



Τμήμα Οικονομικής και
Περιφερειακής Ανάπτυξης

**ΠΜΣ ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ "ΑΣΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ
ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ"**

**ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗ
ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

ΘΕΜΑ:

**«ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΩΣ ΜΟΧΛΟΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ – ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ –
ΚΑΛΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ»**

ΣΩΤΗΡΙΟΣ ΚΥΡΑΝΑΚΟΣ

ΑΜ:0817ΜΟ41

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: Κ. ΙΩΑΝΝΗΣ ΨΥΧΑΡΗΣ

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Η παρούσα διπλωματική εργασία εκπονήθηκε κατά το χειμερινό εξάμηνο του Ακαδημαϊκού Έτους 2018-19 στα πλαίσια του Μεταπτυχιακού προγράμματος Σπουδών του Τμήματος Οικονομικής και Περιφερειακής Ανάπτυξης του Παντείου Πανεπιστημίου Αθηνών, υπό την επίβλεψη του Καθηγητή κ. Ιωάννη Ψυχάρη

Για την ολοκλήρωση αυτής της προσπάθειας θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά για την πολύτιμη βοήθεια τους, τον Περιφερειάρχη Κρήτης κ. Σταύρο Αρναουτάκη, τον Περιφερειάρχη Θεσσαλίας κ. Κώστα Αγοραστό καθώς και τον κ. Νικόλαο Συριγωνάκη, Εντεταλμένο Σύμβουλο Αθλητισμού της Περιφέρειας Κρήτης, τον κ. Ευθύμιο Ρεντζιά, Αντιπεριφερειάρχη Αθλητισμού Θεσσαλίας και τον κ. Γρηγόρη Αλεξόπουλο, Αντιπεριφερειάρχη Αχαΐας. Επίσης τον Πρόεδρο του ΣΕΓΑΣ κ. Κώστα Παναγόπουλο καθώς και τον Γενικό Γραμματέα κ. Βασίλειο Σεβαστή, για την κατανόηση τους κατά το χρονικό διάστημα της φοιτήσεώς μου στο Πάντειο Πανεπιστήμιο

Δεν θα μπορούσα να ξεχάσω για την άμεση ανταπόκριση τους, τον Πρόεδρο Αθλητικού Συλλόγου Υγείας (ΑΘΛΗ.Σ.Υ.) κ. Γιώργο Αλεβυζάκη και τα μέλη του Πολιτιστικού Συλλόγου Αρκαλοχωρίου Κρήτης που κάνουν μια ξεχωριστή προσπάθεια καθώς και τους συναδέλφους μου στο ΣΕΓΑΣ για την βοήθεια αλλά και κατανόηση τους. Ένα μεγάλο ευχαριστώ επίσης χρωστάω στην Ειδική Σύμβουλο της Περιφέρειας Κρήτης κα. Ήρα Βουτσαλά, την διοίκηση και το προσωπικό στο γραφείο marketing της AEGEAN AIRLINES καθώς και στους καθηγητές του Δημοκρίτειου Πανεπιστημίου κ. Δημήτριο Γαργαλιάνο και τον κ. Γεώργιο Κώστα, τον κ. Κωνσταντίνο Αλεξανδρή από το Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο καθώς και στην κα. Παναγιώτα Μπαλάσκα, μέλος Σ.Ε.Π στο Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο. Φυσικά δεν μπορώ να μην ευχαριστήσω όλους τους καθηγητές αλλά και συμφοιτητές μου στο Τμήμα για τον επιπλέον χρόνο που διέθεταν κάθε φορά που χρειάστηκα την βοήθεια τους.

Τέλος, το πιο μεγάλο ευχαριστώ το οφείλω στον καθηγητή κ. Ιωάννη Ψυχάρη όχι μόνο γιατί στάθηκε δίπλα μου βήμα προς βήμα σε αυτή την προσπάθεια αλλά γιατί με την εμπειρία του και την διορατικότητα του με βοήθησε να μετατρέψω επαγγελματικές εμπειρίες σε ένα πολύτιμο οδηγό γνώσης για την επαγγελματική μου καριέρα και εξέλιξη.

Περιεχόμενα

ΠΡΟΛΟΓΟΣ.....	2
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	5
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΟ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	6
1.1 ΟΡΙΣΜΟΙ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	6
1.2 ΜΟΡΦΕΣ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	6
1.3 ΠΡΟΦΙΛ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΑ	9
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΕΞΕΛΙΚΤΙΚΗ ΠΟΡΕΙΑ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	12
2.1 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΔΙΑΔΡΟΜΗ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	12
2.2. ΕΥΡΩΠΑΙΚΗ ΕΝΩΣΗ ΚΑΙ ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	13
2.3. ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΜΕΛΕΤΗ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	14
2.4. ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΩΝ ΜΕΛΕΤΩΝ	16
2.5ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ	17
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ.....	19
3.1. ΝΟΜΟΘΕΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	19
3.2. ΑΝΑΛΗΨΗ / ΣΤΗΡΙΞΗ ΔΡΑΣΕΩΝ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΑΠΟ ΤΙΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΕΣ- SWOT ANALYSIS ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	20
3.3. ΚΑΛΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΕΩΝ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	30
• ΚΑΛΗ ΠΡΑΚΤΙΚΗ (BEST PRACTICE) ΔΗΜΟΣΙΟΥ ΦΟΡΕΑ (ΜΑΡΑΘΩΝΙΟΣ ΑΘΗΝΑΣ).....	30
• ΚΑΛΗ ΠΡΑΚΤΙΚΗ (BEST PRACTICE) ΙΔΙΩΤΙΚΟΥ ΦΟΡΕΑ (AEGEAN AIRLINES).....	32
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΤΟΠΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ....	36
4.1. ΠΩΣ ΕΠΗΡΕΑΖΕΤΑΙ Η ΤΟΠΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΑ ΑΠΟ ΔΡΑΣΕΙΣ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	36
4.2. ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΤΟΠΙΚΩΝ ΦΟΡΕΩΝ ΣΕ ΔΡΑΣΕΙΣ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ - ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΑΡΚΑΛΟΧΩΡΙΟΥ.....	38

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΓΕΝΙΚΕΣ ΚΑΙ ΕΙΔΙΚΕΣ ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ ΤΟΥ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	43
5.1. ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ	43
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1	47
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2 (Δηλώσεις).....	50
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	53

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Σκοπός της Εργασίας αποτελεί η παρουσίαση του Αθλητικού Τουρισμού αλλά και της αμφίδρομης σχέσης που συνδέει τον αθλητισμό και τον τουρισμό.

Ο τουρισμός, εκτός από κοινωνικό φαινόμενο είναι και οικονομική δραστηριότητα μείζονος σημασίας στην οικονομική ανάπτυξη αλλά και στην απασχόληση σχεδόν σε όλο τον κόσμο.

Στην παρούσα εργασία θα γίνει προσπάθεια ανάλυσης του τρόπου με τον οποίο μια αθλητική δραστηριότητα αποτελεί παράγοντα επιλογής ενός τουριστικού προορισμού και σε ποιο βαθμό αφήνει το οικονομικό αποτύπωμά της.

Στο πρώτο κεφάλαιο αναλύονται βασικές έννοιες όπως «αθλητικός τουρισμός» και οι μορφές του, το προφίλ του «αθλητικού τουρίστα» σε σχέση με τον τουρίστα γενικά.

Στο δεύτερο κεφάλαιο γίνεται μια σύντομη ιστορική αναδρομή και την εξέλιξη του αθλητικού τουρισμού σε διεθνές, ευρωπαϊκό αλλά και εθνικό επίπεδο, παραθέτοντας και αξιοποιώντας στατιστικά στοιχεία μελετών από τη διεθνή βιβλιογραφία.

Στην συνέχεια, γίνεται προσπάθεια προσέγγισης του αθλητικού τουρισμού ως οικονομικό φαινόμενο μέσα από καλές πρακτικές στον δημόσιο και ιδιωτικό τομέα, αναλύοντας τον τρόπο με τον οποίο συνδέεται με τις τοπικές κοινωνίες αλλά και τον τρόπο με τον οποίο συνδέονται οι δράσεις αθλητικού τουρισμού με τον οικονομικό προγραμματισμό του δευτέρου βαθμού της Αυτοδιοίκησης (των Περιφερειών της χώρας μας).

Στην εργασία αυτή εξετάζονται αθλητικές εκδηλώσεις και δραστηριότητες σε 3 από τις 5 Περιφέρειες της Ελλάδος στις οποίες ανήκουν πόλεις που φιλοξένησαν αγώνες από το επίσημο πρόγραμμα των Ολυμπιακών Αγώνων "ΑΘΗΝΑ 2004".

Εν κατακλείδι, αναγνωρίζοντας το σημαντικό ρόλο του Περιφερειακού Σχεδιασμού και του ρόλου των Περιφερειών σε εθνικό αλλά και ευρωπαϊκό επίπεδο, το παρόν πόνημα καταλήγει σε συγκεκριμένες προτάσεις που σύμφωνα με τον συγγραφέα θα βοηθούσαν στην χάραξη πολιτικής σε εθνικό αλλά κυρίως περιφερειακό επίπεδο, ώστε οι Περιφέρειες να διεκδικήσουν όσα τους αναλογούν (σε υποδομές, επενδύσεις κλπ) με βάση τα συγκριτικά τους πλεονεκτήματα, ώστε η τοπική κοινωνία να μπορέσει να κατανοήσει και να κερδίσει τα οφέλη της ανάπτυξης του αθλητικού τουρισμού στο άμεσο μέλλον.

Στο παράρτημα αναφέρονται ενδεικτικά έργα αθλητικών υποδομών από τις περιφέρειες που εξετάζονται αλλά και δηλώσεις μετά από προσωπικές συνεντεύξεις αιρετών της τοπικής αυτοδιοίκησης για τη σημασία και το ρόλο του αθλητικού τουρισμού στις περιφέρειες που εξετάζονται αλλά και την Ελλάδα γενικότερα.

Ελληνική και διεθνής βιβλιογραφία, επιστημονικά συγγράμματα και δημοσιεύσεις αξιοποιήθηκαν όπως επίσης πραγματοποιήθηκαν προσωπικές συνεντεύξεις αλλά και αξιοποίηση του διαδικτύου μέσα από ιστοσελίδες των θεσμών της ΕΕ, φορέων αλλά και ΜΜΕ.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΟ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

1.1 ΟΡΙΣΜΟΙ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Όπως παρατηρούμε στην Διεθνή Βιβλιογραφία ο Αθλητικός Τουρισμός ορίζεται μέσα από αρκετές προσεγγίσεις-έννοιες κάτι που μας φανερώνει την πολυπλοκότητα του φαινομένου.

Σύμφωνα με τον Gibson (1998), ο αθλητικός τουρισμός ορίζεται ως «ένα ταξίδι αναψυχής ή και επαγγελματικό με στόχο τα άτομα να συμμετάσχουν σε δραστηριότητες που σχετίζονται με τον αθλητισμό και την άσκηση ή ακόμα και να επισκεφτούν αθλητικά μνημεία ή διοργανώσεις».

Οι Standeven and DeKnop (1999) ορίζουν τον Αθλητικό Τουρισμό ως «την προσωρινή μετακίνηση ανθρώπων πέρα από τον τόπο μόνιμης διαμονής τους η οποία συνεπάγεται αθλητικές εμπειρίες ενεργητικής ή παθητικής ανάμιξης όπου η συμμετοχή είναι τυχαία ή και οργανωμένη».

Το Ελληνικό Υπουργείο Τουρισμού στον ορισμό του Αθλητικού Τουρισμού τον χαρακτηρίζει ως «την συμμετοχή σε αθλητικές δραστηριότητες (ενεργητικές ή παθητικές) ως επιλογή και όχι τυχαία και με πρωτεύοντα στόχο την ψυχαγωγία και την ήπια άθληση»

Συνεχίζοντας την ανάγνωση και παρατήρηση των ορισμών του Αθλητικού Τουρισμού παρατηρούμε ότι όλες αναφέρονται σε ενεργητικές ή παθητικές δραστηριότητες δίνοντας έναν «στενό» ή έναν « ευρύ» ορισμό. Ο «στενός» ορισμός αφορά στα άτομα που παρακολουθούν ή συμμετέχουν σε ένα ανταγωνιστικό αθλητικό γεγονός. Ο «ευρύς» αφορά στα άτομα που ταξιδεύουν για να συμμετάσχουν σε δραστηριότητες αθλητικής αναψυχής ενεργητικά ή παθητικά. Σε όλες όμως τις περιπτώσεις το κύριο κίνητρο της μετακίνησης είναι η αθλητική δραστηριότητα, ενεργητική ή παθητική.

1.2 ΜΟΡΦΕΣ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο Kurtzman (2005) χώρισε τα είδη του αθλητικού τουρισμού σε 5 κατηγορίες:

1. Τα αθλητικά γεγονότα (π.χ. Ολυμπιακοί Αγώνες, παγκόσμια πρωταθλήματα, διεθνείς συναντήσεις).
2. Τα αθλητικά θεάματα (π.χ. συνέδρια, μουσεία).
3. Τις αθλητικές εκδρομές (π.χ. σαφάρι, εκδρομές περιπέτειας).
4. Τα αθλητικά καταφύγια (π.χ. προπονητικά κάμπινγκ, κατασκηνώσεις).
5. Τις κρουαζιέρες (π.χ. ιστιοπλοΐα, καταδύσεις, ψάρεμα).

Ο Gibson (1998) χωρίζει τον αθλητικό τουρισμό σε άλλες στις κατηγορίες: α) παρακολούθηση κάποιου αθλητικού γεγονότος β) επίσκεψη σε κάποιο αθλητικό θέαμα και γ) ενεργητική συμμετοχή.

Με βάση τα παραπάνω γίνεται κατανοητό ότι ο Αθλητικός Τουρισμός χαρακτηρίζεται ως μια ολοκληρωμένη τουριστική εμπειρία στην οποία τα αθλήματα είτε ως ενεργητική συμμετοχή, είτε ως παθητική (θεατής) αποτελούν την βασική επιλογή του ταξιδιού (τουριστικού προορισμού). Αυτή η μοναδική αλληλεπίδραση δραστηριότητας ανθρώπων και τοποθεσίας καθιστά τον Αθλητικό Τουρισμό ένα σημαντικό οικονομικό, κοινωνικό αλλά και πολιτιστικό φαινόμενο.

Παρόλα αυτά συχνά γίνεται σύγχυση των όρων «Αθλητικού Τουρισμού» και «Τουριστικού Αθλητισμού».

Στον Αθλητικό Τουρισμό στον οποίο αναφερόμαστε, η αθλητική δραστηριότητα ή η παρακολούθηση αθλητικών γεγονότων αποτελεί το κύριο χαρακτηριστικό για την επιλογή του τουριστικού προορισμού, ενώ αντίθετα ο Τουριστικός Αθλητισμός αναφέρεται σε δραστηριότητες που πραγματοποιεί ο ταξιδιώτης αλλά τυχαία (π.χ συμμετοχή σε έναν αγώνα σε δημόσιο δρόμο ή συμμετοχή σε έναν αγώνα ποδηλασίας απλά γιατί συνέπεσαν χρονικά με την παρουσία του εκείνη την περίοδο στον τόπο που πραγματοποιείται η δραστηριότητα) και δεν αποτέλεσε κριτήριο επιλογής για το ταξίδι του)

Αναλυτικότερη προσέγγιση προκύπτει από τον Αλεξανδρή (2009) σε ότι αφορά τα είδη του Αθλητικού Τουρισμού στα οποία παρουσιάζει με παραδείγματα τις κατηγορίες με βάση τις οποίες ένας τουρίστας θα επιλέξει τον προορισμό του:

A) Παρακολούθηση Αθλητικών Συναντήσεων

- Πανευρωπαϊκό / παγκόσμιο πρωτάθλημα ποδοσφαίρου / στίβου κτλ.
- Ολυμπιακοί Αγώνες
- Αγώνες αυτοκινήτων, τένις, κτλ.
- Σπορ περιπέτειας

B) Επισκέπτες Φημισμένων Αθλητικών «Μνημείων» / «Ατραξιόν»

- Φημισμένα γήπεδα ποδοσφαίρου / καλαθοσφαίρισης (π.χ. Old Trafford, Basketball Hall of Fame, NASCAR museum,)
- Ολυμπιακές Εγκαταστάσεις

Γ) Ενεργητικός Αθλητικός Τουρισμός – Συμμετοχή σε Αθλητικές Δραστηριότητες Αναψυχής

- ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ
 1. Πεζοπορία απλή-ορεινή
 2. Ορειβασία
 3. Αναρρίχηση
 4. Καταρρίχηση (Rappel) - Κατάβαση
 5. Διάσχιση Φαραγγιού (Canyoning)
 6. Εξερεύνηση Σπηλαίων (Caving)

7. Ποδήλατο Βουνού (Mountainbike)
8. Σκι βουνού (Snowboard)
9. Αγωνιστικός Προσανατολισμός
10. Τζιπ εκτός δρόμου (JeepoffRoad)
11. Τοξοβολία Αναψυχής
12. Ιππασία (περιπάτου)
13. Κατάβαση με φουσκωτή βάρκα (Rafting)
14. Κανόε καγιάκ
15. Κολύμβηση με εξοπλισμό (Snorkeling)
16. Αυτόνομη Κατάδυση (ScubaDiving)
17. Αλιεία επιφάνειας – υποβρύχια
18. Θαλάσσιο σκι
19. Ιστιοσανίδα (windsurfing)
20. Σερφινγκ με αερόστατο (Kitesurfing)
21. Ιστιοπλοΐα αναψυχής (Sailing)
22. Αιωρόπτερο ή Αλεξίπτωτο πλαγιάς (Paragliding - Parapente)
23. Χρωματοσφαίριση (Paintball)
24. Αγώνες σε δημόσιο δρόμο (Μαραθωνίους)

Παράλληλα πολλές φορές μπορούμε να υιοθετήσουμε μια διαφορετική οπτική γωνία για τις μορφές του Αθλητικού Τουρισμού εξετάζοντας τον όχι από την σκοπιά του αθλητικού επισκέπτη όπως περιγράφηκε παραπάνω αλλά σύμφωνα με τον Kurtzman(1999), μέσα από τη σκοπιά του αθλητικού γεγονότος, εκδήλωσης ή και τόπου υλοποίησης του Αθλητικού Τουρισμού. Η οπτική αυτή γωνία αν και είναι αρκετά γενική, εντούτοις προσφέρει ένα εξαιρετικά χρήσιμο περιγραφικό οδηγό. Ο Kurtzman (1999) διακρίνει πέντε κατηγορίες οι οποίες δίνονται με παραδείγματα παρακάτω :

1. Γεγονότα – εκδηλώσεις αθλητικού τουρισμού: Ολυμπιακοί Αγώνες, τοπικά, περιφερειακά, εθνικά και διεθνή τουρνουά. Αθλητικές συναντήσεις, παγκόσμια πρωταθλήματα, φιλικά παιχνίδια, αθλητικά φεστιβάλ
2. Αθλητικές – τουριστικές ατραξιόν : αθλητικά μουσεία, αθλητικά shows και επιδείξεις, σεμινάρια και συνέδρια
3. Tours Αθλητικού τουρισμού : περπάτημα, σπηλαιολογία σαφάρι, ποδηλασία, αθλήματα περιπέτειας
4. Θέρετρα αθλητικού τουρισμού: θέρετρα γκολφ, καταδύσεων ψαρέματος, λουτροπόλεις
5. Κρουαζιέρες αθλητικού τουρισμού: κρουαζιέρες φυσικής κατάστασης και ευεξίας, κρουαζιέρες επισκέψεων σε προορισμούς με αθλητικές εγκαταστάσεις

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (World Tourism Organization [UNWTO], σε μια συνδιάσκεψη με τη Διεθνή Ολυμπιακή Επιτροπή (ΔΟΕ) που

πραγματοποιήθηκε τον Φεβρουάριο του 2001 στην Ισπανία, αναγνώρισε τη σύνδεση μεταξύ αθλητισμού και τουρισμού.

Με έρευνά του την ίδια χρονιά προσδιόρισε ότι ο αθλητισμός συμβάλλει στο Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν (ΑΕΠ) των βιομηχανοποιημένων εθνών σε ένα ποσοστό της τάξης του 1-2% και ο τουρισμός σε ποσοστό 4-6%. Παρατηρούμε λοιπόν ότι τουρισμός και αθλητισμός είναι στενά συνδεδεμένες έννοιες με έντονο οικονομικό αποτύπωμα, τόσο στη θεωρία όσο και στην πράξη.

Με δεδομένο ότι η Τουριστική Βιομηχανία στην Ελλάδα είναι ανεπτυγμένη αλλά και οργανωμένη μέσα από νομικά πλαίσια σε μεγάλο βαθμό, η ανάγκη να οργανωθεί αντίστοιχα και το φαινόμενο του αθλητικού τουρισμού οδήγησε στην δημιουργία νομοθετικού πλαισίου

Το νομοθετικό πλαίσιο για τον Αθλητικό Τουρισμό τον Αύγουστο του 2017 (Γενική Γραμματεία Αθλητισμού) από το Υπουργείο Πολιτισμού έρχεται να προσθέσει όλες τις αθλητικές δραστηριότητες αναψυχής που αφορούν τον τουρισμό με σκοπό όχι μόνο για να προβάλλει την αναγκαιότητα αλλά και το μέγεθος αναδεικνύοντας τις δυνατότητες ανάπτυξης του τουριστικού προϊόντος γενικότερα και του αθλητικού τουρισμού.

Αναγνωρίζοντας τις οικονομικές και κοινωνικές επιδράσεις του Αθλητικού Τουρισμού και επίσημα μέσα από το νομοθετικό πλαίσιο του 2017, το Υπουργείο Πολιτισμού και Αθλητισμού εκτός από την περιγραφή των εννοιών και των μορφών του Αθλητικού Τουρισμού, ξεκίνησε και την καταγραφή όλων των φορέων που ασχολούνται με τις παραπάνω δραστηριότητες για πρώτη φορά στην Ελλάδα, με σκοπό να βοηθήσει με ενημερώσεις, να πιστοποιήσει αλλά και να χρηματοδοτήσει τους φορείς αυτούς αλλά και με απώτερο σκοπό την δημιουργία ενός Εθνικού Δικτύου συνεργαζόμενων φορέων που ασχολούνται με τη διοργάνωση εκδηλώσεων Αθλητικού τουρισμού και Εναλλακτικών δραστηριοτήτων Αθλητικής Αναψυχής.

Με βάση όλα τα παραπάνω η Γ.Γ.Α και συγκεκριμένα το **Τμήμα Αθλητικού Τουρισμού και Εναλλακτικών Δραστηριοτήτων Αθλητικής Αναψυχής και Κατάρτισης** που δημιουργήθηκε το 2017 αναγνωρίζει «ως Αθλητικό Τουρισμό όλες τις αθλητικές δράσεις κατά τις οποίες πραγματοποιείται προσέλευση συμμετεχόντων (είτε ως θεατές είτε ως ενεργοί αθλητικά συμμετέχοντες) που προέρχονται από άλλες περιοχές, εντός της Ελληνικής επικράτειας, είτε από άλλες χώρες».

Εξαίρεση από τις δραστηριότητες Αθλητικού Τουρισμού για την Γενική Γραμματεία Αθλητισμού αποτελούν οι αγώνες και συναντήσεις αγωνιστικού αθλητισμού (διασυλλογικοί αγώνες, τουρνουά και meetings, βαλκανικά, μεσογειακά ευρωπαϊκά και παγκόσμια πρωταθλήματα και αγώνες) που πραγματοποιούνται στην Ελλάδα από αναγνωρισμένες ή μη ομοσπονδίες, στο πλαίσιο του Αγωνιστικού.

1.3 ΠΡΟΦΙΛ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΑ

Για την κατανόηση του Αθλητικού τουρισμού αλλά και για την εξέλιξή του, σημαντική είναι η διερεύνηση και η ανάλυση των χαρακτηριστικών και των αναγκών του αθλητικού τουρίστα, του ενεργητικού και του παθητικού, αφού η ανάλυση μπορεί να βοηθήσει στην κατανόηση των αναγκών των δυνητικών πελατών και στην ανάπτυξη προϊόντων που θα τις ικανοποιούν καλύτερα σύμφωνα με τους Harris&Harrington (2000)

Το προφίλ του ανθρώπου που κάνει αθλητικό τουρισμό είναι στην κλίμακα των κορυφαίων 5 τουριστών με τις υψηλότερες δαπάνες. Είναι πιο οργανωτικοί, τους αρέσει να ταξιδεύουν, έχουν τη συνήθεια να έχουν την οικογένεια τους, επιλέγουν να ξοδέψουν περισσότερα χρήματα για την ποιότητα της διαμονής τους ενώ παράλληλα τείνουν να επιστρέφουν στον τόπο προορισμού, που τους προσέφερε αξέχαστες εμπειρίες και δημιουργήσε μοναδικές αναμνήσεις.

Οι Gibson,Attle&Yiannakis (1997) ανέπτυξαν το βασικό προφίλ του αθλητικού τουρίστα:

- Συνήθως είναι άνδρας (24-45 ετών)
- Οικονομικά εύπορος (ετήσιο εισόδημα >20.000 ευρώ)
- Έχει κολεγιακή/ πανεπιστημιακή εκπαίδευση
- Είναι πρόθυμος να διανύσει μεγάλες αποστάσεις προκειμένου να συμμετάσχει στις αγαπημένες του δραστηριότητες
- Είναι πιθανό να ασχοληθεί αρκετά με τον αθλητικό τουρισμό ακόμα και αν συνταξιοδοτηθεί
- Τείνει να επαναλαμβάνει αθλητικές δραστηριότητες επισκεπτόμενος συχνά την ίδια διοργάνωση ή χώρο



(Σχεδιάγραμμα 1- Χαρακτηριστικά Αθλητικού Τουρίστα, Standeven&DeKnop)

Στην Ελλάδα δεν υπάρχει μεγάλη βιβλιογραφία σχετικά με το είδος και το προφίλ των τουριστών που επισκέπτονται την χώρα μας έχοντας ως κύρια επιλογή την αθλητική δραστηριότητα. Το μέγεθος της αθλητικής τουριστικής βιομηχανίας παγκοσμίως όμως εκτιμάται στα 4.5 τρισεκατομμύρια δολάρια σύμφωνα με τους Alexandris&Kaplanidou (2014)

Παράλληλα, σύμφωνα με την ίδια έρευνα γίνεται κατανοητό γιατί ο αθλητικός τουρισμός έχει αναδειχθεί διεθνώς ως μια επικερδής ,δυναμική και εξειδικευμένη αγορά στον τουρισμό με μεγάλες προοπτικές ανάπτυξης.

Στις ΗΠΑ το μέγεθος της αθλητικής τουριστικής βιομηχανία εκτιμάται σήμερα στα \$45 δισεκατομμύρια και γίνεται απόλυτα κατανοητό αν συνεκτιμηθεί με το προφίλ του Αμερικάνου Αθλητικού τουρίστα όπως φαίνεται παρακάτω:

- ✓ Καλή οικονομική κατάσταση
- ✓ Υψηλό επίπεδο εκπαίδευσης
- ✓ Ηλικία 18-44
- ✓ Πρόθυμοι να ταξιδέψουν μακριά για να βρουν αυτό που θέλουν
- ✓ Τάση να είναι «αφοσιωμένοι» τουρίστες
- ✓ 1/3 είχαν ετήσιο οικογενειακό εισόδημα: \$70.000
- ✓ 1/3 ήταν απόφοιτοι πανεπιστήμιων
- ✓ 23% κάτοχοι μεταπτυχιακών
- ✓

Όλα τα παραπάνω ενισχύονται από την έρευνα των Gibson&Yiannakis(1994), στην οποία συμμετείχαν 1.277 κάτοικοι των ΗΠΑ και στην οποία βρέθηκε ότι το 57,8% των αντρών και το 44,8% των γυναικών θα ήθελαν να παραμείνουν φυσικά δραστήριοι και να ασχοληθούν με τα αγαπημένα τους αθλήματα κατά τη διάρκεια των διακοπών τους

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΕΞΕΛΙΚΤΙΚΗ ΠΟΡΕΙΑ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

2.1 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΔΙΑΔΡΟΜΗ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο αθλητικός τουρισμός αποτελεί ένα κοινωνικό και οικονομικό φαινόμενο που έχει τις ρίζες του στην αρχαιότητα.

Από την τελευταία προ Χριστού χιλιετία και κυρίως στον Ελλαδικό χώρο αναπτύσσεται ο αθλητικός τουρισμός, με την μετάβαση των Αρχαίων Ελλήνων στους τόπους των μεγάλων πανελληνίων αγώνων που γίνονταν για να τιμήσουν τους Θεούς τους. Από το 776 π.Χ. και τους Ολυμπιακούς Αγώνες στον τόπο της Αρχαίας Ολυμπίας αλλά και τα Πύθια στους Δελφούς, τα ίσθια που γίνονταν στον ισθμό της Κορίνθου αλλά και τα Νεμέα στην περιοχή της Νεμέας είναι απλά η από διξή της επιθυμίας των ανθρώπων εδώ και 3 0 0 χρόνια να ταξιδέψουν για να παρακολουθήσουν ή να συμμετάσχουν σε ένα αθλητικό γεγονός.

Η σύνδεση βέβαια του Θρησκευτικού με τον Αθλητικό τουρισμό εκείνης της περιόδου οδήγησε στην ελαχιστοποίηση των μετακινήσεων για αυτό τον σκοπό από την αρχή της Ρωμαϊκής Περιόδου έως και το τέλος του Μεσαίωνα.

Η καλλιέργεια του αθλητισμού στα πρώτα Αμερικάνικα και Αγγλικά Πανεπιστήμια με την ταυτόχρονη υιοθέτηση ενός πιο υγιεινού τρόπου ζωής καθώς και η αναβίωση των Ολυμπιακών Αγώνων οδήγησε στην επιθυμία ξανά της συμμετοχής σε αθλητικές δράσεις μέσα από την τουριστική εμπειρία.

Η επιθυμία της συμμετοχής (ενεργητική ή παθητική) μετατράπηκε σε ισχυρό κοινωνικό και κυρίως οικονομικό φαινόμενο σε παγκόσμια κλίμακα τα τελευταία 30 χρόνια

Σύμφωνα με τους Gammon&Robinson (1997) οι λόγοι είναι κυρίως οι παρακάτω:

- Η δημοτικότητα των εθνικών και διεθνών αθλητικών γεγονότων (πρωταθλημάτων) αυξήθηκε κατακόρυφα
- Κατανοήθηκε διεθνώς η αξία ενασχόλησης με την αθλητική δραστηριότητα ως μέσο προαγωγής της υγείας
- Οι κρατικές αρχές κάθε χώρας άρχισαν να αντιλαμβάνονται τη σπουδαιότητα του αθλητισμού ως μέσου σύσφιξης των σχέσεων των λαών και άσκησης εξωτερικής πολιτικής
- Υπάρχει μεγάλη και καλά οργανωμένη προσφορά αθλητικών εκδηλώσεων παγκοσμίως
- Οι άνθρωποι που ασχολούνται με τον αθλητισμό είναι πλέον πιο ευέλικτοι στις μετακινήσεις και στην επικοινωνία τους εξαιτίας της τεχνολογικής εξέλιξης

Όλα τα παραπάνω όχι απλά οδήγησαν στο να γίνει πιο εύκολα πράξη η επιθυμία της συμμετοχής σε ένα αθλητικό γεγονός μέσα από την εμπειρία του τουρισμού αλλά και να ενισχυθεί περισσότερο η τοπική οικονομία που υποδέχεται τους αθλητικούς τουρίστες καθώς :

- Αυξάνονται τα συνοδευτικά πρόσωπα του αθλητικού τουρίστα λόγω της ευελιξίας των μετακινήσεων αλλά και τον εγκαταστάσεων διαμονής

- Αυξάνονται οι μέρες διανυκτέρευσης καθώς λόγω της ενημέρωσης και του έγκαιρου προγραμματισμού ο αθλητικός τουρίστας έχει την δυνατότητα να διαμορφώσει την άδεια από την εργασία του ανάλογα καθώς και να έχει μειωμένα κόστη μετακίνησης
- Δημιουργούνται δευτερεύοντα οικονομικά οφέλη μέσα από την αγορά αθλητικού εξοπλισμού ή αθλητικών αναμνηστικών, συμμετοχή σε παράλληλες τουριστικές δραστηριότητες (επίσκεψη σε αρχαιολογικούς ή πολιτιστικούς χώρους, δράσεις ιατρικού ή γαστρονομικού τουρισμού κτλ)
- Επιμηκύνεται η τουριστική περίοδος καθώς οι αθλητικές διοργανώσεις επεκτείνονται σε 12μηνη βάση

2.2. ΕΥΡΩΠΑΙΚΗ ΕΝΩΣΗ ΚΑΙ ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού UNWTO(2009) η Ε.Ε αποτελεί τον πρώτο Παγκόσμιο τουριστικό προορισμό ενώ αντίστοιχα ο τουρισμός αποτελεί για την Ένωση, την Τρίτη μεγαλύτερη οικονομική δραστηριότητα μετά τους τομείς του εμπορίου και τον κατασκευαστικό τομέα.

Οι αφίξεις αυτές δημιούργησαν έσοδα της τάξεως των 266 δισεκατομμυρίων ευρώ, εκ των οποίων 75 δισεκατομμύρια ευρώ από τουρίστες μη προερχόμενους από την Ένωση(2008)

Ειδικότερα σύμφωνα με τον Αλεξανδρή (2009):

- Στη Γερμανία καταγράφονται κάθε χρόνο 32 εκατομμύρια ενεργητικές (αθλητικές) διακοπές που αντιστοιχούν στο 55% όλων των τουριστικών ταξιδιών.
- Στην Ολλανδία ο Αθλητικός Τουρισμός αντιστοιχεί στο 52% όλων των τουριστικών ταξιδιών με συνολικά 7 εκατομμύρια τουριστικά ταξίδια.
- Ο Αθλητικός Τουρισμός στη Γαλλία αντιστοιχεί στο 23% όλων των τουριστικών ταξιδιών με 3.5 εκατομμύρια τουριστικά ταξίδια. Είναι χαρακτηριστικό ότι το 14% των τουριστικών γραφείων είναι εξειδικευμένα σε ενεργητικές διακοπές και το 21% των διαφημιστικών φυλλαδίων περιέχουν πληροφορίες για αθλητική συμμετοχή.
- Στη Μεγάλη Βρετανία, στο 20% των πακέτων διακοπών το ενδιαφέρον για συμμετοχή σε αθλητικές δραστηριότητες είναι πολύ υψηλό. Επιπλέον το 25% των εξόδων των επισκεπτών σχετίζεται με πακέτα στα οποία η αθλητική συμμετοχή παίζει βασικό ρόλο.
- Συνολικά στην Ευρώπη, το 5% όλων των πακέτων για διακοπές αφορούν χειμερινά σπορ, το 1% αφορούν καλοκαιρινά σπορ, το 6% αφορούν αναψυχή σε βουνά και το 10% αφορούν αναψυχή στην ύπαιθρο. Συνολικά το 26% σχετίζονται με συμμετοχή σε αθλητικές δραστηριότητες.

Τα ταξίδια που πραγματοποιήθηκαν από τους ίδιους τους ευρωπαίους πολίτες, εκτιμώνται περίπου σε 1,4 δισεκατομμύρια, εκ των οποίων το 90 % πραγματοποιείται εντός της ΕΕ. Σύμφωνα με τις εκτιμήσεις του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (ΠΟΤ), οι αφίξεις διεθνών τουριστών στην Ευρώπη αναμένεται να αυξηθούν σημαντικά στο μέλλον ενώ στην Ελλάδα, σύμφωνα με τον Ατσαλάκη (2001), το ποσοστό των αφίξεων που προέρχεται από επισκέπτες με σκοπό τον αθλητικό τουρισμό ανέρχεται μεταξύ 10-15%.

2.3. ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΜΕΛΕΤΗ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Επίσης δεν υπάρχει στατιστική μελέτη στα πλαίσια της Ευρωπαϊκής Ένωσης που να «μοιράζει» τα έσοδα της τουριστικής αγοράς ανάλογα με την κατηγορία των τουριστών.

Οι στατιστικές τουρισμού στην ΕΕ έχουν δύο κύριες συνιστώσες: τις στατιστικές σχετικά με τη δυναμικότητα και την πληρότητα των ομαδικών τουριστικών καταλυμάτων, αφενός, και τις στατιστικές σχετικά με την τουριστική ζήτηση, αφετέρου. Στα περισσότερα κράτη μέλη της ΕΕ οι πρώτες καταρτίζονται βάσει ερωτηματολογίων που συμπληρώνουν τα καταλύματα στο πλαίσιο σχετικών ερευνών, ενώ οι δεύτερες καταρτίζονται κυρίως βάσει ερευνών ταξιδιωτών στα σημεία διέλευσης των συνόρων ή βάσει ερευνών για τα νοικοκυριά.

Ο Αθλητικός τουρισμός αποτελώντας μια από τις πιο αναπτυσσόμενες μορφές τουρισμού, συμβάλει στην ανάπτυξη της απασχόλησης και της οικονομίας, καθώς και στην ανάπτυξη των περιφερειακών ή λιγότερο ανεπτυγμένων περιοχών. Η συμβολή του αθλητικού τουρισμού στην οικονομία και την απασχόληση στην ΕΕ ενισχύουν τα χαρακτηριστικά της ζήτησης για αξιόπιστες και εναρμονισμένες στατιστικές στον τομέα αυτόν, καθώς και στο ευρύτερο πλαίσιο των τομέων της περιφερειακής πολιτικής.

Σύμφωνα με μελέτες, είναι χαρακτηριστικό ότι ο αθλητικός τουρισμός θα παρουσιάσει ποσοστό ετήσιας ανάπτυξης (CAGR) 41,45% μεταξύ του 2017 και του 2021, ποσοστό που φανερώνει την τεράστια δυναμική του ενώ για παράδειγμα μια από τις κορυφαίες εταιρείες στον κόσμο, η Apple, θα έχει τον δείκτη CAGR στο 21,8%



(Πίνακας1- Δείκτης ετήσιας ανάπτυξης αθλητικού τουρισμού στην ΕΕ)

Τον Ιούνιο του 2010 εκδόθηκε από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή Ανακοίνωση στο Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, το Συμβούλιο, την Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή και την Επιτροπή των Περιφερειών ανακοίνωση με τίτλο «Η Ευρώπη, ο πρώτος τουριστικός προορισμός στον κόσμο — ένα νέο πλαίσιο πολιτικής για τον ευρωπαϊκό τουρισμό»

Σε αυτή την ανακοίνωση περιγράφεται η ανάγκη να εδραιωθεί η κοινωνικό-οικονομική γνωστική βάση για τον τουρισμό μέσα από την αναθεώρηση της 95/57ΚΕ με την συλλογή αναλυτικών στατιστικών στοιχείων στον τομέα του τουρισμού.

Για την επίτευξη αυτών των στόχων, οι δράσεις υπέρ του τουρισμού μπορούν να εστιαστούν σε τέσσερεις άξονες:

- (1) ενθάρρυνση της ανταγωνιστικότητας του τουριστικού τομέα στην Ευρώπη,
- (2) προώθηση της ανάπτυξης βιώσιμου, υπεύθυνου και ποιοτικού τουρισμού, (3) εδραίωση της εικόνας και της προβολής της Ευρώπης ως συνόλου βιώσιμων και ποιοτικών προορισμών, (4)μεγιστοποίηση του δυναμικού των πολιτικών και των χρηματοδοτικών μέσων της ΕΕ για την ανάπτυξη του τουρισμού.

Η στατιστική μελέτη του Ινστιτούτου του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΙΝΣΕΤΕ, 2014)αποτελεί επίσης, μια τεκμηριωμένη προσέγγιση στο Προφίλ του εξερχόμενου Αθλητικού τουρισμού.

Προφίλ αγορών για Αθλητικό τουρισμό 2013								
	Γερμανία	Ελβετία	Ηνωμένο Βασίλειο	Βέλγιο	Σκανδιναβία	Γαλλία	Ολλανδία	Ρωσία
Επισκέπτες σε χιλιάδες	1.204	729	562	463	424	412	214	171
Διανυκτερεύσεις σε χιλιάδες	11.197	5.103	4.665	2.778	3.138	1.813	2.440	2.787
Δαπάνη σε χιλιάδες €	1.289.484	804.816	522.098	323.174	416.792	230.720	206.938	246.753
Δαπάνη ανά ταξίδι / ημέρα	€ 1.071 / € 115	€ 1.104 / € 138	€ 929 / € 112	€ 698 / € 116	€ 983 / € 133	€ 560 / € 127	€ 967 / € 85	€ 1.443 / € 89
2 κυριότερες ηλικίες	55-64, 45-54	35-44, 55-64	35-44, 45-54	25-34, 45-54	25-34, 35-44	25-34, 45-54	45-54, 35-44	15-24, 25-34
Φύλο επισκεπτών	περισσότερες γυναίκες	περισσότεροι άνδρες	περισσότεροι άνδρες	περισσότεροι άνδρες	περισσότεροι άνδρες	περισσότεροι άνδρες	περισσότεροι άνδρες	περισσότεροι άνδρες
Οικογενειακό εισόδημα	89% ανώτερο και μέσο ανώτερο	84% ανώτερο και μέσο ανώτερο	86% ανώτερο και μέσο ανώτερο	77% ανώτερο και μέσο ανώτερο	79% ανώτερο και μέσο ανώτερο	72% ανώτερο και μέσο ανώτερο	83% ανώτερο και μέσο ανώτερο	65% ανώτερο και μέσο ανώτερο
Επίπεδο εκπαίδευσης	57% ανώτερο	88% ανώτερο	52% ανώτερο	62% μεσαίο	61% ανώτερο	64% ανώτερο	53% ανώτερο	78% ανώτερο
Διάρκεια	48% 4-7 νύχτες	72% έως 7 νύχτες	63% έως 7 νύχτες	70% 8-11 νύχτες	70% έως 7 νύχτες	87% έως 7 νύχτες	37% 8-11 νύχτες	28% 4-7 και 21% 16-22 νύχτες
Τορ προορισμοί	Νοτιοδυτική και Κεντρική Ευρώπη	Κεντρική και Νοτιοδυτική Ευρώπη	Δυτική και Νοτιοδυτική Ευρώπη	Δυτική και Κεντρική Ευρώπη	Νοτιοδυτική και Βόρεια Ευρώπη	Δυτική και Νοτιοδυτική Ευρώπη	Δυτική και Κεντρική Ευρώπη	Ανατολική και Νοτιοδυτική Ευρώπη
Μέσα ενημέρωσης	Internet και ταξιδιωτικό οδηγό	Internet και φίλοι/συγγενείς	Internet και ταξιδιωτικό γραφείο	Internet και φίλοι/συγγενείς	Internet και περιοδικά	Internet και φίλοι/συγγενείς	Internet και ταξιδιωτικό γραφείο	Internet και ταξιδιωτικό γραφείο
Κράτηση	Internet και ξενοδοχείο ή άλλο κατάλυμα	Internet και ξενοδοχείο ή άλλο κατάλυμα	Internet και ξενοδοχείο ή άλλο κατάλυμα	Internet, ξενοδοχείο ή άλλο κατάλυμα και ταξιδιωτικό πρακτορείο	Internet και ταξιδιωτικό πρακτορείο	Internet και ταξιδιωτικό πρακτορείο	Internet και ξενοδοχείο ή άλλο κατάλυμα	Internet και γραφείο μεταφ. μέσου
Προγραμματισμός	32% 4-6 μήνες πριν	44% έως και 1 μήνα πριν	38% 4-6 μήνες πριν	57% έως και 1 μήνα πριν	41% 2-3 μήνες πριν	58% έως και 1 μήνα πριν	32% 4-6 μήνες πριν	81% έως και 1 μήνα πριν

Πηγή: IPK International, σταθμάσια SETE Intelligence

(Πίνακας 2 – Προφίλ αγορών για αθλητικό τουρισμό)

Παρατηρούμε ότι μέσα από την συγκεκριμένη έρευνα μπορούμε να σχηματίσουμε όχι μόνο εικόνα για τον τρόπο που αποφασίζει να συνδυάσει τον αθλητισμό και τον τουρισμό, ο πολίτης μιας μεγάλης Ευρωπαϊκής χώρας αλλά

παράλληλα να μελετήσουμε το προφίλ του αθλητικού τουρίστα των συγκεκριμένων χωρών, καθώς η Ελλάδα για τους πολίτες αυτών των χωρών αποτελεί βασική επιλογή για τον τουριστικό τους προορισμό.

Στον παραπάνω πίνακα 2, αποτελούν ιδιαίτερα χρήσιμα στοιχεία:

Το κόστος διανυκτέρευσης ανά ημέρα (παρατηρούμε ότι έχουν διάθεση να ξοδέψουν περισσότερα οι επισκέπτες από την Γερμανία, την Γαλλία και Ελβετία όπως και από τις Σκανδιναβικές χώρες). Επίσης, το σύνολο των διανυκτερεύσεων, καθώς και ο συνολικός αριθμός των επισκεπτών (παρατηρούμε ότι επισκέπτες που ενδιαφέρονται περισσότερο να συνδυάσουν τον αθλητισμό με την τουριστική δραστηριότητα είναι οι Γερμανοί και οι Ελβετοί αλλά οι Ρώσοι με τους Ολλανδούς διαθέτουν περισσότερες ημέρες κατά Μ.Ο). Επιπλέον, οι ηλικιακές ομάδες των επισκεπτών, καθώς και το οικογενειακό τους εισόδημα (οι Γερμανοί επισκέπτες είναι μεγαλύτερης ηλικίας και υψηλού οικονομικού εισοδήματος ενώ οι επισκέπτες που συνδυάζουν τον τουρισμό με τον αθλητισμό από Ρωσία και τις Σκανδιναβικές χώρες ανήκουν σε πολύ μικρότερο ηλικιακό group). Οι προορισμοί που κατευθύνονται οι αθλητικοί τουρίστες (μελετάμε τους ανταγωνιστές στον αθλητικό τουρισμό, εξετάζουμε τις τάσεις στην διεθνή αγορά). Οι τρόποι ενημέρωσης με βάση των οποίων επιλέχθηκε ένας τουριστικός προορισμός (η επικοινωνία μέσω του διαδικτύου κερδίζει όλο και περισσότερο έδαφος και στον αθλητικό τουρισμό-επομένως είναι απαραίτητο να, στηρίζουμε, να ενισχύσουμε, ίσως και να σχεδιάσουμε – rebranding- ξανά την επικοινωνιακή στρατηγική μας για την προβολή των προορισμών της Χώρας μας που δημιουργούν συνθήκες να αναπτυχθεί ο αθλητικός τουρισμός

Τέλος, οι τρόποι κράτησης καθώς και ο προγραμματισμός τους (παρατηρούμε ότι από Γερμανία αλλά και από Μεγάλη Βρετανία, ένα μεγάλο μέρος των κρατήσεων έγινε 6 μήνες πριν, κάτι που σημαίνει ότι πρέπει να υπάρχει και ανάλογη και έγκαιρη προετοιμασία σε οργάνωση και ενημέρωση για το σύνολο των δραστηριοτήτων που μπορούν να γίνουν προϊόν αθλητικού τουρισμού)

2.4. ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΩΝ ΜΕΛΕΤΩΝ

Τα παραπάνω συμπεράσματα, συνδυαστικά, μπορούν να αποτελέσουν ένα χρήσιμο οδηγό για τις τουριστικές επιχειρήσεις που για παράδειγμα διαθέτουν εξοπλισμό ή βρίσκονται δίπλα σε οργανωμένη παραλία με θαλάσσιες δραστηριότητες (scuba diving- ιστιοπλοΐα, ιστιοσανίδα, θαλάσσιο σκι) και προσπαθούν να προσεγγίσουν επισκέπτες από το εξωτερικό.

- ❑ Οι ξενοδοχειακές μονάδες ή τα ενοικιαζόμενα καταλύματα που θέλουν να ενισχύσουν τον βαθμό πληρότητας τους χωρίς όμως να προβούν σε μεγάλες μειώσεις στην τιμολογιακή πολιτική τους θα ενδιαφερθούν περισσότερο για την Γερμανική, την Ελβετική αλλά και την Σκανδιναβική αγορά. Αντίθετα, οι τουριστικές μονάδες που ενδιαφέρονται να επεκτείνουν την τουριστική περίοδο τους κάνοντας μεγαλύτερες μειώσεις στην τιμολογιακή τους πολιτική θα ενδιαφερθούν για την αγορά της Ολλανδίας και της Ρωσίας καθώς οι επισκέπτες από τις συγκεκριμένες χώρες φαίνεται ότι ξοδεύουν λιγότερα ανά ημέρα διαμονής αλλά μένουν περισσότερες ημέρες.

- Επίσης, αν οι δραστηριότητες που μπορεί να παρέχει ή βρίσκεται σε κοντινή απόσταση (walking distance) μια ξενοδοχειακή μονάδα αφορά επισκέπτες μικρότερης ή μεγαλύτερης ηλικίας. Για παράδειγμα, μια ξενοδοχειακή μονάδα που βρίσκεται σε μια λίμνη που μπορείς να κάνεις rafting αλλά με μεγάλο βαθμό επικινδυνότητας πιθανών να ενδιαφέρει περισσότερο επισκέπτες από Ρωσία και Σκανδιναβία που είναι κυρίως ηλικίας 25-44 ενώ δίπλα σε μια λίμνη με ήρεμα νερά μπορούν να κάνουν rafting άτομα μεγαλύτερης ηλικίας, επομένως θα είναι πιο εύκολο να αναζητηθούν από τις χώρες της Γερμανίας ή της Ελβετίας που ηλικιακά βρίσκονται από 35-64.

Μελετώντας αναλυτικά το προφίλ των Αθλητικών τουριστών από τις Χώρες της Βόρειας Ευρώπης κυρίως αλλά και όχι μόνο, παρατηρείται ότι για την επιλογή του τελικού προορισμού (πόλης αλλά και επιλογή αθλητικών δραστηριοτήτων) απαιτείται η έγκαιρη αλλά και οργανωμένη πληροφόρηση σχετικά με το χρονοδιάγραμμα των αθλητικών δράσεων καθώς και τον τρόπο συμμετοχής σε αυτούς. Σε αντίθεση με τον Τουριστικό Αθλητισμό όπου ο τουρίστας απλά απολαμβάνει την συμμετοχή σε μια αθλητική δραστηριότητα που προέκυψε κατά την διαμονή του στον τόπο που έχει επιλέξει, ο Αθλητικός Τουρισμός αποτελεί μια συνειδητή επιλογή τοποθεσίας με βάση την συμμετοχή σε αθλητικές δραστηριότητες και απαιτεί προγραμματισμό 3 μηνών τουλάχιστον.

2.5 ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ

Σύμφωνα με μελέτες, η παγκόσμια αγορά του αθλητικού τουρισμού αναμένεται να καταγράψει αύξηση στο δείκτη CAGR πάνω από 36% κατά την περίοδο 2019-2023, σύμφωνα με την τελευταία έκθεση έρευνας της αγοράς της Technavio που δημοσιεύτηκε τον Ιανουάριο του 2019



(Πίνακας 3- Αύξηση δείκτη CAGR για 2019-2023)

Αντίστοιχα σε έρευνα που παρουσίασε το «EASTERN FINLAND UNIVERSITY» παρατηρούμε ότι στα επόμενα χρόνια αναμένεται ο αθλητικός τουρισμός να αγγίξει το 25% της συνολικής τουριστικής δραστηριότητας

Benefits / Values of sports tourism



Global sports tourism market

2016 \$ 1.41 trillion
2021, \$5.72 trillion

Expected growth rate is **41%** in 4 years

05.12.17

Tourist Behavior / Sport tourism

7

(Πίνακας 4- Πλεονεκτήματα/Αξία του αθλητικού τουρισμού σε παγκόσμιο επίπεδο)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ

3.1. ΝΟΜΟΘΕΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Η απόφαση του Ευρωπαϊκού κοινοβουλίου(2006) για την καθιέρωση της Λευκής Βίβλου για τον αθλητισμό είναι ουσιαστικά η πρώτη συνολική πρωτοβουλία σε Ευρωπαϊκό επίπεδο με την οποία καταγράφεται ο αθλητισμός μέσα από την τουριστική δραστηριότητα. Η Λευκή Βίβλος αποτελεί την πρώτη πρωτοβουλία μεγάλης κλίμακας για τον αθλητισμό σε ευρωπαϊκό επίπεδο και παρέχει στρατηγικές κατευθύνσεις για το ρόλο του αθλητισμού στην Ευρωπαϊκή Ένωση (ΕΕ), ιδίως σε κοινωνικό και οικονομικό επίπεδο

Ουσιαστικά η αναγνώριση του κοινωνικού αλλά και οικονομικού ρόλου του αθλητισμού στην Ευρωπαϊκή κοινωνία αποτέλεσε την βάση πάνω στην οποία η Λευκή Βίβλος περιγράφει τις αλληλεπιδράσεις του αθλητισμού στις πολιτικές της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Ειδικότερα, σύμφωνα με τον Ατσαλάκη(2009) η Λευκή Βίβλος χαράσσει ουσιαστικά μια πολιτική ενθάρρυνσης διαλόγου φορέων και πολιτικών αρχών μέσα από προγράμματα αθλητικής μετακίνησης ενώ παράλληλα δημιουργεί νέες ευκαιρίες χρηματοδότησης στον τομέα του αθλητισμού και των αθλητικών δραστηριοτήτων.

Στην Ελλάδα η Γ.Γ.Α ανέλαβε το 2017 να συντάξει πλαίσιο με απώτερο σκοπό τη διαμόρφωση και προβολή ενός Εθνικού Χάρτη Αθλητικού Τουρισμού ενώ παράλληλα προωθεί για πρώτη φορά πρόγραμμα πιστοποίησης φορέα αθλητικού τουρισμού. Αναλυτικά το Τμήμα Αθλητικού Τουρισμού και Εναλλακτικών Δραστηριοτήτων Αθλητικής Αναψυχής και Κατάρτισης είναι αρμόδιο για:

- Τον σχεδιασμό, την υποστήριξη και ανάπτυξη δραστηριοτήτων Αθλητικού Τουρισμού και Τουριστικού Αθλητισμού.
- Τη συνεργασία, το συντονισμό και την υποστήριξη φορέων υλοποίησης Αθλητικού Τουρισμού, αθλητικών φορέων, τοπικής αυτοδιοίκησης Α΄ και Β΄ βαθμού και συνεργατικών μορφών για την προβολή και διοργάνωση εναλλακτικών αθλητικών δραστηριοτήτων.
- Την προώθηση και υποστήριξη Αθλητικών Διοργανώσεων στην Ελλάδα
- Την πιστοποίηση, εποπτεία και υποστήριξη των φορέων Άθλησης για Όλους και όλων των εναλλακτικών δραστηριοτήτων άθλησης, άσκησης, αναψυχής και φυσικής δραστηριότητας στο φυσικό περιβάλλον, χειμερινών και θαλάσσιων δραστηριοτήτων (π.χ. δρόμοι υγείας, ποδηλασία δρόμου και βουνού, πεζοπορίας, αναρρίχησης, ορειβασίας, κατάβασης αιωροπτερισμού, αλιείας, καταδύσεων, rafting), εναλλακτικής γυμναστικής (pilates, yoga κ.λπ.), διάσχισης και Ιππασίας Περιπάτου, Παιχνιδιών Προσανατολισμού και εν γένει οικοτουρισμού.
- Την εποπτεία και υποστήριξη του εργασιακού αθλητισμού

- Την πραγματοποίηση επιτόπιων ελέγχων στους φορείς υλοποίησης των παραπάνω δραστηριοτήτων Αθλητικού Τουρισμού και εναλλακτικών Αθλητικών Δραστηριοτήτων.
- Την τήρηση ηλεκτρονικού αρχείου των φορέων, διαμόρφωση κριτηρίων οικονομικής ενίσχυσης προγραμμάτων και εκδηλώσεων Αθλητικού Τουρισμού και Εναλλακτικών Δραστηριοτήτων Αθλητικής Αναψυχής και εισήγηση για το σκοπό αυτό.
- Την ανάπτυξη του Αθλητικού Τουρισμού και εναλλακτικών αθλητικών δραστηριοτήτων σε συνεργασία με τα αρμόδια Τμήματα.
- Τη μέριμνα για την έκδοση εντολής προς την αρμόδια Οικονομική Διεύθυνση δέσμευσης ποσού και χρηματοδότησης φορέων υλοποίησης.
- Τον προσδιορισμό, καθορισμό και τη διαμόρφωση του ενιαίου κανονιστικού πλαισίου λειτουργίας των Σχολών Εκπαιδευτών Αθλητικής Αναψυχής της Γ.Γ.Α.
- Τον προγραμματισμό, την ίδρυση και λειτουργία των Σχολών Εκπαιδευτών Αθλητικής Αναψυχής.
- Τη διαπίστωση της συνδρομής των προϋποθέσεων περί συμμετοχής των υποψηφίων στις Σχολές Εκπαιδευτών Αθλητικής Αναψυχής και την παρακολούθηση της τήρησης των όρων λειτουργίας αυτών.
- Την αξιολόγηση των υποβαλλόμενων στοιχείων στην υπηρεσία, από τους κατά περίπτωση αρμοδίους, μετά το πέρας της λειτουργίας των Σχολών Εκπαιδευτών Αθλητικής Αναψυχής.
- Τον καθορισμό όρων και προϋποθέσεων χορήγησης άδειας για ίδρυση σχολών εκπαιδευτών χειραίων και θαλασσίων μέσων άθλησης και αναψυχής και την πιστοποίηση αυτών.
- Τους όρους και προϋποθέσεις χορήγησης, ανανέωσης και ανάκλησης της άδειας άσκησης επαγγέλματος εκπαιδευτών χειραίων και θαλασσίων μέσων άθλησης και αναψυχής και εν γένει δραστηριοτήτων αθλητικού τουρισμού και τουριστικού αθλητισμού.
- Την τήρηση ψηφιακού μητρώου Εκπαιδευτών ανά δραστηριότητα.

Με αυτό τον τρόπο δημιουργεί τις προϋποθέσεις για περισσότερες και αρτιότερες σε εγκαταστάσεις, αθλητικές διοργανώσεις. Ενισχύει τις τοπικές κοινωνίες με την χρηματοδότηση προγραμμάτων που αφορούν την πραγματοποίηση Αθλητικών διοργανώσεων. Προάγει τη συνεργατική και συντονισμένη προσέγγιση μεταξύ των κρατών-μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης μέσω της αθλητικής μετακίνησης. Επίσης, ενισχύει τον κοινωνικό ρόλο του αθλητισμού μέσω της μετακίνησης φοιτητών στις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης στα πλαίσια του προγράμματος Erasmus+

3.2. ΑΝΑΛΗΨΗ / ΣΤΗΡΙΞΗ ΔΡΑΣΕΩΝ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΑΠΟ ΤΙΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΕΣ- SWOT ANALYSIS ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Η ηθική και κυρίως η υλική υποστήριξη δράσεων Αθλητικού Τουρισμού από τον προϋπολογισμό των Περιφερειών της Χώρας, αποτελεί βασική προϋπόθεση για

την στήριξη αλλά και δημιουργία αθλητικών δράσεων που θα αποτελέσουν κίνητρο τουριστικής επιλογής.

Αναζητώντας τους προϋπολογισμούς της κάθε Περιφέρειας όπως αποφασίστηκαν στο Περιφερειακό τους Συμβούλιο παρατηρούμε ότι ενώ ο νόμος καθορίζει την πλήρη ανάρτηση των οικονομικών στοιχείων (πόσα χρήματα θα διατεθούν και σε ποια Περιφερειακή ενότητα) και αυτό τηρείται απαρέγκλιτα από όλες τις Περιφέρειες της Χώρας, δεν είναι εύκολη η άντληση τεκμηριωμένων πληροφοριών με σκοπό την στατιστική ανάλυση. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι τα οικονομικά στοιχεία δεν παρουσιάζονται με την ίδια κωδικοποιημένη μορφή για κάθε περιφέρεια ενώ ακόμη και για την ίδια περιφέρεια η ταξινόμηση μπορεί να διαφοροποιείται ακόμη και εντός της θητείας μιας περιφερειακής αρχής.

Παρατηρείται για παράδειγμα την μια χρονιά στον προϋπολογισμό της Περιφέρειας να αναφέρονται μαζί ο Πολιτισμός και ο Αθλητισμός ενώ ακριβώς την επόμενη αυτό αλλάζει και αναφέρονται ξεχωριστά. Αυτό δυσκολεύει την στατιστική τους μελέτη καθώς δεν μπορούν να συγκριθούν προϋπολογισμοί που αναφέρονται σε διαφορετικές δραστηριότητες

Γι' αυτή την μελέτη μας από το σύνολο των 13 Περιφερειών της χώρας μας, επελέγη να μελετηθούν 3 Περιφέρειες (Κρήτης, Θεσσαλίας, Δυτικής Ελλάδος) που έχουν τα παρακάτω κοινά χαρακτηριστικά

- Έχουν την ίδια Περιφερειακή Αρχή 2 συνεχόμενες θητείες και κάνει πιο εύκολη και κυρίως πιο αντιπροσωπευτική την σύγκριση των προϋπολογισμών τους
- Στηρίζουν αθλητικές δραστηριότητες με γνώμονα την προσέλκυση τουριστών ενώ παράλληλα προγραμματίζουν την δημιουργία γραφείου Αθλητικού Τουρισμού
- Έχουν περίπου τον ίδιο πληθυσμό και αποτέλεσαν τις 3 Περιφέρειες που φιλοξένησαν (εκτός από Αθήνα και Θεσσαλονίκη) αγώνες από το επίσημο πρόγραμμα των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004

Η μεθοδολογία που θα χρησιμοποιηθεί για να μελετήσουμε τις 3 συγκεκριμένες περιφέρειες είναι η SWOT ANALYSIS.

Η SWOT ANALYSIS αποτελεί ένα εργαλείο στρατηγικού σχεδιασμού το οποίο χρησιμοποιείται για την ανάλυση του εσωτερικού και εξωτερικού περιβάλλοντος μίας επιχείρησης, μιας περιοχής ή ακόμα και ενός φορέα όταν αυτός καλείται να λάβει μία απόφαση σε σχέση με τους στόχους που έχει θέσει και με σκοπό την επίτευξή τους

Μέσα από την συγκεκριμένη μέθοδο, γίνεται για πρώτη φορά μια καταγραφή των δυνατών σημείων αλλά και αδυναμιών της κάθε Περιφέρειας σχετικά με την προοπτική ανάπτυξης Αθλητικού Τουρισμού καθώς και τις ευκαιρίες αλλά και τις απειλές που θα προκύψουν στο μέλλον.

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΚΡΗΤΗΣ

Όπως παρατηρείται, η Περιφέρεια Κρήτης επενδύει σταθερά στον Αθλητισμό και τον Πολιτισμό παρουσιάζοντας μια ισόρροπη οικονομική υποστήριξη και στις 4 Περιφερειακές ενότητες του Νησιού ανάλογα με τον πληθυσμό και την έκταση τους. Η Κρήτη όπως φαίνεται μέσα από τον πίνακα της swot analysis μπορεί να αποτελέσει έναν από τους ιδανικότερους προορισμούς για αθλητικό τουρισμό όχι μόνο στην Ελλάδα αλλά και σε ολόκληρη την Ευρώπη.

Το κλίμα της Κρήτης, ο συνδυασμός της θάλασσας, του ήλιου και των βουνών, η μεσογειακή διατροφή, οι μεγάλες ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις σε συνδυασμό με τις σύγχρονες αθλητικές εγκαταστάσεις αλλά και ο ιστορικός-πολιτιστικός πλούτος του Νησιού, δίνουν τις προϋποθέσεις στην Κρήτη να αναπτύξει ακόμα περισσότερο τον τριτογενή τομέα της μέσω του Αθλητικού Τουρισμού. Αυτό θα έχει ως αποτέλεσμα την ανάπτυξη του Τουρισμού και την απασχόληση των επαγγελματιών που εργάζονται σε αυτό επί 12μηνου βάσεως

Το "μοντέλο" Ήλιος και Θάλασσα στον τουρισμό και η επιμονή πολλές φορές σε αυτό από τους επαγγελματίες του Τουρισμού δεν ευνοεί την δημιουργία προϋποθέσεων για την ανάπτυξη του Αθλητικού Τουρισμού. Η Περιφέρεια Κρήτης σε συνεργασία με τους φορείς του Τουρισμού είναι απαραίτητο να επενδύσει σε επιμορφωτικά προγράμματα αλλά και συνέργιες με τους επαγγελματίες του τουρισμού για να γίνουν κατανοητά τα οφέλη του Αθλητικού Τουρισμού αλλά και ο έντονος ανταγωνισμός από αντίστοιχες περιοχές κυρίως στην περιοχή της Μεσογείου.

ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΚΡΗΤΗΣ 2019

	ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ ΑΝΑ Π.Ε	ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ & ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΣ	ΚΑΘΑΡΟ ΠΟΣΟ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΣ
ΕΔΡΑ-ΚΟΙΝΕΣ	621.240	243.750	108.000
Π.Ε.ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ	304.270	176.400	58.800
Π.Ε. ΧΑΝΙΩΝ	156.220	90.360	30.120
Π.Ε. ΡΕΘΥΜΝΟΥ	85.160	49.320	16.440
Π.Ε.ΛΑΣΙΘΙΟΥ	75.690	43.920	14.640
ΣΥΝΟΛΟ		603.750	228.000

(Πίνακας5- ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΚΡΗΤΗΣ 2019 ΓΙΑ ΤΟΝ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟ)

ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΚΡΗΤΗΣ 2015

	ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ ΑΝΑ Π.Ε.	ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ & ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΣ	ΚΑΘΑΡΟ ΠΟΣΟ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΣ
ΚΟΙΝΕΣ	621.240	264.000	126.000
Π.Ε.ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ	304.270	168.707	55.517
Π.Ε. ΧΑΝΙΩΝ	156.220	86.419	28.438
Π.Ε. ΡΕΘΥΜΝΟΥ	85.160	47.169	15.522
Π.Ε.ΛΑΣΙΘΙΟΥ	75.690	42.005	13.823
ΣΥΝΟΛΟ		608.300	239.300

(Πίνακας6 ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΚΡΗΤΗΣ 2015 ΓΙΑ ΤΟΝ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟ)

	ΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ	ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ
ΠΑΡΟΝ	• Σταυροδρόμι 3 ηπείρων • Σύγχρονες αθλητικές εγκαταστάσεις (Παγκρήτιο Στάδιο, 2 Λορακία κ.α.) • Αεροπορικές αφίξεις από χώρες που παραδοσιακά οι αθλητικές δράσεις είναι επιλογή τουριστικού προορισμού για τους κατοίκους τους • Μεσογειακή διατροφή και κλίμα ιδανικό για προετοιμασία Αθλητών • Μεγάλες ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις με αθλητικές υπηρεσίες υψηλού επιπέδου • Διεθνής αναγνωρισιμότητα μέσα από την ανάληψη μεγάλων αθλητικών διοργανώσεων (Ευρωπαϊκό Πρωτάθλημα Εθνικών Ομάδων Στίβου, Παγκόσμια πρωταθλήματα Εφήβων & Νέων Μπάσκετ) • Ιστορικός πλούτος (ισχυρό brand name που	• Έλλειψη Ακαδημαϊκών ιδρυμάτων που σχετίζονται με τον αθλητισμό • Έλλειψη υποδομών (ΒΟΑΚ , Κάθετοι δρόμοι, αεροδρόμιο Καστελλίου κ.α.) • Έλλειψη στρατηγικών επενδύσεων σε προγράμματα χειμερινών δραστηριοτήτων (π.χ. ανεπαρκής εκμετάλλευση Ψηλορείτη ως χειμερινού προορισμού) • Εποχικότητα των περισσότερων ξενοδοχειακών μονάδων (λειτουργία Μάιος με Οκτώβριο) • Συντονισμός φορέων τουρισμού και αθλητισμού

	ενισχύει τις δυνατότητες διείσδυσης στο αγοραστικό κοινό. • Θαλάσσιος πλούτος που δίνει την δυνατότητα για διεξαγωγή όλων των αθλημάτων σε ανοιχτή θάλασσα	
ΜΕΛΛΟΝ	ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ • Επενδυτικά προγράμματα για υποδομές δραστηριοτήτων εναλλακτικού τουρισμού (συνδυασμός βουνό και θάλασσα) • Μεγάλη απορροφητικότητα προγραμμάτων ΕΣΠΑ • Δημιουργία καινοτόμων δράσεων με την συνεργασία του Ι.Τ.Ε • Διεκδίκηση μεγάλων αθλητικών διοργανώσεων • Επέκταση 12μηνιας τουριστικής περιόδου με την επιλογή αθλητών και ομάδων από Β. Ευρώπη και Ρωσία ως προορισμού αθλητικής προετοιμασίας • Χάραξη Στρατηγικού Σχεδιασμού για τον Εναλλακτικό Τουρισμό (ειδικότερα για τον Αθλητικό Τουρισμό)	ΑΠΕΙΛΕΣ • Διατήρηση σχέσης ποιότητας-τιμής στις μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες αν επεκτείνουν την λειτουργία τους • Υψηλός ανταγωνισμός με ανταγωνιστικούς προορισμούς (π.χ. Τουρκία) • Επιλογή εξειδίκευσης σε υπηρεσίες τουρισμού με εποχικό χαρακτήρα • Έλλειψη κινήτρων για επενδύσεις και επιμονή στο μοντέλο «Ήλιος-Θάλασσα»

(Πίνακας7 - Swot Analysis αθλητικού τουρισμού για την Περιφέρεια Κρήτης)

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ

Η Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδος παρουσιάζει και αυτή, όπως και η Κρήτη μια ισόρροπη οικονομική υποστήριξη και στις 4 Περιφερειακές ενότητες της. Με τις δυνατότητες που τις δίνουν η κοντινή απόσταση από την Αθήνα, οι σημαντικές λιμενικές υποδομές αλλά και η ιστορικότητα που χαρακτηρίζει την περιοχή (Αρχαία Ολυμπία), θέτει τις βάσεις για να φιλοξενήσει αλλά και να δημιουργήσει δράσεις Αθλητικού Τουρισμού καθόλα την διάρκεια του χρόνου

Παρολαυτά, οι ελλείψεις σε οργανωμένους χώρους αλλά και υποδομές για αθλητικές δραστηριότητες δεν ευνοούν τον προγραμματισμό δράσεων για φιλοξενία μεγάλων αθλητικών εκδηλώσεων (αθλητικοί τουρίστες - θεατές). Χρειάζεται η Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδος να αξιοποιήσει ευκαιρίες και επενδυτικά προγράμματα για την βελτίωση αλλά και δημιουργία κατάλληλων υποδομών (ενίσχυση αθλητικού εξοπλισμού σε ξενοδοχειακές μονάδες, βελτίωση συνθηκών για την ενίσχυση προγραμμάτων εναλλακτικού τουρισμού) και παράλληλα να αξιοποιήσει ακόμα περισσότερο την ιστορικότητα που διαθέτει η περιοχή της Αρχαίας Ολυμπίας καθώς και οι εγκαταστάσεις που διαθέτει (ιδανικές για ανάπτυξη συνεδριακού τουρισμού με συμμετοχή αθλητικών φορέων και ομάδων από όλο τον κόσμο) .

ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ 2019

	ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ ΑΝΑ Π.Ε.	ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ & ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΣ	ΚΑΘΑΡΟ ΠΟΣΟ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΣ ¹
ΕΔΡΑ- ΚΟΙΝΕΣ	679.796	85.000	25.000
Π.Ε.ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑ ΝΙΑΣ	210.802	100.000	81.500
Π.Ε. ΑΧΑΪΑΣ	309.694	140.000	95.000
Π.Ε. ΗΛΕΪΑΣ	159.300	350.000	98.000
ΣΥΝΟΛΟ		675.000	299.500

(Πίνακας8 - ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ Π. ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ 2019 ΓΙΑ ΤΟΝ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟ)

ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ 2015

	ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ ΑΝΑ Π.Ε.	ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ & ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΣ ²	ΚΑΘΑΡΟ ΠΟΣΟ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΣ
ΕΔΡΑ- ΚΟΙΝΕΣ	679.796	85.000	25.000
Π.Ε.ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ	210.802	100.000	81.500
Π.Ε. ΑΧΑΪΑΣ	309.694	140.000	95.000
Π.Ε. ΗΛΕΪΑΣ	159.300	350.000	98.000
ΣΥΝΟΛΟ		675.000	299.500

(Πίνακας9- ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ Π.ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ 2015 ΓΙΑ ΤΟΝ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟ)

	ΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ	ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ
ΠΑΡΟΝ	• Σύγχρονες αθλητικές εγκαταστάσεις (Παμπελοποννησιακό Στάδιο, κ.α) • Σημαντικές λιμενικές υποδομές για τη διασύνδεση με εμπορικά δίκτυα και τη διακίνηση επιβατών • Αξιόλογο ποσοτικά και ποιοτικά επιστημονικό δυναμικό στις νέες τεχνολογίες • Αθλητικές δράσεις σε επικοινωνιακά αναγνωρίσιμους προορισμούς (Ολυμπία) • Κομβική θέση της Πάτρας ως Δυτικής Πύλης της χώρας (Ζεύξη Ρίου – Αντιρρίου)	• Χαμηλό επίπεδο σε αεροπορικές αφίξεις (έλλειψη μεγάλου αεροδρομίου) • Χαμηλός βαθμός διαφοροποίησης του τουριστικού προϊόντος, με την έλλειψη οργανωμένων χώρων και υποδομών τουριστικών δραστηριοτήτων (υποδομές αθλητικού τουρισμού, τουριστικά αγκυροβολία, μαρίνες κτλ) • Διάβρωση εδαφών / απώλεια εδαφικού καλύμματος λόγω αποδάσωσης / υπερβόσκησης (δυσκολία στην δημιουργία δράσεων σπορ περιπέτειας) • Ανεπάρκεια ξενοδοχειακών μονάδων που να διαθέτουν αθλητικές εγκαταστάσεις – Έλλειψη υψηλής ποιότητας τουριστικών υποδομών γενικά
ΜΕΛΛΟΝ	ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ • Προσέλκυση επενδύσεων στον αθλητικό τουρισμό λόγω της γειτνίασης με την Αθήνα και της διευκόλυνσης της προσβασιμότητας με την ύπαρξη επαρκούς δικτύου αυτοκινητόδρομων • Δυνατότητα διοργάνωσης ή υποστήριξης αθλητικών	ΑΠΕΙΛΕΣ • Μετατόπιση οικονομικής δραστηριότητας νέων στον πρωτογενή τομέα • Συνεχιζόμενες ελλείψεις σε υποδομές αθλητικού τουρισμού στις ξενοδοχειακές μονάδες • Διαρροή επιστημονικού στελεχιακού δυναμικού λόγω έλλειψης ευκαιριών • Μεγάλη εξάρτηση από Δημόσιες επενδύσεις και

	συνεδρίων στον χώρο της Αρχαίας Ολυμπίας Δυνατότητα συνεργασιών σε προγράμματα που αφορούν παράκτιες δραστηριότητες	Κρατικές επιχορηγήσεις εν γένει
--	---	---------------------------------

(Πίνακας 10- Swot Analysis αθλητικού τουρισμού για την Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας)

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ

Σε αντίθεση με την Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας, η Περιφέρεια της Θεσσαλίας διαθέτει σύγχρονες αθλητικές εγκαταστάσεις που σε συνδυασμό με την ύπαρξη και λειτουργία ακαδημαϊκών ιδρυμάτων άμεσα σχετιζόμενων με τον αθλητισμό αποτελούν βασικές προϋποθέσεις φιλοξενίας πλήθος αθλητικών διοργανώσεων και δράσεων. Με βάση τον προϋπολογισμό της όπως φαίνεται στον παρακάτω πίνακα επενδύει αρκετά θα λέγαμε στον τομέα του αθλητισμού μέσα από την οικονομική υποστήριξη δράσεων και υποδομών και στις 4 Π.Ε. της. Ωστόσο, όπως φαίνεται και στη swot analysis η έλλειψη υποδομών σε ότι αφορά τις μετακινήσεις (μικρό αεροδρόμιο) αλλά και τουριστικών καταλυμάτων αποτελούν ίσως τα βασικότερα ζητήματα που αντιμετωπίζει η Θεσσαλία σε ότι αφορά την διοργάνωση μεγάλων αθλητικών διοργανώσεων διεθνούς εμβέλειας (πρωταθλήματα, συνέδρια κλπ).

Η κεντρική γεωγραφική της θέση στην Ελλάδα και το γεγονός ότι συνδυάζει βουνό και θάλασσα ευνοεί την ανάπτυξη δραστηριοτήτων εναλλακτικού τουρισμού όμως θα πρέπει να γίνουν αρκετά βήματα και επενδύσεις ώστε να μπορέσει να γίνει ανταγωνιστική σε σχέση με τα περιφέρειες με νησιωτικό χαρακτήρα.

ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ 2019

	ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ ΑΝΑ Π.Ε.	ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ & ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΣ	ΚΑΘΑΡΟ ΠΟΣΟ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΣ
Π.Ε.ΛΑΡΙΣΑΣ	284.325	510.000	230.000
Π.Ε.ΤΡΙΚΑΛΩΝ	131.085	457.105	186.385
Π.Ε. ΜΑΓΝΗΣΙΑΣ & ΣΠΟΡΑΔΩΝ	203.808	91.580	38.660
Π.Ε. ΚΑΡΔΙΤΣΑΣ	113.544	132.100	40.000
ΣΥΝΟΛΟ	732.762	1.190.785	495.045

(Πίνακας 11- ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ Π. ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ 2019 ΓΙΑ ΤΟΝ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟ)

ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ 2015

	ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ ΑΝΑ Π.Ε.	ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ & ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΣ
Π.Ε.ΛΑΡΙΣΑΣ	284.325	454.000
Π.Ε.ΤΡΙΚΑΛΩΝ	131.085	421.200
Π.Ε. ΜΑΓΝΗΣΙΑΣ & ΣΠΟΡΑΔΩΝ	203.808	98.650
Π.Ε. ΚΑΡΔΙΤΣΑΣ	113.544	102.000
ΣΥΝΟΛΟ		1.075,850

(Πίνακας 12 - ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ Π. ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ 2015 ΓΙΑ ΤΟΝ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟ)

	ΔΥΝΑΤΑ ΣΗΜΕΙΑ	ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ
ΠΑΡΟΝ	• Σύγχρονες αθλητικές εγκαταστάσεις (Πανθεσσαλικό Στάδιο, Κολυμβητήριο Νέας Πολιτείας κ.α) • Παρουσία Ακαδημαϊκών και ερευνητικών ιδρυμάτων (ΤΕΦΑΑ Θεσσαλίας στα Τρίκαλα) • Κεντρική Γεωγραφική Θέση • Συνδυάζει με τον καλύτερο τρόπο δραστηριότητες Θάλασσας και Βουνού • Αξιόλογο ποσοτικά και ποιοτικά επιστημονικό δυναμικό στον αθλητισμό και στις νέες τεχνολογίες • Αθλητικές δράσεις σε επικοινωνιακά αναγνωρίσιμους προορισμούς (Όλυμπος - Λίμνη Πλαστήρα- Πήλιο)	• Χαμηλό επίπεδο σε αεροπορικές αφίξεις (έλλειψη μεγάλου αεροδρομίου) • Χαμηλή οργανωτική δομή για δράσεις αθλητικού τουρισμού στο νησιωτικό σύμπλεγμα • Έλλειψη στρατηγικών επενδύσεων στον αθλητικό τουρισμό στα μεγάλα τουριστικά θέρετρα (Πήλιο - Μετέωρα) • Ανεπάρκεια ξενοδοχειακών μονάδων που να διαθέτουν αθλητικές εγκαταστάσεις

	ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ	ΑΠΕΙΛΕΣ
ΜΕΛΛΟΝ	• Επενδυτικά προγράμματα για υποδομές δραστηριοτήτων εναλλακτικού τουρισμού (Μεγάλες Εκτάσεις - συνδυασμός βουνό και Θάλασσα) • Δυνατότητα διοργάνωσης ή υποστήριξης αθλητικών συνεδρίων • Αλληλεπίδραση καινοτόμων προγραμμάτων και αθλητικού τουρισμού • Διεθνείς συνεργασίες με ιδιωτικούς και δημόσιους εκπαιδευτικούς φορείς με το ΤΕΦΑΑ Θεσσαλίας	• Διατήρηση σχέσης ποιότητας-τιμής στο νησιωτικό σύμπλεγμα • Μετακίνηση του επιστημονικού δυναμικού σε κοντινές περιοχές με ανταγωνιστικές υπηρεσίες (Θεσσαλονίκη - Ιωάννινα) • Επιλογή εξειδίκευσης σε υπηρεσίες τουρισμού με εποχικό χαρακτήρα

(Πίνακας13 - Swot Analysis αθλητικού τουρισμού για την Περιφέρεια Θεσσαλίας)

Συγκριτική επισκόπηση:

Παρατηρούμε ότι και στις 3 Περιφέρειες τα ποσά ανάμεσα στον προϋπολογισμό του 2015 και στον προϋπολογισμό του 2019 είναι σχεδόν τα ίδια.

Αυτό σε πρώτη ανάγνωση σημαίνει ότι οι Περιφέρειες στηρίζουν αθλητικές δράσεις ό χ ό μως ανάλο γα με την αλματώδη αύξηση που παρουσιάζουν τα τελευταία χρόνια αυτές οι δράσεις. Αυτό είναι μια διαπίστωση που είτε λόγω ελλιπούς χρηματοδότησης από τους Κυβερνητικούς φορείς είτε λόγω μη έγκαιρου προγραμματισμού των αθλητικών δράσεων από τους διοργανωτές, δεν μπορούν να στηριχθούν οικονομικά όπως θα ήθελαν από την Περιφερειακή Αρχή που ανήκει η διοργάνωση τους.

Αυτή η πραγματικότητα που αναδεικνύεται μέσα από την στατιστική μελέτη και σύγκριση των Προϋπολογισμών της κάθε Περιφέρειας, στις Περιφέρειες Θεσσαλίας, Κρήτης και Δυτικής Ελλάδος, έχει γίνει κατανοητή. Μετά από συζήτηση με τους Περιφερειάρχες αλλά και τους Αντιπεριφερειάρχες Αθλητισμού των 3 Περιφερειών που εξετάζουμε(**περιληπτική δήλωση τους στο τέλος της εργασίας**) και μελέτη του συνολικού προϋπολογισμού κάθε χρονιάς παρατηρείται ότι οι Περιφέρειες έχοντας αναγνωρίσει τον ρόλο του αθλητικού τουρισμού στην οικονομική ανάπτυξη της τοπικής κοινωνίας προβαίνουν σε

διαφορετικές μεθόδους για να στηρίξουν οικονομικά αθλητικές δράσεις, πέρα από τον έκτακτο προϋπολογισμό όπως:

- Έκτακτες χρηματοδοτήσεις στην διάρκεια της χρονιάς
- Στήριξη αθλητικών δράσεων μέσα από διαφορετικούς κωδικούς (π.χ Τουρισμός, Επικοινωνίας και προβολής)
- Διάθεση των μέσων της Περιφέρειας για χρήση κατά την διάρκεια αθλητικών δράσεων (γραφεία προς ενημέρωση ή εγγραφές, υπηρεσίες καθαριότητας, υπηρεσίες μετάφρασης κ.α)
- Προγραμματισμός και υλοποίηση μεγάλων έργων και επενδύσεων (Αθλητικές εγκαταστάσεις, εξοπλισμός συλλόγων και φορέων)
- Προγραμματισμός επενδυτικών προγραμμάτων για την προσέλκυση αθλητικών τουριστών και όχι μόνο (Διαμόρφωση προβλητών- μαρίνων, δημιουργία καταφυγίων στα βουνά, καλύτερευση οδικού δικτύου κ.α)

Με όλα τα παραπάνω που δεν μπορούν να φανούν στον τακτικό προϋπολογισμό της κάθε Περιφέρειας, μπορεί πραγματικά να συγκριθεί η σημασία που δίνεται στον Περιφερειακό προγραμματισμό η ανάπτυξη του Αθλητικού Τουρισμού

3.3. ΚΑΛΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΕΩΝ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

• ΚΑΛΗ ΠΡΑΚΤΙΚΗ (BEST PRACTICE) ΔΗΜΟΣΙΟΥ ΦΟΡΕΑ (ΜΑΡΑΘΩΝΙΟΣ ΑΘΗΝΑΣ)

Ο Μαραθώνιος της Αθήνας διεξάγεται συνεχόμενα από το 1983 ακριβώς στα χνάρια της ιστορικής διαδρομής των 42.124μ, από τον Μαραθώνα έως την Αθήνα. Η Ομοσπονδία του στίβου(ΣΕΓΑΣ) ως η «μητέρα» όλων των αθλητικών ομοσπονδιών στην Ελλάδα προσπαθούσε πάντα να τονίσει τον κοινωνικό ρόλο του αθλητισμού και παράλληλα να προβάλλει τα αθλητικά ιδεώδη. Ο ΣΕΓΑΣ μπροστά στην οικονομική κρίση που διαφαινόταν από το 2007, ανέλαβε πρωτοβουλίες όχι μόνο για να προστατέψει τον ιστορικό αγώνα του Μαραθωνίου δρόμου αλλά και να βοηθήσει, υλικά και επικοινωνιακά, την Χώρα μας σε αυτή την δύσκολη περίοδο. Μέσα από οργανωμένες δράσεις κατάφερε, σήμερα μετά και τις υποδομές που δημιουργήθηκαν με αφορμή τον Αυθεντικό μαραθώνιο, να αξιοποιήσει προς όφελος της Αττικής αλλά και την Χώρας συνολικά, την αθλητική συμμετοχή Ελλήνων και ξένων δρομέων, την τουριστικής προσέλκυση δρομέων και επισκεπτών, αλλά και να δημιουργεί πολλαπλασιαστική αξία με την θετικής εικόνας που εκπέμπεται από την «με υψηλές προδιαγραφές» διοργάνωση του αθλητικού γεγονότος, αλλά και των παραλλήλων εκδηλώσεων (Γκαλά, Συμπόσιο, Φλόγα Μαραθωνίου κλπ.), σε όλο τον κόσμο.

Σύμφωνα λοιπόν με έρευνα που έκανε το Γραφείο Μάρκετινγκ του Μαραθωνίου του ΣΕΓΑΣ, οι συμμετέχοντες από το εξωτερικό, οι οποίοι έρχονται, σύμφωνα με τις έρευνες μας, με μέσο όρο 1,5 συνοδούς, δηλαδή περίπου μαζί με τους συμμετέχοντες 25.000 άτομα, τα οποία κατά μέσο όρο μένουν 5 ημέρες στην Ελλάδα (κυρίως την Αθήνα) και ο καθένας από αυτούς ξοδεύει (για διαμονή, διατροφή, αγορά δώρων, επισκέψεις σε μουσεία, συμμετοχή στον Μαραθώνιο και μικροέξοδα) τουλάχιστον 1.500 Ευρώ ανά group των 2,5 ατόμων. Κοινώς μέσα σε ένα πολύ μικρό χρονικό διάστημα προστέθηκαν στην αγορά της Αθήνας αλλά και γενικότερα της Αττικής (από τον Μαραθώνα μέχρι την παραλιακή

ζώνη) την δεύτερη εβδομάδα του Νοεμβρίου, εισόδημα τουλάχιστον 15.000.000 Ευρώ”.

Στο παραπάνω ποσό θα προστεθεί και ένα ακόμα ποσό. Το ποσό του κοινωνικού μερίσματος του Μαραθωνίου. Περίπου 800.000 ευρώ, που αφορά το κοινωνικό πρόσωπο του Μαραθωνίου μέσα από τις εκδηλώσεις των Χορηγών αλλά και των δεκάδων ΜΚΟ που σχεδίασε και “υλοποιεί η Ο.Ε. του Μαραθωνίου” και το οποίο η εισπράττεται απ’ ευθείας από τις ΜΚΟ, η αποδίδεται από την Ο.Ε. στους φορείς που κατ’ έτος επιλέγονται. Κατά δεύτερο λόγο το ποσό του 1.000.000€, ποσό που δαπανά ο ΣΕΓΑΣ για την διοργάνωση του Μαραθωνίου, χρήματα που κατευθύνονται στην Ελληνική αγορά κατά κύριο λόγο, μισθώνοντας εξοπλισμό και υπηρεσίες για τις ανάγκες του αγώνα.



(φωτογραφία από την αφετηρία του Μαραθωνίου της Αθήνας στο Συνταγμα)

Στα στοιχεία από τον ΣΕΓΑΣ παρατηρούμε ότι το 90% των διεθνών συμμετεχόντων του Μαραθωνίου Αθήνας (δρομείς από 100 διαφορετικές χώρες) επισκέπτονται την Ελλάδα για πρώτη φορά με αφορμή τον Μαραθώνιο Αθήνας και μόλις το 1/3 αυτών έχει επισκεφτεί τη χώρα ξανά στο παρελθόν. Το ετήσιο εισόδημα της πλειοψηφίας των διεθνών συμμετεχόντων ξεπερνάει τις 50.000 ευρώ, ενώ το 80% εξ’ αυτών ταξιδεύει τουλάχιστον δύο φορές το χρόνο εκτός της χώρας διαμονής του για να συμμετάσχει σε αντίστοιχους αγώνες. Το 75% των ξένων δρομέων μένουν από αρκετά ως πολύ ικανοποιημένοι από τη συνολική εμπειρία τους στη διοργάνωση και θεωρούν την Ελλάδα ελκυστικό τουριστικό προορισμό, δηλώνοντας σε ποσοστό 35% ότι είναι αρκετά πιθανό να επισκεφτούν τη χώρα για διακοπές τα επόμενα δύο χρόνια.

Αναλυτικά οι μααραθωνοδρόμοι που επισκέπτονται την Αθήνα για να συμμετάσχουν στον Αυθεντικό Μαραθώνιο έχουν ετήσιο Εισόδημα το 26% του δείγματος από 50.000 ευρώ συν, το 25% έχει από 30.000 με 50.000 ευρώ, το 28% έχει από 15.000 με 30.000 ευρώ, ενώ το μόλις το 21% έχει εισόδημα κάτω από 15.000 ευρώ

Τα σημαντικότερα κίνητρα συμμετοχής τους στον Αυθεντικό Μαραθώνιο είναι: το 70% του δείγματος απάντησε ότι η εμπειρία να τρέχεις τον αυθεντικό μαραθώνιο είναι το μεγαλύτερο κίνητρο, για το 50% ήταν ένα όνειρο που πραγματοποιήθηκε, το 40% γιατί μπορεί να συνδυάσει τη συμμετοχή με τις διακοπές τους και γιατί τους βόλεψε η ημερομηνία του αγώνα, το 30% γιατί η Ελλάδα είναι ασφαλής προορισμός, το 25% λόγω Ολυμπιακών Αγώνων 2004, το 20% για τη δυσκολία της μαραθώνιας διαδρομής

Σε ανακοίνωση της Ένωσης Ξενοδόχων Αττικής, ειδικά για τον Μαραθώνιο της Αθήνας ο Γ.Γ της Ένωσης κ. Βασιλικός, ανέφερε ότι αποτελεί στόχο η καθιέρωση του Νοεμβρίου ως μήνα Μαραθωνίου, ώστε επισκέπτες-δρομείς να παραμένουν στην πόλη πέραν των 2 και 3 ημερών, όπως συμβαίνει τώρα. Σε κάθε περίπτωση ο Αυθεντικός Μαραθώνιος είναι μια τονωτική ένεση για την πληρότητα των ξενοδοχείων της Αθήνας, ανέφερε ο κ. Βασιλικός.

Σύμφωνα με την περιφέρεια της Αθήνας, υπολογίζεται ότι η διοργάνωση του 2019, θα κάνει νέο ρεκόρ συμμετοχών, ξεπερνώντας τους 55.000 δρομείς (σε όλες τις διαδρομές), εκ των οποίων οι 9.000 από το εξωτερικό, ενώ πρόκειται να ξεπεράσει τα 25 εκατ. ευρώ σε έσοδα για την πόλη της Αθήνας με την παράλληλη διαπίστωση ότι παρατείνει κατά δύο εβδομάδες τουλάχιστον την τουριστική σεζόν.

Υπολογίζεται ότι για κάθε ένα ευρώ που δαπανείται/επενδύεται από τον ΣΕΓΑΣ και κατ' επέκταση από την Ελληνική Πολιτεία για τη διοργάνωση του Μαραθωνίου Αθήνας, ο Μαραθώνιος «επιστρέφει» πίσω στην οικονομία της χώρας από 40 -45 περίπου ευρώ, (1 προς 45€) χωρίς να προ μετρείται η έμμεση οικονομική επίδραση της διοργάνωσης (ανακύκλωση δαπανών ανά κλάδο και τελική οικονομική συνεισφορά στον εισόδημα στους αντίστοιχους εργαζόμενους ανά κλάδο).

Να σημειωθεί ότι σε αντίστοιχες περιπτώσεις ερευνών από κρατικούς φορείς της Αγγλίας για τις οικονομικές επιδράσεις διεθνών διοργανώσεων η συγκεκριμένη αναλογία κατά μέσο όρο δεν ξεπερνά το 1 προς 7€.

Ένα από τα άγνωστα στοιχεία είναι ότι ο Μαραθώνιος της Αθήνας είναι αυτοχρηματοδοτούμενος, συνδρομές δρομέων και χορηγίες ενώ ο αγώνας καταφέρνει, πέρα από τα παραπάνω αναφερόμενα, να χρηματοδοτήσει σε ένα βαθμό και τις δραστηριότητες της Εθνικής Ομοσπονδίας Στίβου ΣΕΓΑΣ.

ΣΥΓΚΡΙΤΙΚΟΣ ΠΙΝΑΚΑΣ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ ΑΝΑ ΔΡΟΜΟ					
	ΜΑΡΑΘΩΝΙΟΣ	10km	5km	Μικρότεροι Δρόμοι	ΣΥΝΟΛΟ
2005	2.911	1.332	X	X	4.243
2009	4.629	2.560	3.102	430	10.721
2014	13.100	9.000	9.000	4.000	35.100
2018	18.500	9.500	9.500	8.550	46.050

(Πίνακας 14 - Συγκριτικός Πίνακας εγγραφών Μαραθωνίου)

- **ΚΑΛΗ ΠΡΑΚΤΙΚΗ (BEST PRACTICE) ΙΔΙΩΤΙΚΟΥ ΦΟΡΕΑ (AEGEAN AIRLINES)**

Η ιδιωτική εταιρεία αερομεταφορών Aegean έχοντας κατανοήσει τις δυνατότητες του αθλητικού τουρισμού, αποφασίζει το 2014 να επενδύσει στο Ηράκλειο Κρήτης στην δημιουργία και λειτουργία ενός μοναδικού χώρου που να έχει τις δυνατότητες να προσελκύσει τουρίστες από όλο τον κόσμο, να προβάλλει την Κρήτη ως αθλητικό προορισμό και παράλληλα να στηρίζει την τοπική οικονομία

Μετά από μακροχρόνια έρευνα πάνω στον Γκολφικό τουρισμό όπως αναλύεται στην έρευνα που παρουσίασε ο ίδιος ο Πρόεδρος της AEGEAN σε συνέδριο αθλητικού τουρισμού (Ιούνιος 2015) οι Golfers κάνουν 4πλάσια κατά κεφαλή δαπάνη του Μ.Ο. ημερήσιας δαπάνης ενώ η Αξία Τουριστικής Αγοράς των Golfers στην Ευρώπη ξεπερνάει το 1,5 δις Ευρώ (Πηγή: Sports Marketing Survey 2014).

Παράλληλα στην ίδια παρουσίαση βλέπουμε πώς οι golfers:

- ☐ ταξιδεύουν 2,5 φορές το χρόνο κατά Μ.Ο. (Πηγή: Sports Marketing Survey 2014)
- ☐ Μέσος όρος διαμονής τους είναι οι 7 ημέρες
- ☐ Διαμένουν σε ξενοδοχεία 4*& 5*
- ☐ Ξοδεύουν 200-250€ την ημέρα
- ☐ Κανονίζουν 4-5 γύρο ις go F κατά τη διάρκεια των διακοπών τους σε μέχρι 4 διαφορετικά γήπεδα

Μέγεθος Παγκόσμιας Αγοράς Golf *

=> Ευκαιρία Ενίσχυσης του Εισερχόμενου Τουρισμού



(Πίνακας 15- Μέγεθος παγκόσμιας αγοράς Golf,)

Μετά από όλα αυτά η AEGEAN σε συνεργασία με τον Πρώτο αλλά και Δεύτερο βαθμό αυτοδιοίκησης στην Κρήτη αποφάσισε την επένδυση 12.000.000 ευρώ για την δημιουργία ενός γηπέδου golf έκτασης 750 στρεμμάτων έξω από το Ηράκλειο της Κρήτης με παράλληλες εγκαταστάσεις (προπονητικά κέντρα-συνεδριακό χώρο)

Μέσα στον πρώτα 2 χρόνια ολοκληρώθηκαν 4 μεγάλα επίσημα τουρνουά

- ☐ ELOUNDA PRO AM (95 παίκτες)

- ☐ CRETE CHRISTMAS CUP (68 παίκτες)
- ☐ CRETE PRO AM (140 παίκτες)
- ☐ CRETE 2nd CHRISTMAS CUP (80 παίκτες)

Συνολικά πάνω από 800 παίκτες από όλες τις χώρες της Ευρώπης επισκέφθηκαν το GOLF club μόλις τα πρώτα χρόνια της λειτουργίας του επεκτείνοντας με αυτό τον τρόπο την τουριστική περίοδο ενώ παράλληλα οι golfers τόνωσαν την τοπική οικονομία της Κρήτης. Τα παρακάτω στοιχεία επιβεβαιώνουν την συνεισφορά του γκολφ στον τουριστικό κλάδο καθώς σύμφωνα με την έρευνα («THE ECONOMIC IMPACT OF GOLF ON THE ECONOMY OF EUROPE- Sports Marketing Surveys INC. 2012») παρατηρούμε ότι

- η συνεισφορά του γκολφ στην οικονομία της Ευρώπης: 15,1 δις ευρώ
- η συνεισφορά του γκολφ στον τουριστικό κλάδο της Ευρώπης: 1,6 δις ευρώ (ή 10% της συνολικής συνεισφοράς)
- θέσεις απασχόλησης γκολφ στην Ευρώπη: 180.000 θέσεις πλήρους απασχόλησης

Η επένδυση της AEGEAN και η ταυτόχρονη διοργάνωση τουρνουά golf αποτελεί χαρακτηριστικό παράδειγμα επέκτασης της τουριστικής περιόδου σε μια Περιφέρεια αλλά και παράλληλα αναδεικνύει το γεγονός ότι η Ελλάδα μπορεί να γίνει κορυφαίος αθλητικός προορισμός για golfers από όλο τον κόσμο καθώς:

- ☐ Λόγω εκτεταμένης καλοκαιρίας σε σχέση με τις χώρες της Βόρειας Ευρώπης, υπάρχει η δυνατότητα αξιοποίησης των γηπέδων, σχεδόν 12 ΜΗΝΕΣ ΤΟ ΧΡΟΝΟ!
- ☐ Στην Ελλάδα, παρέχεται η δυνατότητα στους golf tourists, εξαιρετικού συνδυασμού στις διακοπές τους με δραστηριότητες για όλη την οικογένεια
- ☐ Στην Ελλάδα υπάρχει ήδη η υποδομή (ξενοδοχειακές μονάδες διαφορετικών κατηγοριών, ιστορικά αξιοθέατα, τοπική κουζίνα και εναλλακτικές δραστηριότητες) για να καλύψει τις ανάγκες ενός γκολφ επισκέπτη σε όλα τα επίπεδα
- ☐ Προσβασιμότητα: υπάρχει οργανωμένη και ανεπτυγμένη συνδεσιμότητα της Ελλάδας με σχεδόν όλες τις χώρες της Ευρώπης
- ☐ Η Ελλάδα εξακολουθεί να παραμένει μία ασφαλής χώρα, ειδικά σε σχέση με ανταγωνιστικές αγορές

Ποιες είναι οι πηγές άντλησης Golfers;



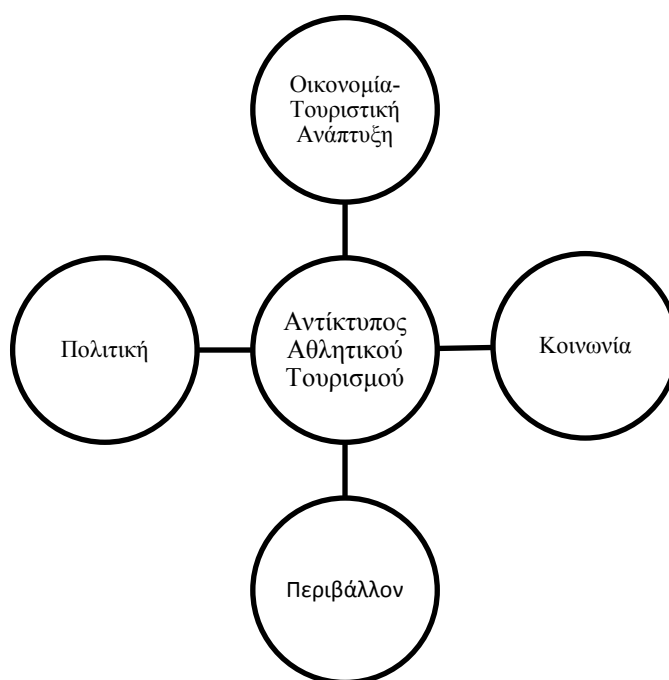
15

(Πίνακας 16- Χώρες που ενδιαφέρονται για γκολφικό τουρισμό)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΤΟΠΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

4.1. ΠΩΣ ΕΠΗΡΕΑΖΕΤΑΙ Η ΤΟΠΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΑ ΑΠΟ ΔΡΑΣΕΙΣ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Όπως όλες οι μορφές του τουρισμού, έτσι και ο αθλητικός τουρισμός δημιουργεί οικονομική δραστηριότητα είτε μέσα από τους επισκέπτες (τουρίστες) είτε μέσα από επενδύσεις που γίνονται για την δημιουργία εγκαταστάσεων (γήπεδα, ξενοδοχεία, αθλητικός εξοπλισμός) ή αθλητικών διοργανώσεων (Αγώνες, αθλητικά συνέδρια, αθλητικά μουσεία)



(Σχεδιάγραμμα 2- Αντίκτυπος αθλητικού τουρισμού, Πηγή: Αλεξανδρής, 2014)

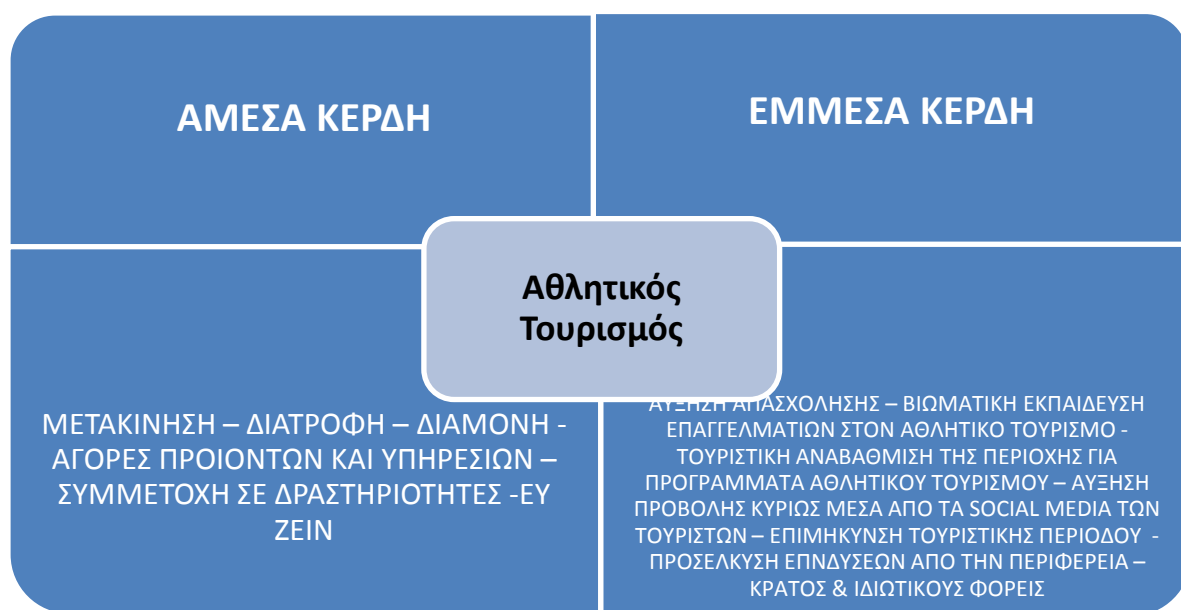
Ο αθλητισμός τουρισμός αποτελεί επένδυση στην τουριστική βιομηχανία.

Σύμφωνα με τον Stephen D. Ross (2001), παρατηρούμε ότι ο αθλητικός τουρισμός:

- Δημιουργεί οικονομική ανάπτυξη στις τοπικές κοινωνίες μέσω γεμάτων ξενοδοχείων, εστιατόρια και καταστημάτων λιανικής πώλησης
- Δημιουργεί ή και ενισχύει μιας θετικής εικόνα για την πόλη που επενδύει στον αθλητικό τουρισμό.
- Δημιουργεί νέο προϊόν, έναν νέο τουριστικό προορισμό που μπορεί να επιμηκύνει την τουριστική περίοδο μιας πόλης ή μιας ολόκληρης Περιφέρειας.

- Μεγιστοποιεί τη χρήση των αθλητικών εγκαταστάσεων της περιοχής ενώ παράλληλα δίνει κίνητρο στην Πολιτεία να επενδύσει ή να αναζητήσει επενδυτικά προγράμματα για την βελτίωση αυτών των εγκαταστάσεων .
- Ενισχύει τις κοινοτικές σχέσεις μέσω προγραμμάτων όπως το Erasmus+.
- Δημιουργεί ευκαιρίες για νέους είτε να εργαστούν είτε να συμμετάσχουν ως αθλητές/θεατές/εθελοντές.
- Προσελκύει επισκέπτες με υψηλό ετήσιο εισόδημα.
- Μέσα από την αθλητική δραστηριότητα επεκτείνεται η επικοινωνιακή προβολή της πόλης ή της περιοχής(τηλεοπτική μετάδοση αγώνων- χρήση social media των επισκεπτών– αυξημένη συμμετοχή εκπροσώπων των Μ.Μ.Ε)
- Συμβάλλει στον αυξημένο ρυθμό ανάπτυξης του τουρισμού.
- Βελτιώνει την ικανότητα και δημιουργεί συνέργειες μεταξύ φορέων της τοπικής κοινότητας (τουριστικοί φορείς-εμπορικός σύλλογος – τοπική αυτοδιοίκηση).
- Θέτει τις βάσεις για την δημιουργία νέων αθλητικών εγκαταστάσεων.

Τα «κέρδη» από την επένδυση στο Αθλητικό Τουρισμό σε μια τοπική κοινωνία μπορούμε να τα κατηγοριοποιήσουμε σε **άμεσα** και **έμμεσα**. Στα άμεσα αναφερόμαστε κυρίως στις οικονομικές συνέπειες του Αθλητικού Τουρισμού ενώ ως έμμεσα κέρδη αναφέρονται κυρίως οι κοινωνικές συνέπειες αλλά και οι επίδραση που φέρνει η ανάπτυξη αυτής της μορφής του τουρισμού στην οπτική ταυτότητα της Πόλης



(Σχεδιάγραμμα 3- Άμεσα & Έμμεσα κέρδη από τον αθλητικό τουρισμό)

4.2. ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΤΟΠΙΚΩΝ ΦΟΡΕΩΝ ΣΕ ΔΡΑΣΕΙΣ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ - ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΑΡΚΑΛΟΧΩΡΙΟΥ

- ΗΜΙΜΑΡΑΘΩΝΙΟΣ ΚΡΗΤΗΣ

Ένα μικρό χωριό με μηδενικό τουρισμό και λιγότερο από 5.000 κατοίκους, σε μια αγροτική περιοχή 40km περίπου μακριά από το Ηράκλειο Κρήτης, προσελκύει το ενδιαφέρον αθλητών και τουριστών από την Ελλάδα και το εξωτερικό.

Η αρχική ιδέα του ΑΘΛΗ.ΣΥ ήταν να διοργανωθεί ένας αγώνας δρόμου 5 και 10χλιομέτρων στο Αρκαλοχώρι, μια μικρή κωμόπολη στο κέντρο της Κρήτης.. Αρχικός τους στόχος ήταν να παρακινήσουν αλλά και να ευαισθητοποιήσουν τους συγχωριανούς τους να ασχοληθούν με τον αθλητισμό. Είχανε όμως από την αρχή και 4 ακόμα στόχους στο μυαλό τους:

- Την δημιουργία ενός πόλου έλξης επισκεπτών από όλη την Ελλάδα και το εξωτερικό στην καρδιά της Κρήτης σε εποχή που δεν υπάρχει έντονο τουριστικό ρεύμα.
- Την ανάδειξη όλων των φυσικών πλεονεκτημάτων της περιοχής και την αξιοποίηση του πολιτιστικού αποθέματος που υπάρχει αλλά δεν προβάλλεται επαρκώς .
- Την χρησιμοποίηση του αθλητισμού για ουσιαστική τουριστική ανάπτυξη και οικονομική άνθηση του τόπου τους
- Την καθιέρωση του Αγώνα δρόμου τους σαν θεσμό εντός και εκτός συνόρων.

Με προετοιμασία λίγων μηνών το Νοέμβριο του 2014 η πρώτη διοργάνωση ολοκληρώνεται με τη βοήθεια 30 εθελοντών και 700 αθλητών .

Μετά την ολοκλήρωση της πρώτης διοργάνωσης, όλοι οι κάτοικοι στο χωριό με μπροστάρηδες μια ομάδα νέων ανθρώπων ξεκίνησαν από την επόμενη ημέρα την προετοιμασία για την επόμενη χρονιά:

- ✓ Συνεργάστηκαν για πρώτη φορά όλοι οι πολιτιστικοί σύλλογοι της περιοχής μαζί με τον εμπορικό τους σύλλογο
- ✓ Απέκτησαν την ηθική αι υλική υποστήριξη από την Περιφέρεια Κρήτης ενώ παράλληλα ξεκίνησαν συνεργασία με τον Δήμο της περιοχής και το Επιμελητήριο Ηρακλείου καθώς και τον Ενιαίο Σύνδεσμο Διαχείρισης Απορριμμάτων Κρήτης
- ✓ Συνεργάστηκαν με όλες τις ακτοπολικές , αεροπορικές εταιρείες, τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις και τις επιχειρήσεις οδικών μέσων μεταφοράς της Κρήτης για την δημιουργία ενός ελκυστικού ,ολοκληρωμένου πακέτου αθλητισμού και τουρισμού
- ✓ Προέβαλαν την Κρητική Διατροφή ως μέσω διατήρησης της Υγείας σε συνδυασμό με την άθληση. Κρητικές νοικοκυρές βρίσκονταν στη γραμμή του τερματισμού και μαγείρευαν χιλιάδες «σαρικόπιτες» (κρητική πίτα)

καθώς και άλλα εδέσματα της κρητικής κουζίνας για όλους τους συμμετέχοντες

- ✓ Δημιούργησαν μια σειρά από βίντεο ,τα οποία μεταφράστηκαν και στα αγγλικά, για να προβάλει τα ιδιαίτερα στοιχεία του τόπου μας (ήθη ,έθιμα, διάλεκτος)με πρωταγωνιστές καθημερινούς ανθρώπων που βοήθησαν εθελοντικά. Το ένα από τα βίντεο γυρίστηκε σε τρεις χώρες του εξωτερικού: Ινδία, Νότιο Αφρική, Κένυα με ελάχιστο οικονομικό κόστος.
- ✓ Φιλοτέχνησαν ένα καλαίσθητο χειροποίητο κεραμικό αθλητικό παπούτσι -Συνδύασαν τη παράδοση, το πολιτισμό τη γαστρονομία, τη μουσική και το χορός του τόπου σε ένα δρομικό γεγονός
- ✓ Συμμετείχαν σε εκθέσεις της Ελλάδος και του Εξωτερικού σε συνεργασία με την Περιφέρεια Κρήτης - Εργάστηκαν πάνω στην συλλογή database δρομέων από τον πρώτο κιάλας αγώνα
- ✓ Χρησιμοποίησαν καινοτόμες με ελάχιστο κόστος τεχνολογίες επικοινωνίας, SMS Marketing, Email marketing με έξυπνα χιουμοριστικά κείμενα .
- ✓ Λειτουργήσαν στο χώρο του θεάτρου στο χωριό τους μια μικρή αλλά πολύ ενδεικτική λαογραφική έκθεση για να εμπλουτίσει τις εικόνες που παίρνει μαζί του φεύγοντας ο επισκέπτης.
- ✓ Επένδυσαν σε αγορά τεχνολογικού υλικού για να μπορούν να μεταδίδουν τον αγώνα τους σε livestreaming σε youtube και facebook.
- ✓ Ενίσχυσαν πολλαπλούς κοινωνικούς σκοπούς και κοινωνικές δομές πρόληψης ΟΡΑΜΑ ΕΛΠΙΔΑΣ, ΗΛΙΑΧΤΙΔΑ, ΚΑΡΔΙΑ ΤΟΥ ΠΑΙΔΙΟΥ, ΚΙΝΗΤΗ ΜΟΝΑΔΑ ΜΑΣΤΟΓΡΑΦΙΑΣ, ΠΡΟΛΗΠΤΙΚΗ ΟΔΟΝΤΙΑΤΡΙΚΗ ΠΑΙΔΙΩΝ
- ✓ Τοποθέτησαν κάθε είδους ορχήστρας και κάθε είδους μουσικής σε μια διαδρομή μέσα στο φυσικό περιβάλλον ανάμεσα σε παραδοσιακούς οικισμούς, ελαιώνες και αμπέλια
- ✓ Συνδύασαν την απονομή επάθλων των νικητών με ένα πραγματικό διαδραστικό γλέντι που συμμετείχαν ενεργά όλοι οι αθλητές.



(φωτογραφία με πανοραμική θέα από τον τερματισμό στο Ανοιχτό Δημοτικό Θέατρο Αρκαλοχωρίου).

Όλα τα παραπάνω έγινε σχεδόν αποκλειστικά με την συνεργασία των κατοίκων του χωριού. Ο καθένας με την γνώση του, το επάγγελμά του ή τον ελεύθερο του χρόνο προσέφερε για την υλοποίηση αυτού του αγώνα.

Όλα τα παραπάνω είχαν ως αποτέλεσμα:

- Το 2015 ο αγώνας αποκτά το σημερινό αναγνωρισμένο πλέον brand name στην Ελλάδα καθώς και στο εξωτερικό “Ημιμαραθώνιος Κρήτης ή Crete Half Marathon”
- Το 2017 ο αγώνας εντάσσεται στο καλεντάρι του ΣΕΓΑΣ και μετριέται επισήμως από την IAAF και την AIMS .
- Ο Ημιμαραθώνιος ξεπερνά της προσδοκίες και με την συνεργασία όλων των τοπικών φορέων και το 2018 παίρνει θέση ανάμεσα στους 5 κορυφαίους αγώνες στην Ελλάδα αποκτώντας επίσης την πρώτη θέση στη Κρήτη ,με συμμετοχές που αγγίζουν τις 4000 με το 40% να είναι εκτός Κρήτης και από 35 χώρες.

	2014	2015	2016	2017	2018
ΣΥΜΜΕΤΟΧΕΣ	863	1369	1963	3220	3856
ΑΝΔΡΕΣ	423	805	1096	1950	2263
ΓΥΝΑΙΚΕΣ	440	564	867	1270	1493
ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΝΤΕΣ ΑΠΟ ΚΡΗΤΗ	844	1153	1417	1736	1963
ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΝΤΕΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΥΠΟΛΟΙΠΗ ΕΛΛΑΔΑ	15	190	460	1289	1530
ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΝΤΕΣ ΑΠΟ ΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ	4	26	86	195	363

(Πίνακας 17- Αυξητική τάση συμμετοχών στον Ημιμαραθώνιο Κρήτης - στοιχεία διοργανωτών)

Αναλυτικά το 2018, τέσσερα μόλις χρόνια μετά τον πρώτο τους αγώνα στο Αρκαλοχώρι:

- ✓ Πάνω από 4000 αθλητές πήραν μέρος στον Ημιμαραθώνιο Κρήτης το 2018.
- ✓ Όλα τα συνεργαζόμενα ξενοδοχεία του Ηρακλείου είχαν 100% πληρότητα.
- ✓ Περίπου 1500 δρομείς εκτός Κρήτης ταξίδεψαν με πλοία και για να συμμετάσχουν στον αγώνα και επηρέασαν την οικονομική και τουριστική ζωή της Κρήτης καθώς οι περισσότεροι συνδύασαν τις διακοπές τους με τον Ημιμαραθώνιο Κρήτης
- ✓ Για πρώτη φορά ανταποκρίθηκαν πάνω από 2000 αθλητές (περίπου το 50%) στο email εντυπώσεων (Ελληνες και ξένοι) και άφησαν τα θετικά σχόλια τους.
- ✓ Τα ευρηματικά βίντεο που η ίδια η ομάδα των διοργανωτών δημιούργησαν, έκαναν το γύρω του κόσμου, ξεπέρασαν συνολικά τα 6 εκατομμύρια προβολές και τις 60.000 κοινοποιήσεις σε όλες τις αναρτήσεις στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και το διαδίκτυο. Το συνολικό κόστος των 2 βίντεο ήταν 300 ευρώ. (Αριθμοί που ξεπερνούν κατά πολύ σποτ των μεγαλύτερων Μαραθωνίων του κόσμου (Νέας Υόρκης 183.000 προβολές, Λονδίνου 124.000 προβολές, κλπ)
- ✓ Η συμμετοχή αθλητών από 35 χώρες με 400 περίπου αθλητές.
- ✓ Για πρώτη φορά όλα τα τηλεοπτικά κανάλια της Αθήνας ασχολήθηκαν στα κεντρικά δελτία ειδήσεων με ένα αθλητικό γεγονός που πραγματοποιείται σε ένα χωρίο που μέχρι πρότινος ήταν άγνωστο. Την ημέρα του αγώνα έκαναν ζωντανή σύνδεση με το χώρο της εκδήλωσης, 3 αθηναϊκά κανάλια και 2 τοπικά.
-Το 80% των αθλητών των προηγούμενων ετών δήλωσε συμμετοχή.
- ✓ Περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση των δρομέων κατά την διάρκεια του αγώνα.
(Συλλέχτηκαν 10.000 μπουκάλια και μετατράπηκαν σε σακούλες για να δοθούν στους αθλητές σε επόμενο αγώνα. Τα 10.000 καπάκια δόθηκαν για την αγορά αναπηρικού αμαξιδίου)
- ✓ Άμεση ηλεκτρονική απάντηση σε χιλιάδες διευκρινιστικές ερωτήσεις ενδιαφερόμενων ξένων για τον αγώνα , τις περισσότερες φορές μέσα σε λίγα λεπτά και τουλάχιστον σε τέσσερις γλώσσες (αγγλικά, γερμανικά, ιταλικά, γαλλικά).
- ✓ Το site τους στην οργανική αναζήτηση ημιμαραθωνίου κατέχει την πρώτη θέση για 6 μήνες το χρόνο.
- ✓ Χιλιάδες αναρτήσεις στο facebook, κοινοποιήσεις , likes, σχόλια και άρθρα σε όλα τα ηλεκτρονικά και έντυπα μέσα ενημέρωσης έκαναν τον Ημιμαραθώνιο Κρήτης ένα καταξιωμένο αθλητικό, πολιτιστικό γεγονός με τεράστια αναγνωρισιμότητα και πολλαπλά οφέλη για τον αθλητικό τουρισμό και την οικονομική άνθηση όχι μόνο του Αρκαλοχωρίου αλλά και ολόκληρης της Κρήτης.

Όλα τα παραπάνω στοιχεία αποδεικνύουν με αριθμούς τα έμμεσα αλλά και τα άμεσα οικονομικά και κοινωνικά οφέλη για μια κωμόπολη ενός νησιού όπως το Αρκαλοχώρι. Εύλογα μπορεί να συμπεράνει κανείς πόσο περισσότερα θα ήταν τα οφέλη αν υπήρχαν καταλληλότερες υποδομές, ωστόσο η θέληση της τοπικής κοινωνίας και η άμεση εμπλοκή τους στη διοργάνωση είναι αυτά που όπως δείχνουν θα αποτελέσουν την εγγύηση για τη συνέχιση αυτής της διοργάνωσης αλλά και της διεκδίκησης για υποδομές και ανάπτυξη τόσο από τις τοπικές αρχές όσο και από το κράτος.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΓΕΝΙΚΕΣ ΚΑΙ ΕΙΔΙΚΕΣ ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ ΤΟΥ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Αποδεικνύεται στην πράξη ότι η συνεργασία Ιδιωτικών και Δημοσίων φορέων κρίνεται απαραίτητη καθώς με αυτόν τον τρόπο λειτουργούν πολλαπλασιαστικά τα οφέλη από τις δράσεις αθλητικού τουρισμού. Η Καινοτομία στις δράσεις αθλητικού τουρισμού θα ενισχύσει τα οφέλη ενώ παράλληλα θα αποτελέσει ασπίδα προστασίας απέναντι στον ανταγωνισμό. Νέοι χώροι αθλητικών εγκαταστάσεων αλλά και σύγχρονες προς τις αθλητικές δράσεις ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις θα αποτελούν μεγάλο πλεονέκτημα για την ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού

Επίσης, η παρότρυνση βιωματικής εμπειρία αθλητικών δράσεων από τους τουρίστες που επισκέπτονται την κάθε περιοχή μπορεί να μετατρέψει τον τουρίστα από παθητικό σε ενεργητικό αθλητικό τουρίστα. Η Ενθάρρυνση για εθελοντική συμμετοχή από τα μέλη της τοπικής κοινωνίας σε όλες τις αθλητικές δραστηριότητες και η ταυτόχρονη επένδυση στην ανάπτυξη του Συνεδριακού Τουρισμού θα δώσει μεγάλη ώθηση και στην προώθηση δράσεων του Αθλητικού Τουρισμού.

Συμπερασματικά, είναι απολύτως αναγκαία η χάραξη στρατηγικού σχεδιασμού για την ανάπτυξη του Αθλητικού Τουρισμού από την εκάστοτε Κυβέρνηση και οι επενδύσεις όχι μόνο σε εγκαταστάσεις αλλά και σε εκπαιδευτικά προγράμματα φορέων και ιδιωτών. Επιπλέον, η συνεχής ενημέρωση όλων των τουριστικών φορέων για τις δράσεις των ανταγωνιστικών περιοχών αλλά και η προβολή όλων των αθλητικών δράσεων μέσα από τα social media και την χρήση ψηφιακών μέσων

Τέλος, είναι γεγονός ότι ο Αθλητικός Τουρισμός, δεν προϋποθέτει μόνο αθλητικές δράσεις, δεν αναπτύσσει μόνο την τοπική οικονομία αλλά πρέπει να προωθεί την φιλία και την συνεργασία μεταξύ των λαών διαφορετικής κουλτούρας, θρησκείας, ηλικιών, οικονομικής κατάστασης. Ο αθλητισμός ενώνει και αυτό θα πρέπει να αποτελεί κριτήριο για τον προγραμματισμό κάθε τουριστική δραστηριότητα.

5.1. ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Έχοντας ως τελικό στόχο την επέκταση της τουριστικής περιόδου σε όλη την Ελλάδα αλλά και στην καλύτερη οργάνωση όλων των φορέων που ασχολούνται με τον Αθλητικό Τουρισμό (είτε Δημόσιοι είτε Ιδιωτικοί) πρέπει να γίνει κατανοητό ότι η περίοδος της επισκεψιμότητας εκτείνεται πριν, κατά τη διάρκεια και με το πέρας των Αγώνων. Το μοντέλο PARRC του Kutrzmann(2005) προσπαθεί να εξηγήσει το πώς μπορεί να εξελιχτεί η επισκεψιμότητα σε μία πόλη που φιλοξενεί ένα μεγάλο ή μικρό αθλητικό γεγονός. Τα αρχικά του μοντέλου αναφέρονται στα:

- ☐ Prelude, είναι ο αριθμός των τουριστών που έρχονται στον τόπο φιλοξενίας του γεγονότος 365 ημέρες, πριν από το αθλητικό γεγονός.
- ☐ Attendance, είναι ο αριθμός των επισκεπτών κατά τη διάρκεια του αθλητικού γεγονότος και καταγράφεται για όσο διάστημα διαρκούν οι αγώνες ή οι δραστηριότητες.
- ☐ Retention, είναι ο αριθμός των αθλητικών τουριστών που παραμένουν μετά το τέλος του αθλητικού γεγονότος/δραστηριότητας, με μέγιστο χρόνο παραμονής τους 1-3 μήνες μετά (κατανόηση κουλτούρας-κοινωνίας).
- ☐ Residuals, είναι ο αριθμός των αθλητικών τουριστών που επιστρέφουν στον τόπο φιλοξενίας του γεγονότος και διαρκεί περίπου 4 -24 μήνες μετά τη φάση παράτασης (συνήθως είναι αποτέλεσμα της συμμετοχής σε συνέδρια, εκθέσεις, συνεργασίες).
- ☐ Continuous, είναι ο αριθμός των αθλητικών τουριστών που επιστρέφουν στον τόπο φιλοξενίας του γεγονότος και διαρκεί 2-5 χρόνια μετά τη φάση επιστροφής (συνήθως είναι αποτέλεσμα της ανάπτυξης συνεργασιών ή φιλικών και άλλων κοινωνικών σχέσεων που δημιουργήθηκαν κατά τον χρόνο παραμονής

ΣΤΑΔΙΟ	ΧΡΟΝΟΣ	% ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ
P προετοιμασία	365 ημέρες	1%
A επίσκεψη	Όσο διαρκεί το γεγονός	100%
R παράταση	1-90 ημέρες μετά	31%
R επιστροφή	14-110 εβδομάδες μετά	9%
C επανάληψη	24-28 μήνες μετά	3%
ΣΥΝΟΛΟ	PARRC	144%

(Πίνακας 18- Η εφαρμογή του Μοντέλου PARRC στα Twinning Games, στο πλαίσιο της αδελφοποίησης των πόλεων Χάγη και Οτάβα (N=364), Πηγή: Kurtzmann, 2005)

Με βάση όλα τα παραπάνω θα μπορούσαμε να προτείνουμε σε ένα πλαίσιο προτάσεων προς τις Περιφερειακές Αρχές της Χώρας μας που θέλουν να επενδύσουν σε ένα οργανωμένο πλαίσιο δράσεων Αθλητικού Τουρισμού, όπως:

- ☐ Δημιουργία microsite στο site της Περιφέρειας με στόχο την ενημέρωση φορέων τουρισμού του εξωτερικού αλλά και

μεμονωμένων "αθλητικών τουριστών που να ενημερώνει για όλες τις αθλητικές διοργανώσεις που θα πραγματοποιηθούν στα όρια της Περιφέρειας (συνεργασία με Δήμους και φορείς αθλητισμού)

- ☐ Λειτουργία οργανωμένων σελίδων στα social media – καθημερινή ενημέρωση αλλά και ανταπόκριση σε πιθανά ερωτήματα
- ☐ Καταγραφή όλων των Δημόσιων αθλητικών εγκαταστάσεων-Συνεργασία με ξενοδοχειακές μονάδες και αθλητικούς συλλόγους για την καταγραφή και των αντίστοιχων ιδιωτικών
- ☐ Δημιουργία έντυπου & ηλεκτρονικού θεματικού (εξειδικευμένου ή γενικού) υλικού (π.χ. σποτ) και προώθηση του εκτός από τις εκθέσεις τουρισμού και σε Γραφεία ΕΟΤ εξωτερικού, Πρεσβείες, βάση δεδομένων φορέων τουρισμού και αθλητισμού , δημοσιογράφους και ΜΜΕ
- ☐ Συνεργασία με Πανεπιστημιακά Ιδρύματα -Εκπόνηση έρευνας προφίλ αθλητικού τουρίστα που επισκέπτονται τους Δήμους της Περιφέρειας
- ☐ Δημιουργία Τμήματος Αθλητικού Τουρισμού στην Δ/ση Τουρισμού κάθε Περιφέρειας
- ☐ Δημιουργία-Θεσμοθέτηση Επιτροπής Αθλητικού Τουρισμού με τη συμμετοχή εκπροσώπων από Δήμους, Φορείς Αθλητισμού (ομοσπονδίες, ενώσεις, σύλλογοι κλπ), Φορείς Τουρισμού (ενώσεις ξενοδόχων, ενοικιαζόμενων καταλυμάτων και ενώσεις Πρακτόρων κλπ), η οποία θα συνεδριάζει ανά τακτά χρονικά διαστήματα για τις δράσεις αλλά και τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι εμπλεκόμενοι ώστε να αποτελέσει γνωμοδοτικό όργανο για την χάραξη πολιτικής-στρατηγικής της κάθε Περιφέρειας
- ☐ Προσθήκη στο ετήσιο πρόγραμμα τουριστικής προβολής και οργανωμένη συμμετοχή κάθε Περιφέρειας σε Εκθέσεις Αθλητικού Τουρισμού σε Ελλάδα και Εξωτερικό
- ☐ Αξιοποίηση τοπικών θεσμοθετημένων διοργανώσεων ενθαρρύνοντας τους εμπλεκόμενους για την δημιουργία ταξιδιωτικών πακέτων χαμηλού κόστους (συνεργασία με διοργανωτές-ξενοδόχους-πράκτορες-αεροπορικές ή ακτοπλοϊκές γραμμές)
- ☐ Ετήσιο συνέδριο αθλητικού τουρισμού με την ευθύνη της Περιφέρειας, με την συμμετοχή Experts αθλητικού τουρισμού για την ανταλλαγή καλών πρακτικών
- ☐ Συνεργασία με Τμήματα Αθλητισμού Δήμων, αθλητικούς φορείς και φορείς τουρισμού
- ☐ Αξιοποίηση προγραμμάτων ΕΣΠΑ για προγράμματα αθλητικού τουρισμού – ενημέρωση φορέων
- ☐ Συνεργασία με φορείς τουρισμού και αθλητισμού για την «διακίνηση» αθλητικών τουριστών.

Οι φορείς που βοηθούν στην διακίνηση του Αθλητικού Τουρισμού είναι κυρίως οι:

- ✓ Τουριστικοί Πράκτορες και μεγάλοι Tour Operators
- ✓ Ειδικά Τουριστικά Γραφεία Θεματικού Αθλητισμού
- ✓ Τουριστικά Γραφεία Περιπέτειας
- ✓ Γραφεία Διακοπών Αθλητικής Αναψυχής
- ✓ Τουριστικά Γραφεία Θεατών Αθλητικών Διοργανώσεων

- ✓ Εταιρείες Προώθησης Δραστηριοτήτων Υπαίθρου, όπως : trekking, nature hiking, walking holidays, cycling tours, mountain ski vacations
- ✓ Εταιρείες Αθλητικού Μάνατζμεντ, Εταιρείες Διοργάνωσης Αθλητικών Εκδηλώσεων
- ✓ Διαδικτυακοί ισότοποι, ιστότοποι Αθλητικής Κοινότητας, portals πώλησης αθλητικών προϊόντων και τουριστικών αθλητικών πακέτων.

Για όλα τα παραπάνω είναι απαραίτητη η διεκδίκηση πόρων από το κράτος για την ενίσχυση των αθλητικών υποδομών & αξιοποίηση ΕΣΠΑ. Θα πρέπει μέσα από την δημιουργία των γραφείων Αθλητικού Τουρισμού της κάθε Περιφέρειας, να προσκληθούν καταξιωμένοι αθλητές ή προσωπικότητες από ανάλογους χώρους ώστε να συμμετάσχουν σε θεσμοθετημένη ή άλλη διοργάνωση αθλητικού περιεχομένου και μέσα από την εμπειρία τους να διαφημίσουν τον τόπο φιλοξενίας αλλά και τη διοργάνωση.

Τέλος η διεκδίκηση και η ανάληψη μεγάλων αθλητικών διοργανώσεων θα αποτελέσει την κορωνίδα στην προσπάθεια της Περιφερειακής Αρχής να δημιουργήσει ένα μοναδικό αθλητικό προϊόν με τεράστια οικονομικά και κοινωνικά οφέλη.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1

Ενδεικτικά πάνω από 60 έργα μικρά και μεγάλα συνολικού προϋπολογισμού 40 εκατ.ευρω

ΑΘΛΗΤΙΚΑ ΕΡΓΑ ΠΕ ΛΑΡΙΣΑΣ

Ανοικτό κολυμβητήριο Νέας Πολιτείας Λάρισας,	4,5 εκατ. €
Βελτίωση αθλητικών εγκαταστάσεων σε Γυμναστήρια Αγιάς-Ελασσόνας	140.478,29 €
Ανακατασκευή δαπέδων-ηλεκτροφωτισμός-πίνακες Γυμναστηρίου Αμπελώνα Λάρισας	129.727,37 €
Κατασκευή δαπέδων Γυμναστηρίων Χάλκης-Πλατυκάμπου και επισκευές	146.000 €
Βελτιώσεις σε ανοιχτά αθλητικά κέντρα της Π.Ε. Λάρισας (γήπεδα ποδοσφαίρου σε Ανάβρα, Φάρσαλα, Πόταμος, Συκούριο, Μακρυχώρι, Δαμάσι, Μελισσοχώρι, Ομορφοχώρι)	430.000,00 €
Εργασίες Βελτίωσης & Συντήρησης Κλειστών Γυμναστηρίων Π.Ε. Λάρισας (Αγιά, Φαλάνη, Τύρναβο)	404.000,00 €
Βελτίωση αθλητικών εγκαταστάσεων ΕΑΚ Λάρισας (Β'Φάση) και Φιλιππούπολης	187.481 €
Βελτίωση αθλητικών εγκαταστάσεων σε Γυμναστήρια Αγιάς-Ελασσόνας	640.478,29 €
Αποπληρωμή εργασιών μελέτης κατασκευής επίβλεψης ανέγερσης νγυμναστηρίου 1 ^{ου} Λυκείου Λάρισας	54.667,00 €
Βελτίωση αθλητικών εγκαταστάσεων σε 10 κλειστά γυμναστήρια, 21 γήπεδα ποδοσφαίρου, 17 σχολικές αυλές	2 εκατ. €

ΑΘΛΗΤΙΚΑ ΕΡΓΑ ΠΕ ΜΑΓΝΗΣΙΑΣ ΚΑΙ ΣΠΟΡΑΔΩΝ

Κλειστό γυμναστήριο Αλοννήσου	2,9 εκατ. €
Κλειστό γυμναστήριο Ζαγοράς-Μουρεσίου	2 εκατ. €

Κλειστό γυμναστήριο Αγριάς	1,3 εκατ. €
Σκοπευτήριο Δήμου Ρήγα Φεραίου	500.000 €
Βελτίωση και στέγαση του κλειστού γυμναστήριου Σκιάθου	460.000 €
Βελτίωση γηπέδου και κατασκευή λοιπών αθλητικών εγκαταστάσεων στη θέση Κοπρισιές Αλοννήσου	405.000 €
Συντήρηση – βελτίωση αθλητικών εγκαταστάσεων Γηπέδου Παντελής Μαγουλάς	329.000 €
Συντήρηση – βελτίωση αθλητικών εγκαταστάσεων ΕΑΚ Βόλου, Συντήρηση – βελτίωση αθλητικών Νεάπολης Βόλου	250.000 €

ΑΘΛΗΤΙΚΑ ΕΡΓΑ ΠΕ ΤΡΙΚΑΛΩΝ

Κλειστό γυμναστήριο Τρικάλων	4,5 εκατ. €
Κατασκευή προπονητικού κέντρου στο Τ.Δ. Βροντερού Δήμου Πύλης	500.000 €
Βελτίωση εγκαταστάσεων Δημ. Σταδίου Φαρκαδόνας	150.000 €
Συντηρήσεις αθλητικών εγκαταστάσεων, νέα αθλητικά κέντρα-αθλητικοί χώροι σχολείων Π.Ε. Τρικάλων 2014	73.556 €
Συντηρήσεις αθλητικών εγκαταστάσεων, νέα αθλητικά κέντρα-αθλητικοί χώροι σχολείων Π.Ε. Τρικάλων 2015	100.000 €
Συντηρήσεις αθλητικών εγκαταστάσεων, νέα αθλητικά κέντρα – αθλητικοί χώροι σχολείων 2018 Π.Ε Τρικάλων	300.000 €
Συντηρήσεις αθλητικών εγκαταστάσεων, νέα αθλητικά κέντρα – αθλητικοί χώροι σχολείων 2016 Π.Ε Τρικάλων	100.000 €
Συντηρήσεις Αθλητικών Εγκαταστάσεων (Τρικάλων, Κολυμβητήριο, κλειστό Μπάρας & Κατσιμίδου, αποδυτήρια Γλίνους) , ανακατασκευή χλοοτάπητα, ταρτάν και εξωτερικών γηπέδων των δημοτικών σταδίων Τρικάλων και Καλαμπάκας, βελτίωση εγκαταστάσεων δημ. Σταδίου Οιχαλίας	950.000 €
Συντήρηση – βελτίωση αθλητικών εγκαταστάσεων Δημοτικού Σταδίου Τρικάλων	300.000 €
Συντήρηση – βελτίωση αθλητικών εγκαταστάσεων ΕΑΚ Βόλου, Συντήρηση – βελτίωση αθλητικών εγκαταστάσεων Δημοτικού Σταδίου Τρικάλων	250.000 €

ΑΘΛΗΤΙΚΑ ΕΡΓΑ ΠΕ ΚΑΡΔΙΤΣΑΣ

Κλειστό γυμναστήριο Καρδίτσας – Αίθουσα Βαρέων Αθλημάτων	10,4 εκατ. €
Βελτίωση κλειστού γυμναστηρίου Μουζακίου	85.755 €
Συντήρηση αθλητικών εγκαταστάσεων νέα αθλητικά κέντρα-αθλητικοί χώροι σχολείων 2016 Π.Ε. Καρδίτσας	68.443 €
Διαμόρφωση Αθλητικού Προπονητικού Κέντρου Δήμου Καρδίτσας	500.000 €

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2 (Δηλώσεις)

ΤΟΠΟΘΕΤΗΣΗ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΡΧΗ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ ΚΩΣΤΑ ΑΓΟΡΑΣΤΟΥ

**στα πλαίσια της διπλωματικής εργασίας με θέμα: «ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ
ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΩΣ ΜΟΧΛΟΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ
ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ - ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ - ΚΑΛΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ»**

"Ο αθλητισμός βρίσκεται στη πρώτη γραμμή των πολιτικών που υλοποιούμε ως αιρετή Περιφέρεια Θεσσαλίας. Μέσα από συνεργασίες και συνέργειες έχουμε καταστήσει την Περιφέρεια Θεσσαλίας την πρώτη αθλητική Περιφέρεια στη χώρα. Τα τελευταία χρόνια έχουμε διοργανώσει μία σειρά επιτυχημένων αθλητικών εκδηλώσεων, παγκόσμια πρωταθλήματα, πανελλήνιους αγώνες και εκδηλώσεις μαζικού αθλητισμού. Η Θεσσαλία απέκτησε προστιθέμενη αξία μέσω αυτών των μεγάλων διοργανώσεων ενώ παράλληλα μεγαλώσαμε το αθλητικό-δρομικό κίνημα στη περιοχή μας. Άλλωστε ο αθλητικός τουρισμός μπορεί να αποτελέσει ένα μεγάλο εργαλείο στην ανάπτυξη τόσο της οικονομίας της περιοχής μας όσο και του ίδιου του αθλητισμού μας. Γνωρίζουμε ότι η διοργάνωση μια μεγάλης αθλητικής εκδήλωσης προσφέρει πολλαπλά οφέλη στις τοπικές οικονομίες και για το λόγο αυτό ενισχύουμε τέτοιες πρωτοβουλίες. Για εμάς ο αθλητισμός είναι φιλοσοφία ζωής, δίνει χρόνια στη ζωή και ζωή στα χρόνια και αποτελεί διέξοδο από την σκληρή καθημερινότητα που βιώνουν οι συνάνθρωποί μας. Με στρατηγική και προγραμματισμό υλοποιήσαμε προγράμματα ανακατασκευής και αναβάθμισης των αθλητικών εγκαταστάσεων σε όλη τη Θεσσαλία συνολικού προϋπολογισμού άνω των 50 εκατ ευρώ. Μέσω των συγκεκριμένων προγραμμάτων οι κάτοικοι της Θεσσαλίας έχουν τη δυνατότητα να αθλούνται σε υψηλού επιπέδου αθλητικές εγκαταστάσεις. Ως Περιφερειακή Αυτοδιοίκηση έχουμε αποδείξει ότι στεκόμαστε με σεβασμό και έμπρακτο ενδιαφέρον απέναντι στον αθλητισμό και τη νεολαία."

ΤΟΠΟΘΕΤΗΣΗ ΕΝΤΕΤΑΛΜΕΝΟΥ ΣΥΜΒΟΥΛΟΥ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΚΡΗΤΗΣ ΝΙΚΟΛΑΟΥ ΣΥΡΙΓΩΝΑΚΗ στα πλαίσια της διπλωματικής εργασίας με θέμα: «ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΩΣ ΜΟΧΛΟΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ - ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ - ΚΑΛΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ»

"Ένας από τους βασικούς πυλώνες της Πολιτικής μας ως Περιφέρεια Κρήτης ,που συμβάλλει στην Ανάπτυξη του Αθλητισμού στο νησί μας και στην Ανάπτυξη και Ενίσχυση της Τοπικής Οικονομίας ,είναι ο Αθλητικός Τουρισμός.

Προσπαθήσαμε και πιστεύω, ότι έχουμε καταφέρει, να συμβάλουμε στην κοινωνική και παραγωγική ανασυγκρότηση της Περιφέρειας μας, δίνοντας λύσεις στο πρόβλημα της εποχικότητας, καθώς και στη πραγματική ενίσχυση των τοπικών και περιφερειακών οικονομιών.

Σε συνεργασία με όλους τους Φορείς που σχετίζονται άμεσα με τον Τουρισμό, προσπαθούμε ώστε να ξεφύγουμε από το κλασικό μοντέλο του Μαζικού

Τουρισμού, Ήλιος-Θάλασσα και ν' αναπτύξουμε και άλλες εναλλακτικές μορφές τουρισμού και κυρίως τον Αθλητικό Τουρισμό, ώστε να έχουμε επισκέπτες σε περιόδους τουριστικά χαμηλές σε ετήσια βάση.

Ο Αθλητικός Τουρισμός εξ ορισμού, είναι η επιδίωξη δύο βασικών απολαύσεων για τους ανθρώπους των σπορ και της επιθυμίας τους για ταξίδια, ώστε να γνωρίσουν τον κόσμο. Η σύνδεση του Αθλητισμού και του Τουρισμού, έχει ως αποτέλεσμα την κατανόηση διαφορετικής κουλτούρας και τρόπου ζωής, τη συμβολή στην προώθηση και διατήρηση της ειρήνης μέσα από την ανάπτυξη σχέσεων μεταξύ των ανθρώπων.

Για πολλά χρόνια ο Αθλητικός Τουρισμός αποτελούσε τον «Κοιμώμενο Δράκο» του Τουρισμού και πλέον καλείται να διαδραματίσει καταλυτικό ρόλο στην νέα Παγκόσμια Επανάσταση που συντελείται στο χώρο και εμείς είμαστε υποχρεωμένοι να βοηθήσουμε προς αυτήν την κατεύθυνση.

Ως Περιφέρεια Κρήτης δίνουμε ιδιαίτερη βαρύτητα και επενδύουμε στην ανάπτυξη του Αθλητικού Τουρισμού και για το λόγο αυτό συνεργαζόμαστε στενά με Φορείς του Τουρισμού, Αθλητικούς Φορείς και με την Αυτοδιοίκηση, φιλοξενώντας μεγάλα και όχι μόνο αθλητικά γεγονότα στο νησί. Χαρακτηριστικά παραδείγματα αποτελούν: ο Ημιμαραθώνιος Κρήτης, το ορειβατικό ΣΚΙ, ο Ποδηλατικός Γύρος Κρήτης, το Ευρωπαϊκό κύπελλο Ποδηλασίας ΑμεΑ, το Αγωνιστικό Cliffdiving, Σκακιστικά Τουρνουά σε όλη την Κρήτη, το Παγκόσμιο Πρωτάθλημα Σχολικών Ομάδων Μπάσκετ και πολλές άλλες εκδηλώσεις που πραγματικά συμβάλλουν στην Ανάπτυξη του Αθλητικού Τουρισμού και επιβεβαιώνουν, ότι το Νησί μας αποτελεί ένα Αξιόλογο, Φιλόξενο και κυρίως Ασφαλή Αθλητικό προορισμό."

**ΤΟΠΟΘΕΤΗΣΗ ΑΝΤΙΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΡΧΗ ΑΧΑΪΑΣ ΓΡΗΓΟΡΙΟΥ
ΑΛΕΞΟΠΟΥΛΟΥ στα πλαίσια της διπλωματικής εργασίας με θέμα:
«ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΩΣ ΜΟΧΛΟΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΗΣ
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ - ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ - ΚΑΛΕΣ
ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ»**

"Η Αχαΐα είναι ένας προνομιακός τόπος. Συνδυάζει βουνό και θάλασσα σε απόσταση μόλις μιας ώρας. Το φυσικό περιβάλλον, η παράδοση και η ιστορία παντρεύονται σε ένα μοναδικό τουριστικό προϊόν με τεράστιες δυνατότητες ανάπτυξης. Από τις καταγάλανες θάλασσες στα χιονισμένα βουνά και το χιονοδρομικό κέντρο των Καλαβρύτων μπορούν να αναπτυχθούν πολλές και διαφορετικές μορφές εναλλακτικού τουρισμού. Άλλωστε η Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας δίνει μεγάλη έμφαση στην ανάπτυξη ήπιων δραστηριοτήτων προκειμένου να αυξηθεί η επισκεψιμότητα και να επιμηνυνθεί το τουριστικό ρεύμα καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου, λαμβάνοντας πάντα υπόψη την φέρουσα ικανότητα κάθε

τόπου, επιδιώκοντας την τουριστική αξιοποίηση με γνώμονα την οικονομική ανάπτυξη της περιοχής.

Σπουδαίο ρόλο για την περιοχή κατέχει τόσο ο «αθλητικός τουρισμός» όσο και ο «τουριστικός αθλητισμός». Όσον αφορά τον αθλητικό τουρισμό, όπου το κύριο κίνητρο μετακίνησης είναι καθαρά η συμμετοχή ή η παρακολούθηση κάποιας διοργάνωσης, η περιοχή μας έχει μια πλούσια εμπειρία και φυσικά διαθέτει υποδομές που μπορούν να φιλοξενήσουν με επιτυχία διεθνείς αγώνες. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται και στον «τουριστικό αθλητισμό» με τη δημιουργία ευκαιριών άθλησης των επισκεπτών σε εντελώς τυχαία ή περιστασιακή βάση κατά την διάρκεια των διακοπών τους.

Στην Περιφερειακή Ενότητα Αχαΐας ο τουρισμός αποτελεί προτεραιότητα και κύριο μέλημά μας. Στην κατεύθυνση αυτή υποστηρίζουμε την διοργάνωση αθλητικών γεγονότων όπως:

- *P.I.C.K. Patras International CircuitKart*, το στολίδι του μηχανοκίνητου αθλητισμού που διοργανώνεται για 11^η χρονιά φέτος και είναι μοναδικό στην Ελλάδα.
- *Ευρωπαϊκό Πρωτάθλημα Τοξοβολίας Νέων*
- *Διεθνείς αγώνες Πόλο, FIFA World League Polo Women*
- *Διεθνής ZEYEH RUN* λαϊκός αγώνας δρόμου
- *Πανελλήνιοι αγώνες Ταεκβοντό*
- *Πανελλήνιο Πρωτάθλημα Κολύμβησης Παιδών Β Εθνικής*
- *Πανελλήνιο Πρωτάθλημα Πόλο μίνι Παιδών*
- *Μηχανοκίνητος αθλητισμός, Ανάβαση Πλατάνι-«Πιτίτσα» της Αχαΐας, στο πλαίσιο του Πανελλήνιου Πρωταθλήματος Αναβάσεων*
- *Αθλητικοί αγώνες Kite Surf*
- *Αγώνες Ορεινού Τρεξίματος 1. Παναχαϊκό Trail και 2. Ηράκλειος Άθλος*

Και πολλές διοργανώσεις ακόμα.

Επίσης να αναφέρουμε την ανάθεση της διοργάνωσης των **Παράκτιων Μεσογειακών Αγώνων** που θα διεξαχθούν στην Πάτρα, την περίοδο 25-31 Αυγούστου. Η ανάθεση των αγώνων στην Πάτρα αποδεικνύει περίτρανα τη μεγάλη σημασία που δίνεται μεταξύ άλλων στον αθλητικό τουρισμό και ότι η περιοχή μας μπορεί να υποστηρίξει μεγάλες διοργανώσεις."

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Αλεξανδρή Κ. (2018). Διοίκηση Αθλητικού Τουρισμού (εκδόσεις Κυριακίδη)
- Αλεξανδρή Κ. (2017). Η συνεισφορά αθλητικών διοργανώσεων μικρής κλίμακας στην τοπική τουριστική Ανάπτυξη (εκδόσεις Τουρισμός)
- Καλοκάρδου, Ρ. & Κραντονέλλης, Κ. (2005). Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού και Κρίσιμες Χωρητικότητες σε Τουριστικές Περιοχές της Δυτικής Ελλάδας. Αθήνα: Heleco '05, ΤΕΕ.
- Κώστα Γ, Υφαντίδου Γ. (2015). Η ανάπτυξη του Αθλητικού Τουρισμού Αθήνα: Σύνδεσμος Ελληνικών Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών. Διαθέσιμο στο: <http://hdl.handle.net/11419/4256>
- Μπαλάσκα Π. (2015). Η συνεισφορά των αθλητικών διοργανώσεων στην τουριστική ανάπτυξη πόλεων και ο ρόλος των οργανισμών Τοπικής Αυτοδιοίκησης. Μεταδιδακτορική Διατριβή, ΣΕΦΑΑ, ΑΠΘ
- Τερζάκης Δ, (2007), «Αθλητισμός και Περιφέρεια», Ρέθυμνο, Κρήτης,

ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ

- Alexandris K. & Kaplanidou K (2014). Marketing Sport Event Tourism: Sport Tourist Behaviors and Destination Provisions, Sports Marketing Quarterly
- Darren H (2015). The State Of The Golf Industry in 2015, Forbes
- Gammon, S. & Robinson, T. (1997). Sport and tourism a conceptual framework. Journal of Sport Tourism, 4 (3), 8-24.
- Gibson, H. (1998). Active sport tourism: who participates? Leisure Studies, 17, 155-170.
- Gibson, H., Attle, S. & Yiannakis, A. (1997) Segmenting the sport tourist market: a lifespan perspective. Paper presented at Teaming for Success: A Forum on Sport Tourism, March (6-8). Arlington, VA.
- Kurtzman J. (2005). Sport tourism categories. Journal of Sport and Tourism, 10 (1), 15-20.
- Standeven, J. & De Knop, P. (1999). Sport tourism. Champaign, Ill: Human Kinetics.

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- <https://www.thessaly.gov.gr>
- <https://www.crete.gov.gr/>
- <https://www.pde.gov.gr/gr/index.php>
- <https://www.insider.gr/apopseis/arthrografia/60212/o-athlitikos-toyrismos-mporei-kai-prepei-na-paixei-simantiko-rolo>
- https://repository.kallipos.gr/bitstream/11419/4258/2/02_chapter_2.pdf
- <http://gga.gov.gr/>
- <http://nefeli.lib.teicrete.gr/browse/sdo/tour/2009/MappourasAndreas/attached-document/mappouras.pdf>
- <https://traveldailynews.gr/columns/article/1667>
- <https://www.incrediblecrete.gr/el/athletic-tourism/>
- https://www.researchgate.net/publication/43515048_Sport_tourism_An_introduction_and_overview
- <http://www.digitaljournal.com/pr/3909181>
- <https://blog.technavio.com/blog/growing-preference-sports-tourism-top-5-trends>
- https://www.researchgate.net/publication/327308092_Sport_Tourism_as_a_Local_Economic_Development_Enhancer_for_Emerging_Destinations
- <https://www.traveldailynews.com/post/sports-tourism-brings-new-opportunities-to-the-hotel-industry>
- https://books.google.gr/books?id=cZRfcx2__6sC&pg=PA215&lpg=PA215&dq=sports+tourism+development&source=bl&ots=aCWwhfrzCn&sig=ACfU3U2F3USO8qIPrBLD9-shqZr9-sFZMw&hl=el&sa=X&ved=2ahUKEwiq4Mnzut7gAhWDK1AKHbkoD10Q6AEwB3oECAUQAQ#v=onepage&q=sports%20tourism%20development&f=false
- <https://idrottsforum.org/articles/weed/weed061213.pdf>
- <http://www.lib.teiher.gr/webnotes/sdo/Sport%20Tourism/Sport-Tourism%20Development%20Guide.pdf>

- <https://e-space.mmu.ac.uk/332949/1/A%20final%20copy%20of%20Andrea%20Muranovova%20thesis%20incl%20title%20pg.pdf>