με τη διαδικασία που έχει ακολουθηθεί σε προηγούμενες παρόμοιες έρευνες όπως αυτές των World Half Marathon Championships και του BUPA Bristol Half Marathon (LIRC, 2002), επιτυγχάνεται με την επίτευξη των ακόλουθων επιμέρους στόχων:

1. Την πραγματοποίηση έρευνας, με τη βοήθεια ερωτηματολογίου ως ερευνητικό εργαλείο για τον υπολογισμό των ατόμων που συμμετείχαν στις κατηγορίες των αποστολών, επίσημων, media, αποστολών συνέδρων, θεατών, εθελοντών και χορηγών.
2. Δημιουργώντας μια βάση δεδομένων λαμβανόμενων απαντήσεων χρησιμοποιώντας το Στατιστικό Πακέτο των Κοινωνικών Επιστημών (SPSS), έτσι ώστε να μπορεί να διεξαχθεί η σχετική στατιστική ανάλυση.
3. Υπολογίζοντας τον αριθμό των ανθρώπων που παρευρέθηκαν στο γεγονός και οι οποίοι κατοικούν εκτός Αθηνών και επισκέφθηκαν την πόλη προκειμένου να παρακολουθήσουν τους αγώνες.
4. Υπολογίζοντας τον αριθμό των διανυκτερεύσεων που παρήχθησαν για την Αθήνα, προκειμένου να αξιολογηθεί ο αντίκτυπος που οφείλεται στα ξενοδοχεία από μη κατοίκους Αθηνών.
5. Υπολογίζοντας τις δευτερεύουσες δαπάνες (πχ ψυχαγωγία, αγορές/σουβενίρ) των μη κατοίκων Αθηνών.
6. Υπολογίζοντας τις λοιπές δαπάνες (οργανωτικές δαπάνες), οι οποίες δεν μπορούσαν να διαπιστωθούν από τα ερωτηματολόγια και προήλθαν με την βοήθεια συνεντεύξεων από τα μέλη της Οργανωτικής Επιτροπής.

Ανάγκη διεξαγωγής της έρευνας

Η πλειοψηφία των συντακτών (Bowdin, McDonnell, Allen & O'Toole, 2001; Breen, Bull & Walo, 2001; Dwyer, Mellor, Mistilis & Mules, 2000; Jones, 2001; Getz, 1997; Gnoth & Anwar, 2000), πιστεύουν στην ανάγκη μέτρησης του αντίκτυπου των γεγονότων για λόγους παρακολούθησης, ελέγχου και αξιολόγησης. Όμως, η ανασκόπηση της πρόσφατης βιβλιογραφίας δείχνει ότι οι μέθοδοι που χρησιμοποιούνται και οι σκοπιές μέτρησης των γεγονότων ποικίλλουν αρκετά (Thomas & Wood, 2003).

Μια από τις πιο συχνές εφαρμογές των οικονομικών εργαλείων για τα events είναι η Ανάλυση του Οικονομικού Αντίκτυπου (LIRC, 2002; Wilson, 2006). Συνεπώς, η διεξαγωγή αυτή της έρευνας βοήθησε στο να διαπιστωθεί αν η διοργάνωση αυτού του event μπορεί να προωθήσει τον τουρισμό και να υποκινήσει την τοπική οικονομική ανάπτυξη και αν τελικά ο Κλασικός Μαραθώνιος Αθηνών δημιούργησε όφελος για την οικονομία της πόλης που τη διοργάνωσε. Επομένως, επιβαλλόταν η διεξαγωγή της παρούσας μελέτης, γιατί έδωσε τα πρώτα στοιχεία που αποτελούν την αφετηρία για περαιτέρω έρευνα του συγκεκριμένου event αλλά και για την οικονομική αξιολόγηση άλλων παρόμοιων αθλητικών διοργανώσεων που πραγματοποιούνται και δεν γνωρίζουν στην ουσία αν υπάρχει εκτός από πολιτιστικό και κάποιο άμεσο οικονομικό όφελος για την πόλη που το διοργανώνει ή είναι επιζήμιο και πρέπει να σταματήσει η διοργάνωση του.

Επίσης, από την πλευρά των διοργανωτών μπορεί να συμβάλλει στο να μάθουν την πραγματική οικονομική διάσταση του event που διοργανώνουν και με αυτό τον τρόπο να μειωθεί η πιθανότητα υπερεκτίμησης του event, που έχει ως αποτέλεσμα να υπερβάλλουν και οι ίδιοι ως προς τα έξοδα που δημιουργούν ευελπιστώντας να αποκομίσουν μεγαλύτερα έσοδα.

Επιπλέον, από την πλευρά των χορηγών, να μάθουν πώς να προστατευθούν και να προσέξουν σε ποια γεγονότα παρέχουν τα χρήματά τους αφού όλα τα events δεν δημιουργούν τα απαραίτητα ανταποδοτικά οφέλη για τους ίδιους.

Από την άλλη μεριά, και οι κάτοικοι της πόλης στην οποία διοργανώνεται το γεγονός οφείλουν να γνωρίζουν την πραγματική οικονομική αξία του γεγονότος, διότι στην πραγματικότητα αυτοί θα κληθούν να πληρώσουν ένα μέρος της διοργάνωσης και αυτοί θα αντιμετωπίσουν την όποια τυχόν αναστάτωση στον ρυθμό της πόλης που διοργανώνεται.

Οριοθετήσεις

Ο σκοπός της παρούσας μελέτης οριοθετήθηκε:

1. Σ' ένα στρωματοποιημένο τυχαίο δείγμα δρομέων, θεατών, αποστολών, επισήμων – ανώτερων στελεχών, μέσων μαζικής ενημέρωσης, αποστολών συνέδρων, θεατών, χορηγών και εθελοντών.
2. Στις απαντήσεις που δόθηκαν από τους συνεντευξιαζόμενους στο ερωτηματολόγιο, που αφορά στα έξοδα που πραγματοποίησαν κατά την ενεργό συμμετοχή τους στο Κλασικό Μαραθώνιο Αθηνών 2009 ή για την παρακολούθησή αυτού.

Περιορισμοί

Η μελέτη περιορίστηκε από τους ακόλουθους παράγοντες:

1. Από τα επιλεγμένα άτομα, που συμπλήρωσαν το ερωτηματολόγιο, απάντησαν με ακρίβεια και το επέστρεψαν άμεσα.
2. Από την ειλικρίνεια και ακρίβεια των επιλεγμένων απαντήσεων των ερωτώμενων στα στοιχεία του ερωτηματολογίου, που περιλάμβανε τα έξοδα των διαφόρων κατηγοριών που ερευνήθηκαν.
3. Από την δυνατότητα των επιλεγμένων ατόμων να επιμερίσουν τα έξοδα τους στις διάφορες κατηγορίες εξόδων που επιλέχθηκαν.
4. Από την επάρκεια των ατόμων να κατανοήσουν την αγγλική γλώσσα στην οποία ήταν μεταφρασμένο το ερωτηματολόγιο εκτός της ελληνικής.
5. Από την παρουσία του συνεντευκτή, που παρόλο που την στιγμή της συμπλήρωσης του ερωτηματολογίου δεν ήταν παρών, εκτός της τελευταίας ημέρας στο στάδιο.
6. Από τις άσχημες καιρικές συνθήκες της ημέρας της διεξαγωγής των αγώνων λόγω βροχής.

Υποθέσεις

Η μελέτη βασίστηκε στις ακόλουθες υποθέσεις:

1. Τα επιλεγμένα άτομα ήταν ειλικρινή στις απαντήσεις τους, κατάλαβαν πλήρως το ερωτηματολόγιο και ήταν σε θέση να ερμηνεύσουν τα στοιχεία που αποτελούσαν το ερωτηματολόγιο, τα οποία αναφέρονταν στα έξοδα που πραγματοποίησαν για μια ημέρα στην πόλη της Αθήνας προκειμένου να παρευρίσκονται στο γεγονός.

2. Τα άτομα επιλέχθηκαν σε συγκεκριμένο μέρος όσον αφορά τις δύο ημέρες πριν την διεξαγωγή του γεγονότος και αυτό ήταν το Ζάππειο Μέγαρο, στο οποίο πραγματοποιήθηκαν σε άλλες αίθουσες οι εγγραφές των αθλητών και σε άλλες αίθουσες φιλοξενήθηκε η έκθεση (ATHENS CLASSIC MARATHON EXPO 2009)⁵.
3. Το ερωτηματολόγιο ήταν κατάλληλο για την πραγματοποίηση αυτής της οικονομικής μελέτης.

Ερευνητικές υποθέσεις

1. Πόσα είναι τα άμεσα έσοδα που πραγματοποιούνται από αυτή τη διοργάνωση;
2. Ποιος είναι ο μέσος όρος των ημερών διανυκτέρευσης στην Αθήνα κάνοντας χρήση εμπορικής στέγασης (πχ. ξενοδοχείο), των επισκεπτών που παρευρέθηκαν στο γεγονός;
3. Ποιος είναι ο μέσος όρος των ημερών διανυκτέρευσης στην Αθήνα κάνοντας χρήση μη εμπορικής στέγασης (πχ. μένοντας σε φίλους/συγγενείς), των επισκεπτών που παρευρέθηκαν στο γεγονός;
4. Ποιος είναι ο μέσος όρος των χρημάτων που ξόδεψε κάποιος για μια διανυκτέρευση στην Αθήνα κάνοντας χρήση εμπορικής στέγασης, των επισκεπτών που παρευρέθηκαν στο γεγονός;
5. Ποιος είναι ο μέσος όρος των χρημάτων που ξόδεψε κάποιος για μια διανυκτέρευση στην Αθήνα κάνοντας χρήση μη εμπορικής στέγασης, των επισκεπτών που παρευρέθηκαν στο γεγονός;
6. Υπάρχει διαφοροποίηση ως προς τα έξοδα που πραγματοποιούνται μεταξύ των διαφόρων ομάδων που ερευνήθηκαν (παραδείγματος χάριν μεταξύ θεατών και συνέδρων);
7. Υπάρχει διαφοροποίηση μεταξύ των διαφόρων τύπων εξόδων (παραδείγματος χάριν μεταξύ εξόδων για ψυχαγωγία και για φαγητό) που ερευνήθηκαν, των επισκεπτών που παρευρέθηκαν στο γεγονός;
8. Πόσες ήταν οι οργανωτικές δαπάνες που προέρχονταν από εξωτερικές πηγές της περιοχής διεξαγωγής των αγώνων;

⁵ Παράρτημα 1 – Κάτοψη έκθεσης και σημείου συμπλήρωσης ερωτηματολογίου έρευνας

Καθορισμός των όρων

Η βασική ορολογία που χρησιμοποιήθηκε σ' αυτή τη μελέτη είναι:

Δρομείς (Runners): Η ομάδα αυτή αφορά τους elite δρομείς των διεθνών ομοσπονδιών, τους δρομείς που ανήκουν σε κάποιο σύλλογο αλλά και αυτούς οι οποίοι τρέχουν χάριν ψυχαγωγίας στους αγώνες των 5 χλμ, 10 χλμ, δυναμικού βαδίσματος και μαραθωνίου δρόμου.

Θεατές (Spectators): Οι θεατές αποτελούνται από φίλους και συγγενείς των δρομέων που τρέχουν για ψυχαγωγία και των elite δρομέων στο Μαραθώνιο, κάτοικοι της Αθήνας ή μη, άνθρωποι που παρευρέθηκαν καθαρά για να παρακολουθήσουν τους αγώνες ή που έτυχε να περάσουν από το μέρος της διεξαγωγής των αγώνων, εκείνη την ώρα και έμειναν να τους παρακολουθήσουν (LIRC, 2002).

Επίσημοι – Ανώτερα Στελέχη (Officials): Επίσημοι – ανώτερα στελέχη ορίζονται ως εκείνοι που κατέχουν κύριους ρόλους στη λειτουργική διαχείριση του γεγονότος όπως το διοικητικό προσωπικό της IAAF, οι τελετάρχες, οι χρονομέτρες, το ιατρικό προσωπικό και οι επίσημοι από την τοπική οργανωτική επιτροπή (LOC) στην Αθήνα (LIRC, 2002).

Αντιπρόσωποι των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης (Media): Οι αντιπρόσωποι των media που παρευρέθηκαν στο γεγονός όπως οι δημοσιογράφοι, οι φωτογράφοι και το προσωπικό εκφωνητών (LIRC, 2002).

Αποστολές Συνέδρων (Conference delegates): Οι αποστολές συνέδρων αποτελούνται από τους εκπροσώπους των 45 Μαραθωνίων όλου του κόσμου οι οποίοι συμμετείχαν στο 3^ο AIMS-IAAF Μαραθώνιο Συμπόσιο.

Αντιπροσωπείες-Αποστολές (Delegations): Τα μέλη των αποστολών απαρτίζονται από τους προπονητές, εκπαιδευτές και άλλα στελέχη των ομάδων που ονομάστηκαν και διαπιστεύθηκαν ως τμήμα μιας επίσημης αγωνιστικής εθνικής αποστολής που συμμετέχει στην διοργάνωση (LIRC, 2002).

Χορηγοί (Sponsors)/ VIPs: Οι χορηγοί ορίζονται ως οι χρηματοδοτικοί συνεργάτες του γεγονότος και οι προσκεκλημένοι τους.

Οι VIPs ορίζονται ως ισχυρές προσωπικότητες από τον χώρο του αθλητισμού, πρώην-elite αθλητές και προπονητές και άλλοι σημαντικοί αθλητές και προπονητές, οι οποίοι όμως δεν αποτελούν μέρος των επίσημων αποστολών που διαγωνίζονται (LIRC, 2002).

Εθελοντές (Volunteers): Οι εθελοντές επιλέχθηκαν από τη LOC και αποτελούσαν την ομάδα που πραγματοποιούσε εργασίες όπως οδήγηση, back stage εργασίες, επάνδρωση των γραφείων καλωσορίσματος στα ξενοδοχεία, καθώς επίσης έδρασαν και ως σύνδεσμοι και πρεσβευτές των διαφόρων διεθνών ομοσπονδιών και των επίσημων της IAAF (LIRC, 2002).

II. ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ ΤΗΣ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑΣ

Η Οικονομική Σημασία διοργάνωσης αθλητικών events

Λόγω της μεταβαλλόμενης φύσης των παγκόσμιων αγορών από το 1970, ο αθλητισμός έχει χρησιμοποιηθεί για να προωθήσει τον τουρισμό και να υποκινήσει την τοπική οικονομική ανάπτυξη μέσω της διοργάνωσης διεθνών αθλητικών events (Wilson, 2006).

Η απόφαση να φιλοξενηθούν σημαντικές αθλητικές διοργανώσεις είναι το αποτέλεσμα μιας πολιτικής διαδικασίας, που περιλαμβάνει τοπικούς και εθνικούς πολιτικούς παράγοντες καθώς επίσης και εθνικές και διεθνείς αθλητικές κυβερνητικές αρχές (Preuss & Solberg, 2006). Οι πολιτικές και οι τοπικές/εθνικές αθλητικές κυβερνητικές αρχές αποφασίζουν για την διεξαγωγή ενός γεγονότος, ενώ οι διεθνείς αθλητικές κυβερνητικές αρχές επιλέγουν τις διοργανώτριες πόλεις (έθνη) (Preuss & Solberg, 2006). Οι τοπικοί και εθνικοί κάτοικοι διαδραματίζουν έναν σημαντικό ρόλο σε αυτήν την διαδικασία δεδομένου ότι η άποψή τους θα επηρεάσει το πολιτικό σύστημα στο εάν θα υποστηρίξει την διεξαγωγή του γεγονότος και εάν είναι πρόθυμο να χρηματοδοτήσει το γεγονός (Preuss & Solberg, 2006).

Για να εκλεχτούν ως οικοδεσπότες του γεγονότος, οι υποψήφιες πόλεις ή οι χώρες πρέπει να αποδείξουν ότι είναι σε θέση να παράγουν υψηλής ποιότητας γεγονότα. Κάτι τέτοιο, μπορεί να καταστήσει τα γεγονότα εξαιρετικά ακριβά για την υλοποίησή τους, και επομένως οι καθοδηγητικές και εν συνεχεία οργανωτικές επιτροπές να χρειάζονται την οικονομική χρηματοδότηση από το δημόσιο τομέα (Preuss & Solberg, 2006).

Οι στατιστικές αναλύσεις παρουσιάζουν ισχυρότερη υποστήριξη για την φιλοξενία κάποιου γεγονότος, από τους κατοίκους χαμηλού εισοδήματος, οι οποίοι οδηγήθηκαν να ψηφίζουν θετικά υπέρ της διεξαγωγής του, προσδοκώντας ότι μια τέτοια διοργάνωση μπορεί να οδηγήσει τελικά σε οικονομική ανάπτυξη (Preuss & Solberg, 2006). Κάτι που δημιουργεί αμφιβολίες, για το εάν τελικά τέτοια γεγονότα πρέπει να χαρακτηριστούν ως αγαθά πολυτέλειας ή όχι.

Μέχρι τη δεκαετία του '80 η διοργάνωση σημαντικών αθλητικών events αποτελούσε οικονομικό και διοικητικό βάρος στην κοινότητα που τα φιλοξενούσε λόγω της απώλειας πολλών εκατομμυρίων. Παραδείγματος χάριν η απώλεια εκατομμυρίων

λιβρών που καταγράφηκαν στους Ολυμπιακούς Αγώνες που διοργανώθηκαν στο Μόναχο (1972, £178 εκατομμύρια) και στο Μόντρεαλ (1976, £692 εκατομμύρια) (Gratton, Dobson, & Shibli, 2000). Εντούτοις, οι Ολυμπιακοί Αγώνες του 1984 που διοργανώθηκαν στο Λος Άντζελες επέφεραν ένα ιδιαίτερα ικανοποιητικό οικονομικό πλεόνασμα της τάξης των 215 εκατομμυρίων λιβρών (UK Sport, 2000). Επίσης, οι Ολυμπιακοί Αγώνες της Ατλάντας το 1996 είχαν ως οικονομικό αποτέλεσμα \$5.1 δισεκατομμύρια, άμεσης οικονομικής δραστηριότητας, καθώς επίσης και δημιουργία 77.000 νέων θέσεων στη Γεωργία (Humphreys & Plummer, 1995). Αυτή η οικονομική στροφή έχει οδηγήσει σε αύξηση του ανταγωνισμού για την απόκτηση των δικαιωμάτων διοργάνωσης των μεγάλων αυτών events αλλά και των μικρότερων. Τα αθλητικά events έχουν χρησιμοποιηθεί με μεγάλη επιτυχία σε πολλές πόλεις με σκοπό να προσελκυσθούν τουρίστες, που παραδοσιακά δεν θα επισκέπτονταν την συγκεκριμένη πόλη, και κυρίως σε μη τουριστική περίοδο (Janeczko, Mules & Ritchie, 2002).

Αυτοί οι νέοι επισκέπτες εισρέουν νέο χρήμα στην αγορά, που έχει ως αποτέλεσμα να διαφοροποιηθεί η αγορά και να αυξηθούν στη συνέχεια τα πραγματικά έσοδα της αγοράς, αλλά και τα έσοδα που μπορεί να πραγματοποιηθούν στην συνέχεια, ως αποτέλεσμα της αύξησης των πραγματικών εσόδων (Janeczko et al., 2002). Είναι επομένως σημαντικό να σημειωθεί ότι τα events αποτελούν πόλους έλξης τουριστών, τα οποία συμβάλλουν όχι μόνο στο να προσελκύσουν νέους επισκέπτες, αλλά να τους κρατήσουν στην περιοχή διεξαγωγής τους όσο το δυνατόν περισσότερο (Janeczko et al., 2002). Αυτό λοιπόν παρουσιάζει τη σημασία της αξιολόγησης του Οικονομικού Αντίκτυπου τέτοιων γεγονότων.

Καθορισμός της έννοιας του Οικονομικού Αντίκτυπου και του Τρόπου Υπολογισμού του

Μια από τις πιο συχνές εφαρμογές των οικονομικών εργαλείων, στις τέχνες, στον πολιτισμό και στα events, είναι η **ανάλυση του οικονομικού αντίκτυπου**.

Σύμφωνα με τους Turco και Kelsey (1992), ο Οικονομικός Αντίκτυπος ορίζεται, ως η καθαρή οικονομική αλλαγή σε μια πόλη που φιλοξενεί ένα event, που προκύπτει από τις δαπάνες που αποδίδονται σε αυτό. Οι Burgan και Mules (1992) υποστηρίζουν, ότι ο Οικονομικός Αντίκτυπος αναφέρεται στις οικονομικές επιδράσεις που αφορούν κυρίως στις δαπάνες που συνδέονται με τους τουρίστες που προσελκύονται από το γεγονός. Επίσης, σύμφωνα με τον Agha (2002), ο Οικονομικός Αντίκτυπος είναι βασισμένος στη θεωρία ότι ένα δολάριο που εισρέει σε μια τοπική οικονομία και προέρχεται έξω από αυτήν, ωφελεί την πόλη.

Η ανάλυση του οικονομικού αντίκτυπου γίνεται γενικά με τον υπολογισμό όσων πηγαίνουν να παρακολουθήσουν ένα γεγονός. Επιλέγεται ένα αντιπροσωπευτικό δείγμα αυτών των επισκεπτών και ερευνάται ως προς τα έξοδά του, τα οποία συνδέονται με τους αγώνες καθ' οποιονδήποτε τρόπο, και έπειτα γίνεται χρήση ενός συντελεστή που ονομάζεται πολλαπλασιαστής (ο τρόπος εφαρμογής του οποίου θα αναλυθεί κατωτέρω), για τον υπολογισμό των χρημάτων που κυκλοφορούν στην οικονομία μετά την πραγματοποίησή τους (Humphreys, 1994).

Τα μακροπρόθεσμα αποτελέσματα των events γίνονται αισθητά από τους ντόπιους (είτε παρευρέθηκαν σε αυτά είτε όχι) και από τις τοπικές επιχειρήσεις της πόλης διεξαγωγής τους (Ritchie & Smith, 1991). Αυτό επομένως απαιτεί ένα σύστημα «συνεχούς» έρευνας που να αναλαμβάνεται σε καθορισμένα χρονικά διαστήματα.

Τα στοιχεία της έρευνας των Gratton, Shibli και Coleman, (2006) έδειξαν ότι τα αθλητικά γεγονότα που διοργανώνονται στις πόλεις και τα οποία δεν απαιτούν επιπλέον βελτίωση των υποδομών προκειμένου να φιλοξενηθεί το γεγονός, μπορούν να παράγουν σημαντικά οικονομικά οφέλη στις διοργανώτριες πόλεις.

Οι πόλεις ξοδεύουν συνήθως μεγάλα ποσά προκειμένου να φιλοξενήσουν αυτά τα γεγονότα και κατά ένα μεγάλο μέρος βασίζονται σε υπερβάλλουσες οικονομικές αξιώσεις (Matheson, 2004). Οι μελέτες οικονομικού αντίκτυπου που αναλαμβάνονται από τις τοπικές αρχές της περιοχής διεξαγωγής του γεγονότος, πραγματοποιούνται

συνήθως πριν από το γεγονός, αλλά και μετά απ' αυτό, μέσω της αξιολόγησης “κόστη-οφέλη” της επιτυχίας ενός γεγονότος, (Jones, 2001).

Επίσης είναι σημαντικό να επισημανθεί ότι μερικοί επικριτές της μεθόδου ανάλυσης του οικονομικού αντίκτυπου, όπως ο Hunter (1998), υποστηρίζουν ότι δεν αποτελεί αξιόπιστο εργαλείο για την αξιολόγησή του. Εν αντιθέσει, ο Crompton (1995) διαφωνεί με του Hunter (1998) την ξεκάθαρη επίκριση της μεθόδου και θεωρεί ότι παρά τις αδυναμίες και τους περιορισμούς της, η ανάλυση του οικονομικού αντίκτυπου είναι ένα ισχυρό και πολύτιμο εργαλείο εάν εφαρμόζεται με σύνεση και με ακεραιότητα.

Συνεπώς, σύμφωνα με τα ανωτέρω, πρακτικά ο Οικονομικός Αντίκτυπος υπολογίζεται:

(α) από τα έξοδα των τουριστών που επισκέπτονται την περιοχή διεξαγωγής του γεγονότος ειδικά για να παρακολουθήσουν ή να συμμετάσχουν σε αυτό

(β) από τις λοιπές δαπάνες (οργανωτικές δαπάνες) που προέρχονται από πηγές εκτός της περιοχής διεξαγωγής του γεγονότος (πχ. χορηγίες, fees αθλητών εκτός της περιοχής διεξαγωγής του). Το Συνολικό ποσό που προκύπτει από το (α) και (β) αποτελεί τον Άμεσο Οικονομικό Αντίκτυπο του γεγονότος.

(γ) Στη συνέχεια, το ποσό αυτό πολλαπλασιάζεται με έναν συντελεστή που ονομάζεται Πολλαπλασιαστής, για να βρεθεί ο Συνολικός Οικονομικός Αντίκτυπος του γεγονότος.

Βασικοί καθοριστικοί παράγοντες του Οικονομικού Αντίκτυπου ενός event

Σύμφωνα με έρευνα που διεξήχθη από τους Gratton et al. (2006) εάν ο οικονομικός αντίκτυπος είναι μια σημαντική εκτίμηση για να αποφασιστεί εάν πρέπει ή όχι να πραγματοποιηθεί ένα γεγονός, κατόπιν ο αριθμός θεατών είναι ο κύριος καθοριστικός παράγοντας του οικονομικού αντίκτυπου.

Θα μπορούσε να υποστηριχτεί ότι εάν όλοι ή οι περισσότεροι από τους θεατές που παρευρίσκονταν σε ένα γεγονός ήταν ντόπιοι, κατόπιν ο οικονομικός αντίκτυπος που αποδίδεται σε εκείνο το γεγονός θα ήταν σχετικά μικρός δεδομένου ότι θα υπήρχε μόνο μια μικρή καθαρή αλλαγή στην οικονομία δηλαδή, οι περισσότερες δαπάνες θα ήταν «νεκρό σημείο – dead weight». Προκειμένου, να ερευνηθεί η άποψη περαιτέρω, οι Gratton et al. (2006), εξέτασαν τα ποσοστά των εσόδων που προέρχονται από τους ντόπιους σε σύγκριση με αυτά των μη ντόπιων, δέκα διαφορετικών events που πραγματοποιήθηκαν σε διαφορετικές χρονικές περιόδους ή ακόμα και χρονολογίες (World Badminton Championships, 1997; European Junior Boxing Championships, 1997; European Junior Swimming Championships, 1997; European Short Course Swimming Championships, 1998; European Show Jumping Championships, 1999; World Judo Championships, 1999; World Indoor Climbing Championships, 1999; World Amateur Boxing Championships, 2001; World Half Marathon Championships, 2001 και World Snooker Championship, 2002). Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι, υπήρξε μόνο μια περίπτωση των εσόδων από ντόπιους να υπερβαίνουν εκείνων που δεν είναι ντόπιοι, οι αγώνες του World Half Marathon. Το World Half Marathon είχε 55% ντόπιους θεατές.

Ως εκ τούτου είναι λογικό να εξαχθεί το συμπέρασμα ότι η πλειοψηφία των θεατών στα events προέρχεται εκτός της περιοχής διεξαγωγής του γεγονότος και αυτό επομένως επιβεβαιώνει τον προηγούμενο ισχυρισμό, που λέει ότι ο οικονομικός αντίκτυπος εξαρτάται αυστηρά από τον αριθμό των επισκεπτών που παρευρέθηκαν σε ένα γεγονός και προέρχονται από άλλες πόλεις εκτός της πόλης διεξαγωγής του.

Ένα σημείο που πρέπει να υπογραμμιστεί ακόμα περισσότερο, είναι όταν κάποιος θεωρήσει ότι η συσχέτιση ανάμεσα στα έσοδα των μη ντόπιων και στον οικονομικό αντίκτυπο είναι υψηλή, δεν θα παραμείνει το ίδιο υψηλή όταν η συσχέτιση περιλαμβάνει τα συνολικά έσοδα των επισκεπτών και όχι μόνο αυτά των μη ντόπιων (Gratton et al., 2006). Αυτό είναι κάτι που υποστηρίζουν και οι Ritchie και Smith (1991), καθώς αναφέρουν ότι τα χρήματα που ξοδεύονται από ντόπιους, οι οποίοι

περευρίσκονται στα events που διεξάγονται στην πόλη τους, δεν αποτελούν νέα πηγή εσόδων για την πόλη και θα μπορούσαν να ξοδευτούν σε αυτήν έτσι κι αλλιώς, για την παρακολούθηση, παραδείγματος χάριν, ενός έργου στον τοπικό κινηματογράφο. Επομένως, ο Οικονομικός Αντίκτυπος που δημιουργείται από τα έσοδα των μη ντόπιων πιθανόν να μην οφείλεται ειδικά στην διεξαγωγή του συγκεκριμένου event, αλλά να αποτελεί τυχαίο γεγονός.

Τοπολογία των Events βάσει Οικονομικών Επιδράσεων

Οι Gratton, Dobson και Shibli (2000) και Wilson (2006) δημιούργησαν πέντε ταξινομημένες κατηγορίες γεγονότων από το Α έως το Ε, σύμφωνα με τη δυνατότητά τους να δημιουργούν οικονομικές επιδράσεις.

Τύπος Α

Events που πραγματοποιούνται σε μη τακτά χρονικά διαστήματα, διεξάγονται συνήθως μια μόνο φορά ή κατόπιν συμφωνίας, είναι διεθνή γεγονότα που παράγουν σημαντική οικονομική δραστηριότητα και συγκεντρώνουν το διεθνές ενδιαφέρον των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης (παραδείγματος χάριν, Ολυμπιακοί Αγώνες, Παγκόσμιο Κύπελλο Ποδοσφαίρου) (Gratton et al., 2000).

Τύπος Β

Events, που παράγουν σημαντική οικονομική δραστηριότητα, συγκεντρώνουν το διεθνές ενδιαφέρον των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης και είναι μέρος ενός ετήσιου εσωτερικού κύκλου αθλητικών διοργανώσεων (παραδείγματος χάριν, Τελικός Κυπέλλου Ποδοσφαίρου, Open Golf, Wimbledon) (Gratton et al., 2000).

Τύπος Γ

Events που πραγματοποιούνται σε μη τακτά χρονικά διαστήματα, για μια μόνο φορά συνήθως ή κατόπιν συνεννόησης, είναι σημαντικά διεθνή γεγονότα συναγωνισμού ή θεάματος, που παράγουν περιορισμένη οικονομική δραστηριότητα, (παραδείγματος χάριν, Παγκόσμια και Ευρωπαϊκά πρωταθλήματα όλων των αθλημάτων χωρίς να συμπεριλαμβάνονται αυτά που αναφέρθηκαν ανωτέρω) (Gratton et al., 2000).

Τύπος Δ

Events που παράγουν περιορισμένη οικονομική δραστηριότητα και τα οποία αποτελούν μέρος ενός ετήσιου εσωτερικού κύκλου αθλητικών διοργανώσεων (παραδείγματος χάριν, Εθνικά πρωταθλήματα στα περισσότερα αθλήματα) (Gratton et al., 2000).

Τύπος Ε

Events που παράγουν την μικρότερη οικονομική δραστηριότητα, κανένα μέσο ενημέρωσης δεν ενδιαφέρεται γι' αυτά και αποτελούν μέρος ενός ετήσιου εσωτερικού κύκλου αθλητικών διοργανώσεων (π.χ. τοπικές και περιφερειακές αθλητικές εκδηλώσεις) (Wilson, 2006).

Δεν υπάρχει κανένα στοιχείο, που να αποδεικνύει ή να απορρίπτει την πιθανότητα ότι ένα αθλητικό event Τύπου Δ μπορεί να παράγει παρόμοιο οικονομικό όφελος με τα υπόλοιπα, θεωρείται μόνο ότι οποιοσδήποτε σχετικός αντίκτυπος είναι περιορισμένος (Wilson, 2006). Αν και, τα events που ανήκουν στους Τύπους Α και Β επικρατούν από την άποψη του οικονομικού αντίκτυπου, τα μικρότερα events, Τύπου Γ και Δ, είναι αυτά που διοργανώνονται σε συχνότερη βάση. Ακόμα και τα event Τύπου Ε, μπορούν να παρέχουν σημαντική οικονομική συμβολή, καθώς είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι η οικονομική συμβολή ενός event, εξαρτάται όχι μόνο από το μέγεθος του event αλλά και αναλογικά πάντα με το μέγεθος της περιοχής που το φιλοξενεί.

Κατά συνέπεια είναι λογικό να θεωρηθεί ότι τα events, Τύπου Γ και Δ, θα μπορούσαν να παράγουν σημαντικά επίπεδα εσόδων, όταν θεωρηθούν ως μέρος ενός συνόλου εκδηλώσεων, ενός συγκεκριμένου δήμου ή πόλης (Wilson, 2006). Όταν εξετάζεται για πέρα από μια πόλη ή μια χώρα μπορεί επίσης να είναι λογικό να υποθέσει κανείς ότι αυτά τα events Τύπου Γ και Δ, θα μπορούσαν να παράγουν περισσότερα έσοδα από αυτά του Τύπου Α και Β, εφόσον είναι γνωστό ότι η διοργάνωση των events Τύπου Α και Β είναι σπάνια (Wilson, 2006).

Κατηγοριοποίηση των Επιδράσεων των Αθλητικών Events

✓ Μια μορφή κατηγοριοποίησης των πιθανών επιδράσεων των αθλητικών events είναι αυτή που αναφέρει ο Hall (1992), ο οποίος περιγράφει τις θετικές και αρνητικές επιδράσεις, όπως παρατηρείται στον **Πίνακα 1**, και οι οποίες πρέπει να εξεταστούν και να εξισορροπηθούν με τις επιδράσεις του οικονομικού αντίκτυπου. Επιπλέον, αυτές οι επιδράσεις διαφέρουν ανάλογα με το μέγεθος και τον τύπο του γεγονότος (Gratton et al., 2000; Wilson 2006).

Συνεπώς, προκειμένου να αξιολογηθούν οι οικονομικές επιδράσεις, δεν είναι αρκετό να μετρηθεί ο αριθμός των θεατών. Τα γεγονότα, που προσελκύουν κυρίως τοπικούς θεατές, μπορούν να παράγουν μόνο μέτριες οικονομικές επιδράσεις στην περιοχή που φιλοξενείται το γεγονός. Όμως, η οικονομική συμβολή του event εξαρτάται από το μέγεθος του event αναλογικά πάντα με το μέγεθος της περιοχής που το φιλοξενεί. Σε μια μικρή πόλη, τα γεγονότα μέτριου μεγέθους μπορούν να δημιουργήσουν επιδράσεις ισοδύναμες με αυτές που δημιουργούν τα mega events σε μια πρωτεύουσα, παραδείγματος χάριν οι Ολυμπιακοί Αγώνες (Solberg, Anderson & Shibli, 2002).

Πίνακας 1 - Πιθανές Επιδράσεις των Events (Hall, 1992)

TYPE OF IMPACT	POSITIVE	NEGATIVE
Economic	<ul style="list-style-type: none"> • Increased expenditures • Creation of employment • Increase in labour supply • Increase in standard of living 	<ul style="list-style-type: none"> • Price increases during event • Real estate speculation • Failure to attract tourists • Better alternative investments • Inadequate capital • Inadequate estimation of costs of event
Tourism/ commercial	<ul style="list-style-type: none"> • Increased awareness of the region as a travel/tourism destination • Increased knowledge concerning the potential for 	<ul style="list-style-type: none"> • Acquisition of a poor reputation as a result of inadequate facilities, improper practices or inflated prices

	<p>concerning the potential for investment and commercial activity in the region</p> <ul style="list-style-type: none"> • Creation of new accommodation and tourist attractions • Increase in accessibility 	<ul style="list-style-type: none"> • Negative reactions from existing enterprises due to the possibility of new competition for local manpower and government assistance
Physical/ environmental	<ul style="list-style-type: none"> • Construction of new facilities • Improvement of local infrastructure • Preservation of heritage 	<ul style="list-style-type: none"> • Ecological damage • Changes in natural processes • Architectural pollution • Destruction of heritage • Overcrowding.
Social/ Cultural	<ul style="list-style-type: none"> • Increase in permanent level of local interest and participation in types of activity associated with event • Strengthening of regional values and traditions 	<ul style="list-style-type: none"> • Commercialisation of activities which may be of a personal or private nature • Modification of nature of event or activity to accommodate tourism • Potential increase in crime • Changes in community structure • Social dislocation.
Psychological	<ul style="list-style-type: none"> • Increased local pride and community spirit • Increased awareness of non-local perceptions 	<ul style="list-style-type: none"> • Tendency toward defensive attitudes concerning host region • Culture shock • Misunderstanding leading to varying degrees of host/visitor hostility

Political/ administrative	<ul style="list-style-type: none"> • Enhanced international recognition of region and values • Development of skills among planners 	<ul style="list-style-type: none"> • Economic exploitation of local population to satisfy ambitions of political elite • Distortion of true nature of event to reflect elite values • Failure to cope • Inability to achieve aims • Increase in administrative costs • Use of event to legitimate unpopular decisions • Legitimation of ideology and socio-cultural reality
------------------------------	---	--

Σύμφωνα με τον **Πίνακα 1**, η θετική ροή του εισοδήματος σε μια περιοχή δεν πρέπει να είναι ο μόνος παράγοντας που πρέπει να εξεταστεί για τον καθορισμό μιας υποτιθέμενης επιτυχίας ενός γεγονότος. Οι αρνητικές κοινωνικές επιδράσεις ενός γεγονότος μπορούν να προκαλέσουν μεγάλη ζημιά στο μέλλον του αλλά και της περιοχής που το φιλοξενεί. Επίσης, οι οικολογικές επιδράσεις μπορούν να προκαλέσουν το πρόωρο τέλος ενός κακώς διοικούμενου και οργανωμένου γεγονότος (Janeczko et al., 2002).

Αντιθέτως, σύμφωνα με τον **Πίνακα 1**, υπάρχουν πολλές άλλες θετικές επιδράσεις που μπορούν να αντικρούσουν τις αρνητικές οικονομικές επιδράσεις. Ένα γεγονός που διευρύνει την εποχικότητα του τουρισμού σε μια περιοχή, μπορεί να διανέμει εξίσου ομοιόμορφα τη ροή των χρημάτων σε μια περιοχή αυξάνοντας με αυτόν τον τρόπο τις ευκαιρίες για πλήρη απασχόληση των ανθρώπων που εργάζονται γι' αυτό το γεγονός. Η εισαγωγή περισσότερων πλήρους απασχόλησης θέσεων εργασίας σε μια περιοχή προκαλεί πολλές θετικές και αρνητικές επιδράσεις στη συγκεκριμένη περιοχή (Janeczko et al., 2002).

Διάφορες μελέτες της στάσης των κατοίκων απέναντι στον τουρισμό κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι, οι αντιλήψεις των κατοίκων για τα οικονομικά οφέλη για την περιοχή που φιλοξενεί το γεγονός έχουν θετικές επιπτώσεις στη στάση των κατοίκων απέναντι στον τουρισμό (Gursoy, Jurowski & Uysal, 2002; Lindberg & Johnson, 1997; Yoon, Gursoy & Chen, 2001). Εντούτοις, οι Lindberg και Johnson (1997)

διαπίστωσαν ότι η συμφόρηση άσκησε ισχυρότερη επίδραση στη στάση των κατοίκων απέναντι στον τουρισμό, σε σχέση με τα οικονομικά οφέλη για την περιοχή που φιλοξενεί το γεγονός.

Οι Yoon et al. (2001) υποστήριξαν ότι παράγοντες όπως η οικονομική, η κοινωνική, η πολιτιστική και η περιβαλλοντική επίδραση συνέβαλαν όλοι μαζί σε σημαντικό βαθμό στην επιρροή των κατοίκων της περιοχής που διεξάγονταν το γεγονός για την υποστήριξη της τουριστικής της ανάπτυξης. Την ισχυρότερη όμως επιρροή άσκησε ο «οικονομικός αντίκτυπος» και ακολούθως, ο «κοινωνικός αντίκτυπος», η «πολιτιστική επίδραση», καθώς επίσης και η «περιβαλλοντική επίδραση».

Στη συνέχεια, αυτές οι επιδράσεις μετριούνται μέσω της χρήσης των πολλαπλασιαστών, οι οποίοι συζητούνται λεπτομερέστερα στη συνέχεια.

✓ Μια άλλη μορφή κατηγοριοποίησης των επιδράσεων των αθλητικών events είναι αυτή που αναφέρει ο Crompton (1995), που σύμφωνα με τον οποίο, οι συνολικές επιδράσεις στην τοπική/ περιφερειακή/εθνική οικονομία λόγω της διοργάνωσης ενός event χωρίζονται σε τρεις κατηγορίες:

- (1) Άμεσες επιδράσεις: οι πρώτες οικονομικές επιδράσεις των εσόδων που οφείλονται στην πραγματοποίηση του event, προέρχονται από χρήματα που ξοδεύουν οι επισκέπτες που δεν είναι κάτοικοι της πόλης ή της χώρας που διοργανώνει το γεγονός. Το **Σχήμα 1** επεξηγεί, ότι τα έσοδα που εισρέουν στην οικονομία από τις κατηγορίες όπως στέγαση, τρόφιμα, κ.λ.π.
- (2) Έμμεσες επιδράσεις: οι επόμενες επιδράσεις των εισχωρούμενων χρημάτων μέσα στην οικονομία, μετά από την επιτρεπόμενη διαρροή, δηλαδή των χρημάτων που “έφυγαν” από την πόλη διεξαγωγής του event.
- (3) Προκληθέντες επιδράσεις: το ποσοστό του οικογενειακού εισοδήματος, μετά τη διανομή του στις άλλες επιχειρήσεις της οικονομίας.

Οι έμμεσες και προκληθέντες επιδράσεις μαζί ως σύνολο αναφέρονται ως *δευτερεύων οικονομικός αντίκτυπος* (Crompton, 1995).

Πολλαπλασιαστές

Σύμφωνα με την Κεϋνσιανή θεωρία (Keynesian economic theory), μια αρχική πρόσθετη αύξηση της εσόδων μπορεί να οδηγήσει κάτω από ορισμένες προϋποθέσεις στην πολλαπλάσια αύξηση του εισοδήματος. Η αύξηση αυτή μπορεί να προσδιοριστεί μ' έναν συντελεστή, που ονομάζεται Πολλαπλασιαστής.

Με τον πολλαπλασιαστή είναι δυνατό να προσδιοριστεί η επερχόμενη αύξηση του εισοδήματος, που οφείλεται στην αύξηση των πρόσθετων δαπανών και επίσης, να μετρηθεί η επίδραση που ασκεί η αύξηση αυτή στα οικονομικά μεγέθη και κυρίως στην απασχόληση.

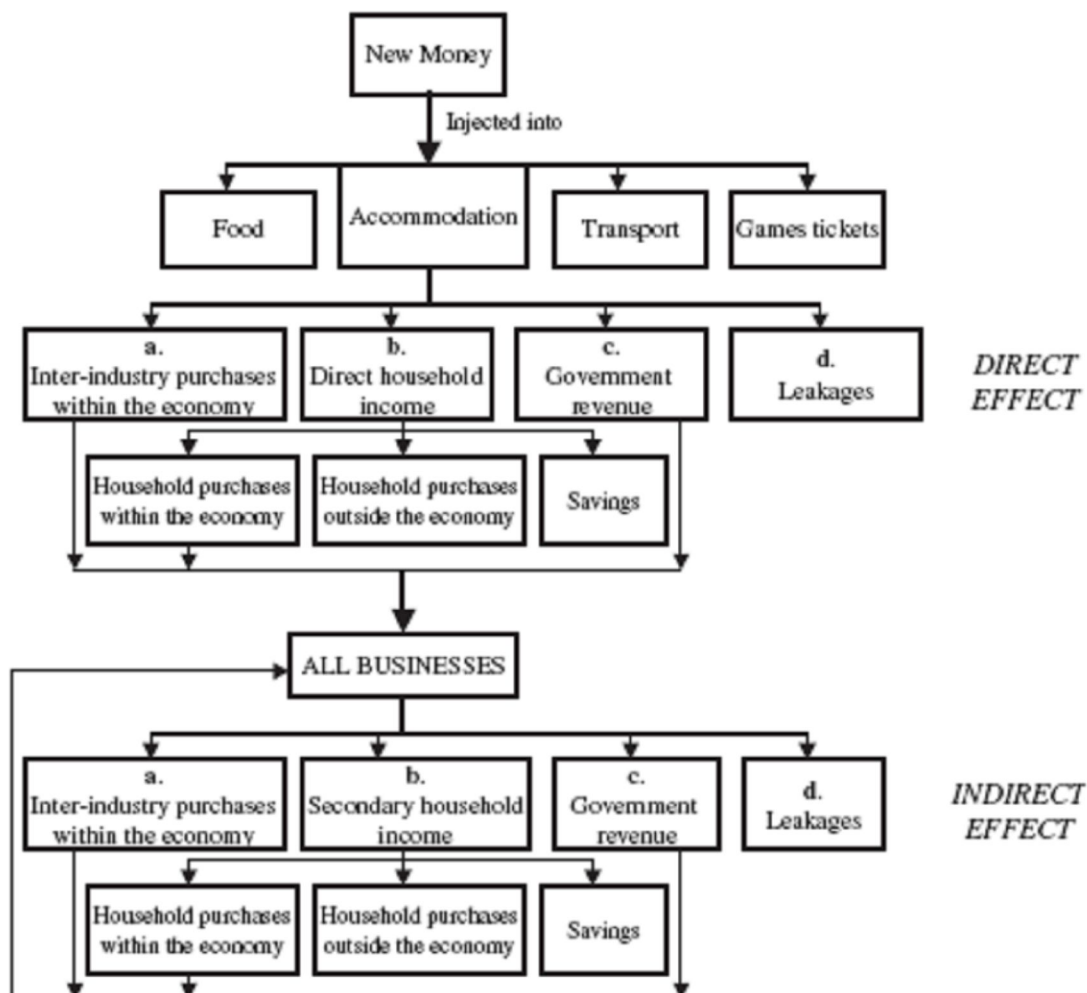
Επίσης, πρέπει να σημειωθεί ότι ένας πολλαπλασιαστής που δημιουργείται είναι συγκεκριμένος για μια δεδομένη οικονομία. Όμως, οι πληροφορίες που απαιτούνται για την δημιουργία ενός πολλαπλασιαστή για μια συγκεκριμένη τοπική οικονομία δεν είναι πάντοτε εύκολα διαθέσιμες (Gratton et al. 2006).

Η ανάλυση του πολλαπλασιαστή είναι μια συνηθισμένη μορφή υπολογισμού της ανακατανομής (responding) του αντίκτυπου μιας αρχικής εισροής χρημάτων σε μια οικονομία. Υιοθετώντας αυτήν την προσέγγιση, εάν εμφανιστούν λάθη στον υπολογισμό των άμεσων επιδράσεων, στη συνέχεια τα λάθη του υπολογισμού προστίθενται στον υπολογισμό των δευτερευόντων επιδράσεων (βλέπε την κατηγοριοποίηση των επιδράσεων των αθλητικών events, σύμφωνα με τον Crompton, όπως αναλύθηκε στην προηγούμενη ενότητα). Επομένως, είναι σημαντικός ένας ακριβής υπολογισμός των άμεσων δαπανών για τις εκτιμήσεις του οικονομικού αντίκτυπου έτσι ώστε να είναι αξιόπιστες (Baade & Matheson, 2002).

Οι τρεις πιο συχνά χρησιμοποιούμενοι πολλαπλασιαστές είναι εκείνοι των *Πωλήσεων*, του *Εισοδήματος* και της *Απασχόλησης* (Crompton, 1995).

- Οι *Πολλαπλασιαστές Πωλήσεων* ή *Συναλλαγών* μετρούν τις άμεσες και δευτερεύουσες επιδράσεις των χρημάτων που έχουν εισρεύσει στη επιχειρησιακή δραστηριότητα και στον κύκλο εργασιών.
- Οι *Πολλαπλασιαστές Οικογενειακού Εισοδήματος* επικεντρώνονται στις άμεσες και δευτερεύουσες επιδράσεις στο οικογενειακό εισόδημα.

- Οι Πολλαπλασιαστές Απασχόλησης μετρούν τον αριθμό των νέων θέσεων πλήρους απασχόλησης ως αποτέλεσμα των χρημάτων που εισρέουν στην οικονομία.



Σχήμα 1. Σχηματικό διάγραμμα για την προσέγγιση του “πολλαπλασιαστή”, σύμφωνα με τους Liu & Var (1982) και Crompton (1995). “Η στέγαση” επιλέγεται για να δείξει πώς λειτουργεί η έννοια του πολλαπλασιαστή, αλλά πρέπει να εφαρμοστεί ομοίως για τα “τρόφιμα”, τη “μεταφορά” και τα “εισιτήρια” των αγώνων. Οι τρεις άμεσοι αποδέκτες των εισερχόμενων χρημάτων, εφόσον πραγματοποιηθούν οι διαρροές, ξοδεύουν στη συνέχεια αυτά τα χρήματα με τους ίδιους τέσσερις τρόπους, παράγοντας το έμμεσο αποτέλεσμα. Οι διαρροές εμφανίζονται επειδή κάποια χρήματα μπόρεσαν να ξοδευτούν εκτός της οικονομίας της πόλης/χώρας που φιλοξενούν το γεγονός. Επιπλέον, κάποιο ποσό από το οικογενειακό εισόδημα θα μπορούσε να διαρρεύσει από την οικονομία μέσω της αγοράς προϊόντων εκτός αυτής, ή δεν θα υποκινούνταν η οικονομική δραστηριότητα επειδή αυτό το ποσό αποταμιεύθηκε.

Αν και ο Πολλαπλασιαστής Πωλήσεων είναι αυτός που χρησιμοποιείται συχνότερα στις μελέτες οικονομικού αντίκτυπου, ο Crompton (1995) υποστηρίζει ότι ο Πολλαπλασιαστής Οικογενειακού Εισοδήματος είναι ο πιο ειδικός για την αξιολόγηση του οικονομικού αντίκτυπου φιλοξενίας ενός αθλητικού event.

Αν και ο Πολλαπλασιαστής Πωλήσεων είναι αυτός που χρησιμοποιείται συχνότερα στις μελέτες οικονομικού αντίκτυπου, ο Crompton (1995) υποστηρίζει ότι ο Πολλαπλασιαστής Οικογενειακού Εισοδήματος είναι ο πιο ειδικός για την αξιολόγηση του οικονομικού αντίκτυπου φιλοξενίας ενός αθλητικού event.

Αυτό υποστηρίζεται λόγω του ότι εστιάζει ιδιαίτερα στην επίδραση των χρημάτων που έχουν εισρεύσει στο εισόδημα των κατοίκων και στο βιοτικό τους επίπεδο. Με άλλα λόγια, η πόλη που φιλοξενεί το γεγονός δεν ενδιαφέρεται να μάθει το ποσό των πωλήσεων που αποδίδονται στη φιλοξενία ενός γεγονότος, αλλά ποιο ποσοστό του ποσού των πωλήσεων θα καταλήξει στο εισόδημα των κατοίκων της πόλης αυτής.

Αντίθετα, οι Πολλαπλασιαστές Απασχόλησης είναι μεταξύ άλλων λιγότερο αξιόπιστοι (Crompton, 1995). Η προϋπόθεση πλήρους αξιοποίησης των υπαρχόντων υπαλλήλων μπορεί να δημιουργήσει λάθη στον υπολογισμό αύξησης του επιπέδου απασχόλησης, ιδιαίτερα για τα one-time mega-sport events. Όταν ένα γεγονός έχει σύντομη διάρκεια δεν δικαιολογεί απαραιτήτως τη μίσθωση νέων υπαλλήλων, την δημιουργία μόνιμων θέσεων πλήρους απασχόλησης και την διατήρηση των αποτελεσμάτων αυτών. Οι επιχειρηματίες θα αναζητήσουν πιθανώς άλλες εναλλακτικές λύσεις όπως να ζητήσουν από τους υπάρχοντες υπαλλήλους να κάνουν υπερωρίες ή να εκπληρώσουν άλλες εργασίες, πριν μισθώσουν πρόσθετο εργατικό δυναμικό για να ικανοποιήσουν την προσωρινή υψηλή ζήτηση (Crompton, 1995).

Από την άλλη πλευρά, αρκετοί ερευνητές, όπως ο Hunter (1988), ο Matheson (2004), η Kasimati (2003) και οι Gratton, Shibli και Coleman, (2006), υποστηρίζουν ότι ο Πολλαπλασιαστής είναι μια ιδιαίτερα αμφιλεγόμενη μονάδα μέτρησης. Ο Hunter (1988), σε μια μελέτη του υποστηρίζει ότι, οι «μελέτες οικονομικού αντίκτυπου βασισμένες στους πολλαπλασιαστές είναι ακατάλληλο εργαλείο για τη νομοθετική (legislative) λήψη αποφάσεων». Αντίθετα, ο Crompton (1995) υποστηρίζει ότι παρά τις ανεπάρκειές της, αυτή η τεχνική μπορεί να είναι χρήσιμη «εάν εφαρμοστεί έξυπνα και έντιμα».

Πράγματι, υπάρχει ουσιαστικός λόγος να θεωρείται ότι κατά τη διάρκεια των events, αυτοί οι πολλαπλασιαστές τονίζονται ιδιαίτερα, και επομένως η χρήση τους υπερεκτιμά τον αληθινό αντίκτυπο αυτών των γεγονότων στην τοπική οικονομία (Matheson, 2004).

Στις οικονομικές μελέτες, τα προβλήματα προκύπτουν συνήθως όταν οι ερευνητές δεν προσδιορίζουν σαφώς ποιο τύπο πολλαπλασιαστή (πωλήσεις ή εισοδήματος) θα

χρησιμοποιηθεί στη μεθοδολογική προσέγγισή τους. Επειδή οι πολλαπλασιαστές πωλήσεων περιλαμβάνουν υψηλά νούμερα έναντι των εισοδηματικών πολλαπλασιαστών, τείνουν να είναι ελκυστικότερα εργαλεία για τους υποστηρικτές δημιουργίας αθλητικών γεγονότων, στην προσπάθειά τους να δικαιολογήσουν τα οικονομικά αποτελέσματα των γεγονότων αυτών (Crompton, 1995).

Σύμφωνα με τους Gratton et al. (2006), οι σύμβουλοι που αξιολογούν τα events, έχουν χρησιμοποιήσει ιδιαίτερα τεχνικούς και φιλόδοξους πολλαπλασιαστές που δεν είναι εμπειρικά βασισμένοι και συχνά είναι «δανεισμένοι» από άλλους τομείς (π.χ., τον κατασκευαστικό τομέα), ή από άλλες οικονομίες. Αυτός ο «δανεισμένος» τύπος του πολλαπλασιαστή ανάλυσης μπορεί να θεωρηθεί μόνο μια κακή προσέγγιση, στην καλύτερη περίπτωση, καθώς και οποιαδήποτε συμπεράσματα που προκύπτουν από αυτόν το πιθανότερο είναι να είναι λανθασμένα, ειδικά επειδή ο πολλαπλασιαστής είναι μοναδικός για συγκεκριμένες οικονομικές συνθήκες (Gratton et al., 2006). Αυτός ο «δανεισμένος» τύπος του πολλαπλασιαστή ανάλυσης μπορεί να θεωρηθεί μόνο μια κακή προσέγγιση, στην καλύτερη περίπτωση, καθώς και οποιαδήποτε συμπεράσματα που προκύπτουν από αυτόν το πιθανότερο είναι να είναι λανθασμένα, ειδικά επειδή ο πολλαπλασιαστής είναι μοναδικός για συγκεκριμένες οικονομικές συνθήκες σε μια περιοχή (Gratton et al., 2006). Σύμφωνα λοιπόν με τους Gratton et al. (2006), οι περισσότερες από τις παρατηρήσεις του John Crompton, που οφείλονται σε μελέτες που πραγματοποίησε για την αξιολόγηση του οικονομικού αντίκτυπου μεγάλων γεγονότων σχετίζονται ακριβώς με την λανθασμένη επιλογή ή χρήση των πολλαπλασιαστών (βλέπε Crompton, 1995).

Λάθη που πρέπει να αποφεύγονται κατά την μελέτη του Οικονομικού Αντίκτυπου

Υπάρχουν πέντε πιθανά λάθη που γίνονται μερικές φορές στην διαδικασία διεξαγωγής μιας μελέτης οικονομικού αντίκτυπου, που είναι ιδιαίτερα λεπτά στη διαδικασία αλλά σημαντικά στον υπολογισμό του τελικού οικονομικού αντίκτυπου. Αν ληφθούν υπόψη στην αρχή της έρευνας δεν είναι απαραίτητο ότι θα υπάρξουν λάθη, λόγω ότι θα υπάρξει ικανοποιητικός έλεγχος στην επιρροή τους (Kelsey & Ford, 2005). Οι περιοχές που μπορούν εύκολα να δημιουργηθούν λάθη είναι:

1. Υπερεκτίμηση της επίδρασης του πολλαπλασιαστή:

Κατά τον υπολογισμό του έμμεσου οικονομικού αντίκτυπου ή της επίδρασης πολλαπλασιαστή είναι συνηθισμένο να χρησιμοποιείται ένας οικονομικός πολλαπλασιαστής που είναι επιθετικός και πιθανόν όχι τόσο ακριβής. Η τάση που ισχύει είναι να χρησιμοποιούνται ελαφρώς διογκωμένοι πολλαπλασιαστές επειδή ενισχύουν το Συνολικό Οικονομικό Αντίκτυπο του γεγονότος και καθιστά την οικονομική αξία πιο μεγάλη παρά ορθή. Υπάρχουν διάφορα οικονομικά μοντέλα πολλαπλασιαστή και πρέπει να επιλέγεται το καταλληλότερο (Kelsey & Ford, 2005).

2. Διαρροή:

Αυτός είναι ένας ασυνήθιστος οικονομικός όρος και αναφέρεται στο ποσό των πρόσφατα παραχθέντων χρημάτων από την πραγματοποίηση των events που “φεύγει” εκτός της περιοχής διεξαγωγής του γεγονότος. Εμφανίζεται κάποια μείωση του συνολικού οικονομικού αντίκτυπου. Ο τρόπος που η διαρροή εμφανίζεται είναι όταν για παράδειγμα το γεγονός έχει συμβληθεί με ορισμένους προμηθευτές για να παρέχει εξειδικευμένες υπηρεσίες και οι προμηθευτές αυτοί είναι από εκτός της περιοχής διεξαγωγής του γεγονότος. Είναι σημαντικό να είναι γνωστό, εάν η διαρροή κατέχει υψηλό ποσοστό οπότε αποτελεί σημαντικό παράγοντα ανησυχίας ή όχι (Kelsey & Ford, 2005).

3. Συστηματικό σφάλμα μη απάντησης του δείγματος:

Εάν οι ανταποκρινόμενοι που διαμορφώνουν το στρωματοποιημένο δείγμα που επιλέγεται για τη συμμετοχή στη έρευνα, δεν θελήσουν να συμμετέχουν, τότε μπορεί να υπάρξει στην αξιολόγηση ένα συγκεκριμένο ποσοστό λάθους. Αυτός ο ιδιαίτερος

τύπος ανησυχίας καλείται συστηματικό σφάλμα δείγματος μη απάντησης. Υπάρχουν δύο λύσεις για αυτήν την κατάσταση. Η πρώτη είναι να οργανώσεις τη διαδικασία συνέντευξης κατά τέτοιο τρόπο ώστε να συμμετάσχει το σωστό δείγμα. Η δεύτερη λύση είναι να καθοριστεί εάν ένα μικρό δείγμα μη ερωτώμενων έχει διαφορετικά σχέδια δαπανών από τη μεγαλύτερη ομάδα. Η ομάδα που συλλέγει τα στοιχεία, πρέπει να βρουν κάποιους από τους αυτούς που δεν απαντούν και να τους πείσουν να συμμετέχουν στη συνέντευξη. Κατόπιν γίνεται μια σύγκριση μεταξύ του μικρού δείγματος και του μεγάλου δείγματος. Εάν τα αποτελέσματα είναι περίπου τα ίδια, υπάρχει λίγο έως καθόλου συστηματικό σφάλμα δείγματος μη απάντησης. Εάν τα αποτελέσματα είναι διαφορετικά, τότε η μελέτη κάνει μερικούς συμβιβασμούς (Kelsey & Ford, 2005).

4. Συστηματικό σφάλμα ανάκλησης και σχεδιασμού του δείγματος:

Δεν είναι ασυνήθιστο για τα άτομα που παίρνουν μέρος σε συνέντευξη να μην μπορούν να θυμηθούν τις προηγούμενες δαπάνες τους ή να σχεδιάσουν ή να προβλέψουν τις μελλοντικές τους δαπάνες. Αυτό αναφέρεται ως Συστηματικό σφάλμα δείγματος ανάκλησης και σχεδιασμού. Η λύση είναι να χρησιμοποιηθούν ημερολόγια δαπανών, δευτερεύουσες πηγές ή να διευρυνθεί ο αριθμός των ατόμων που λαμβάνουν μέρος στην συνέντευξη έτσι ώστε ο αριθμός των ατόμων που δεν μπορούν να συμμετέχουν με ακρίβεια να αντικατασταθεί από άλλους ανταποκρινόμενους (Kelsey & Ford, 2005).

5. Μετατροπή (Switching):

Όταν τα μέλη της τοπικής κοινωνίας συμμετέχουν στο γεγονός και ξοδεύουν χρήματα είναι πιθανόν ότι αυτά τα χρήματα θα ξοδεύονταν στην περιοχή έτσι κι αλλιώς. Αυτό είναι γνωστό ως οικονομική μετατροπή, η οποία είναι για παράδειγμα η χρησιμοποίηση χρημάτων για την παρακολούθηση των τοπικών αθλητικών πρωταθλημάτων από την παρακολούθηση ενός έργου στον τοπικό κινηματογράφο. Επομένως, τα χρήματα που ξοδεύονται δεν είναι νέα ή πρόσθετα έξοδα στην περιοχή. Εάν αυτό το ποσό που οφείλεται στους ντόπιους είναι μεγάλο, κατόπιν η μελέτη του οικονομικού αντίκτυπου θα διογκώσει τον οικονομικό αντίκτυπο του γεγονότος. Ο απλούστερος τρόπος να ελεγχθεί είναι να ερωτηθεί ο συνεντευξιαζόμενος εάν τα χρήματα αυτά θα είχαν ξοδευτεί έτσι κι αλλιώς. Εάν ναι, αυτό το ποσό που θα υπολογισθεί θα οφείλεται στην μετατροπή (Kelsey & Ford, 2005).

Σύμφωνα με τα όσα αναφέρθηκαν, είναι σημαντικό να ακολουθηθούν οι κατάλληλες διαδικασίες. Όσο περισσότερο τονιστεί ο έλεγχος στη διαδικασία της συγκέντρωσης των στοιχείων της έρευνας, τόσο πιο ακριβή αποτελέσματα θα δώσει η Αξιολόγηση του Οικονομικού Αντίκτυπου ενός event.

Οικονομετρικά Μοντέλα

Για να υπολογιστεί ο Συνολικός Οικονομικός Αντίκτυπος ενός event και να προσδιοριστούν και να ποσοτικοποιηθούν τα οικονομικά αποτελέσματα που δημιουργούνται στην πόλη που διεξάγεται, γίνεται χρήση των Πολλαπλασιαστών ή των Οικονομετρικών Μοντέλων (Janeczko et al., 2002).

Σύμφωνα με την βιβλιογραφία που εξετάστηκε, τα κύρια οικονομικά μοντέλα που χρησιμοποιούνται είναι δύο. Το ένα ονομάζεται Μοντέλο Εισροών-Εκροών (Input – Output) (I-O) και το άλλο Μοντέλο Γενικής Ισορροπίας (Computable General Equilibrium - CGE) (Kasimati, 2003).

1. Μοντέλο Εισροών-Εκροών (I-O) - Μαθηματικό, αναλυτικό μοντέλο, τόσων εξισώσεων και αγνώστων, όσων είναι και οι κλάδοι της οικονομίας. Σ' αυτό απεικονίζονται και αναλύονται οι εισροές και εκροές κάθε οικονομικού κλάδου από και προς κάθε άλλο κλάδο της οικονομίας (Kasimati, 2003).

Το μοντέλο I-O είναι μια παλιά καθιερωμένη τεχνική που επινοήθηκε από το διάσημο, ρωσικής καταγωγής οικονομολόγο, καθηγητή του Πανεπιστημίου του Harvard, Vassili Leontieff στη δεκαετία του '40 και από τότε έχει εφαρμοστεί ευρέως στα οικονομικά (Kasimati, 2003). Ο Leontieff ξεκίνησε από την υπόθεση ότι η οικονομία μπορεί να διαιρεθεί σε κλάδους, ο καθένας από τους οποίους παράγει ένα μόνο προϊόν με συγκεκριμένη μέθοδο και, η ποσότητα των απορροφόμενων συντελεστών της παραγωγής βρίσκεται πάντοτε σε σταθερή αναλογική σχέση με το παραγωγικό αποτέλεσμα του κλάδου (Kasimati, 2003).

Οι μελέτες που χρησιμοποίησαν το μοντέλο I-O για να αξιολογήσουν το συνολικό οικονομικό αντίκτυπο της φιλοξενίας ενός αθλητικού event υπόκεινται σε μια σειρά από διερευνήσεις και κριτικές για διάφορους λόγους, συμπεριλαμβανομένου του μη υπολογισμού της ξαφνικής ανάπτυξης της οικονομικής δραστηριότητας (Kasimati, 2003) και του υπολογισμού στον συνολικό αντίκτυπο των επισκεπτών και των

κατοίκων της περιοχής διεξαγωγής του γεγονότος μαζί (Daniels, 2004). Στις περισσότερες των περιπτώσεων η ανάλυση I-O οδηγεί σε υπερεκτίμηση του συνολικού οικονομικού αντίκτυπου του γεγονότος (Daniels, 2004).

Οι ανεπάρκειες που περιγράφονται ανωτέρω ισχύουν για το Περιφερειακό Σύστημα Διαμόρφωσης Εισόδου-Εξόδου (Regional Input–Output Modelling System - RIMS II), ένα πρόγραμμα υπολογιστών που χρησιμοποιήθηκε συχνά από μελέτες που εξέτασαν τους Θερινούς Ολυμπιακούς Αγώνες στις ΗΠΑ (Kasimati, 2003).

2. Μοντέλο Γενικής Ισορροπίας (Computable General Equilibrium - CGE) -

Αν και ένας συγκριτικά μεγάλος αριθμός οικονομικών μελετών έχει πραγματοποιηθεί με το μοντέλο I-O, οι μελέτες των Ολυμπιακών Αγώνων του Σίδνεϊ στράφηκαν προς τη χρήση των προτύπων CGE (Kasimati, 2003). Η Θεωρία της Γενικής Ισορροπίας, είναι μια Οικονομική θεωρία η οποία βασίζεται στην αλληλεξάρτηση μεταξύ της τιμής των (παραγόμενων) αγαθών και των συντελεστών της παραγωγής.

Πρόκειται για μια μέθοδο με την οποία επιδιώκεται να διαπιστωθεί η αλληλεπίδραση όλων των αγορών μιας χώρας. Πιο αναλυτικά, τα μοντέλα CGE ανήκουν στην κατηγορία των οικονομικών μοντέλων που χρησιμοποιούν τα πραγματικά οικονομικά δεδομένα για να προσδιορίσουν, τον τρόπο με τον οποίο η οικονομία θα μπορούσε να αντιδράσει σε αλλαγές στην πολιτική, την τεχνολογία ή άλλους εξωτερικούς παράγοντες (Kasimati, 2003). Τα μοντέλα CGE αναφέρονται επίσης ως AGE (applied general equilibrium – εφαρμογής γενικής ισορροπίας) μοντέλα.

Η δομή των προτύπων CGE είναι διαχωρισμένοι τομείς της οικονομίας, οι οποίοι χρησιμοποιούν την δομή εισόδου-εξόδου για την παραγωγική πλευρά της οικονομίας. Τα πρότυπα CGE περιλαμβάνουν τις λειτουργίες παραγωγής κάθε επιπέδου με βάση τον τομέα του και τις διαχωρισμένες λειτουργίες που απαιτούνται για κατανάλωση, τις εισαγωγές, την επένδυση, κ.λπ. συνδυάζοντας την δομή εισόδου-εξόδου και τις συμπεριφοριστικές λειτουργίες (Daniels, 2004).

Σύμφωνα με την Kasimati (2003), το μοντέλο I-O είναι συγκριτικά πιο δημοφιλές, επειδή είναι οικονομικά αποτελεσματικό και εύκολο, συγκριτικά με τα μοντέλα CGE.

Συμπερασματικά και με όσα προαναφέρθηκαν η μελέτη οικονομικού αντίκτυπου είναι μια αρκετά πολύπλοκη και σύνθετη διαδικασία.

Όσον αφορά τη χρήση πολλαπλασιαστών για την αξιολόγηση του οικονομικού, όπως προαναφέρθηκε έχουν υποστηριχθεί από ερευνητές όπως ο Hunter (1988), ο Matheson (2004), η Kasimati (2003) και οι Gratton, Shibli και Coleman, (2006), υποστηρίζουν ότι ο *Πολλαπλασιαστής* είναι μια ιδιαίτερα αμφιλεγόμενη μονάδα μέτρησης. Αντίθετα, ο Crompton (1995) υποστηρίζει ότι παρά τις ανεπάρκειές της, αυτή η τεχνική μπορεί να είναι χρήσιμη «εάν εφαρμοστεί έξυπνα και έντιμα».

Όσον αφορά την ανάλυση I-O, και εδώ σύμφωνα με την βιβλιογραφία οδηγούμαστε σε υπερεκτιμημένα αποτελέσματα, ενώ και το μοντέλο CGE δεν είναι οικονομικά αποτελεσματικό και εύκολο.

III. ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΗΣ ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑΣ

Ερευνητικός σχεδιασμός

Όπως προαναφέρθηκε ανωτέρω, σύμφωνα με τους Burgan και Mules (1992), ο Οικονομικός Αντίκτυπος αναφέρεται στις οικονομικές επιδράσεις που αφορούν κυρίως στις δαπάνες που συνδέονται με τους τουρίστες που προσελκύονται από το γεγονός. Εστιάζει στις δαπάνες των ανθρώπων που είναι κάτοικοι εκτός της πόλης που διοργανώνεται το γεγονός και συγκεκριμένα σε αυτή την έρευνα, εκτός Αθηνών, και ανήκουν στις ομάδες των θεατών, δρομέων, εθελοντών, media, επισήμων, αποστολών συνέδρων και χορηγών, καθώς όπως προαναφέρθηκε οι δαπάνες από τους ανθρώπους που κατοικούν στην περιοχή που φιλοξενεί το event δεν συμπεριλαμβάνονται διότι πιθανόν να ξόδευαν αυτά τα χρήματα στην πόλη τους ανεξάρτητα από το εάν το γεγονός αυτό πραγματοποιούνταν.

Η έρευνα, διεξήχθη με την υποστήριξη του Leisure Industries Research Centre (LIRC) του Πανεπιστημίου Sheffield Hallam, το οποίο και παρείχε το πρότυπο ερωτηματολόγιο βάσει του οποίου έχουν υλοποιηθεί 20 μελέτες τα τελευταία πέντε χρόνια για εθνικούς παράγοντες, κυβερνητικές αλλά και τοπικές αρχές (LIRC, 2002). Αφού τροποποιήθηκε κατάλληλα για το συγκεκριμένο γεγονός πραγματοποιήθηκε η έρευνα.

Η μέθοδος που χρησιμοποιήθηκε για να αναλυθεί ο οικονομικός αντίκτυπος των αγώνων είναι η εγκεκριμένη μεθοδολογία του UK Sport που δημιουργήθηκε από το LIRC το 1997.

Επίσης, πραγματοποιήθηκε συνέντευξη με τον κ. Παναγόπουλο Κώστα, Πρόεδρο της ΟΕ του ΚΜΑ και δύο τηλεφωνικές συνεντεύξεις με τον κ. Παλλάκη Χρήστο, Μάνατζερ αγώνων της Ομοσπονδίας και Υπεύθυνο για τις Κλήσεις των αθλητών και τον κ. Καρδαρά Γεώργιο, μέλος του Δ.Σ. του Κλασικού Μαραθωνίου Αθηνών 2009, προκειμένου να ληφθούν όσο το δυνατόν περισσότερα οικονομικά και εν γένει στοιχεία της διοργάνωσης και να δημιουργηθεί μια πιο ολοκληρωμένη εικόνα.

Στο σημείο αυτό πρέπει να σημειωθεί ότι ο αρχικός σχεδιασμός της έρευνας ήταν η υλοποίηση του Συνολικού Οικονομικού Αντίκτυπου του ΚΜΑ 2009⁶, όμως ελλείπει του κατάλληλου Πολλαπλασιαστή για την αξιολόγηση των αθλητικών events στην Ελλάδα και πόσο μάλλον για την συγκεκριμένη τοπική οικονομία, επιλέγεται μεθοδολογικώς να σταματήσει η έρευνα στον Άμεσο Οικονομικό Αντίκτυπο του γεγονότος. Με αυτό τον τρόπο διασφαλίζεται η αξιοπιστία των πρωτογενών αποτελεσμάτων της έρευνας καθώς με τη χρήση ενός ακατάλληλου Πολλαπλασιαστή υπάρχει πιθανότητα υπερεκτίμησης του αληθινού Οικονομικού Αντίκτυπου στην τοπική οικονομία, καθώς και όπως υποστηρίζουν διάφοροι ερευνητές, όπως ο Hunter (1988), ο Matheson (2004), η Kasimati (2003) και οι Gratton, Shibli και Coleman, (2006), ο Πολλαπλασιαστής είναι μια ιδιαίτερα αμφιλεγόμενη μονάδα μέτρησης και μελέτες που τον χρησιμοποίησαν για την αξιολόγηση του οικονομικού αντίκτυπου μεγάλων γεγονότων έχουν υποστεί κριτικές γιατί σχετίζονται ακριβώς με την λανθασμένη επιλογή ή χρήση των πολλαπλασιαστών. Γι' αυτό το λόγο και μελέτες όπως των Gratton et al. (2006), του Wilson (2006), του UK Sport (1999;2000;2004) και του LIRC (1998;1999;2002) επιλέγουν να σταματάνε στην πρωτογενή έρευνα.

⁶ Είναι σημαντικό να ενθυμηθεί, ο τρόπος που υπολογίζεται ο Οικονομικός Αντίκτυπος:

(α) από τα έξοδα των τουριστών που επισκέπτονται την περιοχή διεξαγωγής του γεγονότος ειδικά για να παρακολουθήσουν ή να συμμετάσχουν σε αυτό

(β) από τις λοιπές δαπάνες (οργανωτικές δαπάνες) που προέρχονται από πηγές εκτός της περιοχής διεξαγωγής του γεγονότος (πχ. χορηγίες, fees αθλητών εκτός της περιοχής διεξαγωγής του). Το Συνολικό ποσό που προκύπτει από το (α) και (β) αποτελεί τον Άμεσο Οικονομικό Αντίκτυπο του γεγονότος.

(γ) Στη συνέχεια, το ποσό αυτό πολλαπλασιάζεται με έναν συντελεστή που ονομάζεται Πολλαπλασιαστής, για να βρεθεί ο Συνολικός Οικονομικός Αντίκτυπος του γεγονότος.

Ερευνητικό εργαλείο

Ένα μεγάλο μέρος αυτής της ανάλυσης υλοποιήθηκε μέσω μιας τυποποιημένης έρευνας ερωτηματολογίου για την πραγματοποίηση συνέντευξης από τις βασικές ενδιαφερόμενες ομάδες του γεγονότος.

Η μετάφραση του ερωτηματολογίου του LIRC στα Ελληνικά πραγματοποιήθηκε με τη μέθοδο της διπλής κατεύθυνσης, από δύο ειδικούς στα οικονομικά των αθλητικών οργανισμών κι επιχειρήσεων στην Ελληνική γλώσσα και καλούς γνώστες της Αγγλικής γλώσσας.

Στη συνέχεια, έγινε μετάφραση των ερωτήσεων στην Αγγλική γλώσσα από δύο ειδικούς στην Ελληνική και Αγγλική γλώσσα, για να ελεγχθεί ο βαθμός συμφωνίας με την πρότυπη έκδοση.

Επειδή το γεγονός είναι διαφορετικό όπως ήταν αναμενόμενο κάποιες ερωτήσεις τροποποιήθηκαν. Το ερωτηματολόγιο ήταν ενιαίο για όλες τις ομάδες που ερευνηθήκαν. Μ' αυτό τον τρόπο μπόρεσε να μειωθεί το κόστος της έρευνας και να είναι όσο το δυνατόν ευκολότερο για τους ερευνητές εφόσον ο αριθμός των ερευνητών ήταν δύο στον αριθμό.

Το σύνολο των ερωτήσεων ήταν 12. Οι 3 ερωτήσεις αφορούσαν τη συμπλήρωση των δημογραφικών στοιχείων των ερωτηθέντων και οι υπόλοιπες 9 αφορούσαν την διοργάνωση.

Οι ερωτήσεις που τέθηκαν ήταν τύπου πολλαπλής επιλογής (Multiple Choice), δηλαδή αυτός που ερωτήθηκε είχε στη διάθεσή του να διαλέξει μια (ή και περισσότερες σε ορισμένες περιπτώσεις) απάντηση από αυτές που του δίνει το ερωτηματολόγιο.

Επίσης το ερωτηματολόγιο δημιουργήθηκε σε δύο γλώσσες την Ελληνική και την Αγγλική ως δεύτερη γλώσσα και η οποία είναι και η πιο διαδεδομένη παγκοσμίως. Αυτή ήταν μάλλον και η ιδανικότερη λύση, αν σκεφτεί κανείς ότι στον Μαραθώνιο συμμετείχαν 72 χώρες και δεν θα ήταν οικονομικά βιώσιμο αλλά και από άποψη χρόνου, ένας μικρός αριθμός ερωτηματολογίων να μεταφραστεί σε μια μυριάδα διαφορετικών γλωσσών. Αυτό όμως δημιούργησε πιθανά μεθοδολογικά προβλήματα, από την άποψη της λήψης συνεντεύξεων με τους συνεντευξιαζόμενους. Εντούτοις, αυτό το πρόβλημα υπερνικήθηκε μερικώς από το μεγάλο αριθμό των ερωτώμενων που μιλούσαν ικανοποιητικά την αγγλική γλώσσα έτσι ώστε να είναι σε θέση να συμπληρώσουν ένα ερωτηματολόγιο.

Όμως το ερωτηματολόγιο ήταν κατάλληλα διαμορφωμένο έτσι ώστε να περιέχει λέξεις και φράσεις που να είναι εύκολες να κατανοηθούν από το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτώμενων ακόμα κι αν αυτοί γνώριζαν τα βασικά της αγγλικής γλώσσας.

Πιλοτική μελέτη

Η πιλοτική μελέτη συνίσταται σε κάθε είδος έρευνα. Στη δημοσκόπηση⁷ όμως είναι απαραίτητη. Σύμφωνα με τους Thomas και Nelson (2003) αυτός που σχεδιάζει ένα ερωτηματολόγιο πρέπει να πραγματοποιήσει δύο πιλοτικές μελέτες.

Στην πρώτη φάση, το ερωτηματολόγιο δόθηκε σε μερικούς συναδέλφους για να το διαβάσουν. Αυτά τα άτομα παρείχαν σημαντική κριτική σχετικά με τη μορφή, το περιεχόμενο, τη δομή, και τη σημασία των ερωτήσεων και σχετικά με το αν θα έπρεπε να προστεθούν ή να διαγραφούν κάποιες από αυτές (Thomas & Nelson, 2003). Αφού τροποποιήθηκε το ερωτηματολόγιο με βάση τις κριτικές από την πρώτη φάση, επιλέχθηκαν τα άτομα, τα οποία αποτέλεσαν τμήμα του υπό έρευνα πληθυσμού για τη δεύτερη πιλοτική έρευνα.

Η δεύτερη πιλοτική έρευνα πραγματοποιήθηκε στο Σύλλογο Δρομέων Υγείας Αθηνών (ΣΔΥΑ) σε σύνολο 20 δρομέων με τη βοήθεια της Προέδρου κας.Μπερτσάτου, 10 ημέρες πριν τη συμμετοχή τους στη διοργάνωση με σκοπό να διαπιστωθεί αν τα ερωτήματα ήταν κατανοητά ή αν ήθελαν ορισμένες αναδιατυπώσεις ή άλλου είδους αλλαγές που μπορεί να ήταν αναγκαίες.

Εφόσον πραγματοποιήθηκε και μια δοκιμαστική ανάλυση των αποτελεσμάτων και αποδείχθηκε ότι τα ερωτήματα μπορούσαν να αναλυθούν με τρόπο που να είχε νόημα, το ερωτηματολόγιο ήταν έτοιμο για εφαρμογή, για την κυρίως μελέτη.

⁷ Δημοσκόπηση – τεχνική περιγραφικής έρευνας που αποσκοπεί στη μελέτη πρακτικών και απόψεων που ισχύουν σ' έναν συγκεκριμένο πληθυσμό. Μπορεί να έχει τη μορφή ερωτηματολογίου, συνέντευξης ή δημοσκόπησης με νόρμες (Thomas & Nelson, 2003)

Δείγμα έρευνας

Στη μελέτη πήραν μέρος άτομα που παρευρέθηκαν είτε στην έκθεση στο Ζάππειο Μέγαρο, είτε την ημέρα διεξαγωγής του γεγονότος στο Παναθηναϊκό Στάδιο.

Οι συνεντεύξεις πραγματοποιήθηκαν, την πρώτη ημέρα, 6 Νοεμβρίου 2009, από τις 9:00πμ – 15:00μμ, στην έκθεση “ATHENS CLASSIC MARATHON EXPO 2009” στο ΖΑΠΠΕΙΟ ΜΕΓΑΡΟ, την δεύτερη ημέρα, 7 Νοεμβρίου 2009, από τις 9:00πμ – 16:30μμ, στην έκθεση “ATHENS CLASSIC MARATHON EXPO 2009” στο ΖΑΠΠΕΙΟ ΜΕΓΑΡΟ και την τρίτη ημέρα, 8 Νοεμβρίου 2009, από τις 11:00πμ – 15:00μμ στο ΠΑΝΑΘΗΝΑΪΚΟ ΣΤΑΔΙΟ.

Συνολικά απάντησαν 798 άτομα, οι οποίοι συμμετείχαν εθελοντικά. Την 1^η ημέρα απάντησαν 206 άτομα, την 2^η ημέρα απάντησαν 468 άτομα και την 3^η μέρα απάντησαν 124 άτομα (**Πίνακας 8**).

Το δείγμα της έρευνας ήταν αντιπροσωπευτικό του πληθυσμού από τον οποίο προήλθε, κάτι που αποδεικνύεται από το γεγονός ότι η μεγαλύτερη απειλή για την αντιπροσωπευτικότητα ενός δείγματος είναι η μεροληψία (Καμπίτσης, 2004). Υπάρχουν δύο πηγές μεροληψίας στην επιλογή ενός δείγματος: η μεροληψία που οφείλεται στις μεθόδους δειγματοληψίας που ακολουθήθηκαν (selection bias) και η μεροληψία που οφείλεται στη μειωμένη ανταπόκριση των ατόμων που επιλέχθηκαν να συμμετέχουν τελικά (response bias) (Καμπίτσης, 2004), που όμως στην συγκεκριμένη έρευνα δεν υπήρξαν. Το ερωτηματολόγιο απευθύνθηκε σε στοχευμένο πληθυσμό από την στιγμή που η έρευνα πραγματοποιήθηκε στην Έκθεση για τον ΚΜΑ τις δύο ημέρες πριν το γεγονός, και στο Στάδιο και περιμετρικά αυτού την ημέρα του γεγονότος. Όσον αφορά την ανταπόκριση των ερωτώμενων, δεν υπήρξε σημαντική άρνηση και τα λίγα άτομα που αρνήθηκαν να συμμετάσχουν στην έρευνα ήταν την ημέρα διεξαγωγής του γεγονότος λόγω βροχής.

Τρόπος Συλλογής των δεδομένων

Όπως προαναφέρθηκε, οι συνεντεύξεις πραγματοποιήθηκαν κατά τη διάρκεια τριών ημερών, στις 6, 7 και 8 Νοεμβρίου 2009 όπου ήταν και η ημέρα τέλεσης των αγώνων. Την πρώτη ημέρα, 6 Νοεμβρίου 2009, από τις 9:00πμ – 15:00μμ, στην έκθεση “ATHENS CLASSIC MARATHON EXPO 2009” στο ΖΑΠΠΕΙΟ ΜΕΓΑΡΟ και την δεύτερη ημέρα, 7 Νοεμβρίου 2009, από τις 9:00πμ – 16:30μμ, στην έκθεση “ATHENS CLASSIC MARATHON EXPO 2009” στο ΖΑΠΠΕΙΟ ΜΕΓΑΡΟ, η έρευνα πραγματοποιήθηκε στην αίθουσα που γίνονταν οι εγγραφές των αθλητών. Η ακριβής θέση για την συμπλήρωση των ερωτηματολογίων ήταν δίπλα στο στάντ που γίνονταν οι ενεργοποιήσεις των chips των αθλητών με τα οποία χρονομετροούνταν στους αγώνες. Είχε τοποθετηθεί ένα μεγάλο γραφείο που κατά μήκος είχαν τοποθετηθεί ερωτηματολόγια με στυλό προκειμένου να μπορούν οι συνεντευξιαζόμενοι να συμπληρώσουν τα ερωτηματολόγια τους με ηρεμία, μόνοι τους και ανεπηρέαστοι από την παρουσία των ερευνητών. Αν όμως κάτι δεν καταλάβαιναν ή ήθελαν κάποια διευκρίνιση ως προς τη ερώτηση και μόνο, οι ερευνητές μπορούσαν να τους την παρέχουν. Αυτή η επιλογή της τοποθεσίας ήταν μάλλον η ιδανικότερη (κατόπιν βέβαια συνεννόησης με τους υπεύθυνους της διοργάνωσης), καθώς είχαν προηγηθεί άλλες χρονιές έρευνες για τον Μαραθώνιο άλλου αντικειμένου και θέματος και είχε αποδειχθεί στην πράξη ότι επιλέγοντας άλλες τοποθεσίες για έρευνα, η συγκεκριμένη ήταν η ιδανικότερη για να “τρέξει” η έρευνα. Μια επιλογή τοποθεσίας που θα μπορούσε να δίνει μια πιο καθαρή εικόνα για το τι ξόδεψαν στην έκθεση θα ήταν στο σημείο που τελείωνε η έκθεση όμως θα υπήρχαν άλλα προβλήματα, όπως μας ενημέρωσαν οι υπεύθυνοι της διοργάνωσης από εμπειρία που είχαν από άλλες έρευνες. Πρώτον, δεν θα υπήρχε το ίδιο ποσοστό συμμετοχής διότι οι αθλητές είχαν τη δυνατότητα στα μισά της έκθεσης να αποχωρήσουν και να μην την επισκεφθούν όλη, και δεύτερον, υπήρχε πιθανότητα ακόμα και να έβλεπαν όλη την έκθεση να αρνηθούν να το συμπληρώσουν επειδή ήδη είχαν κουραστεί.

Οι δύο αυτές ημέρες είχαν ως στόχο την συμπλήρωση ερωτηματολογίων με όσο το δυνατόν μεγαλύτερο δείγμα κυρίως από δρομείς, οι οποίοι δεν θα μπορούσαν να συμμετέχουν την ημέρα της διεξαγωγής του γεγονότος κυρίως λόγω κούρασης. Οι δρομείς εισέρχονταν στον χώρο προκειμένου να εγγραφούν και να ενεργοποιήσουν τα chips τους όπου στο σημείο αυτό ακριβώς δίπλα από την ενεργοποίηση των chips

βρίσκονταν και οι θέσεις των ερευνητών. Η διαδικασία της έρευνας έγινε μ' αυτό τον τρόπο έτσι ώστε να ελαχιστοποιηθεί η ενόχληση προς τους δρομείς και εν γένει τους ερωτώμενους εφόσον εκείνη την ώρα είχαν πλέον εγγραφεί, είχαν παραλάβει το νούμερο τους και τα σχετικά πράγματα που τους δίνονταν ανάλογα με το πακέτο εγγραφής που είχαν επιλέξει “full extra ή απλό”, ήταν ήρεμοι γιατί είχαν ελέγξει και ενεργοποιήσει τα chips τους και κατευθύνονταν για μια βόλτα προς την άλλη αίθουσα που βρίσκονταν η έκθεση της διοργάνωσης.

Την τρίτη ημέρα, 8 Νοεμβρίου 2009, η έρευνα πραγματοποιήθηκε από τις 11:00πμ – 15:00μμ στο ΠΑΝΑΘΗΝΑΪΚΟ ΣΤΑΔΙΟ. Η έρευνα ξεκίνησε την συγκεκριμένη ώρα διότι τότε κάπως κόπασε η βροχή που είχε πιάσει από το προηγούμενο βράδυ αλλά δεν είχε σταματήσει εντελώς κάτι που έγινε προς το τέλος των αγώνων, και η οποία έπαιξε ανασταλτικό παράγοντα όχι μόνο για την προσέλκυση των θεατών αλλά ακόμα και για την μικρότερη συμμετοχή των αθλητών καθώς φοβόνταν για την υγεία τους.

Πιο συγκεκριμένα η έρευνα πραγματοποιήθηκε εντός του Παναθηναϊκού Σταδίου αλλά και εκτός, γύρω από αυτό μέχρι μια απόσταση ενός χιλιομέτρου όπου κατά μήκος της διαδρομής των αγώνων αρκετοί θεατές είχαν προτιμήσει να κάτσουν εκτός του Σταδίου παρά εντός αυτού για να παρακολουθήσουν τον αγώνα. Συνεπώς η θέση των ερευνητών επιλέχθηκε στα σημεία που υπήρχε υψηλότερη συγκέντρωση θεατών. Αυτή η επιλογή των θεατών βέβαια πιθανότατα οφειλόταν στο γεγονός ότι προηγουμένως είχε βρέξει και τα καθίσματα στο στάδιο ήταν βρεγμένα με αποτέλεσμα αυτός να είναι ένας ανασταλτικός παράγοντας για να εισέλθουν εντός αυτού. Η βροχή όμως έπαιξε σημαντικό ρόλο και σε μια πληθώρα άλλων γεγονότων. Οι ερευνητές εργάστηκαν μεμονωμένα και για να εξασφαλιστεί ότι οι συνεντεύξεις πραγματοποιήθηκαν τυχαία και ότι το δείγμα ήταν αντιπροσωπευτικό του πληθυσμού των θεατών στη διοργάνωση, η μέθοδος επιλογής που χρησιμοποιήθηκε όταν ερωτούνταν μια ομάδα ανθρώπων για να συμμετέχει στην έρευνα ποιος από αυτούς θα συμμετείχε, ήταν η ελεύθερη βούληση της ομάδας για το άτομο που θα την εκπροσωπούσε στην έρευνα.

Στους ερευνητές δόθηκε η επιλογή είτε να διαχειριστούν τα ερωτηματολόγια είτε να τα αφήσουν για συμπλήρωση εξ ολοκλήρου από τους ερωτώμενους. Η επιλογή του να συμπληρώνει κάποιος μόνος του το ερωτηματολόγιο αποδείχθηκε δημοφιλέστερη. Όμως καθώς οι αγώνες έφθαναν προς την τελική ευθεία, το πλήθος αυξάνονταν ολοένα και περισσότερο καθώς η βροχή είχε σταματήσει και ο ενθουσιασμός είχε

φτάσει στο ανώτερο σημείο του, οι θεατές φάνηκαν να προτιμούν να υποβληθούν στις ερωτήσεις ενώ συνέχιζαν να παρακολουθούν τους αγώνες. Λαμβάνοντας υπόψη τις άσχημες καιρικές συνθήκες, αυτός ήταν ένας πιο αποτελεσματικός τρόπος για να δουλέψουν οι ερευνητές από ότι να πάρουν βρεγμένα ερωτηματολόγια. Αυτός ήταν και ο τρόπος αντιμετώπισης που ακολούθησαν οι ερευνητές σε μια παρόμοια κατάσταση που αντιμετώπισαν το 2001 στο IAAF World Half Marathon και BUPA Bristol Half Marathon (LIRC, 2002).

Το ποσοστό άρνησης ήταν ασήμαντο και αυτό που υπήρξε οφειλόταν κατά κύριο λόγο στη βροχή. Πρέπει όμως να σημειωθεί ότι το γεγονός, ότι δεν υπήρξε μεγάλο ποσοστό άρνησης οφειλόταν και στο ότι οι ερευνητές συστήνονταν ως ερευνητές που πραγματοποιούσαν μεταπτυχιακή έρευνα για το Πανεπιστήμιο Πελοποννήσου.

Μέθοδος συλλογής δεδομένων

Η μεθοδολογία της μελέτης οικονομικού αντίκτυπου που ακολουθήθηκε αποτελείται από οκτώ στάδια, τα οποία μπορούν να συνοψιστούν ως εξής, και τα οποία περιλαμβάνονται και στην ενδεδειγμένη μεθοδολογία των Gratton, Shibli & Coleman (2006):

- Ποσοτικοποίηση του ποσοστού των ερωτώμενων που ζουν στη διοργανώτρια πόλη και αυτών που διαμένουν εκτός αυτής.
- Ομαδοποίηση των ερωτώμενων με βάση τον ρόλο τους στο event, π.χ., τους θεατές, τους αθλητές, τα media, τους επισήμους/ανώτερα στελέχη κ.λπ.
- Καθορισμός των βασικών χαρακτηριστικών των επισκεπτών, π.χ., που ζουν
- Καθορισμός της περιοχής συλλογής σύμφωνα με τους τοπικούς, περιφερειακούς, εθνικούς ή διεθνείς ερωτώμενους.
- Ποσοτικοποίηση του αριθμού των επισκεπτών που διανυκτέρευσαν στη διοργανώτρια πόλη και το ποσοστό αυτών που έκαναν χρήση εμπορικής στέγασης.
- Ποσοτικοποίηση του αριθμού των διανυκτερεύσεων που έκαναν χρήση εμπορικής στέγασης στη διοργανώτρια πόλη και του ποσού που κόστισε αυτή η στέγαση ανά διανυκτέρευση.
- Ποσοτικοποίηση εκείνων που διανυκτέρευσαν (κάνοντας χρήση εμπορικής στέγασης ή όχι), το ποσό που ξόδευσαν για μια ημέρα στη διοργανώτρια πόλη, το οποίο χωρίζεται σε επτά κατηγορίες εξόδων που μπόρεσαν να πραγματοποιήσουν.
- Ποσοτικοποίηση του ποσού που οι άνθρωποι είχαν προϋπολογίσει για να ξοδέψουν ή ξόδεψαν στη διοργανώτρια πόλη.

Η φύση του δείγματος

Ο Πίνακας 2 παρουσιάζει τα συνολικά μεγέθη των οκτώ ομάδων, τον αριθμό των συνεντεύξεων που πραγματοποιήθηκαν σε κάθε ομάδα και το ποσοστό κάθε ομάδας που πέρασε από συνέντευξη.

Δυστυχώς, τα στοιχεία των συνολικών ατόμων των διαφόρων κατηγοριών που παρευρέθηκαν στο γεγονός και αποτελούνταν από μη Αθηναίους κατοίκους και κατοίκους του εξωτερικού δεν ήταν εύκολο να συγκεκριμενοποιηθούν ακόμα και από την προσωπική συνέντευξη με τον κ.Παναγόπουλο, Πρόεδρο της Οργανωτικής Επιτροπής του ΚΜΑ η οποία πραγματοποιήθηκε στις 3 Ιουνίου 2010 μετά από επτά μήνες από την διοργάνωση με την ελπίδα ότι θα μπορούσαν να υπάρξουν πιο συγκεκριμένες απαντήσεις όχι μόνο ως προς τα οικονομικά της διοργάνωσης αλλά και ως προς τις συνολικές συμμετοχές του ΚΜΑ στις ομάδες που ερευνήθηκαν.

Πίνακας 2 – Συνολικός Αριθμός Ομάδων, Συνεντεύξεις και Ποσοστά Συνεντεύξεων

Ομάδα	Συνολικός Αριθμός	Συνεντεύξεις	Συνεντεύξεις %
Δρομείς	10.291	558	69,93%
Θεατές	-	149	18,67%
Επίσημοι – Ανώτερα Στελέχη (Officials)	134	28	3,51%
Αντιπρόσωποι Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης	55	3	0,37%
Χορηγοί (Sponsors)/ VIPs	60	16	2,01%
Αποστολές Συνέδρων (Conference delegates)	100	10	1,25%
Αντιπροσωπείες- Αποστολές (Delegations)	-	13	1,63%
Εθελοντές	1.000	19	2,38%
ΔΞ/ΔΑ	-	2	0,25%
Σύνολο	11.640	798	100%

Ο Πίνακας 2 δείχνει ότι πραγματοποιήθηκαν 798 συνεντεύξεις από αυτές τις απαντήσεις οι 543 ήταν δρομείς, οι 149 θεατές και οι υπόλοιπες απαντήσεις διανέμονται στις άλλες ομάδες των ερωτηθέντων των οποίων οι συνεντεύξεις πραγματοποιήθηκαν κατά τη διάρκεια των αγώνων αλλά και κατά τη διάρκεια της έκθεσης.

Πιο αναλυτικά:

Δρομείς: Ο συνολικός αριθμός των δρομέων που συμμετείχαν στη διοργάνωση ήταν 10.291, Αθηναίοι δρομείς, δρομείς από το εξωτερικό και δρομείς από την Υπόλοιπη Ελλάδα. Από αυτούς σύμφωνα με επίσημα στοιχεία της διοργάνωσης οι 7.284 ήταν Έλληνες δρομείς και 3007 ήταν ξένοι δρομείς. Όμως, δεν δόθηκαν επίσημα στοιχεία για τον ακριβή αριθμό των Ελλήνων δρομέων που ήταν κάτοικοι της Αθήνας και τον ακριβή αριθμό των δρομέων που ήρθαν από την Υπόλοιπη Ελλάδα. Προκειμένου να γίνει αυτός ο διαχωρισμός, κι εφόσον το δείγμα της έρευνας είναι αντιπροσωπευτικό, θεωρούμε ότι τα ποσοστά του δείγματος, που αφορούν τους Έλληνες επισκέπτες της Υπόλοιπης Ελλάδας και τους επισκέπτες του Εξωτερικού αφορούν τις ομάδες αυτές και στο γενικό τους σύνολο. Επομένως, εφόσον στην έρευνα οι Έλληνες της Υπόλοιπης Ελλάδας αποτελούν το 27,5% του δείγματος της έρευνας, στο σύνολο των δρομέων, δηλαδή στους 7.284 είναι $N=2.003^8$. Συνεπώς, οι Έλληνες δρομείς της Υπόλοιπης Ελλάδας και δρομείς του Εξωτερικού ήταν συνολικά 5.010.

Θεατές: Σύμφωνα με την ΟΕ δεν υπάρχει επίσημος τρόπος καταμέτρησης των θεατών του γεγονότος, συνεπώς δεν μπορούμε να γνωρίζουμε με επίσημα στοιχεία το σύνολο των θεατών του.

Επίσημοι – Ανώτερα Στελέχη (Officials): Η Οργανωτική Επιτροπή διαφέρει από έτος σε έτος. Το 2009 τα μέλη της Οργανωτικής Επιτροπής ανέρχονταν σε 15 μέλη. Οι τελετάρχες ήταν συνολικά περίπου 85 άτομα. Επίσης σύμφωνα με τηλεφωνική επικοινωνία με τον κ. Καρδαρά, ο οποίος ανήκει στο ΔΣ του Μαραθωνίου, διαπιστώθηκε ότι, ο αριθμός του διοικητικού προσωπικού του ΣΕΓΑΣ ήταν 16 άτομα και οι ιατροί και οι φυσιοθεραπευτές από την υπηρεσία του ΣΕΓΑΣ ήταν 18.

⁸ Υπολογισμός των δρομέων της Υπόλοιπης Ελλάδας: 7.284 (Έλληνες δρομείς) \times $27,6\%$ (ποσοστό Ελλήνων επισκεπτών της Υπόλοιπης Ελλάδας) = 2.003 Έλληνες δρομείς της Υπόλοιπης Ελλάδας

Πρέπει να σημειωθεί όμως, ότι όλοι οι ανωτέρω που ανήκουν στην συγκεκριμένη κατηγορία, κατοικούν στην Αθήνα και επομένως είναι “dead - weight” για την έρευνά.

Αντιπρόσωποι Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης (media): Σύμφωνα με επίσημα στοιχεία της ΟΕ στην κατηγορία αυτή συμμετείχαν 40 αντιπρόσωποι των Ελληνικών media, οι οποίοι ήταν κάτοικοι Αθηνών και 15 αντιπρόσωποι των ξένων ειδησεογραφικών πρακτορείων που ήταν κάτοικοι του Εξωτερικού.

Χορηγοί (Sponsors)/ VIPs: Σε αυτήν την κατηγορία άνηκαν 60 αντιπρόσωποι των εταιρειών χορηγών της διοργάνωσης. Οι εταιρείες χορηγοί έχουν έδρα την Αθήνα οπότε αποτελούν πηγή μη υπολογίσιμη για την έρευνά.

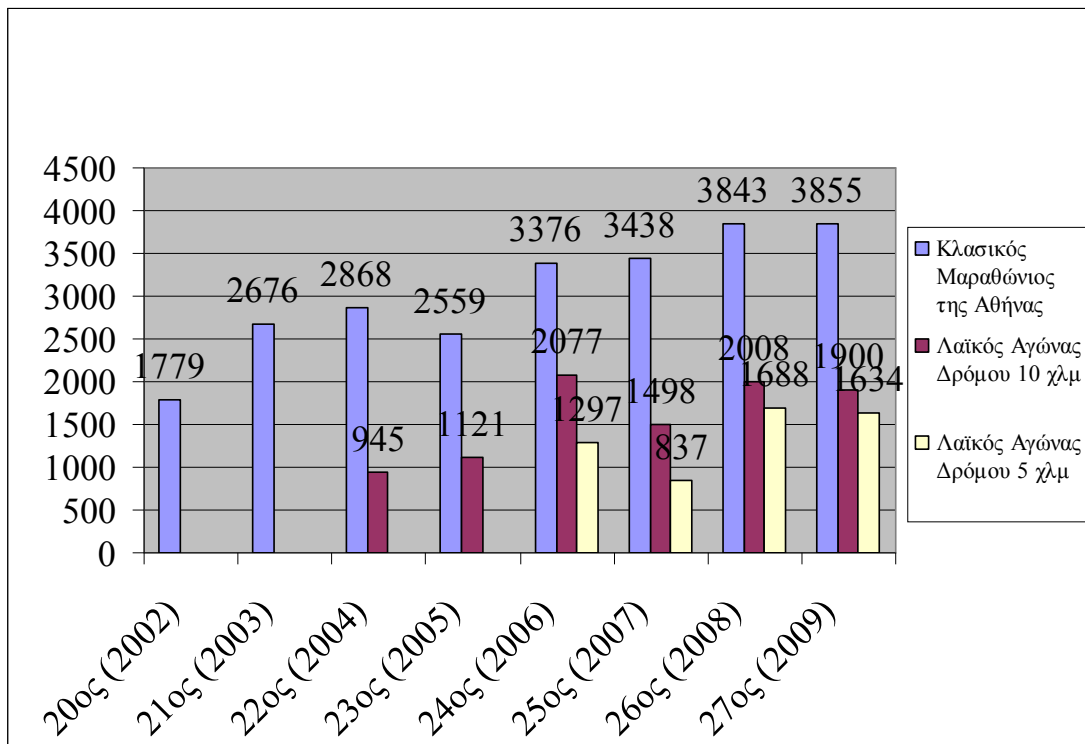
Αποστολές συνέδρων (Conference delegates): Στην ουσία αφορά τους συνέδρους του 3^{ου} Ετήσιου Συμποσίου των AIMS - IAAF και τα άτομα που παρευρέθηκαν ήταν περίπου 100 εκ των οποίων οι 80 ήταν ξένοι εκπρόσωποι από 48 μαραθωνίους όλου του κόσμου και 20 Έλληνες. Οι 80 σύνεδροι είναι μια κατηγορία που συμπεριλαμβάνεται στην τελική αξιολόγηση του οικονομικού αντίκτυπου του ΚΜΑ 2009.

Αντιπροσωπείες-Αποστολές (Delegations): Οι elite αθλητές συνοδεύονταν από πέντε συνοδούς (Αποστολές). Αυτά είναι τα μοναδικά επίσημα στοιχεία που δόθηκαν για την συγκεκριμένη κατηγορία. Επομένως, ούτε σε αυτήν την κατηγορία γνωρίζουμε πόσοι πραγματικά αθλητές συνοδεύονταν από δικούς τους προπονητές και γενικά άλλα στελέχη των ομάδων που ονομάστηκαν και διαπιστεύθηκαν ως τμήμα μιας επίσημης αγωνιστικής εθνικής αποστολής που συμμετείχε στην διοργάνωση και συνεπώς δεν μπορεί να συμπεριληφθεί στην τελική αξιολόγηση του οικονομικού αντίκτυπου του ΚΜΑ 2009.

Διαχρονική εξέλιξη των συμμετοχών στον Κλασικό Μαραθώνιο Αθηνών

Το 1998, διευρύνθηκαν οι ευκαιρίες συμμετοχής σε όλους τους πολίτες, σε όλους τους δρομείς, σε όλες τις ηλικίες με την καθιέρωση του Δρόμου των 10 χλμ, ενώ από το 2006 διοργανώνεται και ένας ακόμα παράλληλος ανοιχτός λαϊκός αγώνας, αυτός των 5 χλμ.(www.athensclassicmarathon.gr). Στο **Σχήμα 2** παρατηρούμε τη Διαχρονική εξέλιξη των συμμετεχόντων που έχουν τερματίσει στον Κλασικό Μαραθώνιο Αθηνών, με κορυφαία αυτή του έτους 2009.

Σχήμα 2. Διαχρονική εξέλιξη των συμμετεχόντων που έχουν τερματίσει στον Κλασικό Μαραθώνιο Αθηνών



Στατιστικά συμμετοχών 27^{ου} Κλασικού Μαραθωνίου Αθηνών 2009⁹

Στον Πίνακα 3 παρατηρούμε ότι και στον Μαραθώνιο αλλά και στο αγώνισμα των 10 χλμ. το ποσοστό των αντρών είναι παραπάνω από το διπλάσιο σε σχέση με το ποσοστό των γυναικών.

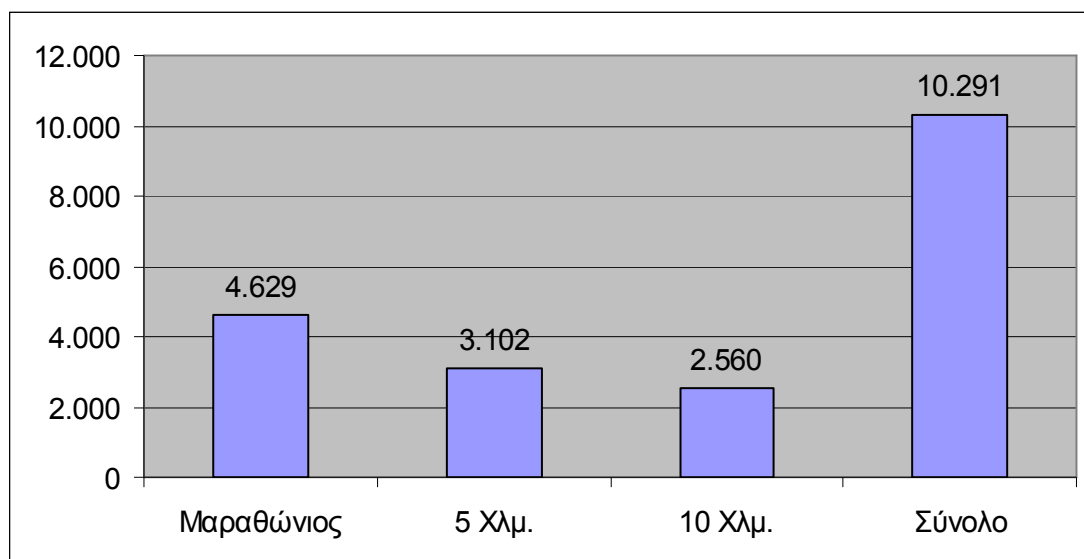
Πίνακας 3 - Στατιστικά συμμετοχών ανά αγώνα και φύλο

Μαραθώνιος	Άντρας	3.831	82,8%
Μαραθώνιος	Γυναίκα	798	17,2%
Σύνολο		4.629	100%

5 Χλμ.	Άντρας	1.708	55,1%
5 Χλμ.	Γυναίκα	1.394	44,9%
Σύνολο		3.102	100%

10 Χλμ.	Άντρας	1.964	76,7%
10 Χλμ.	Γυναίκα	596	23,3%
Σύνολο		2.560	100%

Σχήμα 3 - Συμμετοχές ανά αγώνισμα στον 27ο Κλασικό Μαραθώνιο Αθηνών, 8 Νοεμβρίου 2009



⁹ Οι αρχικοί αριθμοί των συμμετεχόντων έχουν παρθεί από το επίσημο site της διοργάνωσης (http://www.athensclassicmarathon.gr/raceData/stats_byRaceAndSex.asp)

Πίνακας 4 - Στατιστικά συμμετοχών ανά αγώνα και εθνικότητα

Τύπος Αγωνίσματος	Χώρας Συμμετοχής	Αριθμός Συμμετεχόντων	Ποσοστό Συμμετεχόντων (%)
Marathon	Greece	2.322	50,16
Marathon	United States	514	11,10
Marathon	Italy	200	4,32
Marathon	Germany	199	4,30
Marathon	United Kingdom	166	3,59
Marathon	France	162	3,50
Marathon	Netherlands	124	2,68
Marathon	Canada	98	2,12
Marathon	Denmark	90	1,94
Marathon	Spain	82	1,77
Marathon	Poland	59	1,27
Marathon	Finland	58	1,25
Marathon	Belgium	50	1,08
Marathon	Cyprus	37	0,80
Marathon	Czech Republic	37	0,80
Marathon	Sweden	37	0,80
Marathon	Austria	34	0,73
Marathon	Japan	30	0,65
Marathon	Puerto Rico	27	0,58
Marathon	Switzerland	26	0,56
Marathon	Norway	25	0,54
Marathon	Colombia	25	0,54
Marathon	Australia	21	0,45
Marathon	New Zealand	18	0,39
Marathon	Russia	15	0,32
Marathon	Hungary	15	0,32
Marathon	Kenya	13	0,28
Marathon	Ireland	12	0,26
Marathon	South Africa	9	0,19
Marathon	Singapore	9	0,19
Marathon	Israel	8	0,17
Marathon	Mexico	8	0,17
Marathon	India	8	0,17
Marathon	Ethiopia	8	0,17
Marathon	Brazil	6	0,13
Marathon	Hong Kong	5	0,11
Marathon	Estonia	4	0,09
Marathon	Barbados	4	0,09
Marathon	Albania	4	0,09
Marathon	Slovakia	4	0,09

Marathon	Romania	4	0,09
Marathon	Portugal	4	0,09
Marathon	Philippines	3	0,06
Marathon	Slovenia	3	0,06
Marathon	Malaysia	3	0,06
Marathon	Bulgaria	3	0,06
Marathon	Venezuela	3	0,06
Marathon	Turkey	2	0,04
Marathon	Ukraine	2	0,04
Marathon	China	2	0,04
Marathon	Algeria	2	0,04
Marathon	Lebanon	2	0,04
Marathon	Serbia and Montenegro (Yugoslavia)	2	0,04
Marathon	South Korea	2	0,04
Marathon	Peru	2	0,04
Marathon	Pitcairn Islands	1	0,02
Marathon	Saint Lucia	1	0,02
Marathon	Swaziland	1	0,02
Marathon	Luxembourg	1	0,02
Marathon	Latvia	1	0,02
Marathon	Jamaica	1	0,02
Marathon	Kazakhstan	1	0,02
Marathon	Nigeria	1	0,02
Marathon	Paraguay	1	0,02
Marathon	American Samoa	1	0,02
Marathon	Argentina	1	0,02
Marathon	Belarus	1	0,02
Marathon	Chile	1	0,02
Marathon	Costa Rica	1	0,02
Marathon	Dominican Republic	1	0,02
Marathon	Iran	1	0,02
Marathon	Georgia	1	0,02
Σύνολο		4.629	100,00
5 km	Greece	2.766	89,17
5 km	Poland	184	5,93
5 km	United States	41	1,32
5 km	Germany	15	0,48
5 km	Cyprus	12	0,39
5 km	United Kingdom	12	0,39
5 km	Netherlands	8	0,26
5 km	Canada	7	0,23
5 km	Denmark	6	0,19

5 km	Spain	6	0,19
5 km	Italy	5	0,16
5 km	Japan	5	0,16
5 km	Israel	4	0,13
5 km	Puerto Rico	4	0,13
5 km	France	4	0,13
5 km	Colombia	3	0,10
5 km	Belgium	3	0,10
5 km	Albania	2	0,06
5 km	Czech Republic	2	0,06
5 km	Romania	2	0,06
5 km	Serbia and Montenegro (Yugoslavia)	2	0,06
5 km	Slovakia	2	0,06
5 km	Hungary	2	0,06
5 km	South Africa	1	0,03
5 km	Switzerland	1	0,03
5 km	Belarus	1	0,03
5 km	Brazil	1	0,03
5 km	Turkey	1	0,03
Σύνολο		3.102	100,00
10 km	Greece	2.196	85,78
10 km	United States	50	1,95
10 km	France	47	1,84
10 km	United Kingdom	45	1,76
10 km	Netherlands	25	0,98
10 km	Italy	22	0,86
10 km	Germany	22	0,86
10 km	Cyprus	21	0,82
10 km	Denmark	14	0,55
10 km	Canada	13	0,51
10 km	Czech Republic	11	0,43
10 km	Poland	8	0,31
10 km	Belgium	6	0,23
10 km	Finland	5	0,20
10 km	Spain	5	0,20
10 km	New Zealand	5	0,20
10 km	Norway	4	0,16
10 km	Sweden	4	0,16
10 km	South Africa	4	0,16
10 km	Switzerland	3	0,12
10 km	Romania	3	0,12
10 km	Serbia and Montenegro (Yugoslavia)	3	0,12

10 km	Japan	3	0,12
10 km	Israel	3	0,12
10 km	Nigeria	2	0,08
10 km	Puerto Rico	2	0,08
10 km	Estonia	2	0,08
10 km	Hong Kong	2	0,08
10 km	Hungary	2	0,08
10 km	Ireland	2	0,08
10 km	Austria	2	0,08
10 km	Albania	2	0,08
10 km	Afghanistan	1	0,04
10 km	Australia	1	0,04
10 km	Argentina	1	0,04
10 km	British Virgin Islands	1	0,04
10 km	Bulgaria	1	0,04
10 km	Brazil	1	0,04
10 km	Costa Rica	1	0,04
10 km	Colombia	1	0,04
10 km	Ghana	1	0,04
10 km	Guyana	1	0,04
10 km	Honduras	1	0,04
10 km	Saudi Arabia	1	0,04
10 km	Russia	1	0,04
10 km	Slovenia	1	0,04
10 km	Pakistan	1	0,04
10 km	Mexico	1	0,04
10 km	Morocco	1	0,04
10 km	Jordan	1	0,04
10 km	Lebanon	1	0,04
10 km	Ukraine	1	0,04
10 km	Taiwan	1	0,04
10 km	Turkey	1	0,04
Σύνολο		2.560	100,00

Συνοπτικά, σύμφωνα με τον **Πίνακα 4**, συμμετείχαν 72 χώρες στον Μαραθώνιο, 28 χώρες στα 5 km και 54 χώρες στα 10 km.

Το μεγαλύτερο ποσοστό συμμετοχής και στα τρία αγωνίσματα το έχει η Ελλάδα. Στο Μαραθώνιο το 50,16% ανήκει στην Ελλάδα, όπως θα ήταν και αναμενόμενο λόγω του ότι ο Μαραθώνιος διεξάγεται στην Ελλάδα και ακολουθούν οι ΗΠΑ με 11,10%. Περίπου στα ίδια ποσοστά κυμαίνονται η Ιταλία με 4,32%, η Γερμανία με 4,30% και ακολουθούν το Ηνωμένο Βασίλειο με 3,59%, η Γαλλία με 3,50%, η Ολλανδία με 2,68% και ο Καναδάς με 2,12%. Όλες οι άλλες χώρες είναι με ποσοστό κάτω από 2%.

Στο αγώνισμα των 10 km τα μεγαλύτερα ποσοστά συμμετοχής είχε η Ελλάδα με 85,78% και ακολουθούν οι ΗΠΑ με 1,95%, η Γαλλία με 1,84% και το Ηνωμένο Βασίλειο με 1,76%. Όλες οι άλλες χώρες είναι κάτω από 1%. Επίσης, στα 5 km τα μεγαλύτερα ποσοστά συμμετοχής είχε η Ελλάδα με 89,17% και ακολουθούν η Πολωνία με 5,93% και οι ΗΠΑ με 1,32%. Όλες οι άλλες χώρες είναι κάτω από 1%. Σύμφωνα, με τον **Πίνακα 4** που είναι και τα επίσημα στοιχεία της διοργάνωσης οι οποίοι και συμμετείχαν, όχι απλά που δήλωσαν, οι 7.284 ήταν Έλληνες και οι 3.007 αθλητές από το Εξωτερικό.

Οικονομικά Στοιχεία της διοργάνωσης¹⁰

Το νομικό πρόσωπο που διοργανώνει τον ΚΜΑ και που στην ουσία συντάσσει τον προϋπολογισμό και οικονομικό απολογισμό είναι το ΣΕΓΑΣ και το οποίο αποτελεί Νομικό Πρόσωπο Ιδιωτικού Δικαίου (Ν.Π.Ι.Δ.).

Πίνακας 5 - Έσοδα της διοργάνωσης

Έσοδα ανά κατηγορία	Συνολικό Ποσό €
Συμμετοχές (fees)	310.000 ¹¹
Εμπορικά Δικαιώματα ¹²	65.000
Χορηγίες ¹³	875.000
<i>Συνολικά Έσοδα</i>	<i>1.250.000</i>

Η Κρατική συνεισφορά ήταν μόνο 47.000 ευρώ, τα οποία περιλαμβάνονται στην κατηγορία **Χορηγίες** και τα οποία προήλθαν από τον ΕΟΤ προκειμένου να στηθούν ειδικά σημεία πληροφόρησης για την προβολή του Μαραθωνίου, έτσι ώστε να προβληθεί και η χώρα διαμέσου της συγκεκριμένης διοργάνωσης.

¹⁰ Όλες οι οικονομικές πληροφορίες που παρουσιάζονται στην εργασία έχουν δοθεί επίσημα από τον Πρόεδρο της ΟΕ.

¹¹ Περίπου 200.000€ προήλθαν από δρομείς του Εξωτερικού και από Έλληνες αθλητές της Υπόλοιπης Ελλάδας εκτός Αθήνας και οι 110.000€ από Έλληνες αθλητές που κατοικούσαν στην Αθήνα.

¹² Δεν ήταν χορηγοί, ήταν εταιρείες που «αγόρασαν» από το ΣΕΓΑΣ το δικαίωμα χρήσης του λογοτύπου του ΚΜΑ για να πουλήσουν προϊόντα και υπηρεσίες σε δρομείς και καταναλωτές σχετικές με τον ΚΜΑ.

¹³ Υπήρξαν χορηγίες σε μετρητά, σε είδος και σε συνδυασμό και των δύο. Το συγκεκριμένο όμως ποσό αφορά τις χορηγίες σε χρήματα.

Κατά τη διάρκεια της διοργάνωσης παραχωρήθηκαν από το κράτος 1.200 αστυνομικοί, 50 εργαζόμενοι των Φορέων της Τοπικής Αυτοδιοίκησης και του Κράτους και το Εφημερεύον Νοσοκομείο της Αθήνας την ημέρα του Αγώνα καθώς και δύο Κέντρα Υγείας, τα οποία ήταν στη διάθεση της διοργάνωσης. Αυτά στην ουσία αποτελούν έσοδα για τη διοργάνωση, τα οποία όμως δεν μπορούν να αποτιμηθούν.

Πιο αναλυτικά, η Οργανωτική Επιτροπή φέρει την ευθύνη της υγειονομικής κάλυψης του Αγώνα, με το σχεδιασμό και τη δημιουργία υγειονομικών σταθμών και μονάδων κατά μήκος της διαδρομής. Αναλυτικά, τόσο στην εκκίνηση, όσο κατά μήκος της διαδρομής καθώς και στον τερματισμό υπήρχε σε κάθε ένα σημείο οργανωμένο ιατρείο με έναν (1) ιατρό, ένα (1) φυσιοθεραπευτή και έναν (1) νοσηλεύτη, για οποιονδήποτε χρειαζόνταν ιατρική βοήθεια.

Επιπλέον, στη διαδρομή υπήρχαν τέσσερα ασθενοφόρα του Ε.Κ.Α.Β. τα οποία βρίσκονταν σε ετοιμότητα σε περίπτωση που χρειαζόταν να παραλάβουν κάποιον δρομέα που θα αντιμετώπιζε πρόβλημα από οποιοδήποτε σημείο της διαδρομής αλλά και σε όλο το μήκος της διαδρομής κινούνταν διαρκώς δύο μοτοσικλέτες του Ε.Κ.Α.Β. για να καλύψουν τυχόν έκτακτα περιστατικά.

Ακόμη, στον Τερματισμό (Παναθηναϊκό Στάδιο) υπήρχε ένα (1) πλήρες εξοπλισμένο ιατρείο, που περιλάμβανε:

- Μονάδα Καρδιοαναπνευστικής ανάνηψης,
- Μονάδα Αντιμετώπισης Τραυματισμών, με ιατρούς διαφόρων ειδικοτήτων (τραυματολόγους, καρδιολόγους, αναισθησιολόγους, φυσιοθεραπευτές, νοσηλευτές)
- Ασθενοφόρο-μονάδα του Ε.Κ.Α.Β.

Τέλος, το Εφημερεύον Νοσοκομείο της Αθήνας την ημέρα του Αγώνα καθώς και δύο Κέντρα Υγείας βρίσκονταν σε κατάσταση ετοιμότητας, για την πιθανή υποδοχή δρομέων.

Κοινωνική Διάσταση του ΚΜΑ

Ξεχωριστό ενδιαφέρον έχει η κοινωνική διάσταση της διοργάνωσης. Τα έσοδα που προκύπτουν από τις ομαδικές εγγραφές των μελών της Ομοσπονδίας Συλλόγων Λαϊκού Μαζικού Αθλητισμού διατίθενται από το ΣΕΓΑΣ για την ενίσχυση των σκοπών Μη Κυβερνητικών Οργανώσεων (www.sportsbiz.gr).

Με απόφαση του Δ.Σ. του ΣΕΓΑΣ, η ομαδική συμμετοχή των μαθητών σχολείων στον Αγώνα των 5 χλμ. προσφέρεται δωρεάν, κοινωνική προσφορά του ΣΕΓΑΣ στη νεολαία της χώρας (www.sportsbiz.gr).

Το Ειδικό Κέντρο Καρδιάς Αθλητών και Νέων (ΕΚΚΑΝ) του Πανεπιστημίου Αθηνών, παρέχει καρδιολογικές εξετάσεις δωρεάν σε εκατοντάδες δρομείς, κατά τη διάρκεια της Έκθεσης Μαραθώνιου (www.sportsbiz.gr).

Με αφορμή τον Μαραθώνιο, προωθείται ένα Πρόγραμμα Περιβάλλοντος σε συνεργασία με την «Περιβαλλοντική Συμμαχία 2004+» και τη χορηγία της Coca Cola Hellas (ανακύκλωση μπουκαλιών) (www.sportsbiz.gr).

Παράλληλα, χορηγούνται βιοδιασπώμενες σακούλες στους δρομείς, φιλικές προς το περιβάλλον.

Πίνακας 6 - Έξοδα της διοργάνωσης

Έξοδα ανά κατηγορία	Συνολικό Ποσό (€)
Οργανωτικά έξοδα	467.000€
a. Έξοδα Υλικών και Υπηρεσιών Διοργάνωσης	-
b. Έξοδα Κατασκευών, Υποδομών και Εξοπλισμού	-
c. Έξοδα Παράλληλων Εκδηλώσεων, Τελετών και Συνεδρίων	-
d. Έξοδα Κοινωνικής Πολιτικής	-
Έξοδα Μόνιμου και Προσωρινού Προσωπικού, Συμβούλων και Τεχνικών Συνεργατών	385.000€
Έξοδα Αθλητών	130.000€ (90.000€ πήραν οι ξένοι αθλητές και 40.000€ οι Έλληνες αθλητές)
Τελετή Έναρξης	30.000€
Συνολικά Έξοδα	1.012.000€¹⁴

¹⁴ Συνεπώς, σύμφωνα με τους Πίνακες 5 και 6 το Καθαρό Κέρδος των αγώνων ήταν 238.000€.

Έξοδα Αθλητών: τα χρηματικά έπαθλα (prims) για τους 6 πρώτους αθλητές που ήρθαν πρώτοι.

Πιο συγκεκριμένα, στον αγώνα υπήρχαν χρηματικά έπαθλα τόσο για τους έξι πρώτους νικητές και νικήτριες που ανέρχονται συνολικά στα 42.000 ευρώ, όσο και για την επίτευξη επιδόσεων και κατάρριψη ρεκόρ διαδρομής.

Πίνακας 7 – Χρηματικά έπαθλα

Χρηματικά έπαθλα (€)	Κατηγορία ανδρών	Κατηγορία γυναικών
1 ^η Θέση	6.000€	6.000€
2 ^η Θέση	5.000€	5.000€
3 ^η Θέση	4.000€	4.000€
4 ^η Θέση	3.000€	3.000€
5 ^η Θέση	2.000€	2.000€
6 ^η Θέση	1.000€	1.000€
Συνολικό Ποσό	21.000€	21.000€

Για Επίτευξη Επίδοσης κάτω από 2.14.00 στους άνδρες και 2.32.99 στις γυναίκες υπήρξε μόνους 3.000 ευρώ και για επίδοση κάτω από 2.12.00 στους άνδρες και 2.28.00 στις γυναίκες 5.000 ευρώ.

Για την κατάρριψη του ρεκόρ διαδρομής (2.10.55) στους άνδρες το πριμ ήταν 25.000 ευρώ και των γυναικών (2.26.20) 20.000 ευρώ (sports.in.gr, 05 Νοε. 2009; www.tovima.gr, 05 Νοε. 2009).

Επίσης, σε αυτή την κατηγορία εξόδων ανήκουν και τα Έξοδα Πρόσκλησης και Φιλοξενίας Αθλητών Υψηλού Επιπέδου, δηλαδή έξοδα που πραγματοποίησαν για να προσκαλέσουν elite αθλητές και να ανέβει με αυτό τον τρόπο το αγωνιστικό επίπεδο των αγώνων, αυτά περιλάμβαναν διαμονή, μεταφορές, διατροφή.

Κατόπιν τηλεφωνικής επικοινωνίας με τον κ. Χρήστο Παλλάκη, ο οποίος είναι μάνατζερ αγώνων της ομοσπονδίας και υπεύθυνος για τις κλήσεις των αθλητών, διαπιστώθηκε ότι οι elite δρομείς που προσκλήθηκαν να τρέξουν στον Μαραθώνιο ήταν 21 άτομα, 15 άνδρες και 6 γυναίκες. Οι άνδρες δρομείς ήταν: έντεκα από Κένυα, 2 από Αιθιοπία, ένας από Ιταλία και ένας από Ιαπωνία. Οι γυναίκες ήταν: μια από Ουκρανία, μια από Αιθιοπία, μια από Λευκορωσία, μια από Ρωσία, μια από Ιαπωνία

και μια από Τουρκία. Οι elite αθλητές συνοδεύονταν από πέντε συνοδούς (Αποστολές) των οποίων τα έξοδα ήταν επίσης πληρωμένα και οι οποίοι ήταν managers των αθλητών.

Έξοδα Μόνιμου και Προσωρινού Προσωπικού, Συμβούλων και Τεχνικών Συνεργατών: Τέσσερα άτομα μόνο απασχολούνται αποκλειστικά με την διοργάνωση του Μαραθωνίου όλο το χρόνο και όλο το υπόλοιπο προσωπικό τεχνικό και μη, εκείνο το χρονικό διάστημα αποτελείται από έκτακτο προσωπικό για την ομαλή διεκπεραίωση των αγώνων. Σε αυτή την κατηγορία ανήκουν επίσης και τα έξοδα της ελληνικής εταιρείας “Energy Events” η οποία έχει αναλάβει την όλη διοργάνωση των αγώνων. Επίσης σε αυτή την κατηγορία ανήκουν και τα έξοδα των υπαλλήλων του ΣΕΓΑΣ για την υπερωριακή απασχόλησή τους και οι υπόλοιποι που απασχολούνται μέσω συμβάσεων ορισμένου χρόνου.

Στατιστική ανάλυση έρευνας

Τα δεδομένα που συγκεντρώθηκαν καταχωρήθηκαν για στατιστική ανάλυση σε προσωπικό υπολογιστή στο πρόγραμμα PASW Statistics (SPSS). Για να ληφθούν πληροφορίες από τις αναλύσεις των δεδομένων, χρησιμοποιήθηκε η περιγραφική στατιστική (descriptive statistics), η οποία παρέχει μια συνολική εικόνα των γενικών χαρακτηριστικών μιας ομάδας δεδομένων, με μεθόδους όπως πίνακες, διαγράμματα και αριθμητικά περιληπτικά μέτρα.

Για τον έλεγχο της ισότητας των μέσων εξόδων όλων των ομάδων των ερωτώμενων, έγινε χρήση της στατιστικής μεθόδου **Ανάλυσης Διασποράς (Analysis of Variance – ANOVA)**, η οποία εξετάζει τη σχέση της εξαρτημένης μεταβλητής (έξοδα των ομάδων) με την ανεξάρτητη (οι ομάδες που ερευνώνται), υπολογίζοντας στην ουσία, αν η μεταβλητότητα των τιμών της εξαρτημένης μεταβλητής εξηγείται από την ανεξάρτητη μεταβλητή.

Επιπλέον, για τον έλεγχο δύο μόνο μέσων τιμών, όπως στην περίπτωση της σύγκριση των μέσων εξόδων για δρομείς και θεατές έγινε χρήση του **T-test**. Δηλαδή, για να γίνει συγκριτική μελέτη εάν τα έξοδα (εξαρτημένη μεταβλητή) που έχουν πραγματοποιήσει διαφέρουν μεταξύ της ομάδας των θεατών και δρομέων (ανεξάρτητη μεταβλητή) χρησιμοποιήθηκε το t-test για ανεξάρτητα δείγματα (independent – samples t-test). Τα αποτελέσματα αυτού του t-test έδειξαν ότι υπάρχει

διαφορά μεταξύ τους με οριακή Στατιστική Σημαντικότητα (P-Value = 0,055), αυτή η διαφορά μεταξύ των δρομέων και των θεατών έχει μόνο ενδιαφέρον ως προς τα συνολικά τους έξοδα, τα οποία είναι 66€ περισσότερα των θεατών από αυτά των δρομέων.

Επιπροσθέτως, πρέπει να επισημανθεί ότι μετρήθηκε και ο βαθμός αξιοπιστίας (εσωτερική σταθερότητα) του ερωτηματολογίου και βρέθηκε ότι ο Cronbach's Alpha (α), για τα επτά στοιχεία (τις κατηγορίες των εξόδων) είναι 0,793, γεγονός που υποδηλώνει ότι τα στοιχεία έχουν σχετικά υψηλή εσωτερική συνοχή, διότι όταν ο συντελεστής αξιοπιστίας (Cronbach's Alpha) είναι 0,70 ή μεγαλύτερος, θεωρείται αποδεκτό στις περισσότερες έρευνες των Κοινωνικών Επιστημών (Στεργιούλας, 2008). Πρέπει επίσης να σημειωθεί ότι, οποιαδήποτε tests πραγματοποιήθηκαν στη συγκεκριμένη έρευνα έγινε χρήση του συνηθισμένου επιπέδου στατιστικής σημαντικότητας $\alpha=5\%$.

Στους παρακάτω πίνακες γίνεται στατιστική παρουσίαση των ευρημάτων της μελέτης που πραγματοποιήθηκε για τον Κλασικό Μαραθώνιο Αθηνών 2009, επεξήγηση αυτών και εν συνεχεία εύρεση του Συνολικού Οικονομικού του Αντίκτυπου.

Στον **Πίνακα 8**, παρατηρούμε ότι την πρώτη ημέρα των συνεντεύξεων το δείγμα που πήραμε ήταν 206 άτομα, ενώ την δεύτερη 468 άτομα. Αυτό δικαιολογείται διότι τη δεύτερη ημέρα η προσέλευση των ατόμων ήταν μεγαλύτερη και αυτό είχε ως αποτέλεσμα τα άτομα που συμπλήρωσαν τα ερωτηματολόγια να είναι περισσότερα. Επίσης, αυτό δικαιολογείται και από το γεγονός ότι το μεγαλύτερο δείγμα μας εκείνες τις δύο ημέρες της έρευνας στην έκθεση ήταν δρομείς και οι περισσότεροι προσέρχονταν όσο το δυνατόν πιο κοντά στην ημέρα διεξαγωγής του γεγονότος. Την τρίτη ημέρα τα άτομα που συμπλήρωσαν το ερωτηματολόγιο ήταν 124, η έρευνα πραγματοποιήθηκε στο Στάδιο. Αυτό το μικρό δείγμα που υπήρξε οφειλόταν κατά κύριο λόγο στο ότι έβρεχε και ο κόσμος δεν προσήλθε στο Στάδιο.

Πίνακας 8 – Άτομα ανά Ημέρα

ΗΜΕΡΑ	Άτομα (N)	Ποσοστό Ατόμων (N %)
1	206	25,8%
2	468	58,6%
3	124	15,5%
Σύνολο	798	100%

Στον **Πίνακα 10** παρατηρούμε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των συνεντευξιαζόμενων ήταν άντρες σε ποσοστό 69% σε αντίθεση με τις γυναίκες που ήταν 31%. Αυτό όμως αποτελεί ένα αντιπροσωπευτικό δείγμα αν παρατηρήσουμε ότι το συνολικό ποσοστό των συμμετεχόντων στη διοργάνωση σύμφωνα με τον **Πίνακα 3** ήταν 73% των αντρών (αριθμός αντρών N=7503) και 27% των γυναικών (αριθμός γυναικών N=2788).

Πίνακας 9 – Άτομα ανά Φύλο

ΦΥΛΟ	Άτομα (N)	Ποσοστό Ατόμων (N %)
Γυναίκα	245	30,7%
Άνδρας	551	69,0%
ΔΞ/ΔΑ	2	,3%
Σύνολο	798	100%

Σύμφωνα με τους **Πίνακες 8** και **9**, παρατηρούμε ότι ο μέσος παρευρισκόμενος σε αυτό το event ήταν άντρας, ηλικίας 35 ετών.

Πίνακας 10 – Ηλικιακή κατανομή ατόμων

ΗΛΙΚΙΑ	Άτομα (N)	Ποσοστό Ατόμων (N %)
18-29	184	23,1%
30-39	247	31,0%
40-49	208	26,1%
50-59	120	15,0%
60+	37	4,6%
ΔΞ/ ΔΑ	2	,3%
Σύνολο	798	100%

Στους **Πίνακες 11 και 12** γίνεται διαχωρισμός των ατόμων με βάση την εθνικότητα τους, έτσι ώστε να καθορισθεί το δείγμα των ατόμων που μας ενδιαφέρει για την έρευνα και βάση του οποίου θα γίνει αναγωγή στον πληθυσμό για να μετρηθεί ο οικονομικός αντίκτυπος του γεγονότος.

Πίνακας 11 – Εθνικότητα των ατόμων

ΕΘΝΙΚΟΤΗΤΑ	Άτομα (N)	Ποσοστό Ατόμων (N %)
ΕΛΛΗΝΙΚΗ	418	52,4%
ΑΛΛΗ	379	47,5%
ΔΞ/ ΔΑ	1	,1%
Σύνολο	798	100%

Από τον **Πίνακα 11** διαπιστώνεται ότι από το 52,4% (N=418 άτομα) των ερωτηθέντων, δηλαδή περίπου το μισό δείγμα της έρευνας, ήταν Έλληνες. Στη συνέχεια, στον **Πίνακα 12** γίνεται διαχωρισμός των Ελλήνων ερωτώμενων σύμφωνα με τον *Τόπο Κατοικίας* τους. Για τους σκοπούς της έρευνας ο *Τόπος Κατοικίας* του συνόλου των ερωτώμενων χωρίστηκε σε τρεις υπο-κατηγορίες: αυτή της Αθήνας, της Υπόλοιπης Ελλάδας και των κατοίκων του Εξωτερικού. Από αυτούς τους 418 ερωτώμενους, σύμφωνα με τον **Πίνακα 13**, οι 302 (το 72,3%) ήταν κάτοικοι της Αθήνας και επομένως δεν αποτελούν μέρος της έρευνας, ενώ αυτοί που αποτελούν μέρος της έρευνας είναι 115 άτομα (27,5%) οι οποίοι δήλωσαν ότι μένουν σε πόλεις

της Υπόλοιπης Ελλάδας εκτός της Αθήνας και οι κάτοικοι του Εξωτερικού, που σύμφωνα με τον Πίνακα 11, είναι 379 (47,5%).

Πίνακας 12 – Διαχωρισμός των Ελλήνων παρευρισκομένων ανάλογα με τον τόπο κατοικίας τους

Ελληνική Εθνικότητα	Άτομα (N)	Ποσοστό Ατόμων (N %)
Αθήνα	302	72,3%
Υπόλοιπη Ελλάδα	115	27,5%
ΔΞ/ ΔΑ	1	,2
Σύνολο	418	100%

Στον Πίνακα 13, γίνεται διαχωρισμός του συνόλου των ατόμων που παρευρέθηκαν στο γεγονός σύμφωνα με την κατηγορία στην οποία ανήκουν, ανεξαρτήτου περιοχής κατοικίας τους. Το μεγαλύτερο ποσοστό είναι αυτό των δρομέων (69,9%), ακολουθούν οι θεατές με 18,7% και το υπόλοιπο διανέμεται στις άλλες κατηγορίες των ερωτηθέντων.

Πίνακας 13 – Σύνολο Ατόμων ανά κατηγορία

Κατηγορία	Άτομα (N)	Ποσοστό Ατόμων (N %)
Δρομείς (Runners)	558	69,9
Θεατές (Spectators)	149	18,7
Επίσημοι – Ανώτερα Στελέχη (Officials)	28	3,5
Αντιπρόσωποι Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης (Media)	3	,4
Χορηγοί (Sponsors)/ VIPs	16	2,0
Αποστολές Συνέδρων (Conference delegates)	10	1,3
Αντιπροσωπείες-Αποστολές (Delegations)	13	1,6
Εθελοντές (Volunteers)	19	2,4
ΔΞ/ ΔΑ	2	,3
Σύνολο	798	100,0

Εν συνεχεία, στον **Πίνακα 14** γίνεται διαχωρισμός του συνόλου των ερωτώμενων ανά κατηγορία και σύμφωνα με τον Τόπο Κατοικίας τους. Όπως προαναφέρθηκε, για τους σκοπούς της έρευνας ο *Τόπος Κατοικίας* των ερωτώμενων χωρίστηκε σε τρεις υπο-κατηγορίες, αυτή της Αθήνας, της Υπόλοιπης Ελλάδας και των κατοίκων του Εξωτερικού. Οι δύο τελευταίες υπο-κατηγορίες είναι αυτές οι οποίες θα μελετηθούν ακολούθως, ως προς τα έξοδα τους, αλλά και ως προς το μέρος διαμονής τους. Έπειτα, οι δύο τελευταίες αυτές υπο-κατηγορίες συνενώνονται σε μια που αποτελεί μια μεγαλύτερη σε εύρος αυτή των Μη Αθηναίων (Ελλήνων επισκεπτών της Υπόλοιπης Ελλάδας και επισκεπτών του Εξωτερικού μαζί). Στην αρχή, θα γίνει ανάλυση των εξόδων των δύο υπο-κατηγοριών μεμονωμένα και στη συνέχεια με την κατηγορία των εξόδων των Μη Αθηναίων, ως σύνολο πλέον, θα υπολογιστεί ο Συνολικός Οικονομικός Αντίκτυπος της διοργάνωσης αυτής.

Πίνακας 14 – Άτομα ανά κατηγορία σύμφωνα με τον Τόπο Κατοικίας τους

	ΑΘΗΝΑΙΟΙ		ΜΗ ΑΘΗΝΑΙΟΙ		ΔΞ/ ΔΑ	Σύνολο
	Αθήνα	Υπόλοιπη Ελλάδα	Εξωτερικό			
Κατηγορία	N	N	N	N		
Δρομείς (Runners)	150	86	320	2		558
Θεατές (Spectators)	91	14	44	-		149
Επίσημοι – Ανώτερα Στελέχη (Officials)	22	4	2	-		28
Αντιπρόσωποι Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης (Media)	2	-	1	-		3
Χορηγοί (Sponsors)/ VIPs	13	3	-	-		16
Αποστολές Συνέδρων (Conference delegates)	1	2	7	-		10
Αντιπροσωπείες- Αποστολές (Delegations)	4	4	5	-		13
Εθελοντές (Volunteers)	17	2	-	-		19
ΔΞ/ ΔΑ	2	-	-	-		2
Σύνολο	302	115	379	2		798

Σύμφωνα με τον **Πίνακα 14** αλλά και τον **Πίνακα 2**, δεν υπάρχουν τα συνολικά μεγέθη των ομάδων των Θεατών και των Αποστολών των αθλητών. Όσον αφορά τις ομάδες των Επισήμων-Ανώτερων Στελεχών και των Χορηγών, τα άτομα που τις αποτελούσαν, ήταν όλοι κάτοικοι Αθηνών, δηλαδή οι δαπάνες τους δεν υπολογίζονται στον συνολικό οικονομικό αντίκτυπο. Επίσης, όσον αφορά τις ομάδες των Αντιπροσώπων των media και των Εθελοντών, ενώ γνωρίζουμε τα συνολικά τους μεγέθη, το δείγμα που έχουμε δεν μας επιτρέπει την ανάλυση των εξόδων αυτών των δύο κατηγοριών διότι έχουμε μόνο 1 άτομο σε κάθε μια από τις δύο ομάδες που συμπλήρωσε την ερώτηση των εξόδων στο ερωτηματολόγιο, με αποτέλεσμα να μην μπορεί να γίνει αναγωγή στο γενικό τους σύνολο. Οι δύο ομάδες που μπορεί να γίνει στατιστική ανάλυση καθώς είναι γνωστά τα συνολικά τους μεγέθη και το δείγμα της έρευνας ικανοποιητικό, είναι η ομάδα των Δρομέων και των Αποστολών Συνέδρων.

Στατιστική ανάλυση των Δρομέων συμμετεχόντων στον ΚΜΑ 2009

Η αρχική έρευνα έδειξε ότι 51,3% των 10.291 δρομέων του ΚΜΑ 2009 ήταν κάτοικοι της Αθήνας, ως εκ τούτου αυτά τα άτομα ήταν “dead-weight” και μη επιλέξιμοι για τον υπολογισμό του οικονομικού αντίκτυπου. Αυτοί που ενδιαφέρουν την έρευνα είναι οι υπόλοιποι 5.010 Έλληνες δρομείς της Υπόλοιπης Ελλάδας και Ξένοι δρομείς του Εξωτερικού.

Στη συνέχεια θα αναλυθούν τα έξοδα τους ξεχωριστά, για τους Έλληνες δρομείς της Υπόλοιπης Ελλάδας (**Πίνακας 16**) και ξεχωριστά για τους Ξένους δρομείς του Εξωτερικού (**Πίνακας 17**), σύμφωνα με το αν διανυκτέρευαν στην Αθήνα σε εμπορική στέγαση (πχ. Ξενοδοχείο) ή σε μη εμπορική στέγαση (πχ. σε φίλους ή συγγενείς). Έπειτα, θα γίνει αναγωγή στο σύνολο των συμμετεχόντων της κάθε κατηγορίας και το τελικό ποσό και των δύο κατηγοριών θα συνυπολογιστεί στον συνολικό οικονομικό αντίκτυπο.

Όμως, για να γίνει η αναγωγή στον πληθυσμό, πρέπει να υπάρχει ο ακριβής αριθμός των Ελλήνων δρομέων που δεν ήταν κάτοικοι Αθηνών, αλλά και αυτός των δρομέων κατοίκων του Εξωτερικού, για το που διέμεναν κατά την παραμονή τους στην Αθήνα. Επειδή, τα επίσημα αυτά στοιχεία δεν δόθηκαν, προκειμένου να γίνει αυτός ο διαχωρισμός, παρά αυτά, κι εφόσον το δείγμα της έρευνας είναι αντιπροσωπευτικό, θεωρούμε ότι τα ποσοστά του δείγματος της έρευνας που αφορούν τους Έλληνες

επισκέπτες της Υπόλοιπης Ελλάδας και τους επισκέπτες του Εξωτερικού για τα μέρη που διέμεναν, αφορούν τις ομάδες αυτές και στο γενικό τους σύνολο.

Πίνακας 15 – Δρομείς του Εξωτερικού και της Υπόλοιπης Ελλάδας σύμφωνα με το μέρος διανυκτέρευσης τους

Μέρος Διανυκτέρευσης	Δρομείς Εξωτερικού		Έλληνες δρομείς Υπόλοιπης Ελλάδας	
	N	N%	N	N%
Ξενοδοχείο ή αλλού	268	83,75%	44	51,16%
Φίλοι/Συγγενείς	30	9,37%	29	33,72%
Οικία τους	11	3,44%	11	12,79%
ΔΕ/ ΔΑ	11	3,44%	2	2,33%
ΣΥΝΟΛΟ	320	100,00%	86	100,00%

Στον Πίνακα 15 παρατηρούμε ότι υπήρξε κι ένα μικρό ποσοστό που δήλωσαν ότι ήταν ξένης εθνικότητας αλλά δήλωσαν ότι θα έμειναν στην οικία τους το βράδυ. Όμως επειδή αυτό το δείγμα αφορούσε δρομείς που θα λάμβαναν μέρος στους αγώνες και εφόσον το δείγμα των δρομέων πάρθηκε εξ' ολοκλήρου στις 6 και 7 Νοεμβρίου στην Έκθεση δεν μπορεί να δικαιολογηθεί με την άποψη, ότι θα επέστρεφαν στην οικία τους το βράδυ μετά τους αγώνες. Αυτό εξηγείται από το γεγονός ότι υπήρξαν δρομείς που ήταν ξένοι μετανάστες, ζουν μόνιμα στην Ελλάδα και δήλωσαν άλλη Εθνικότητα, επομένως αυτό το ποσοστό του δείγματος δεν μπορεί να συμπεριληφθεί στην έρευνα. Αυτό βέβαια επιβεβαιώθηκε και μετά από στατιστική ανάλυση των δεδομένων της έρευνας, καθώς το συγκεκριμένο δείγμα είχε δηλώσει ότι η οικία τους βρίσκεται στην Αθήνα.

Συνεπώς, εφόσον στην έρευνα οι Έλληνες δρομείς της Υπόλοιπης Ελλάδας που διανυκτέρευσαν σε εμπορική στέγαση αποτελούν το 51,16% του δείγματος της έρευνας, στο σύνολο των Ελλήνων δρομέων της Υπόλοιπης Ελλάδας, δηλαδή στους

2.003 είναι 1025¹⁵ δρομείς. Στον **Πίνακα 16** βρίσκουμε τις αποδοτέες δαπάνες του συνόλου των Ελλήνων δρομέων, κατοίκων εκτός Αθήνας που συμμετείχαν στην διοργάνωση και έκαναν χρήση εμπορικής στέγασης.

Πίνακας 16 – Δαπάνες αποδοτέες στην εμπορική στέγαση των Ελλήνων δρομέων της Υπόλοιπης Ελλάδας

Κατηγορία	Ποσό ανά διανυκτέρευση ανά άτομο (€)	Μέσος Όρος ημερών διανυκτέρευσης	Σύνολο Δρομέων	Σύνολο Δαπανών (€)
Δωμάτιο σε ξενοδοχείο ή αλλού	62,94	1,67	1.025	107.737,55
Φαγητό & ποτό	35,79	1,67	1.025	61.263,53
Ψυχαγωγία	8,4	1,67	1.025	14.378,70
Εκδρομές/ Ταξίδια	6,88	1,67	1.025	11.776,84
Επίσημα προϊόντα των αγώνων	17,17	1,67	1.025	29.390,75
Αγορές/ Σουβενίρ	13,77	1,67	1.025	23.570,80
Άλλα (πχ πάρκινγκ/ βενζίνη)	21,75	1,67	1.025	37.230,56
Σύνολο	166,7€			285.348,73€

Ο **Πίνακας 16**, δείχνει ότι εκείνοι οι δρομείς που ήλθαν από την Υπόλοιπη Ελλάδα κάνοντας χρήση εμπορικής στέγασης παρήγαγαν συνολικά 1.712¹⁶ εμπορικές διανυκτερεύσεις, και ξόδεψαν κατά μέσο όρο 62,94€ ανά άτομο ανά διανυκτέρευση. Οι δαπάνες για την στέγαση ήταν 107.737,55€ το οποίο αντιπροσωπεύει το 37,76% του συνόλου (285.348,73€) που αποδίδεται στους δρομείς της Υπόλοιπης Ελλάδας που ήταν χρήστες εμπορικής στέγασης. Οι δαπάνες ανά άτομο ανά διανυκτέρευση ήταν 166,7€ με μια μέση διανυκτέρευση 1,67 νυχτών, το οποίο σημαίνει ότι παρέμειναν ένα Σαββατοκύριακο στην Αθήνα για τη διοργάνωση. Οι άλλες σημαντικές κατηγορίες δαπανών ήταν αυτές του φαγητού και ποτού (35,79€ ανά δρομέα) και η κατηγορία των άλλων πχ. βενζίνη, πάρκινγκ (21,75€) 21,47% και

¹⁵ Υπολογισμός του Συνόλου των δρομέων της Υπόλοιπης Ελλάδας που έκαναν χρήση εμπορικής στέγασης: 2.003 (Σύνολο Ελλήνων δρομέων Υπολ.Ελλάδας) x 51,16% (ποσοστό Ελλήνων δρομέων της Υπόλοιπης Ελλάδας που έκαναν χρήση εμπορικής στέγασης) = 1.025 δρομείς.

¹⁶ Υπολογισμός Διανυκτερεύσεων του Συνόλου των Ελλήνων δρομέων Υπολ. Ελλάδας: 1,67 (Μέσος Όρος ημερών διανυκτέρευσης των Ελλήνων δρομέων Υπολ. Ελλάδας) x 1.025 (Σύνολο δρομέων Υπόλοιπης Ελλάδας, που ήταν χρήστες εμπορικής στέγασης) = 1.712 διανυκτερεύσεις.

13,05% αντίστοιχα, που αποδίδονται στον οικονομικό αντίκτυπο των δρομέων της Υπόλοιπης Ελλάδας που έκαναν χρήση εμπορικής στέγασης.

Εν συνεχεία, η ίδια διαδικασία πραγματοποιείται για τους δρομείς του Εξωτερικού που διανυκτέρευσαν σε εμπορική στέγαση. Όσον αφορά λοιπόν, τους δρομείς του Εξωτερικού εφόσον στην έρευνα οι δρομείς του Εξωτερικού που διανυκτέρευσαν σε εμπορική στέγαση αποτελούν το 83,75% του δείγματος της έρευνας, στο σύνολο των δρομέων του Εξωτερικού, δηλαδή στους 3.007 είναι 2.519¹⁷. Στον **Πίνακα 17** βρίσκουμε τις αποδοτέες δαπάνες του συνόλου των δρομέων κατοίκων του Εξωτερικού που συμμετείχαν στην διοργάνωση και έκαναν χρήση εμπορικής στέγασης.

Πίνακας 17 – Δαπάνες αποδοτέες στην εμπορική στέγαση των δρομέων του Εξωτερικού

Κατηγορία	Ποσό ανά διανυκτέρευση ανά άτομο (€)	Μέσος Όρος ημερών διανυκτέρευσης	Σύνολο Δρομέων	Σύνολο Δαπανών (€)
Δωμάτιο σε ξενοδοχείο ή αλλού	68,3	4,95	2.519	851.636,12
Φαγητό & ποτό	37,67	4,95	2.519	469.709,11
Ψυχαγωγία	9,33	4,95	2.519	116.336,24
Εκδρομές/ Ταξίδια	18,43	4,95	2.519	229.804,59
Επίσημα προϊόντα των αγώνων	11,32	4,95	2.519	141.149,65
Αγορές/ Σουβενίρ	19,89	4,95	2.519	248.009,40
Άλλα (πχ πάρκινγκ/ βενζίνη)	6,74	4,95	2.519	84.041,40
Σύνολο	171,68€			2.140.686,50€

¹⁷ Υπολογισμός του Συνόλου των δρομέων κατοίκων του Εξωτερικού που έκαναν χρήση εμπορικής στέγασης: 3.007 (Σύνολο δρομέων Εξωτερικού) x 83,75% (ποσοστό δρομέων του Εξωτερικού που έκαναν χρήση εμπορικής στέγασης) = 2.519 δρομείς.

Ο **Πίνακας 17**, δείχνει ότι εκείνοι οι δρομείς που ήλθαν από το Εξωτερικό κάνοντας χρήση εμπορικής στέγασης παρήγαγαν συνολικά 12.469¹⁸ εμπορικές διανυκτερεύσεις, και ξόδεψαν κατά μέσο όρο 68,3€ ανά άτομο ανά διανυκτέρευση. Οι δαπάνες για την στέγαση ήταν 851.636,12€ το οποίο αντιπροσωπεύει το 39,78% του συνόλου (2.140.686,50€) που αποδίδεται στους δρομείς του Εξωτερικού που ήταν χρήστες εμπορικής στέγασης. Οι δαπάνες ανά άτομο ανά διανυκτέρευση ήταν 171,68€ με μια μέση διανυκτέρευση 4,95 νυχτών, το οποίο σημαίνει ότι παρέμειναν περίπου πέντε ημέρες στην Αθήνα για τη διοργάνωση. Οι άλλες σημαντικές κατηγορίες δαπανών ήταν αυτές του *φαγητού και ποτού* (37,67€ ανά δρομέα), των *αγορών/ σουβενίρ* (19,89€) και των *εκδρομών/ταξιδίων* (18,43€) 21,94%, 11,59% και 10,74% αντίστοιχα, που αποδίδονται στον οικονομικό αντίκτυπο των δρομέων του Εξωτερικού που έκαναν χρήση εμπορικής στέγασης.

Παρατηρούμε ότι τα συνολικά έξοδα των Ελλήνων δρομέων της Υπόλοιπης Ελλάδας με αυτά των δρομέων του Εξωτερικού, που έκαναν χρήση εμπορικής στέγασης, ανά άτομο ανά διανυκτέρευση και ανά ημέρα είναι περίπου στα ίδια μεγέθη. Αυτό που διαφοροποιεί τα έξοδα των δρομέων του Εξωτερικού είναι ότι παραμένουν περισσότερες ημέρες στην Αθήνα, με αποτέλεσμα αυτά τα έξοδα να πολλαπλασιάζονται ανάλογα με τον αριθμό των ημερών παραμονής τους.

Σύμφωνα με τον **Πίνακα 15**, εφόσον στην έρευνα οι Έλληνες δρομείς της Υπόλοιπης Ελλάδας που διανυκτέρευσαν σε μη εμπορική στέγαση αποτελούν το 46,51% του δείγματος της έρευνας (33,72% του δείγματος έμεινε σε Φίλους/Συγγενείς και 12,79% έμεινε στην Οικία του, δηλαδή ήταν από άλλα μέρη της Ελλάδας και είχαν σπίτι στην πρωτεύουσα), στο σύνολο των Ελλήνων δρομέων της Υπόλοιπης Ελλάδας, δηλαδή στους 2.003 είναι 931¹⁹. Στον **Πίνακα 18** βρίσκουμε τις αποδοτέες δαπάνες του συνόλου Ελλήνων δρομέων, κατοίκων εκτός Αθήνας που συμμετείχαν στην διοργάνωση και έκαναν χρήση μη εμπορικής στέγασης.

¹⁸ Υπολογισμός Διανυκτερεύσεων του Συνόλου των δρομέων του Εξωτερικού: 4,95 (Μέσος Όρος ημερών διανυκτέρευσης των δρομέων του Εξωτερικού) x 2.519 (Σύνολο δρομέων του Εξωτερικού, που ήταν χρήστες εμπορικής στέγασης) = 12.469 διανυκτερεύσεις.

¹⁹ Υπολογισμός του Συνόλου των δρομέων της Υπόλοιπης Ελλάδας που διανυκτέρευσαν σε μη εμπορική στέγαση: 2.003 (Σύνολο Ελλήνων δρομέων Υπολ.Ελλάδας) x 46,51% (ποσοστό Ελλήνων δρομέων της Υπόλοιπης Ελλάδας που έκαναν χρήση μη εμπορικής στέγασης) = 931 δρομείς.

Πίνακας 18 – Δαπάνες αποδοτέες σε μη εμπορική στέγαση των Ελλήνων δρομέων της Υπόλοιπης Ελλάδας

Κατηγορία	Ποσό ανά ημέρα ανά άτομο (€)	Μέσος Όρος ημερών διανυκτέρευσης	Σύνολο Δρομέων	Σύνολο Δαπανών (€)
Φαγητό & ποτό	42,18	2,69	931	105.635,17
Ψυχαγωγία	13,74	2,69	931	34.410,32
Εκδρομές/ Ταξίδια	14,01	2,69	931	35.086,50
Επίσημα προϊόντα των αγώνων	14,28	2,69	931	35.762,69
Αγορές/ Σουβενίρ	15,44	2,69	931	38.667,78
Άλλα (πχ πάρκινγκ/ βενζίνη)	29,08	2,69	931	72.827,66
Σύνολο	128,73€	2,69	931	322.390,12€

Ο Πίνακας 18 δείχνει ότι οι δρομείς της Υπόλοιπης Ελλάδας που διανυκτέρευσαν κάνοντας χρήση μη εμπορικής στέγασης ξόδεψαν κατά μέσο όρο 128,73€ ανά άτομο ανά ημέρα κατά τη διάρκεια της παραμονής τους και αυτή η υπο-κατηγορία συνέβαλε κατά 322.390,12€ στο συνολικό οικονομικό αντίκτυπο. Αυτά τα συμπεράσματα είναι βασισμένα σε μια μέση παραμονή 2,69 διανυκτερεύσεων. Αυτό σημαίνει ότι παρέμειναν περίπου τρεις ημέρες στην Αθήνα για τη διοργάνωση. Οι σημαντικές κατηγορίες δαπανών ήταν αυτές του φαγητού και ποτού (42,18€ ανά δρομέα) και η κατηγορία των άλλων πχ. βενζίνη, πάρκινγκ (29,08€) 32,77% και 22,59% αντίστοιχα, που αποδίδονται στον οικονομικό αντίκτυπο των δρομέων της Υπόλοιπης Ελλάδας που έκαναν χρήση μη εμπορικής στέγασης.

Ακολούθως, η ίδια διαδικασία πραγματοποιείται για τους δρομείς του Εξωτερικού που διανυκτέρευσαν σε μη εμπορική στέγαση. Όσον αφορά λοιπόν, τους δρομείς του Εξωτερικού εφόσον στην έρευνα οι δρομείς του Εξωτερικού που διανυκτέρευσαν σε εμπορική στέγαση αποτελούν το 9,37% του δείγματος της έρευνας, στο σύνολο των

δρομέων του Εξωτερικού, δηλαδή στους 3.007 είναι 282²⁰. Στον Πίνακα 19 βρίσκουμε τις αποδοτέες δαπάνες του συνόλου των δρομέων κατοίκων του Εξωτερικού που συμμετείχαν στην διοργάνωση και έκαναν χρήση μη εμπορικής στέγασης.

Πίνακας 19 – Δαπάνες αποδοτέες σε μη εμπορική στέγαση των δρομέων του Εξωτερικού

Κατηγορία	Ποσό ανά ημέρα ανά άτομο (€)	Μέσος Όρος ημερών διανυκτέρευσης	Σύνολο δρομέων	Σύνολο Δαπανών (€)
Φαγητό & ποτό	45,36	5,17	282	66.132,158
Ψυχαγωγία	18,63	5,17	282	27.161,422
Εκδρομές/ Ταξίδια	43,32	5,17	282	63.157,961
Επίσημα προϊόντα των αγώνων	30,87	5,17	282	45.006,608
Αγορές/ Σουβενίρ	23,63	5,17	282	34.451,122
Άλλα (πχ πάρκινγκ/ βενζίνη)	8,86	5,17	282	12.917,348
Σύνολο	170,67€			248.826,62€

Ο Πίνακας 19 δείχνει ότι οι δρομείς του Εξωτερικού που διανυκτέρευσαν κάνοντας χρήση μη εμπορικής στέγασης ξόδεψαν κατά μέσο όρο 170,67€ ανά άτομο ανά ημέρα κατά τη διάρκεια της παραμονής τους και αυτή η υπο-κατηγορία συνέβαλε 248.826,62€ στο συνολικό οικονομικό αντίκτυπο. Αυτά τα συμπεράσματα είναι βασισμένα σε μια μέση παραμονή 5,17 διανυκτερεύσεων. Αυτό σημαίνει ότι παρέμειναν περίπου πέντε μέρες και κάτι στην Αθήνα για τη διοργάνωση. Οι σημαντικές κατηγορίες δαπανών ήταν αυτές του φαγητού και ποτού (45,36€ ανά δρομέα) και η κατηγορία των εκδρομών/ταξιδιών (43,32€) 26,58% και 25,38% αντίστοιχα, που αποδίδονται στον οικονομικό αντίκτυπο των δρομέων της Υπόλοιπης Ελλάδας που έκαναν χρήση μη εμπορικής στέγασης.

²⁰ Υπολογισμός του Συνόλου των δρομέων κατοίκων του Εξωτερικού που έκαναν χρήση μη εμπορικής στέγασης: 3.007 (Σύνολο δρομέων Εξωτερικού) x 9,37% (ποσοστό δρομέων του Εξωτερικού που έκαναν χρήση μη εμπορικής στέγασης) = 282 δρομείς.

Σύμφωνα, με τους Πίνακες 16, 17, 18 και 19 παρατηρούμε τα εξής:

- Οι Έλληνες δρομείς της Υπόλοιπης Ελλάδας που έκαναν χρήση εμπορικής στέγασης ξόδεψαν περισσότερα ανά ημέρα διαμονής τους στην Αθήνα (166,7€ ανά δρομέα) από τους δρομείς της Υπόλοιπης Ελλάδας που έκαναν χρήση μη εμπορικής στέγασης (128,73€ ανά δρομέα). Σύμφωνα με τις κατηγορίες των δαπανών αυτό οφείλεται από την διαμονή τους σε ξενοδοχείο ή αλλού, καθώς παρατηρείται να μην ξόδεψαν πολλά χρήματα στις υπόλοιπες κατηγορίες.
- Οι δρομείς του εξωτερικού που έκαναν χρήση εμπορικής στέγασης (171,68€ ανά δρομέα) και οι δρομείς του εξωτερικού που έκαναν χρήση μη εμπορικής στέγασης (170,67€ ανά δρομέα) ξόδεψαν ανά ημέρα περίπου τα ίδια ποσά. Αυτό οφείλεται πιθανόν στο γεγονός ότι οι δρομείς, που έκαναν χρήση μη εμπορικής στέγασης, είχαν ένα συγκεκριμένο budget και από την στιγμή που δεν έδωσαν τα χρήματα σε δωμάτιο πχ. ξενοδοχείου επέλεξαν να πάνε εκδρομές και να αγοράσουν προϊόντα των αγώνων και άλλα σουβενίρ.
- Οι δρομείς του Εξωτερικού αλλά και οι δρομείς της Υπόλοιπης Ελλάδας που έκαναν χρήση εμπορικής στέγασης ξόδεψαν περίπου τα ίδια χρήματα κατά την παραμονή τους στην Αθήνα και τα περισσότερα χρήματα τα ξόδεψαν στις ίδιες κατηγορίες δαπανών. Τα περισσότερα χρήματα τα έδωσαν σε δωμάτιο ξενοδοχείου ή αλλού και έπεται για φαγητό και ποτό.
- Οριακής σημαντικότητας διαφορά παρουσιάζουν τα έξοδα των δρομέων του Εξωτερικού σε σχέση με τα έξοδα των δρομέων της Υπόλοιπης Ελλάδας που έκαναν χρήση μη εμπορικής στέγασης, όπου οι πρώτοι ξόδεψαν ,42€ περισσότερα. Και οι δύο ομάδες ξόδεψαν το μεγαλύτερο ποσό των χρημάτων τους για φαγητό και ποτό, έπειτα οι πρώτοι επέλεξαν να πάνε εκδρομές ενώ οι δεύτεροι ξόδεψαν τα χρήματα τους σε βενζίνη, πάρκινγκ και οτιδήποτε άλλο.
- Γενικά, ανεξαρτήτου μέρους διανυκτέρευσης και εθνικότητας παρατηρείται ότι όλοι οι δρομείς που συμμετείχαν στην διοργάνωση ξόδεψαν ανά ημέρα περίπου το ίδιο ποσό χρημάτων. Επειδή δεν υπάρχουν στοιχεία από άλλες παρόμοιες έρευνες που να είναι και επιστημονικά τεκμηριωμένα, θα ήταν ενδιαφέρον να εξεταστεί αν την επόμενη χρονιά οι δρομείς που θα συμμετέχουν στην Επετειακή διοργάνωση θα ξοδέψουν περισσότερα και σε ποιες κατηγορίες πχ επίσημα προϊόντα των αγώνων που ήδη σύμφωνα με

στοιχεία της ΟΕ έχουν τραβήξει το ενδιαφέρον του αγοραστικού κοινού μέσω της επίσημης ιστοσελίδας της διοργάνωσης ή θα είναι πολύ λιγότερα λόγω της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης.

Στατιστική ανάλυση των Αποστολών Συνέδρων συμμετεχόντων στον ΚΜΑ 2009

Η αρχική έρευνα έδειξε ότι οι 80 σύμφωνα με επίσημα στοιχεία της ΟΕ εκ των 100 συνέδρων του ΚΜΑ ήταν κάτοικοι του Εξωτερικού και οι 20 Έλληνες. Όμως, πρέπει να σημειωθεί ότι οι Έλληνες σύνεδροι, ανεξαρτήτου τόπου κατοικίας στο δείγμα της έρευνας, δεν απάντησαν στην ερώτηση που αφορούσε τα έξοδα τους και γι' αυτό το λόγο δεν μπορεί να γίνει ανάλυση των εξόδων τους. Επίσης, δεν υπήρξαν Σύνεδροι του Εξωτερικού που να επισκέφθηκαν την Ελλάδα και να έκαναν χρήση μη εμπορικής στέγασης.

Επομένως, στη συνέχεια αναλύονται τα έξοδα των Συνέδρων του Εξωτερικού, οι οποίοι έκαναν χρήση εμπορικής στέγασης (πχ. Ξενοδοχείο). Στον **Πίνακα 20** βρίσκουμε τις αποδοτέες δαπάνες του συνόλου των συνέδρων κατοίκων του Εξωτερικού που συμμετείχαν στην διοργάνωση και έκαναν χρήση εμπορικής στέγασης.

Πίνακας 20 – Δαπάνες αποδοτέες στην εμπορική στέγαση των Αποστολών Συνέδρων του Εξωτερικού

Κατηγορία	Ποσό ανά διανυκτέρευση ανά άτομο (€)	Μέσος Όρος ημερών διανυκτέρευσης	Σύνολο Αποστολών Συνέδρων	Σύνολο Δαπανών (€)
Δωμάτιο σε ξενοδοχείο ή αλλού	115,43	4,33	80	39.984,95
Φαγητό & ποτό	27,17	4,33	80	9.411,69
Ψυχαγωγία	6,33	4,33	80	2.192,71
Εκδρομές/ Ταξίδια	6,83	4,33	80	2.365,91
Επίσημα προϊόντα των αγώνων	13	4,33	80	4.503,20
Αγορές/ Σουβενίρ	26,33	4,33	80	9.120,71
Άλλα (πχ πάρκινγκ/ βενζίνη)	4,67	4,33	80	1.617,69
Σύνολο	199,76€			69.196,86€

Ο Πίνακας 20, δείχνει ότι εκείνοι οι Σύεδροι που ήλθαν από το Εξωτερικό κάνοντας χρήση εμπορικής στέγασης παρήγαγαν συνολικά 346²¹ εμπορικές διανυκτερεύσεις, και ξόδεψαν κατά μέσο όρο 115,43€ ανά άτομο ανά διανυκτέρευση.

Οι δαπάνες για την στέγαση ήταν 39.984,95€ το οποίο αντιπροσωπεύει το 58,78% του συνόλου (69.196,86€) που αποδίδεται στις Αποστολές Συνέδρων του Εξωτερικού που ήταν χρήστες εμπορικής στέγασης. Οι δαπάνες ανά άτομο ανά διανυκτέρευση ήταν 199,76€ με μια μέση διανυκτέρευση 4,33 νυχτών, το οποίο σημαίνει ότι παρέμειναν παραπάνω από τέσσερις μέρες στην Αθήνα για τη διοργάνωση. Οι άλλες σημαντικές κατηγορίες δαπανών ήταν αυτές του φαγητού και ποτού (27,17€ ανά δρομέα) και η κατηγορία των αγορών/σουβενίρ (26,33€) 4,65% και 4,51% αντίστοιχα, που αποδίδονται στον οικονομικό αντίκτυπο των Συνέδρων του Εξωτερικού που έκαναν χρήση εμπορικής στέγασης.

²¹ Σύνολο Διανυκτερεύσεων Συνέδρων Εξωτερικού = 4,33 (Μέσος Όρος ημερών διανυκτέρευσης των Συνέδρων εξωτερικού) x 80 Σύνολο Συνέδρων Εξωτερικού, που ήταν χρήστες εμπορικής στέγασης.

Οργανωτικές δαπάνες από εξωτερικές πηγές

Οι Οργανωτικές δαπάνες από εξωτερικές πηγές είναι δαπάνες που δεν μπορούν να υπολογιστούν με τη βοήθεια των ερωτηματολογίων. Τα στοιχεία που τις αποτελούν προήλθαν κατόπιν συνεντεύξεων με μέλη της ΟΕ.

Πρακτικά, ο υπολογισμός των Οργανωτικών δαπανών από εξωτερικές πηγές γίνεται αν αφαιρέσεις από το ποσό που έχει εισρεύσει στην πόλη διεξαγωγής του γεγονότος από εξωτερικές πηγές, το ποσό το οποίο διέφυγε από αυτήν.

Στην συγκεκριμένη λοιπόν μελέτη, οι Οργανωτικές δαπάνες από εξωτερικές πηγές υπολογίζονται αν από το ποσό των 200.000€ τα οποία εισέρρευσαν στην πόλη της Αθήνας μέσω των συμμετοχών (fees) των ξένων δρομέων του Εξωτερικού και των Ελλήνων δρομέων της Υπόλοιπης Ελλάδας, και το οποίο είναι το μοναδικό έσοδο που προέρχεται από εξωτερικές πηγές σύμφωνα με στοιχεία της ΟΕ, αφαιρέσεις το ποσό των 90.000€, το οποίο διέφυγε από την πόλη διεξαγωγής του γεγονότος μέσω των χρηματικών επάθλων των δρομέων του Εξωτερικού και των εξόδων πρόσκλησης και φιλοξενίας αθλητών υψηλού επιπέδου. Συνεπώς, οι Οργανωτικές Δαπάνες από εξωτερικές πηγές, ανέρχονται στα 110.000€, τα οποία και θα συνυπολογιστούν στον Συνολικό Οικονομικό Αντίκτυπο.

IV. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Πίνακας 21 – Συνολικός Οικονομικός Αντίκτυπος του Κλασικού Μαραθωνίου Αθηνών 2009

Κατηγορία	Ποσό (€)	% Συνολικός Οικονομικός Αντίκτυπος
Δρομείς	2.997.251,97	94,36%
Αποστολές Συνέδρων (Conference delegates)	69.196,86	2,18%
Υποσύνολο	3.066.448,83€	96,54%
Οργανωτικά Έξοδα	110.000	3,46%
Σύνολο	3.176.448,83€	100%

Σε αυτό το σημείο πρέπει να σημειωθεί ότι θα έπρεπε για να ολοκληρωθεί η έρευνα, να γίνει χρήση κατάλληλου Πολλαπλασιαστή για την αξιολόγηση των αθλητικών events στην Ελλάδα, για να υπολογιστεί ο Συνολικός Οικονομικός Αντίκτυπος του γεγονότος. Δηλαδή, να πολλαπλασιαστεί το 3.176.448,83€ με έναν Πολλαπλασιαστή και το αποτέλεσμα που θα εξαχθεί θα αποτελεί τον Συνολικό Οικονομικό Αντίκτυπο του ΜΚΑ 2009. Το ποσό των 3.176.448,83€ αποτελεί τον Άμεσο Οικονομικό Αντίκτυπο του ΚΜΑ 2009 στον οποίο και επιλέγεται μεθοδολογικώς να σταματήσει η έρευνα, με αυτό τον τρόπο διασφαλίζεται η αξιοπιστία των πρωτογενών αποτελεσμάτων της έρευνας καθώς με τη χρήση ενός ακατάλληλου Πολλαπλασιαστή υπάρχει πιθανότητα υπερεκτίμησης του αληθινού Οικονομικού Αντίκτυπου στην τοπική οικονομία.

Συμπερασματικά, η αξιολόγηση του Οικονομικού Αντίκτυπου του 27^{ου} Κλασικού Μαραθωνίου Αθηνών που πραγματοποιήθηκε στις 8 Νοεμβρίου 2009, είναι βασισμένη σε πληροφορίες σχετικά με αυτήν την ημερομηνία και σε κάθε προετοιμασία που έγινε στις ημέρες πριν την ημέρα του γεγονότος. Συνεπώς, οι οικονομικές επιδράσεις που δημιουργήθηκαν πριν το γεγονός από επισκέψεις στην Αθήνα από το προσωπικό της IAAF στους δώδεκα μήνες πριν τον ΚΜΑ δεν συμπεριλαμβάνονται, ομοίως και οποιεσδήποτε επιδράσεις μετά το γεγονός. Αυτό

που ισχυριζόμαστε είναι ότι αυτή η προσπάθεια είναι μια ανεξάρτητη αξιολόγηση καθαρής αλλαγής στην οικονομία της Αθήνας που εμφανίζεται ενώ διεξάγονταν το γεγονός. Είναι επομένως λογικό να συμπεράνουμε ότι ο συνολικός αντίκτυπος του Κλασικού Μαραθωνίου Αθηνών 2009 είναι μεγαλύτερος από τα **3.176.448,83€** όπως αναφέρθηκε.

V. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ – ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Σε μια κρίσιμη οικονομική περίοδο είναι σημαντικό ότι ένα αθλητικό γεγονός προσελκύει όχι μόνο τόσους πολλούς ξένους αθλητές, αλλά κυρίως και τα διεθνή μέσα μαζικής ενημέρωσης. Η χρονική διάρκεια διοργάνωσης τέτοιων γεγονότων ενθαρρύνει τους επισκέπτες να παρευρεθούν σε αυτά, προσελκύοντας ολοένα και νέους επισκέπτες που ειδιάλλως δεν θα επισκέπτονταν την συγκεκριμένη περιοχή. Αυτοί οι νέοι επισκέπτες διαφοροποιούν την αγορά και στη συνέχεια αυξάνουν την πραγματική και πιθανή δημιουργία πρόσθετου εισοδήματος. Είναι επίσης σημαντικό να επισημανθεί ότι τα γεγονότα αυτά, αποτελούν πόλους έλξης για τις πόλεις και παρέχουν δυνατότητα για περαιτέρω εκμετάλλευσή τους.

Ο Κλασικός Μαραθώνιος Αθηνών αποτελεί παράδειγμα τέτοιου γεγονότος, που προσελκύει επισκέπτες σε μη τουριστική περίοδο, εφόσον το γεγονός αυτό διεξάγεται κάθε χρόνο τον μήνα Νοέμβριο, που τότε πλέον έχει τελειώσει η τουριστική περίοδος. Αυτό σημαίνει ότι όχι μόνο φέρνουν νέους επισκέπτες, βοηθούν επίσης να κρατήσουν τους επισκέπτες στην περιοχή που διοργανώνεται, για όσο το δυνατόν περισσότερο.

Η σταθερή αυτή δημιουργία του ΚΜΑ δημιουργεί επίσης την ανάγκη για μια διαφορετική προσέγγιση στην οργάνωση και τη χρηματοδότηση του. Αυτό δημιουργεί την ανάγκη για αξιολόγηση του Οικονομικού Αντίκτυπου προκειμένου να δικαιολογηθεί η ύπαρξη του, να προσελκύσει χορηγούς και να ενεργήσει ως κίνητρο για την ανάπτυξη της αγοράς.

Συνεπώς, κάποιες προτάσεις για περαιτέρω μελέτη είναι και οι ακόλουθες:

- Η δημιουργία Πολλαπλασιαστή κατάλληλου για την αξιολόγηση των αθλητικών γεγονότων, έτσι ώστε να μπορεί να προσδιοριστεί ο Συνολικός Οικονομικός Αντίκτυπος που δημιουργείται στην πόλη διεξαγωγής τους..
- Να διεξαχθεί έρευνα με ερωτηματολόγια διαμορφωμένα σε κάθε κατηγορία συμμετεχόντων ξεχωριστά έτσι ώστε να ερευνηθεί εκτενέστερα, ο Οικονομικός Αντίκτυπος. Όμως μια τέτοια έρευνα απαιτεί τη συμμετοχή αρκετών ερευνητών καθώς είναι ιδιαίτερα μεγάλο το οικονομικό κόστος αλλά και από άποψη χρόνου είναι δύσκολο να ελεγχθεί ένας τόσο μεγάλος αριθμός συμμετεχόντων για μια διοργάνωση, τόσο μεγάλη και από άποψη γεωγραφικής έκτασης, όσο ο ΚΜΑ.
- Επιπλέον, θα ήταν πολύ σημαντικό να γίνει μια αξιολόγηση για τον πιθανό οικονομικό αντίκτυπο πριν το γεγονός και να δοθεί στους διοργανωτές, έτσι ώστε να μπορούν βάσει αυτής να αξιώσουν περισσότερες και μεγαλύτερες χορηγίες. Όμως πρέπει να σημειωθεί ότι απαιτείται αρκετός χρόνος προετοιμασίας μιας τέτοιας έρευνας και πρέπει να πραγματοποιηθεί έγκαιρα. Παρά ταύτα, αξίζει ίσως να δοθεί σημασία σε μια τέτοια εκτίμηση ειδικά όταν πρόκειται για τη μελλοντική διοργάνωση που είναι Επετειακή για τον ΜΑΡΑΘΩΝΙΟ. Επιπλέον, για να προσελκύσει όλο και περισσότερους χορηγούς θα πρέπει να γνωρίζει με τρόπο πιο τεκμηριωμένο και αποτελεσματικό, το κοινό στο οποίο απευθύνονται οι χορηγοί. Αν τελικά υπάρχει ανταποδοτικό όφελος και γι' αυτούς και αυτό θα το αποκτήσουν μόνο αν γνωρίζουν πρώτα το σύνολο των θεατών που απευθύνεται η χορηγία τους και τα χαρακτηριστικά του. Ένας τρόπος για να υπολογίσεις τους θεατές σε ένα τέτοιο event και να πλησιάσεις κάπως τον συνολικό αριθμό, σύμφωνα και με προηγούμενες έρευνες σε ανάλογο event (LIRC, 2002), είναι μέσω της τηλεόρασης. Με αυτό τον τρόπο μπορεί μέσω των καμερών που εστίαζαν στο κοινό να υπολογιστεί κάπως το κοινό σε σημεία της διαδρομής που ήταν πιο πολυπληθή, πολλαπλασιάζοντας το αριθμό των θεατών οριζόντια με τον αριθμό των θεατών κάθετα, κάτι που στη συγκεκριμένη έρευνα δεν μπόρεσε να γίνει.

VI. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΞΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Agha, N. (2002). Choosing the optimal area of economic impact. *Sportseconomics Perspectives*, 1, (2), 1-17.
- Baade, R. & Matheson, V. (2002). Bidding for the Olympics: fool's gold? In *Transatlantic Sport: the Comparative Economics of North America and European Sports*, Barros CP, Ibrahim M, Szymanski S (eds). Edward Elgar: London; pp.127–151.
- Baade, R. & Matheson, V. (2003). An Economic Slam Dunk or March Madness? Assessing the Economic Impact of the NCAA Basketball Tournament. In *Economics of college Sports*, J. Fizel and R. Fort, eds. Westport, CT: Praeger Publishers, 111-133.
- Baade, R. & Matheson, V. (2004). The Quest for the Cup: Assessing the Economic Impact of the World Cup, *Regional Studies*, 38:4, pp. 343-354.
- Bowdin, G., McDonnell, I., Allen, J. & O'Toole, W. (2001), *Events Management*, Butterworth-Heinemann, Oxford.
- Breen, H., Bull, A. & Walo, M. (2001). A comparison of survey methods to estimate visitor expenditure at a local event, *Tourism Management*, Vol.22, pp. 473-9.
- Burgan, B. & Mules, T. (1992). Economic impact of sporting events, *Annals of Tourism Research*, 19, 700–710.
- Crompton, J.L. (1995) Economic Impact Analysis of Sports Facilities and Events: Eleven Sources of Misapplication, *Journal of Sport Management*, Vol. 9, pp. 14-35.
- Daniels, M. (2004). Beyond Input-Output Analysis: Using Occupation-Based Modeling to Estimate Wages Generated by a Sport Tourism Event, *Journal of Travel Research*; 43; 75.
- Dwyer, L., Mellor, R., Mistilis, N. & Mules, T. (2000). A framework for assessing 'tangible' and 'intangible' impacts of events and conventions, *Event Management*, Vol. 6, pp. 175-89.
- Getz, D. (1997), *Event Management and Event Tourism*, Cognizant Communications, New York, NY.

- Gnoth, G., & Anwar, S.A. (2000). New Zealand bets on event tourism, *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, August, pp. 72-83.
- Gratton, C., Dobson, N. & Shibli, S. (2000). The economic importance of major sport events: A case study of six events, *Managing Leisure*, 5, 17–28.
- Gratton, C., Shibli, S., & Coleman, R. (2006). *The economic impact of major sports events: a review of ten events in the UK*, The Editorial Board of the Sociological Review.
- Gursoy, D., Jurowski, C. & Uysal, M. (2002) Resident attitudes-a structural modelling approach, *Annals of Tourism Research*, Vol. 29, pp. 79–105.
- Hall, C.M. (1992). *Hallmark Tourist Events: Impacts, management, and planning*. London, Belhaven.
- Humphreys, J. (1994) *The Economic Impact of Hosting Super Bowl XXVIII on Georgia*, Georgia Business and Economic Conditions, May-June, pp. 18-21.
- Humphreys, JM. & Plummer MK. (1995). *The Economic Impact on the State of Georgia of Hosting the 1996 Olympic Games*. Selig Center for Economic Growth: The University of Georgia.
- Hunter, WJ. (1988). *Economic impact studies: inaccurate, misleading, and unnecessary*. Study 21. Heartland Institute: Chicago.
- Janeczko, B. Mules, T. & Ritchie, B. (2002). *Estimating the Economic Impacts of Festivals and Events: A Research Guide*, Cooperative Research Centre for Sustainable Tourism
- Jones, C. (2001), Mega-events and host-region impacts: determining the true worth of the 1999 world cup, *International Journal of Tourism Research*, Vol. 3, pp. 241-51.
- Kasimati, E. (2003). Economic Aspects and the Summer Olympics: a Review of Related Research, *International Journal of Tourism Research*, 5, 433–444, Published online in Wiley InterScience (www.interscience.wiley.com). doi: 10.1002/jtr.449.
- Kelsey, C. & Ford, S. (2005). *California Parks and Recreation Society Magazine*, Conducting Economic Impact Studies in Parks and Recreation.
- Leisure Industries Research Centre - LIRC (1997). *A review of the economic impact of sport events in the UK*, Final report for the Sports Council, Sheffield Hallam University, Sheffield.

- Leisure Industries Research Centre - LIRC (1998). *An evaluation of the European short course swimming championships*, Leisure Industries Research Centre, Sheffield Hallam University, Sheffield.
- Leisure Industries Research Centre - LIRC (2002). *The 2001 IAAF World Half Marathon Championships & BUPA Bristol Half Marathon: An evaluation of the economic impact, place marketing effects and peoples' perceptions of Bristol*, Leisure Industries Research Centre, Sheffield Hallam University, Sheffield.
- Lindberg, K. & Johnson, R. L. (1997) Modelling resident attitudes toward tourism, *Annals of Tourism Research*, Vol. 24, pp. 402–424.
- Liu, J. & Var, T. (1982). Differential multipliers for the accommodation sector, *Tourism Management*, 172-187.
- Matheson, V. (2004). *Economic Multipliers and Mega-Event Analysis*, College of the Holy Cross, Department of Economics Faculty Research Series, Working Paper No. 04-02.
- McHone, W. & Rungeling, B. (2000). Practical issues in measuring the impact of a cultural tourist event in a major tourist destination, *Journal of Travel Research*, Vol. 38, pp. 299-302.
- Preuss, H. & Solberg, H.A (2006). Attracting Major Sporting Events: The Role of Local Residents *European Sport Management Quarterly*, Vol.6, No.4, December, pp. 391-411.
- Ritchie, J. & Smith, B. (1991), The impact of a mega-event on host region awareness: a longitudinal study, *Journal of Travel Research*, Vol. 30 No. 1, pp. 3-10.
- Solberg, H. A., Anderson, T. D. & Shibli, S. (2002). An exploration of the direct economic impacts from business travellers at World Championships, *Event Management*, Vol. 7, pp.151– 164.
- Thomas, R. & Wood, E. (2003). Event-based tourism: a survey of local authority strategies in the UK, *Local Governance*, Vol.29, No.1, pp.127-136.
- UK Sport, (1999). *Major events blueprint: The economics- A guide*, Prepared by the Leisure Industries Research Centre, London.
- UK Sport, (2000). *The economics: Measuring success; a blueprint for success*, London.
- UK Sport, (2004). *Measuring Success 2: The Economic Impact of Major Sport Events*, London.

- Wilson, R. (2006). The economic impact of local sport events: significant, limited or otherwise? A case study of four swimming events, *Managing Leisure*, 01 January, 11:1, 57 – 70.
- Yoon, Y. Gursoy, D. & Chen, J. S. (2001). Validating a tourism development theory with structural equation modelling, *Tourism Management*, Vol. 22, pp. 363–372.

Ελληνική Βιβλιογραφία

- Καμπίσης, Χ. (2004). Η Έρευνα στις Αθλητικές Επιστήμες. Θεσσαλονίκη, *Κεφάλαιο 4: δειγματοληψία*, σελ. 81- ΑΘ. ΤΣΙΑΡΤΣΙΑΝΗΣ Ο.Ε
- Στεργιούλας, Α., (2008). *Μεθοδολογία έρευνας με εφαρμογές στην Οργάνωση/Διαχείριση Αθλητισμού*, Σημειώσεις Παραδόσεων του Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών «Οργάνωση και Διοίκηση Αθλητικών Οργανισμών και Επιχειρήσεων», Πανεπιστήμιο Πελοποννήσου, Σπάρτη
- Thomas, J. & Nelson, J. (2003). Μέθοδοι Έρευνας στη Φυσική Δραστηριότητα, Τεύχος Β', *Κεφάλαιο 15: Περιγραφική Έρευνα*, Επιμέλεια: Καρτερολιώτης Κ.

Ηλεκτρονικές Πηγές

- Εφημερίδα ΤΟ ΒΗΜΑ, Αθήνα - Πέμπτη 5 Νοεμβρίου 2009 [19:38],
(<http://www.tovima.gr/default.asp?pid=41&nid=1071686>)
- IN.GR, 07 Νοε. 2009 - 20:07, (<http://sports.in.gr/stivos/article/?aid=10723730>).
- IN.GR, 05 Νοε. 2009 - 19:38, (<http://sports.in.gr/stivos/article/?aid=1071686>).
- Κλασικός Μαραθώνιος Αθηνών, επίσημη ιστοσελίδα
(<http://www.athensclassicmarathon.gr/>).
- Παγκόσμια Ένωση Μαραθωνίων Δρόμων (AIMS), Επίσημη Ιστοσελίδα
(http://www.aimsworldrunning.org/AIMS_Marathon_Symposium.htm).
- Παγκόσμια Ομοσπονδία Κλασικού Αθλητισμού (International Association of Athletics Federations - IAAF), Επίσημη ιστοσελίδα
(<http://runinfinity.com/2009/01/iaaf-gold-and-silver-label-races-2009.html>),
(<http://www.iaaf.org/LRR09/results/index.html>).

Sports Biz Weekly, The sports business digital edition, Πέμπτη 23 Ιουλίου 2009,
issue #13 / (<http://www.sportsbiz.gr>).

Sports Biz Weekly, The sports business digital edition, Πέμπτη 5 Νοεμβρίου 2009,
issue #23 / (<http://www.sportsbiz.gr>).

Σύνδεσμος Ελληνικών Γυμναστικών Αθλητικών Σωματείων (ΣΕΓΑΣ), Επίσημη
ιστοσελίδα (<http://www.segas.gr/segas/StaticPage2.aspx?pagenb=20428>).

UK Sport, Επίσημη ιστοσελίδα (<http://www.uksport.gov.uk/>).

18^ο Παγκόσμιο Συνέδριο της Παγκόσμιας Ένωσης Μαραθωνίων Δρόμων (AIMS),
Επίσημη Ιστοσελίδα
(<http://www.aimscongress2010.gr/html/ent/529/ent.1529.1.asp>).

Συνέντευξη

Παναγόπουλος Κώτσας, Πρόεδρος Οργανωτικής Επιτροπής Κλασικού Μαραθωνίου
Αθηνών 2009

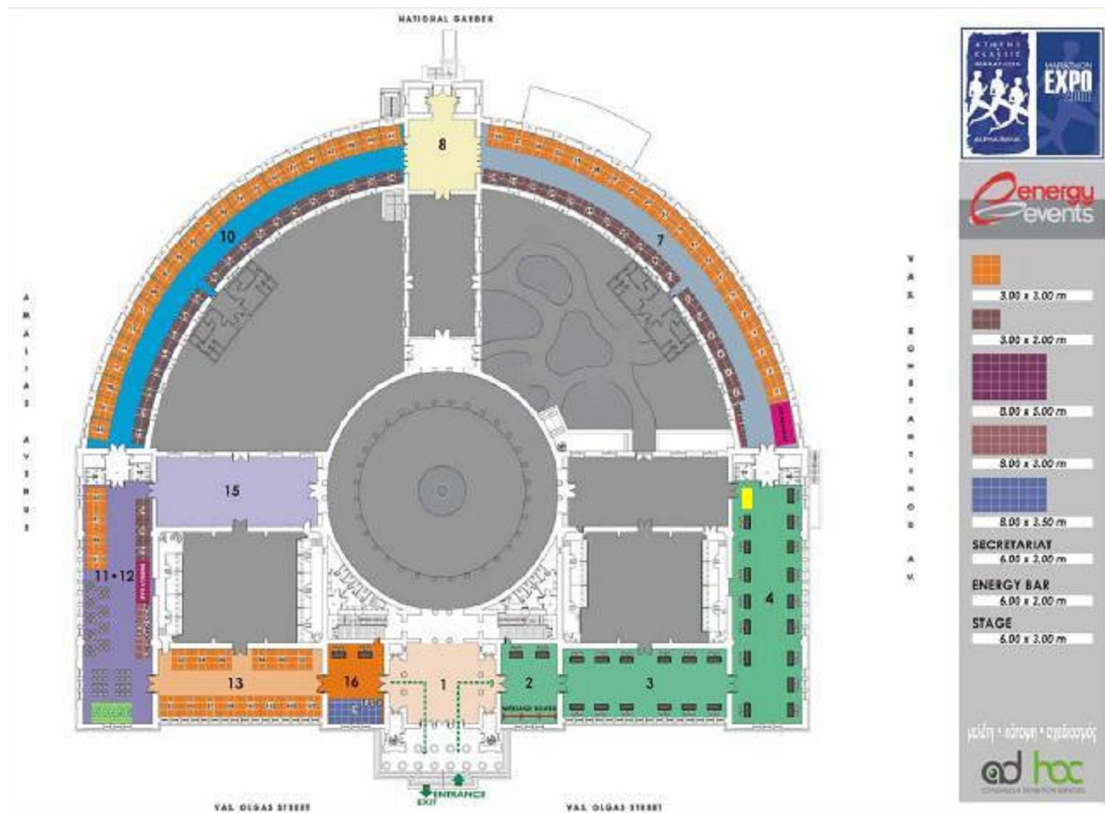
Τηλεφωνικές Συνεντεύξεις

Παλλάκης Χρήστος, Μάνατζερ αγώνων της Ομοσπονδίας και Υπεύθυνος για τις
Κλήσεις των αθλητών

Καρδαράς Γεώργιος, μέλος Δ.Σ. του Κλασικού Μαραθωνίου Αθηνών 2009

VII. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1

ΚΑΤΟΨΗ ΈΚΘΕΣΗΣ



Επισημάνσεις:

Η Έκθεση έχει μία Είσοδο και μια Έξοδο για όλους του Επισκέπτες. Η ροή του κοινού ακολουθεί τις αίθουσες:

ΕΙΣΟΔΟΣ, Αίθουσα 1 (προθάλαμος, πίνακας με το Χάρτη της Έκθεσης) - 2/3/4 (Κέντρο Εγγραφών και Διανομής Υλικού Δρομέων ΚΜΑ και στο κίτρινο τραπεζάκι ήταν το σημείο συμπλήρωσης του ερωτηματολογίου της έρευνας) - 7 (περίπου 7 εκθετών) - 8 (έξοδος κινδύνου, είσοδος και έξοδος υλικών στην διαδικασία στησίματος

και αποξήλωσης της Έκθεσης) - 10 (περίπου 10 εκθετών) - 11/12 (περίπου 11/12 εκθετών, energy bar, χώρος ξεκούρασης και ψυχαγωγίας επισκεπτών, photo opportunity points, press conference & entertainment stage, σημείο παράδοσης t-shirt) - 13 (περίπου 13 εκθετών) - 16 (περίπου 16 εκθετών), ΕΞΟΔΟΣ