



**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΠΑΤΡΩΝ**
UNIVERSITY OF PATRAS

**ΣΧΟΛΗ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΜΟΥΣΕΙΟΛΟΓΙΑΣ**

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΘΕΜΑ:

**« Ο ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΗΛΕΙΑ
ΤΑΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ »**

ΜΠΑΛΑΟΥΡΑΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΣ: ΤΡΙΑΝΤΑΦΥΛΛΟΥ ΣΩΤΗΡΙΟΣ

ΠΥΡΓΟΣ – 2022

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Η παρούσα εργασία πραγματοποιήθηκε στα πλαίσια του προπτυχιακού προγράμματος σπουδών του Πανεπιστημίου Πατρών, του τμήματος Διοίκησης Οικονομίας & Επικοινωνίας Τουριστικών και Πολιτιστικών Μονάδων, για την εκπόνηση ως πτυχιακή εργασία .

Θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά τον επιβλέποντα καθηγητή μου κ. Τριανταφύλλου Σωτήρη, για την επιστημονική ,πνευματική και καθοδηγητική, καθ' όλη τη διάρκεια της συνεργασίας μας.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η εργασία αυτή υλοποιήθηκε με την μορφή ποσοτικής έρευνας, σε σχέση με την ανάπτυξη αθλητικού τουρισμού στο Νομό Ηλείας. Χωρίστηκε σε τέσσερα βασικά κεφάλαια. Το πρώτο κεφάλαιο αναφέρεται στη δυναμική του τουρισμού, στις επιδράσεις αυτού καθώς και αναλύονται καθοριστικοί παράγοντες όπως η εποχικότητα και συμπεριφορά της τοπικής αυτοδιοίκησης. Στο δεύτερο κεφάλαιο αναλύονται οι κατηγορίες του τουρισμού γενικά, και ειδικότερα οι κατηγορίες του εναλλακτικού τουρισμού όπου θεωρείται ότι έχουν ενδιαφέρον. Στο τρίτο κεφάλαιο αναλύεται ο αθλητικός τουρισμός, παραμετροποιείται καθώς και δίδονται πληροφορίες για τον αθλητικό τουρισμό στην Ελλάδα και στο Νομό Ηλείας. Το τέταρτο και τελευταίο κεφάλαιο αναφέρεται στην μεθοδολογία έρευνας και παρουσιάζει τους στόχους της έρευνας, τις συντεταγμένες αυτής καθώς και σχετικά διαγράμματα και πίνακες, έπειτα από την επεξεργασία των δεδομένων των ερωτηματολογίων.

ΛΕΞΕΙΣ ΚΛΕΙΔΙΑ

Αθλητικός Τουρισμός, Αυτοδιοίκηση Ηλείας, Εναλλακτικός Τουρισμός

ABSTRACT

This work was implemented in the form of quantitative research, in relation to the development of sports tourism in the Prefecture of Ilia. It is divided into four main chapters. The first chapter gives information about the dynamics of tourism, its effects and analyzes key factors such as seasonality and behavior of local government. The second chapter analyzes the categories of tourism in general, and in particular the categories of alternative tourism where they are considered to be of interest. In the third chapter the sports tourism is analyzed, it is parameterized as well as information is given for the sports tourism in Greece and in the Prefecture of Ilia. The fourth and last chapter analyzes the research methodology and presents the objectives of the research, its coordinates as well as relevant diagrams and tables, after the processing of the data of the questionnaires.

KEYWORDS

Sports tourism, Prefecture of Ilia, Alternative tourism

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

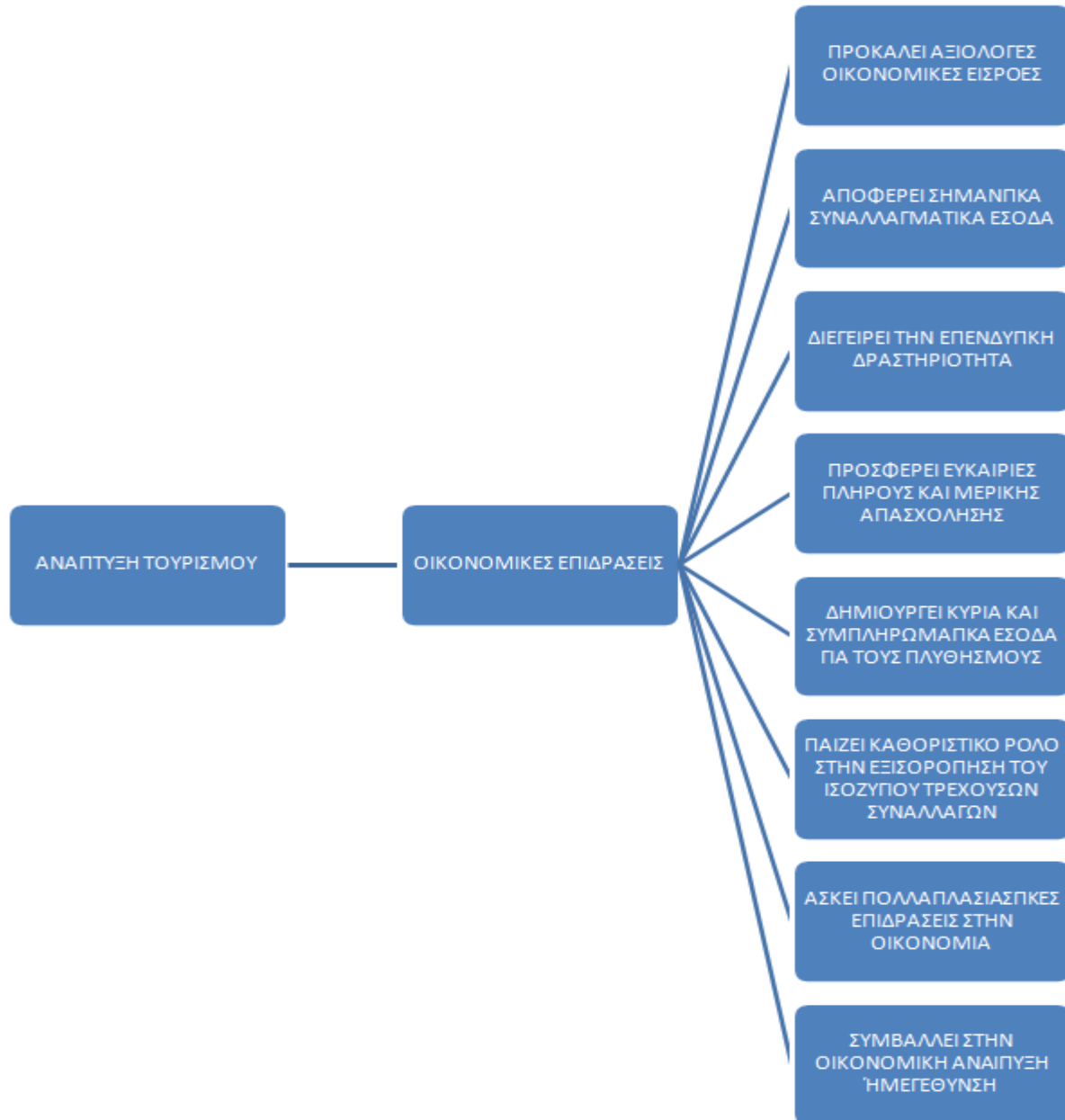
ΠΡΟΛΟΓΟΣ.....	1
ΠΕΡΙΛΗΨΗ	2
ΛΕΞΕΙΣ ΚΛΕΙΔΙΑ.....	2
ABSTRACT	3
KEYWORDS	3
ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ	4
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 Δυναμική του τουρισμού.....	6
1.1 Εισαγωγή.....	6
1.2 Επιδράσεις του τουρισμού	9
1.3 Ο τουρισμός ως κλάδος οικονομικής δραστηριότητας	10
1.4 Εποχικότητα	12
1.5 Η τοπική αυτοδιοίκηση στη σύγχρονη δυναμική του τουρισμού	13
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΙ ΤΡΟΠΟΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	16
2.1 Μορφές Τουρισμού	16
2.1.1 Μαζικός Τουρισμός.....	17
2.1.2 Εναλλακτικός Τουρισμός.....	17
2.1.3 Ο Εναλλακτικός τουρίστας	18
2.2 Εναλλακτικές μορφές τουρισμού.....	19
2.2.1 Αθλητικός Τουρισμός	19
2.2.2 Θρησκευτικός Τουρισμός & Τουρισμός Προσκυνηματικών Περιηγήσεων.....	22
2.2.2.1 Διάσημες εκκλησίες και μοναστήρια στην Ελλάδα.....	23
2.2.3 Πολιτιστικός τουρισμός	25
2.2.3 Ιαματικός τουρισμός	27
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 Αθλητικός τουρισμός.....	29
3.1 Εισαγωγή.....	29
3.2 Ιστορική Αναδρομή.....	30
3.3 Μορφές αθλητικού τουρισμού	31
3.3.1 Τουρισμός Αθλητικών Διοργανώσεων	33
3.3.2 Τουρισμός Αθλητικής Αναψυχής – Περιπέτειας	34

3.3.3 Προπονητικός Τουρισμός.....	34
3.4 Σημασία αθλητικού τουρισμού	40
3.5 Ο Αθλητικός τουρισμός στην Ελλάδα	42
3.6 Οικονομικά στοιχεία από τον αθλητικό τουρισμό στην Ελλάδα	43
3.7 Αθλητικός τουρισμός στο Νομό Ηλείας	45
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4.....	46
ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ - ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ	46
4.1 Δείγμα.....	46
4.2 Στόχοι της έρευνας	46
4.3 Διαγράμματα - Πίνακες.....	46
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	69
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	72
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ	76
Ερωτηματολόγιο.....	76

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 ΔΥΝΑΜΙΚΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

1.1 Εισαγωγή

Είναι πέρα από κάθε αμφισβήτηση ότι ο τουρισμός, σαν κλάδος οικονομικής δραστηριότητας, μπορεί κάτω από προϋποθέσεις να αποτελέσει σημαντικότερο παράγοντα οικονομικής ανάπτυξης ή μεγέθυνσης. Κατά συνέπεια, η συμβολή του στη γενικότερη προσπάθεια των λαών και των πολιτικών εξουσιών τους για οικονομική ανάπτυξη ή μεγέθυνση πρέπει να θεωρείται θετική. Στα περισσότερα κράτη του πλανήτη μας και κυρίως στα αναπτυσσόμενα, οι πολιτικές εξουσίες τους, από τα πρώτα κιάλια στάδια ανάπτυξης του τουρισμού, προσέδωσαν σε αυτόν ένα μονόπλευρο οικονομικό προσανατολισμό. Το γεγονός αυτό είχε σαν αποτέλεσμα ο τουρισμός να θεωρηθεί αντικείμενο σπέκουλας και αποκάλυπτης εκμετάλλευσης, εκ μέρους μερίδας επιχειρηματιών, που σε πολλές περιπτώσεις όχι μόνο άγγιζε, αλλά και ξεπερνούσε τα όρια της αισχροκέρδειας, καθώς επίσης να εμφανίζεται η τουριστική προσφορά ασύνδετη και αποκομμένη από τους άλλους κλάδους της οικονομικής δραστηριότητας. Επιπλέον η αλόγιστη και αυυολόγητη αυτή πολιτική είχε σαν συνέπεια, από τη μια πλευρά, να παραβλεφθούν οι κοινωνικές και πολιτιστικές πτυχές του τουριστικού φαινομένου και από την άλλη να αγνοηθεί σκόπιμα η ανθρώπινη του πτυχή. Έτσι, λοιπόν, ο τουρισμός σε πολλές περιπτώσεις αποτέλεσε μέσο στυγνής εκμετάλλευσης του ανθρώπου, του φυσικού του περιβάλλοντος και της πολιτιστικής του κληρονομιάς, ενώ παράλληλα συνέβαλε στο να αλλοιωθεί σημαντικά η τουριστική εικόνα πολλών κρατών. Όλα αυτά, αλλά και πολλά άλλα, ανάγκασαν, όπως ήταν φυσικό, τις πολιτικές εξουσίες των διάφορων κρατών να συνειδητοποιήσουν την επιτακτική ανάγκη χάραξης και εφαρμογής μιας αποτελεσματικότερης τουριστικής πολιτικής, η οποία στη φιλοσοφία της, στις βασικές της αρχές και στους στόχους της να είναι διαμετρικά αντίθετη από αυτήν που εξακολουθεί να εφαρμόζεται σήμερα σε πολλά κράτη του δυτικού κόσμου. Η τουριστική πολιτική πρέπει να έχει στο επίκεντρό της τον άνθρωπο και συγκεκριμένα τόσο αυτόν που παράγει τουριστικά προϊόντα όσο και αυτόν που τα καταναλώνει ή κάνει χρήση τους, χωρίς καμιά απόλυτα διάκριση. Με άλλα λόγια, δεν πρέπει να αποσκοπεί στην εξυπηρέτηση μόνο ξένων τουριστών ή έστω και μιας ντόπιας προνομιούχας μειοψηφίας, αλλά γενικά όλων εκείνων που έχουν τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες και θέλουν να τις ικανοποιήσουν, άσχετα αν μπορούν ή όχι. Επίσης η τουριστική πολιτική είναι απαραίτητο να επιδιώκει την αρμονική και ισόρροπη σύνδεση της τουριστικής προσφοράς με την πραγματική και διαρκώς διαφοροποιούμενη τουριστική ζήτηση. Για αυτό ένας από τους βασικούς στόχους της πρέπει να είναι η καλύτερη δυνατή αξιοποίηση των θετικών οικονομικών επιδράσεων, που ασκεί ο τουρισμός τόσο στα μέλη ενός οργανωμένου κοινωνικού συνόλου με κρατική υπόσταση όσο και στον ίδιο. Η διεθνής πρακτική έχει αποδείξει ότι για πολλά κράτη και ιδιαίτερα για τα αναπτυσσόμενα, ο τουρισμός αναμφίβολα αποτελεί αν όχι την αξιολογότερη, σίγουρα μια από τις αξιολογότερες συναλλαγαμοφόρες πηγές τους. Το συνάλλαγμα που εισρέει σε αυτά κάθε χρόνο από τον τουρισμό, καλύπτει σε πολλές περιπτώσεις ένα μεγάλο ποσοστό του παθητικού του ισοζυγίου τρέχουσων συναλλαγών τους (Ηγουμενάκης Ν. Γ., 1999).



Διάγραμμα 1.1: Σημαντικές οικονομικές επιδράσεις από την ανάπτυξη του τουρισμού (Ηγουμενάκης Ν. Γ., 1999)

Πέρα από αυτό, όμως, ο τουρισμός συμβάλλει αποφασιστικά στην ανάπτυξη πολλών κλάδων οικονομικής δραστηριότητας. Όπως είναι γνωστό, τα χρήματα που δαπανούν οι ξένοι και ντόπιοι τουρίστες διοχετεύονται μέσα από τις τουριστικές επιχειρήσεις σε άλλους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας για την αγορά αγροτικών, βιομηχανικών κλπ. προϊόντων, καθώς επίσης διάφορων υπηρεσιών, με αποτέλεσμα να τονώνεται σημαντικά η εγχώρια οικονομική και εμπορική δραστηριότητα σε τοπικό, περιφερειακό και εθνικό επίπεδο. Η ανάπτυξή του, όπως είναι γνωστό, είναι στενά συνυφασμένη και με τη δημιουργία ικανοποιητικού αριθμού νέων θέσεων εργασίας, έστω και αν αυτές τις περισσότερες φορές έχουν εποχιακό, κατά κύριο λόγο, χαρακτήρα. Χάρη σε αυτόν βρίσκουν απασχόληση πολλοί άνεργοι και κυρίως

υποαπασχολούμενοι σε αγροτικές περιοχές της περιφέρειας. Το σημαντικότερο είναι ότι ο τουρισμός μπορεί και δημιουργεί θέσεις εργασίας εκεί που συνήθως άλλοι κλάδοι οικονομικής δραστηριότητας, όπως π.χ. η βιομηχανία, η γεωργία κλπ., για λόγους που έχουν σχέση με τις εξωτερικές οικονομίες του τόπου στον οποίο επιχειρείται η ανάπτυξή του, αδυνατούν να δημιουργήσουν. Έτσι, λοιπόν, με την ανάπτυξη του τουρισμού σε περιοχές ενός κράτους, όπου άλλοι κλάδοι οικονομικής δραστηριότητας έχουν περιορισμένες ή και καθόλου πιθανότητες να αναπτυχθούν, δεν επιτυγχάνονται μόνο οικονομικοί στόχοι, αλλά παράλληλα και κοινωνικοί, που απορρέουν από τον περιορισμό της μετανάστευσης και κυρίως της μαζικής μετατόπισης των πληθυσμών τους στα μεγάλα, κυρίως, αστικά κέντρα προς αναζήτηση καλύτερης τύχης. Ο τουρισμός επίσης δημιουργεί και έσοδα για τους πληθυσμούς των περιοχών όπου αναπτύσσεται και εξασφαλίζει πρόσθετα εισοδήματα για πολλές οικογένειες μικρομεσαίων επιτηδευματιών, ενώ παράλληλα συμβάλλει αποφασιστικά και στον περιορισμό του ανοίγματος της ψαλίδας που υπάρχει ανάμεσα στα εισοδήματα των κατοίκων των αστικών κέντρων και εκείνων της περιφέρειας. Εκτός, όμως, από τη δημιουργία εσόδων για τους πληθυσμούς της περιφέρειας και την εξομάλυνση του προσωπικού τους εισοδήματος, ο τουρισμός συμβάλλει, επίσης, στην περιφερειακή εξομάλυνση του εισοδήματος, ιδιαίτερα δε σε περιοχές με χαμηλό δείκτη οικονομικής δραστηριότητας και χαμηλό κατά κεφαλήν εισόδημα των πληθυσμών τους. Η ανάπτυξη του τουρισμού σε αυτές τις περιοχές προκαλεί αξιόλογες οικονομικές εισροές. Μεταξύ άλλων φέρνει άφθονα χρήματα στους τόπους όπου πραγματοποιείται αυτή, το μεγαλύτερο μέρος των οποίων κυκλοφορεί μέσα σε αυτούς, δημιουργώντας έτσι πρόσθετο εισόδημα για τους κατοίκους τους, καθώς επίσης έσοδα για την τοπική αυτοδιοίκηση και γενικότερα για το κράτος. Οι άμεσες και εμφανείς επιδράσεις του τουρισμού στην οικονομία ενός κράτους που εκδηλώνονται, όπως αναφέρθηκε πιο πάνω, με τη θετική συμβολή του στην προσπάθεια εξισορρόπησης του ισοζυγίου τρέχουσων συναλλαγών, δημιουργίας ευκαιριών απασχόλησης, επιτάχυνσης της οικονομικής ανάπτυξης ή μεγέθυνσης, γενικά, και ειδικότερα της περιφέρειας. Εκτός από αυτές, όμως, υπάρχουν και άλλες που χαρακτηρίζονται σαν πολλαπλασιαστικές επιδράσεις. Οι επιδράσεις αυτές εκτός του ότι διευρύνουν τον οικονομικό και κοινωνικό ρόλο του τουρισμού, διευρύνουν παράλληλα και τον κύκλο των κοινωνικών ομάδων που επηρεάζονται θετικά από το φαινόμενο. Οι πολλαπλασιαστικές επιδράσεις του τουρισμού, που εκδηλώνονται από μια σειρά συναλλακτικών πράξεων, προκαλούν, κατά κανόνα, ποσοτικά και ποιοτικά αποτελέσματα. Τα ποσοτικά αποτελέσματα αναφέρονται στη διαμόρφωση του τουριστικού εισοδήματος, το τελικό ύψος του οποίου εξαρτάται από τον αριθμό των συναλλακτικών πράξεων που πραγματοποιούνται στο τουριστικό κύκλωμα. Ο μεγάλος αριθμός των συναλλακτικών πράξεων που πραγματοποιούνται, δίνει τις ποιοτικές διαστάσεις του φαινομένου που αποτελούν, δηλαδή του τουρισμού, καθώς επίσης τα ποιοτικά του χαρακτηριστικά. Από την επιχείρηση μεταφορών, τον ξενοδόχο, τον τουριστικό πράκτορα, τον ξεναγό, τον έμπορο προϊόντων του τουριστικού κυκλώματος, τους υπαλλήλους και τα στελέχη τουριστικών επιχειρήσεων, το βιομήχανο, το βιοτέχνη, τον αγρότη που τροφοδοτεί άμεσα ή έμμεσα ξενοδοχεία και εστιατόρια με αγροτικά προϊόντα, τον τραγουδιστή, τον ηθοποιό, το γιατρό, τον αρχιτέκτονα, τον οικοδόμο και το μικροπωλητή που πουλά τα εμπορεύματά του στους δρόμους κλπ., όλοι αυτοί οι επιτηδευματίες που προσφέρουν τις υπηρεσίες τους στον τουρισμό και όχι μόνο, αλλά και άλλοι που ενδεχόμενα δεν αναφέρθηκαν, δέχονται λίγο - πολύ τις επιδράσεις του τουρισμού, ενώ πολλές από αυτές ζουν αποκλειστικά από αυτόν. Πέρα από όσα

αναφέρθηκαν πιο πάνω σχετικά με τις άμεσες πολλαπλασιαστικές επιδράσεις του τουρισμού, θα πρέπει, έστω και συνοπτικά, να γίνει αναφορά και στις άλλες προεκτάσεις που έχουν αυτές στον ευρύτερο κοινωνικό χώρο, πλην όμως κατά έμμεσο τρόπο, δηλαδή στο βαθμό που το δημόσιο και η τοπική αυτοδιοίκηση επαναφέρουν στο κοινωνικό σύνολο, με τη μορφή των κοινωνικών επενδύσεων, ένα μέρος από τα έσοδά τους από τον τουρισμό. Η ανάπτυξη του τουρισμού ούτε από τη μια στιγμή στην άλλη μπορεί να επιτευχθεί, αλλά ούτε και από μόνη της. Όπως είναι γνωστό, αυτή εκτός των άλλων είναι στενά συνυφασμένη και με την πραγματοποίηση σοβαρών επενδύσεων από πλευράς κράτους, τοπικής αυτοδιοίκησης και κυρίως της ιδιωτικής πρωτοβουλίας. Οι επενδύσεις αυτές πραγματοποιούνται, κατά κύριο λόγο, για την κατασκευή, επέκταση και συντήρηση των έργων τουριστικής υποδομής και αναδρομής, πλην όμως συνοδεύονται και από άλλες δαπάνες, όπως π. χ. για φορολογικά και επενδυτικά κίνητρα, για τουριστική διαφήμιση και δημόσιες σχέσεις, για καθαριότητα, για φωτισμό και ύδρευση, για προστασία του περιβάλλοντος κλπ. των τουριστικών τόπων.

1.2 Επιδράσεις του τουρισμού

Ο τουρισμός αποτελεί σημαντικό παράγοντα οικονομικής ανάπτυξης ή μεγέθυνσης των κρατών του πλανήτη μας, εντελώς ιδιαίτερα δε αυτών που για οποιουσδήποτε λόγους δεν έχουν κατορθώσει, ακόμα, να διακόψουν το φαύλο κύκλο της φτώχειας και της μιζέριας τους. Οι θετικές επιδράσεις από τον τουρισμό σε τοπικό, περιφερειακό και εθνικό επίπεδο γίνονται αισθητές μόνο όταν η επιχειρούμενη ανάπτυξη ή μεγέθυνσή του πραγματοποιείται ορθολογιστικά, προγραμματισμένα και κυρίως με συνεχή και λεπτομερειακό έλεγχο σε κάθε αναπτυξιακή μεγεθυντική φάση, πολύ περισσότερο δε, όταν αυτή συνοδεύεται από παράλληλη προσπάθεια ανάπτυξης ή μεγέθυνσης των τομέων της πρωτογενούς και δευτερογενούς παραγωγής. Με αυτόν τον τρόπο περιορίζονται σημαντικά και οι αρνητικές επιδράσεις του τουρισμού, και αυτό γιατί (Ηγουμενάκης Ν. Γ., 1997):

1. αποφεύγεται ο συγκεντρωτισμός και το φαινόμενο της εξάρτησης του τουριστικού τόπου από έναν και μόνο κλάδο οικονομικής δραστηριότητας και συγκεκριμένα τον τουρισμό,
2. αμβλύνεται η εποχιακή απασχόληση του ανθρώπινου δυναμικού του τόπου υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών,
3. αυξάνεται η χρονική διάρκεια εκμετάλλευσης των τουριστικών εγκαταστάσεων,
4. μετριάζεται η αντιμετώπιση του ντόπιου τουρίστα σαν ανεπιθύμητου πελάτη,
5. περιστέλλεται η υποβάθμιση και πολύ περισσότερο η καταστροφή του φυσικού περιβάλλοντος, καθώς επίσης της πολιτιστικής κληρονομιάς,
6. μειώνεται σημαντικά η ποιοτική υποβάθμιση των προσφερόμενων τουριστικών προϊόντων, και
7. παύει βαθμιαία να θυσιάζεται η ανταγωνιστικότητα του τουρισμού χάρη στο εύκολο πρόσκαιρο κέρδος και στα τεράστια οικονομικά συμφέροντα των μεσαζόντων του τουρισμού.

Ο τουρισμός αποτελεί, όπως είναι γνωστό, τμήμα του παραγωγικού μηχανισμού μιας οικονομίας και σαν τέτοιο θα πρέπει η αποδοτικότητά του να ερευνάται όχι μόνο με κριτήρια επίτευξης στόχων σε βραχυχρόνιο ορίζοντα, μέσα στο στενό πλαίσιο του κλάδου της τουριστικής οικονομίας, αλλά και με μακροχρόνιες προοπτικές της ουσιαστικής συμβολής του στην επίτευξη των γενικότερων οικονομικών και κοινωνικών στόχων του προγράμματος οικονομικής ανάπτυξης ή μεγέθυνσης ενός κράτους. Με αυτήν την έννοια, διάφορες απόψεις που έχουν διατυπωθεί, κατά καιρούς, για τη θέση του τουρισμού στις οικονομίες, θα εξεταστούν κάτω από το πρίσμα της αναζήτησής του βαθμού αποδοτικότητας του τουρισμού, σαν κλάδου οικονομικής δραστηριότητας, μέσα στο ευρύτερο φάσμα του οικονομικού και κοινωνικού κόστους που δημιουργείται.

1.3 Ο τουρισμός ως κλάδος οικονομικής δραστηριότητας

Όπως ήδη αναφέρθηκε, η οικονομική σημασία του τουρισμού έχει γενικά αναγνωριστεί σε όλα τα κράτη, ακόμα και σε εκείνα που θεωρούνται ότι είναι αναπτυσσόμενα και που για τους ίδιους ή διαφορετικούς λόγους δεν έχουν καταφέρει, ακόμα, να διακόψουν το φαύλο κύκλο της φτώχειας και της μιζέριας που τα μαστίζει. Επιπλέον έχει έμπρακτα διαπιστωθεί ότι ο τουρισμός, σαν δυναμικός κλάδος οικονομικής δραστηριότητας, μπορεί κάτω από προϋποθέσεις να συμβάλει θετικά στη διαμόρφωση του ακαθάριστου εθνικού προϊόντος, των ατομικών εισοδημάτων, των δημόσιων, δημοτικών και κοινωνικών εσόδων, του ισοζυγίου τρέχουσων συναλλαγών, καθώς επίσης στη μείωση της ανεργίας και της υποαπασχόλησης κλπ. Ο τουρισμός με τη σύγχρονή του μορφή μπορεί να προσδιοριστεί σαν η πρόσκαιρη μετακίνηση ανθρώπων από τον τόπο της μόνιμης διανομής τους σε έναν άλλο, με αποκλειστικό σκοπό την ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών τους και η οργανωμένη προσπάθεια για την προσέλκυση, υποδοχή και εξυπηρέτηση των ανθρώπων αυτών. Ο ορισμός αυτός περιλαμβάνει, βασικά, δυο σκέλη. Το πρώτο σκέλος, δηλαδή αυτό που αναφέρεται στην πρόσκαιρη μετακίνηση των ανθρώπων από τον τόπο της μόνιμης διαμονής τους, αντιπροσωπεύει το καταναλωτικό μέρος του τουρισμού και ταυτίζεται, όπως είναι φυσικό, με την τουριστική ζήτηση. Το δεύτερο σκέλος, δηλαδή αυτό που αναφέρεται στην προσέλκυση, υποδοχή και εξυπηρέτηση των ανθρώπων που μετακινούνται πρόσκαιρα από τον τόπο της μόνιμης διαμονής τους, αντιπροσωπεύει το καθαρά παραγωγικό μέρος του τουρισμού και ταυτίζεται, όπως είναι φυσικό, με την τουριστική προσφορά. Όμως τόσο η τουριστική προσφορά όσο και η τουριστική ζήτηση προϋποθέτουν την ύπαρξη ενός προϊόντος που μπορεί να εκφραστεί ποσοτικά και ποιοτικά. Το προϊόν αυτό, όπως ήδη ειπώθηκε, υπάρχει. Είναι το μεμονωμένο τουριστικό προϊόν ή το «τουριστικό πακέτο» που αποτελείται, κατά κύριο λόγο, από άυλα τουριστικά προϊόντα, δηλαδή από τουριστικές υπηρεσίες. Οι διαστάσεις που πήρε το τουριστικό φαινόμενο μεταπολεμικά και κυρίως η συνειδητοποίηση των ευεργετικών επιδράσεών του στις οικονομίες, οδήγησε πολλά κράτη όχι μόνο στη λήψη μέτρων για την ανάπτυξη ή μεγέθυνση του τουρισμού, αλλά και στην αντιμετώπισή του σαν ιδιαίτερου κλάδου οικονομικής δραστηριότητας. Το γεγονός αυτό είχε σαν συνέπεια να διαμορφωθεί βαθμιαία η τουριστική οικονομία. Όπως είναι γνωστό, τα άτομα έχουν πολλές και διάφορες ανάγκες ή επιθυμίες, όπως π.χ. τροφής, στέγης, ένδυσης, ιατρικής περίθαλψης, κοινωνικής πρόνοιας,

εκπαίδευσης κλπ. Παράλληλα, όμως, έχουν και τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες. Για την ικανοποίηση των αναγκών ή επιθυμιών αυτών, δηλαδή των τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών, είναι απαραίτητο να γίνουν ορισμένες ενέργειες. Με άλλα λόγια πρέπει να αναπτυχθούν ορισμένες οικονομικές δραστηριότητες. Έτσι, λοιπόν, η τουριστική οικονομία, ξεκινώντας από τη διαπίστωση ότι η παραγωγή τουριστικών προϊόντων, δηλαδή τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών, μπορεί να ικανοποιήσει τις τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες των ανθρώπων, ερευνά και μελετά σε βάθος τις οικονομικές σχέσεις που δημιουργούνται και αναπτύσσονται τόσο κατά την παραγωγή όσο και κατά την κατανάλωση ή και χρήση τους σε ορισμένο τόπο και χρόνο. Εξαιτίας της μεγάλης συμβολής του τουρισμού στο σχηματισμό του ακαθάριστου εθνικού προϊόντος, στη μείωση της ανεργίας και της υποαπασχόλησης, έστω και εποχιακά, και κυρίως στην εξισορρόπηση του ισοζυγίου τρέχουσων συναλλαγών, θα πρέπει να λαμβάνουν θέση στα προγράμματα οικονομικής ανάπτυξης ή μεγέθυνσης αμέσως μετά τη γεωργία, τη βιομηχανία και το εμπόριο, υποδηλώνοντας έτσι το ρόλο του σαν παράγοντα που εκτός των άλλων βοηθά ουσιαστικά τους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας για τους οποίους ο λόγος στην κοινή προσπάθεια για την προώθηση και επίτευξη της οικονομικής ανάπτυξης ή μεγέθυνσης. Επειδή ο τουρισμός από τη φύση του ανήκει στην κατηγορία των οικονομικών εκείνων δραστηριοτήτων που δύσκολα μπορούν να προγραμματιστούν μακροχρόνια, θα πρέπει οι δογματισμοί να θυσιάζονται στις νέες συνθήκες που διαμορφώνονται, κάθε φορά, όχι μόνο στον τουρισμό αλλά και στους άλλους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας και να αναζητείται η χρυσή τομή εξισορρόπησης. Αυτή μπορεί εύκολα να βρεθεί αν επανεξεταστούν ορισμένα προωθητικά στοιχεία της τουριστικής ανάπτυξης ή μεγέθυνσης και κυρίως αν συνεκτιμηθούν αυτά στο πλαίσιο της γενικής οικονομικοκοινωνικής ανάπτυξης ή μεγέθυνσης που επιδιώκεται σε ορισμένο τόπο και χρόνο. Τέτοια στοιχεία είναι π.χ. η πραγματοποίηση τουριστικών επενδύσεων τόσο από ποσοτικής όσο και από ποιοτικής άποψης, ο βαθμός επηρεασμού του ισοζυγίου τρέχουσων συναλλαγών από τα συναλλαγματικά έσοδα του τουρισμού, τα προβλήματα που δημιουργούνται στους άλλους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας εξαιτίας των αναγκών απασχόλησης που συνεχώς αυξάνουν στον τουρισμό κλπ. (Ηγουμενάκης Ν. Γ., 1999).

Ο αριθμός των επισκεπτών από το εξωτερικό ξεπέρασε τα 30 εκατομμύρια το 2018 (33 εκατ. μαζί με τους επιβάτες κρουαζιέρας) και οι τουριστικές εισπράξεις ξεπέρασαν τα 16 δισ. ευρώ, το 2019 θεωρείται πως δύσκολα θα επαναληφθούν οι ίδιες επιδόσεις. Πρόδρομος δείκτης για την εξέλιξη αυτή είναι οι προκρατήσεις από τις μεγάλες αγορές «τροφοδότες» του ελληνικού τουρισμού. Ενδεικτική είναι η κάμψη των γερμανικών αφίξεων που σε επίπεδο προκρατήσεων εμφανίζεται πως θα αποτελέσει πηγή προβληματισμού το τρέχον έτος, τροφοδοτώντας πιέσεις για μεγαλύτερες προσφορές από τα ελληνικά ξενοδοχεία. Συμφώνα με παράγοντες της τουριστικής αγοράς η μείωση της ζήτησης των Γερμανών είναι εμφανής κυρίως για τη Ρόδο (-17%) και την Κρήτη (-30%). (Κουκάκης, 2019) . Η ανοδική πορεία του τουρισμού αναμένεται να συνεχιστεί με αύξηση της Ακαθάριστης Προστιθέμενης Αξίας του τουρισμού κατά 31% και αύξηση της απασχόλησης κατά 26% έως το 2031. (WWF, 2013).

Στην περίοδο που διανύουμε ο τουρισμός έχει υποστεί πολύ μεγάλο πλήγμα λόγω αφενός της μείωσης των εισοδημάτων και αφετέρου της διστακτικότητας του κόσμου να ταξιδέψει για

λόγους υγείας. Η ανάκαμψη του τουρισμού προϋποθέτει την αντιμετώπιση του κορωνοϊού από ιατρικής πλευράς και την ανάκαμψη των οικονομιών. Παράλληλα, διαφαίνεται μια ισχυροποίηση των τάσεων για βιωσιμότητα (sustainability) και ψηφιακό μετασχηματισμό, τις οποίες θα πρέπει να προετοιμαστεί να αντιμετωπίσει και εκμεταλλευτεί ο ελληνικός τουρισμός (Η συμβολή του Τουρισμού στην ελληνική οικονομία το 2019, 2022).

Η εισερχόμενη ταξιδιωτική κίνηση τον Αύγουστο του 2020 διαμορφώθηκε στις 1.807 χιλ. ταξιδιώτες, μειωμένη κατά -73,3% σε σύγκριση με τον αντίστοιχο μήνα του 2019. Η μείωση της εισερχόμενης ταξιδιωτικής κίνησης ήταν αποτέλεσμα της πτώσης της ταξιδιωτικής κίνησης από τις χώρες της ΕΕ-27 κατά -68,4% και της ταξιδιωτικής κίνησης από τις χώρες εκτός της ΕΕ-27 κατά -81,7% (Ινστιτούτο ΣΕΤΕ, 2020).

1.4 Εποχικότητα

Άλλο ένα γνώρισμα της τουριστικής ζήτησης, που επηρεάζει σε μεγάλο βαθμό το μέλλον της, είναι η εποχικότητα ή οι περίοδοι αιχμής και ύφεσης των τουριστικών ροών. Αυτό κυρίως οφείλεται, στις κλιματολογικές συνθήκες της χώρας - δέκτη, διότι πολλοί από τους τουριστικούς πόρους είναι από τη φύση τους εποχικοί. Τέτοιοι πόροι, είναι η Θερμοκρασία, η ηλιοφάνεια κλπ. Οφείλεται όμως και στις κλιματολογικές συνθήκες των χωρών που παράγουν τουρισμό, όπως και στους θεσμικούς παράγοντες που περιλαμβάνουν τις σχολικές διακοπές, το κλείσιμο των εργοστασίων τον Αύγουστο, τις διακοπές του Πάσχα και των Χριστουγέννων, που κάνουν την τουριστική ζήτηση να συγκεντρώνεται σε αυτές τις περιόδους. Έτσι η τουριστική ζήτηση δεν μπορεί να κατανέμεται ομαλά σε ολόκληρο το χρόνο. Σαν αποτέλεσμα τέτοιων διακυμάνσεων, οι περισσότεροι προορισμοί υποφέρουν από τουρισμό περιόδων αιχμής, περιόδων χαμηλής κίνησης και περιόδων απραξίας. Αυτό είναι επιζήμιο για τη χαρά που δέχεται τον τουρισμό και δημιουργεί τεράστια προβλήματα στις τουριστικές επιχειρήσεις, εκτός κι αν ο εσωτερικός τουρισμός είναι αρκετά ανεπτυγμένος για να συμπληρώσει τις ιδανικές περιόδους.

Πολλές χώρες έχουν δώσει μεγάλη σημασία στην ανάπτυξη αντι – εποχικής τουριστικής πολιτικής. Σε αρκετές περιπτώσεις έχουν ληφθεί, ενάντια στην εποχικότητα, τα εξής μέτρα:

- Η κλιμάκωση των διακοπών
- Η δημιουργία ειδικών εγκαταστάσεων
- Οι προωθητικές τιμές στις περιόδους χαμηλής κίνησης
- Οι φθηνές εκδρομές για ηλιόλουστες περιοχές
- Η επέκταση του σαββατοκύριακου

Η βελτίωση του προβλήματος της εποχικότητας με τα παραπάνω μέτρα δεν καταλήγει πάντα σε εντυπωσιακά αποτελέσματα. Ο λόγος είναι ότι απαιτείται ολοκληρωμένη προσπάθεια για να ανατραπεί το κατεστημένο. Οι μικρής έντασης προσπάθειες συνήθως περνούν απαρατήρητες ή τα αποτελέσματά τους δεν έχουν διάρκεια.

Ο τουρισμός είναι μια δραστηριότητα ελεύθερου χρόνου. Ο τουρίστας έχει πλέον συνηθίσει σε έναν τρόπο ζωής κατά τη διάρκεια των διακοπών ο οποίος περιλαμβάνει ένα σύνολο ενεργειών οι οποίες καλύπτουν ένα χρονικό διάστημα των διακοπών. Στο βαθμό που οι δραστηριότητες αυτές, όπως κολύμβηση, ηλιοθεραπεία, περίπατοι, επισκέψεις σε μπαρ και κέντρα διασκέδασης, εκδρομές κ.λπ, δεν καλύπτουν το χρόνο του τουρίστα, τότε αυτός πλήττει. Για μια χώρα της Μεσογείου όπως η Ελλάδα, ο τουρίστας καταδικάζεται σε απραξία σε περίπτωση που καταλύσει σε ένα παραθαλάσσιο ξενοδοχείο αναψυχής το χειμώνα. Για αυτόν το λόγο, μόνο σε περίπτωση που διαμορφωθούν τομείς απασχόλησης του τουρίστα οι οποίοι συμβαδίζουν με τα ενδιαφέροντά του, μπαίνουν οι βάσεις για αντιεποχική τουριστική πολιτική. Τέτοιες απασχολήσεις μπορούν να προσφέρουν οι πόλεις τυχερών παιχνιδιών με πολλά καζίνο κι ανάλογες εγκαταστάσεις, τα οργανωμένα χιονοδρομικά κέντρα κλπ (Βαρβαρέσος, 1999).

1.5 Η τοπική αυτοδιοίκηση στη σύγχρονη δυναμική του τουρισμού

Η τοπική αυτοδιοίκηση έχει την δυνατότητα να συμβάλλει στην τουριστική ανάπτυξη μιας χωρικής ενότητας αν ενσωματώσει στις πολιτικές της τα εξής (Λαλούμης & Ρούπας, 1998):

- Την οργάνωση του τόπου υποδοχής
- Την τουριστική πληροφόρηση
- Την προβολή- προώθηση και εμπορικοποίηση των τουριστικών προϊόντων
- Τον τομέα της αναψυχής

Ο συνδυασμός των προαναφερθέντων σε συνάρτηση με την αξιοποίηση μερικών παραγόντων – κλειδιά από τους τουριστικούς παραγώγους και την τοπική αυτοδιοίκηση μπορεί να αποτελέσει το συγκριτικό πλεονέκτημα του τόπου υποδοχής των τουριστών. Οι παράγοντες κλειδιά αφορούν τα εξής (Durant, Gouirand, & Spindier, 1994):

- Υποδοχή
- Ποιότητα του περιβάλλοντος
- Πληροφόρηση
- Αναψυχή
- Προβολή και εμπορικοποίηση
- Βαθμός οργάνωσης και ανάπτυξης

Ο συσχετισμός των παραγόντων κλειδιών με τις τυπολογίες των τουριστών που προσελκύονται από τους τόπους υποδοχής διαμορφώνουν εκ νέου πρόσθετους παράγοντες κλειδιά, οι οποίοι απεικονίζουν τις σχέσεις που διαμορφώνονται μεταξύ του συνολικού τουριστικού προϊόντος και του βαθμού ικανοποίησης των τουριστών.

Τα τουριστικά προϊόντα του τόπου υποδοχής οφείλουν αφενός μεν να αποβλέπουν στη μεγιστοποίηση της ικανοποίησης των τουριστών, αφετέρου δε στη βελτίωση της οικονομικής τους αποδοτικότητας. Κατόπιν τούτου, η παραγωγή και η ενσωμάτωση τους στο ευρύτερο

χωρικό και οργανωτικό πλαίσιο του τόπου υποδοχής των τουριστών, καθώς και οι τεχνικές διαχείρισης τους, πρέπει να λαμβάνουν υπόψη τους μια ποικιλία χρήσεων όπως:

Οι διακοπές του διημέρου ή τα Σαββατοκύριακα συν μια ή δύο ημέρες εφόσον πρόκειται για επισκέπτες από τα γειτονικά αστικά κέντρα

- Οι σχολικές διακοπές και οι γιορτές – αργίες
- Οι δραστηριότητες του ελεύθερου χρόνου
- Οι διακοπές μετ' αποδοχών (χειμώνας, καλοκαίρι)

Μια τουριστική πολιτική οφείλει να διαρθρώνεται γύρω από ένα συγκεκριμένο αριθμό στόχων, οι οποίοι λαμβάνουν υπόψη τους και τη θέση των τουριστικών παραγωγών και τις υπάρχουσες διαρθρωτικές μεταβολές.

Αυτοί οι στόχοι είναι οι ακόλουθοι (Beau, 1992):

- Εκδημοκρατισμός των διακοπών και αύξηση του ποσοστού αναχώρησης για διακοπές των δυνητικών τουριστών στο εσωτερικό της χώρας. Μέτρα που μπορούν να συμβάλουν υποστηρικτικά σε αυτόν το στόχο είναι τα παρακάτω:
 - Ανάπτυξη τουριστικών δομών κοινωνικού χαρακτήρα
 - Διαφοροποίηση του υπάρχοντος τουριστικού προϊόντος με την ανάπτυξη εναλλακτικών – αειφορικών τουριστικών δραστηριοτήτων
 - Δημιουργία κουπονιών διακοπών, όπως σε άλλες χώρες
 - Προώθηση του κοινωνικού τουρισμού
 - Ενεργοποίηση της τοπικής αυτοδιοίκησης σε θέματα τουριστικής ανάπτυξης

Ο Vergnol στη μονογραφία του σχετικά με τον τουριστικό σχεδιασμό των φτωχών χωρών υποστηρίζει ότι (Tinard, 1992):

«Ο πολλαπλασιασμός των ταξιδιών των ημεδαπών τουριστών στο εσωτερικό της χώρας επιτρέπει την αμοιβαία γνωριμία με τους ομοεθνείς τους και συμβάλλει στην καλύτερη αλληλοκατανόηση τους»

Η ύπαρξη σημαντικών τουριστικών ροών από τους ημεδαπούς τουρίστες στο εσωτερικό της χώρας επίσης:

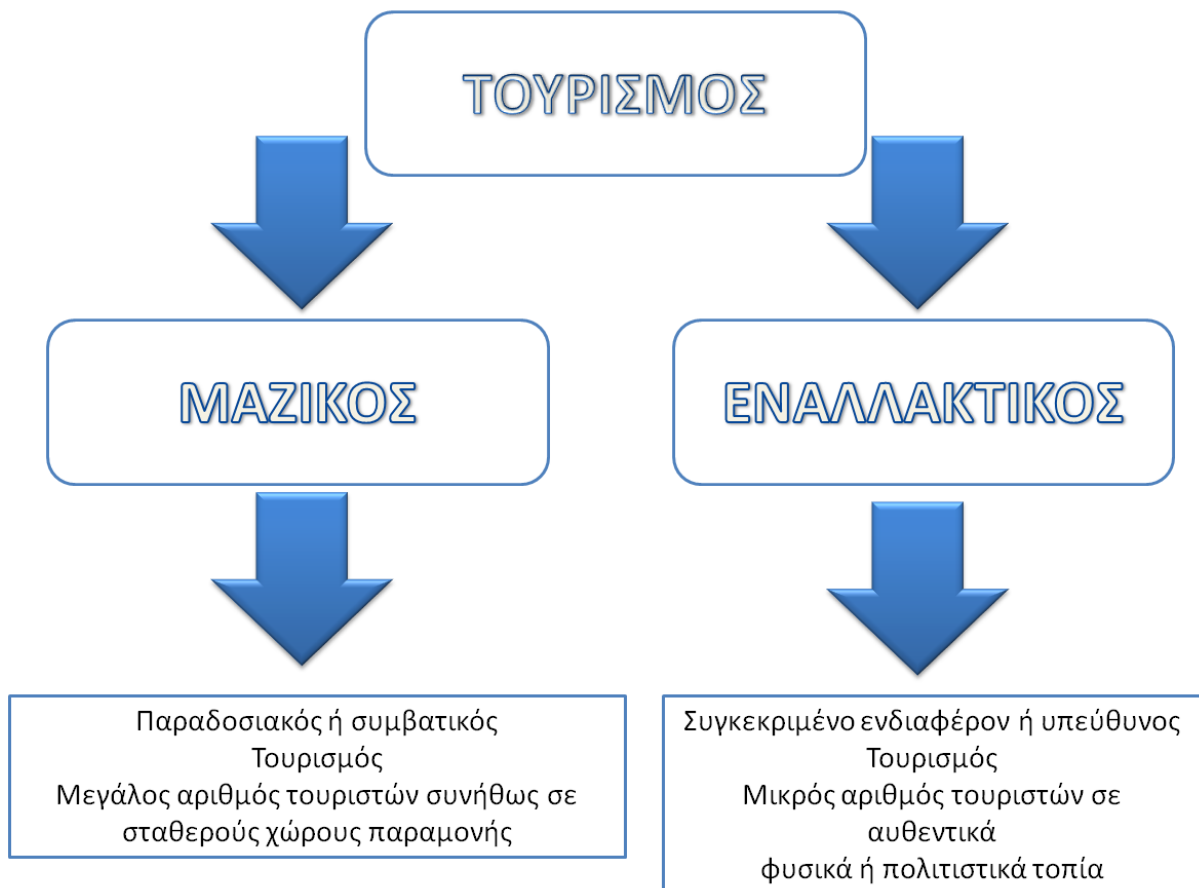
- Την καλύτερη αντιμετώπιση προβλήματος της εποχικότητας
 - Τη βελτίωση της οικονομικής διαχείρισης των τουριστικών επιχειρήσεων
 - Τη βελτίωση της αποδοτικότητας των τουριστικών επιχειρήσεων
- Εκσυγχρονισμός των τουριστικών επιχειρήσεων, που περιλαμβάνει:
 - Χρήση σύγχρονης τεχνολογίας

- Τουριστική πληροφόρηση
 - Προβολή – προώθηση
 - Σύγχρονες μεθόδους οικονομικής διαχείρισης
-
- Βελτίωση των οικονομικών αποτελεσμάτων του τουρισμού στα πλαίσια της:
 - Ποιοτικής αναβάθμισης του τουριστικού προϊόντος
 - Διαφοροποίησης του τουριστικού προϊόντος
 - Χωροχρονικής ανακατανομής των διακοπών

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΙ ΤΡΟΠΟΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

2.1 Μορφές Τουρισμού

Ο τουρισμός εμφανίζεται με διάφορες μορφές και είναι δύσκολη η διατύπωση ενός ακριβούς και αυστηρού ορισμού. Θα μπορούσε να οριστεί ως το σύνολο των φαινομένων και σχέσεων που προκύπτουν από την αμοιβαία επίδραση τουριστών, τουριστικών επιχειρήσεων, τόπων φιλοξενίας και διοικήσεων τόπων φιλοξενίας στη διαδικασία προσέλκυσης, υποδοχής και φιλοξενίας επισκεπτών δηλαδή τουριστών και εκδρομέων. Σε γενικές γραμμές, ο τουρισμός αποτελεί ένα σύνολο δραστηριοτήτων, αγαθών, υπηρεσιών και παραγωγικών μονάδων που προσφέρει μια τουριστική ή ταξιδιωτική εμπειρία σε μεμονωμένα άτομα ή ομάδες ατόμων που φεύγουν προσωρινά από τον τόπο της μόνιμης διαμονής τους και ταξιδεύουν σε κάποιο τουριστικό προορισμό της επιλογής τους με σκοπό την ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών ή επιθυμιών τους. Επίσης, είναι το αθροιστικό σύνολο των τουριστικών δαπανών που πραγματοποιούνται μέσα στα όρια ενός κράτους. Σε γενική κλίμακα η κατηγοριοποίηση γίνεται σε μαζικό και εναλλακτικό τουρισμό.



Σχήμα 2.1: Μορφές τουρισμού (Μαζικός & Εναλλακτικός) (Κοκκώσης, Τσάρτας, & Γκρίμπα, 2011)

2.1.1 Μαζικός Τουρισμός

Ιστορικά, ο μαζικός τουρισμός είναι συνυφασμένος με την αύξηση των εισοδημάτων ενώ τον 20^ο αιώνα μετατρέπεται σε κοινωνικό-οικονομικό φαινόμενο. Σήμερα, αποτελεί ήδη κριτήριο ψυχαγωγίας ορισμένων περιηγητών ενώ λόγω της μαζικότητας του (μεγάλος αριθμός επισκεπτών - περιηγητών) και των έντονων επιπτώσεων του στο περιβάλλον, αμφισβητείται και απαιτείται η εφαρμογή άλλων μορφών, φιλικών και ηπιότερων προς το φυσικό περιβάλλον και τον πολιτιστικό πλούτο (Λύτρας, 1998). Βασικό χαρακτηριστικό είναι το χαμηλό κόστος συγκεντρώνοντας έτσι μεγάλο αριθμό τουριστών το τρίπτυχο μεταφορά - διαμονή - υπηρεσίες, ενώ παραδοσιακά βασίζεται στον «ήλιο», «θάλασσα» και «περιήγηση». Αποδίδει οικονομικό όφελος που αντιστοιχεί περίπου στο 1,5% του παγκόσμιου και εγχώριου ΑΕΠ, σε αύξηση του βιοτικού επιπέδου, σε θέσεις εργασίας, υποδομές και ανάπτυξη. Σε αμιγώς τουριστικές περιοχές βέβαια, όπως για παράδειγμα η Κρήτη, αν και κρατά τα σκήπτρα των τουριστικών δραστηριοτήτων, ο μαζικός τουρισμός δίνει έδαφος ανάπτυξης σε άλλες μορφές τουρισμού (εναλλακτικές), καθώς σήμερα καλύπτει το 80% των δραστηριοτήτων αυτών. 22% ωστόσο, η ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού προκαλεί σημαντικές επιπτώσεις στο φυσικό και πολιτιστικό περιβάλλον ιδιαίτερα σε μη αναπτυγμένες ακόμη τουριστικά χώρες με ιδιαίτερα φυσικά χαρακτηριστικά. Αυτό λόγω της άναρχης κατασκευής ξενοδοχείων και των υποδομών τους, της υποβάθμισης ή καταστροφής της φυσικής κατοικίας άγριων ζώων και φυτών, της μόλυνσης των ακτών και θαλασσών, της καταστροφής κοραλλιογενών υφάλων και ευρύτερα της υποθαλάσσιας ζωής τους ή ακόμη και με την περαιτέρω ενδυνάμωση μεγάλων δυτικών τουριστικών επιχειρήσεων με ταυτόχρονη οικονομική εξάρτηση των κατοίκων των περιοχών. Επιπλέον, ο μαζικός τουρισμός αναφέρεται ότι δύναται να φθείρει την πολιτιστική κουλτούρα των κατοίκων, τις αξίες, τα ήθη και έθιμα τους. Η συγκεκριμένη επίδραση ωστόσο είναι δυνατόν να λάβει χώρα σε αδύναμα όμως συστήματα πολιτιστικών, πολιτισμικών, θρησκευτικών ή και άλλων αξιών, που από μόνα τους δεν έχουν όχι μόνο την ικανότητα να αντισταθούν αλλά δεν μπορούν ακόμη να επηρεάσουν τις κοινωνικές και οικονομικές εξελίξεις. Σ' αυτή τη κατεύθυνση χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελούν στην Ελλάδα οι ετήσιες θερινές πολιτιστικές εκδηλώσεις που ενώ γίνονται πόλος έλξης σε συνθήκες μαζικού τουρισμού, είναι εκείνες που προσφέρουν και αναδεικνύουν τις αξίες, τα ήθη και έθιμα του τόπου. Όπως όμως αναφέρθηκε στην προηγούμενη παράγραφο ο μαζικός τουρισμός δύναται να μετατραπεί σε άλλες μορφές ανάπτυξης του τουρισμού. Από τη δεκαετία του 1970 ήδη ομάδες ανθρώπων, όπως ερευνητές, οικολόγοι, περιβαλλοντικές οργανώσεις κ.α. αναζητούν μορφές τουρισμού οι οποίες είναι φιλικές και ήπιες προς το περιβάλλον, τον πολιτισμό, την κουλτούρα ή περισσότερο ανθρωποκεντρικές, και οι οποίες συγκροτούν το λεγόμενο εναλλακτικό τουρισμό (Ανδριώτης Κ. , 2003).

2.1.2 Εναλλακτικός Τουρισμός

Ετυμολογικά, ο επιθετικός προσδιορισμός «εναλλακτικός» αναφέρεται σε αυτόν που μπορεί να αντικαταστήσει, να διαδεχτεί κάποιον άλλο, ενώ με την ευρύτερη έννοια χαρακτηρίζεται ο μη παραδοσιακός. Συνεπώς ο εναλλακτικός τουρισμός εμπεριέχει εκείνες τις τουριστικές μορφές, οι οποίες μπορούν να αντικαταστήσουν τον οργανωμένο μαζικό τουρισμό, με όλες τις

αρνητικές συνεπαγωγές του. Οι (Eadington & Smith, 1992) θεωρούν, γενικά, ότι ο εναλλακτικός τουρισμός «περιλαμβάνει μορφές τουρισμού οι οποίες δεν αντιβαίνουν τις ευρύτερες κοινωνικές και κοινοτικές αξίες, καθώς και τις αξίες που σχετίζονται με τη φύση, αλλά παρέχουν στους υποδοχείς και τους τουρίστες την ευκαιρία για θετικές αναδράσεις, καθώς και για απόκτηση κοινών εμπειριών». Με άλλα λόγια, είναι το σύνολο των ολοκληρωμένων τουριστικών υπηρεσιών που απευθύνονται σε ένα εξειδικευμένο κοινό, στηρίζονται σε οικολογικά ανεκτές και ήπιες δραστηριότητες, ενώ αναδεικνύουν, χωρίς να καταστρέφουν τα φυσικά κάλλη μιας περιοχής. Αυτές οι τουριστικές μορφές συνδέονται με τις κοινωνικές και περιβαλλοντικές αξίες κάθε τόπου υποδοχής και δίνουν τη δυνατότητα, σε ταξιδιώτες και τοπικό πληθυσμό που συγχρωτίζονται, να δημιουργούν ένα σύνολο θετικών αλληλεπιδράσεων και πολύτιμων εμπειριών, το οποίο στη συνέχεια να απολαμβάνουν αμφότεροι. Ιδιαίτερα σημαντικό φαίνεται να είναι το γεγονός ότι τα παραπάνω συμβαίνουν χωρίς να περιορίζονται τα οικονομικά οφέλη, που θεμιτά επιδιώκονται από όλους τους συμμετέχοντες στο τουριστικό γίγνεσθαι (Butler, 1990). Ο εναλλακτικός τουρισμός αποτελεί τμήμα των ειδικών μορφών τουρισμού, στον οποίο οι περιηγητές αναζητούν ένα διαφορετικό τρόπο διακοπών, συνδεδεμένο με την προστασία της τοπικής κουλτούρας, του φυσικού ανθρωπογενούς περιβάλλοντος, αλλά και με την αποφυγή της χρήσης υπηρεσιών του οργανωμένου μαζικού τουρισμού. Οι έννοιες «αιεφόρος ανάπτυξη» και «εναλλακτικός τουρισμός» εισήγαγαν προβληματισμό σε ζητήματα που είχαν ανακύψει κατά το παρελθόν, αφού εμπεριέχουν την απαραίτητη συμμετοχή φιλοξενουμένων και φιλοξενούντων σε βασικά περιβαλλοντικά και κοινωνικά προβλήματα. Ο εναλλακτικός τουρισμός παρέχει τη δυνατότητα σε κάθε τοπική κοινότητα να δημιουργήσει την κατάλληλη υποδομή, ώστε περιορίζεται στο ελάχιστο την κάθε είδους εξωτερική επιρροή, να αυτενεργήσει για την ανάπτυξη της, χωρίς την προβληματική, τις περισσότερες φορές, ανάμειξη ξένων τουριστικών παραγόντων.

Τα κύρια χαρακτηριστικά του εναλλακτικού τουρισμού είναι (Πολύζος, 2015):

- η αναζήτηση του αυθεντικού και της επαφής με το φυσικό περιβάλλον
- ο αποκλεισμός των απρόσωπων τουριστικών «πακέτων» που καθιστούν τον τουρίστα έναν αριθμό.
- η αποφυγή των κοσμικών παραλιών και συνδυασμός των διακοπών με την εθελοντική προσφορά εργασίας, που συνεισφέρει στην προστασία τόσο του φυσικού, όσο και του πολιτιστικού περιβάλλοντος της περιοχής υποδοχής και λύνει, τουλάχιστον εν μέρει, το σημαντικότερο πρόβλημα της τουριστικής εποχικότητας.

2.1.3 Ο Εναλλακτικός τουρίστας

Ο εναλλακτικός τουρισμός προσφέρει μια εναλλαγή από τον καθιερωμένο τρόπο ζωής γι' αυτό και ο εναλλακτικός τουρίστας δεν μπορεί να θεωρηθεί ως «πελάτης» ή «καταναλωτής» γιατί διαφέρει από τα καθιερωμένα πρότυπα του φθηνού μαζικού τουρισμού. Χαρακτηριστικό είναι το παράδειγμα που σχετικά με τους νεαρούς ταξιδιώτες του παρελθόντος που δεν αποδέχονταν για τον εαυτό τους τον όρο του τουρίστα, αλλά αυτοαποκαλούνταν «ταξιδευτές»

και «κοσμογυρισμένοι», που ταξιδεύουν με σκοπό την αναζήτηση του αυθεντικού, ενώ όλοι οι άλλοι τους αποκαλούσαν άσκοπα περιφερόμενους, τουρίστες του σακιδίου, χίπις, κλπ.

Οι εναλλακτικοί τουρίστες έχουν διαφοροποιητικά χαρακτηριστικά στα κίνητρα που τους ωθούν σε τουριστική μετακίνηση και είναι διαφορετικές οι δραστηριότητες τους κατά τη διάρκεια των διακοπών τους. Οι διαφορές των εναλλακτικών τουριστών από όλα σχεδόν τα άλλα είδη τουρισμού τείνει να τους απομονώνει σε ευδιάκριτες κατηγορίες που η κάθε μια από αυτές παρουσιάζει τις δικές της ιδιαιτερότητες.

Ο εναλλακτικός τουρίστας έχει τα παρακάτω χαρακτηριστικά:

- Συλλέγει περισσότερες πληροφορίες πριν και κατά τη διάρκεια του ταξιδιού του.
- Διεγείρεται από το αίσθημα της περιήγησης.
- Προσπαθεί να αποφύγει τον πολιτισμό για κάποιο χρονικό διάστημα.
- Προσπαθεί να επισκέπτεται μέρη που δεν έχει πατήσει ανθρώπινο πόδι.
- Προσπαθεί να δημιουργήσει κανάλια επικοινωνίας με τον ντόπιο πληθυσμό.
- Είναι καλά εκπαιδευμένος.
- Έχει περισσότερα έσοδα από το μέσο όρο.
- Δεν επιζητάει την ύπαρξη τουριστικής υποδομής.
- Ταξιδεύει μόνος του ή σε μικρές ομάδες.
- Τείνει να παραμένει σε μια χώρα για περισσότερες μέρες από τον παραδοσιακό τουρίστα.

2.2 Εναλλακτικές μορφές τουρισμού

2.2.1 Αθλητικός Τουρισμός

Ως Αθλητικός Τουρισμός, κατά μια έννοια θεωρείται, κάθε ανάμειξη ενεργητική ή/και παθητική σε αθλητικές δραστηριότητες εντασσόμενες στο πλαίσιο του τουρισμού ως επιλογή και με πρωτεύοντα στόχο την ψυχαγωγία και την ήπια άθληση και όχι τη συμμετοχή σε αθλητικά δρώμενα ή την προετοιμασία τους για αυτά. Γενικά ο αθλητικός τουρισμός θα αναλυθεί εκτενέστερα στο επόμενο κεφάλαιο (κεφάλαιο 3).

Οι αθλητικές δραστηριότητες σχετικές με τον τουρισμό περιλαμβάνουν:

- I. την ενεργητική, μεμονωμένα ή σε ομάδα, συμμετοχή του τουρίστα – επισκέπτη σε ένα άθλημα ή/και σε αθλητικές εκδηλώσεις,
- II. προσωπική εξέλιξη ή βελτίωση της κατάρτισης σε ένα άθλημα, μεμονωμένα ή σε ομάδα,
- III. παρακολούθηση αθλήματος ως θεατής ή υποστηρικτής μια ομάδας, ενός αθλήματος ή μίας αθλητικής διοργάνωσης, δ. επίσκεψη σε τοποθεσίες και μέρη που σχετίζονται με την ιστορία, την πολιτιστική κληρονομιά, την κουλτούρα του αθλήματος ή ενός

αθλητικού μύθου (sporting legend) και ε. βελτίωση της υγείας, φυσικής κατάστασης και ευεξίας μέσω της αθλητικής δραστηριότητας.

Διακρίνεται στις εξής κατηγορίες:

Τουρισμός Αθλητικών Διοργανώσεων, ο οποίος περιλαμβάνει τόσο τους τουρίστες που ταξιδεύουν για να παρακολουθήσουν, ως θεατές, αθλητικούς αγώνες, συνδυάζοντας χρονικά τις διακοπές τους με τις αθλητικές διοργανώσεις, όσο και τις ομάδες αθλητών, τους μεμονωμένους αθλητές, τις αποστολές, τους τεχνικούς και τους δημοσιογράφους, που ταξιδεύουν για να συμμετέχουν σε αθλητικούς αγώνες και παρατείνουν χρονικά τη διαμονή τους στον τόπο διεξαγωγής του αθλητικού αγώνα.

Τουρισμός Αθλητικής Αναψυχής – Περιπέτειας, ο οποίος αναφέρεται στον τουρίστα που στο πλαίσιο των διακοπών του αποβλέπει παράλληλα και στη βελτίωση της υγείας, φυσικής του κατάστασης και ευεξίας, ή που επισκέπτεται έναν ασυνήθιστο, δυσπρόσιτο, απομονωμένο ή εξωτικό χώρο για τη διεξαγωγή δραστηριοτήτων αναψυχής ως ακολούθως:

α) Προγράμματα υπαίθριων αθλητικών δραστηριοτήτων, οι οποίες διακρίνονται σε ήπιες όπως πεζοπορία, ιπασία, τρέξιμο, τοξοβολία αναψυχής, ιστιοπλοΐα, έντονες δραστηριότητες όπως κατάβαση με φουσκωτή βάρκα (rafting), θαλάσσιο σκι, ποδηλασία βουνού, αυτόνομη κατάδυση (scuba diving), αναρρίχηση, ιστιοσανίδα (windsurfing), κυματοδρομία (surfing) και δραστηριότητες αυξημένης επικινδυνότητας (extremesports) όπως bungeejumping, cliffdiving, ελεύθερη πτώση (skydiving).

β) Χειμερινός – χιονοδρομικός τουρισμός. Με τον όρο αυτό νοείται η ενασχόληση με το σύνολο των δραστηριοτήτων που διενεργούνται κατά τη χειμερινή περίοδο, και υπό συγκεκριμένες κλιματολογικές συνθήκες.

γ) Αεροπορικός Τουρισμός: αφορά την επίσκεψη του τουρίστα με ιδιόκτητο ή μισθωμένο πτητικό μέσο (αεροσκάφος, ελικόπτερο κ.α.).

Περιλαμβάνει τις εξής δραστηριότητες:

Αεροπεριήγηση: αεροπορική ξενάγηση τουριστών πάνω από ενδιαφέροντες τουριστικούς προορισμούς με αεροπλάνο, ελικόπτερο, αερόστατο κ.α.

Πτήση με αλεξίπτωτο πλαγιάς, ανεμόπτερο ή δελταπλάνο (ατομική ανεμοπορία): Πτήση με ειδικό αλεξίπτωτο ή πτητική συσκευή, με απογείωση από πλαγιά σε ύψος, κάνοντας χρήση των ανοδικών ρευμάτων αέρα που βρίσκονται μπροστά στην πλαγιά. Απαιτεί την ύπαρξη ειδικού εξοπλισμού, σύμφωνα με εξειδικευμένα πρότυπα ασφαλείας, και τη συνοδεία έμπειρων και εκπαιδευμένων πιλότων.

δ) Προγράμματα αθλητικής αναψυχής από τις ομάδες εμψυχωτών και τους προπονητές/γυμναστές των ξενοδοχείων με ειδική υποδομή (γυμναστήρια, spa, γήπεδα, πισίνες, μαρίνα, κέντρο θαλάσσιων σπορ κ.ά.) ή και σε θεματικά πάρκα και αθλητικές κατασκηνώσεις.

ε) Οι αθλητικές δραστηριότητες αναψυχής – περιπέτειας, όπως αυτές παρατίθενται ενδεικτικά στο Παράρτημα του παρόντος, μπορούν να αναπτύσσονται:

1. στη θάλασσα (ενδεικτικά καταδύσεις, kitesurfing, ιστιοσανίδα, ιστιοπλοΐα, κ.α.),
2. σε λίμνες και ποτάμια (ενδεικτικά κανό – καγιάκ, rafting κ.α.),
3. σε ορεινές, ημιορεινές, πεδινές ή/και αστικές, ημιαστικές περιοχές (ενδεικτικά ορειβασία, αναρρίχηση, ποδηλασία βουνού/εξοχής/πόλης, ιππασία, γκολφ για αρχαρίους, δραστηριότητες με βάση το τρέξιμο, περιπατητικές εκδρομές (ενδεικτικά hiking, trekking) σε φυσικά και τεχνητά μονοπάτια στην ύπαιθρο, τα δάση, τα χωριά,
4. στον αέρα (ενδεικτικά το ανεμόπτερο, τον αετό ή το αλεξίπτωτο πλαγιάς)
5. σε θεματικά πάρκα και αθλητικές κατασκηνώσεις, χιονοδρομικά κέντρα, παγοδρόμια και αναρριχητικά πεδία

Προπονητικός Τουρισμός, ο οποίος αφορά στην επίσκεψη επαγγελματιών ή και ερασιτεχνικών ομάδων σε έναν τόπο με βασικό κίνητρο τη συμμετοχή τους σε προγράμματα προετοιμασίας και αποθεραπείας που πραγματοποιούνται ιδίως σε Κέντρα Προπονητικού Αθλητικού Τουρισμού (Υπουργείο Τουρισμού, 2018).

Τέλος ο Ποδηλατικός τουρισμός, είναι η μορφή τουρισμού όπου η ποδηλασία είναι ο κύριος σκοπός του ταξιδιού και το ποδήλατο αποτελεί το μέσο προκειμένου οι επισκέπτες-τουρίστες να βιώσουν μία ολοκληρωμένη τουριστική εμπειρία. Ο ποδηλατικός τουρισμός αφορά επισκέπτες – τουρίστες που είτε διαμένουν σε έναν συγκεκριμένο τουριστικό προορισμό και επιλέγουν ημερήσιες ποδηλατικές διαδρομές ή επισκέπτονται περισσότερους προορισμούς και διαμένουν σε διαφορετικές τοποθεσίες (Ανέλιξη, 2020)

Στην ελληνική επικράτεια επανήλθε στο προσκήνιο με τον Κλασικό ή Αυθεντικό Μαραθώνιο της Αθήνας και το έκανε μια ομάδα ανθρώπων με επικεφαλής τον Μάκη Ασημακόπουλο. Αυτό είναι τα τελευταία 15 χρόνια το νούμερο ένα sports tourism event της χώρας. Από εκεί και πέρα η Costa Navarino και η Μεσσηνία, η Σαντορίνη, τα Ζαγοροχώρια, η Κρήτη, οι Σπέτσες, η Ρόδος, η Θεσσαλονίκη έχουν αναπτύξει τα τελευταία χρόνια τον αθλητικό τουρισμό με σημαντικές διοργανώσεις. Ο αθλητικός τουρισμός αποτελούσε για πολλά χρόνια τον «κοιμώμενο γίγαντα» του τουρισμού και πλέον καλείται να διαδραματίσει καταλυτικό ρόλο, στην πυροδότηση μιας (Ανέλιξη, 2020) Κατέχει ήδη το 12,12% της παγκόσμιας τουριστικής αγοράς, ενώ στις περισσότερες αναπτυγμένες χώρες αντιστοιχεί στο 20% του τουρισμού.

Ο αθλητικός τουρισμός έχει ποσοστό ετήσιας ανάπτυξης (CAGR) 41,45%* μεταξύ του 2017 και 2021. Αν μη τι άλλο ένα εντυπωσιακό νούμερο αν σκεφτείτε ότι η Apple μέχρι το 2020, αν όλα πάνε καλά, θα έχει τον δείκτη CAGR στο 21,8 (insider.gr, 2017)

2.2.2 Θρησκευτικός Τουρισμός & Τουρισμός Προσκυνηματικών Περιηγήσεων.



Εικόνα 2.1: *Μετέωρα* (Σουρμελίδης, 2017)

Ο θρησκευτικός τουρισμός υπάγεται στην κατηγορία του εναλλακτικού τουρισμού. Η ελληνική κοινωνία χαρακτηρίζεται για τη θρησκευτικότητα, τη βαθιά πίστη και αφοσίωση στο Θεό για δυο χιλιάδες χρόνια, διατηρώντας τις αρχές της Ορθοδοξίας.

Χιλιάδες βυζαντινές εκκλησίες, αμέτρητα εκκλησάκια, μοναστήρια, μονές και τοποθεσίες για ιερό προσκύνημα είναι μερικά από τα στοιχεία που προκαλούν δέος στους επισκέπτες του θρησκευτικού τουρισμού της Ελλάδας.

Η σύνδεση με την κουλτούρα του τόπου και την τέχνη της εποχής είναι ακόμα ένας σημαντικός λόγος που παρακινεί τους τουρίστες να επισκεφτούν τα ιερά αξιοθέατα. Τα έργα τέχνης της Βυζαντινής και Μεταβυζαντινής περιόδου, τα ψηφιδωτά, οι τοιχογραφίες, οι εικόνες καθώς και άλλα θρησκευτικά μνημεία ελκύουν κάθε χρόνο το ενδιαφέρον χιλιάδων τουριστών. Μερικοί από τους λόγους του ενδιαφέροντος τους είναι η βαθύτερη γνώση των παραδόσεων, του πολιτισμού και η σύνδεση της τέχνης με τη θρησκεία (sites.google.com, 2021).

Ο θρησκευτικός τουρισμός δεν είναι trend, είναι μια εναλλακτική μορφή τουρισμού που πηγάζει από την ανάγκη των πιστών να γνωρίσουν τη μεγαλοπρέπεια της πίστης τους και να έρθουν πιο κοντά στη θρησκεία τους. Αυτή η ανάγκη και αναζήτηση των πιστών έχει αποτελέσει εδώ και δεκάδες χρόνια τον κύριο λόγο επίσκεψης σε συγκεκριμένους προορισμούς.

Αρκετοί προορισμοί γνωρίζουν άνθιση κυρίως λόγω των πιστών που έρχονται να επισκεφτούν τα θρησκευτικά μνημεία. Αν και είναι μεγάλες οι δυνατότητες ανάπτυξης του θρησκευτικού τουρισμού στη χώρα μας, λόγω του πλήθους των θρησκευτικών μνημείων, των βυζαντινών εκκλησιών και των μοναστηριών, το «προϊόν» είναι ακόμα υπό διαμόρφωση, καθώς μέχρι τώρα κυρίως εντάσσεται ως επίσκεψη στο γενικότερο πρόγραμμα των tour operators ή της κρουαζιέρας ή στο πλαίσιο των δραστηριοτήτων ενοριών και συλλόγων στο εσωτερικό (agrinosite.gr, 2021))

2.2.2.1 Διάσημες εκκλησίες και μοναστήρια στην Ελλάδα

Μεγαλειώδη μνημεία, προαιώνια σύμβολα της χριστιανικής πίστης και της Ορθοδοξίας. Επιβλητικά ή ταπεινά μα πάντα περίτεχνα, μοναδικά, ανεπανάληπτα, τα θεόπνευστα αυτά αρχιτεκτονήματα αναμένουν να τα ανακαλύψετε. Τα μεγάλα προσκυνήματα της Ελλάδας φυλάσσουν στα καθολικά τους θαυματουργές εικόνες ή άγιες κάρτες. Την ημέρα του εορτασμού τους εκτίθενται σε προσκύνημα ή γίνεται λιτάνευσή τους με τη συμμετοχή πλήθος κόσμου.

Σε όλη την Ελλάδα, σε όλες τις εκκλησίες και τα ξωκλήσια της, η ημέρα γιορτής των αγίων τους είναι μοναδική. Πραγματοποιούνται ακολουθίες και περιφορές, αλλά και πανηγύρια με σπιτικό κρασί ή ρακή, με παραδοσιακή μουσική και τοπικά εδέσματα. Ζήστε μία πρωτόγνωρη εμπειρία κατάνυξης, δέους και θαυμασμού μαζί. Ανακαλύψτε τις σπουδαιότερες εκκλησίες και μοναστήρια της Ελλάδας (discovergreece.com, 2021)

1. **Άγιος Ιωάννης Θεολόγος, Πάτμος:** Στα Δωδεκάνησα, στην «Ιερουσαλήμ του Αιγαίου», την Πάτμο, δεσπόζει η μεγαλόπρεπη Μονή φρουριακού χαρακτήρα, που ιδρύθηκε το 1088 από τον Όσιο Χριστόδουλο τον Λατρινό. Φυλάσσει θησαυρούς ανυπολόγιστης αξίας.
2. **Μοναστήρι Οσίου Λουκά Στειριώτη, Βοιωτία:** Ίσως το σημαντικότερο μνημείο της μεσοβυζαντινής εποχής στην Ελλάδα, με εξαιρετικές τοιχογραφίες και ψηφιδωτά των αρχών του 11ου αιώνα στο καθολικό του, χάρη στα οποία αποκαλούν τον ναό «μικρή Αγία Σοφία». Έχει φρουριακή αρχιτεκτονική.
3. **Μονή Δαφνίου:** Κτισμένη στη θέση αρχαίου ναού αφιερωμένου στον Απόλλωνα, είναι ένα από τα σπουδαιότερα βυζαντινά μνημεία της Μεσογείου και τα ψηφιδωτά της από τα σημαντικότερα και καλλιτεχνικά αρτιότερα που φτιάχτηκαν ποτέ στον χριστιανικό κόσμο. Περιλαμβάνεται στον κατάλογο με τα Μνημεία Παγκόσμιας Πολιτιστικής Κληρονομιάς της Unesco.
4. **Νέα Μονή Χίου:** Ένα από τα σημαντικότερα μοναστήρια της Ελλάδας. Ιδρύθηκε το 1024 από τον αυτοκράτορα Κωνσταντίνο Θ' Μονομάχο. Στο καθολικό της Παναγίας υπάρχουν μερικά από τα ομορφότερα βυζαντινά ψηφιδωτά του κόσμου, φτιαγμένα από Κωνσταντινουπολίτες καλλιτέχνες.
5. **Μυστράς:** Επτά σημαντικές εκκλησίες θα θαυμάσετε στην καστροπολιτεία του Μυστρά, της Παντάνασσας -που λειτουργεί ακόμη ως μοναστήρι-, της Μητρόπολης του Αγίου Δημητρίου, της Ευαγγελίστριας, της Περιβλέπτου, της Αγίας Σοφίας, της

Παναγίας της Οδηγήτριας (ή «Αφεντικό») και των Αγίων Θεοδώρων. Όλες ήταν καθολικά μοναστηριών.

6. **Παναγία της Τήνου:** Η πίστη χιλιάδων ανθρώπων στη θαυματουργή εικόνα της Μεγαλόχαρης, από το 1880 που κτίστηκε το μοναστηριακής μορφής συγκρότημα, το έχει καταστήσει από τα σημαντικότερα προσκυνήματα στην Ελλάδα. Γιορτάζει τον Δεκαπενταύγουστο.
7. **Παναγία Εκατονταπυλιανή, Παροικία Πάρου:** Το δημοφιλέστερο αξιοθέατο της Πάρου για τους ορθόδοξους χριστιανούς και ένα από τα σημαντικότερα παλαιοχριστιανικά μνημεία της Ελλάδας. Είναι ένα σύμπλεγμα παλαιοχριστιανικών ναών, στο οποίο περιλαμβάνεται τα περίφημα βαφτιστήρια και παρεκκλήσια που κτίστηκαν σε νεότερους χρόνους. Φιλοξενεί Βυζαντινό Μουσείο. Γιορτάζει τον Δεκαπενταύγουστο.
8. **Παναγία Χοζοβιώτισσα, Αμοργός:** Κτισμένη σε κάθετους βράχους, αντικρίζει το απέραντο γαλάζιο του Αιγαίου. Έχει ύψος 40μ. και πλάτος μόλις 5μ.. Η ίδρυσή της συνδέεται με τη θαυματουργή εικόνα της Παναγίας. Κτήτορας ήταν ο Αλέξιος Α' Κομνηνός. Το μουσείο της φιλοξενεί σπουδαία ιερά κειμήλια. Γιορτάζει στα Εισόδια της Θεοτόκου, στις 21 Νοεμβρίου.
9. **Παναγία Σουμελά:** Η Μονή Σουμελά, το ορθόδοξο χριστιανικό μοναστήρι στην Τραπεζούντα του Πόντου ήταν σύμβολο της ορθοδοξίας για 16 αιώνες. Μετά την καταστροφή της, η εικόνα της Παναγίας μεταφέρθηκε στη Νέα Παναγία Σουμελά, στις σκεπασμένες με οξιές και βελανιδιές πλαγιές του Βερμίου.
10. **Εκκλησίες Θεσσαλονίκης:** Η Θεσσαλονίκη είναι διάσημη για τις βυζαντινές εκκλησίες της και ιδιαίτερα τον ναό του προστάτη της Αγίου Δημητρίου, αλλά και την Αγία Σοφία, την Αχειροποίητο, την Παναγία Χαλκέων και στην Άνω Πόλη τις εκκλησίες του Αγίου Νικολάου Ορφανού και του Οσίου Δαβίδ.
11. **Εκκλησίες Αθηνών:** Σημαντικές είναι οι βυζαντινές και μεταβυζαντινές εκκλησίες της Αθήνας. Η Μητρόπολη στο ιστορικό κέντρο και δίπλα της η πανέμορφη Παναγία Γοργοεπήκοος, ο Άγιος Νικόλαος Ραγκαβάς και η Μεταμόρφωση του Σωτήρος στην Πλάκα, η Παναγία Παντάνασσα στο Μοναστηράκι, η Καπνικαρέα στην οδό Ερμού, οι Άγιοι Ασώματοι στο Θησείο.

2.2.3 Πολιτιστικός τουρισμός



Εικόνα 2.2: Παρθενώνας - Ακρόπολη Αθηνών (thessalonikiartsandculture.gr, 2021)

Πολιτιστικός τουρισμός ονομάζεται το υποσύνολο του τουρισμού σχετικά με τον πολιτισμό μιας χώρας ή περιοχής. Συγκεκριμένα ο τρόπος ζωής των ανθρώπων αυτών των γεωγραφικών περιοχών, η ιστορία τους, η τέχνη, η αρχιτεκτονική, θρησκεία και άλλα στοιχεία που συνέβαλλαν στην διαμόρφωση του τρόπου ζωής τους.

Ο πολιτιστικός τουρισμός περιλαμβάνει τον τουρισμό σε αστικές περιοχές, ιδιαίτερα σε ιστορικές, μεγάλες πόλεις και στις πολιτιστικές εγκαταστάσεις όπως μουσεία και θέατρα. Μπορεί ακόμα να περιλαμβάνει τουρισμό σε αγροτικές περιοχές αποτυπώνοντας τις παραδόσεις ιθαγενών πολιτιστικών κοινωνιών. Κατά γενική ομολογία η πολιτιστικοί τουρίστες ξοδεύουν ουσιαστικά περισσότερα από τους καθιερωμένους/τυπικούς τουρίστες.

Αυτή η μορφή τουρισμού γίνεται ολοένα και πιο δημοφιλής στο κόσμο και πρόσφατα η αναφορά του Οργανισμού Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης επισήμανε το πόσο ο πολιτιστικός τουρισμός μπορεί να συνδράμει στην Περιφερειακή ανάπτυξη σε ποικίλες περιοχές ανά τον κόσμο.

Ως πολιτιστικός τουρισμός έχει οριστεί η μετακίνηση ανθρώπων σε πολιτιστικά αξιοθέατα μακριά από την (καθιερωμένη) περιοχή κατοικίας τους, με την προϋπόθεση να συλλέξουν νέες πληροφορίες και εμπειρίες ώστε να ικανοποιήσουν τις πολιτιστικές τους ανάγκες. Σε αυτές τις πολιτιστικές ανάγκες μπορεί να συγκαταλέγεται η σταθεροποίηση-στερεοποίηση της προσωπικής πολιτιστικής ταυτότητας κάποιου, μέσω της παρατήρησης του «εξωτικού» άλλου/ξένου (Βικιπαιδεία, 2021).

Η μακροβιότερη μορφή τουρισμού υπήρξε ο πολιτισμικός τουρισμός, είτε με τη μορφή προσκυνηματικού τουρισμού, είτε αποκτώντας τη σύγχρονη μορφή του ως επίσκεψη μνημείων και πολιτιστικών εκδηλώσεων. Ο πολιτισμικός τουρισμός αναγνωρίζεται ως μια νέα αγορά της βιομηχανίας του τουρισμού και του ελεύθερου χρόνου, παρόλο που προϋπήρχε μέσα στις υπόλοιπες μορφές του τουρισμού. Οι ανάγκες της αγοράς τουρισμού, στρέφονται σε νέες εμπειρίες-πόρους πέρα από το σύνδρομο ηλιολαγνείας - θαλασσολαγνείας.

Τα θέλγητρα του πολιτισμικού τουρίστα είναι κυρίως:

- Γιορτές-εκδηλώσεις με μουσική χορό και οπτικές τέχνες.
- Μουσείο – αίθουσες καλών τεχνών
- Ιστορικά-παραδοσιακά κτήρια, τοποθεσίες και μνημεία
- Εργαστήρια τεχνών
- Περιοχές-δρώμενα ιθαγενών
- Εφαρμοσμένες τέχνες, θέατρο, όπερα, μπαλέτο, συναυλίες.

Ο πολιτισμικός τουρισμός ορίζεται από τους McIntosh & Goelder ως η δραστηριότητα-επίσκεψη με στόχο τη γνώση μιας παλιάς ή σύγχρονης πολιτιστικής κληρονομιάς-κουλτούρας ενός άλλου πολιτισμού. Σύμφωνα με τον Bonink η έννοια διαθέτει δύο προσεγγίσεις: Πρώτη η κατανάλωση προϊόντων της υψηλής κουλτούρας (χώροι & μνημεία) και συμμετοχής σε πολιτιστικές δράσεις και δεύτερη εννοιολογικά ως περιγραφή των σχετικών κινήτρων και των δράσεων (emfietzi.wordpress.com, 2013)

Η Ελλάδα ήταν και θα είναι η χώρα που γέννησε τη δημοκρατία, τη φιλοσοφία, τη θρησκεία και άφησε μεγάλο κληροδότημα σε όλη την ανθρωπότητα. Οι αρχαιολογικοί χώροι, τα σημαντικά μνημεία, η τέχνη, η μυθολογία, η γαστρονομία αποτελούν μάρτυρες αυτής της διαδρομής στο χρόνο και της μακραίωνης ιστορίας. Η Ελλάδα συνολικά μετρά 18 μνημεία παγκόσμιας πολιτιστικής κληρονομιάς ενώ μόνο η Θεσσαλονίκη έχει 15 παλαιοχριστιανικά και βυζαντινά μνημεία Unesco. Τα τελευταία χρόνια γίνονται αρκετές προσπάθειες για να γίνουν τόσο τα μνημεία, όσο και τα μουσεία πιο ευέλικτα και να λειτουργούν με σύγχρονους τρόπους. Τα ωράρια λειτουργίας παραμένουν πάντα ένα «αγκάθι» καθώς συχνά γίνεται λόγος για «έλλειψη προσωπικού» ενώ ο εκσυγχρονισμός των συστημάτων άρχισε να εμφανίζεται πολύ πρόσφατα και μετά από μεγάλο αγώνα που έδωσε η FEDHATTA, με το ηλεκτρονικό εισιτήριο και άλλες δράσεις. Σε όλα αυτά εμείς οι τουριστικοί πράκτορες είμαστε απλώς θεατές, καθώς δεν μπορούμε να παρέμβουμε άμεσα στο έργο των αρχαιολογικών υπηρεσιών και αυτό δημιουργεί εμπόδια στο να οργανώσουμε καλύτερα το τουριστικό πακέτο και τις ξεναγήσεις. Την ίδια ώρα, ιδέες καινοτόμες που «πέφτουν κατά καιρούς στο τραπέζι» συνεδρίων και άλλων συζητήσεων για διοργάνωση εκδηλώσεων σε μουσεία ή άλλους χώρους, γαστρονομικά events και φεστιβάλ προκαλούν άγχος στους υπεύθυνους αλλά περισσότερο σε εμάς που ξέρουμε πόσο δύσκολο είναι να υλοποιηθούν. Παρόλα αυτά οι συγκεκριμένοι τουρίστες είναι άνθρωποι συνήθως με υψηλό budget και έχουν τη δυνατότητα να δαπανήσουν στο ταξίδι τους χρήματα για να απολαύσουν μια παράσταση, μια ιδιαίτερη ξενάγηση ή ένα ξεχωριστό γεύμα (Σκάγια, 2020).

2.2.3 Ιαματικός τουρισμός



Εικόνα 2.3: *Ιαματικά Λουτρά λίμνης Καϊάφα* (ΚΤΕΛ Ηλείας, 2017)

Ο Ιαματικός τουρισμός είναι μια εναλλακτική μορφή τουρισμού η οποία ανήκει στην κατηγορία του κοινωνικού τουρισμού. Πρόκειται για την πρώτη μορφή τουρισμού υγείας η οποία είναι γνωστή από αρχαιοτάτων χρόνων. Ανήκει στον κοινωνικό τουρισμό γιατί αφορά τουρίστες κυρίως ασθενέστερων οικονομικά τάξεων. Οι δραστηριότητες που περιλαμβάνει έχουν σχέση με την αποκατάσταση της ψυχικής και σωματικής υγείας αλλά και την βελτίωση της ευεξίας των επισκεπτών που έρχονται για την χρήση των φυσικών αυτών πόρων. Οι ιαματικοί πόροι δεν είναι κάτι άλλο από τις γνωστές ιαματικές πηγές. Οι ιαματικές πηγές είναι οι πηγές εκείνες των οποίων τα νερά έχουν θεραπευτικές ιδιότητες. Πρόκειται για νερά τα οποία πηγάζουν μέσα από πετρώματα της γης και κατά την διάρκεια της διαδρομής τους αποκτούν πολύτιμα μεταλλικά συστατικά στα οποία οφείλεται και η θεραπευτική τους δράση. Οι ιδιότητες τους είναι γνωστές από τα ιστορικά χρόνια με τον Ηρόδοτο να είναι ο πρώτος που παρατήρησε την θεραπευτική τους δράση. Στη συνέχεια, ο Ιπποκράτης ασχολήθηκε συστηματικά με τις ιαματικές πηγές καταγράφοντας τις ασθένειες στις οποίες έχουν θεραπευτικές επιδράσεις. Η υδροθεραπεία των ιαματικών πηγών μπορεί να είναι είτε εσωτερική, όταν χρησιμοποιούνται τα νερά για πόση, είτε εξωτερική όταν χρησιμοποιούνται για λουτρό, τη λεγόμενη λουτροθεραπεία. Είναι πολλές οι ασθένειες στις οποίες έχουν θετική επίδραση (αρτηριακή υπέρταση, αναπνευστικές παθήσεις, ρευματικές παθήσεις κλπ) αλλά

επειδή υπάρχουν και αρκετές αντενδείξεις θα πρέπει πρώτα να ακολουθούνται οι υποδείξεις των γιατρών.

Στην Ελλάδα, όλος ο γεωγραφικός χώρος είναι πλούσιος σε ιαματικές πηγές. Σύμφωνα με τις πιο πρόσφατες έρευνες, υπάρχουν περισσότερα από 800 σημεία στα οποία αναβλύζουν ιαματικά νερά. Οι περισσότερες βρίσκονται στην Στερεά Ελλάδα, περίπου 156, ακολουθεί η Μακεδονία με 115 και η Πελοπόννησος με 114 ενώ στη συνέχεια ακολουθεί η Κρήτη με 100. Από τις καταγεγραμμένες, περίπου 180 χρησιμοποιούνται για λουτροθεραπείες και για πόσιμη θεραπεία. Η κυριότητα των ιαματικών πηγών ανήκει στον ΕΟΤ ανεξαρτήτως της κυριότητας του εδάφους εκτός αν βρίσκονται σε κοινόχρηστους χώρους, αιγιαλούς και παραλίες, που ανήκουν στο Δημόσιο. Η χρήση τους όμως και η εκμετάλλευσή τους ανήκει στον ΕΟΤ στον οποίο τηρείται Γενικό Μητρώο Ιαματικών Φυσικών Πόρων. Με απόφαση του Υπουργού Τουριστικής Ανάπτυξης καθορίζεται η παραχώρηση της εκμετάλλευσής τους σε τρίτους.

Οι λόγοι για τους οποίους επισκέπτονται κάποιοι άνθρωποι τις ιαματικές πηγές, δεν είναι μόνο οι ευεργετικές επιδράσεις που έχουν σε αρκετά προβλήματα υγείας. Αναζητούν και μια διέξοδο από το στρες που δημιουργεί η αγχώδης καθημερινότητα που έχουν στη ζωή τους. Προσφέρουν χαλάρωση και ευεξία, όχι μόνο στο σώμα αλλά και στο πνεύμα. Όλα αυτά έχουν σαν αποτέλεσμα την ανάπτυξη του ιαματικού τουρισμού ο οποίος όμως έχει βαθιές ρίζες στη χώρα μας. Σε πολλές περιοχές που είχαν την τύχη να έχουν ιαματικές πηγές, αποτελεί μια σημαντική πηγή εσόδων. Οι πιο γνωστές είναι της Υπάτης, της Αιδηψού, της Κύθνου, της Κυλλήνης και του Καϊάφα. Πολλές απ' αυτές τις πηγές βρίσκονται σε περιοχές κοντά σε θάλασσα με αποτέλεσμα να εξελιχθούν σε μεγάλες λουτροπόλεις.

Όλοι αυτοί οι επισκέπτες αποτελούν μια ειδική κατηγορία τουριστών γιατί έχουν μεταξύ τους ένα κοινό χαρακτηριστικό. Έρχονται στη χώρα μας με κυριότερο σκοπό να επισκεφτούν τις ιαματικές πηγές λόγω των θεραπευτικών επιδράσεων που έχουν τα νερά τους. Συνδυάζουν έτσι τις διακοπές τους με τις υδροθεραπείες και θαλασσοθεραπείες τις οποίες έχουν ανάγκη. Οι συγκεκριμένοι επισκέπτες είναι κυρίως άτομα της τρίτης ηλικίας και το μεγαλύτερο ποσοστό είναι γυναίκες. Ο μήνας αιχμής του ιαματικού τουρισμού είναι ο Σεπτέμβριος και ακολουθεί ο Αύγουστος αντίθετα με τον υπόλοιπο τουρισμό στον οποίο ο Αύγουστος είναι ο μήνας με την μεγαλύτερη κίνηση (Παπαδημητράκης, 2021).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

3.1 Εισαγωγή

Από το 1960 ως σήμερα σημειώθηκαν σημαντικές τάσεις ανάπτυξης στο χώρο του τουρισμού και παράλληλα του αθλητισμού. Οι δυο αυτοί τομείς εξελίχθηκαν στις πιο επικερδείς βιομηχανίες της παγκόσμιας οικονομίας. Περίπου την ίδια χρονική περίοδο και συγκεκριμένα μετά το 1970 άρχισε να γίνεται χρήση του όρου Αθλητικός Τουρισμός με σκοπό να περιγραφεί η ειδική μορφή τουρισμού που συνδύαζε και την αθλητική δραστηριότητα. Στην Ελλάδα όμως, ουσιαστική ανάπτυξη αυτής της μορφής του τουρισμού παρατηρείται τα τελευταία χρόνια, σαν αποτέλεσμα των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004. Ο Αθλητικός Τουρισμός κατάφερε να προσελκύσει σημαντικό αριθμό ενδιαφερομένων αποκτώντας την αντίστοιχη οικονομική, κοινωνική και πολιτιστική σημασία. Στο πλαίσιο αυτό εντάσσεται και η παρούσα εργασία που έχει ως στόχο να παρουσιάσει αυτή τη μορφή τουρισμού, να αναφέρει τις θετικές αλλά και αρνητικές επιπτώσεις σε οικονομικό, κοινωνικό και περιβαλλοντικό επίπεδο καθώς και να προτείνει τρόπους βελτίωσης της ποιότητας του Αθλητικού Τουρισμού. (Χουρδάκης, 2013)

Ο (Cohen, 1972) ήταν από τους πρώτους ερευνητές που πρότεινε ότι οι τουρίστες θα μπορούσαν να ταξινομηθούν με βάση παρόμοιες συμπεριφορές. Οι (Yiannakis A. & Gibson H., 2002) παρουσίασαν μια πολύ αναλυτική ταξινόμηση των τουριστών ελεύθερου χρόνου και σχεδίασαν την κλίμακα TouristRolePreferenceScale (TRPS) 15 ρόλων. Ο σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν να διερευνήσει τον τύπο των τουριστών, που επισκέπτονται την Ελλάδα, καθώς και τον αθλητικό τουρισμό στη χώρα. Το δείγμα αποτελούνταν από 1675 τουρίστες από 50 χώρες που επισκέφτηκαν την Ελλάδα το καλοκαίρι του 2007. Χρησιμοποιήθηκε ένα ερωτηματολόγιο που βασίστηκε στο TRPS και στην τελική μορφή του προστέθηκαν κάποιες τροποποιήσεις. Στη συνέχεια, μεταφράστηκε στην ελληνική, γερμανική και ρωσική γλώσσα και αποτελούνταν από 89 ερωτήσεις. Τα ερωτηματολόγια μοιράστηκαν σε τουρίστες στο χώρο των αναχωρήσεων και μετά τον έλεγχο, στα αεροδρόμια Ελ.Βενιζέλος στην Αθήνα και Μακεδονία στη Θεσσαλονίκη. Για να εξακριβωθεί η ισχύς της κλίμακας και να καθοριστούν οι τουριστικοί ρόλοι χρησιμοποιήθηκε η ανάλυση κυρίων συνιστωσών, η πολυδιάστατη κλιμακοποίηση, το χ^2 τεστ καλής προσαρμογής (SPSS) και η παραγοντική ανάλυση και η ανάλυση ταξινόμησης (SPAD). Τα αποτελέσματα της έρευνας έδειξαν ότι το TRPS φαίνεται να είναι εφαρμόσιμο στη Ελλάδα.

Συμπερασματικά, ο Εραστής του Ήλιου, ο Ανθρωπολόγος, ο Αρχαιολόγος, ο Ανεξάρτητος Μαζικός Τουρίστας και ο Φυγός από την Πραγματικότητα συγκεντρώνουν τα μεγαλύτερα ποσοστά, πράγμα που σημαίνει απώλεια τουριστών στις υπόλοιπες μορφές. Πιθανά ένας λόγος είναι το μη ικανοποιητικό μάρκετινγκ του τουριστικού προϊόντος και η έλλειψη οργάνωσης και προώθησης νέων μορφών τουρισμού σε αυτούς που απασχολούνται ή θα ήθελαν να απασχοληθούν με τον τουρισμό στην Ελλάδα. Όσον αφορά στον Αθλητικό Τουρίστα (AT) αποκαλύφθηκαν τρεις κατηγορίες: ο Ενεργός, ο Extreme και ο των Υπαιθρίων Δραστηριοτήτων. Το συνολικό ποσοστό 15% των AT κρίνεται ως μη ικανοποιητικό, διότι άλλες χώρες προσελκύουν έως και 40% αυτής της κατηγορίας (Υφαντίδου, 2009).

3.2 Ιστορική Αναδρομή

Τα τελευταία 40 χρόνια θεωρείται ότι ο αθλητικός τουρισμός έχει μία παράλληλη ανάπτυξη και πορεία με τον απλό τουρισμό. Ο τουρισμός είναι ένα μαζικό φαινόμενο που είναι πλήρως συνυφασμένο με τον σημερινό τρόπο ζωής και είναι κάτι που περιμένουμε να πάρει ακόμα μεγαλύτερες διαστάσεις.

Ο Αθλητισμός είναι από τις παλαιότερες συνήθειες του ανθρώπου και δημιουργήθηκε από την ανάγκη του ανθρώπου για επιβίωση χάρις την σωματική του δύναμη και αντοχή. Αυτοί οι αγώνες ανέδειξαν και τους πρώτους αθλητές.

Από τότε Άνθρωπος και Αθλητισμός πορεύονται μαζί. Άλλωστε Αθλητισμός σημαίνει επίδειξη της σωματικής και δύναμης, της επιδεξιότητας και των αρετών που διαθέτει το ανθρώπινο σώμα μέσα από τον υγιή συναγωνισμό. (Ηγουμενάκης, 2000)

Οι αρχαίοι Έλληνες ήταν αυτοί που τα κυρίως τα καλλιέργησαν και τα έκαναν γνωστά μέσα από με μεγάλες πανελλήνιες γιορτές όπως ήταν τα Ολύμπια, τα Παναθήναια, τα Ίσθμια, τα Νεμέα και τα Πύθια. Στην Ελλάδα ο αθλητισμός ξεκινάει από την Αρχαία Ελλάδα και την μυθολογία. Δεν είναι τυχαίο που οι περισσότεροι θεοί του Ολύμπου και ημίθεοι ήταν αθλητές.

Οι πρώτες αναφορές για αθλητικούς αγώνες βρίσκονται στην Ιλιάδα και την Οδύσσεια. Ο αθλητισμός δεν ωφελεί μόνο το σώμα αλλά και το πνεύμα καθώς καλλιεργεί το αίσθημα της ευγενούς άμιλλα και την αυτοπεποίθηση. «Νοῦςζυγίηζέν σώματι ὑγιεῖ» έλεγαν οι αρχαίοι υμών πρόγονοι. Αυτό άλλωστε συνέβαλλε κιόλας στο να θεωρηθούν οι Έλληνες και ο πιο προηγμένος λαός της αρχαιότητας (Ηγουμενάκης, 2000).



Εικόνα 2.1: Δισκοβόλος του Μύρωνα (remptousia, 2018)

Οι πρώτες αναφορές του αθλητισμού στην Ελλάδα ξεκινάνε στην περίοδο του Μινωικού και Μυκηναϊκού πολιτισμού όπως προκύπτει από παραστάσεις σε αγγεία. Οι Ρωμαίοι πήραν τον αθλητισμό από τους Έλληνες αλλά τους έδωσαν ένα χαρακτήρα θεάματος όπου αγωνίζονταν για χάρη του κοινού επαγγελματίες αθλητές και όχι καλλίγραμμα Έλληνες αθλητές.

Ο σύγχρονος αθλητισμός γεννήθηκε στην Αγγλία, στα πανεπιστήμια και τα κολέγια που υιοθέτησαν πολλά ελληνικά αθλήματα με την μορφή αθλητικών αγώνων. Από την Αγγλία στη συνέχεια διαδόθηκε σε όλη την Ευρώπη και τις ΗΠΑ.

Οι κύριοι λόγοι, όμως, για τους οποίους ο αθλητικός τουρισμός διαδόθηκε είναι γιατί οι τουρίστες βρίσκουν ελεύθερο χρόνο και ειδικά διαμορφωμένους χώρους για τις δραστηριότητες που κάνουν.

Ο χρόνος που χρειάζεται πια για τις αθλητικές δραστηριότητες θεωρείται «πολυτέλεια». Ο σημερινός τρόπος ζωής στα αστικά κέντρα δεν αφήνει πολλά περιθώρια ελεύθερου χρόνου. Η δουλειά και υποχρεώσεις κλέβουν χρόνο από την καθημερινότητά μας με αποτέλεσμα να μην περισσεύει χρόνος για άσκηση. (Ηγουμενάκης, 2000)



Εικόνα 2.2: Αρχή Σύγχρονων Ολυμπιακών Αγώνων (kalogritsasinsurance, 2020)

3.3 Μορφές αθλητικού τουρισμού

Πώς αναπτύχθηκε ο αθλητικός τουρισμός και γιατί τον μελετάμε χωριστά; Ο πρώτος αθλητικός τουρίστες ήταν οι αρχαίοι Έλληνες αθλητές, μάλιστα είναι γνωστό από τον Ηρόδοτος, ότι ένας πατέρας έκλεισε διαμονή σε ένα πανδοχείο και συνόδευσε τους δύο γιους του στην Ολυμπία για να προετοιμαστούν και να λάβουν μέρος στους Ολυμπιακούς αγώνες. Σήμερα ο αθλητισμός και ο τουρισμός αποτελούν δύο μεγάλους κοινωνικούς θεσμούς που συναντώνται κυρίως στησχόλη του ανθρώπου. Οι δύο αυτοί θεσμοί δημιούργησαν μετά το 1960 τις δύο κερδοφόρες βιομηχανίες που αποφέρουν τεράστια κέρδη. Ο συνδυασμός των

τουριστικών με τις αθλητικές δραστηριότητες και η ταύτιση του χρόνου των διακοπών με το χρόνο του αθλητισμού αποτέλεσαν γενεσιουργό αιτία του αθλητικού τουρισμού.

Από αυτόν τον ορισμό για τον αθλητικό τουρισμό προκύπτει και ο ορισμός για τον αθλητικό τουρίστα. Για να θεωρηθεί κάποιος αθλητικός τουρίστας θα πρέπει να ταξιδεύει είτε για εργασία είτε για αναψυχή, με στόχο να συμμετάσχει παθητικά ή ενεργητικά με οργανωμένο και ανεξάρτητο τρόπο, σε μεμονωμένα ή πολλαπλά αθλήματα. Με βάση αυτόν τον ορισμό, αθλητικός τουρίστας μπορεί να θεωρηθεί και ο κοινός τουρίστας του ξενοδοχείου διακοπών, που όμως επιλέγει το θέρετρο γιατί διαθέτει τις απαραίτητες αθλητικές υποδομές και προγράμματα στα οποία μπορεί αν το επιθυμήσει, να ενταχθεί σε κάποια στιγμή του χρόνου των διακοπών του

Μορφές

Οι πέντε μορφές που προκύπτουν από τον ορισμό και συναντώνται στην Ελλάδα, είναι:

- 1) Προπονητικός τουρισμός/ επαγγελματικές ομάδες
- 2) παρακολούθηση - θέαση γεγονότων
- 3) συμμετοχή σε μεγάλα γεγονότα
- 4) υπαίθριες δραστηριότητες
- 5) άθληση ψυχαγωγία ξενοδοχείων

Προπονητικός τουρισμός. Εδώ συγκαταλέγονται οι επαγγελματίες αλλά και ημί-επαγγελματίες, ομάδες ή αθλητές και όλοι οι παράγοντες - συνοδοί, κλπ που έρχονται για εγκλιματισμό ή προπόνηση σε έναν προορισμό και δημιουργούν τουριστική κίνηση. Αυτό συμβαίνει συνήθως 1 χρόνο πριν από ένα σημαντικό αθλητικό γεγονός στον προορισμό όπου έχει προγραμματιστεί ένα μεγάλο αθλητικό γεγονός ή σε άλλο προορισμό με παρόμοιες συνθήκες π.χ. στην Κύπρο. Η ανάπτυξη αυτής της μορφής προϋποθέτει:

- Έρευνα και εκτίμηση αναγκών
- Εξασφάλιση προδιαγραφών και μακροπρόθεσμο σχεδιασμό μάρκετινγκ
- Επενδύσεις σε ειδικές υποδομές- κύριες και βοηθητικές
- Εκπαίδευση λειτουργών και διαρκή τεχνική υποστήριξη
- Επαναπροσδιορισμό αναγκών και θέσεων

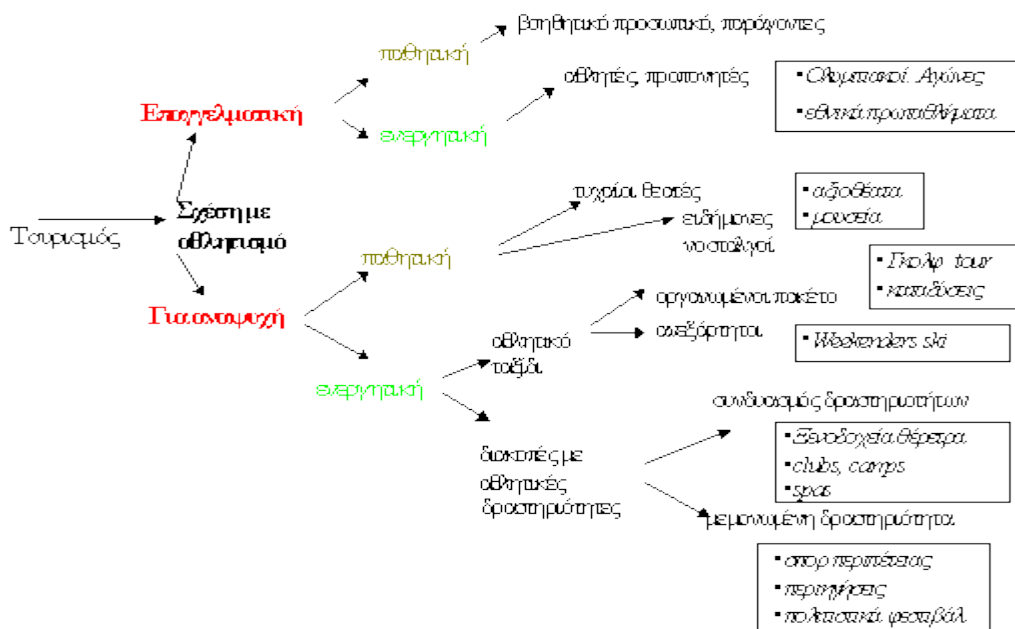
Παρακολούθηση μεγάλων γεγονότων. Φίλαθλοι επισκέπτες που με κεντρικό σημείο την παρακολούθηση του μεγάλου ή μεσαίου αθλητικού γεγονότος, δημιουργούν τουριστική δραστηριότητα. Χρησιμοποιούν πρακτορεία επισκέπτονται φιλοξενούσες πόλεις και περιοχές, τουριστικά λεωφορεία, καταναλώνουν σε εστιατόρια, αγοράζουν ενθύμια

Συμμετοχή σε μεγάλα γεγονότα. Στην κατηγορία αυτή ανήκουν οι μαραθώνιοι πόλεων, τα διάφοραράλλυ Αιγαίου κλπ., τα πολυήμερα υπαίθριων δραστηριοτήτων ΕΥΑΘΛΟΣ, ο διάπλους τουορωναίου, οι δρόμοι προσανατολισμού στα δάση και η συμμετοχή είναι συνήθως ανοιχτή και μαζική. Στην κατηγορία αυτή ανήκει και η οργανωμένη ή όχι αναψυχή ξενοδοχείων ηανιμασιόν, που έγινε δημοφιλής από τα γαλλικά κλαμπMediterranee

Υπαίθριες δραστηριότητες. Εκδρομείς του τριήμερου - Σαββατοκύριακου συνήθως άνθρωποι της πόλης, που εξορμούν για πολλαπλά σπορ και οικο-πολιτιστικές δραστηριότητες. Συνήθως σε προστατευόμενες ή φυσικές περιοχές, ή για σκι και ορειβασία σε χειμερινά θέρετρα το χειμώνα ή για μπάνιο, σερφ κλπ. σε παραθαλάσσια θέρετρα το καλοκαίρι.

Αθληση Ψυχαγωγία ξενοδοχείων. Εδώ μιλάμε για αθλητισμό αναψυχής ή αθλητική αναψυχή, που όμως συνδυάζεται στην Ελλάδα με πολιτιστικές, επιμορφωτικές αλλά και περιβαλλοντικές δραστηριότητες και θα αναφέρω το παράδειγμα της GRECOTEL, που πρωτοστατεί εδώ με ένα μοναδικό πραγματικά προϊόν αναψυχής.

Τι είναι ο αθλητισμός αναψυχής; Δραστηριότητες στις οποίες συμμετέχουν ενεργητικά άτομα διαφόρων ηλικιών, των οποίων όμως η ενασχόληση δεν εμπίπτει στις κατηγορίες του επαγγελματικού και ερασιτεχνικού αθλητισμού (Whelan, Meyers, & Donovan).



Εικόνα 2.3: Διακλαδώσεις Αθλητικού Τουρισμού (serresbiz, 2003)

Διακρίνεται στις εξής κατηγορίες:

3.3.1 Τουρισμός Αθλητικών Διοργανώσεων

Ο οποίος περιλαμβάνει τόσο τους τουρίστες που ταξιδεύουν για να παρακολουθήσουν, ως θεατές, αθλητικούς αγώνες, συνδυάζοντας χρονικά τις διακοπές τους με τις αθλητικές διοργανώσεις, όσο και τις ομάδες αθλητών, τους μεμονωμένους αθλητές, τις αποστολές, τους τεχνικούς και τους δημοσιογράφους, που ταξιδεύουν για να συμμετέχουν σε αθλητικούς αγώνες και παρατείνουν χρονικά τη διαμονή τους στον τόπο διεξαγωγής του αθλητικού αγώνα.

3.3.2 Τουρισμός Αθλητικής Αναψυχής – Περιπέτειας

Ο οποίος αναφέρεται στον τουρίστα που στο πλαίσιο των διακοπών του αποβλέπει παράλληλα και στη βελτίωση της υγείας, φυσικής του κατάστασης και ευεξίας, ή που επισκέπτεται έναν ασυνήθιστο, δυσπρόσιτο, απομονωμένο ή εξωτικό χώρο για τη διεξαγωγή δραστηριοτήτων αναψυχής έως ακολούθως:

- Προγράμματα υπαίθριων αθλητικών δραστηριοτήτων, οι οποίες διακρίνονται σε ήπιες όπως πεζοπορία, ιππασία, τρέξιμο, τοξοβολία αναψυχής, ιστιοπλοΐα, έντονες δραστηριότητες όπως κατάβαση με φουσκωτή βάρκα (rafting), θαλάσσιο σκι, ποδηλασία βουνού, αυτόνομη κατάδυση (scubadiving), αναρρίχηση, ιστιοσανίδα (windsurfing), κυματοδρομία (surfing) και δραστηριότητες αυξημένης επικινδυνότητας (extremesports) όπως bungeejumping, cliffdiving, ελεύθερη πτώση (skydiving).
- Χειμερινός – χιονοδρομικός τουρισμός. Με τον όρο αυτό νοείται η ενασχόληση με το σύνολο των δραστηριοτήτων που διενεργούνται κατά τη χειμερινή περίοδο, και υπό συγκεκριμένες κλιματολογικές συνθήκες.
- Αεροπορικός Τουρισμός: αφορά την επίσκεψη του τουρίστα με ιδιόκτητο ή μισθωμένο πτητικό μέσο (αεροσκάφος, ελικόπτερο κ.α.). Προγράμματα αθλητικής αναψυχής από τις ομάδες εμπυχωτών και τους προπονητές/γυμναστές των ξενοδοχείων με ειδική υποδομή (γυμναστήρια, spa, γήπεδα, πισίνες, μαρίνα, κέντρο θαλάσσιων σπορ κ.ά.) ή και σε θεματικά πάρκα και αθλητικές κατασκηνώσεις.
- Οι αθλητικές δραστηριότητες αναψυχής – περιπέτειας, όπως αυτές παρατίθενται ενδεικτικά στο Παράρτημα του παρόντος, μπορούν να αναπτύσσονται:
 1. στη θάλασσα (ενδεικτικά καταδύσεις, kitesurfing, ιστιοσανίδα, ιστιοπλοΐα, κ.α.),
 2. σε λίμνες και ποτάμια (ενδεικτικά κανό – καγιάκ, rafting κ.α.),
 3. σε ορεινές, ημιορεινές, πεδινές ή/και αστικές, ημιαστικές περιοχές (ενδεικτικά ορειβασία, αναρρίχηση, ποδηλασία βουνού/εξοχής/πόλης, ιππασία, γκολφ για αρχαρίους, δραστηριότητες με βάση το τρέξιμο, περιπατητικές εκδρομές (ενδεικτικά hiking, trekking) σε φυσικά και τεχνητά μονοπάτια στην ύπαιθρο.
 4. στον αέρα (ενδεικτικά το ανεμόπτερο, τον αετό ή το αλεξίπτωτο πλαγιάς)
 5. σε θεματικά πάρκα και αθλητικές κατασκηνώσεις, χιονοδρομικά κέντρα, παγοδρόμια και αναρριχητικά πεδία.

3.3.3 Προπονητικός Τουρισμός

Ο οποίος αφορά στην επίσκεψη επαγγελματικών ή και ερασιτεχνικών ομάδων σε έναν τόπο με βασικό κίνητρο τη συμμετοχή τους σε προγράμματα προετοιμασίας και αποθεραπείας που πραγματοποιούνται ιδίως σε Κέντρα Προπονητικού Αθλητικού Τουρισμού, κατά την έννοια της υπ' αριθμ. 12061/2007 ('B1393)(Υπουργείο Τουρισμού, 2018).



Εικόνα 2.4: Πίνακας Μοντέλου Κριτηρίων (serresbiz, 2003)

Άλλοι τύποι τουρισμού διακρίνονται με βάση τη συμμετοχή και την ποσότητα, το χώρο και τη διάρκεια: Μαζικός-ατομικός τουρισμός, εξωτερικός, εσωτερικός τουρισμός, συνεχής-εποχιακός τουρισμός. Άρα, αρχικά, ο μαζικός τουρισμός απευθύνεται στην ομαδική μορφή τουρισμού, στον οποίο συμμετέχουν ομαδικά τουρίστες, ενώ ο ατομικός στην ατομική υλοποίηση του τουρισμού. Αυτό αναφέρεται τόσο στην μετακίνηση όσο και στην διαμονή και τη συμμετοχή σε δραστηριότητες. Επιπλέον, ως μαζικός τουρισμός ή καλύτερα οργανωμένος ομαδικός τουρισμός απαντά και στο γεγονός της ταχύτατης αύξησης της ζήτησης του τουρισμού και την ανάδυση της οργάνωσης μαζικών τουριστικών πακέτων που προσφέρουν και χαμηλότερες τιμές συμπεριλαμβάνοντας όλες τις υπηρεσίες (μεταφορικό μέσο, κατάλυμα, διατροφή). Ρόλο σε αυτό παίζουν οι tour operators, αλλά και οι ίδιοι οι προορισμοί που προσφέρονται για μαζικό τουρισμό ως πόλοι έλξης τουριστών. Όσον αφορά τον εξωτερικό (ή διεθνή) τουρισμό, έχει να κάνει με τον τουρισμό που διεξάγεται σε προορισμό εξωτερικού. Αντίθετα, αναφέρεται κανείς στον εσωτερικό τουρισμό όταν πρόκειται για διεξαγωγή τουρισμού σε κάποιο προορισμό εσωτερικού, εγχώριο προορισμό. Τέλος, ως συνεχής τουρισμός ορίζεται αυτός που διεξάγεται όλο το χρόνο, δηλαδή δεν επηρεάζεται από κλιματολογικές συνθήκες, σε αντίθεση με τον εποχιακό τουρισμό που επηρεάζεται άμεσα από αυτές και για αυτόν τον λόγο μόνο σε εκείνη την περίοδο επέρχεται η ακμή του, ενώ αναστέλλεται για την υπόλοιπη χρονική περίοδο (Ηγουμενάκης Ν. Γ., Τουριστική Οικονομία, 1997)

Οφείλεται να γίνει επισήμανση στην μαζική ανάπτυξη του τουρισμού, η οποία επέρχεται μετά το Β' Παγκόσμιο Πόλεμο, όπου υπάρχει ένας «εκδημοκρατισμός» του τουρισμού, καθώς και των μέσων μεταφοράς, εφόσον μπορούσαν και οι εργατικές τάξεις να διεκδικούν το δικαίωμα του τουρισμού που μέχρι πρότινος ήταν μοναδικό προνόμιο των αριστοκρατών (Ηγουμενάκης Ν. Γ., Τουριστική Οικονομία, 1997). (Λύτρας, 1998)). Για παράδειγμα, μετά τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο, οι αθλητικές εγκαταστάσεις, οι οποίες σχετίζονται με τον αθλητικό τουρισμό, υλοποιούνται υπό την αιγίδα του δημοσίου, πράγμα που ισχύει για την Αμερική, αλλά και στην Ελλάδα εφαρμόζεται η δημόσια χρηματοδότηση καθώς και η διοίκησή του αθλητισμού (Γαργαλιάνος, 1998) και του τουρισμού εν γένει (βλ. Υπουργείο Πολιτισμού και Αθλητισμού, Υπουργείο Τουρισμού).

Επιπροσθέτως, είναι γεγονός ότι η τουριστική δραστηριότητα στην Ελλάδα από ξένους τουρίστες αυξάνεται κάθε χρόνο. Παρατηρείται ότι πολλοί τουρίστες πριν φτάσουν στα νησιά όπου περνάνε το μεγαλύτερο και τμήμα των διακοπών τους, επισκέπτονται πρώτα την Αθήνα και εκτός από τον τυπικό πλέον για την χώρα μας πολιτιστικό τουρισμό ώστε να δουν τα αξιοθέατα και τους πολιτιστικούς χώρους, διεξάγουν ένα είδος τουρισμού πόλης, ώστε γνωρίζουν τον «αυθεντικό» χαρακτήρα της πόλης, όπως αναφέρεται από ρεπορτάζ⁵, και όχι τις πλέον τουριστικές περιοχές. Συγκεκριμένα, με την ανάπτυξη της τεχνολογίας και ειδικών ιστοσελίδων αξιολόγησης επιχειρήσεων μιας περιοχής διεθνώς, όπως το TripAdvisor οι τουρίστες έχουν την δυνατότητα να γνωρίσουν μέρη περισσότερο δυσεύρετα, μακριά από τις κατ' εξοχήν τουριστικές περιοχές, όπως και οι Έλληνες τουρίστες εσωτερικού τουρισμού ή εξωτερικού. Με αυτόν τον τρόπο, οι τουρίστες ανακαλύπτουν νέα μέρη μέσα σε μία πόλη που ειδάλλως δεν θα είχαν γνωρίσει, αλλά οδηγούνται ενδεχομένως και σε καλύτερη ποιότητα υπηρεσιών, όπως το φαγητό, εφόσον σε πολλές τουριστικές περιοχές η ποιότητα δεν είναι τόσο υψηλή και αποσκοπεί μόνο στο κέρδος, και άρα οδηγούνται σε οικονομικότερες λύσεις. Επομένως, είναι εμφανής η αλλαγή που επιφέρει και κοινωνικά και οικονομικά η ανάπτυξη των μέσων και της τεχνολογίας όσον αφορά τον τουρισμό.

a. Τουρισμός, Οικονομία και κοινωνία

Μέσα στην έννοια του τουρισμού πρέπει να εξεταστούν όλα τα στοιχεία που αλληλεπιδρούν για την υλοποίηση αυτού του φαινομένου. Αυτά είναι, εκτός από τα ίδια τα άτομα που συμμετέχουν σε αυτόν ώστε να ικανοποιήσουν προσωπικές τους επιθυμίες, όλες οι υπηρεσίες και τα προϊόντα που παρέχονται και παράγονται για την εξυπηρέτηση των πρώτων. Πιο συγκεκριμένα, συμπεριλαμβάνονται οι τουριστικές εγκαταστάσεις, τα αναλώσιμα αγαθά, τα μεταφορικά μέσα και οι «προμηθευτές» των όλων αυτών των υπηρεσιών (Ηγουμενάκης Ν. Γ., Τουριστική Οικονομία, 1997) Η αλληλεπίδραση όλων αυτών των στοιχείων παράγει το "τουριστικό προϊόν" εν γένει και την κατανάλωσή του. Μέσω αυτής της κατανάλωσης θα εξεταστεί στη συνέχεια η οικονομική επίδραση που έχει ο τουρισμός και σε επόμενο κεφάλαιο θα επεκταθούμε συγκεκριμένα σε ό,τι αφορά το προϊόν του αθλητικού τουρισμού.

Μία αναφορά στην σύνδεση του τουρισμού με την οικονομία και το μάρκετινγκ είναι επιβεβλημένη για την κατανόηση του φαινομένου του τουρισμού και τις εκφάνσεις του που είναι καθαρά συνυφασμένες και εξαρτώμενες με και από την οικονομία (Ηγουμενάκης Ν. Γ., Τουριστική Οικονομία, 1997). Όπως ήδη υπογραμμίστηκε η συμβολή του διαδικτύου ως μέσω διαφήμισης και μάρκετινγκ σχετικά με τον τουρισμό. Βέβαια, το μάρκετινγκ του τουρισμού εξυπηρετεί περισσότερο τον μαζικό οργανωμένο τουρισμό, που απευθύνεται σε ευρύ κοινό όπως και τα μέσα διαφήμισης των τουριστικών υπηρεσιών, δηλαδή τα μέσα μαζικής ενημέρωσης και το διαδίκτυο. Από αυτό απορρέει και μια άνοδος του φαινομένου της εξυπηρέτησης οικονομικών συμφερόντων των διοργανωτών των πακέτων τουρισμού που αναιρεί ως ένα βαθμό την ελευθερία της επιλογής και ικανοποίησης των προσωπικών κινήτρων των τουριστών (ο. π. :88-89). Συνεπώς, καταλήγει σε ένα μαζικό τουρισμό που εν τέλει δεν εστιάζει και δεν εξυπηρετεί τα συμφέροντα του υποκειμένου του τουρισμού, δηλαδή του τουρίστα. Στην εκτεταμένη μελέτη του Ηγουμενάκηπου ασχολείται με την τουριστική οικονομία (όπως και τιτλοφορείται η συγκεκριμένη μελέτη), εκτός από τους τρεις παράγοντες που αναφέρονται ως «συντελεστές παραγωγής» τουριστικών προϊόντων προστίθεται και η

επιχειρηματικότητα, η οποία θεωρείται ως σημαντική παράμετρος για την ανάπτυξη του τουρισμού και την επέκτασή του σε όσο το δυνατόν περισσότερους τομείς και κατά συνέπεια την κάλυψη περισσότερων αναγκών των τουριστών. Δηλαδή με την ορθή διαχείριση των παραγόντων αυτών και την καλύτερη εκμετάλλευση των δυνατοτήτων μίας περιοχής. Κατ' επέκταση, αυτό αποτελεί και ένα λόγο για την τουριστική και οικονομική ανάπτυξη που ήδη έχει επέλθει στην χώρα, αλλά και ένα ανεξάντλητο στοιχείο για την περεταίρω και συνεχή ανάπτυξη, καθώς ο τουρισμός όπως σημειώθηκε αποτελεί κοινωνικό φαινόμενο, και συνεπώς όσο μεταλλάσσεται η κοινωνία, ανακύπτουν και νέες ανάγκες, τις οποίες ο τουρισμός θα πρέπει να καλύψει μέσω της επέκτασής της τουριστικής προσφοράς και ζήτησης με μέσο την επιχειρηματικότητα.

3.4.1. Οικονομικές επιδράσεις του τουρισμού

Η ανάπτυξη του τουρισμού, εκτός από την άμεση δαπάνη των επισκεπτών σε μία περιοχή επιφέρει πρόσθετες θετικές επιπτώσεις στην οικονομία, καθώς κινητοποιεί σημαντικό αριθμό παραγωγικών μονάδων που δραστηριοποιούνται για την κάλυψη της ζήτησης που δημιουργείται. Σύμφωνα με τη μελέτη του IOBE, η συνολική επίδραση στην ελληνική οικονομία από την εσωτερική τουριστική δαπάνη (της δαπάνης δηλαδή από αλλοδαπούς επισκέπτες που επισκέπτονται την Ελλάδα, αλλά και ημεδαπούς επισκέπτες στο εσωτερικό της χώρας) και τις επενδύσεις που σχετίζονται με τον τουρισμό εκτιμάται (στοιχεία 2010) στα 34,4 δισεκ. ευρώ ή 15,1% του ΑΕΠ, εκ των οποίων τα 15,2 δισεκ. ευρώ αντιπροσωπεύουν την άμεση επίδραση από την ανάπτυξη του τουριστικού προϊόντος στην Ελλάδα. Μάλιστα είναι αρκετά πιθανό με τα στοιχεία του 2011, όπου το ΑΕΠ συρρικνώθηκε, ενώ οι ταξιδιωτικές αφίξεις, αλλά και εισπράξεις αυξήθηκαν, η τελική συμβολή να είναι ακόμα μεγαλύτερη. Εξάλλου εκτιμάται ότι για κάθε 1. 000 ευρώ τουριστικής δαπάνης το ακαθάριστο προϊόν της ελληνικής οικονομίας αυξάνεται κατά 2. 220 ευρώ περίπου. Ταυτόχρονα, η επίτευξη του στόχου των 20 εκατ. αφίξεων αλλοδαπών επισκεπτών στην Ελλάδα, θα είχε ως αποτέλεσμα οι τουριστικές εισπράξεις από το εξωτερικό να ανέλθουν τουλάχιστον στα 12,8 δισεκ. ευρώ, ενώ σε όρους 12 συνολικής επίδρασης στο ΑΕΠ η επιπλέον επίδραση θα ξεπερνούσε τα 7 δισεκ. ευρώ σε σχέση με το 2010, δηλαδή 3% του ΑΕΠ. Σε όρους απασχόλησης, η άμεση και έμμεση τουριστική απασχόληση στην Ελλάδα εκτιμάται σε 446 χιλ. εργαζόμενους, ενώ συνολικά 741 χιλ. θέσεις απασχόλησης (ή 16% της συνολικής απασχόλησης της χώρας) υποστηρίζονται από την ανάπτυξη του τουρισμού στην Ελλάδα.

Σε αντίθεση όμως, με άλλους κλάδους της οικονομίας, όπως η Γεωργία, η Βιομηχανία, το Εμπόριο, οι Κατασκευές, κλπ. , η οικονομική δραστηριότητα του τουρισμού δεν αποτυπώνεται σε ένα μεμονωμένο κλάδο οικονομικής δραστηριότητας. Η ιδιαιτερότητά του εντοπίζεται στον προσδιορισμό εκείνων των δραστηριοτήτων, η ζήτηση των οποίων προέρχεται από μια συγκεκριμένη κατηγορία καταναλωτών, τους επισκέπτες μιας περιοχής. Προκειμένου επομένως, να αναλυθεί η επίδραση του στην οικονομία είναι αναγκαίος ο προσδιορισμός των οικονομικών δραστηριοτήτων (κλάδων) που συμμετέχουν στην παραγωγή-διάθεση αγαθών και υπηρεσιών που συνθέτουν την τουριστική κατανάλωση.

3.4.2. Κοινωνικές επιδράσεις του τουρισμού

Με την αύξηση του τουρισμού, έχει γίνει κατανοητό από τις κυβερνήσεις των τόπων υποδοχής ότι με το να δέχονται τουρίστες προσφέρουν προς χρήση, με οικονομικά ανταλλάγματα, όχι μόνο το φυσικό περιβάλλον, αλλά τον πολιτισμό και την κοινωνία.

3.4.3. Πολιτιστικές επιδράσεις

Αναφορικά με τις θετικές πολιτιστικές επιπτώσεις, πολλές μελέτες έχουν καταλήξει στο γεγονός ότι ο τουρισμός αποτελεί μέσο ενθάρρυνσης και οικονομικής ώθησης των πολιτιστικών δραστηριοτήτων, όπως των παραδοσιακών χορών, της μουσικής και του θεάτρου, ενώ συνεισφέρει στην συντήρηση και ορισμένες φορές στην αναζωογόνηση της χειροτεχνίας, της τοπικής τέχνης, της λαογραφίας, των τοπικών πανηγυριών και των φεστιβάλ (Ανδριώτης, 2003). Επιπλέον ο τουρισμός αποτελεί κίνητρο διατήρησης της πολιτιστικής κληρονομιάς καθώς διατηρούνται στοιχεία της που κάτω από άλλες συνθήκες μπορεί να ήταν υπό εξαφάνιση. Παράλληλα υπάρχει και μεγάλος αριθμός αρνητικών επιπτώσεων άξιων αναφοράς. Η εμπορευματοποίηση της τοπικής κουλτούρας, του πολιτισμού και των παραδόσεων καθώς και η αλλοίωση των ηθών και εθίμων είναι κάποιες από αυτές. Επιπρόσθετα παρατηρούνται τάσεις μιμητισμού της συμπεριφοράς και των καταναλωτικών προτύπων των τουριστών καθώς και αντικατάσταση της τοπικής γλώσσας με αυτή των τουριστών. Ακόμα, λόγω του εποχιακού χαρακτήρα του τουρισμού, 13 το εισόδημα δεν είναι σταθερό με αποτέλεσμα οι κάτοικοι να αντιμετωπίζουν οικονομικά προβλήματα σε περιόδους χωρίς τουρισμό. Οι περισσότεροι κάτοικοι εγκαταλείπουν τα παραδοσιακά επαγγέλματα για να ασχοληθούν με τον τουρισμό, με αποτέλεσμα οι περιοχές να εξαρτώνται άμεσα από τον τουρισμό. Σημαντική αρνητική επίπτωση αποτελεί και το γεγονός ότι στις περιοχές υποδοχής τουριστών εμφανίζονται κοινωνικά προβλήματα όπως η πορνεία, η δουλοπρέπεια, η εγκληματικότητα, η 32 ξενομανία, ο αλκοολισμός και τα ναρκωτικά. Ταυτόχρονα, παρατηρείται και μεγάλη αύξηση αλλοδαπών εργαζόμενων, με αποτέλεσμα την παραγκώνιση των ντόπιων από τις θέσεις εργασίας σε τουριστικές και μη επιχειρήσεις.

3.4.4. Περιβαλλοντικές επιδράσεις

Οι φυσικοί πόροι προσέλκυαν πάντα τους ταξιδιώτες. Μέσα από την δημιουργία των εθνικών πάρκων και των φυσικών προστατευμένων περιοχών η κοινωνία αναγνωρίζει τους ιδιαίτερους φυσικούς πόρους που αξίζουν να προστατευτούν. Όμως, ο προσδιορισμός ενός χώρου ως μοναδικό οικοσύστημα δεν πάντα αρκεί για να εξασφαλίσει την προστασία του. Δεδομένου ότι ο τουρισμός αναπτύσσεται περισσότερο σε ευαίσθητα περιβάλλοντα, όπως μικρά νησιά, παράκτιες περιοχές και περιοχές σημαντικού ιστορικού και πολιτιστικού ενδιαφέροντος, η συμπεριφορά του ανθρώπου μπορεί να προκαλέσει σημαντικές περιβαλλοντικές καταστροφές. Ο Plog υποστηρίζει ότι οι τουριστικοί προορισμοί μέσω του τουρισμού είναι πιθανό να δημιουργήσουν τους σπόρους της αυτοκαταστροφής τους. (Ανδριώτης, 2003) Οι επιπτώσεις του τουρισμού επιδρούν τόσο στο φυσικό, όσο και στο δομημένο περιβάλλον. Το φυσικό περιβάλλον επωφελείται με ποικίλους τρόπους από τον τουρισμό. Σημαντικό είναι το γεγονός ότι επειδή οι τουρίστες ενδιαφέρονται για τα φυσικά περιβάλλοντα, αρκετά από τα έσοδα που προέρχονται από τον τουρισμό επενδύονται για την προστασία του. Στον αντίποδα, η μετακίνηση των τουριστών είναι πού σημαντικός παράγοντας των αρνητικών περιβαλλοντικών επιπτώσεων. Απαιτούνται ακόμα, υψηλά ποσά νερού και ενέργειας, αλλά και φυσικών πόρων

για την εξυπηρέτηση των τουριστών. Αρνητικά επιδράει και η κατασκευή μεγάλων έργων υποδομής. Π. χ. η δημιουργία ενός γηπέδου golf μπορεί να οδηγήσει στην καταστροφή δασών και περιοχών φυσικού κάλλους και στην υπερβολική χρήση των υδάτων. Παράλληλα, η μόλυνση των θαλασσών από τα λύματα που δημιουργούνται από τα ξενοδοχεία, προκαλεί μείωση της τουριστικής ζήτησης. Παρά τις αρνητικές επιπτώσεις της τουριστικής ανάπτυξης στο περιβάλλον, υποστηρίζεται ότι οι ζημιές που προκαλεί ο τουρισμός δεν είναι τόσο μεγάλες όσο αυτές που δημιουργούνται από την βαριά βιομηχανία. Οι Mathienson & Wall επισημαίνουν ότι δεν περιλαμβάνει την μετακίνηση ακατέργαστων υλικών και βιομηχανικών προϊόντων ή την επεξεργασία τους, αλλά μόνο την μετακίνηση ανθρώπων και συνεπώς μολύνει το περιβάλλον λιγότερο από τις άλλες βιομηχανίες. Αναφορικά με το δομημένο περιβάλλον, τα πολιτιστικά 14 μνημεία και οι αρχαιολογικοί χώροι θεωρούνται πόλος έλξης για τους τουρίστες. Γι' αυτό τον λόγο υποκινείται πολλές φορές η προστασία τους και η διατήρησή τους προς όφελος του κοινωνικού συνόλου. Εκτός από τις θετικές επιπτώσεις, ο τουρισμός έχει και πολλούς αρνητικούς αντίκτυπους. Υπάρχουν περιπτώσεις όπου λόγω της τουριστικής ανάπτυξης οι ντόπιοι δεν έχουν πρόσβαση στην γη τους. Η συγκέντρωση μαζικού τουρισμού πολλές φορές προκαλεί έλλειψη σχεδιασμού χρήσης γης, αυθαίρετη δόμηση ανεπαρκή διαχείριση των υποδημάτων και παράλληλα δημιουργούνται πολλά περιβαλλοντικά προβλήματα (Ανδριώτης, 2003).

3.4 Σημασία αθλητικού τουρισμού

Από όσο γνωρίζουμε μέχρι τώρα ειδικοί για τον αθλητικό τουρισμό έχουν εκπαιδευτεί στα πανεπιστήμια της Αμερικής, στον Καναδά, στο Όρεγκον και τη Φλόριντα, επίσης στην Ευρώπη στο Λιούτον, Σέφιλντ και σε σχολεία της Γαλλίας. Η Ισπανοί έχουν αναπτύξει επίσης τον αθλητικό τουρισμό σε ακαδημαϊκό επίπεδο λόγω και των Ολυμπιακών Αγώνων της Βαρκελώνης.

Στην Ελλάδα εντάσσεται μεταπτυχιακά ακόμη στο sport management και προπτυχιακά στην εκπαίδευση που παρέχουν τα τμήματα Φυσικής Αγωγής και αθλητισμού με πιστοποιητικά ειδικοτήτων στις υπαίθριες δραστηριότητες και τον αθλητικό τουρισμό και περιβάλλον Α.Π.Θ. και Μαζικός αθλητισμός και Αναψυχή στο Δ.Π.Θ.

Στις υπόλοιπες γνωστές τουριστικές σχολές και τμήματα ο αθλητικός τουρισμός εμφανίζεται ως εναλλακτική μορφή τουρισμού και μόνο η άθληση - ψυχαγωγία αποτελεί ξεχωριστό μάθημα.

Στα ΙΕΚ και ΚΕΚ έχουν υπάρξει κατά καιρούς τμήματα ειδικών υπαιθρίων δραστηριοτήτων και συνοδών εθνικών Δρυμών και προστατευόμενων περιοχών. Δεν γνωρίζω κάτι για τις ιδιωτικές τουριστικές σχολές και το πρόγραμμα σπουδών τους, είναι υπό έρευνα. Δεν υπάρχουν αξιόλογα κείμενα και βιβλία, αν εξαιρέσουμε τις «Εναλλακτικές μορφές τουρισμού» του Σφακιανάκη, την «Κοινωνίας της αναψυχής» του Λύτρα και δύο άλλες εκδόσεις που αναφέρονται στην άθληση και ψυχαγωγία ξενοδοχείων. Ο ΕΟΤ έχει μεταφράσει ένα αξιόλογο εγχειρίδιο «Animation im Urlaub» για την άθληση και ψυχαγωγία στα ξενοδοχεία, προερχόμενο από τη Γερμανική σχολή Στάρνμπεργκ. Πηγές ενημέρωσης μπορούν να αποτελέσουν οι κρατικοί φορείς και οι διεθνείς ημερίδες- συνέδρια, επίσης οι εκθέσεις και οι παράλληλες εκδηλώσεις τους, τα διάφορα περιοδικά του αθλητισμού και του τουρισμού όπως η τουριστική αγορά Τουρισμός και Οικονομία. Ακαδημαϊκά πρέπει να αναφέρω ότι ετοιμάζεται σύγχρονο βιβλίο και περιοδικό σε συνεργασία του Δ.Π.Θ. και γνωστό εκδοτικό οίκο. Γενική πηγή πληροφόρησης μπορεί να θεωρηθεί το διαδίκτυο παρόλο που υπάρχουν μόνο 2 εξειδικευμένοι δικτυακοί τόποι, αυτός του διεθνούς συμβουλίου αθλητικού τουρισμού και της ερευνητικής μονάδας Ελλάδος για τον ΑΘΛΗΤΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ που ιδρύθηκε στο ΤΕΙ Κρήτης το 2002 με επικεφαλής τον καθηγητή κ. Δημήτρη Τερζάκη.

Όσον αφορά για την έρευνα στην Ελλάδα πολύ αξιόλογη θεωρείται η συμβολή του ΙΤΕΠ, αλλά και των Πανεπιστημίων. Αρκετές διατριβές έχουν ολοκληρωθεί στα ΤΕΦΑΑ της χώρας που αφορούν τη διοίκηση των ανθρωπίνων πόρων και την ποιότητα υπηρεσιών, αναμένονται δημοσιεύσεις. Επίσης δεκάδες μικρές εργασίες βρίσκονται τη στιγμή σε εξέλιξη. (Ελένη Γλυνιά, 2003)

ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ-ΑΠΕΙΛΕΣ

- έλλειψη προδιαγραφών
- ακριβές και πολύπλοκες υποδομές
- έλλειψη τεχνογνωσίας- ειδικών
- γραφειοκρατία, καθυστερήσεις
- πρόβλημα μπορεί να είναι τα διαφεύγοντα κέρδη εκτός και αν δημιουργηθεί ο Τουριστικός οργανισμός που θα διακινεί και θα εκμεταλλεύεται τη ζήτηση που θα προκαλέσουν Ολυμπιακοί αγώνες
- άλλο πρόβλημα μπορεί να είναι ο ανταγωνισμός από άλλες χώρες. Ακόμη καθυστερήσεις, πολιτικές αλλαγές και υψηλό κόστος συμμετοχής για μέσο τουρίστα ενδέχεται να ξεπερνάει την μέση κατά κεφαλή δαπάνη. Αλλά υψηλό κόστος και για τον επιχειρηματία, μεγάλο επιχειρηματικό ρίσκο(Ελένη Γλυνιά, 2003).



Εικόνα 2.5: Παράδειγμα αθλημάτων (unwto, 2020)

3.5 Ο Αθλητικός τουρισμός στην Ελλάδα

Η Ελλάδα έχει ανάγκη τον ποιοτικό τουρισμό, που θα βασίζεται στις αρχές της αειφορίας, δημιουργώντας ένα παράλληλο αλλά και εξειδικευμένο τουριστικό προϊόν, το οποίο θα αναδεικνύει το ιδιαίτερο και αυθεντικό της πρόσωπο. Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού εισάγουν την μορφωτική εμπειρία στη θέση της επιδερμικής επαφής με το «ξένο» στοιχείο, λαμβάνουν υπόψη τη φέρουσα ικανότητα του επισκέπτη εξατομικεύοντας τις ταξιδιωτικές προτάσεις, αρνούνται τη δημιουργία μηχανισμών περιφρούρησης του τουρίστα μέσω της διαμόρφωσης γυάλινων πύργων.

Ο περιβαλλοντικός, αγροτικός, αθλητικός, θρησκευτικός, πολιτιστικός ή τουρισμός με μορφές εθελοντισμού, επιχειρούν την επαναπροσέγγιση και ζεύξη της τουριστικής εμπειρίας με άλλες, παραγωγικές ή πολιτιστικές δραστηριότητες Αυτό που ανακαλύπτουμε σήμερα εμείς ως λύση στα προβλήματα του ελληνικού τουρισμού, οι ευρωπαίοι εταίροι μας το εφαρμόζουν με αξιοσημείωτη επιτυχία εδώ και αρκετά χρόνια. Η Ευρώπη ήδη δρέπει τα οφέλη του εναλλακτικού τουρισμού και βρίσκεται στο επόμενο στάδιο, αυτό της εξέλιξης, της εξειδίκευσης και της τελειοποίησης του. Η Ελλάδα βρίσκεται ακόμα στην αρχή. Ο εναλλακτικός τουρισμός μπορεί και πρέπει να προχωρήσει. Πρέπει να προχωρήσει ολιστικά και συντονισμένα, βάσει ενός θεσμικού πλαισίου, μίας εθνικής πολιτικής που θα ενεργοποιήσει τις δράσεις και τους τομείς που τον απαρτίζουν. Πρέπει να προχωρήσει και να προχωρήσει σωστά. Ο εναλλακτικός τουρισμός δεν μπορεί και δεν πρέπει να είναι μία άναρχη ανάπτυξη του ελληνικού τουρισμού, αλλά είναι η ευκαιρία για την αναγέννησή του (Μαντζουράνη Καλλιόπη, 2008).

Η ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού στην Ελλάδα και οι δυνατότητες εξέλιξής του:

Ο αθλητικός τουρισμός θεωρείται σύγχρονο φαινόμενο σε αντίφαση με τη διαχρονικά στενή σχέση μεταξύ αθλητισμού και τουρισμού. Ο λόγος είναι ότι μόλις τα τελευταία χρόνια άρχισε να αντιμετωπίζεται ως αυτόφωτο κομμάτι της τουριστικής και της αθλητικής βιομηχανίας, αλλά και να αποκτά ακαδημαϊκή οντότητα. Συνδυάζοντας δυο από τις πλέον δημοφιλείς δραστηριότητες, ο αθλητικός τουρισμός κατάφερε να προσελκύσει σημαντικό αριθμό ενδιαφερομένων αποκτώντας την αντίστοιχη οικονομική, κοινωνική και πολιτιστική σημασία. Παράλληλα, οι παραγωγοί της τουριστικής βιομηχανίας, οι οποίοι ανέκαθεν αναζητούσαν νέους τομείς επέκτασης των δραστηριοτήτων τους, διέκριναν νωρίς τα οικονομικά κυρίως οφέλη του αθλητικού τουρισμού και προχώρησαν σε σημαντικές επενδύσεις. Ως συνέπεια, ο αθλητικός τουρισμός χαρακτηρίζεται από γοργό ρυθμό ανάπτυξης, μεγάλες δυνατότητες εξέλιξης και από το ιδιαίτερο ενδιαφέρον που δημιουργεί σε όλους τους εμπλεκόμενους στο τουριστικό κύκλωμα, παραγωγούς και καταναλωτές. (Λαζανάκη, 2013)

3.6 Οικονομικά στοιχεία από τον αθλητικό τουρισμό στην Ελλάδα

Ποιοι είναι, όμως, οι ειδικοί του αθλητικού τουρισμού στην Ελλάδα; Είναι οι ίδιοι οι μάντζερς, οι οικονομολόγοι, οι γυμναστές; Πώς πιστοποιείται και εξασφαλίζεται η επαγγελματική δραστηριότητα στον τομέα του αθλητικού τουρισμού και της αναψυχής; Πώς δίνεται η άδεια εξάσκησης επαγγέλματος; Μιλάμε για ένα ή περισσότερα καινούργια τουριστικά επαγγέλματα. Η Cedefop της Ευρωπαϊκής Ένωσης παρουσίασε μια μελέτη το 2000 για τις εξελίξεις στα τουριστικά επαγγέλματα στην Ιταλία Γαλλία, Ισπανία.

Στις επιχειρήσεις αθλητικής αναψυχής, ξενοδοχεία και πάρκα εργάζονται 7-10.000 εποχιακοί εργαζόμενοι, 90% αλλοδαποί. Πείτε μου όμως δεν θα πρέπει όλοι αυτοί οι εργαζόμενοι να έχουν πιστοποίηση συνάφειας με το αντικείμενο ή επάρκεια στην ελληνική γλώσσα; Έστω να μπορούν να γράψουν μια ανακοίνωση ή να συνεννοηθούν με τους συναδέλφους τους; Ξέρω ανοίγω ένα πολύ μεγάλο θέμα που έχει να κάνει με τους οικονομικούς μετανάστες, αλλά εδώ μιλάμε για Γερμανούς Άγγλους και Ελβετούς. Χρειάζεται νόμος ή προεδρικό διάταγμα για την περιγραφή επαγγέλματος, θεσμοθέτηση για τα δικαιώματα που προκύπτουν από αυτή την ιδιότητα τους.

Υπάρχουν τουλάχιστον 62 εταιρείες υπαιθρίων δραστηριοτήτων με καταχωρήσεις στο διαδίκτυο και στους τουριστικούς οδηγούς, όπως επίσης και με παρουσία σε διεθνείς εκθέσεις. Στην Κρήτη μόνο υπάρχουν 10 water parks με τσουλήθρες νερού κλπ (Ελένη Γλυνιά, 2003).

ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ- ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ

- Είναι γεγονός ότι μετά το 2004 τίποτα δε θα είναι πια το ίδιο στον ελληνικό τουρισμό. Οι Ολυμπιακοί αγώνες είναι η ευκαιρία μας για την προβολή της χώρας και τα ολυμπιακά έργα θα ανοίξουν το δρόμο στον αθλητικό τουρισμό με αποτελέσματα την:
- Επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου
- Αξιοποίηση του κλίματος, του φυσικού περιβάλλοντος και του πνεύματος φιλοξενίας (να μας τα αφήνουν -να μην τα αρπάξουμε)
- Συνεργασία με άλλες χώρες π.χ. Κύπρος, Τουρκία
- Συνεργασία τοπικών φορέων με τους μεγάλους τουριστικούς οργανισμούς

ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ - Δυνατότητες μελέτης:

- Σχεδιασμός αθλητικής -τουριστικής ανάπτυξης περιοχών
- Προφίλ αθλητικών τουριστών
- Περιπτώσιολογικές μελέτες ανάπτυξης αθλητικού τουρισμού (δραστηριότητες, περιοχές)
- Επιπτώσεις του αθλητικού τουρισμού: υγεία, περιβάλλον, οικονομία, κοινωνία, κουλτούρα
- Αθλητισμός, αναψυχή και ψυχαγωγία στα ξενοδοχεία

- Διοίκηση ολικής ποιότητας στις υπηρεσίες αθλητικού τουρισμού
- Τάσεις στον τομέα του αθλητικού τουρισμού

Σε ένα διεθνές συνέδριο τουρισμού στις ΗΠΑ, ο John Crompton, είπε: «Η πρόκληση πλέον στον τουρισμό είναι να δημιουργούμε το κατάλληλο ψυχολογικό περιβάλλον αντί να παιδεύομαστε με τεχνικά ζητήματα».

Στην Ελλάδα το ψυχολογικό περιβάλλον είναι εξασφαλισμένο λόγω της ιδιοσυγκρασίας του λαού, της φιλοξενίας και του κλίματος. Το μόνο που μένει για την επιτυχία στον τομέα του αθλητικού τουρισμού, είναι να συνεργαστούμε για να ολοκληρώσουμε τα τεχνικά ζητήματα.

3.7 Αθλητικός τουρισμός στο Νομό Ηλείας

Ο νομός Ηλείας διαθέτει μοναδικούς τουριστικούς πόρους λόγω της πλούσιας ιστορία της περιοχής και τους φυσικούς πόρους που μπορεί να εκμεταλλευτεί. Η Αρχαία Ολυμπία έχει γίνει παγκοσμίως γνωστή από την ιστορία της για τη διεξαγωγή των Ολυμπιακών αγώνων. Τώρα ο σύγχρονος τουρίστας δεν ψάχνει μόνο τον ήλιο και τη θάλασσα αλλά επικεντρώνεται στην ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών και επιδιώκει η συνεχώς αυξανόμενη αξία και της σύγχρονης τουριστικής υποδομής που θα σεβαστεί το περιβάλλον και τον άνθρωπο. Η περιοχή πρέπει να προσαρμοστεί στις σύγχρονες ανάγκες των επισκεπτών. Η ανακατασκευή του τουριστικού προϊόντος μπορεί να μειώσει την εποχικότητα του τουρισμού στην περιοχή αλλά και η απαραίτητη διατήρηση και προστασία του πολιτιστικού τομέα απαιτεί ένα σχέδιο συνολικής διαφοροποίησης του τουριστικού προϊόντος.

Σε σχέση με την εποχικότητα, η ζήτηση των ξένων τουριστών συγκεντρώνεται τους καλοκαιρινούς μήνες, ενώ η ζήτηση των ντόπιων είναι διασκορπισμένη όλο το χρόνο. Ωστόσο, δεδομένης της κατανομής των διανυκτερεύσεων, όπου οι ντόπιοι καλύπτουν πολύ μεγαλύτερο μερίδιο από το σύνολο της χώρας, ο τουρισμός μπορεί να έχει θετικό αντίκτυπο στην οικονομική ανάπτυξη της περιοχής καθ' όλη τη διάρκεια του έτους.(ΕΟΤ, 2014)

Για την ανάδειξη της τουριστικής ικανότητας του Νομού Ηλείας πρέπει να γίνουν σημαντικές ενέργειες για την αξιοποίηση των φυσικών πόρων και της ιστορικότητας του Νομού. Πρέπει να γίνει ανάδειξη του παραθαλάσσιου και παραποτάμιου φυσικού περιβάλλοντος, όπως και του ορεινού μετώπου της ευρύτερης περιοχής. Ο αθλητικός τουρισμός της περιοχής πρέπει να βασίζεται πάνω στην πολιτιστική κληρονομιά και τον αρχαιολογικό πλούτο καθώς και να προστατεύει το ήδη υπάρχον φυσικό περιβάλλον. Το σχέδιο δράσης για την ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού της περιοχής θα πρέπει να αποσκοπεί ακόμα στην απασχόληση του τοπικού πληθυσμού δημιουργώντας νέες θέσεις εργασίας και απασχόλησης. Η δημιουργία, η συντήρηση και η συμπλήρωση των υποδομών που ήδη υπάρχουν είναι απαραίτητη για την αξιοποίηση του πολιτισμικού και φυσικού πλούτου του νομού. Καθώς και η διοργάνωση αθλητικών εκδηλώσεων από τοπικούς φορείς μπορεί να προσελκύσει το ενδιαφέρον ξένων και εγχώριων τουριστών.(ΕΟΤ, 2014)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ - ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

4.1 Δείγμα

Το δείγμα της έρευνας αποτελέσαν 90 άτομα με τυχαία επιλογή. Η συμπλήρωση των ερωτηματολογίων έγινε εθελοντικά ,σε ηλεκτρονική μορφή και συλλέχθηκαν 90 έγκυρα ερωτηματολόγια. Το σύνολο των χαρακτηριστικών του δείγματος παρουσιάζονται παρακάτω στα αποτελέσματα. Για την ανάλυση των δεδομένων που συλλέχθηκαν χρησιμοποιήθηκε το στατιστικό πρόγραμμα SPSS Statistics 25.

4.2 Στόχοι της έρευνας

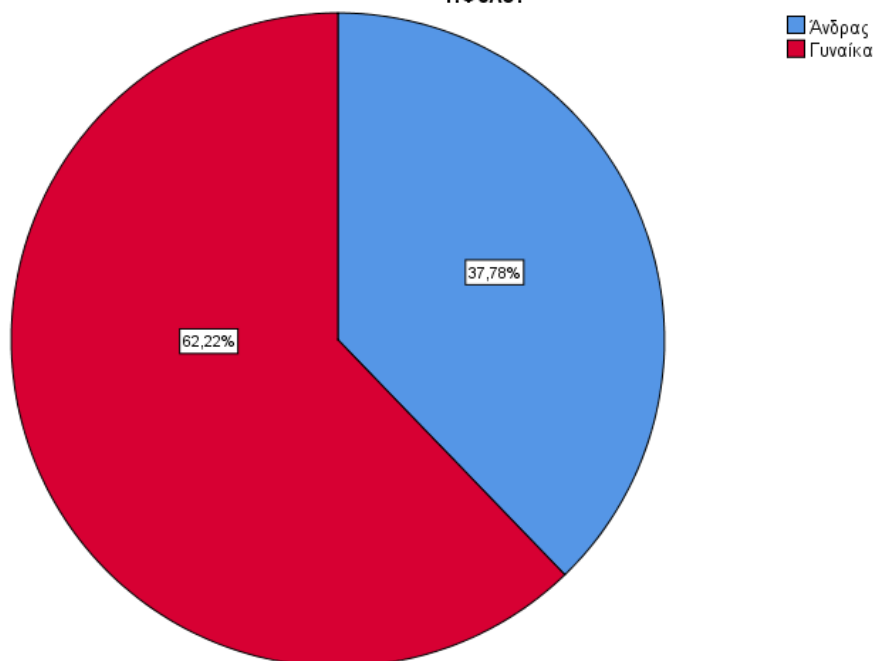
Η έρευνα πραγματοποιήθηκε βάσει των στοιχείων που αναφέρονται στο δείγμα για να εκπληρώσουν κάποιους στόχους. Οι στόχοι αυτοί έχουν σχέση με την ανάπτυξη του τομέα του αθλητικού τουρισμού και συγκεκριμένα στο Νομό Ηλείας. Κατά πόσο ο Νομός Ηλείας συσχετίζεται με τον τομέα του αθλητικού τουρισμού, τι εγκαταστάσεις διαθέτει και τι διοργανώσεις πραγματοποιεί. Ο γενικός στόχος είναι η ανάλυση του αθλητικού τουρισμού ως προς τις παραμέτρους σύμφωνα με την βιβλιογραφία. Επιπλέον στόχος θεωρείται κατά πόσο γνωρίζουν οι ερωτώμενοι τις εγκαταστάσεις και τις εκδηλώσεις του Νομού Ηλείας, για τον τομέα του αθλητικού τουρισμού. Επίσης σημαντικό είναι να ερευνηθεί αν χρειάζονται περαιτέρω βελτίωση, οι εγκαταστάσεις ή/και η οργάνωση όλο αυτού.

4.3 Διαγράμματα - Πίνακες

1.Φύλο:

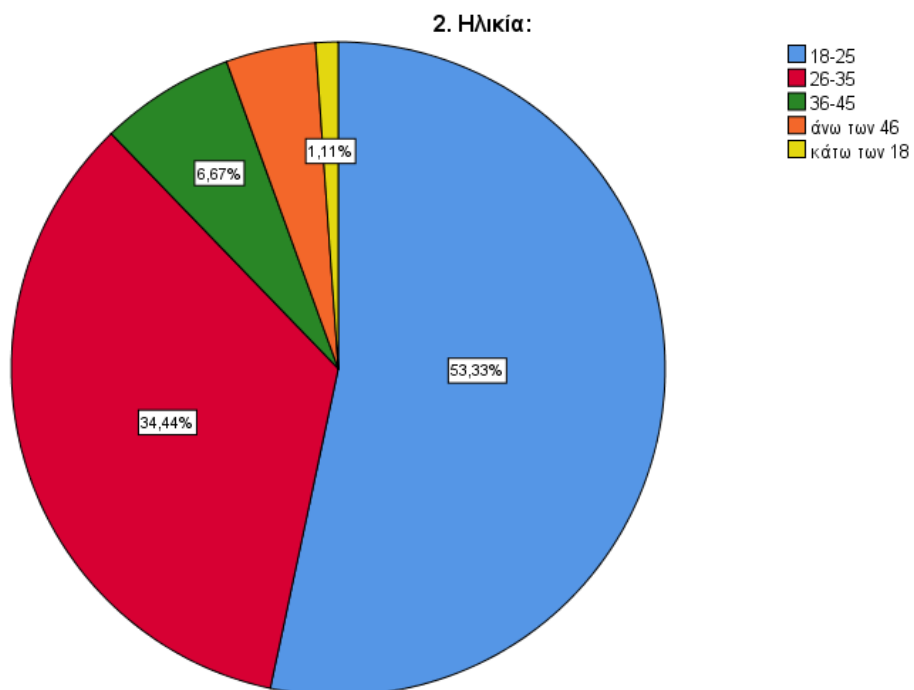
		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Άνδρας	34	37,8	37,8	37,8
	Γυναίκα	56	62,2	62,2	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

1. Φύλο:



2. Ηλικία:

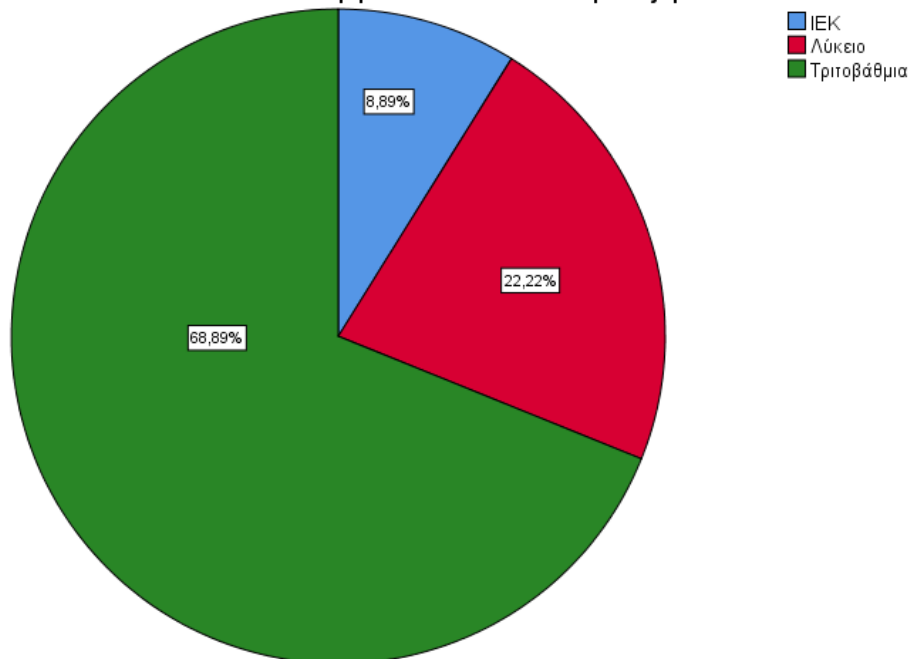
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18-25	48	53,3	53,3	53,3
	26-35	31	34,4	34,4	87,8
	36-45	6	6,7	6,7	94,4
	άνω των 46	4	4,4	4,4	98,9
	κάτω των 18	1	1,1	1,1	100,0
Total		90	100,0	100,0	



3. Μορφωτικό επίπεδο: απόφοιτος/η:

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΙΕΚ	8	8,9	8,9	8,9
	Λύκειο	20	22,2	22,2	31,1
	Τριτοβάθμια	62	68,9	68,9	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

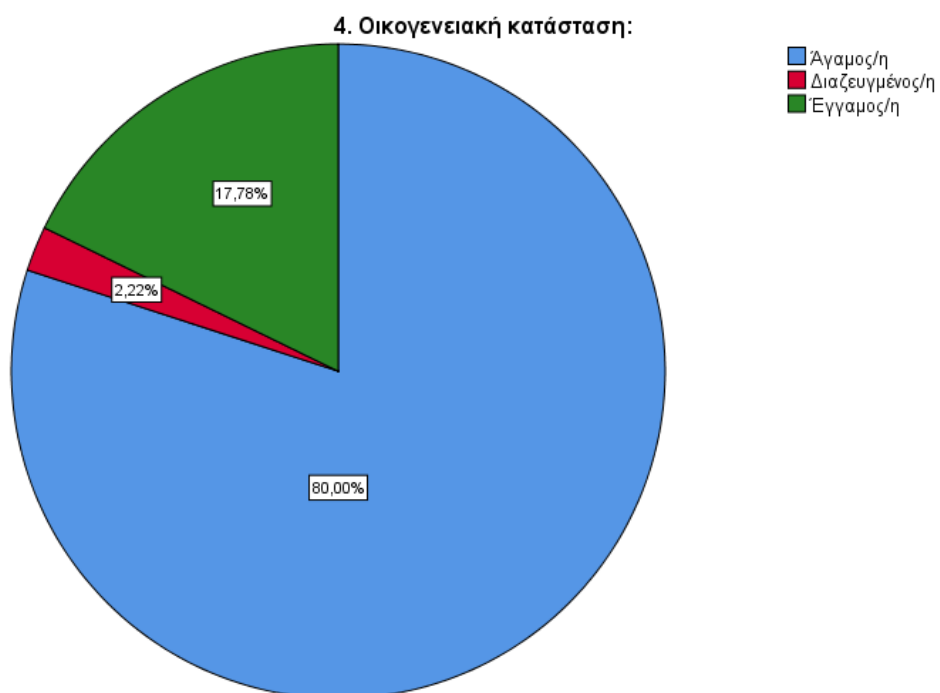
3. Μορφωτικό επίπεδο: απόφοιτος/η:



4. Οικογενειακή κατάσταση:

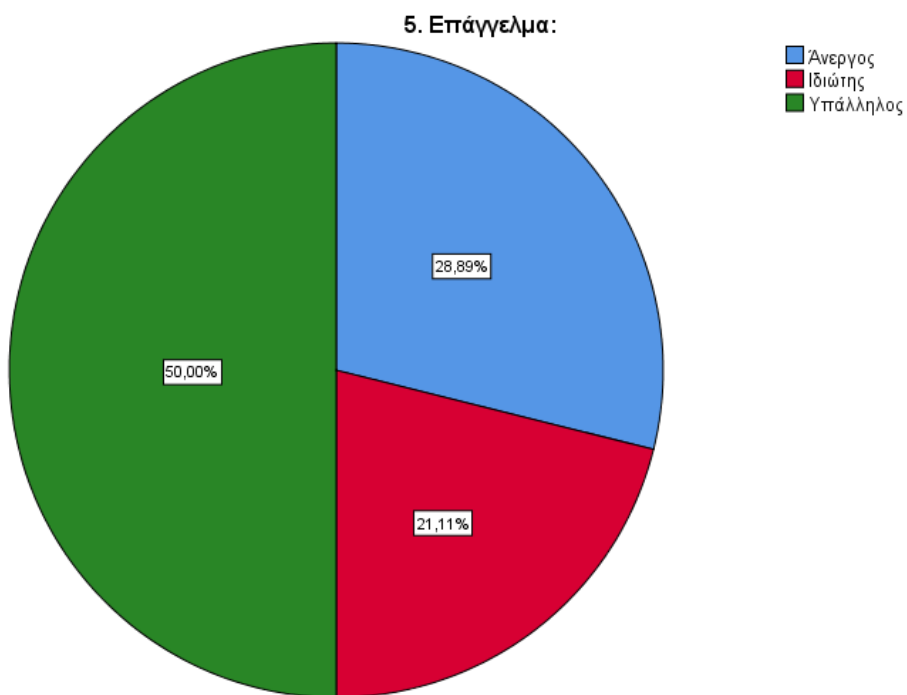
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Άγαμος/η	72	80,0	80,0	80,0
	Διαζευγμένος/η	2	2,2	2,2	82,2

Έγγαμος/η	16	17,8	17,8	100,0
Total	90	100,0	100,0	



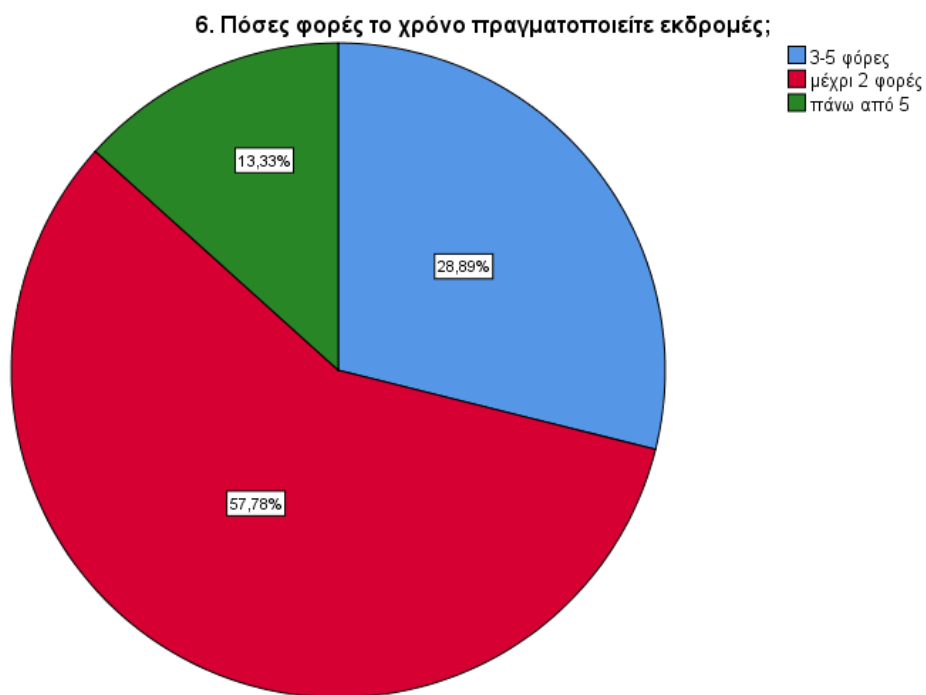
5. Επάγγελμα:

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Άνεργος	26	28,9	28,9	28,9
	Ιδιώτης	19	21,1	21,1	50,0
	Υπάλληλος	45	50,0	50,0	100,0
	Total	90	100,0	100,0	



6. Πόσες φορές το χρόνο πραγματοποιείτε εκδρομές;

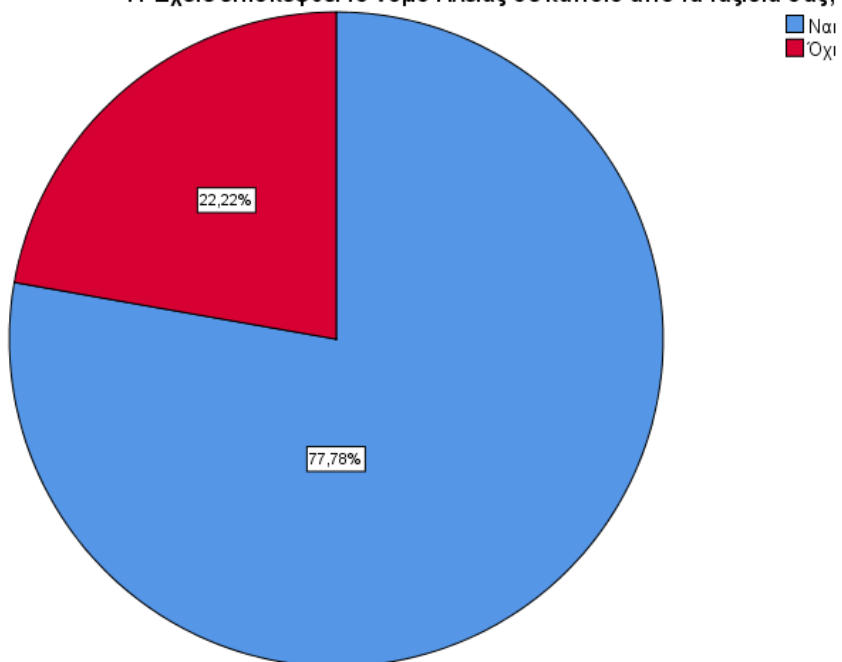
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3-5 φορές	26	28,9	28,9	28,9
	μέχρι 2 φορές	52	57,8	57,8	86,7
	πάνω από 5	12	13,3	13,3	100,0
	Total	90	100,0	100,0	



7. Έχετε επισκεφθεί το νομό Ηλείας σε κάποιο από τα ταξίδια σας;

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ναι	70	77,8	77,8	77,8
	Όχι	20	22,2	22,2	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

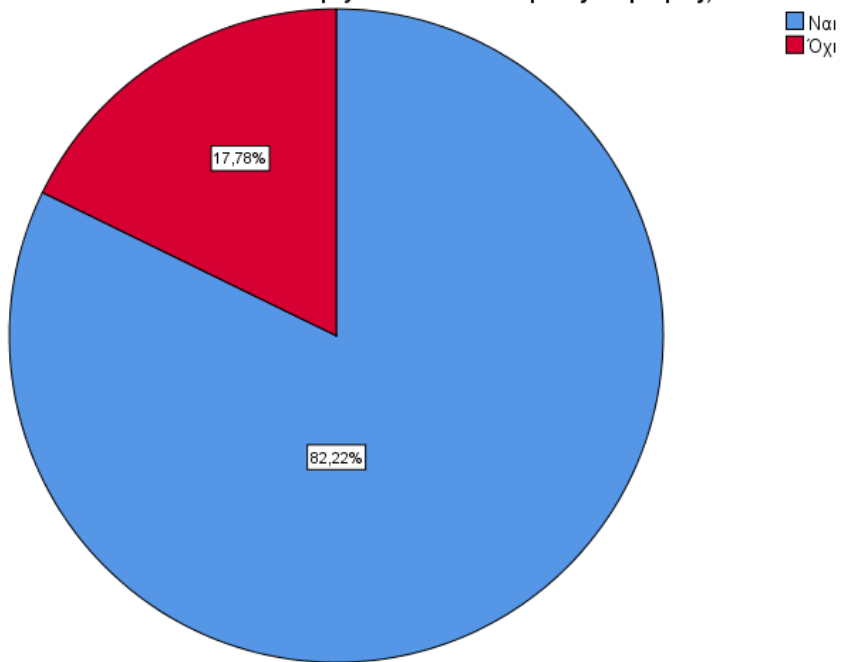
7. Έχετε επισκεφθεί το νομό Ηλείας σε κάποιο από τα ταξίδια σας;



8. Γνωρίζετε τι είναι ο αθλητικός τουρισμός;

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ναι	74	82,2	82,2	82,2
	Όχι	16	17,8	17,8	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

8. Γνωρίζετε τι είναι ο αθλητικός τουρισμός;



9. Ποιο από τα παρακάτω αθλήματα θα σας ωθούσε στο να επισκεφτείτε ένα μέρος;

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Κολύμβηση	1	,6	,6	,6
	Ιππασία	24	14,8	14,8	15,4
	Κάποιο άλλο άθλημα	23	14,2	14,2	29,6

Κολύμβηση	15	9,3	9,3	38,9
Ορειβασία	23	14,2	14,2	53,1
Ποδόσφαιρο	42	25,9	25,9	79,0
Στίβος	12	7,4	7,4	86,4
Σφαιροβολία	1	,6	,6	87,0
Τοξοβολία	11	6,8	6,8	93,8
Windsurfing	10	6,2	6,2	100,0
Total	162	100,0	100,0	

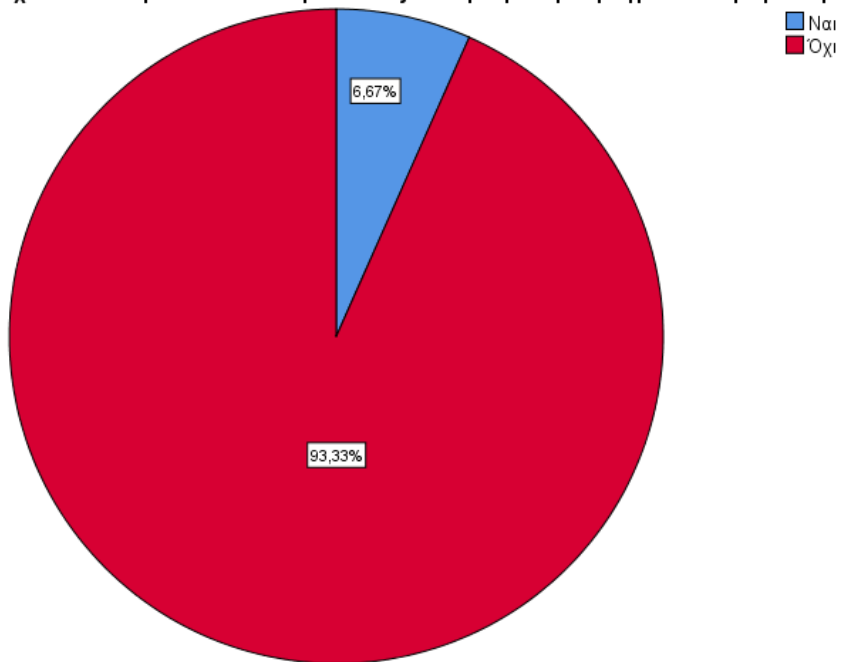


9. Ποιο από τα παρακάτω αθλήματα θα σας ωθούσε στο να επισκεφτείτε ένα μέρος;

10. Έχετε επισκεφθεί ποτέ το νομό Ηλείας καθαρά για την πραγματοποίηση αθλητικού τουρισμού;

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ναι	6	6,7	6,7	6,7
	Όχι	84	93,3	93,3	100,0
Total		90	100,0	100,0	

10. Έχετε επισκεφθεί ποτέ το νομό Ηλείας καθαρά για την πραγματοποίηση αθλητικού τουρισμού;



11.. Αν ναι με ποιο άθλημα ασχοληθήκατε;

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Βόλεϋ	1	1,1	1,1	1,1
	Κανένα	77	85,6	85,6	86,7
	Μπάσκετ	1	1,1	1,1	87,8
	Πεζοπορία	1	1,1	1,1	88,9
	Ποδόσφαιρο	6	6,7	6,7	95,6
	Τέννις	1	1,1	1,1	96,7
	Τοξοβολία	1	1,1	1,1	97,8
	Crossfit	1	1,1	1,1	98,9
	Ping pong	1	1,1	1,1	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

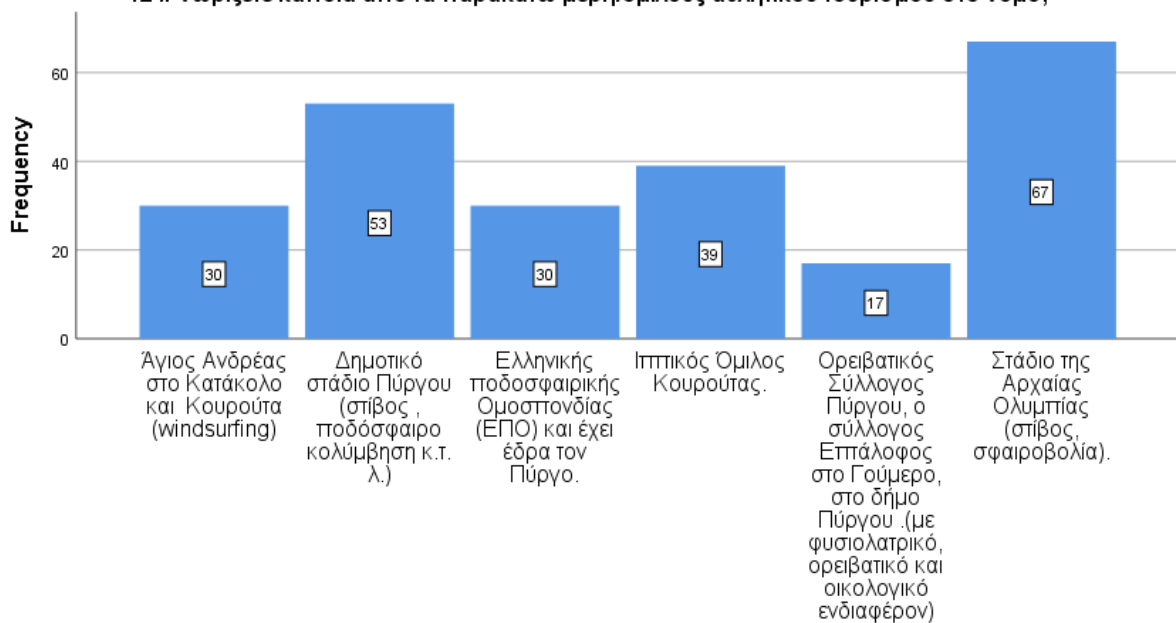


12 .Γνωρίζετε κάποια από τα παρακάτω μέρη/ομίλους αθλητικού τουρισμού στο νομό;

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Άγιος Ανδρέας στο Κατάκολο και Κουρούτα (windsurfing)	30	12,7	12,7	12,7
	Δημοτικό στάδιο Πύργου(στίβος ,ποδόσφαιρο κολύμβηση κ.τ.λ.)	53	22,5	22,5	35,2
	Ελληνικής ποδοσφαιρικής Ομοσπονδίας (ΕΠΟ) και έχει έδρα τον Πύργο.	30	12,7	12,7	47,9
	Ιππικός Όμιλος Κουρούτας.	39	16,5	16,5	64,4

Ορειβατικός Σύλλογος Πύργου, ο σύλλογος Επτάλοφος στο Γούμερο, στο δήμο Πύργου .(με φυσιολατρικό, ορειβατικό και οικολογικό ενδιαφέρον)	17	7,2	7,2	71,6
Στάδιο της Αρχαίας Ολυμπίας (στίβος, σφαιροβολία).	67	28,4	28,4	100,0
Total	236	100,0	100,0	

12 .Γνωρίζετε κάποια από τα παρακάτω μέρη/ομίλους αθλητικού τουρισμού στο νομό;

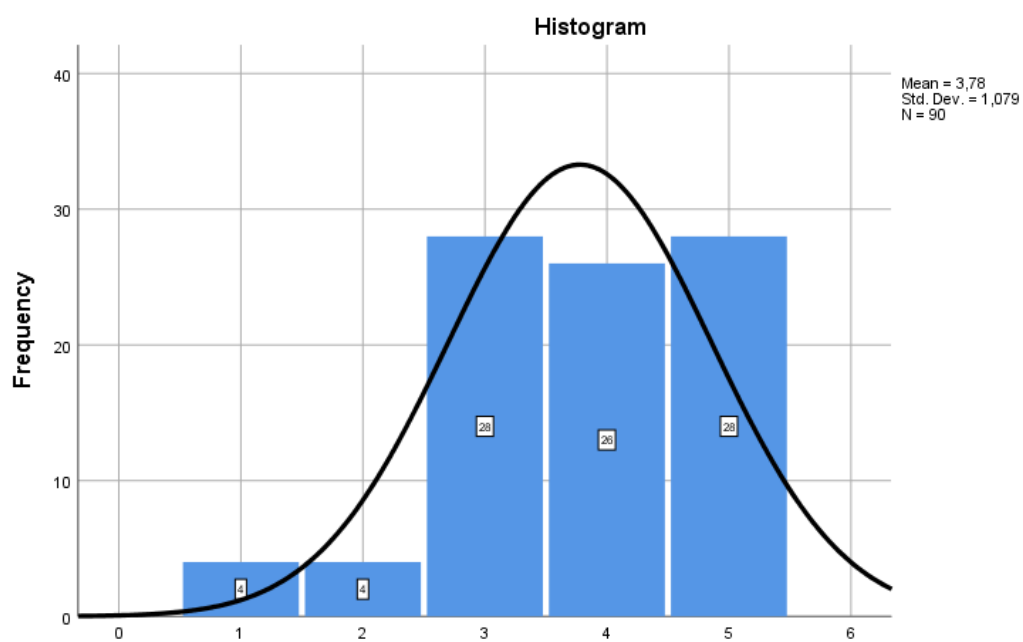


12 .Γνωρίζετε κάποια από τα παρακάτω μέρη/ομίλους αθλητικού τουρισμού στο νομό;

13.Πόσο ικανοποιημένοι έχετε μείνει από την επίσκεψή σας στο νόμο;

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	4	4,4	4,4	4,4

Valid	2	4	4,4	4,4	8,9
	3	28	31,1	31,1	40,0
	4	26	28,9	28,9	68,9
	5	28	31,1	31,1	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

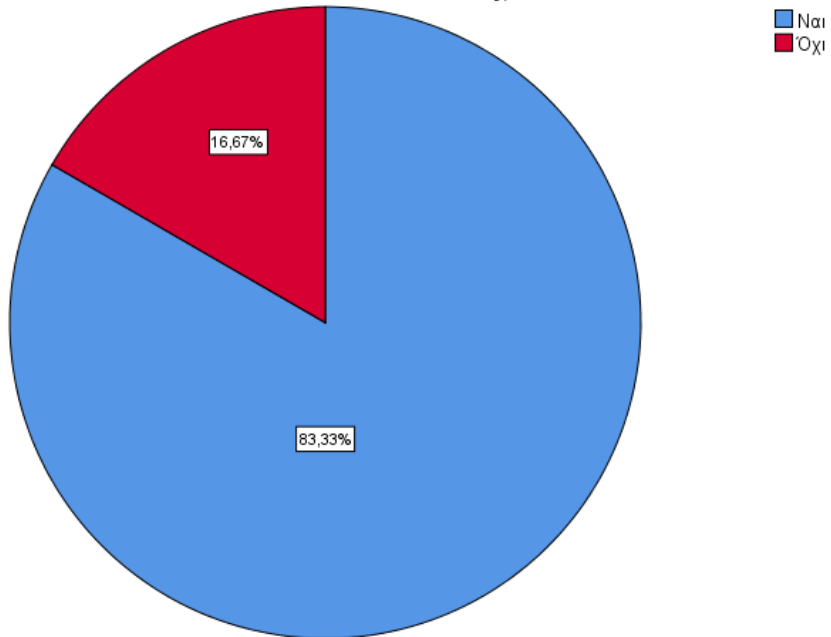


13.Πόσο ικανοποιημένοι έχετε μείνει από την επίσκεψή σας στο νόμο;

14. Θα παροτρύνετε κάποιον φίλο/φίλη ή συγγενή σας να επισκεφθεί κάποιο αθλητικό θέρετρο του νομού Ηλείας;

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ναι	75	83,3	83,3	83,3
	Όχι	15	16,7	16,7	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

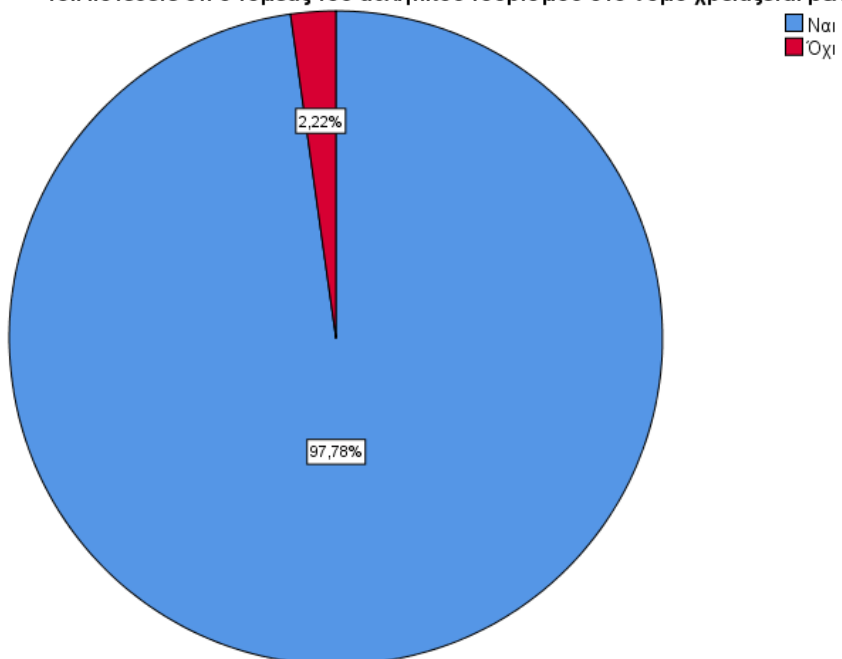
14. Θα παροτρύνετε κάποιον φίλο/φίλη ή συγγενή σας να επισκεφθεί κάποιο αθλητικό θέρετρο του νομού Ηλείας;



15.Πιστεύετε ότι ο τομέας του αθλητικού τουρισμού στο νομό χρειάζεται βελτίωση;

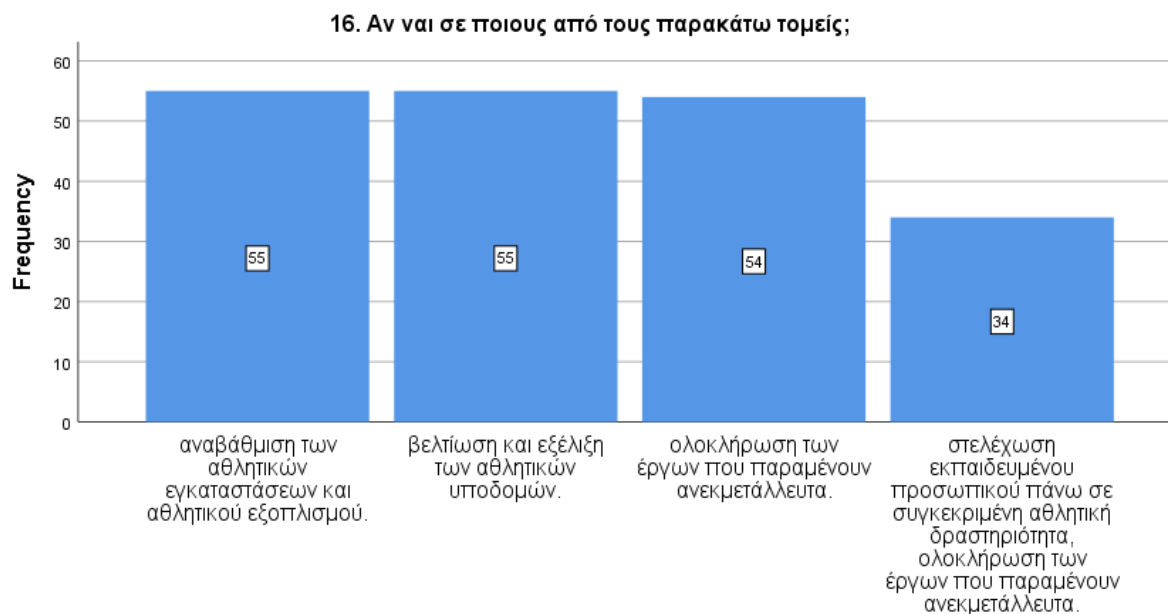
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ναι	88	97,8	97,8	97,8
	Όχι	2	2,2	2,2	100,0
Total		90	100,0	100,0	

15.Πιστεύετε ότι ο τομέας του αθλητικού τουρισμού στο νομό χρειάζεται βελτίωση;



16. Αν ναι σε ποιους από τους παρακάτω τομείς;

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	αναβάθμιση των αθλητικών εγκαταστάσεων και αθλητικού εξοπλισμού.	55	27,8	27,8	27,8
	βελτίωση και εξέλιξη των αθλητικών υποδομών.	55	27,8	27,8	55,6
	ολοκλήρωση των έργων που παραμένουν ανεκμετάλλευτα.	54	27,3	27,3	82,8
	στελέχωση εκπαιδευμένου προσωπικού πάνω σε συγκεκριμένη αθλητική δραστηριότητα, ολοκλήρωση των έργων που παραμένουν ανεκμετάλλευτα.	34	17,2	17,2	100,0
	Total	198	100,0	100,0	



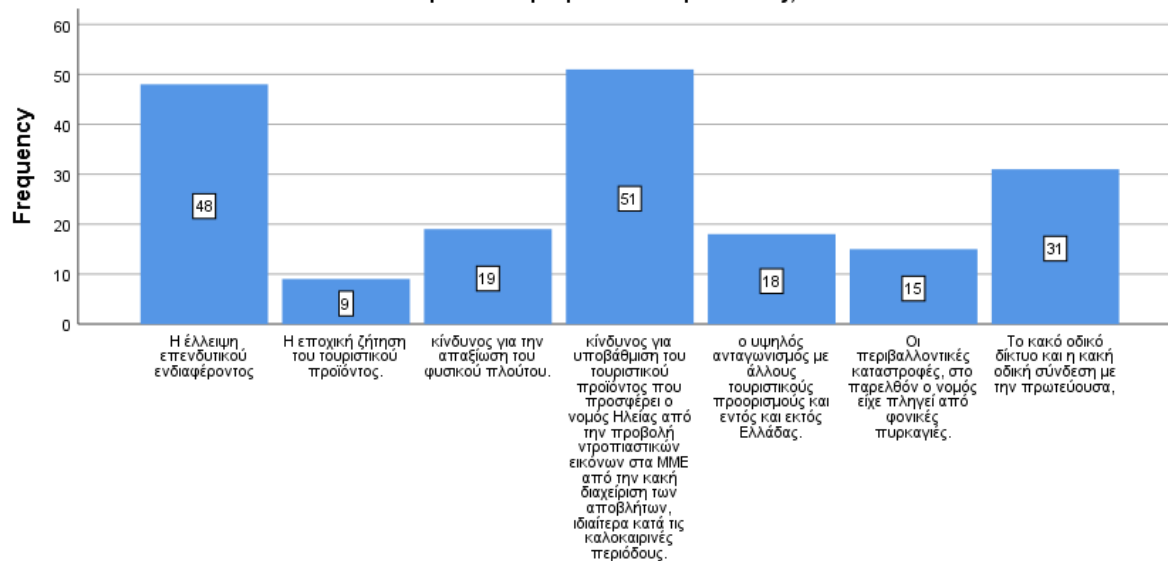
16. Αν ναι σε ποιους από τους παρακάτω τομείς;

17. Ποιοι από τους παρακάτω λόγους πιστεύετε ότι μπορούν να λειτουργήσουν ως απειλή στην αύξηση του αθλητικού τουρισμού στο νομό Ηλείας;

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Η έλλειψη επενδυτικού ενδιαφέροντος	48	25,1	25,1	25,1
	Η εποχική ζήτηση του τουριστικού προϊόντος.	9	4,7	4,7	29,8
	κίνδυνος για την απαξίωση του φυσικού πλούτου.	19	9,9	9,9	39,8

κίνδυνος για υποβάθμιση του τουριστικού προϊόντος που προσφέρει ο νομός Ηλείας από την προβολή ντροπιαστικών εικόνων στα ΜΜΕ από την κακή διαχείριση των αποβλήτων, ιδιαίτερα κατά τις καλοκαιρινές περιόδους.	51	26,7	26,7	66,5
ο υψηλός ανταγωνισμός με άλλους τουριστικούς προορισμούς και εντός και εκτός Ελλάδας.	18	9,4	9,4	75,9
Οι περιβαλλοντικές καταστροφές, στο παρελθόν ο νομός είχε πληγεί από φονικές πυρκαγιές.	15	7,9	7,9	83,8
Το κακό οδικό δίκτυο και η κακή οδική σύνδεση με την πρωτεύουσα,	31	16,2	16,2	100,0
Total	191	100,0	100,0	

17 .Ποιοι από τους παρακάτω λόγους πιστεύετε ότι μπορούν να λειτουργήσουν ως απειλή στην αύξηση του αθλητικού τουρισμού στο νομό Ηλείας;

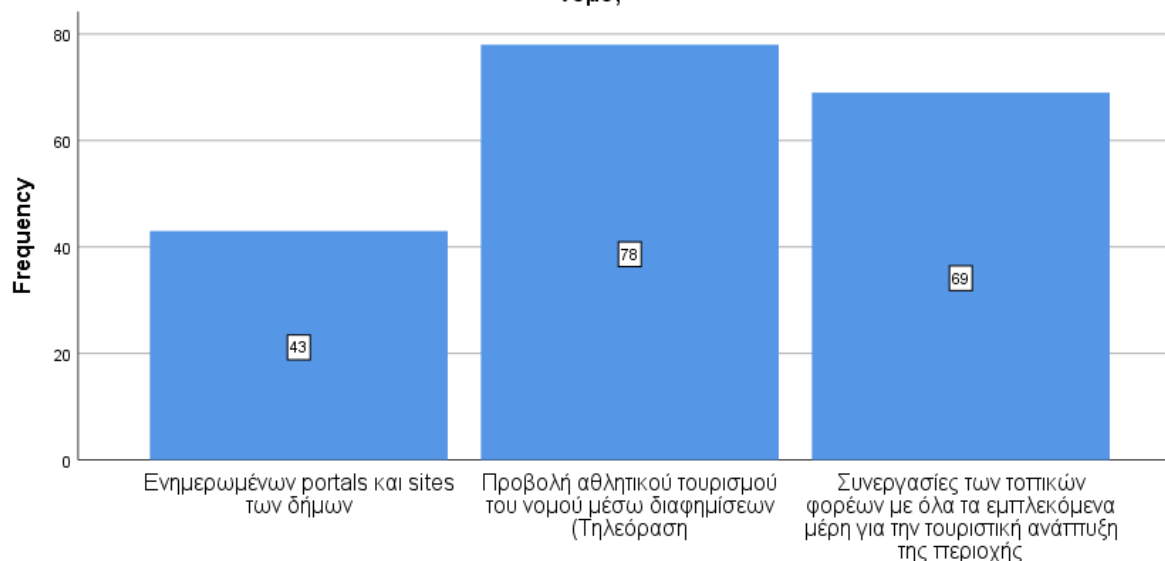


17 .Ποιοι από τους παρακάτω λόγους πιστεύετε ότι μπορούν να λειτουργήσουν ως απειλή στην αύξηση του αθλητικού τουρισμού στο νομό Ηλείας;

18. Με ποιες από τις παρακάτω προτάσεις συμφωνείτε ως προς την ανάδειξη του αθλητικού τουρισμού στο νομό;

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ενημερωμένων portals και sites των δήμων	43	22,6	22,6	22,6
	Προβολή αθλητικού τουρισμού του νομού μέσω διαφημίσεων(Τηλεόραση	48	25,3	25,3	47,9
	Ραδιόφωνο Ταξιδιωτική μπροσούρα Κινηματογραφική διαφήμιση)	30	15,8	15,8	63,7
	Συνεργασίες των τοπικών φορέων με όλα τα εμπλεκόμενα μέρη για την τουριστική ανάπτυξη της περιοχής,	69	36,3	36,3	100,0
	Total	190	100,0	100,0	

18. Με ποιες από τις παρακάτω προτάσεις συμφωνείτε ως προς την ανάδειξη του αθλητικού τουρισμού στο νομό;



18. Με ποιες από τις παρακάτω προτάσεις συμφωνείτε ως προς την ανάδειξη του αθλητικού τουρισμού στο νομό;

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Σύμφωνα με τις απαντήσεις των ερωτηθέντων και με βάση την ειλικρίνεια τους ως προς τις απαντήσεις, τα δεδομένα επεξεργάστηκαν και δημιουργήθηκαν τα αντίστοιχα διαγράμματα και πίνακες. Με βάση αυτά και την βιβλιογραφική ανασκόπηση από έγκυρες πηγές έγιναν κάποιες παρατηρήσεις.

Ως προς το ερωτηματολόγιο παρατηρήθηκαν τα εξής:

Οι περισσότεροι από τους ερωτηθέντες είναι γυναίκες με ποσοστό 66,22%.

Ως προς την ηλικία οι περισσότεροι είναι μεταξύ 18 – 35 ετών.

Το 68,89% είναι απόφοιτοι τριτοβάθμιας εκπαίδευσης.

Το 80% είναι άγαμοι.

Το 50% είναι υπάλληλοι, το 28,89% είναι ιδιώτες και το 21,11% είναι ιδιώτες.

Το 57,78% πάνε εκδρομές μέχρι δύο φορές το χρόνο, το 28,89% 3 – 5 και το 13,33% πάει πάνω από 5 φορές.

Το 77,78% δεν έχουν επισκεφθεί το Νομό Ηλείας.

Το 82,22% γνωρίζει τι είναι ο αθλητικός τουρισμός.

Τα αθλήματα που θα ωθούσαν κάποιον να επισκεφτεί το νομό ηλείας είναι, το ποδόσφαιρο, η Ιπασσία, η Ορειβασία ή κάποιο άλλο άθλημα.

Σχεδόν κανένας δεν έχει επισκεφθεί το Νομό Ηλείας καθαρά για την πραγματοποίηση αθλητικού τουρισμού.

Το 67% γνωρίζει το Στάδιο της Αρχαίας Ολυμπίας, το 53% το Δημοτικό στάδιο του Πύργου, το 39% τον Ιππικό Όμιλο Κουρούτας, το 30% τον Άγιο Ανδρέα και την ΕΠΟ Πύργου.

Όσο αφορά την επίσκεψη στον Νομό οι ερωτώμενοι έχουν μείνει αρκετά έως πάρα πολύ ικανοποιημένοι.

Το 83,33% θα παρότρυνε κάποιον φίλο να επισκευτεί το Νομό Ηλείας.

Σχεδόν όλοι πιστεύουν ότι ο τομέας του αθλητικού τουρισμού χρειάζεται βελτίωση στο Νομό Ηλείας, στη βελτίωση και εξέλιξη των αθλητικών υποδομών, στην αναβάθμιση των αθλητικών εγκαταστάσεων και αθλητικού εξοπλισμού, στη στελέχωση εκπαιδευμένου προσωπικού πάνω σε συγκεκριμένη αθλητική δραστηριότητα και στην ολοκλήρωση των έργων που παραμένουν ανεκμετάλλευτα.

Οι λόγοι όπου πιστεύεται ότι μπορούν να λειτουργήσουν ως απειλή στην αύξηση του αθλητικού τουρισμού στο νομό Ηλείας είναι ο κίνδυνος για υποβάθμιση του τουριστικού προϊόντος που προσφέρει ο νομός Ηλείας από την προβολή ντροπιαστικών εικόνων στα ΜΜΕ από την κακή διαχείριση των αποβλήτων, ιδιαίτερα κατά τις καλοκαιρινές περιόδους, η έλλειψη επενδυτικού ενδιαφέροντος και το κακό οδικό δίκτυο και η κακή οδική σύνδεση με την πρωτεύουσα.

Στην ερώτηση με ποιες από τις παρακάτω προτάσεις συμφωνείτε ως προς την ανάδειξη του αθλητικού τουρισμού στο νομό, οι ερωτώμενοι απάντησαν προβολή αθλητικού τουρισμού του νομού μέσω διαφημίσεων (Τηλεόραση Ραδιόφωνο Ταξιδιωτική μπροσούρα Κινηματογραφική διαφήμιση) (78), συνεργασίες των τοπικών φορέων με όλα τα εμπλεκόμενα μέρη για την τουριστική ανάπτυξη της περιοχής (69) και ενημερωμένων portals και sites των δήμων (43).

Γενικά ο τουρισμός, σαν κλάδος οικονομικής δραστηριότητας, μπορεί κάτω από προϋποθέσεις να αποτελέσει σημαντικότατο παράγοντα οικονομικής ανάπτυξης ή μεγέθυνσης. Η τουριστική πολιτική πρέπει να έχει στο επίκεντρό της τον άνθρωπο. Η διεθνής πρακτική έχει αποδείξει ότι για πολλά κράτη και ιδιαίτερα για τα αναπτυσσόμενα, ο τουρισμός αναμφίβολα αποτελεί αν όχι την αξιολογότερη, σίγουρα μια από τις αξιολογότερες συναλλαγατοφόρες πηγές τους. Το σημαντικότερο είναι ότι ο τουρισμός μπορεί και δημιουργεί θέσεις εργασίας

Ο τουρισμός, σαν κλάδος οικονομικής δραστηριότητας, αναμφισβήτητα αποτελεί σημαντικό παράγοντα οικονομικής ανάπτυξης ή μεγέθυνσης, πλην όμως θα πρέπει να δίνεται εντελώς ιδιαίτερη προσοχή στη θέση που λαμβάνει αυτός ανάμεσα στους άλλους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας, στο πλαίσιο της γενικότερης προσπάθειας για οικονομοκοινωνική ανάπτυξη ή μεγέθυνση ενός κράτους.

Επίσης σε ό,τι αφορά στη διαμόρφωση του κλάδου της τουριστικής οικονομίας μελετά τις ιδιαίτερες οικονομικές σχέσεις που δημιουργούνται και αναπτύσσονται τόσο κατά την παραγωγή όσο και κατά την κατανάλωση και χρήση τουριστικών προϊόντων σε ορισμένο τόπο και χρόνο, αυτή σύμφωνα με όλες τις ενδείξεις κάθε άλλο παρά συμπτωματική ή αυθαίρετη υπήρξε.

Σημαντική παράμετρος αποτελεί η εποχικότητα, καθώς τα περισσότερα μέρη είναι επισκέψιμα κυρίως εκμεταλλευόμενα τις καιρικές συνθήκες και το κλίμα.

Η τοπική αυτοδιοίκηση έχει την δυνατότητα να συμβάλλει στην τουριστική ανάπτυξη μιας χωρικής ενότητας αν ενσωματώσει στις πολιτικές της, την οργάνωση του τόπου υποδοχής, την τουριστική πληροφόρηση ,την προβολή - προώθηση και εμπορικοποίηση των τουριστικών προϊόντων και τον τομέα της αναψυχής.

Γενικά ο τουρισμός χωρίζεται σε μαζικό και εναλλακτικό. Ο εναλλακτικός κερδίζει όλο και περισσότερο έδαφος, και είναι λογικό, διότι απευθύνεται σε συγκεκριμένες ομάδες και προσφέρει μια πληθώρα δραστηριοτήτων, ανάλογα με την αρέσκεια του καθενός.

Μια κατηγορία αυτού αποτελεί ο αθλητικός τουρισμός, όπου οι πρώτες αναφορές του αθλητισμού στην Ελλάδα ξεκινάνε στην περίοδο του Μινωικού και Μυκηναϊκού πολιτισμού όπως προκύπτει από παραστάσεις σε αγγεία, και ο σύγχρονος αθλητισμός γεννήθηκε στην Αγγλία

Οι πέντε μορφές αθλητικού που προκύπτουν από τον ορισμό και συναντώνται στην Ελλάδα, είναι:

- 1) Προπονητικός τουρισμός/ επαγγελματικές ομάδες
- 2) παρακολούθηση - θέαση γεγονότων
- 3) συμμετοχή σε μεγάλα γεγονότα
- 4) υπαίθριες δραστηριότητες
- 5) άθληση ψυχαγωγία ξενοδοχείων

Ο νομός Ηλείας παρόλο που στην αρχαία Ελλάδα φιλοξενούσε την μεγαλύτερη διοργάνωση αθλητισμού, στον τότε γνωστό κόσμο, εννοώντας τους αρχαίους Ολυμπιακούς αγώνες, στην σύγχρονη Ελλάδα δεν υπάρχει κάτι παρόμοιο. Θεωρείται ότι ο Νομός Ηλείας θα μπορούσε να επενδύσει περισσότερο στον αθλητικό τουρισμό, καθώς διαθέτει αξιόλογη γεωγραφική θέση, ώστε να φιλοξενήσει αθλητικές δραστηριότητες με επιτυχία και να αποτελέσουν πόλο έλξης ενδιαφερομένων.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

agrinosite.gr. (2021). *Θρησκευτικού Τουρισμού & Προσκυνηματικών Περιηγήσεων*. Ανάκτηση 03 13, 2021, από agrinosite.gr: <https://www.agrinosite.gr/wp-content/uploads/2018/09/%CE%98%CE%A1%CE%97%CE%A3%CE%9A%CE%95%CE%A5%CE%A4%CE%99%CE%9A%CE%9F%CE%A3-%CE%A4%CE%9F%CE%A5%CE%A1%CE%99%CE%A3%CE%9C%CE%9F%CE%A3.pdf>

Beau, B. (1992). *Developpement et aménagement touristique*. Breal: Rosny.

Butler, R. (1990). *Alternative tourism: pious hope or Trojan Horse?* Journal of Travel Research.

Cohen, E. (1972). *Towards a sociology of international tourism*.

discovergreece.com. (2021). *Θρησκευτικός τουρισμός στην Ελλάδα*. Ανάκτηση 03 13, 2021, από discovergreece.com: <https://www.discovergreece.com/el/travel-ideas/cover-story/most-important-religious-sites-greece>

Durant, H., Gouirand, P., & Spindier, J. (1994). *Economie et politique du tourisme*. Paris: L.G.D.J.

Eadington, R., & Smith, V. (1992). *Tourism Alternatives: Potentials and Problems in the Development of Tourism*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.

emfietzi.wordpress.com. (2013, 06 12). *Ο πολιτιστικός τουρισμός τα τελευταία χρόνια κατέχει μια σημαντική θέση στον τομέα της πολιτιστικής πολιτικής. -Εξετάστε την έννοια του πολιτιστικού τουρισμού και αναφερθείτε στις επιπτώσεις που μπορεί να έχει στην κοινωνική και οικονομική ανάπτυξη ενός τ.* Ανάκτηση 03 13, 2021, από emfietzi.wordpress.com: <https://emfietzi.wordpress.com/2013/06/12/%CE%BF-%CF%80%CE%BF%CE%BB%CE%B9%CF%84%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%B9%CE%BA%CF%8C%CF%82-%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82-%CF%84%CE%B1-%CF%84%CE%B5%CE%BB%CE%B5%CF%85%CF%84%CE%B1%CE%AF/>

Η συμβολή του Τουρισμού στην ελληνική οικονομία το 2019. (2022). Ανάκτηση από ΙΝΣΕΤΕ: https://insete.gr/wp-content/uploads/2020/09/20_09_Tourism_and_Greek_Economy_2018-2019.pdf

insider.gr. (2017, 09 08). *Ο αθλητικός τουρισμός μπορεί και πρέπει να παίζει σημαντικό ρόλο*. Ανάκτηση 03 13, 2021, από insider.gr: <https://www.insider.gr/apopseis/arthrografia/60212/o-athlitikos-toyrismos-mporei-kai-prepei-na-paixei-simantiko-rolo>

- kalogritsasinsurance*. (2020). Ανάκτηση από *kalogritsasinsurance*: https://www.kalogritsasinsurance.gr/blog_asfalistika_nea_kalogritsas/105-%CE%BC%CE%B9%CE%B1-%CE%B1%CE%B8%CE%BB%CE%B7%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AE-%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%BF%CF%81%CE%B9%CE%BA%CE%AE-%CE%B1%CE%BD%CE%B1%CE%B4%CF%81%CE%BF%CE%BC%CE%AE-%CE%BF%CE%BB%CF%
- pemptousia*. (2018, 5 23). Ανάκτηση από *pemptousia*: <https://www.pemptousia.gr/2018/05/to-idaniko-tou-teliou-somatos-ston-athlismo-ke-stin-orthodoxi-paradosi/>
- serresbiz*. (2003, 6 6). Ανάκτηση από *serresbiz*: <http://www.serresbiz.com/bic/el/events/CD-conf-2003/TOURISM/2/6-8.htm>
- sites.google.com*. (2021). *Θρησκευτικός τουρισμός*. Ανάκτηση 03 13, 2021, από *sites.google.com*: <https://sites.google.com/site/toyrismarket15/threskeutikos-tourismos>
- thessalonikiartsandculture.gr*. (2021). *Ακρόπολη – Παρθενώνας: η απόλυτη αρμονία και το κάλλος*. Ανάκτηση 03 13, 2021, από *thessalonikiartsandculture.gr*: <https://www.thessalonikiartsandculture.gr/blog/teknopersona/akropoli-parthenonas-i-apolyti-armonia-kai-to-kallos/>
- Tinard, Y. (1992). *Le tourisme. Economie et management*. Mc Graw - Hill, Paris.
- unwto*. (2020, 5 21). Ανάκτηση από *unwto*: <https://www.unwto.org/world-sports-tourism-congress>
- Whelan, J. P., Meyers, A. W., & Donovan, C. *Competitive recreational athletes: a multisystematic model*. Human Kinetics Publishers.
- WWF. (2013). *Γαλάζια Ανάπτυξη στη Μεσόγειο: Η πρόκληση της καλής περιβαλλοντικής*. MED Programme.
- Yiannakis A. & Gibson H. (2002). *Annals of tourism research*.
- Ανδριώτης, Κ. (2003). *Ο εναλλακτικός τουρισμός και τα διαφοροποιητικά χαρακτηριστικά του*. ISSN 1105-3267: Επιθεώρηση Χωρικής Ανάπτυξης, Σχεδιασμού & Περιβάλλοντος.
- Ανέλιξη. (2020, 10 17). *NOMOS 4582-2018. Θεματικός τουρισμός – Ειδικές μορφές τουρισμού*. Ανάκτηση 03 13, 2021, από Ανέλιξη: <https://anelixi.eu/nomos-4582-2018-thematikos-toyrismos-eidikes-morfes-toyris moy/>
- Βαρβαρέσος, Σ. (1999). *Τουριστική Ανάπτυξη Και Διοικητική Αποκέντρωση*. Αθήνα: Προπομπός.
- Βικιπαιδεία. (2021, 03 05). *Πολιτιστικός τουρισμός*. Ανάκτηση 03 13, 2021, από Βικιπαιδεία: https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A0%CE%BF%CE%BB%CE%B9%CF%84%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%B9%CE%BA%CF%8C%CF%82_%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82

- Γαργαλιάνος, Δ. (1998). *Αθλητισμός και Εξωτερική Πολιτική*. Αθήνα: Παπαζήση.
- Ελένη Γλυσιά. (2003, 06 06). *serresbiz*. Ανάκτηση από serresbiz: <http://www.serresbiz.com/bic/el/events/CD-conf-2003/TOURISM/2/6-8.htm>
- ΕΟΤ. (2014, 5 14). *Μελέτη Τουριστικής Ανάπτυξης Περιφέρειας Δυτικής Ελλάδας*. Ανάκτηση από https://www.hhf.gr/wp-content/uploads/2014/05/perilipsi_dytik_ellada.pdf
- Ηγουμενάκης, Ν. Γ. (1997). *Τουριστική Οικονομία*. Αθήνα: Interbooks.
- Ηγουμενάκης, Ν. Γ. (1999). *Τουριστική Πολιτική*. Αθήνα: Interbooks.
- Ηγουμενάκης, Ν. (2000). *Τουρισμός και ανάπτυξη*.
- Ινστιτούτο ΣΕΤΕ. (2020, 10). *Στατιστικό δελτίο, Νο 64*. Ανάκτηση 05 15, 2021, από Ινστιτούτο ΣΕΤΕ: https://insete.gr/wp-content/uploads/2020/10/Bulletin_2010-1.pdf
- Κοκκώσης, Χ., Τσάρτας, Π., & Γκρίμπα, Ε. (2011). *Ειδικές & εναλλακτικές μορφές τουρισμού*. Αθήνα: Κριτική.
- Κουκάκης, Θ. (2019, 01 01). *Έτος προκλήσεων το 2019 για τον ελληνικό τουρισμό*. Ανάκτηση από CNN Greece: <https://www.cnn.gr/oikonomia/story/160224/protoxronia-etos-prokliseon-to-2019-gia-ton-elliniko-toyrismo>
- ΚΤΕΛ Ηλείας. (2017, 01 09). *Ιαματικά Λουτρά λίμνης Καϊάφα*. Ανάκτηση 03 13, 2021, από ΚΤΕΛ Ηλείας: <https://www.ktelileias.gr/iamatika-loutra-limni-kaiafa/>
- Λαζανάκη, Γ. Π. (2013, 09 04). *apothesis*. Ανάκτηση από apothesis: <https://apothesis.lib.teicrete.gr/handle/11713/7435>
- Λαλούμης, Δ., & Ρούπας, Β. Χ. (1998). *Διοίκηση τουριστικών επιχειρήσεων*. Αθήνα: Σταμούλης.
- Λύτρας, Π. (1998). *Κοινωνιολογία του Τουρισμού*. Αθήνα: Interbooks.
- Μαντζουράνη Καλλιόπη, Τ. Χ. (2008, 2 28). *apothesis*. Ανάκτηση από apothesis: <https://apothesis.lib.teicrete.gr/handle/11713/7128>
- Παπαδημητράκης, Γ. (2021). *Ιαματικός τουρισμός: μια εναλλακτική μορφή με σημαντικές προοπτικές στην Ελλάδα*. Ανάκτηση 03 13, 2021, από taxhorizon.club: <http://www.taxhorizon.club/el/%CE%B1%CF%81%CE%B8%CF%81%CE%BF%CE%B3%CF%81%CE%B1%CF%86%CE%AF%CE%B1-7/%CE%B1%CF%81%CE%B8%CF%81%CE%BF%CE%B3%CF%81%CE%B1%CF%86%CE%AF%CE%B1-69/%CE%B9%CE%B1%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B9%CE%BA%CF%8C%CF%82-%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%>
- Πολύζος, Σ. (2015). *Αστική ανάπτυξη*. Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική ΑΕ.

Σκάγια, Β. (2020, 01 23).

<http://www.fedhatta.gr/el/%CF%80%CE%BF%CE%BB%CE%B9%CF%84%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%B9%CE%BA%CF%8C%CF%82-%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82-%CE%B2%CE%B9%CF%8E%CF%83%CE%B9%CE%BC%CE%BF%CF%82-%CF%84%CE%BF%CF%85/>. Ανάκτηση 03 13, 2021, από Πολιτιστικός τουρισμός, βιώσιμος τουρισμός:

<http://www.fedhatta.gr/el/%CF%80%CE%BF%CE%BB%CE%B9%CF%84%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%B9%CE%BA%CF%8C%CF%82-%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82-%CE%B2%CE%B9%CF%8E%CF%83%CE%B9%CE%BC%CE%BF%CF%82-%CF%84%CE%BF%CF%85/>

Ανάκτηση 03 13, 2021, από Πολιτιστικός τουρισμός, βιώσιμος τουρισμός:

<http://www.fedhatta.gr/el/%CF%80%CE%BF%CE%BB%CE%B9%CF%84%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%B9%CE%BA%CF%8C%CF%82-%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82-%CE%B2%CE%B9%CF%8E%CF%83%CE%B9%CE%BC%CE%BF%CF%82-%CF%84%CE%BF%CF%85/>

<http://www.fedhatta.gr/el/%CF%80%CE%BF%CE%BB%CE%B9%CF%84%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%B9%CE%BA%CF%8C%CF%82-%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82-%CE%B2%CE%B9%CF%8E%CF%83%CE%B9%CE%BC%CE%BF%CF%82-%CF%84%CE%BF%CF%85/>

<http://www.fedhatta.gr/el/%CF%80%CE%BF%CE%BB%CE%B9%CF%84%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%B9%CE%BA%CF%8C%CF%82-%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82-%CE%B2%CE%B9%CF%8E%CF%83%CE%B9%CE%BC%CE%BF%CF%82-%CF%84%CE%BF%CF%85/>

Σουρμελίδης, Γ. (2017, 06 08). *Θρησκευτικός τουρισμός και επιχειρηματικότητα από το Επιμελητήριο ν. Τρικάλων*. Ανάκτηση 03 13, 2021, από [meteora24.gr](http://www.meteora24.gr): <https://www.meteora24.gr/%CE%B8%CF%81%CE%B7%CF%83%CE%BA%CE%B5%CF%85%CF%84%CE%B9%CE%BA%CF%8C%CF%82-%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82-%CE%BA%CE%B1%CE%B9-%CE%B5%CF%80%CE%B9%CF%87%CE%B5%CE%B9%CF%81%CE%B7/>

<https://www.meteora24.gr/%CE%B8%CF%81%CE%B7%CF%83%CE%BA%CE%B5%CF%85%CF%84%CE%B9%CE%BA%CF%8C%CF%82-%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82-%CE%BA%CE%B1%CE%B9-%CE%B5%CF%80%CE%B9%CF%87%CE%B5%CE%B9%CF%81%CE%B7/>

<https://www.meteora24.gr/%CE%B8%CF%81%CE%B7%CF%83%CE%BA%CE%B5%CF%85%CF%84%CE%B9%CE%BA%CF%8C%CF%82-%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82-%CE%BA%CE%B1%CE%B9-%CE%B5%CF%80%CE%B9%CF%87%CE%B5%CE%B9%CF%81%CE%B7/>

Τουριστική Οικονομία 1997 Αθήνα Interbooks

Υπουργείο Τουρισμού. (2018, 06 12). Ανάκτηση από Υπουργείο Τουρισμού: (<http://www.opengov.gr/tourism/?p=1447>)

Υπουργείο Τουρισμού. (2018, 06 12). *Άρθρο 05 – Αθλητικός Τουρισμός*. Ανάκτηση 03 13, 2021, από Υπουργείο Τουρισμού - Δικτυακός τόπος διαβούλευσης: <http://www.opengov.gr/tourism/?p=1447>

Υφαντίδου, Γ. (2009). *Ιδρυματικό Αποθετήριο Πανεπιστημίου Θεσσαλίας*. Ανάκτηση από Ιδρυματικό Αποθετήριο Πανεπιστημίου Θεσσαλίας : <https://ir.lib.uth.gr/xmlui/handle/11615/77>

Χουρδάκης, Α. (2013, 07 30). *apothesis*. Ανάκτηση από [apothesis](https://apothesis.lib.teicrete.gr/handle/11713/7444): <https://apothesis.lib.teicrete.gr/handle/11713/7444>

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

Ερωτηματολόγιο

1. Φύλο:

- Άνδρας
- Γυναίκα

2. Ηλικία:

- κάτω των 18
- 18-25
- 26-35
- 36-45
- άνω των 46

3. Μορφωτικό επίπεδο: απόφοιτος/η

- Γυμνάσιο
- Λύκειο
- Τριτοβάθμια

4. Οικογενειακή κατάσταση:

- Άγαμος/η
- Έγγαμος/η
- Διαζευγμένος/η

5. Επάγγελμα:

- Ιδιώτης
- Υπάλληλος
- Άνεργος

6. Πόσες φορές το χρόνο πραγματοποιείτε εκδρομές;

- μέχρι 2 φορές
- 3-5 φορές

πάνω από 5

7. Έχετε επισκεφθεί το νομό Ηλείας σε κάποιο από τα ταξίδια σας;

Ναι

Όχι

8. Γνωρίζεται τι είναι ο αθλητικός τουρισμός;

Ναι

Όχι

9. Ποιό από τα παρακάτω αθλήματα θα σας ωθούσε στο να επισκεφτείτε ένα μέρος;

Στίβος

Ποδόσφαιρο

Τοξοβολία

Σφαιροβολία

Κολύμβηση

Windsurfing

Ιππασία

Ορειβασία

Κάποιο άλλο άθλημα

10. Έχετε επισκεφθεί ποτέ το νομό Ηλείας καθαρά για την πραγματοποίηση αθλητικού τουρισμού;

Ναι

Όχι

11.. Αν ναι με ποιο άθλημα ασχοληθήκατε;

.....

12 .Γνωρίζεται κάποια από τα παρακάτω μέρη/ομίλους αθλητικού τουρισμού στο νομό;

Στάδιο της Αρχαίας Ολυμπίας (στίβος, σφαιροβολία).

Δημοτικό στάδιο Πύργου(στίβος ,ποδόσφαιρο κολύμβηση κ.τ.λ.)

- Άγιος Ανδρέας στο Κατάκολο και Κουρούτα (windsurfing)
- Ιππικός Όμιλος Κουρούτας.
- Ορειβατικός Σύλλογος Πύργου, ο σύλλογος Επτάλοφος στο Γούμερο, στο δήμο Πύργου (με φυσιολατρικό, ορειβατικό και οικολογικό ενδιαφέρον)
- Ελληνικής ποδοσφαιρικής Ομοσπονδίας (ΕΠΟ) και έχει έδρα τον Πύργο.

13. Έχετε μείνει ικανοποιημένοι από την επίσκεψή σας στο νόμο;

- Καθόλου
- λίγο
- αρκετά

14. Θα παροτρύνετε κάποιον φίλο\φίλη ή συγγενή σας να επισκεφθεί κάποιο αθλητικό θέρετρο του νομού Ηλείας;

- Ναι
- Όχι

15. Πιστεύεται ότι ο τομέας του αθλητικού τουρισμού στο νομό χρειάζεται βελτίωση;

- Ναι
- Όχι
- Ίσως

16. Αν ναι σε ποιους από τους παρακάτω τομείς;

- βελτίωση και εξέλιξη των αθλητικών υποδομών.
- αναβάθμιση των αθλητικών εγκαταστάσεων και αθλητικού εξοπλισμού.
- στελέχωση εκπαιδευμένου προσωπικού πάνω σε συγκεκριμένη αθλητική δραστηριότητα
- ολοκλήρωση των έργων που παραμένουν ανεκμετάλλευτα.

17. Ποιοι από τους παρακάτω λόγους πιστεύεται ότι μπορούν να λειτουργήσουν ως απειλή στην αύξηση του αθλητικού τουρισμού στο νομό Ηλείας;

- κίνδυνος για την απαξίωση του φυσικού πλούτου
- κίνδυνος για υποβάθμιση του τουριστικού προϊόντος που προσφέρει ο νομός Ηλείας από την προβολή ντροπιαστικών εικόνων στα ΜΜΕ από την κακή διαχείριση των αποβλήτων, ιδιαίτερα κατά τις καλοκαιρινές περιόδους.
- ο υψηλός ανταγωνισμός με άλλους τουριστικούς προορισμούς και εντός και εκτός Ελλάδας.
- Η έλλειψη επενδυτικού ενδιαφέροντος
- Η εποχική ζήτηση του τουριστικού προϊόντος.
- Το κακό οδικό δίκτυο και η κακή οδική σύνδεση με την πρωτεύουσα,
- Οι περιβαλλοντικές καταστροφές, στο παρελθόν ο νομός είχε πληγεί από φονικές πυρκαγιές.
- όλα τα παραπάνω.

18. Με ποιες από τις παρακάτω προτάσεις συμφωνείτε ως προς την ανάδειξη του αθλητικού τουρισμού στο νομό;

- συνεργασίες των τοπικών φορέων με όλα τα εμπλεκόμενα μέρη για την τουριστική ανάπτυξη της περιοχής,
- ενημερωμένων portals και sites των δήμων
- προβολή αθλητικού τουρισμού του νομού μέσω διαφημίσεων(Τηλεόραση
Ραδιόφωνο Ταξιδιωτική μπροσούρα Κινηματογραφική διαφήμιση)