



**ΕΘΝΙΚΟ ΚΑΙ ΚΑΠΟΔΙΣΤΡΙΑΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ**

**ΣΧΟΛΗ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΦΥΣΙΚΗΣ ΑΓΩΓΗΣ ΚΑΙ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ**

**ΤΟΜΕΑΣ ΚΛΑΣΙΚΟΥ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ**

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

**«ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ ΔΡΟΜΙΚΩΝ ΑΓΩΝΙΣΜΑΤΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ  
ΚΑΙ ΣΥΜΒΟΛΗ ΣΤΟΝ ΑΘΛΗΤΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ»**

**ΣΚΑΦΙΔΑ ΑΝΑΣΤΑΣΙΑ – Α.Μ.: 201200187**

**Επιβλέπων Καθηγητής: κος Ν. ΝΙΚΗΤΑΡΑΣ**

**Σεπτέμβριος, 2019**

© Copyright

**ΣΚΑΦΙΔΑ ΑΝΑΣΤΑΣΙΑ**

Σχολή Επιστήμης Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού

Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών

Εθνικής Αντιστάσεως 41, 172 37, Δάφνη, Αθήνα

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Σκοπός της εργασίας είναι η αναφορά στον αθλητικό τουρισμό, στις διοργανώσεις δρομικών αγωνισμάτων στην Ελλάδα καθώς και η συμβολή και τα πολλαπλά οφέλη αυτών των διοργανώσεων. Για τις ανάγκες επίτευξης του σκοπού της εργασίας, έγινε αναζήτηση άρθρων που εξυπηρετούσαν τους στόχους και τη συγγραφή της εργασίας. Τα άρθρα αφορούσαν την διοργάνωση αγωνισμάτων (δρομικών) στην Ελλάδα καθώς και την συμβολή αυτών των διοργανώσεων στον αθλητικό τουρισμό. Τα άρθρα που χρησιμοποιήθηκαν ήταν στην αγγλική γλώσσα και επιλέχθηκαν από το διαδίκτυο και συγκεκριμένα από το scholar google. Το σύνολο της αρθρογραφίας μεταφράστηκε και χρησιμοποιήθηκαν τα σημεία εκείνα που κρίθηκαν απαραίτητα για τους σκοπούς της εργασίας. Συμπερασματικά, υπάρχουν πολλές ευκαιρίες για οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη μέσα από τον αθλητικό τουρισμό καθώς ακόμα και σήμερα αποτελεί ένα ανεξερεύνητο πεδίο. Η Ελλάδα μέσα από αυτές τις αθλητικές διοργανώσεις έχει την ευκαιρία να βελτιώνει την γενική ποιότητα ζωής των κατοίκων και παράλληλα να προωθεί την αθλητική, οικονομική και πολιτιστική ανάπτυξη. Υπάρχει ανάγκη πραγματοποίησης περισσότερων ερευνών αγοράς όσον αφορά τον αθλητικό τουρισμό, ενώ σε αυτή τη προσπάθεια θα πρέπει να συμπράξουν και οι αρμόδιοι δημόσιοι φορείς με τους ιδιώτες που επενδύουν σε αυτού του είδους την πρωτοβουλία για την ανάπτυξη και την ευημερία της τοπικής οικονομίας.

**Λέξεις κλειδιά:** δρομικά αγωνίσματα, διοργανώσεις στην Ελλάδα, αθλητικός τουρισμός, πολιτιστικός τουρισμός.

## **ABSTRACT**

The purpose of the work is to refer to sports tourism, race events in Greece as well as the contribution and the multiple benefits of these events. For the purposes of achieving the purpose of the work, articles were searched that served the goals and the writing of the work. The articles concerned the organization of racing events in Greece and the contribution of these events to sport tourism. The articles used were in English and selected from the internet and specifically from google scholar. The entire article was translated and the points that were deemed necessary for the purposes of the work were used. The entire article was translated and the points that were deemed necessary for the purposes of the work were used. In conclusion, there are many opportunities for economic and social development through sport tourism, as it is still an unexplored field today. Greece through these sports events has the opportunity to improve the general quality of life of the residents and at the same time to promote sporting, economic and cultural development. There is a need to carry out more market research on sport tourism, and in this effort the responsible public bodies should also be involved with the private investors who invest in this kind of initiative for the development and prosperity of the local economy.

**Key words:** track and field races, events in Greece, sports tourism, cultural tourism.

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

|                                                                     |           |
|---------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>I. ΕΙΣΑΓΩΓΗ .....</b>                                            | <b>7</b>  |
| 1.1. Σκοπός της εργασίας .....                                      | 8         |
| 1.2. Σημασία έρευνας .....                                          | 8         |
| 1.3. Ερευνητικά ερωτήματα .....                                     | 9         |
| <b>II. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ .....</b>                           | <b>10</b> |
| 2.1. Διοργάνωση αθλητικού γεγονότος .....                           | 10        |
| 2.2. Αθλητικός τουρισμός .....                                      | 11        |
| 2.3. Ανάπτυξη - Οικονομικά οφέλη αθλητικού τουρισμού .....          | 15        |
| 2.4. Πολιτιστική κληρονομιά και Οφέλη του αθλητικού τουρισμού ..... | 23        |
| 2.5. Εθελοντισμός .....                                             | 32        |
| 2.6. Η περίπτωση του Μαραθωνίου της Αθήνας .....                    | 32        |
| <b>III. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ .....</b>                                       | <b>35</b> |
| <b>IV. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ – ΣΥΖΗΤΗΣΗ .....</b>                            | <b>36</b> |
| <b>V. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ .....</b>                              | <b>45</b> |
| <b>ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ .....</b>                                           | <b>49</b> |

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΠΙΝΑΚΩΝ

|                                                                                          |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Πίνακας 1: Συμμετοχές δρομέων στους αγώνες Κλασικού Μαραθωνίου<br>Αθήνας 2009-2016 ..... | 36 |
| Πίνακας 2: Βαθμός ικανοποίησης από τη συμμετοχή στον Κλασικό<br>Μαραθώνιο Αθήνας .....   | 36 |

## I. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Έχει αναγνωρισθεί ευρέως το γεγονός ότι ο αθλητικός τουρισμός αποτελεί μία αναδυόμενη αγορά επιχειρηματικών ευκαιριών παγκοσμίως (Hinch & Higham, 2001), με τον ενεργό αθλητικό τουρισμό να κατέχει ένα σημαντικό μερίδιο αγοράς στην τουριστική βιομηχανία.

Ο Αθλητισμός και ο Τουρισμός οραματίζονται κοινούς στόχους:

- το χτίσιμο γεφυρών κατανόησης μεταξύ των διαφορετικών πολιτισμών,
- των τρόπων ζωής και των παραδόσεων,
- τη διασφάλιση της ειρήνης μεταξύ των εθνών,
- την κινητοποίηση των νέων ανθρώπων και
- την παροχή διασκέδασης, ώστε να ανακουφίζονται από την καθημερινή πίεση της ζωής.

Ο Gibson (1998), συνδέει τον ενεργό αθλητικό τουρισμό με την ενεργή συμμετοχή του ατόμου σε ποικίλες αθλητικές δραστηριότητες στο πλαίσιο ενός ταξιδιού αναψυχής σε αντίθεση με την παθητική του μορφή όπως είναι τα ταξίδια με σκοπό την παρακολούθηση ενός αγώνα ή μιας αθλητικής διοργάνωσης.

Ο αθλητισμός, και ο τουρισμός, θεωρούνται πολύ μεγάλα κοινωνικά φαινόμενα. Οι δύο δραστηριότητες θεωρούνται σημαντικές αφού προσελκύουν μεγάλες ομάδες ανθρώπων και ο ρυθμός είναι συνεχώς αυξανόμενος. Η Μοίρα κ.α. (2017), αναφέρει: «τα τελευταία χρόνια έχει αυξηθεί σημαντικά το ενδιαφέρον για τον αθλητισμό ως τουριστικό προϊόν από την αθλητική βιομηχανία, τη βιομηχανία του τουρισμού αλλά και από την επιστημονική κοινότητα, από την οποία έχει αναγνωριστεί ως περιοχή ιδιαίτερου ακαδημαϊκού ενδιαφέροντος».

Ο Preuss (2007), αναφέρει ότι κορυφαία αθλητικά γεγονότα όπως είναι οι Ολυμπιακοί Αγώνες, οι Μαραθώνιοι κ.λπ. έχουν μακροπρόθεσμη οικονομική, τουριστική, κοινωνική και περιβαλλοντική επίδραση στην πόλη – περιφέρεια που έχουν την ευθύνη διοργάνωσης αυτών των αθλητικών γεγονότων.

Έρευνες έχουν εξετάσει την οικονομική επίδραση κορυφαίων αθλητικών γεγονότων και κατέγραψαν θετικά οικονομικά αποτελέσματα για την πόλη που φιλοξενεί αυτού του είδους τις αθλητικές εκδηλώσεις. Ωστόσο οι αναλύσεις κόστους – οφέλους σε συνδυασμό με τις προσεγγίσεις της κατάστασης ισορροπίας η οποία εστιάζει στην μη μεταβολή των συνθηκών και των δυνάμεων που επιδρούν πάνω σε μια σταθερή

κατάσταση έδειξαν ότι ίσως τελικά να μην είναι θετικά τα οικονομικά αποτελέσματα από αυτού του είδους τις κορυφαίες αθλητικές εκδηλώσεις.

Σε αντίστοιχη έρευνα ο Paranikos (2015), εξέτασε τον μαραθώνιο της Αθήνας ως κορυφαίο αθλητικό γεγονός που αποτελεί κύριο τουριστικό γεγονός για την πόλη, όπως ακριβώς συμβαίνει σε πολλές χώρες παγκοσμίως. Ο Paranikos (2015), δίνει έμφαση στα μακροπρόθεσμα αποτελέσματα της προώθησης των εξαγωγικών προϊόντων που συνδέονται με αυτού του είδους τις αθλητικές – τουριστικές εκδηλώσεις παράλληλα με την προσέλκυση διεθνών άμεσων επενδύσεων.

Όπως αναφέρει ο ερευνητής οι μαραθώνιοι διοργανώνονται από τις πόλεις με την λήψη των αποφάσεων γύρω από τις διεργασίες αυτού του είδους τις εκδηλώσεις να συμπεριλαμβάνει πολλούς φορείς ή ιδιώτες που ασχολούνται με τα κοινά.

Η Ελλάδα ως προορισμός μαζικού αθλητικού τουρισμού αναπτύχθηκε από τα μέσα του προηγούμενου αιώνα, καθώς διαθέτει ιδιαίτερη γεωγραφική θέση, αλλά και γεωφυσικά χαρακτηριστικά, απέραντες ακτογραμμές, πολλά νησιά, αλλά και μοναδική ιστορία και πολιτισμό, ώστε να προσελκύσει εκτός του μαζικού τουρισμού και πληθώρα ειδικών μορφών τουρισμού, όπως ορεινό, αγροτικό, πολιτιστικό, θρησκευτικό, αλλά και αθλητικό τουρισμό. Στην Ελλάδα ο ενεργός αθλητικός τουρισμός αποτελεί μία δραστηριότητα που αναπτύσσεται και οι υπηρεσίες του διαχωρίζονται στις παρακάτω τρεις κατηγορίες: 1) στις δραστηριότητες που σχετίζονται με τη θάλασσα (ιστιοπλοΐα, καταδύσεις, το θαλάσσιο καγιάκ κ.ά.) 2) στις εξωτερικές δραστηριότητες βουνού (αναρρίχηση, σκι, πεζοπορίες) και 3) στις φυσικές δραστηριότητες, όπως είναι το τένις, το γκολφ, τα δρομικά αγωνίσματα κ.λπ. (Παιτσίνης κ.α., 2015). Οι προϋποθέσεις υπάρχουν, αρκεί να τις αξιοποιήσει η χώρα.

### **1.1. Σκοπός της εργασίας**

Σκοπός της εργασίας είναι η αναφορά στον αθλητικό τουρισμό, στις διοργανώσεις δρομικών αγωνισμάτων στην Ελλάδα καθώς και η συμβολή και τα πολλαπλά οφέλη αυτών των διοργανώσεων.

### **1.2. Σημασία έρευνας**

Η εργασία είναι σημαντική διότι παρουσιάζει την επίδραση των διοργανώσεων και τα πολλαπλά οφέλη: τα άμεσα αποτελέσματα στην τοπική οικονομία χάρη στην αύξηση του ρυθμού των επισκεπτών, ντόπιων/μη ντόπιων που επισκέπτεται την πόλη που

διοργανώνει το αθλητικό γεγονός καθώς και την μακροπρόθεσμη επίδραση πάνω στον διεθνή τουρισμό και τις εξαγωγές.

### **1.3. Ερευνητικά ερωτήματα**

Τα ερευνητικά ερωτήματα αφορούν τα αποτελέσματα των διοργανώσεων δρομικών αγωνισμάτων και τη συμβολή τους στον αθλητικό τουρισμό στην Ελλάδα και είναι τα ακόλουθα:

Αν το αποτέλεσμα του αθλητικού γεγονότος είναι καλό.

Τα οικονομικά αποτελέσματα αυτών των διοργανώσεων.

Η συνεισφορά τους σε κοινωνικό και πολιτιστικό επίπεδο.

## **II. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ**

### **2.1. Διοργάνωση αθλητικού γεγονότος**

Ιδανικά τα πάντα ξεκινούν από τους πολίτες που ζουν και εργάζονται στην πόλη ενώ σε ορισμένες περιπτώσεις μπορεί να είναι ιδέα ενός μόνου ατόμου που διαθέτει τους απαραίτητους πόρους και έχει πολιτική υποστήριξη. Αργά ή γρήγορα η ιδέα υποστηρίζεται αρχικά από μία κρίσιμη μάζα ντόπιων και στη συνέχεια αρχίζουν και συμμετέχουν ενεργά για την ολοκλήρωση του εγχειρήματος οι τοπικοί δήμοι και κοινότητες με την υποστήριξη των τοπικών οικονομικών συμφερόντων και των αθλητικών ενώσεων.

Είναι χαρακτηριστικό ότι σε όλη τη διαδικασία, τα τοπικά μέσα ενημέρωσης παίζουν ένα σημαντικό ρόλο εφόσον αποτυπώνουν την γενική τάση κοινής γνώμης. Από τη στιγμή που θα συμπράξουν όλες οι ενδιαφερόμενες πλευρές (π.χ. συμβούλιο της πόλης, επιχειρηματικοί και αθλητικοί σύλλογοι), θα διατυπωθεί το αίτημα για την επίσημη οικονομική εκτίμηση του όλου εγχειρήματος.

Καλούνται επιχειρησιακοί σύμβουλοι, οικονομολόγοι και άλλοι επαγγελματίες να εκπονήσουν μια μελέτη για την οικονομική επίδραση πάνω στην κοινωνία από την διοργάνωση αυτού του είδους τις εκδηλώσεις. Σε αυτό το στάδιο, η απόφαση είναι ευνοϊκή και οι περισσότεροι σύμβουλοι είναι περισσότερο από πρόθυμοι να ικανοποιήσουν τους πελάτες τους που είναι υποστηρικτές του συγκεκριμένου εγχειρήματος.

Αντιθέτως αυτοί που αντιτίθενται στην διοργάνωση ενός αθλητικού – τουριστικού δρώμενου έχουν συνήθως συμπαγή χαρακτηριστικά μη παρουσιάζοντας καμία διαφοροποίηση και θέτοντας ως στόχο την ανάδειξη αρνητικών αποτελεσμάτων από την εφαρμογή αυτού του είδους εγχειρήματος (Papanikos, 2015).

Ο Crompton (2006), αναφέρεται σε μία περίπτωση όπου πραγματοποιήθηκαν τέσσερις οικονομικές μελέτες για την ίδια εργασία από τέσσερις αντίστοιχα διαφορετικούς φορείς. Στην διαδικασία συμμετείχε και μία ομάδα ατόμων που ήταν αντίθετοι σε αυτού του τύπου την διοργάνωση.

Αν η διοργάνωση του πρώτου αθλητικού δρώμενου έχει ένα καλό αποτέλεσμα, σε αυτή την περίπτωση διοργανώνεται και μια εκδήλωση με παρόμοιο χαρακτήρα, ενώ η απόφαση θα στηριχτεί πάνω στα άτομα που συμμετέχουν στο συγκεκριμένο εγχείρημα, ιδιαίτερα στου μη ντόπιους.

Ο ρόλος των μέσων μαζικής ενημέρωσης είναι κρίσιμος για την διαμόρφωση της κοινής γνώμης, ενώ όσον αφορά τους μαραθώνιους προσελκύουν την προσοχή των τηλεοπτικών και κάθε είδους μέσων με αποτέλεσμα να αντιμετωπίζουν ευνοϊκά τέτοιες αθλητικές εκδηλώσεις με τουριστικές προεκτάσεις.

Η απόφαση αυτή θα πρέπει να βασίζεται σε μία *ex post* οικονομική αξιολόγηση της πρώτης διοργάνωσης του αθλητικού δρώμενου. Σύμφωνα με τον Papanikos (2015), οι πιο σημαντικές έρευνες που μετράνε τα οικονομικά αποτελέσματα ενός Μαραθωνίου στο πλαίσιο του αθλητικού τουρισμού με απώτερο στόχο την ακριβή εκτίμηση της οικονομικής επίδρασης στις τοπικές κοινωνίες, παραθέτουν παράλληλα συγκεκριμένες πολιτικές με στόχο την μεγέθυνση του οικονομικού οφέλους από την διοργάνωση μιας τέτοιας εκδήλωσης.

Όσον αφορά την διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004 η Αθήνα και η ευρύτερη περιοχή κληρονόμησαν ένα σημαντικό αριθμό νέων ή εκσυγχρονισμένων αθλητικών εγκαταστάσεων που χρησιμοποιήθηκαν συστηματικά για την φιλοξενία των αγώνων εκείνη την περίοδο (Boukas et al., 2013).

## **2.2. Αθλητικός τουρισμός**

Αθλητισμός και τουρισμός έχουν συμβάλλει μια σειρά από εξελίξεις σε φιλοσοφικό, επιχειρηματικό, επικοινωνιακό, αλλά και κοινωνικό και οικονομικό επίπεδο. Οι εξελίξεις αυτές εστιάζονται στα:

- 1) Ο «αθλητικός τουρισμός» έχει αυξημένη δημοτικότητα καθώς έχει θεμελιωθεί, τεκμηριωθεί και προβληθεί μέσα από μεγάλα αθλητικά γεγονότα παγκόσμιας εμβέλειας, όπως είναι οι Ολυμπιακοί Αγώνες, τα Mundial, οι Μαραθώνιοι κ.α.
- 2) Η μαζικότητα του «αθλητικού τουρισμού» ενισχύεται μέσω της προώθησης από τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης της λατρείας των «αθλητών – προτύπων - ηρώων» και της λεβεντιάς του αθλητή.
- 3) Στις ανεπτυγμένες κοινωνίες, η επίτευξη και η διατήρηση της υγείας μέσω της φυσικής δραστηριότητας για όλες τις ηλικίες ανανέωσε το ενδιαφέρον για συμμετοχή σε μια μεγάλη ποικιλία αθλητικών δραστηριοτήτων. Αποτέλεσμα αυτού του ενδιαφέροντος είναι η σημαντική αύξηση σε παγκόσμιο επίπεδο της οργανωμένης προσφοράς εκδηλώσεων με αθλητικό περιεχόμενο (Μοίρα κ.α., 2017).
- 4) Τα τελευταία χρόνια έχει γίνει αντιληπτή η σημασία του αθλητισμού και του τουρισμού στην προώθηση της τοπικής, εθνικής και διεθνούς φιλίας και κατανόησης μεταξύ λαών, κοινοτήτων, ομάδων και ατόμων.

Στην ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού συμβάλλει ακόμη:

- η εξέλιξη της τεχνολογίας και
- τα μέσα μεταφοράς που βοηθούν τη μετακίνηση των αθλητών και των θεατών.

Η Gibson (1998), διαχωρίζει τρεις κατηγορίες αθλητικού τουρισμού :

1) Τον τουρισμό άθλησης - άσκησης, που αναφέρεται σε τουρίστες που επιθυμούν να συνδυάσουν άσκηση και άθληση κατά την διάρκεια των διακοπών τους. Π.χ. τουρίστες που επισκέπτονται προορισμούς που τους επιτρέπουν να συνδυάσουν τις διακοπές με αθλητικές δραστηριότητες όπως η κολύμβηση, η ιστιοπλοΐα, η ορειβασία κ.λπ. Σε πολλούς τουρίστες αυτής της κατηγορίας, η συμμετοχή σε κάποιο αθλητικό γεγονός μπορεί να έχει μεγαλύτερη σημασία από τον προορισμό που φιλοξενεί το γεγονός,

2) Τον τουρισμό αθλητικών γεγονότων. Οι τουρίστες επιλέγουν προορισμούς που παρέχουν και αθλητικές υπηρεσίες. Αθλητικά γεγονότα όπως οι Ολυμπιακοί Αγώνες, το Mundial, οι Μαραθώνιοι αποτελούν το βασικό κίνητρο για την δημιουργία τουριστικής ροής στους προορισμούς.

3) Τον πολιτισμικό αθλητικό τουρισμό. Είναι μία μορφή τουρισμού που εκφράζεται μέσα από το ενδιαφέρον των επισκεπτών να βρεθούν σε αθλητικούς χώρους με μεγάλη ιστορική σημασία και πολιτιστικό ενδιαφέρον, σε δημοφιλή στάδια, σε καταστήματα πώλησης αθλητικών ειδών ή να συναντηθούν με δημοφιλείς αθλητικές προσωπικότητες (Γκίόσος κ.ά., 2000:83). Στην κατηγορία αυτή εντάσσονται ο αρχαιολογικός χώρος της Αρχαίας Ολυμπίας, κ.ά.

Οι Γκίόσος κ.ά. (2000:82) αναφέρουν ότι: «οι αθλητικοί τουρίστες διακρίνονται σε δύο υποκατηγορίες στους θεατές και στους συμμετέχοντες (αθλητές, οργανωτές κ.ά.) που διαφέρουν σημαντικά ως προς τα καταναλωτικά τους χαρακτηριστικά και τη διάρκεια παραμονής τους στον προορισμό».

Σε έρευνα που αφορά τα οφέλη του αθλητικού τουρισμού οι Papadimitriou & Gibson (2008), αναφέρουν ότι η Ελλάδα μετά τους Ολυμπιακούς Αγώνες του 2004 αναγνώρισε πλήρως την αξία των αθλητικών δραστηριοτήτων για την περαιτέρω αναβάθμιση της ποιότητας και της εικόνας των τουριστικών υπηρεσιών και προϊόντων στο πλαίσιο της επιχειρηματικής ανάπτυξης. Οι ερευνήτριες αναφέρουν ότι ενώ η εικόνα του ελληνικού τουρισμού είναι συνυφασμένη με τον ήλιο και τις αμμώδεις παραλίες είτε με επισκέψεις σε αρχαιολογικούς χώρους και μουσεία

εντούτοις η Ελλάδα έχει την δυνατότητα να προσφέρει εναλλακτικά πολλούς φυσικούς και τοπικούς τρόπους ψυχαγωγίας οι οποίοι σε συνδυασμό με την τεράστια ακτογραμμή μπορεί να χρησιμοποιηθούν για την ανάπτυξη ποικίλων μορφών αθλητικών δραστηριοτήτων.

Αυτές οι ευκαιρίες μπορούν να συμβάλουν σε μεγάλο βαθμό στον περαιτέρω εμπλουτισμό του τουριστικού προϊόντος, υπερπηδώντας σοβαρά οικονομικά εμπόδια που σχετίζονται με τον εποχιακό χαρακτήρα του τουρισμού. Ένας αυξανόμενος αριθμός μικρών επιχειρήσεων αξιοποίησε τις ευκαιρίες σε τοπικό επίπεδο για να ικανοποιήσουν την αυξανόμενη ζήτηση για τις αθλητικές δραστηριότητες και φυσικές δραστηριότητες.

Η Tsiotsou (2006), αναφέρει ότι υπάρχουν πάνω από 19 θέρετρα σκι στην Ελλάδα με αποτέλεσμα την αλματώδη αύξηση του χειμερινού τουρισμού τις τελευταίες δεκαετίες, ιδιαίτερα μεταξύ των Ελλήνων επισκεπτών. Συνεπώς, αρκετές περιοχές στην ελληνική επικράτεια οι οποίες διαθέτουν σημαντικά φυσικά πλεονεκτήματα εκφράσανε την επιθυμία να εκμεταλλευθούν οικονομικά την ολοένα και αυξανόμενη ζήτηση για τον εγχώριο αθλητικό τουρισμό προωθώντας μορφές ψυχαγωγίας που με τη σειρά τους προωθούν τον ενεργό αθλητικό τουρισμό.

Σύμφωνα με τους ερευνητές Papadimitriou & Gibson (2008), η καινοτομία παίζει ένα σημαντικό ρόλο στον τουρισμό, συνεπώς ακόμα και εάν οι τουρίστες είναι αρκετά ικανοποιημένοι με τις διακοπές τους όπως επίσης και με τον προορισμό, η επιθυμία τους να δοκιμάσουν κάτι καινούργιο όπως για παράδειγμα την συμμετοχή τους σε δρομικά αγωνίσματα αποτελεί μία ισχυρή δύναμη που επηρεάζει σημαντικά τον βαθμό εκτίμησης και πίστης στο τουριστικό προϊόν που τους παρέχεται.

Ιδιαίτερα για τον αθλητικό τουρισμό οι Kim & Morrison, (2005), εστιάζουν στην διοργάνωση μεγάλων αθλητικών γεγονότων όπως είναι ο Μαραθώνιος ή οι Ολυμπιακοί Αγώνες σε σχέση με την συμβολή που είχαν στην ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού.

Όπως αναφέρουν οι Papadimitriou & Gibson (2008), πριν πραγματοποιήσουν οι επισκέπτες το ταξίδι στον προορισμό που έχουν επιλέξει οι ίδιοι, τα κίνητρά τους περιστρέφονται κυρίως γύρω από την αναζήτηση ευκαιρίας για να χαλαρώσουν, να ξεφύγουν από την καθημερινότητα, να βρεθούν σε ένα ωραίο φυσικό περιβάλλον καθώς επίσης και να νιώσουν ευεξία και να απολαύσουν την εμπειρία του ταξιδιού.

Σε παρόμοιες έρευνες πάνω στον ενεργό αθλητικό τουρισμό, η επιθυμία για χαλάρωση, η απόκτηση μιας νέας εμπειρίας πάνω σε μια αθλητική δραστηριότητα

όπως είναι η συμμετοχή σε ένα Μαραθώνιο και η ευκαιρία να βρεθεί κανείς σε ένα φυσικό περιβάλλον το οποίο μπορεί να συνδυάζει και πολιτιστικά χαρακτηριστικά (για παράδειγμα ο Κλασικός Μαραθώνιος της Αθήνας ξεκινά από την περιοχή του Μαραθώνα που συνδυάζει το φυσικό τοπίο με τα ιστορικά στοιχεία), αποτελούν βασικά κίνητρα για την πραγματοποίηση του ταξιδιού να ενισχύεται ο αθλητικός τουρισμός σε περιφερειακό και εθνικό επίπεδο (Williams & Gibson, 2004).

Οι Costa & Glinia (2004), στην έρευνά τους που είχε σαν στόχο την σύνδεση του τουρισμού με τον αθλητισμό και τα δρομικά αγωνίσματα αναφέρουν ότι μετά από τρεις δεκαετίες ραγδαίας αύξησης του τουρισμού, η Ελλάδα κατάφερε να διατηρήσει τον σημαντικό αριθμό επισκεπτών – τουριστών ωστόσο η ποιότητα του τουρισμού, καθώς επίσης και το ποσό των χρημάτων που δαπανούνται ανά τουρίστα δεν έχουν τα προσδοκώμενα αποτελέσματα. Οι λόγοι όπως αναφέρουν σχετίζονται με την οικονομική πολιτική των ταξιδιωτικών πρακτορείων, τον ανταγωνισμό των γειτονικών τουριστικών προορισμών και άλλους πολύπλοκους παράγοντες.

Εκτός από την βελτίωση των υπηρεσιών και την ανάπτυξη άλλων πολιτικών, ένα φιλόδοξο σχέδιο που άρχισαν να εφαρμόζουν οι Έλληνες αρμόδιοι φορείς για τον τουρισμό ήταν η ανάπτυξη εναλλακτικών τουριστικών μορφών. Είναι χαρακτηριστικό ότι αυτού του είδους η ανταγωνιστική πολιτική έδωσε προτεραιότητα στον αθλητικό τουρισμό καθώς οι Ολυμπιακοί Αγώνες του 2004 αποτέλεσαν την αφορμή για την εισροή επενδύσεων και την ανάπτυξη πλείστων επιχειρηματικών δραστηριοτήτων γύρω από τον αθλητισμό.

Σύμφωνα με τις Costa & Glinia (2004), η αγορά του αθλητικού τουρισμού περιλαμβάνει τέσσερα διακριτά πεδία για την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα:

- τους Ολυμπιακούς Αγώνες και διάφορα άλλα δρομικά αγωνίσματα όπως είναι ο Κλασικός Μαραθώνιος της Αθήνας,
- τα ξενοδοχειακά θέρετρα και όλες τις παροχές,
- όλες τις διοργανώσεις υπαίθριων δραστηριοτήτων και
- τα προγράμματα μάρκετινγκ του αθλητικού τουρισμού.

Οι Ολυμπιακοί Αγώνες παρουσιάζουν την ιδιαιτερότητα να απεικονίζονται είτε ως μία σημαντική οικονομική ευκαιρία για την αύξηση του τουρισμού, είτε ως μία οικονομική καταστροφή με τους φορολογούμενους να χρεώνονται για πολλές δεκαετίες ακόμα και μετά την ολοκλήρωσή τους.

Οι Costa & Glinia (2004), αναφέρουν ότι η Ελλάδα αναγνωρίζει τα πρόσκαιρα οικονομικά πλεονεκτήματα των Ολυμπιακών Αγώνων, ωστόσο εστιάζει τόσο στις επενδύσεις που έγιναν πάνω σε σημαντικά έργα για την φιλοξενία των αγώνων όσο και στις υποδομές που φτιάχτηκαν για να ικανοποιηθούν οι ανάγκες του μεγάλου αριθμού επισκεπτών που παρακολούθησαν τους Ολυμπιακούς Αγώνες.

Η εφαρμογή ενός αποτελεσματικού στρατηγικού σχεδίου προϋποθέτει την συνολική αξιοποίηση της αθλητικής – πολιτιστικής κληρονομιάς, ώστε να αυξηθεί η αξία του τουριστικού προϊόντος που πρεσβεύει η κάθε περιοχή.

### **2.3. Ανάπτυξη - Οικονομικά οφέλη αθλητικού τουρισμού**

Στην σημερινή εποχή, ο αθλητισμός αποτελεί ένα μέσο με βάση του οποίου τόσο οι τοπικές όσο και οι περιφερειακές οικονομίες ενισχύονται σημαντικά με αποτέλεσμα την αύξηση του εισοδήματος των πολιτών.

Οι Dansero & Puttilli (2010), υποστηρίζουν ότι το Ολυμπιακό κληροδότημα αποτελεί μία πλατφόρμα για την μελλοντική ανάπτυξη του τουρισμού υπό την προϋπόθεση οι τοπικοί αρμόδιοι φορείς να επιδείξουν την απαιτούμενη ικανότητα για να μετατρέψουν τα προσωρινά θετικά αποτελέσματα πάνω στον τουρισμό και κατ' επέκταση στην οικονομία σε μακροπρόθεσμα οφέλη.

Αυτό ωστόσο απαιτεί ένα στρατηγικό σχεδιασμό ώστε να επιτευχθούν άμεσα οφέλη για την τοπική κοινωνία τα οποία θα συμβάλλουν μελλοντικά στην οικονομική ευημερία των πολιτών (Preuss, 2007). Ο Weed (2008), αναφέρεται στην αξιοποίηση αυτών των διοργανώσεων εξετάζοντας τους τρόπους βάση των οποίων οι Ολυμπιακοί Αγώνες και ο Κλασικός Μαραθώνιος της Αθήνας μπορούν να αποτελέσουν τον μοχλό για την ανάδειξη πλείστων ευκαιριών όσον αφορά την ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού, αυξάνοντας συνεπώς τις επενδύσεις και τονώνοντας την επιχειρηματικότητα, στρατηγικές που εστιάζουν άμεσα στην ενίσχυση του αθλητικού τουρισμού πριν, κατά την διάρκεια και μετά από αυτές τις διοργανώσεις και στρατηγικές μάρκετινγκ που προβάλλουν όλα τα πλεονεκτήματα που παρέχει η πόλη φιλοξενίας των αθλητικών γεγονότων συμβάλλοντας συνεπώς στην αύξηση της κερδοφορίας των επιχειρήσεων που σχετίζονται με τον αθλητισμό και άλλου είδους τουριστικές δραστηριότητες.

Συγκεκριμένα οι Boukas et al. (2013), αναφέρουν ότι οι τρόποι αύξησης των ωφελειών από την διοργάνωση δρομικών αγωνισμάτων όπως π.χ. ο κλασικός Μαραθώνιος της Αθήνας είναι οι ακόλουθοι:

- Η επιμήκυνση και η αύξηση της ροής των επισκέψεων στην πόλη φιλοξενίας των αγώνων,
- Η παρακίνηση βάση ενός στρατηγικού σχεδίου των επισκεπτών (ντόπιων ή ξένων), να συνεχίσουν να ξοδεύουν στην πόλη που διεξήχθησαν οι Αγώνες και
- Η διατήρηση σε ένα σταθερό επίπεδο των ποσών για αγορές από πλευράς των επισκεπτών που συνδυάζουν την παρακολούθηση των αθλητικών δρώμενων με τα ψώνια τους στην πόλη.

Ο Weed (2008), αναφέρει επίσης ότι τα μέσα προβολής των αθλητικών δρώμενων θα πρέπει να εστιάζουν στην εικόνα της πόλης και σε περιοχές που φιλοξενούν τους Αγώνες, καλύπτοντας συνεχώς διάφορα άλλα γεγονότα όπως για παράδειγμα εκείνα που παρουσιάζουν έντονο πολιτιστικό ενδιαφέρον και συγχρονίζονται με τα σημαντικά αθλητικά γεγονότα.

Ο Chalip (2006), τονίζει ότι η αξιοποίηση της κληρονομιάς αυτών των αγώνων σχετίζεται με την ικανότητα των τοπικών αρχών να εκμεταλλευτούν την υποδομή και τις υπηρεσίες που παρέχει η πόλη στους επισκέπτες με απώτερο στόχο την μεγιστοποίηση του οφέλους από την διεξαγωγή των αθλητικών γεγονότων.

Οι Costa & Glinia (2004), αναφέρουν ότι από την διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων στην Ελλάδα προέκυψαν τόσο βραχυπρόθεσμα όσο και μακροπρόθεσμα οικονομικά οφέλη τόσο για την Αθήνα όσο και για τις άλλες τέσσερις πόλεις που φιλοξένησαν αγώνες της διοργάνωσης: την Θεσσαλονίκη, την Πάτρα, το Ηράκλειο και τον Βόλο.

Τα βραχυπρόθεσμα αποτελέσματα αφορούν:

- την αυξημένη προσέλευση επισκεπτών από διάφορες χώρες αλλά και από την Ελλάδα,
- την αύξηση των επενδύσεων,
- την θετική οικονομική επίδραση για τις επιχειρήσεις και
- τα οφέλη για την απασχόληση.

Αντιθέτως, τα μακροπρόθεσμα αποτελέσματα εστιάζουν:

- στις επιστροφές από τις επενδύσεις στο φυσικό κεφάλαιο που αναφέρεται σε οποιαδήποτε μορφή εισροής σε είδος στο πλαίσιο της παραγωγικής διαδικασίας όπως κτίρια, μηχανολογικός εξοπλισμός (περιλαμβάνοντας τους τομείς φιλοξενίας και την γαστρονομία),

- στο χρηματοοικονομικό κεφάλαιο και
- στο ανθρώπινο κεφάλαιο που συμπεριλαμβάνει:
  - την ποιότητα,
  - την εκπαίδευση και
  - την εξειδίκευση του ανθρώπινου δυναμικού (έμφαση στις ανθρώπινες ικανότητες), στον αυξανόμενο αριθμό επισκεπτών,
  - στην βελτίωση της παραγωγικότητας,
  - στην εισερχόμενη επένδυση (αύξηση χρηματικών κεφαλαίων που προέρχονται από το εξωτερικό,
  - στην επιχειρηματική ανάπτυξη χάρη στις υποδομές και
  - σε άλλες σχετικές υπηρεσίες.

Ο Taylor (2002), είχε προτείνει δύο πολιτικές για αύξηση του μακροπρόθεσμου οφέλους για την Αθήνα που ήταν στο μεγαλύτερο βαθμό υπεύθυνη για την φιλοξενία και διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων όσο και για την ελληνική περιφέρεια:

- Θεώρησε επιτακτική την ανάγκη για μία μακροπρόθεσμη αυξημένη ζήτηση, ιδιαίτερα για τις κατηγορίες που αφορούν τον αθλητισμό, την ψυχαγωγία και την επιχειρηματικότητα και οι οποίες είναι σοβαροί λόγοι για να επισκεφθούν οι τουρίστες μία χώρα ενισχύοντας συνεπώς την αειφόρο ανάπτυξη. Για παράδειγμα ανέφερε ως σημαντικές τις επενδύσεις στα έργα υποδομής και στην διαμονή, ενώ πρότεινε την προσαρμογή των δομών που υπήρχαν ήδη με απώτερο στόχο την αξιοποίησή τους για την ανάπτυξη και προβολή άλλων μορφών τουρισμού όπως είναι ο συνεδριακός, η παρουσίαση εκθέσεων με ποικίλο χαρακτήρα και η ανάπτυξη διάφορων μορφών ψυχαγωγίας.
- Πρότεινε ένα καλύτερο σχεδιασμό σε συνδυασμό με την ανακατασκευή ορισμένων εγκαταστάσεων, υποστηρίζοντας την μείωση της χωρητικότητάς τους εφόσον (σπάνια περίπτωση) το εγχείρημα της διοργάνωσης των Ολυμπιακών Αγώνων επαναλαμβανόταν. Είναι χαρακτηριστικό παράδειγμα η μείωση της χωρητικότητας του Σταδίου του Σύννεϋ μετά την ολοκλήρωση των Ολυμπιακών Αγώνων.

Οι Costa & Glinia (2004), αναφέρουν ότι εκτός από τα κορυφαία επίσημα αθλητικά γεγονότα όπως είναι οι Ολυμπιακοί Αγώνες και ο Κλασικός Μαραθώνιος τα οποία συμβάλουν στην αύξηση του ΑΕΠ της χώρας, υπάρχουν και άλλα σημαντικά οικονομικά οφέλη για τις τοπικές κοινωνίες που συμπεριλαμβάνουν:

- την παροχή υπηρεσιών στους επισκέπτες,
- το ποσό της συμμετοχής σε δρομικά αγωνίσματα και
- τις πωλήσεις που μπορούν να προέλθουν και από άλλες αθλητικές διοργανώσεις που λαμβάνουν χώρα στην περιφέρεια και έχουν την υποστήριξη των Εθνικών Αθλητικών Ομοσπονδιών, όπως για παράδειγμα ο ορεινός Μαραθώνιος στην περιοχή της Κόνιτσας, στην βορειοδυτική Ελλάδα.

Εφόσον η διοργάνωση π.χ. ενός Μαραθωνίου γίνεται σε ετήσια βάση λαμβάνοντας χώρα κατά την διάρκεια της ίδιας περιόδου κάθε χρόνο, η διαμόρφωση ενός πλαισίου που θα περιλαμβάνει όλες τις παραμέτρους γύρω από αυτό το σημαντικό γεγονός έχει θετικά μακροπρόθεσμα οικονομικά αποτελέσματα.

Αυτός είναι ο στόχος όλων εκείνων που έχουν έντονο ενδιαφέρον για αυτού του είδους τα γεγονότα που συνδυάζουν το αθλητικό ιδεώδες με την πολιτιστική, τουριστική, οικονομική αξιοποίηση της εκδήλωσης διεθνούς εμβέλειας όπως είναι για παράδειγμα οι τοπικές επιχειρήσεις, οι τοπικοί πολιτικοί φορείς και οι τοπικοί αθλητικοί χορηγοί και οργανωτές.

Ορισμένες φορές αυτός ο στόχος περιορίζεται μόνο στην διοργάνωση αυτής της εκδήλωσης χωρίς να γίνουν οι απαραίτητες ενέργειες ώστε να ωφεληθούν οι τοπικές κοινωνίες από τα πιθανά οικονομικά οφέλη των μακροπρόθεσμων συνεργιών δηλαδή της συνύπαρξης πολλών παραγόντων και δράσεων που αποσκοπούν σε κοινό αποτέλεσμα το οποίο αθροιστικά είναι πολύ μεγαλύτερο από το απλό άθροισμα των επιδράσεων που έχει κάθε παράγοντας μόνος του.

Η επιτυχία μετριέται κυρίως με την αύξηση του αριθμού των συμμετεχόντων που παρατηρείται σε ετήσια βάση και όχι με τις πιθανές παρενέργειες που μπορεί να προηγηθούν σε διάφορους τομείς όπως οι εξαγωγές και οι επενδύσεις.

Είναι χαρακτηριστικό ότι στις περισσότερες έρευνες που εστιάζουν στα οικονομικά και μη αποτελέσματα των αθλητικών δρώμενων χρησιμοποιούνται συστηματικά οι ερευνητικές μέθοδοι που αναλύουν την συμπεριφορά του καταναλωτή (ανάλυση δαπανών) κατά την διάρκεια που πραγματοποιείται η συγκεκριμένη διοργάνωση. Στο πλαίσιο της εφαρμογής των ερευνητικών μεθόδων, επιλέγεται ένας καθορισμένος αριθμός συμμετεχόντων οι οποίοι ανταποκρίνονται σε ένα ερωτηματολόγιο το οποίο συμπληρώνουν είτε κατά την διάρκεια της διοργάνωσης είτε μετά την ολοκλήρωσή της.

Τα συνολικά οικονομικά αποτελέσματα ενός αθλητικού γεγονότος κατέγραψαν οι Gratton et al. (2006). Αυτοί οι παράγοντες περιελάμβαναν:

1. Τον αριθμό των διεθνών τουριστών (συμμετέχοντες και άτομα που παρευρίσκονται ανάμεσα στο κοινό). Γίνεται επίσης διάκριση ανάμεσα στις τοπικές και μη αφίξεις και αντίστοιχα στις εθνικές και διεθνείς αφίξεις. Ο λόγος με βάση τον οποίο γίνεται αυτή η διάκριση είναι το γεγονός ότι όλα αυτά τα άτομα παρουσιάζουν διαφορετικές τάσεις καταναλωτικής συμπεριφοράς με αποτέλεσμα να είναι αντίθετος ο τύπος των δαπανών τους.
2. Το φύλο των συμμετεχόντων επειδή οι γυναίκες έχουν την τάση να ξοδεύουν περισσότερο.
3. Την ημερήσια διαμονή ανά τουρίστα επειδή οι συνολικές δαπάνες ανά συμμετέχοντα εξαρτώνται από τον παραπάνω παράγοντα, δηλαδή τον συνολικό χρόνο της ημερήσιας διαμονής. Σύμφωνα με τους Gratton et al. (2006), ο υπολογισμός του κόστους της διαμονής και της κατανάλωσης γευμάτων στα εστιατόρια είναι σημαντικά στοιχεία της καταναλωτικής συμπεριφοράς κατά την διάρκεια ενός αθλητικού δρομικού γεγονότος. Επιπλέον αυτή η συμπεριφορά επηρεάζει σημαντικά την τάση των δαπανών σε καθημερινή βάση.
4. Διαφορετικούς τύπους επισκεπτών ή μη των οποίων η συμπεριφορά συνδέεται με το αθλητικό δρομικό γεγονός. Στην πρώτη ομάδα ανήκουν όλοι εκείνοι που για προσωπικούς λόγους θα επισκέπτονταν οπωσδήποτε την πόλη, ωστόσο επιθυμούν να συνδυάσουν τις δουλειές τους με την παρακολούθηση της διοργάνωσης. Στην ίδια κατηγορία περιλαμβάνονται επίσης επισκέπτες που είχαν σχεδιάσει τον ερχομό τους στην πόλη, ωστόσο δεν επιθυμούν να συμπέσει ο ερχομός τους με την διοργάνωση. Επίσης καταγράφονται οι τυχαίοι επισκέπτες που βρίσκονται στην πόλη για προσωπικές τους υποθέσεις και αποφασίζουν να παρακολουθήσουν ορισμένες από τις δραστηριότητες της αθλητικής διοργάνωσης. Τέλος υπάρχουν και οι ντόπιοι που αποφασίζουν να φύγουν από την πόλη και να πάνε κάπου αλλού για να αποφύγουν τον θόρυβο και άλλες δυσάρεστες εκπλήξεις που δημιουργούν τα μεγάλα πλήθη, όπως π.χ. η κυκλοφοριακή συμφόρηση, ο θόρυβος και η χαμηλή ποιότητα των υπηρεσιών από τα μαγαζιά εστίασης και κάθε είδους εμπορικά καταστήματα.

Όπως αναφέρει ο Papanikos (2015), για τον μαραθώνιο της Αθήνας, αυτός τελείται κάθε χρόνο, συνεπώς είναι ιδιαίτερα σημαντικό να ικανοποιηθεί ο επισκέπτης σε τέτοιο βαθμό ώστε να αποφασίσει να επισκεφθεί ξανά την πόλη όπου

πραγματοποιήθηκε ο Μαραθώνιος παροτρύνοντας παράλληλα και άλλα άτομα για να έρθουν μαζί του.

Επομένως, η απόφαση να επισκεφθεί εκ νέου την πόλη που φιλοξένησε τον Μαραθώνιο αποτελεί σημαντικό στοιχείο της μέτρησης της επιτυχίας της διοργάνωσης η οποία εκτός της αθλητικής διάστασης έχει και οικονομικές προεκτάσεις.

Σύμφωνα με τους Gratton et al. (2005), η σχετική βιβλιογραφία αναλύει μόνο μία πλευρά της επίδρασης του Μαραθωνίου πάνω στην τοπική οικονομία μη λαμβάνοντας υπόψη τα μετέπειτα αποτελέσματα της συγκεκριμένης αθλητικής διοργάνωσης σε σχέση με τις εξαγωγές και την εισροή επενδύσεων. Όπως αναφέρουν χαρακτηριστικά οι ερευνητές η διαχειριστική απόφαση της φιλοξενίας και διοργάνωσης ενός τέτοιου είδους αθλητικού γεγονότος, διεθνούς εμβέλειας δεν είναι εύκολη, για αυτόν τον λόγο, οι αρμόδιοι φορείς (όπως π.χ. το δημοτικό συμβούλιο της πόλης), πριν λάβουν την οριστική απόφαση ζητούν από οικονομικούς αναλυτές μία οικονομική έκθεση για την οικονομική επίδραση του Μαραθωνίου, πάνω στην τοπική οικονομία της πόλης.

Ωστόσο, αυτός είναι ένας από τους λόγους που κάνει τους οικονομολόγους πολύ σκεπτικούς, επειδή πιστεύουν ότι όλες αυτές οι ενέργειες αποτελούν προσπάθειες αναδιανομής του δημόσιου χρήματος αντί της ευκαιρίας να παραχθεί νέος πλούτος. Σύμφωνα με τους ερευνητές η παραπάνω θεωρία έχει βάση ιδιαίτερα όταν η φιλοξενία μιας τέτοιου είδους διοργάνωσης απαιτεί την ανάπτυξη υποδομών των οποίων το υψηλό κόστος χρηματοδοτείται εξ ολοκλήρου από τους φορολογούμενους (Papanikos, 2015).

Ένας μεγάλος αριθμός διεθνών ή ντόπιων τουριστών που παρακολουθούν τακτικά τους αγώνες Μαραθωνίου, επιδρά με δύο διαφορετικούς τρόπους στην οικονομική ανάπτυξη της πόλης που φιλοξενεί αυτή την σημαντική διοργάνωση:

1. Έχει μία παροδική θετική επίδραση πάνω στις τοπικές απαιτήσεις. Οι τελευταίες περιλαμβάνουν τις δαπάνες πάνω στην διαμονή, στο φαγητό, στα κάθε είδους ροφήματα, στον αθλητικό εξοπλισμό, στα προϊόντα που αφορούν αποκλειστικά τους αγώνες και γενικότερα στα ψώνια στην αγορά της πόλης. Τα παραπάνω συγκροτούν και τα οικονομικά αποτελέσματα που λαμβάνουν κυρίως υπόψη τους οι περισσότερες σχετικές έρευνες που εκτιμούν την οικονομική επίδραση των αθλητικών δρομικών διοργανώσεων.

Για παράδειγμα οι Wicker et al. (2012), εκτίμησαν την οικονομική επίδραση τριών γερμανικών αγώνων Μαραθωνίου (Κολωνία, Βερολίνο και Αννόβερο), συμπεριλαμβάνοντας την πρόθεση των συμμετεχόντων όπως επίσης και των παρευρισκόμενων στους αγώνες να επισκεφθούν ξανά την πόλη. Οι ερευνητές παρατήρησαν σημαντικές διαφορές στις καθημερινές δαπάνες των καταναλωτών. Στην Κολωνία οι συμμετέχοντες είχαν καθημερινές δαπάνες της τάξης των 90.16 €, στο Αννόβερο 57.61 € και στο Βερολίνο 43.39 €. Η ημερήσια δαπάνη αντιστοιχούσε στις 1.6 μέρες με τις καταναλωτικές δαπάνες να προσδιορίζονται ως η άμεση επίδραση. Για να προσδιοριστεί το συνολικό αποτέλεσμα εφαρμόζεται η αρχή του πολλαπλασιαστή σύμφωνα με την οποία η δαπάνη που γίνεται σε μια οικονομία αποφέρει πολλαπλάσια αύξηση του εισοδήματος σε αυτή την οικονομία.

Στην συγκεκριμένη περίπτωση με βάση τον πολλαπλασιασμό των δαπανών με την εκτίμηση του οικονομικού συντελεστή, υπολογίζεται η συνολική οικονομική επίδραση πάνω στο Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν (ΑΕΠ), (η ταχεία αύξηση του ΑΕΠ συνδέεται με την οικονομική ανάπτυξη και την αύξηση της επιχειρηματικότητας), και κατά συνέπεια στην αύξηση της τοπικής απασχόλησης.

2. Όταν μία μαζική ροή τουριστών, ντόπιων ή ξένων παρακολουθεί τα αθλητικά δρώμενα και συμμετέχει ενεργά στον Μαραθώνιο, η πόλη που φιλοξενεί τον αγώνα αποκτά τεράστια δημοσιότητα τόσο κατά την διάρκεια όσο και μετά την ολοκλήρωση του εγχειρήματος. Σε περίπτωση που είναι θετική η εμπειρία που θα αποκομίσουν τα άτομα που θα παρακολουθήσουν το αθλητικό δρομικό γεγονός, υπάρχουν πιθανότητες να επισκεφθούν ξανά την πόλη που φιλοξένησε τους αγώνες και να παρακινήσουν και άλλους ώστε να επισκεφθούν την πόλη ή την χώρα (Papanikos, 2015).

Ωστόσο, αυτή είναι μόνο η μία πλευρά της δημοσιότητας κατά την διάρκεια και μετά τους αγώνες. Η άλλη παράμετρος είναι η συστηματική δημιουργία μίας εξαιρετικής καταναλωτικής εμπειρίας από τις προσπάθειες που έκαναν οι οργανωτικές αρχές στο πλαίσιο του μάρκετινγκ να ικανοποιήσουν τις ποικίλες ανάγκες των επισκεπτών που θα προσέλθουν μαζικά στην πόλη.

Οι Kruger & Saayman (2012), ανέλυσαν την οικονομική επίδραση του Μαραθωνίου των «Δύο Ωκεανών» στη Νότια Αφρική. Βρήκαν τέσσερεις παράγοντες που συνέβαλαν καθοριστικά στην ικανοποίηση των καταναλωτών – επισκεπτών με τις υποδομές φιλοξενίας (π.χ. χώροι στάθμευσης) και το μάρκετινγκ να θεωρούνται οι

πιο σημαντικοί. Οι ερευνητές συμπέραναν ότι οι οργανωτικές αρχές θα έπρεπε να ικανοποιήσουν πλήρως τις ανάγκες των θεατών με στόχο να αποκομίσουν (οι θεατές) μία αξέχαστη εμπειρία από την παρακολούθηση των αγώνων και την διαμονή τους στη χώρα.

Ο Δαβάκος (2007), μέτρησε την οικονομική επίδραση του «Copper River Bridge Run» στην πολιτεία της Νότιας Καρολίνας, στην πόλη του Τσάρλεστον και βρήκε ότι η συνολική οικονομική επίδραση του δρόμου «Copper River Bridge Run» κυμάνθηκε στο ποσό των 14.3 δολαρίων, δημιουργώντας 336 θέσεις εργασίας. Η μέση διαμονή ήταν δύο νύχτες.

Οι Brewer & Freeman (2015), εκτίμησαν τις μέσες ημερήσιες δαπάνες στην πόλη Gainesville της Φλόριντα, βγάζοντας ένα ποσό 80 δολαρίων για τους επισκέπτες που διανυκτέρευσαν καθώς επίσης και ένα ποσό που πλησίαζε τα 50 δολάρια για εκείνους που δεν πλήρωσαν έξοδα διαμονής. Συνολικά η μέση διαμονή ήταν δύο νύχτες.

Οι Cobb & Olderding (2007), ανέλυσαν την οικονομική επίδραση του «Cincinnati Flying Pig Marathon 2006» δίνοντας έμφαση στην αναλογία ντόπιων/μη ντόπιων και παρατήρησαν ότι η τοπική οικονομική επίδραση προσδιορίστηκε στο 25% της συνολικής οικονομικής επίδρασης, γεγονός που θα έπρεπε να ληφθεί σοβαρά υπόψη επειδή εάν δεν υπήρχε ο τοπικός Μαραθώνιος, μία μεγάλη μερίδα των ντόπιων θα έτρεχε και θα ξόδευε χρήματα σε αθλητικές διοργανώσεις άλλων πόλεων.

Ο Soderberg (2014), εξέτασε το ποσοστό συμμετοχής σε Μαραθώνιους. Σύμφωνα με τον ερευνητή είναι μία σημαντική παράμετρος επειδή ορισμένοι αγώνες αυτού του είδους προσελκύουν πολλά άτομα που δηλώνουν συμμετοχή με αποτέλεσμα να είναι δύσκολη η κάλυψη των ολοένα και αυξανόμενων αναγκών. Η αύξηση της τιμής είναι η μόνη μακροπρόθεσμη λύση, επειδή οι οργανωτές μπορούν να συνδέσουν αυτό το κορυφαίο αθλητικό γεγονός με νέα ποιοτικά χαρακτηριστικά, αποδίδοντάς τους ταυτόχρονα την εκτιμώμενη αξία.

Σύμφωνα με τον Papanikos (2015), ανεξαρτήτως του βαθμού επίδρασης της εμπειρίας που θα αποκομίσουν τα άτομα που θα συμμετέχουν ή απλά θα παρακολουθούν τον Μαραθώνιο, μία ωραία ανάμνηση των όσων βίωσαν κατά την παραμονή τους στην πόλη την περίοδο που πραγματοποιήθηκε ο Μαραθώνιος θα έχει ως αποτέλεσμα να παροτρύνουν και άλλους να επισκεφτούν την πόλη στο μέλλον και την ίδια στιγμή θα επηρεαστούν προς μία θετική κατεύθυνση οι εξαγωγές των τοπικών προϊόντων ενώ θα υπάρχει επίσης ροή επενδύσεων. Η θετική οικονομική επίδραση στην τοπική οικονομία είναι προϊόν τριών αλληλένδετων παραμέτρων.

1. Το θετικό αποτέλεσμα της φιλοξενίας του Μαραθωνίου θα αναζωπυρώσει το τουριστικό ενδιαφέρον και όχι μόνο κατά την διάρκεια του αγώνα.
2. Η δημοσιότητα που θα λάβει ο Μαραθώνιος θα αυξήσει το ενδιαφέρον και επομένως τη ζήτηση για τα τοπικά προϊόντα ακόμα και εκείνων που δεν έχουν επισκεφθεί ποτέ την πόλη ή την χώρα φιλοξενίας των συγκεκριμένων αθλητικών διοργανώσεων. Η δημοσιότητα επιπλέον που συσχετίζεται με τον Μαραθώνιο θα είναι και η αφορμή να αυξηθούν οι εξαγωγές.
3. Το πιο σημαντικό αποτέλεσμα της οικονομικής επίδρασης του αθλητικού γεγονότος στην πόλη που φιλοξενεί τον αγώνα είναι αν δείξει στον κόσμο ότι όχι μόνο οι τουρίστες διεθνούς επιπέδου είναι ευπρόσδεκτοι αλλά εξίσου και οι κεφαλαιουχικές επενδύσεις. Σύμφωνα με τον ερευνητή οι διεθνείς κεφαλαιουχικές ροές αποτελούν την πιο σημαντική μακροπρόθεσμη επίδραση του Μαραθωνίου. Ωστόσο πρέπει να σημειωθεί ότι τα θετικά οικονομικά αποτελέσματα δεν προκύπτουν αυτόματα από την διοργάνωση ενός κορυφαίου αθλητικού γεγονότος. Όσο πετυχημένη και να είναι η διοργάνωση, τα επιπρόσθετα οφέλη είναι το αποτέλεσμα μιας συστηματικής προσπάθειας της προέλευσης κεφαλαίων και παράλληλα της προώθησης εξαγωγών. Συνεπώς, ένα πετυχημένο κορυφαίο αθλητικό γεγονός αποτελεί μόνο την αρχή για την οικονομική, τουριστική και πολιτιστική αξιοποίηση και προώθηση των προϊόντων και των υπηρεσιών της πόλης που φιλοξενεί το αθλητικό δρώμενο.

Στο ίδιο πλαίσιο οι Chen & Tsai (2007), αναφέρουν ότι η εικόνα που λαμβάνουν οι επισκέπτες από τον προορισμό τους σε συνδυασμό με την αυξημένη ικανοποίησή τους, επηρεάζουν την πίστη τους στο τουριστικό προϊόν ή υπηρεσίες που τους παρέχονται, όπως για παράδειγμα η διοργάνωση ενός Μαραθωνίου που προσελκύει χάρη στον συμβολισμό που εμπεριέχει χιλιάδες επισκέπτες, ξένους ή μη οι οποίοι επιθυμούν να συμμετέχουν ενεργά σε όλες τις εκδηλώσεις ενισχύοντας με αυτό τον τρόπο τον όγκο εργασιών του αθλητικού τουρισμού και παράλληλα προσφέροντας οικονομικά οφέλη στην πόλη που φιλοξενεί τα δρομικά αγωνίσματα.

#### **2.4. Πολιτιστική κληρονομιά και Οφέλη του αθλητικού τουρισμού**

Οι Costa & Glinia (2004), αναφέρονται και σε άλλα οφέλη του αθλητικού τουρισμού εκτός των οικονομικής φύσεως. Ο αθλητικός τουρισμός ενισχύει σημαντικά:

Την αγορά εργασίας σε σχέση με τα τουριστικά επαγγέλματα με την αύξηση της εποχιακής απασχόλησης κυρίως των νέων ατόμων σε ξενοδοχεία, χώρους εστίασης και ψυχαγωγίας σε αθλητικά κέντρα και σε κέντρα ευεξίας.

Ο αθλητικός τουρισμός άρα επηρεάζει και άλλους τομείς όπως είναι:

- Ο τουρισμός για την υγεία και την ευεξία,
- Ο ιαματικός τουρισμός,
- Ο γαστρονομικός τουρισμός και φυσικά τα ξενοδοχεία και άλλους χώρους διαμονής.

Οι Papadimitriou & Gibson (2008), όσον αφορά τα οφέλη που αποκόμισαν οι επισκέπτες που συνδύασαν το ταξίδι αναψυχής με την ενεργό συμμετοχή τους σε αθλητικές δραστηριότητες μεταξύ άλλων και σε δρομικά αγωνίσματα, ήταν ο ενθουσιασμός και η αθλητική εμπειρία σε συνδυασμό με την επαφή τους με μια ξένη κουλτούρα και πολιτισμό.

Στην έρευνά τους παρατηρήθηκε ότι τα οφέλη που επιταχύνθηκαν ταξινομήθηκαν σε υψηλότερη κλίμακα συγκριτικά με τα οφέλη που αναζητούσαν αρχικά οι επισκέπτες, γεγονός που δείχνει ότι οι αθλητικοί τουρίστες ένωσαν ικανοποίηση από την συνολική τους εμπειρία και τις γνώσεις που αποκόμισαν από το ταξίδι, ενώ ευοδώθηκαν και οι προσδοκίες τους.

Ο υψηλός βαθμός ικανοποίησης των επισκεπτών τόσο από την ομορφιά του φυσικού περιβάλλοντος όσο και από την ευκαιρία που τους δόθηκε να λάβουν μέρος σε αθλητικές δραστηριότητες, δραστηριότητες που ταίριαζαν με τα φυσικά χαρακτηριστικά του τοπίου, αναδεικνύουν την έξυπνη στρατηγική που ακολουθούν οι τοπικές αρχές για να προσελκύσουν διάφορες ηλικιακές κατηγορίες τουριστών, ντόπιων ή ξένων που αναζητούν μια ξεχωριστή εμπειρία που συνταιριάζει το ευ αγωνίζεσθε με την χαλάρωση και την αναψυχή.

Οι Papadimitriou & Gibson (2008), όσον αφορά τα οφέλη του αθλητικού τουρισμού καταλήγουν στα εξής σημαντικά:

- Κοινωνικοποίηση (να συναντήσω ενδιαφέροντες ανθρώπους, να κοινωνικοποιηθώ με άλλους, να ξοδέψω περισσότερο χρόνο με φίλους, να είμαι με φίλους, να αναζητήσω μία εκπαιδευτική - αθλητική εμπειρία)
- Αθλητική εμπειρία (να νιώσω καλά μετά από μία π.χ. δρομική δραστηριότητα, να συμμετέχω σε δρομική δραστηριότητα, να κάνω την αγαπημένη μου αθλητική δραστηριότητα όπως είναι ο Μαραθώνιος, να γνωρίσω μία

καινούργια αθλητική δραστηριότητα, να αναπτύξω περαιτέρω αυτήν την αθλητική δραστηριότητα)

- Ενθουσιασμός (να κάνω πράγματα που με διεγείρουν σωματικά – ψυχολογικά, να αποκτήσω - βιώσω μία εκπληκτική εμπειρία όπως είναι η συμμετοχή στον Κλασικό Μαραθώνιο της Αθήνας, να βιώσω μια νέα εμπειρία, να κάνω κάτι το ξεχωριστό, να ξεφύγω από την καθημερινότητα, να νιώσω συναρπαστικά)
- Εμπλουτισμός των γνώσεων - βιωμάτων (να αναζητήσω μία συναρπαστική εμπειρία που συνδυάζει τον αθλητισμό με τον εμπλουτισμό των γνώσεων μου για ένα άθλημα που έχει διαχρονικό χαρακτήρα όπως είναι ο Μαραθώνιος της Αθήνας, να αυξήσω τις γνώσεις για διαφορετικές κουλτούρες – τόπους, να ταξιδέψω εκεί που αισθάνομαι ασφάλεια)
- Χαλάρωση (να μην αντιμετωπίσω ιδιαίτερα προβλήματα ως προς την πραγματοποίηση του αθλήματος, να είμαι κοντά στη φύση όπως στον Μαραθώνιο της Αθήνας συνδυάζοντας και πολιτιστικά στοιχεία, να δω κάτι καινούργιο, να γνωρίσω ένα ενδιαφέρον μέρος που έχει συμβολική αξία)
- Συνδυασμός πολιτισμικής κληρονομιάς με την άθληση (να συνδυάσω την άθληση με την επίσκεψη σε αρχαιολογικούς χώρους)
- Συνδυασμός της άθλησης με την γαστρονομία
- Συνδυασμός της άθλησης με την ψυχαγωγία και την φιλοξενία
- Συνδυασμός της άθλησης με την τουριστική υποδομή
- Περιβάλλον (ομορφιά του τοπίου), υπαίθρια δραστηριότητα
- Συνδυασμός της άθλησης με το καλό κλίμα.

Σε έρευνα των Boukas et al. (2013), αναφέρεται ότι ένας από τους κύριους στόχους των κορυφαίων αθλητικών γεγονότων που συνδυάζουν και τα δρομικά αγωνίσματα όπως οι Ολυμπιακοί Αγώνες της Αθήνας και ο Κλασικός Μαραθώνιος της Αθήνας είναι η σύνδεση της ιστορικής κληρονομιάς με τις σύγχρονες δυνατότητες της πόλης, δίνοντας μια νέα πνοή στην τουριστική βιομηχανία. Συγκεκριμένα η προβολή που κερδίζει η πόλη από τις διοργανώσεις αυτές, της δίνουν την ευκαιρία να διαμορφώσει μια νέα εικόνα με αποτέλεσμα να μεταβάλλεται από ένα προορισμό με μαζικά χαρακτηριστικά σε ένα διαφοροποιημένο προορισμό με υψηλά ποιοτικά χαρακτηριστικά.

Επιπλέον οι διοργανώσεις αυτές πρόσφεραν και προσφέρουν εκτός της τουριστικής ανάπτυξης, ανάπτυξη της πόλης και αναβάθμιση της υποδομής της (Koutoulas et al, 2009). Όσον αφορά την επιτυχία των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004 αυτή παραμένει ένα πολύτιμο περιουσιακό στοιχείο που πρέπει να αξιοποιήσει η Αθήνα με στόχο την αναζωογόνηση της τουριστικής της βιομηχανίας.

Λαμβάνοντας υπόψη τον ρόλο της Αθήνας ως έναν σημαντικό προσορισμό που μπορεί να προωθήσει τον πολιτιστικό τουρισμό αποτελεί μία κρίσιμη παράμετρο για την πόλη να συνδυάσει την Ολυμπιακή της κληρονομιά με το πολιτιστικό – τουριστικό προϊόν της. Για πολλούς ανθρώπους η Αθήνα αποτελεί την κοιτίδα της δημοκρατίας ενώ ένα σημαντικό ποσοστό των ελληνικών αξιοθέατων συγκεντρώνεται στην Αθήνα (Richards, 1996).

Η Πόλη έχει 16 πολιτιστικά αξιοθέατα ενώ η πλούσια κληρονομιά της διακρίνεται από σύμβολα και αξίες τις οποίες αντιπροσωπεύουν τα μνημεία της (Ακρόπολη, κ.α.), και την προσδιορίζουν ως γενέτειρα του σύγχρονου πολιτισμού (Travlou, 2006). Η αναβίωση των Ολυμπιακών Αγώνων που έλαβαν χώρα το 1896 ενίσχυσε το ήδη πλούσιο πολιτιστικό προϊόν της πόλης. Οι Ολυμπιακοί Αγώνες του 2004 ενίσχυσαν αυτό το πνεύμα, δίνοντας τις ευκαιρίες να εμπλουτισθεί το ήδη υπάρχον πολιτιστικό τουριστικό προϊόν της πόλης.

Οι Boukas et al. (2013), εξέτασαν τα αποτελέσματα ενός κορυφαίου αθλητικού γεγονότος που συνδέεται με τον αθλητικό τουρισμό όπως είναι οι Ολυμπιακοί Αγώνες με τον τομέα που σχετίζεται με την πολιτιστική κληρονομιά της πόλης των Αθηνών και την δυνατότητα της οικονομικής ανάπτυξης αμέσως μετά από την διοργάνωση του Αθλητικού γεγονότος. Επίσης εξέτασαν την δυναμική της πόλης να κεφαλαιοποιήσει το Ολυμπιακό κληροδότημα σε συνδυασμό με την πλούσια πολιτιστική της κληρονομιά με στόχο την ενίσχυση του τουριστικού της προϊόντος.

Η φιλοξενία των Ολυμπιακών Αγώνων οδήγησε (την πόλη των Αθηνών) σε δημόσιες επενδύσεις για την κατασκευή νέων εγκαταστάσεων και υποδομών, επανασχεδιάζοντας τον αστικό ιστό, γεγονός που είχε θετική επίδραση στην ζωή των κατοίκων της πόλης (Mangan & Dyreson, 2009).

Ωστόσο, αν και έχουν γίνει αρκετές έρευνες πάνω στην πολιτιστική, οικονομική και τουριστική επίδραση των Αγώνων δόθηκε ιδιαίτερη προσοχή στην συσχέτιση της κατασκευής των Ολυμπιακών εγκαταστάσεων με τους μακροπρόθεσμους στόχους της πόλης όσον αφορά τις συνέπειες στο οικιστικό περιβάλλον και στις αστικές διεργασίες (Hiller, 2006). Αυτό δεν αναφέρεται μόνο στην μετέπειτα χρήση των

εγκαταστάσεων και των άλλων υποδομών που δημιουργήθηκαν αποκλειστικά για τους Ολυμπιακούς Αγώνες αλλά και στους παράλληλους συσχετισμούς που άλλαξαν το αστικό περιβάλλον και συνεπώς την ταυτότητα και την αίσθηση του χώρου της πόλης που φιλοξένησε το κορυφαίο αθλητικό γεγονός.

Υπό αυτό το πρίσμα η κληρονομιά της πόλης αναβιώνει ή επανακαθορίζεται στο πλαίσιο της αλληλεπίδρασης με τους Ολυμπιακούς Αγώνες. Η πολιτιστική διάσταση των Αγώνων επηρεάζει άμεσα την πολιτιστική κληρονομιά της πόλης που φιλοξένησε τους Αγώνες (Gold & Revill, 2011).

Το γεγονός ότι η πόλη διοργάνωσε με επιτυχία τους Αγώνες είχε ως αποτέλεσμα να συγκεντρώσει πάνω της τα φώτα της δημοσιότητας παράλληλα με την διεθνή αναγνώριση της προσφοράς της στην φιλοξενία των αθλητών από όλο τον κόσμο που συμμετείχαν σε αυτό το αθλητικό γεγονός.

Τα παραπάνω συνδέονται επίσης με την αξιοποίηση της αθλητικής κληρονομιάς μέσω της χρήσης των ποικίλων αθλητικών εγκαταστάσεων ως μέσα προσέλκυσης των επισκεπτών ντόπιων ή ξένων (Ranshaw, 2010). Το κρίσιμο ζήτημα αφορά στην διατήρηση της ολυμπιακής κληρονομιάς και στην μακροπρόθεσμη αξιοποίησή της. Σύμφωνα με τον Ritchie (2000), θα πρέπει να ληφθούν σοβαρά υπόψη οι κοινωνικές – πολιτιστικές ακόμα και ψυχολογικές παράμετροι της Ολυμπιακής κληρονομιάς που συμβάλουν καθοριστικά στην μεταβολή του τρόπου ζωής των πολιτών με βάση τις αξίες και τις αρχές τους. Ο ερευνητής διατυπώνει την άποψη ότι ο ολυμπιακός σχεδιασμός για την αξιοποίηση της ολυμπιακής κληρονομιάς μπορεί να οδηγήσει στην επίτευξη μακροπρόθεσμου οφέλους για την ανάδειξη της πόλης ως κορυφαίου προορισμού φιλοξενίας και παροχής πλείστων υπηρεσιών στους επισκέπτες.

Οι Boukas et al. (2013), εξέτασαν τους τρόπους εκείνους της εξαργύρωσης και προβολής των ολυμπιακών επιτευγμάτων της πόλης με απώτερο στόχο αυτόν της προσέλκυσης επισκεπτών ντόπιων ή ξένων.

Όσον αφορά την Ολυμπιάδα του 2004, από την αρχή προσδιορίστηκε ως μία μοναδική ευκαιρία για την Αθήνα να ανανεώσει το προφίλ της ως μία σύγχρονη ευρωπαϊκή πόλη με πλούσιο πολιτιστικό παρελθόν. Οι Αγώνες έδωσαν στην πόλη την ευκαιρία να επενδύσει σε πλούσιες υποδομές, ενισχύοντας την τουριστική της εικόνα, ενώ παράλληλα αξιοποιήθηκε στο έπακρον το ανθρώπινο κεφάλαιο της πόλης.

Οι Boukas et al. (2013), τονίζουν ότι οι Ολυμπιακοί αγώνες συνέβαλαν σημαντικά στην ενίσχυση των υποδομών της πόλης και στην αξιοποίηση των ικανοτήτων του

ανθρωπίνου δυναμικού της. Αυτή η συμβολή αποτελεί μία διαδικασία που έχει τρεις διαστάσεις:

1. Ενίσχυση των υποδομών της πόλης με την κατασκευή νέων εγκαταστάσεων,
2. Υψηλή βελτίωση στις υποδομές και μεταφορές παράλληλα με την αισθητική εικόνα της πόλης και
3. Οι κάτοικοι της Αθήνας είχαν μία μοναδική ευκαιρία να βιώσουν και να συμμετέχουν ενεργά στην διοργάνωση του πιο σημαντικού γεγονότος που φιλοξένησε η πόλη από τότε που διοργανώθηκαν οι πρώτοι σύγχρονοι Ολυμπιακοί Αγώνες το 1896.

Οι Tziralis et al. (2006), αναφέρονται στις υποδομές και διατυπώνουν την άποψη ότι η βιώσιμη ανάπτυξη είναι αποτέλεσμα του μόνιμου χαρακτήρα των έργων που πραγματοποιήθηκαν εκείνη την περίοδο στην Αθήνα. Οι ερευνητές αναφέρουν ότι από το συνολικό ποσό των 1.975 δισεκατομμυρίων ευρώ που δαπανήθηκαν για την ανακαίνιση ή κατασκευή των αθλητικών εγκαταστάσεων μόνο το 10,2% αφορούσε προσωρινές εγκαταστάσεις.

Η κατασκευή ή ο εκσυγχρονισμός των αθλητικών εγκαταστάσεων για την εξυπηρέτηση όχι μόνο των αθλητικών εκδηλώσεων αλλά και διάφορων πολιτιστικών και ψυχαγωγικών δραστηριοτήτων, συνέβαλαν στην ενίσχυση του οικονομικού και κοινωνικού τομέα της πόλης και της περιφέρειας.

Το κύριο συγκρότημα των χώρων φιλοξενίας των Αγώνων ήταν το ΟΑΚΑ στο βόρειο τμήμα της πόλης, όπου έγινε η εκκίνηση και η λήξη των Αγώνων, ενώ η πρώτη του χρήση ήταν για την διοργάνωση των Ευρωπαϊκού Πρωταθλήματος το 1982. Ωστόσο ο εκσυγχρονισμός του επιτεύχθηκε με αφορμή την διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004. Η Traganou (2009), αναφέρει ότι το Ολυμπιακό Στάδιο αντιπροσωπεύει τα ιδανικά του Ελληνισμού τα οποία αποτυπώθηκαν σε μια σύγχρονη, υψηλής τεχνολογίας κατασκευή που συμβολίζει την είσοδο της Ελλάδας στον 21<sup>ο</sup> αιώνα.

Το συγκρότημα εμπλουτίστηκε με επιπρόσθετες κατασκευές όπως πισίνες, γήπεδα του τένις κ.λπ. δίνοντας την ευκαιρία στους κατοίκους της πόλης να το χρησιμοποιούν για αθλητικούς σκοπούς μετά την ολοκλήρωση των Αγώνων ενώ χρησιμοποιείται ακόμα και για ψυχαγωγικούς σκοπούς όπως εκδηλώσεις συναυλιών και άλλων τουριστικών και πολιτιστικών δρώμενων.

Το συγκρότημα επίσης χώρων φιλοξενίας Ολυμπιακών Αγώνων στο πρώην Αεροδρόμιο Αθηνών εμπλουτίστηκε. Χτίστηκαν πολλές εγκαταστάσεις φιλοξενώντας

ποικίλες αθλητικές διοργανώσεις, πολλές από αυτές χρησιμοποιούνται μέχρι σήμερα για διάφορες αθλητικές εκδηλώσεις και αντίστοιχες ψυχαγωγικές όπως συναυλίες και άλλων πολιτιστικών γεγονότων.

Η κληρονομιά των Αγώνων συνέβαλε στην ανάπτυξη της πόλης και σε άλλα σημεία της. Το IBC στο βόρειο τμήμα της πόλης το οποίο από μία ιδιωτική επιχείρηση μετατράπηκε σε ένα μεγάλο εμπορικό κέντρο με τα μουσεία ωστόσο που συμπεριλαμβάνονται σε αυτό το κτίριο να μην είναι ακόμα σε λειτουργία (Gold, 2011), η Nike Arena (στα νοτιοανατολικά του Πειραιά) ιδιοκτησίας του Πανεπιστημίου Πειραιά εξυπηρετεί τις ανάγκες των ακαδημαϊκών και των φοιτητών, Το συγκρότημα στο Γουδί μετατράπηκε από μία ιδιωτική επιχείρηση σε ένα σύγχρονο θέατρο εξυπηρετώντας τις ψυχαγωγικές ανάγκες των κατοίκων και το ολυμπιακό χωριό που φιλοξενεί σήμερα περίπου 11.000 κατοίκους (Olympic village news, 2011).

Ένα ακόμη χαρακτηριστικό είναι η σημαντική επίδραση των Αγώνων στην πολιτιστική – αισθητική εικόνα της πόλης. Σύμφωνα με τους Boniface & Cooper (2005), οι Αγώνες ήταν ο καταλύτης για την αστική αναγέννηση της πόλης των Αθηνών. Η κατασκευή των εγκαταστάσεων και των χώρων φιλοξενίας των αθλητικών εκδηλώσεων συνέβαλε στην αναβάθμιση υποβαθμισμένων περιοχών.

Επίσης πραγματοποιήθηκαν έργα υποδομής τα οποία συνέβαλαν σημαντικά στην αισθητική ανάπτυξη, στην ανανέωση του προφίλ και στον εκσυγχρονισμό της πόλης και γενικότερα της περιφέρειας (Kissoudi, 2008). Όσον αφορά το κομμάτι των αστικών παρεμβάσεων οι Beriatos & Gospodini (2004), διατύπωσαν την άποψη ότι τα έργα που πραγματοποιήθηκαν για την Αθήνα κατηγοριοποιήθηκαν σε τρεις κύριες κατηγορίες.

1. Περιλάμβανε έργα διαχρονικού χαρακτήρα όπως η πεζοδρόμηση των δρόμων που συνδέονται με αρχαιολογικούς χώρους, η αναβάθμιση των πολιτιστικών περιοχών και μνημείων και η ανακαίνιση δημοσίων κτιρίων.
2. Συμπεριέλαβε έργα τα οποία σχετίζονταν με μία καινοτόμα παρέμβαση στον χώρο με την συμπερίληψη άλλων μοντέρνων στοιχείων με σκοπό την άψογη φιλοξενία εθνικών και διεθνών διοργανώσεων.
3. Η τρίτη κατηγορία περιείχε μη ανταγωνιστικά εγχειρήματα τα οποία σχετίζονταν με την αναβάθμιση του αστικού χώρου (ανάπτυξη υποδομών για τις μεταφορές όπως δρόμοι, λεωφόροι και επέκταση των γραμμών του μετρό) και την αισθητική ανάπτυξη ανοιχτών χώρων μέσω του επανασχεδιασμού

έργων μικρής κλίμακας όπως είναι η εξωτερική ανακαίνιση σύγχρονων κτιρίων και η απομάκρυνση διαφημιστικών πινακίδων.

Επίσης για την αναβάθμιση της πόλης δόθηκαν οικονομικά κίνητρα για την απομάκρυνση βιομηχανικών μονάδων συμβάλλοντας με αυτό τον τρόπο στην βελτίωση του βιοτικού επιπέδου των πολιτών, ενώ μία άλλη πλευρά σχετίστηκε με την κατασκευή νέων ξενοδοχειακών μονάδων που ωφέλησε τόσο την αύξηση του αθλητικού τουρισμού όσο και την επαγγελματική δραστηριότητα. Οι Zentelis & Labropoulos (2004), αναφέρουν ότι πολλοί επιχειρηματίες επένδυσαν στην κατασκευή νέων ξενοδοχειακών μονάδων ή έγινε ανακατασκευή παλαιότερων συμβάλλοντας στην αύξηση της αξίας αγοράς έως και 35%.

Οι Tsatas et al. (2008), αναφέρουν ότι οι Αγώνες ενίσχυσαν τις ποιοτικές προδιαγραφές των ενοικιαζόμενων μονάδων ενώ παρατηρήθηκε και μία αύξηση του αριθμού των ξενοδοχείων 4 και 5 αστέρων παράλληλα με την μείωση των ξενοδοχείων 2 και 3 αστέρων.

Μία σημαντική συμβολή των Αγώνων σε οικονομικό, κοινωνικό και πολιτικό επίπεδο ήταν η βελτίωση του συστήματος μεταφορών. Είναι γεγονός ότι οι Αγώνες άλλαξαν την μητροπολιτική περιοχή της Αθήνας προσθέτοντας νέα μέσα μεταφοράς όπως για παράδειγμα το τραμ το οποίο κατάφερε να συνδέσει το κέντρο της πόλης με τα αθλητικά συγκροτήματα του Φαλήρου. Επιπλέον οι Αγώνες έδωσαν έναυσμα για την επέκταση των συρμών του μετρό καθώς επίσης και την επέκταση του εθνικού οδικού δικτύου, βελτιώνοντας το βιοτικό επίπεδο των πολιτών (Potsiou & Zentelis, 2005).

Αναμφίβολα οι Αγώνες έδωσαν ένα ισχυρό έναυσμα για την κατασκευή και βελτίωση του δημόσιου συστήματος μεταφορών εκπληρώνοντας διαχρονικά αιτήματα για την βελτίωση της ποιότητας ζωής των πολιτών. Αναφορικά με τις εγκαταστάσεις όπου πραγματοποιούνται πολιτιστικές εκδηλώσεις, οι Αγώνες έδωσαν ένα ισχυρό κίνητρο για την αξιοποίηση νέων χώρων όπου θα φιλοξενοούνται πλέον πλείστες πολιτιστικές εκδηλώσεις και εκθέσεις με ποικίλο περιεχόμενο ενώ παράλληλα ανακαινίσθηκαν μουσειακοί χώροι και δόθηκε ιδιαίτερη προσοχή στην φροντίδα των αρχαιολογικών τοποθεσιών.

Επίσης επιτεύχθηκε η μετατροπή υποβαθμισμένων περιοχών εντός του αστικού ιστού σε χώρους ανάπτυξης και φιλοξενίας καλλιτεχνικών και άλλων δρώμενων με κυριότερο παράδειγμα την Τεχνόπολη στο Γκάζι, μία πρώην βιομηχανική περιοχή η

οποία μετατράπηκε σε ένα σύγχρονο και λειτουργικό χώρο ο οποίος διαθέτει θέατρα, σινεμά, εστιατόρια και αίθουσες καλλιτεχνικών εκδηλώσεων (Gold, 2011).

Σύμφωνα με τον Gold (2011), οι Αγώνες αποτέλεσαν αφορμή για την διερεύνηση των γνώσεων όσον αφορά την εκπαίδευση, την απασχόληση, την εργασιακή συμπεριφορά, την γνώση του σχεδιασμού και διοργάνωσης μιας επιτυχημένης αθλητικής εκδήλωσης. Υπό αυτό το πρίσμα εμπλουτίστηκε το ανθρώπινο κεφάλαιο με νέες γνώσεις, αντιλήψεις και επιδεξιότητες.

Επίσης τα ποικίλα πολιτιστικά γεγονότα που γίνονται κατά την διάρκεια αυτών των διοργανώσεων γύρω από το αστικό τοπίο όχι μόνο διαμορφώνουν μια ζεστή και φιλόξενη εικόνα στους επισκέπτες αλλά συμβάλλουν σημαντικά στη διαμόρφωση της ταυτότητας της κοινότητας δημιουργώντας με αυτό τον τρόπο μια αυθεντικότητα.

Συνεπώς οι διοργανώσεις των δρομικών αγωνισμάτων δεν συνδράμουν μόνο στην προβολή της πόλης στους επισκέπτες ξένους ή ντόπιους αλλά ενισχύουν και την εικόνα – ταυτότητά της στους κατοίκους της.

Αναφορικά με θέματα πολιτισμού, μια από τις κύριες παρεμβάσεις των Αγώνων ήταν η συντήρηση των ιστορικών κτιρίων και η αύξηση του πολιτιστικού της δικτύου. Αυτό επιτεύχθηκε με την ενοποίηση και την ενσωμάτωση πολλών αρχαιολογικών χώρων της πόλης συνδέοντάς τα με ένα δίκτυο πεζοδρομημένων δρόμων, δημιουργώντας με αυτό τον τρόπο ένα πολιτιστικό δίαυλο στο κέντρο της Αθήνας (Beriatos & Gospodini, 2004).

Η διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004 έδωσε την ευκαιρία στους τουρίστες να δουν και να θαυμάσουν τις διαφορετικές ιστορικές περιόδους που βίωσε η πόλη με την πλούσια πολιτιστική κληρονομιά, διαμορφώνοντας ένα ισχυρό τουριστικό πόλο παγκοσμίως (Boukas et al., 2013).

Όσον αφορά τον τομέα της εκπαίδευσης, οι διοργανώσεις προσφέρουν μία άλλη σημαντική πτυχή αυτή της εισαγωγής στα ελληνικά σχολεία του προγράμματος της ολυμπιακής εκπαίδευσης που έχει ως στόχο να διδαχθούν οι μαθητές τις αξίες του Ολυμπισμού, καλλιεργώντας το πνεύμα και την κουλτούρα της ολυμπιακής αλληλεγγύης σε όλον τον κόσμο. Το πρόγραμμα διδάσκει στους μαθητές την ιστορία των Ολυμπιακών Αγώνων, τις αξίες του αθλητισμού, την σημασία των Αγώνων για την Ελλάδα, την αξία του εθελοντισμού και τον σημαντικό ρόλο της άσκησης στην υγεία του ανθρώπου.

Συνεπώς, η αξία αυτού του προγράμματος δεν αφορά μόνο την σύνδεση της αρχαίας ολυμπιακής κληρονομιάς με την σύγχρονη αλλά αποτελεί και ένα πολύτιμο εργαλείο

για την προώθηση της πολιτιστικής ενσωμάτωσης όλων των εθνών, διαμορφώνοντας μία διάσταση που αποτελεί την ουσία του ολυμπιακού πνεύματος (Boukas et al., 2013).

## **2.5. Εθελοντισμός**

Μία σημαντική παράμετρος που συνδέεται με τις διοργανώσεις αγωνισμάτων είναι η επένδυση στο ανθρώπινο κεφάλαιο μέσω του αυξημένου επιπέδου του εθελοντισμού και την δημιουργία μιας θετικής συμπεριφοράς απέναντι σε αυτόν. Είναι γεγονός ότι εθελοντισμός κατά την διάρκεια των Ολυμπιακών Αγώνων αλλά και του Κλασσικού Μαραθωνίου της Αθήνας δημιούργησε ευρέως μία θετική εικόνα για την πόλη και τους κατοίκους της, ενισχύοντας ταυτόχρονα την εικόνα της ελληνικής φιλοξενίας.

Οι Karkatsoulis et al. (2005), υποστήριξαν το γεγονός ότι συνολικά 160.000 άνθρωποι έκαναν αίτηση για να βοηθήσουν εθελοντικά στους Ολυμπιακούς Αγώνες με τις θέσεις να αγγίζουν τις 45.000, σηματοδοτώντας την μαζική επίδραση των Αγώνων σε ολόκληρο τον ελληνισμό.

Επιπλέον οι Αγώνες της Αθήνας είχαν μία προστιθέμενη αξία για την ελληνική ταυτότητα με όρους εθελοντικής παρακίνησης αυξάνοντας παράλληλα την παραγωγικότητα.

## **2.6. Η περίπτωση του Μαραθωνίου της Αθήνας**

Ο Paranikos (2015), αναφέρει ότι η περίπτωση της Αθήνας παρουσιάζει εξαιρετικό ενδιαφέρον επειδή το 2004 ήταν η διοργανώτρια πόλη των Ολυμπιακών Αγώνων, ενώ την δεκαετία του '80 είχε προσπαθήσει και πάλι να διεκδικήσει τους Ολυμπιακούς Αγώνες του 1996. Από το 1972, διοργανώνει συστηματικά τον ετήσιο Μαραθώνιο που ονομάστηκε Αυθεντικός Μαραθώνιος επειδή ξεκινάει από τον Μαραθώνα και ολοκληρώνεται στο Παναθηναϊκό Στάδιο, όπου πραγματοποιήθηκαν οι πρώτοι σύγχρονοι Ολυμπιακοί Αγώνες το 1896.

Το ερώτημα ωστόσο, αφορά τα οφέλη που αποκομίζει τόσο η πόλη της Αθήνας όσο και η Ελλάδα από την διοργάνωση αυτού του κορυφαίου αθλητικού γεγονότος. Το ερώτημα εστιάζει εκτός από τα προφανή άμεσα αποτελέσματα στην τοπική οικονομία χάρη στην αύξηση του ρυθμού των επισκεπτών, ντόπιων/μη ντόπιων που επισκέπτονται την πόλη που φιλοξενεί τον Μαραθώνιο, στην μακροπρόθεσμη επίδραση πάνω στον διεθνή τουρισμό, στις εξαγωγές και στις επενδύσεις εφόσον αυτές πραγματοποιηθούν.

Αυτού του είδους τα αποτελέσματα δεν αποτέλεσαν αντικείμενο συστηματικής επεξεργασίας και ανάλυσης των αρμόδιων κρατικών φορέων που είναι υπεύθυνοι για την οργάνωση, τον προγραμματισμό και την εφαρμογή της αναπτυξιακής πολιτικής πάνω στον συγκεκριμένο τομέα, καθώς επίσης και άλλων ενδιαφερόμενων πλευρών π.χ. ο Σύνδεσμος Ξενοδόχων και άλλοι επιχειρηματικοί φορείς.

Ο Papanikos (1999), έκανε μια μελέτη πάνω στην επίδραση που θα είχε στην ελληνική οικονομία και στον τουρισμό η διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων το 2004. Η εκτίμησή του ήταν ότι το ετήσιο αποτέλεσμα πάνω στο Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν θα ήταν της τάξης του 0.8% δημιουργώντας 32.000 νέες θέσεις εργασίας τον χρόνο.

Επιπλέον, προέβλεψε τον αριθμό των 6.000.000 επιπρόσθετων διεθνών αφίξεων στην Ελλάδα το χρονικό διάστημα μεταξύ 1998 – 2011 χάρη στους Ολυμπιακούς Αγώνες. Σύμφωνα με τον ερευνητή, παρόλο που σημειώθηκε αύξηση του αριθμού των διεθνών τουριστικών αφίξεων από 14.000.000 το 2005 (τον πρώτο χρόνο μετά τους αγώνες του 2004), σε έναν μεγαλύτερο αριθμό από 24.000.0000 το 2014, από μόνο του αυτό το οικονομικό μέγεθος δεν είχε τόσο ισχυρά χαρακτηριστικά όσο τα πρώτα πέντε χρόνια μετά τους αγώνες, εξαιτίας κυρίως του υπερτιμημένου ευρώ (όπου η συναλλαγματική ισοτιμία υπερβαίνει την τιμή ισορροπίας, γεγονός που έχει σαν αποτέλεσμα την ανάληψη διορθωτικών παρεμβάσεων ή την υποτίμηση) κατά την διάρκεια αυτής της περιόδου (Papanikos, 2015).

Επίσης δεν υπάρχουν στοιχεία για τις εξαγωγές και τις άμεσες διεθνείς επενδύσεις ως αποτέλεσμα των Ολυμπιακών Αγώνων, ενώ είναι γεγονός ότι μετά το 2004, οι Ολυμπιακές υποδομές, ιδιαίτερα αυτές που βρίσκονταν στο Ελληνικό, δεν προσέλκυσαν καμία διεθνή ή εγχώρια επένδυση εξαιτίας των συνεχών καθυστερήσεων που οφείλονταν στην γραφειοκρατία και στην έλλειψη πολιτικής πρωτοβουλίας σε συνδυασμό με την έλλειψη ανταγωνιστικότητας για την οποία δεν λαμβάνονται τα απαραίτητα διαρθρωτικά μέτρα από την ελληνική πολιτεία ώστε να εκλείψει (Kasimati, 2015).

Οι Kasimati & Dawson (2009), ανέφεραν για το συγκεκριμένο ζήτημα ότι τα μακροπρόθεσμα οικονομικά αποτελέσματα ήταν μέτρια. Ωστόσο σύμφωνα με τον Papanikos (2015), αυτά τα χαμηλά οικονομικά αποτελέσματα συνδέονται με ένα ευρύτερο μακροοικονομικό και μικροοικονομικό περιβάλλον και όχι με το αποτέλεσμα των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004. Αντίθετα οι εξαγωγές και οι άμεσες διεθνείς επενδύσεις απαιτούν ένα φιλικό πολιτικό, οικονομικό, κοινωνικό και

τεχνολογικό περιβάλλον το οποίο ωστόσο δεν υπήρχε την περίοδο μετά τους Ολυμπιακούς Αγώνες του 2004.

Αναφορικά με τον Μαραθώνιο καμία έρευνα δεν κατέγραψε την οικονομική επίδραση στην τοπική κοινωνία και κατ' επέκταση στην τοπική οικονομία. Ο Papanikos (2015), αναφέρει ότι υπάρχουν δύο πολιτικές που συσχετίζονται με τον Μαραθώνιο. Η πρώτη αφορά την οργάνωση και την διαχείριση του Μαραθωνίου που απαιτεί την συμμετοχή πολλών κυβερνητικών και μη κυβερνητικών προσώπων ή φορέων όπως είναι οι τοπικές αρχές οι οποίες είναι υπεύθυνες για την παροχή των εγκαταστάσεων αναψυχής και τη χορήγηση άδειας για την χρήση δημόσιων χώρων που θα φιλοξενήσουν τις διάφορες αθλητικές εκδηλώσεις, η οργανωτική επιτροπή που είναι συνήθως μη κυβερνητική και μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα και φυσικά οι διάφορες επιχειρήσεις που είναι οι σπόνσορες αυτού του κορυφαίου αθλητικού γεγονότος και οι οποίες φυσικά ακολουθούν τις δικές τους στρατηγικές.

Όλα τα παραπάνω ενδιαφερόμενα μέρη σχετίζονται άμεσα και έχουν αρμοδιότητα μόνο για τον Μαραθώνιο. Επιπλέον δεν υπάρχει κάποια οικονομική μονάδα που αν μπορεί να επωφεληθεί των αποτελεσμάτων που έχουν αυτού του είδους οι αθλητικές διοργανώσεις στην προώθηση των εξαγωγών, της τοπικής ή μη οικονομίας, καθώς και στην προσέλκυση άμεσων διεθνών επενδύσεων. Εφόσον δεν γίνουν ουσιαστικές παρεμβάσεις για την μεταβολή ενός μη φιλικού επιχειρηματικού περιβάλλοντος από πλευράς του κράτους που συνδέεται με την γραφειοκρατία και την έλλειψη υποδομών, σε αυτή την περίπτωση σημαντικά αθλητικά γεγονότα όπως στην περίπτωση της Αθήνας ο Μαραθώνιος θα έχουν ελάχιστη ή μηδαμινή οικονομική επίδραση στην τοπική κοινωνία και κατ' επέκταση στην οικονομία της χώρας.

### III. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

Η μέθοδος που πραγματοποιείται στην έρευνα αυτή στηρίζεται στην βιβλιογραφική έρευνα. Η συλλογή των δεδομένων έγινε από σημειώσεις μαθημάτων καθώς και από βιβλία της Βιβλιοθήκης των ΣΕΦΦΑ. Η σύνθετη μέθοδος συμπεριλάμβανε:

- α) την ανάλυση,
- β) την αξιολόγηση και
- γ) την ολοκλήρωση της υπάρχουσας βιβλιογραφίας με στόχο να χρησιμοποιηθεί για εμπειρικά και θεωρητικά συμπεράσματα.

«Βιβλιογραφική έρευνα είναι η κριτική αξιολόγηση πρόσφατων ερευνών σε συγκεκριμένο θέμα και περιλαμβάνει την ενσωμάτωση δημοσίευσης βιβλιογραφίας» (Καρτερωλιώτης, 2003, σελ. 25).

Αρχικά έγινε προσέγγιση σχετικά με τον αθλητικό τουρισμό και στην συνέχεια αναζητήθηκαν επιπρόσθετες πληροφορίες από επίσημους οργανισμούς (Σέγας).

Σημαντικός αριθμός πληροφοριών ανακτήθηκε από την αναζήτηση στην ιστοσελίδα της Scholar Google. Τα άρθρα αφορούσαν την διοργάνωση αγωνισμάτων (δρομικών) στην Ελλάδα καθώς και την συμβολή αυτών των διοργανώσεων στον αθλητικό τουρισμό. Τα άρθρα που χρησιμοποιήθηκαν ήταν στην αγγλική γλώσσα.

Οι λέξεις κλειδιά που χρησιμοποιήθηκαν για την αναζήτηση των άρθρων ήταν οι: δρομικά αγωνίσματα, διοργανώσεις στην Ελλάδα, αθλητικός τουρισμός, πολιτιστικός τουρισμός.

Μετά από μελέτη πολλών άρθρων, ερευνών, ανασκοπήσεων και ανάλυσης αυτών αναζητήθηκαν συναφή άρθρα, πρόσφατες μελέτες ερευνητών που αποτελούσαν εξέλιξη παλαιότερων ερευνών.

Το σύνολο της αρθρογραφίας μεταφράστηκε και χρησιμοποιήθηκαν τα σημεία εκείνα που κρίθηκαν απαραίτητα για τους σκοπούς της εργασίας.

#### IV. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ - ΣΥΖΗΤΗΣΗ

Σύμφωνα με την μελέτη των Μοίρα κ.α. (2017), ο Μαραθώνιος της Αθήνας είναι μία κορυφαία αθλητική διοργάνωση και ένα σημαντικό κοινωνικό γεγονός. Εκτός των συμμετεχόντων ο αριθμός των θεατών που επισκέπτονται την πόλη για την παρακολούθηση του αγώνα είναι πολύ μεγάλος. Το αθλητικό γεγονός προσελκύει τουρίστες υψηλού εισοδήματος και δημιουργεί μια μόνιμη τουριστική πελατεία. Συγχρόνως η μετακίνηση, η διαμονή, η διατροφή, οι αγορές, οι επισκέψεις σε αρχαιολογικούς χώρους – μουσεία δημιουργούν σημαντικά έσοδα. Στον Μαραθώνιο της Αθήνας του 2016 οι συνοδοί των αθλητών ήταν κατά μέσο όρο 1,5 άτομα. Η μέση διαμονή των αθλητών και των συνοδών τους ήταν 5 ημέρες ενώ η μέση δαπάνη ανά 2,5 άτομα ήταν 1.500 €. Σύμφωνα με τους ερευνητές τα έσοδα της πόλης της Αθήνας το 2016 ανέρχονται σε 11 εκατομμύρια €.

Πίνακας 1: Συμμετοχές δρομέων στους αγώνες Κλασικού Μαραθωνίου Αθήνας 2009-2016 (από: Μοίρα κ.α., 2017)

|                            | 2016   | 2015   | 2014   | 2013  | 2012  | 2011  | 2010   | 2009  |
|----------------------------|--------|--------|--------|-------|-------|-------|--------|-------|
| <b>5 χλμ. πρωί</b>         | 6.839  | 6.615  | 6.514  | 5.832 | 4.712 | 3.207 | 2.528  | 1.634 |
| <b>10 χλμ.</b>             | 7.732  | 7.180  | 7.149  | 6.497 | 6.014 | 3.761 | 3.266  | 1.900 |
| <b>5 χλμ.<br/>απόγευμα</b> | 4.023  | 2.589  | -      | -     | -     | -     | -      |       |
| <b>Μαραθώνιος</b>          | 13.764 | 11.886 | 10.480 | 8.500 | 6.470 | 6.144 | 10.371 | 3.855 |

Από τον πίνακα 1 βγαίνει το εξής συμπέρασμα: ο Μαραθώνιος της Αθήνας είναι μία κορυφαία αθλητική διοργάνωση και ένα σημαντικό κοινωνικό γεγονός. Ο αριθμός των συμμετεχόντων αυξάνει κάθε χρόνο δημιουργώντας ολοένα και περισσότερα έσοδα στην πόλη της Αθήνας και μόνιμη τουριστική πελατεία.

Πίνακας 2: Βαθμός ικανοποίησης από τη συμμετοχή στον Κλασικό Μαραθώνιο Αθήνας (από: Μοίρα κ.α., 2017)

|  | Πολύ<br>ικανοποιημέ<br>νος | Ικανοποιημένος | Ούτε<br>ικανοποιημένος<br>ούτε<br>δυσανεστημένος | Δυσανεστημένος | Πολύ<br>δυσανεστημένος |
|--|----------------------------|----------------|--------------------------------------------------|----------------|------------------------|
|  | %                          | %              | %                                                | %              | %                      |

|                                  |      |      |      |      |      |
|----------------------------------|------|------|------|------|------|
| <b>Οργάνωση</b>                  | 41,9 | 26,5 | 15,4 | 9,4  | 6,8  |
| <b>Προσβασιμότητα</b>            | 47,9 | 24,0 | 18,0 | 3,4  | 6,0  |
| <b>Pasta Party</b>               | 29,0 | 14,5 | 17,1 | 7,7  | 3,4  |
| <b>Εκδηλώσεις</b>                | 25,6 | 27,3 | 19,8 | 15,4 | 6,8  |
| <b>Πληροφορίες αγώνων</b>        | 42,7 | 24,8 | 15,4 | 8,6  | 7,7  |
| <b>Πληροφορίες για την Αθήνα</b> | 32,5 | 17,1 | 21,3 | 12,0 | 10,3 |
| <b>Φιλοξενία</b>                 | 44,5 | 22,2 | 12,8 | 5,1  | 6,8  |
| <b>Πολιτιστικά αξιοθέατα</b>     | 48,7 | 17,1 | 10,3 | 11,1 | 9,4  |

Από τον πίνακα 2 προκύπτουν τα εξής συμπεράσματα: Οι συμμετέχοντες δήλωσαν πολύ ικανοποιημένοι από την οργάνωση (41,9%), την προσβασιμότητα στο χώρο των αγώνων (47,9%), την πληροφόρηση για τους αγώνες (42,7%), τις πληροφορίες για την Αθήνα (32,5%), τη φιλοξενία (44,5) και για τα πολιτιστικά αξιοθέατα (48,7%). Όσον αφορά τις εκδηλώσεις που πλαισιώνουν τους αγώνες δήλωσαν πολύ ικανοποιημένοι σε ποσοστό 25,6% και ικανοποιημένοι σε ποσοστό 27,3%.

Σύμφωνα με τον Ασημακόπουλο (2016), Γενικό Συντονιστή Μαραθωνίου Αθήνας 2016, μέσα στην τελευταία δεκαετία από το 2006-2016, σημειώθηκε μια εντυπωσιακή αύξηση στα μεγέθη του Αυθεντικού Μαραθωνίου της Αθήνας. Ο προϋπολογισμός του Μαραθωνίου έφτασε στα 2εκ. ευρώ, από τις 300χιλ. Τα έξοδα των χορηγών του για υλικά, επικοινωνία και διαχείριση των ομάδων τους υπερβαίνουν τα 2εκ., € ενώ το 2015, τα έσοδα της τουριστικής αγοράς της Αττικής και εν γένει της Ελλάδας από τους 8.000 ξένους και Έλληνες εκτός Αττικής δρομείς και των συνοδών τους ξεπέρασαν τα 15 εκατ. € Οι εθελοντές της διοργάνωσης υπερβαίνουν τους 2.600. Ακόμα πάνω από €800.000 συγκεντρώνονται ετήσια για κοινωνικούς σκοπούς. Αν επίσης συμπεριληφθεί και η γενικότερη κατανάλωση των δεκάδων χιλιάδων δρομέων και φιλάθλων του γεγονότος και το μακροπρόθεσμο καλό για το σύστημα υγείας της χώρας μας, τότε μιλάμε για ένα τεράστιο ετήσιο αναπτυξιακό γεγονός, με θετικότατο αντίκτυπο στην οικονομία, τον τουρισμό, τον πολιτισμό, την ιστορία και τον αθλητισμό της χώρας μας.

Τα νούμερα βέβαια μιλάνε από μόνα τους και δείχνουν τη ραγδαία άνοδο του μεγάλου αυτού αθλητικού γεγονότος για την Αθήνα, ένα γεγονός το οποίο γιγαντώνεται με την πάροδο των χρόνων. Η διοργάνωση του αγώνα επέτρεψε τη

συμμετοχή ερασιτεχνών δρομέων το 1972, όπου όμως δεν υπήρχε μεγάλη απήχηση καθώς συγκέντρωνε μικρό αριθμό συμμετοχών. Το 1983 αναλαμβάνει ο ΣΕΓΑΣ τη διοργάνωση του γεγονότος και το 2001 αρχίζει η ανοδική πορεία τόσο αναφορικά με τις συμμετοχές, όσο και με την απήχηση, καθώς αρχίζει η σύμπραξη με ιδιωτικούς χορηγούς ([www.segas.gr](http://www.segas.gr)).

Ο Τουρισμός είναι σπουδαίος οικονομικός παράγοντας για την Ελληνική Οικονομία και η σχέση του συνεχώς αυξάνεται όσον αφορά τον μαζικό αθλητισμό. Είναι πλέον οφθαλμοφανές και από τους μη ειδικούς ότι η διάρθρωση της Ελληνικής Οικονομίας προοιωνίζεται ένα δύσκολο οικονομικό μέλλον για τη χώρα μας. Γι' αυτόν το λόγο, οι δυναμικότερες πηγές εσόδων χρειάζονται εκσυγχρονισμό και επαναπροσαρμογή, σύμφωνα με τις επιταγές και τις προοπτικές των κοινωνικοοικονομικών εξελίξεων σε διεθνές επίπεδο.

Ο Τουρισμός αποτελεί τον ουσιαστικότερο οικονομικό παράγοντα για τη χώρα μας. Ο Τουρισμός ως προϊόν της κατάκτησης του ελεύθερου χρόνου του ανθρώπου σχετίζεται σε μεγάλο βαθμό με τον μαζικό αθλητισμό.

Σε έρευνες που έχουν πραγματοποιηθεί σε διεθνές επίπεδο αναφορικά με τις προτιμήσεις των τουριστών κατά τη διάρκεια των διακοπών τους, οι φυσικές κινητικές δραστηριότητες καταλαμβάνουν την πρώτη θέση στις προτιμήσεις τους.

Σε έρευνα (Μασμανίδης, 1986, σελ. 49), για την ευχερέστερη κατανόηση του αντικειμένου έγιναν ερωτήσεις σε τουρίστες:

α) Με ποιες από τις συγκεκριμένες δραστηριότητες θα προτιμούσατε να ασχοληθείτε στις διακοπές;

Απάντηση

64% βόλτα, περίπατο, πεζοπορία,

48% ξεκούραση, ύπνο,

36% γνωριμία της περιοχής,

32% κολύμπι, ηλιοθεραπεία,

26% ενασχόληση με φιλμ - φωτογραφία,

25% επισκέψεις σε μουσεία, αρχαιολογικούς χώρους,

23% καλό φαγητό,

16% διάβασμα εφημερίδων, περιοδικών,

15% ενασχόληση με αθλητισμό, δραστηριότητες χωρίς πολύ επιβάρυνση,

2% γνωριμία με τόπους και νέες μορφές αθλητισμού

Αϊτό την έρευνα διαπιστώθηκε ότι:

- Το 13% των τουριστών προτιμά οργανωμένες διακοπές
- Το 35% των τουριστών προτιμά ιδιωτικές διακοπές
- Το 31% των τουριστών προτιμά μικτές διακοπές

β) Ερώτηση στο 31% (αυτών που προτιμούν μικτές διακοπές) των συγκεκριμένων ερωτήσεων.

το 68% προτιμά την κολύμβηση

το 56% θέλει παρές για περίπατο - εκδρομές, πεζοπορία

το 29% επιθυμεί να ασχοληθεί με διάφορες αθλητικές δραστηριότητες (τένις, μίνι γκολφ, κ.λπ.)

το 20% θέλει να ασχοληθεί με θαλάσσια παιχνίδια

το 21% προτιμά το πινγκ-πονγκ

το 9% θέλει να ασχοληθεί με το ποδόσφαιρο

και ελάχιστοι με τη γυμναστική

Αναφορικά με τους φορείς του οργανωτικού πλαισίου:

α) Η λειτουργική σύνδεση των Υφυπουργείων Τουρισμού και Αθλητισμού με τα ΤΕΦΑΑ.

β) Η ενεργοποίηση του Υφυπουργείου Τουρισμού, του Ε.Ο.Τ., των Γραφείων του Ε.Ο.Τ. στις Νομαρχίες και τους Δήμους.

γ) Και ειδικά η ενεργοποίηση των Ο.Τ.Α.

δ) Η συστράτευση Ενώσεων, Συλλόγων Ξενοδόχων και Τουριστικών Γραφείων (Νικηταράς, 2003).

Το μοντέλο προσέγγισης του ατόμου - τουρίστα θα πρέπει να ανταποκρίνεται όχι μόνο στη σωματική - βιολογική υπόσταση του ατόμου αλλά και στην πνευματική. Γι' αυτόν το λόγο, επιβάλλεται να συμπεριλαμβάνονται και αθλητικές δραστηριότητες σε ένα πολύπλευρο πρόγραμμα που θα περιέχει επίσης πολιτιστικές εκδηλώσεις. Άλλωστε, είναι ιστορικά αναγκαίο να επανασυνδεθούν η κουλτούρα, ο πολιτισμός, και ο αθλητισμός για να εκφράσουν την πανανθρώπινη υπόσταση. Επίσης, πιο πρόσφατες ανακοινώσεις διαφοροποιούν, υπέρ των αθλητικών - υπαίθριων δραστηριοτήτων, τις προτιμήσεις των τουριστών ως εξής:

- Τα 2/5 των τουριστών ασχολούνται συνειδητά με αθλητικές δραστηριότητες στις διακοπές τους για καλή φυσική κατάσταση και υγεία.
- Το 4% των τουριστών έχει ως αυτοσκοπό κατά τη διάρκεια των διακοπών τον αθλητισμό.

- Το 1/4 των τουριστών του οργανωμένου τουρισμού συμπεριλαμβάνει στο πρόγραμμά του, επ' αμοιβή αθλητικές δραστηριότητες ή γνωριμία νέων αθλημάτων.

Από τα παραπάνω καθίσταται σαφές ότι οι κινητικές δραστηριότητες στα πλαίσια του μαζικού αθλητισμού αποτελούν επιλογές και ενασχολήσεις για ένα μεγάλο μέρος των τουριστών, γεγονός που επιβάλλει την ύπαρξη ενός οργανωτικού πλαισίου υπέρ της στήριξης του Τουρισμού.

Αυτό το οργανωτικό πλαίσιο δημιουργεί τις εξής αναγκαιότητες και προοπτικές:

1) Αναφορικά με το έμπυχο υλικό, τους εμπυχωτές:

- α) Στην επιμόρφωση ατόμων που μπορούν να χρησιμοποιηθούν ως εμπυχωτές
- β) Την αναμόρφωση του περιεχομένου σπουδών των ΣΕΦΑΑ υπέρ της νέας αγοράς εργασίας με την ειδίκευση:
  - ατόμων στα ναυταθλητικά σπορ
  - ατόμων στη ναυαγοσωστική για την κάλυψη των αναγκών στις παραλίες και πισίνες των ξενοδοχείων
  - ατόμων στις φυσικές - υπαίθριες εκδηλώσεις (χοροί, πεζοπορίες, στις παραλίες ή τα γυμναστήρια κ.λπ.).

Μ' αυτόν τον τρόπο ανοίγεται μια μεγάλη αγορά εργασίας κυρίως όσον αφορά στο γυμναστικό δυναμικό, ενώ παράλληλα στηρίζεται ποιοτικά η σπουδαιότερη οικονομική πηγή της χώρας μας (Νικηταράς, 2003).

Όσον αφορά τους φορείς τουρισμού παρατηρείται από όλους μια σχετική πολιτική απραξία. Η ορεινή πεζοπορία, η περιήγηση με ποδήλατο, τα παραδοσιακά παιχνίδια, οι παραδοσιακοί χοροί και τα ναυταθλητικά σπορ, περιλαμβάνονται στις πρώτες προτιμήσεις των τουριστών.

Ένας προγραμματισμός σε συνεργασία με τις Ενώσεις Ξενοδόχων και τους Συλλόγους τους, τα τουριστικά γραφεία, θα δώσει μία άλλη διάσταση του αθλητικού τουρισμού. Κάθε μορφής αγώνων συμπεριλαμβανομένων και των δρομικών αγωνισμάτων ή άλλες δραστηριότητες (παραδοσιακοί χοροί, παραδοσιακά παιχνίδια σε συνδυασμό με παροχή κινήτρων όπως π.χ. κλήρωση επάθλων – δώρων, θέσεις δωρεάν διαμονής για το επόμενο έτος), ανάμεσα στους ντόπιους και τους τουρίστες θα αποτελούσαν μια διαρκή διαφήμιση και θα εξασφάλιζαν μεγάλη συμμετοχή σε οποιαδήποτε κοινωνική – πολιτιστική εκδήλωση (Νικηταράς, 2003).

Η προώθηση των δημοτικών αθλητικών επιχειρήσεων αντί των δημοτικών αθλητικών

οργανισμών, είναι αναγκαία λόγω:

- της αναποτελεσματικότητας των τελευταίων σε σχέση με την ποιοτική επιλογή στελεχών,
- την άμεση κάλυψη των αναγκών σε προσωπικό,
- τη δυνατότητα συνεργασίας με νέους μικρούς επαγγελματίες
- τον περιορισμό της εμβέλειάς του στην άμεση υλοποίηση οικονομικά αποδοτικών προγραμμάτων και εκδηλώσεων.

Όμως αυτή η πολιτική προϋποθέτει την καλύτερη δυνατή επιλογή προσώπων που θα αναλάβουν:

- τη διοίκηση,
- τη λειτουργία και
- την εφαρμογή της πολιτικής επιχείρησης.

Η βασική αυτή πολιτική επιλογή περιλαμβάνει:

- Την αξιοποίηση των γεωγραφικών ιδιαιτεροτήτων σε σχέση με την υποδομή (λίμνες, ποτάμια, ορεινοί όγκοι - δασικές και θαλάσσιες περιοχές).
- Την ενεργοποίηση και αξιοποίηση των υπαρχόντων αθλητικών συλλόγων. Τη δημιουργία επιχειρήσεων ή συλλόγων από ορισμένους δήμους με τουριστική υποδομή και εν γένει επαρκή αθλητική υποδομή σε αθλητικούς ή φυσικούς χώρους.
- Τη δυνατότητα σύνδεσης αυτών των δημοτικών επιχειρήσεων και με το τουριστικό κίνημα, ώστε να είναι επικερδείς, βιώσιμες, και να προάγουν το τουριστικό κίνημα.
- Ένα κοινό πρόγραμμα δράσης των Ο.Μ.Α. και των Ο.Τ.Α. με τις ομοσπονδίες των αθλημάτων για ιστιοσανίδα, κανό-καγιάκ, ποδηλασία, και ποδήλατο βουνού, ορεινή πεζοπορία και αναρρίχηση, τοξοβολία, ιστιοπλοΐα (για μικρά σκάφη όπτιμιστ, καταμαράν κ.λπ.) θαλάσσιο σκι, κ.ά.
- Η εμβέλεια της δραστηριοποίησης των δήμων πρέπει να συμπεριλάβει δραστηριότητες τουριστικού χαρακτήρα, όπως ορεινή πεζοπορία, προσανατολισμό, κατασκήνωση, παραδοσιακούς χορούς, παραδοσιακά παιχνίδια, τοξοβολία κ.α., που είναι πρώτα στην προτίμηση των τουριστών, (Νικηταράς, 2003).

Ο Νικηταράς (2003), μας δίνει αντίστοιχα παραδείγματα για αυτές τις δράσεις από τους Τοπικούς Οργανισμούς Αυτοδιοίκησης:

Ο Δήμος Κω μπορεί να δημιουργήσει μια αθλητική επιχείρηση εκμεταλλευόμενος τη

θάλασσα, τον τουρισμό και τον ορεινό όγκο. Η αθλητική αυτή επιχείρηση θα μπορούσε να έχει την εξής δράση:

1. Δημιουργία σχολής θαλάσσιων σπορ (θαλάσσιο σκι, ιστιοσανίδα και ιστιοπλοΐα με μικρά καταμαράν, ίσως και όπτιμιστ σε κάποιες παραλίες). Η λειτουργία της σχολής από ειδικευμένο καθηγητή φυσικής αγωγής κατά την τουριστική περίοδο θα ήταν απολύτως επικερδής, και αν η πολιτική αυτή υιοθετηθεί από παραθαλάσσιους δήμους, θα αντιμετώπιζε με επιτυχία το πρόβλημα της απώλειας τεράστιων κερδών, τα οποία καρπώνονται κάθε χρόνο αλλοδαποί που λυμαίνονται οικονομικά τις ελληνικές παραλίες χωρίς έλεγχο.
2. Δημιουργία χώρων για τοξοβολία, εκμετάλλευση των επίπεδων δρόμων για ποδηλασία, δημιουργία χώρων εκμάθησης και διάδοσης παραδοσιακών χορών και παραδοσιακών παιχνιδιών κ.ά.

Ο Δήμος Καρπενησίου με δραστηριότητες που έχουν σχέση με το βουνό και τα ποτάμια, π.χ. κανό-καγιάκ, αναρρίχηση, ποδήλατο βουνού, τοξοβολία, ορεινή πεζοπορία σε μονοπάτια που οδηγούν σε χωριά, με σκοπό το συνδυασμό της φυσικής δραστηριότητας και της γνωριμίας της ελληνικής φύσης και του χωριού, κ.ά., μπορεί να λειτουργήσει, μ' ένα μικτό σύστημα δράσης για ντόπιους νέους και τουρίστες, Έλληνες και ξένους.

Ο Δήμος Λάρισας. Η εκμετάλλευση του ποταμού Πηνειού και η επάρκεια των αθλητικών εγκαταστάσεων του δήμου δημιουργούν τις προϋποθέσεις για την ανάπτυξη του μαζικού αθλητισμού στην περιοχή. Δραστηριότητες που έχουν σχέση με ποτάμια, π.χ. κανόε-καγιάκ, αλλά και άλλες δραστηριότητες, όπως η ποδηλασία, η τοξοβολία, η αναρρίχηση σε τεχνικές πίστες κ.ά., είναι προσιτές στις δυνατότητες (προσωπικό, φυσικοί χώροι) της περιοχής.

Αυτή η πολιτική των δήμων για τους δημότες στον τομέα αυτό δημιουργεί μια καινούργια σχέση ανάμεσα στους νέους, τις οικογένειες και τα σπορ αυτά.

Η λειτουργία αυτή έχει τις εξής παραμέτρους:

- Αξιοποιεί τον ελεύθερο χρόνο των νέων, με υγιείς δραστηριότητες.
- Παρέχει εναλλακτικές μορφές αξιοποίησης του ελεύθερου χρόνου ενάντια στις εκφυλιστικές τάσεις.
- Συμβάλλει στη διάδοση των συγκεκριμένων αθλημάτων από τα οποία θα αναδυθούν οι λίγοι ταλαντούχοι και οι πολλοί διά βίου λάτρες των

θαλάσσιων ή ορεσίβιων αυτών αθλημάτων, γεγονός που θα ενισχύσει τη διάδοσή τους και θα εδραιώσει σταδιακά μια μόνιμη σχέση ανάμεσα στις οικογένειες, την κοινωνία και τις φυσικές δραστηριότητες.

- Επιδρά θετικά στο τουριστικό ρεύμα της περιοχής, αφού καλύπτει οργανωτικά δραστηριότητες που ανταποκρίνονται στις απαιτήσεις όλου του φάσματος του τουριστικού κινήματος σε εθνικό και διεθνές επίπεδο. Αν οι δραστηριότητες αυτές έχουν κορυφώσεις, θεσμοθετηθούν σε δημοτικό ή διαδημοτικό επίπεδο και παρέχουν ένα σύστημα κινήτρων, π.χ. δωρεάν φιλοξενία των πρώτων νικητών για μια εβδομάδα από το δήμο ή την Ένωση ξενοδόχων, θα είναι ίσως η πλέον αποτελεσματική διαφήμιση για τους δήμους.
- Αποτελούν επιθετική μορφή προώθησης του αθλητισμού των δήμων και των ομοσπονδιών, αφού ως επιχειρήσεις που αξιοποιούν τη φύση και το τουριστικό κίνημα θα είναι αναπτυξιακές, επίκαιρες και βιώσιμες.

Οι δραστηριότητες και οι αγώνες που αφορούν στη διάδοση και την ανάπτυξη αθλημάτων θα διεξάγονται με την οργανωτική και οικονομική συνεργασία των δήμων και των αντίστοιχων ομοσπονδιών, στα πλαίσια ενός προγράμματος δραστηριοτήτων και κορυφώσεων.

Το κόστος του προγράμματος σε κάθε δήμο, το οποίο θα ενταχθεί στο πρόγραμμα ανάπτυξης των νέων και μικρών αθλημάτων, θα καλύπτεται από τη συγχρηματοδότηση των Ομοσπονδιών, των Ο.Μ.Α, δήμων, και των συμμετεχόντων αθλητών.

Η υλοποίηση μιας τέτοιας πολιτικής απόφασης θα γίνει σε δυο φάσεις:

#### • **Α Φάση - Πειραματικό επίπεδο**

Στη φάση αυτή, οι ομοσπονδίες και ο Ο.Μ.Α θα επιλέξουν μέχρι 10 περίπου δήμους με γεωγραφική και αθλητική εκπροσώπηση, στους οποίους θα εφαρμόσει πλήρως το πρόγραμμα.

Στη φάση αυτή, θα πραγματοποιηθεί έρευνα για την εξαγωγή συμπερασμάτων, ώστε να συγκεκριμενοποιηθεί με τα νέα δεδομένα.

#### • **Β Φάση**

Στη φάση αυτή, οι ομοσπονδίες και ο Ο.Μ.Α θα εφαρμόσουν το πρόγραμμα στους δήμους που πληρούν τις προϋποθέσεις (επαρκής γεωγραφική θέση, αθλητική υποδομή, και προηγούμενη εν γένει λειτουργία).

Η πορεία του Ο.Μ.Α και του Μαζικού Αθλητισμού της χώρας, που έχει τεράστιες ευεργετικές επιδράσεις στην ελληνική κοινωνία (υγεία, αποδοτικότητα, υγιής αξιοποίηση του ελεύθερου χρόνου, επικοινωνία κ.ά.), θα πρέπει λειτουργικά να επιδιώξει τη σύνδεσή του με άλλα κινήματα (Υγείας, Οικολογίας, Ειρήνης, Πολιτισμού), (Νικηταράς, 2003).

## **V. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ - ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ**

Όσον αφορά τους Μαραθώνιους είναι σημαντικά αθλητικά γεγονότα που μπορούν να έχουν θετική οικονομική επίδραση στην τοπική και στην ευρύτερη οικονομία εφόσον οργανωθούν αποτελεσματικά. Στην περίπτωση της Ελλάδας ο Μαραθώνιος της Αθήνας είναι ένα πολύ καλό παράδειγμα μιας κορυφαίας αθλητικής διοργάνωσης με ισχυρό «brand name» το οποίο ωστόσο δεν έχει κανένα θετικό και μακροπρόθεσμο οικονομικό αποτέλεσμα στην πόλη και ευρύτερα στην ελληνική επικράτεια.

Αυτό όμως το αποτέλεσμα δεν πρέπει να χρεώνεται στα πρόσωπα ή στους φορείς που έχουν την ευθύνη της διαχείρισης του μάρνατζμεντ και της εμπορικής προώθησης αυτής της κορυφαίας αθλητικής εκδήλωσης όπως είναι ο Μαραθώνιος της Αθήνας. Όπως αναφέρει ο Papanikos (2015), δεν είναι αποκλειστικά δική τους ευθύνη, εφόσον και άλλες οικονομικές μονάδες όπως είναι οι επιχειρηματικοί σύνδεσμοι ακόμα και οι ιδιώτες – επιχειρηματίες μπορούν να αποκομίσουν διάφορα οφέλη από τις προοπτικές που προσφέρει ένα κορυφαίο αθλητικό γεγονός όπως είναι ο μαραθώνιος της Αθήνας.

Ωστόσο αποτελεί ευθύνη όλων των ενδιαφερόμενων μερών που συμμετέχουν στο συγκεκριμένο εγχείρημα δηλαδή στην διοργάνωση του Μαραθωνίου της Αθήνας να κάνουν μία ακριβή αξιολόγηση των οικονομικών πεπραγμένων που συνδέονται με αυτό το κορυφαίο γεγονός τόσο πριν τον αγώνα όσο και μετά την ολοκλήρωσή του. Αυτού του είδους η πληροφορία θα είναι πολύ χρήσιμη σύμφωνα με τον Papanikos (2015), για όλους εκείνους που έχουν άμεσο συμφέρον από την κεφαλαιοποίηση της δημοσιότητας που λαμβάνει η συγκεκριμένη διοργάνωση. Το συμπέρασμα πάνω στα οικονομικά αποτελέσματα του Μαραθωνίου είναι ότι αυτά εξαρτώνται σε ένα μεγάλο βαθμό από τις δράσεις που αναλαμβάνουν όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη για την κεφαλαιοποίηση της θετικής δημοσιότητας που χαρακτηρίζει αυτό το κορυφαίο αθλητικό γεγονός.

Χρειάζεται να διατυπωθούν με σαφήνεια τα οικονομικά οφέλη σε συνδυασμό με το κόστος του Μαραθωνίου της Αθήνας και οι συνέργειες που προκύπτουν από τον Μαραθώνιο ο οποίος θα προωθεί τις εξαγωγές και τις επενδύσεις της τοπικής οικονομίας.

Απαιτείται επίσης η λειτουργία των απαραίτητων μηχανισμών για να επιτευχθεί το βέλτιστο αποτέλεσμα από τη διοργάνωση του αθλητικού δρώμενου της Αθήνας απαιτώντας την συμμετοχή όλων των ενδιαφερόμενων μερών ακόμα και των ιδιωτών.

Οι Costa & Glinia (2004), συμπέραναν ότι υπάρχουν πολλές ευκαιρίες για οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη μέσα από τον αθλητικό τουρισμό καθώς ακόμα και σήμερα αποτελεί ένα ανεξερεύνητο πεδίο.

Σε γενικές γραμμές η επίδραση όλων αυτών των αθλητικών διοργανώσεων στην ζωή των κατοίκων της πόλης των Αθηνών αλλά και της περιφέρειας συνοψίζεται στην παρατήρηση που κάνει η Kissoudi (2008): η Ελλάδα μέσα από αυτές τις αθλητικές διοργανώσεις έχει την ευκαιρία να βελτιώνει την γενική ποιότητα ζωής των κατοίκων και παράλληλα να προωθεί την αθλητική, οικονομική και πολιτιστική ανάπτυξη.

Οι διοργανώσεις δρομικών αγωνισμάτων και κορυφαίων αθλητικών γεγονότων δίνουν την ευκαιρία διοργάνωσης πολιτιστικών εκδηλώσεων και στους κατοίκους και τουρίστες την ευκαιρία να αξιοποιήσουν τον πολιτιστικό πλούτο της πόλης και να συνδέσουν στοιχεία υψηλής κουλτούρας.

Οι Boukas et al. (2013), συμπέραναν ότι πρέπει να χρησιμοποιηθούν οι ολυμπιακές εγκαταστάσεις για την διοργάνωση ποικίλων εκδηλώσεων και δραστηριοτήτων διότι με αυτό τον τρόπο δημιουργείται οικονομικό όφελος από την αξιοποίησή τους, ενώ εμπλουτίζεται η συλλογική μνήμη από τους αγώνες και άλλα σημαντικά αθλητικά δρώμενα που έχουν λάβει χώρα στην πόλη.

Επίσης να γίνει διαφήμιση και προώθηση της ολυμπιακής κληρονομιάς μέσα από τα μέσα ενημέρωσης με στόχο την ενίσχυση της εικόνας της πόλης ως ένα σημαντικό τουριστικό προορισμό. Μέσω της σύνδεσης των αθλημάτων υψηλής ποιότητας και της επιτυχημένης διοργάνωσης Αγώνων μπορούν να αναδειχθούν τα προϊόντα και οι υπηρεσίες υψηλής ποιότητας που προσφέρει στους επισκέπτες της η πόλη. Επιπλέον, μέσω της κεφαλαιοποίησης της ολυμπιακής κληρονομιάς σε συσχετισμό με το πλούσιο πολιτιστικό παρελθόν της πόλης της Αθήνας είναι εφικτός ο σχεδιασμός ενός στρατηγικού πλάνου που θα περιλαμβάνει την διοργάνωση μιας πληθώρας αθλητικών και πολιτιστικών εκδηλώσεων, εκθέσεων και διεθνών διασκέψεων προσελκύοντας χιλιάδες επισκέπτες που θα θέλουν να δουν από κοντά την πόλη των Αθηνών ή να συμμετέχουν σε αυτές τις αθλητικές ή μη εκδηλώσεις.

Οι Boukas et al. (2013), συμπέραναν ότι οι Ολυμπιακοί αγώνες αλλά και παρόμοιες εκδηλώσεις αθλητικού περιεχομένου συμβάλλουν σημαντικά στην ενίσχυση των υποδομών της πόλης με την κατασκευή νέων εγκαταστάσεων, στην υψηλή βελτίωση των υποδομών και την αισθητική εικόνα της πόλης και στην αξιοποίηση των ικανοτήτων του ανθρωπίνου δυναμικού της και στην επένδυση στο ανθρώπινο κεφάλαιο μέσω του αυξημένου επιπέδου του εθελοντισμού (όσον αφορά την

Ολυμπιάδα του 2004, συνολικά 160.000 άνθρωποι έκαναν αίτηση για να βοηθήσουν εθελοντικά στους Αγώνες με τις θέσεις που χρειάζονταν να αγγίζουν τις 45.000 και αυτό το γεγονός από μόνο του σηματοδοτεί την μαζική επίδραση των Αγώνων και παρόμοιων διοργανώσεων σε ολόκληρο τον ελληνισμό.

Ειδικά η πόλη των Αθηνών κατά την διάρκεια των Ολυμπιακών Αγώνων αλλά και του Κλασσικού Μαραθωνίου της Αθήνας δημιουργεί μία θετική εικόνα για την πόλη και τους κατοίκους της, ενισχύοντας ταυτόχρονα την εικόνα της ελληνικής φιλοξενίας.

Επίσης τα οφέλη της κατασκευής και του εκσυγχρονισμού των αθλητικών εγκαταστάσεων (για την διοργάνωση αυτών των αθλητικών εκδηλώσεων) συμβάλλουν όχι μόνο στις αθλητικές εκδηλώσεις αλλά και σε διάφορες πολιτιστικές και ψυχαγωγικές δραστηριότητες και στην ενίσχυση του οικονομικού - κοινωνικού τομέα πόλης και περιφέρειας.

Η διοργάνωση αυτών των αθλητικών εκδηλώσεων (παγκοσμίου ενδιαφέροντος) όπως ήταν η Ολυμπιάδα του 2004 βοήθησε πολύ και σε έργα διαχρονικού χαρακτήρα όπως η πεζοδρόμηση των δρόμων και η σύνδεσή τους με τους αρχαιολογικούς χώρους, η αναβάθμιση των πολιτιστικών περιοχών και μνημείων και η ανακαίνιση δημοσίων κτιρίων. Η συμπερίληψη και άλλων μοντέρνων στοιχείων είχε σκοπό την άψογη φιλοξενία ώστε να δημιουργήσει το υπόβαθρο για τη διοργάνωση και άλλων εθνικών και διεθνών διοργανώσεων. Επίσης η διοργάνωση αυτών των εκδηλώσεων σχετίζεται και με την αναβάθμιση και την ανάπτυξη υποδομών που αφορά τις μεταφορές (π.χ. δρόμοι, λεωφόροι και επέκταση γραμμών μετρό) και την αισθητική ανάπλαση ανοιχτών χώρων μέσω του επανασχεδιασμού έργων μικρής κλίμακας (π.χ. η εξωτερική ανακαίνιση σύγχρονων κτιρίων και η απομάκρυνση διαφημιστικών πινακίδων).

Τελειώνοντας οι διοργανώσεις δρομικών αγωνισμάτων αποτελούν αφορμή για διερεύνηση γνώσεων όσον αφορά την εκπαίδευση, την απασχόληση, την εργασιακή συμπεριφορά, την γνώση του σχεδιασμού και διοργάνωσης μιας επιτυχημένης αθλητικής εκδήλωσης. Το ανθρώπινο δυναμικό εμπλουτίζεται με νέες γνώσεις, αντιλήψεις και ικανότητες.

Τα διάφορα πολιτιστικά γεγονότα που γίνονται κατά την διάρκεια αυτών των διοργανώσεων γύρω από το αστικό τοπίο όχι μόνο διαμορφώνουν μια ζεστή και φιλόξενη εικόνα στους επισκέπτες αλλά συμβάλλουν σημαντικά στη διαμόρφωση της

ταυτότητας της πόλης αλλά και της περιφέρειας δημιουργώντας με αυτό τον τρόπο μια αυθεντικότητα.

Άρα οι διοργανώσεις των δρομικών αγωνισμάτων δεν συνδράμουν μόνο στην προβολή της πόλης στους επισκέπτες ξένους ή ντόπιους αλλά ενισχύουν και την εικόνα – ταυτότητά της στους κατοίκους της.

Επιτακτική είναι η ανάγκη πραγματοποίησης περισσότερων ερευνών αγοράς όσον αφορά τον αθλητικό τουρισμό, ενώ σε αυτή τη προσπάθεια θα πρέπει να συμπράξουν και οι αρμόδιοι δημόσιοι φορείς με τους ιδιώτες που επενδύουν σε αυτού του είδους την πρωτοβουλία για την ανάπτυξη και την ευημερία της τοπικής οικονομίας.

Οι ολυμπιακές αθλητικές εγκαταστάσεις πρέπει να χρησιμοποιηθούν για την διοργάνωση ποικίλων εκδηλώσεων και δραστηριοτήτων λόγω του οικονομικού οφέλους και της προσέλευσης τουριστών ντόπιων ή ξένων.

## BIBΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

### Ξένη βιβλιογραφία

- Beriatos, E. and Gospodini, A., (2004). "Glocalising" urban landscapes: Athens and the 2004 Olympics. *Cities*, 21(3), 187-202.
- Boniface, B.G. and Cooper, C., (2005). *Worldwide destinations: the geography of travel and tourism*. 4th ed. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Boukas, N., Ziakas, V., Boustras, G. (2013). Olympic legacy and cultural tourism: exploring the facets of Athens' Olympic heritage. *International Journal of Heritage Studies*, Vol.19, Issue 2.
- Brewer, RM, Freeman, KM (2015). Inexpensively estimating the economic impact of sports tourism programs in small American cities. *Indiana Business Review* Spring: 1-6.
- Cobb, S, Olberding, DJ (2007). The importance of import substitution in marathon economic impact analysis. *International Journal of Sport Finance* 2: 108-118.
- Costa, G., & Glinia, E. (2004). Sport Tourism in Greece. *Journal of Sport Tourism*, 9(3), 283-286.
- Crompton, J (2006) Economic impact studies: Instruments for political shenanigans?. *Journal of Travel Research* 45(1): 67-82.
- Dansero, E. and Puttilli, M., (2010). Mega-events tourism legacies: the case of the Torino 2006 Winter Olympic Games - a territorialisation approach. *Leisure Studies*, 29(3), 321-341.
- Davakos, H (2007). *Economic impact of 10K race on the Greater Charleston, SC area*. IASE/NAASE Working Paper Series, Paper No. 07-18.
- Gibson, H. (1998). The case of World Cup USA '94. In Standevan, J.& De Konp, P. (eds.), *Sports tourism*. Champaign, IL: Human Kinetics.
- Gold, M.M. and Revill, G., (2011). The Cultural Olympiads: reviving the panegyris. In: J.R. Gold and M.M. Gold, eds. *Olympic cities: city agendas, planning, and the World's Games, 1896-2016*. 2nd ed. Abingdon, Oxon: Routledge, 80-107.
- Gold, M.M., 2011. Athens 2004. **In:** J.R. Gold and M.M. Gold, eds. *Olympic cities: city agendas, planning, and the World's Games, 1896-2016*. 2nd ed. Abingdon, Oxon: Routledge, 315-339.
- Gratton, C, Shibli, S, Coleman R (2005). Sport and economic regeneration in cities. *Urban Studies* 42(5/6): 985-999.
- Gratton, C, Shibli, S, Coleman, R (2006). The economic impact of major sports

- events: a review often events in the UK. *Sociological Review* 54(s2): 41-58.
- Hiller, H.H., (2006). Post-event outcomes and the post-modern turn: the Olympics and urban transformations. *European Sport Management Quarterly*, 6(4), 317-332.
- Karkatsoulis, P., Michalopoulos, N., and Moustakato, V., (2005). The national identity as a motivational factor for better performance in the public sector: the case of the volunteers of the Athens 2004 Olympic Games. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 54(7), 579-594.
- Kasimati, E (2015). Post Olympic use of the Olympic venues: the case of Greece. *Athens Journal of Sports* 2(3): 167-184.
- Kasimati, E, Dawson, P (2009) Assessing the impact of the 2004 Olympic Games on - the Greek economy: a small macro-econometric model. *Economic Modeling* 26(1): 139-146.
- Kim, S., & Morrison, A. (2005). Change of image of South Korea among foreign tourists after the 2002 FIFA World Cup. *Tourism Management*, 26, 233-247.
- Kissoudi, P., (2008). The Athens Olympics: optimistic legacies - post-Olympic assets and the struggle for their realization. *International Journal of the History of Sport*, 25(14), 1972-1990.
- Koutoulas, D., et al, (2009). Understanding the tour operators' point of view for effectively marketing a tourism destination: the case of Athens, *Tourism Today*, 9, 65-77.
- Kruger, M, Saayman M (2012). Creating a memorable spectator experience at the two Oceans Marathon. *Journal of Sport & Tourism* 17 (1): 63-77.
- Mangan, J.A. and Dyreson, M., eds., 2009. Olympic legacies: intended and unintended - political, cultural, economic and educational. *London: Routledge*.
- Olympicvillagenews, 2011. *Olympic Village: about the residents*. The Athens Olympic Village News.
- Papadimitriou, D. & Gibson, H. (2008). Benefits sought and realized by active mountain sport tourists in Epirus, Greece: Pre- and Post – Trip analysis. *Journal of Sport Tourism*, vol.13, no. 1, pp.37-60.
- Papanikos, G.T. (2015). The economic effects of a marathon as a sport tourism event. *Athens Journal of Sports*, vol. 2, issue 4, pp. 225-240.
- Papanikos, GT (1999). *The Olympic games of 2004 and its effects on Greek tourism*. Athens, Greece: Research Institute for Tourism, (in Greek).
- Potsiou, C.A. and Zentelis, P., (2005). *Greece after the Gold Rush: land development*

*impact analysis and sustainability of the 2004 Olympic infrastructure*. Paper presented at the Pharaohs to Geoinformatics conference, 16-21 April 2005 Cairo, Egypt.

Preuss, H., (2007). The conceptualisation and measurement of mega sport event legacies. *Journal of Sport & Tourism*, 12(3/4), 207-228.

Ramshaw, G., (2010). Living heritage and the sports museum: athletes, legacy and the Olympic Hall of Fame and Museum, Canada Olympic Park. *Journal of Sport & Tourism*, 15(1), 45-70.

Richards, G., (1996). Production and consumption of European cultural tourism. *Annals of Tourism Research*, 23(2), 261-283.

Soderberg, M (2014) Willingness to pay for nontraditional attributes among participants of a long-distance running race. *Journal of Sports Economics* 15(3): 285-302.

Taylor, P. (2002). Sport and Tourism presentation to tourism and Sports Symposium Philoxenia International Tourism Exhibition, Thessaloniki, 1/1/2002.

Traganou, J., (2008). Shades of blue: debating Greek identity through Santiago Calatrava's design for the Athens Olympic Stadium. *Journal of Modern Greek Studies*, 26(1), 185-214.

Travlou, P., (2006). Go Athens: a journey to the centre of the city. **In:** S. Coleman and M. Crang, eds. *Tourism: between place and performance*. New York: Berghahn Books, 108-127.

Tsiotsou, R. (2006). Using visit frequency to segment ski resorts customers. *Journal of Vacation Marketing*, 12(1), 15-26.

Tziralis, G., *et al.*, (2006). Economic aspects and sustainability impact of the Athens 2004 Olympic Games. *In:* K. Arravosis, *et al.*, eds. *Environmental economics and investment assessment*. Southampton: WIT Press, 21-33.

Wicker, P, Hallmann, K, Zhang, JJ (2012). What is influencing consumer expenditure and intention to revisit? an investigation of marathon events. *Journal of Sport & Tourism* 17(3): 165-182.

Williams, S. & Gibson, H. (2004). The attraction of Switzerland for college skiers after 9/11: A case study. *Tourism Review International*, 81, 85-91.

Zentelis, P. and Labropoulos, T., (2004). The impact of Athens 2004 Olympic Games on property price in Greece. *Journal of Property Tax Assessment and Administration*, 1(3), 5-20.

### **Ελληνική βιβλιογραφία**

Γκιόσος, Ι., Παπαδημητρίου, Δ., Συνοδινός, Π. (2000). *Μεγάλες Διοργανώσεις: Η Περίπτωση των Ολυμπιακών Αγώνων*, Πάτρα: ΕΑΠ.

Καρτερωλιώτης, Κ. (2003). Επιμέλεια του έργου του *Jerry R.K. Nelson «Μέθοδοι Έρευνας στη Φυσική Δραστηριότητα»*, Εκδόσεις Πασχαλίδη, Αθήνα.

Μασμανίδης, Θ. 1986, Σημειώσεις «ΑΣΚΗΣΗ ΓΙΑ ΌΛΟΥΣ», έκδοση ΤΕΦΑΑ Α.Π.Θ.

Μοίρα, Π., Μυλωνόπουλος Δ., Παπαγρηγορίου, Α. (2017). Κοινωνιολογικές προσεγγίσεις του αθλητικού τουρισμού: Η συμμετοχή στα αθλητικά δρώμενα του Κλασικού Μαραθωνίου της Αθήνας 2016. *Journal of Science & Technology*, 12(2), 47-57.

Νικηταράς, Ν. (2003). *Η Πόλη & η Άσκηση του Πολίτη*, Εκδόσεις Τελέθριο, Αθήνα.

Παιτσίνης, Γ., Υφαντίδου, Γ., Λαλούμης, Δ. (2015). Αθλητικός τουρισμός. Τμήμα Επιστήμης Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού, Δημοκρίτειο Πανεπιστήμιο Θράκης.

### **Διαδίκτυο**

[www.segas.gr](http://www.segas.gr)