

**ΑΝΩΤΑΤΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΕΙΡΑΙΑ
ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟΥ ΤΟΜΕΑ**

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

**ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ: ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Η ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού στις Σπέτσες

The development of sport tourism on Spetses island

Συγγραφείς:

Κωνσταντίνος Κουμουνδούρος Α.Μ. 230

Δημήτρης Παπαϊωσήφ Α.Μ. 197

Επιβλέπουσα Καθηγήτρια:

Κικίλια Αικατερίνα - Καθηγήτρια

ΑΘΗΝΑ, ΜΑΡΤΙΟΣ 2016

Περίληψη

Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού έχει αποδειχθεί πως βελτιώνουν την τουριστική περίοδο με τη σωστή ανάπτυξη τους και ικανοποιούν όλο και περισσότερους τουρίστες. Η προώθηση των ειδικών μορφών τουρισμού ενισχύει τόσο την οικονομία όσο και την πολιτιστική ανάπτυξη της περιοχής. Τα νησιά αποτελούν περιοχές που, λόγω της θέσης τους και των πλεονεκτημάτων της, μπορούν να υποστηρίξουν τέτοιες δραστηριότητες. Η εργασία επικεντρώνεται στο νησί των Σπετσών και σε μία από τις εναλλακτικές μορφές του τουρισμού, τον “αθλητικό τουρισμό”. Αναλύει τα διάφορα γεωγραφικά και πολιτιστικά χαρακτηριστικά του νησιού, ενώ στόχος της είναι, μέσα από την ανάλυση, να προβληθούν τα παραδείγματα αθλητικών δραστηριοτήτων που πραγματοποιούνται στο νησί, αλλά και οι δυνατότητες εξέλιξης νέων σύγχρονων αθλητικών υποδομών τουρισμού. Μέσα από την έρευνα συμπεραίνεται πως είναι απαραίτητο να γίνεται σωστός και ολοκληρωμένος σχεδιασμός στις υποδομές του τουρισμού ώστε να επιφέρονται ουσιαστικά αποτελέσματα.

Λέξεις Κλειδιά: Τουρισμός, Εναλλακτικός τουρισμός, Αθλητικός τουρισμός

Abstract

Nowadays, it is a fact that alternative forms of tourism, when developed efficiently, are able to ameliorate the tourist period in a region, while at the same time they provide satisfaction to a great number of tourists. The promotion of the specific types of tourism gives a boost, not only to the economy but also to the cultural growth of a region. The islands, due to their location and advantages, may support such activities. This paper is focused on the island of Spetses and a type of alternative tourism called “sports tourism” and it analyzes its various geographical and cultural characteristics. The objective is to describe the examples of athletic activities currently implemented on the island, but also to demonstrate the possibility of development of new, contemporary sport facilities for tourism. Given all the related information, we concluded to the fact that it is essential to have the appropriate and complete planning about the infrastructure of tourism in order to achieve the desired results.

Key Words: Tourism, Alternative Tourism, Athletic Tourism

Περιεχόμενα

Περίληψη.....	2
Abstract	2
Περιεχόμενα.....	3
Εισαγωγή.....	5
Κεφάλαιο 1: Η άνθιση της τουριστικής οικονομίας.....	7
1.1 Γενικά στοιχεία για τον Τουρισμό.....	7
1.2 Ο ελληνικός τουρισμός	8
1.2 Παράγοντες επιρροής της ανάπτυξης του τουρισμού	11
1.3 Η εισαγωγή του εναλλακτικού τουρισμού	14
1.3.1 Τα είδη του εναλλακτικού τουρισμού	15
1.4 Συμπέρασμα κεφαλαίου	21
Κεφάλαιο 2: Ο αθλητικός τουρισμός ως είδος του εναλλακτικού τουρισμού	22
2.1 Ο ορισμός του αθλητικού τουρισμού	23
2.1.1 Το προφίλ του αθλητικού τουρίστα.....	26
2.2 Ιστορική αναδρομή του αθλητισμού στην Ελλάδα	29
2.3 Η γνωριμία με τις αθλητικές δραστηριότητες	31
2.3.2 Αθλητικά Μουσεία (Ολυμπιακά Μουσεία).....	38
2.3.3 Η εποχικότητα και οι κατάλληλες περιοχές για την ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού	40
2.3.4 Η επιτυχία μιας αθλητικής διοργάνωσης.....	41
2.4 Οικονομικός αντίκτυπος της εναλλακτικής μορφής τουρισμού.....	42
2.4.1 Χορηγίες.....	44
2.4.2 Οφέλη από τον αθλητικό τουρισμό	45
2.4.3 Επιπτώσεις του αθλητικού τουρισμού.....	46
2.5 Συμπέρασμα κεφαλαίου	47
Κεφάλαιο 3 Η περίπτωση Σπετσών.....	48
3.1 Ιστορική εξέλιξη.....	48
3.1.1 Κοινωνική δραστηριότητα	50
3.2 Η σημερινή κατάσταση	50
3.2.1 Αξιοθέατα του νησιού	52
3.2.2 Διαμονή - Καταλύματα	53

3.2.3 Μέσα Μαζικής Μεταφοράς.....	53
3.2.4 Κοινωνικές υποδομές	54
3.2.5 Κλίμα.....	55
3.3 Δημογραφικά - Στατιστικά.....	55
3.4 Η εξέλιξη του μαζικού τουρισμού στις Σπέτσες	58
3.5 Η ανάγκη για στροφή στον εναλλακτικό τουρισμό.....	60
3.6 Αθλητικός τουρισμός στις Σπέτσες.....	64
3.6.1 Ποδόσφαιρο στις Σπέτσες	64
3.6.2 Motocross στις Σπέτσες.....	65
3.6.3 Spetses Classic Yacht Race	66
3.6.4 Σπέτσες Mini Marathon.....	70
3.6.5 Spetsathlon	72
3.6.6 Εαρινό ράλλυ ΦΙΛΠΑ.....	75
3.6.7 Άλλες αθλητικές δραστηριότητες.....	77
3.7 Συμπεράσματα κεφαλαίου.....	79
Κεφάλαιο 4 Ανάγκη ανάπτυξης του αθλητικού τουρισμού	80
4.1 Προϋποθέσεις εφαρμογής των αθλητικών μορφών τουρισμού.....	80
4.1.1 Θεσμικό πλαίσιο.....	83
4.2 Τα πλεονεκτήματα της ανάπτυξης του αθλητικού τουρισμού	84
4.3 Προβλήματα εναλλακτικού τουρισμού άθλησης	85
4.4 Φορείς/οργανισμοί του αθλητικού τουρισμού	86
Κεφάλαιο 5: Στρατηγικός σχεδιασμός για την ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού	88
5.1 Εκπαίδευση στον αθλητικό τουρισμό	88
5.2 Διαχείριση τουριστικής ανάπτυξης	89
5.3 Τρόποι διαφήμισης και προώθησης	89
Κεφάλαιο 6: Γενικά συμπεράσματα.....	91
Βιβλιογραφία.....	95
<i>Ελληνική</i>	95
<i>Ξενόγλωσση</i>	97
<i>Ηλεκτρονικές πηγές</i>	98
Κεντρική Ιστοσελίδα Σπετσών.....	99
ΣΚΑΪ 2014, Tweed Run, ο πιο μοναδικός ποδηλατικός αγώνας, τώρα και στις Σπέτσες, 1 Οκτωβρίου 2014, http://www.skai.gr/news/lifestyle/article/266652/tweed-bicycle-run-greece-2014/ [23 Μαρτίου 2015].	101

Εισαγωγή

Ο τουρισμός έχει αναδειχθεί σπουδαία οικονομική δραστηριότητα παγκοσμίως. Τα τελευταία τριάντα χρόνια ο παγκόσμιος τουρισμός αυξάνεται με ταχύτερο ρυθμό από το παγκόσμιο ΑΕΠ (Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν). Ο τουρισμός συνεχώς αλλάζει, ως αποτέλεσμα ευρύτερων σύνθετων κοινωνικών, πολιτισμικών, τεχνολογικών και οικονομικών αλλαγών. Η αύξηση των εισοδημάτων αλλά και η αυξανόμενη διαθεσιμότητα ελεύθερου χρόνου αποτέλεσαν τη βάση της τουριστικής ανάπτυξης τα τελευταία χρόνια.

Οι «νέες μορφές τουρισμού» αποτελούν τη δυναμικότητα, που μπορεί κάτω από τις σημερινές προβληματικές συγκυρίες να επηρεάσει την κυρίαρχη μορφή του μαζικού τουρισμού προς μια κατεύθυνση περισσότερο συμβατή με το περιβάλλον. Ο αθλητικός κλάδος είναι ένα από τα σημαντικότερα είδη εναλλακτικού τουρισμού, το οποίο έχει προσφέρει πολλά οφέλη στην παγκόσμια τουριστική βιομηχανία. Βέβαια, το ενδιαφέρον στρέφεται στην άμεση και έμμεση συνεισφορά του στην Ελληνική οικονομία. Είναι στατιστικά αποδεκτό πως ο αθλητικός τουρισμός είναι ένα είδος αρκετά κερδοφόρο, εφόσον αναπτυχθεί σωστά και βιώσιμα. Η προσπάθεια θα πρέπει να είναι ομαδική, δηλαδή να συνεργασθούν οι αρμόδιες τοπικές υπηρεσίες με την κυβέρνηση και τους φορείς αθλητισμού. Έτσι, θα υπάρξει διαχείριση των πόρων για τη δημιουργία μιας περιοχής με αθλητικό πνεύμα.

Το περιεχόμενο της εργασίας περιλαμβάνει την έννοια του αθλητικού τουρισμού και τη συμβολή του στην ανάπτυξη της οικονομίας και του εναλλακτικού τουρισμού. Αρχικά, στο πρώτο μέρος γίνεται μια προσέγγιση στο μαζικό και εναλλακτικό είδος τουρισμού. Διακρίνονται τα υπάρχοντα είδη του εναλλακτικού τουρισμού και η ουσιαστική ύπαρξή τους σε τοπικό και περιφερειακό επίπεδο.

Στο δεύτερο μέρος, δίνεται έμφαση στον αθλητικό τουρισμό, την ιστορία του, τις δραστηριότητες που περιλαμβάνει αλλά και τις περιοχές που μπορούν ευκολότερα να ενσωματώνουν το συγκεκριμένο είδος. Επίσης, προσδιορίζονται τα οικονομικά οφέλη, αλλά και οι επιπτώσεις από την υιοθέτηση του αθλητικού τουρισμού.

Το τρίτο κεφάλαιο αξιολογεί την περίπτωση των Σπετσών. Λαμβάνοντας υπόψη όλα τα κοινωνικά, δημογραφικά και ιστορικά χαρακτηριστικά του νησιού, τονίζονται τα πλεονεκτήματα για την ανάπτυξη εναλλακτικού τουρισμού.

Στο τελευταίο μέρος, γίνεται αναφορά στις προϋποθέσεις για την περαιτέρω ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού στο νησί των Σπετσών με βάση την ανάλυση των προηγούμενων κεφαλαίων αλλά και τον παραδειγματισμό από άλλες περιοχές.

Κεφάλαιο 1: Η άνθιση της τουριστικής οικονομίας

1.1 Γενικά στοιχεία για τον Τουρισμό

Ο τουρισμός αποτελεί ένα πολύπλευρο φαινόμενο το οποίο περιλαμβάνει πολλούς κλάδους της οικονομίας. Η τουριστική βιομηχανία εκτιμάται ως βασικός παράγοντας της οικονομίας μιας χώρας και θεωρείται ως η σημαντικότερη πηγή εσόδων για παραδοσιακά τουριστικές χώρες. Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού έχει καθιερώσει διάφορους αναθεωρημένους ορισμούς του τουρισμού (World Tourism Organization).

Ο πρώτος ορίζει τον τουρισμό με βάση τις δραστηριότητες των ατόμων που ταξιδεύουν σε διαφορετικές περιοχές εκτός του τόπου διαμονής τους για αόριστο ή συγκεκριμένο διάστημα μικρότερο του ενός έτους. Οι λόγοι της συγκεκριμένης ενέργειας είναι είτε για αναψυχή, είτε για επαγγελματικούς, ή για άλλους λόγους.

Ο επόμενος ορισμός είναι γενικευμένος και αναφέρεται σε όλες τις δραστηριότητες των ταξιδιωτών και ορίζει ως τουρίστες είτε τους επισκέπτες που διανυκτερεύουν είτε τους εκδρομείς μιας ημέρας.

Κάποιοι αναλυτές προσέγγισαν τον ορισμό του τουρισμού με διαφορετικό τρόπο:

Σύμφωνα με τους Hanziker και Kraft, ο τουρισμός είναι η πραγματοποίηση ενός ταξιδιού και η διαμονή σε περιοχές από μη μόνιμους κατοίκους και εφ' όσον δε συνδέονται με καμία κερδοσκοπική δραστηριότητα (Hanziker & Kraft, 1942).

Οι Ηγουμενάκης και Κραβαρίτης θεωρούν πως ο τουρισμός είναι η εποχιακή μετακίνηση των ανθρώπων από τον τόπο της μόνιμης διαμονής τους σε έναν άλλο για την αποκλειστική ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών τους αλλά και η συντονισμένη προσπάθεια για την προσέλκυση – υποδοχή και καλύτερη δυνατή εξυπηρέτηση των ταξιδιωτών (Ηγουμενάκης & Κραβαρίτης, 2004).

Οι περιοχές που αναπτύσσονται οι τουριστικές επιχειρήσεις και συναλλάσσουν τις δραστηριότητες τους για την προώθηση των προϊόντων τους και

την αύξηση των κερδών τους λέγεται τουριστική αγορά. Οι συναλλαγές γίνονται μεταξύ πωλητών και αγοραστών για τουριστικά προϊόντα και δεν υπάρχουν συγκεκριμένα όρια. Η σύνδεση της τουριστικής αγοράς με την επιχειρηματικότητα παράγει μια νέα δυναμική και προσπαθεί να επιφέρει την κερδοφορία μέσα από τη διάθεση των προϊόντων. Η προσφορά των τουριστικών προϊόντων γίνεται μέσα σε ορισμένες προϋποθέσεις και οι παραγωγοί τουριστικών προϊόντων προσπαθούν να ικανοποιήσουν ποσοτικά και ποιοτικά τις τουριστικές επιθυμίες των ανθρώπων. Από την άλλη πλευρά, η ζήτηση των τουριστικών προϊόντων είναι λογικό να αποτελείται από ανθρώπους με τουριστικές ανάγκες, αγοραστική δύναμη και καταναλωτική συμπεριφορά. Έτσι λοιπόν, εκφράζεται το συμπέρασμα ότι η τουριστική αγορά λειτουργεί σαν μια περιοχή που αναπτύσσεται το σύνολο των δυνάμεων και συνθηκών ώστε να ικανοποιήσουν οι πωλητές και οι αγοραστές της παραγωγής των τουριστικών προϊόντων τις ανάγκες και επιθυμίες των δεύτερων (Ηγουμενάκης, 1996).

1.2 Ο ελληνικός τουρισμός

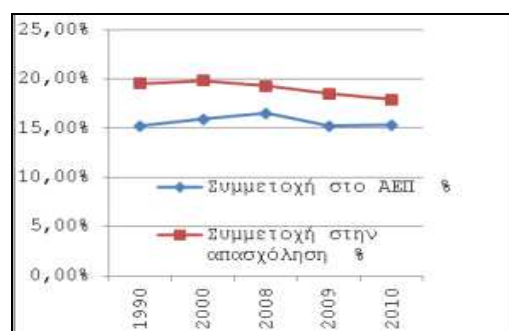
Η Ελλάδα κατέχει μια από τις υψηλότερες θέσεις παγκοσμίως στον τομέα του τουρισμού για πολλούς και διάφορους λόγους. Αρχικά, βρίσκεται σε πλεονεκτική θέση από γεωγραφική άποψη, σημειώνει μια σημαντική ιστορία για τη δημιουργία των υποδομών της χώρας, την ανεξαρτησία και τον πολιτισμό της και έχει να προβάλλει μια αξιόλογη κληρονομιά. Η Ελλάδα διαθέτει περισσότερα από 15.000 χιλιόμετρα παραλίας, 190.000 ακτές και 6.000 μεγάλα και μικρότερα νησιά. Οι επισκέπτες έχουν την ευκαιρία να ανακαλύψουν ποικίλους τρόπους διασκέδασης, όπως η ιστιοπλοΐα και οι κρουαζιέρες, τα ταξίδια κινήτρων και τις αποδράσεις σαββατοκύριακου, που παρουσιάζουν νέες ευκαιρίες σε εξειδικευμένες (niche markets) και ελκυστικές αγορές. Οι παρθένες παραλίες, τα επιβλητικά βουνά, σε συνδυασμό με την πλούσια ιστορία και τις παραδόσεις, αποτελούν θεαματικά τοπία και είναι τα στοιχεία που προσελκύουν επισκέπτες από όλο τον κόσμο στον τόπο που γεννήθηκε η δημοκρατία. Όσον αφορά το κλίμα, είναι μεσογειακό που ευνοεί τον τουρισμό καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου. «Σήμερα μία από τις βασικές προτεραιότητες της Ελληνικής Πολιτείας είναι να δημιουργήσει μία δυναμική και

βιώσιμη τουριστική υποδομή για όλες τις εποχές του χρόνου που θα ανταποκρίνεται στις προκλήσεις του 21ου αιώνα» (Enterprise Greece, 2014).

Σύμφωνα με το Travel & Tourism Competitiveness Report που δημοσιεύτηκε από το World Economic Forum, η Ελλάδα κατέχει συνολικά την 24η θέση μεταξύ 133 χωρών, και παράλληλα βρίσκεται στο Top 10 σε μία σειρά από σημαντικούς επιμέρους δείκτες (3η Θέση: Prioritization of travel & tourism subindex, 9η θέση: World Heritage cultural sites, 5η θέση: Tourism infrastructure, 1η θέση: Physician density subindex). Οι τουρίστες προέρχονται από πολλές διαφορετικές χώρες, εντός και εκτός Ευρώπης. Παρόλ' αυτά, σύμφωνα με στατιστικά δεδομένων, οι περισσότεροι προέρχονται από τη Δυτική Ευρώπη (85%), 21,2% από το Ηνωμένο Βασίλειο, 17,5% από τη Γερμανία, 8,8% από την Ιταλία, 5,3% από τη Γαλλία, 5,2% από την Ολλανδία και 7,5% από σκανδιναβικές χώρες. Επιπλέον, αυξάνονται όλο και περισσότερο οι επισκέπτες από την Ανατολική Ευρώπη και την Κίνα (Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού, 2014).

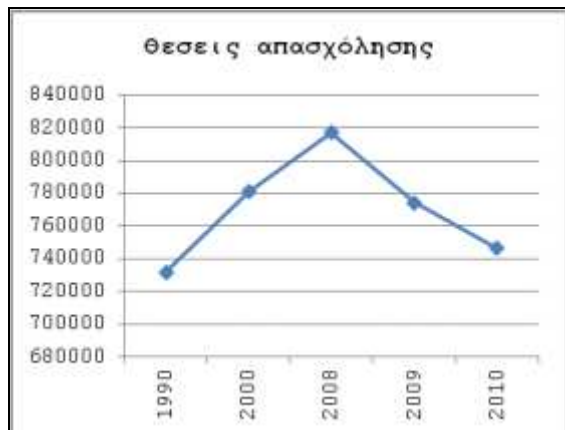
Η εμφάνιση των αποτελεσμάτων του τουρισμού στην οικονομική ανάπτυξη της Ελλάδας προκύπτει εμφανώς από τις θέσεις εργασίας και το ΑΕΠ που προσφέρει. Τα τελευταία χρόνια, ο τουρισμός αποτέλεσε για την Ελλάδα έναν από τους σημαντικότερους παραγωγικούς κλάδους με τη δημιουργία εισοδήματος και απασχόλησης. Η συμμετοχή του στο ΑΕΠ είναι σταθερά μεγαλύτερη από 15%, ενώ κατά περιόδους έχει υπερβεί το 18%. Είναι άξιο παρατήρησης ότι η οικονομική κρίση της χώρας δεν επηρέασε τη συμβολή του κλάδου στη διαμόρφωση του ΑΕΠ, κάτι που εκτιμούμε ότι οφείλεται στο γεγονός ότι η οικονομική κρίση αποτελεί ένα «εσωτερικό» φαινόμενο της χώρας, με μικρή επίδραση στην εξωτερική τουριστική ζήτηση (Πολύζος & Σαράτσης, 2013).

Η συμβολή του τουρισμού σε ΑΕΠ, απασχόληση



Πηγή: ΣΕΤΕ (2010), Στατιστικές Επετηρίδες Τουρισμού

Θέσεις απασχόλησης από την ανάπτυξη του τουρισμού



Πηγή: ΣΕΤΕ (2010), Στατιστικές Επετηρίδες Τουρισμού

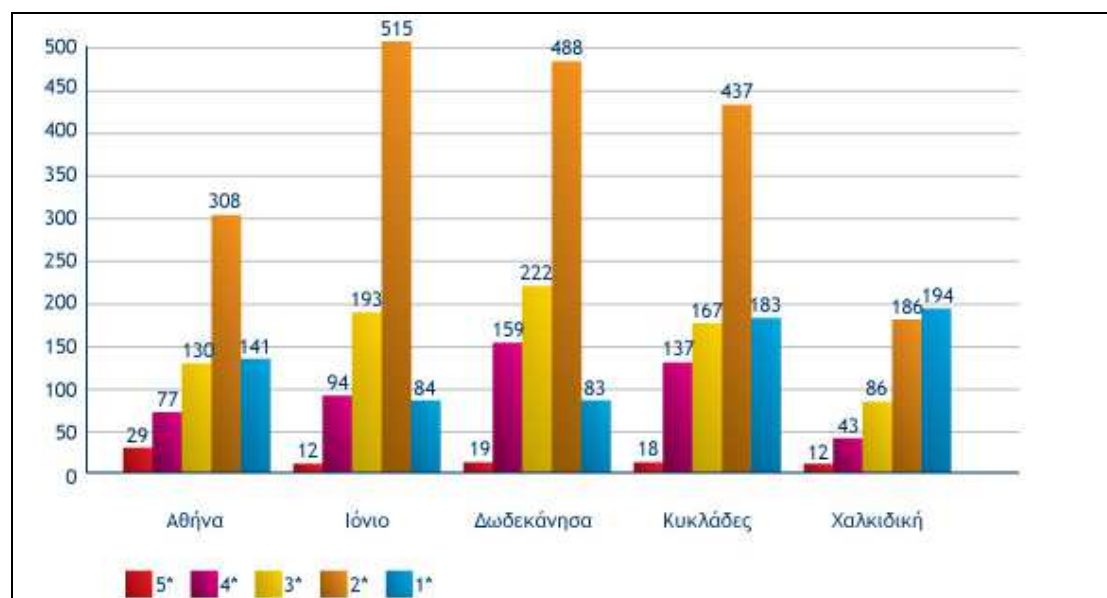
Βέβαια, παρουσιάζει αρκετές ελλείψεις στον πολιτικό και επιχειρηματικό τομέα, που οδηγούν τελευταία σε μείωση των εσόδων. Επίσης, η Ελλάδα είναι μια χώρα που εξαιτίας της πολυμορφίας και των συγκεκριμένων μορφών τουρισμού που υπάρχουν δεν αξιοποιεί πλήρως τον τουριστικό πλούτο που διαθέτει. Οπότε, είναι αναγκαία η αναδιάρθρωση των μηχανισμών στρατηγικής και η συνεργασία των επιχειρήσεων, με τους τουριστικούς φορείς, ώστε να προοδεύσει η χώρα μέσα από τη δημιουργία άκρως ανταγωνιστικών πολιτικών.

Στα πλαίσια της αναδιάρθρωσης του ελληνικού τουρισμού περιλαμβάνονται οι δράσεις της αναβάθμισης της ποιότητας και της ανάπτυξης νέων μορφών του. Οι συγκεκριμένες ενέργειες καλύπτουν όλες τις περιοχές της χώρας προωθώντας το τουριστικό προϊόν ανά περιφέρεια, νομό και δήμο. Σήμερα, η προσέλκυση των τουριστών γίνεται εστιάζοντας στο μοντέλο «Ήλιος- Θάλασσα», που προωθεί κυρίως τον θαλάσσιο μαζικό τουρισμό. Ωστόσο, διαφαίνεται και η εξέλιξη των εναλλακτικών μορφών τουριστικής ανάπτυξης, οι οποίες μειώνουν το κόστος των τουριστικών εξόδων. (Ηγουμενάκης, 2000).

Επιπλέον, πρέπει να ληφθεί υπόψη πως το 70% των επισκέψεων λαμβάνει χώρα κατά την περίοδο μεταξύ Μαΐου και Οκτωβρίου, ενώ οι επισκέπτες συγκεντρώνονται κυρίως στην Κρήτη (21% των συνολικών κλινών), στα

Δωδεκάνησα (17%), στα Επτάνησα (12%), στην Αττική (9%), στη Χαλκιδική (6,5%) και στις Κυκλάδες (6%). Τα περισσότερα ξενοδοχεία στην Ελλάδα εντάσσονται στην κατηγορία των καταλυμάτων 1 και 2 αστερών, που σημαίνει ότι υπάρχουν μεγάλα περιθώρια για τους επενδυτές να δημιουργήσουν ξενοδοχειακές μονάδες 4 και 5 αστερών. Σύμφωνα με το Greek Hotel Branding Report, τα επώνυμα ξενοδοχεία στην Ελλάδα αποτελούν το 4% στο σύνολο των ξενοδοχείων και το 19% στη συνολική διαθεσιμότητα κλινών, ενώ σε άλλες ευρωπαϊκές χώρες το ποσοστό αυτό κυμαίνεται μεταξύ 25 και 40% (Enterprise Greece, 2014).

Κατανομή των ξενοδοχείων ανά κατηγορία (αστέρων) σε βασικούς τουριστικούς προορισμούς



Πηγή: Εθνική Στατιστική Υπηρεσία, ημ. πρόσβασης 11/2014

1.2 Παράγοντες επιρροής της ανάπτυξης του τουρισμού

Στη σύγχρονη εποχή, ο τουρισμός συνεχώς εξελίσσεται μέσα από τις ευρύτερες σύνθετες κοινωνικές, πολιτισμικές, τεχνολογικές και οικονομικές αλλαγές. Η αύξηση των εισοδημάτων αλλά και η αυξανόμενη διαθεσιμότητα ελεύθερου χρόνου αποτέλεσαν τη βάση της τουριστικής ανάπτυξης τα τελευταία πενήντα χρόνια. Ταυτόχρονα, με την τεχνολογική πρόοδο, ιδιαίτερα στις αεροπορικές

μεταφορές, ήδη από τη δεκαετία του 1960, δόθηκε η δυνατότητα μετάβασης σε εύλογο χρονικό διάστημα σε μακρινούς τόπους με ελκυστικά χαρακτηριστικά για ξεκούραση και αναψυχή (Vellas, 2007).

Αυτή η προοπτική οδήγησε σε οργανωτικές αλλαγές στην προσφορά υπηρεσιών με την ανάπτυξη των οργανωμένων ταξιδιών, οι οποίες μείωσαν το ταξιδιωτικό κόστος και έδωσαν τη δυνατότητα σε περισσότερο κόσμο να ταξιδέψει, οδηγώντας στην ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού και σε μια έκρηξη της ζήτησης για ταξίδια αναψυχής (Biederman et al., 2008).

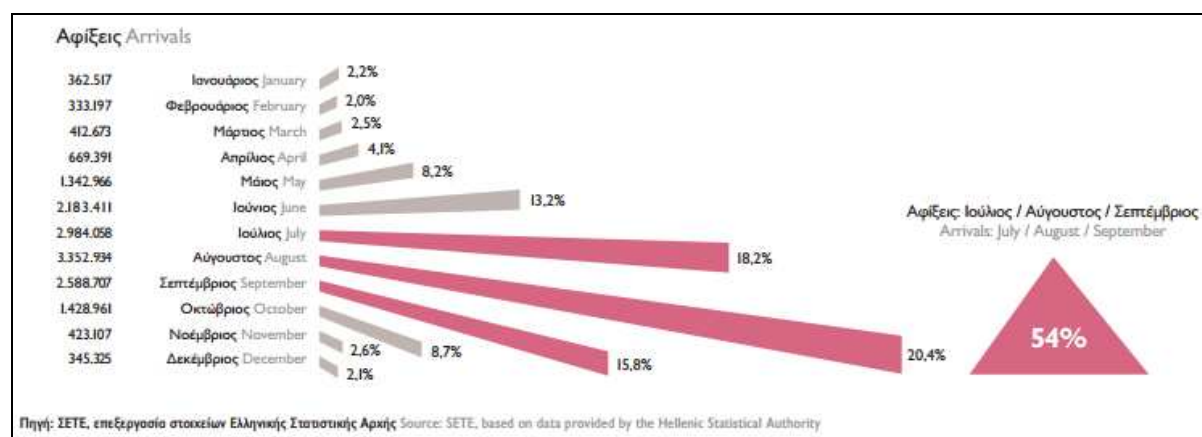
Το φαινόμενο της παγκοσμιοποίησης ακολούθησαν πολύ σημαντικές αλλαγές στον παγκόσμιο γεωπολιτικό χάρτη με την ουσιαστική άρση των πολιτικών εμποδίων στις μετακινήσεις κεφαλαίων, αγαθών και προσώπων, σε συνδυασμό με την «επανάσταση στην τεχνολογία της πληροφορίας». Όλα αυτά τα γεγονότα, δημιούργησαν συνθήκες διάχυσης και ανάπτυξης του τουρισμού παγκοσμίως. Νέες αγορές αποκτούν σταδιακά δυναμική παρουσία στη διεθνή τουριστική σκηνή και καταλαμβάνουν σημαντικό τμήμα της παγκόσμιας τουριστικής αγοράς, προσφέροντας τη δυνατότητα επίσκεψης σε νέους, «παρθένους» και «ελκυστικότερους» προορισμούς.

Ένας άλλος παράγοντας που προσελκύει όλο και περισσότερους ανθρώπους στον τουρισμό, είναι η ανάπτυξη των αεροπορικών εταιρειών χαμηλού κόστους, με τη χρήση περιφερειακών αερολιμένων, που οδηγεί στη δημιουργία νέας γεωγραφικής κατανομής στις μεταφορές ενισχύοντας προορισμούς, που άλλοτε μειονεκτούσαν, ενώ πλέον επωφελούνται από αυτές.

Στην αναζήτηση αυτών των εταιρειών και προσφορών, βασική παράμετρος είναι η δυνατότητα πρόσβασης στο διαδίκτυο. Το Διαδίκτυο έχει ήδη εξελιχτεί σε ισχυρό μέσο ενημέρωσης και διαχείρισης της πληροφορίας προκαλώντας σημαντικές αλλαγές στον τουρισμό (Buhalis et al, 2005). Ο υποψήφιος επισκέπτης-τουρίστας έχει τη δυνατότητα άμεσης πληροφόρησης για προορισμούς αλλά και για επιλογές σε μετακινήσεις, διαμονή, δραστηριότητες αναψυχής, πακέτα διακοπών. Αυτή η δυνατότητα προσφέρει ευελιξία, πολλαπλές επιλογές αλλά και σύγκριση σε τιμές και ευκαιρίες. Με αυτόν τον τρόπο ο σύγχρονος τουρίστας διαμορφώνει το δικό του πακέτο και πρόγραμμα σύμφωνα με τις επιθυμίες και τις ανάγκες του. Το πρόσθετο πλεονέκτημα είναι ότι σε πραγματικό χρόνο ο τουρίστας έχει ολοκληρωμένες

πληροφορίες που ανανεώνονται συνεχώς για υπηρεσίες και ό,τι αφορά έναν προορισμό, όπως εκδηλώσεις, καιρικές συνθήκες, εξυπηρετήσεις ανάλογα με τις επιθυμίες του. Αυτό ενισχύει ακόμη περισσότερο την εξατομίκευση της αναψυχής και του τουρισμού (Yeoman, 2008).

Εικόνα 5: Εποχικότητα Διεθνών τουριστικών αφίξεων το έτος 2011



ΠΗΓΗ: ΣΕΤΕ με στοιχεία της ΕΣΥΕ

Με βάση τις νέες διαμορφούμενες συνθήκες, η τουριστική αγορά αλλάζει και προσαρμόζεται στα σύγχρονα δεδομένα. Επειδή όμως το τουριστικό προϊόν δεν είναι σε καμιά περίπτωση ομογενές και ενιαίο, η αγορά διαχωρίζεται σε επιμέρους τομείς, ο καθένας από τους οποίους διακρίνεται για διαφορετικά χαρακτηριστικά. Η τουριστική αγορά τμηματοποιείται, διαφοροποιείται ως προς τα χαρακτηριστικά της, επηρεάζοντας τόσο τη ζήτηση όσο και την προσφορά (Moutinho, 2000).

Ανάλογα με τα κίνητρα που οδηγούν στην πραγματοποίηση ταξιδιών γίνεται και η τμηματοποίηση της αγοράς: για παράδειγμα, το επαγγελματικό ταξίδι το οποίο με τη σειρά του τμηματοποιείται σε επιμέρους (συνέδρια, εκθέσεις κ.λπ.), το περιηγητικό ταξίδι, το ταξίδι αναψυχής, το ταξίδι για θρησκευτικούς λόγους, οι αθλητικές δραστηριότητες, το ταξίδι για λόγους υγείας.

1.3 Η εισαγωγή του εναλλακτικού τουρισμού

Ο όρος εναλλακτικός τουρισμός παραπέμπει στο σύνολο των ολοκληρωμένων τουριστικών υπηρεσιών, οι οποίες εξειδικεύονται ανάλογα με τις ιδιαίτερες ανάγκες και προτιμήσεις των πελατών τους, απευθύνονται σε ένα εξειδικευμένο κοινό, στηρίζονται σε οικολογικά ανεκτές και ήπιες δραστηριότητες, ενώ αναδεικνύουν το φυσικό περιβάλλον ενός τόπου χωρίς να το καταστρέφουν (Τσάρτας, 1999).

Τα βασικά χαρακτηριστικά του εναλλακτικού τουρισμού είναι η αναζήτηση της αυθεντικότητας και της επαφής με τη φύση, η αντικατάσταση των απρόσωπων τουριστικών πακέτων, η αποφυγή των κοσμικών παραλιών και ο συνδυασμός των διακοπών με την εθελοντική εργασία που συμβάλλει στην προστασία του περιβάλλοντος και την ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς και προσφέρει λύσεις σε προβλήματα της τουριστικής εποχικότητας. Ο συγκεκριμένος τουρισμός είναι ιδιαίτερος, καθώς θεωρείται μικρής κλίμακας ανάπτυξης, που προέρχεται και οργανώνεται από τον τοπικό πληθυσμό ή τους τοπικούς φορείς και προσελκύει τουρίστες με ειδικά ενδιαφέροντα (Τσάρτας, 1999).

Η ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού τα τελευταία χρόνια οφείλεται και στο γεγονός ότι ο μαζικός τουρισμός έχει αποδεδειγμένα αρνητικές επιπτώσεις σε διάφορους τομείς του τουρισμού. Καταρχάς, αποτελεί στόχο αρνητικής κριτικής, καθώς βασίζεται στο γεγονός ότι τα περισσότερα τουριστικά έσοδα διαρρέουν έξω από την ντόπια οικονομία, με πολλές τουριστικές επιχειρήσεις (κυρίως μεγάλου μεγέθους) να αγοράζουν εισαγόμενα προϊόντα, να απασχολούν ξενόφερτο εργατικό δυναμικό και να ανήκουν ή να διοικούνται από μη ντόπια άτομα (Andriotis, 2002). Κύριος στόχος είναι να εισέρχονται για την καλύτερη βιοτική επιπέδου του ντόπιου πληθυσμού και στην αύξηση του εγχώριου κατά κεφαλή εισοδήματος. Παράλληλα, οι αυξανόμενοι αριθμοί τουριστών συντελούν στην υποβάθμιση του επιπέδου διαβίωσης των κατοίκων και στην αλλοτρίωση των κοινωνικών θεσμών.

Τα τελευταία χρόνια, εξαιτίας των αρνητικών συνεπειών των μαζικών αφίξεων, έχει υπάρξει η ανάγκη για την αναζήτηση νέων προτύπων τουριστικής ανάπτυξης. Συγκεκριμένα, το ενδιαφέρον πολλών επενδυτών, φορέων ανάπτυξης και μελετητών, εστιάζεται στην προώθηση ηπιότερων μορφών τουριστικής ανάπτυξης

που δεν αποβλέπουν αποκλειστικά στο οικονομικό συμφέρον, αλλά δείχνουν ιδιαίτερη σημασία και σεβασμό στο περιβάλλον και στον πολιτισμό, καθώς και στην ικανοποίηση των αναγκών του κοινωνικού συνόλου (Παπαδάκη & Τζεδάκη 1997).

Η ηπιότερη προσέγγιση ανάπτυξης τουριστικών προορισμών δημιούργησε έτσι μια νέα φιλοσοφία που βασίζεται στον εναλλακτικό τουρισμό, ως ένα είδος ενεργητικού τουρισμού που αντιτίθεται στο πρότυπο της μαζικής ανάπτυξης. Η διαμόρφωση αυτού του νέου προτύπου, το οποίο διαφοροποιείται από τη γνωστή μαζικοποίηση του τουρισμού, έχει αποκτήσει πολλούς φανατικούς οπαδούς και υποστηρικτές σε ευρύ φάσμα κοινωνικών ομάδων και κινημάτων. «Οι συγκεκριμένοι οπαδοί υποστηρίζουν με διαφορετικούς τρόπους την αναζήτηση της ποιότητας στο ταξίδι αλλά και τη σύνδεση της διαμονής σ' έναν τόπο με την προστασία του περιβάλλοντος και της τοπικής κουλτούρας καθώς και με την αναζήτηση ενός διαφορετικού προτύπου τοπικής ανάπτυξης» (Τσάρτας 1996, σελ. 349).

Επίσης, η μετάβαση από τον «ποσοτικό», μαζικό τουρισμό της παραλίας στον «ποιοτικό», εναλλακτικό τουρισμό διαμορφώνεται από γενιά σε γενιά και βάσει των ιδιαίτερων ενδιαφερόντων (Σπιλάνης, 2000). Μέσω των εναλλακτικών μορφών τουρισμού γεννιέται η ανάγκη της γνήσιας φιλοξενίας, της μόρφωσης, των γαστρονομικών απολαύσεων και των ξεχωριστών δραστηριοτήτων αναψυχής. Σύμφωνα με τον Butler (1990) οι εναλλακτικοί τύποι τουρισμού επιφέρουν λιγότερες αρνητικές συνέπειες στους προορισμούς υποδοχής τουριστών, χωρίς όμως να μειώνουν τα θετικά οικονομικά αποτελέσματα, πραγματικότητα επιθυμητή από όλους όσους βρίσκονται σε θέσεις κλειδιά στην τουριστική ανάπτυξη μιας περιοχής καθώς και τους ντόπιους κατοίκους.

Οπότε, ο εναλλακτικός τουρισμός είναι μια διαδικασία που προωθεί μια μορφή ταξιδιού, φιλική προς το περιβάλλον, δημιουργώντας θετικές κοινωνικές αλληλεπιδράσεις και βιώματα μεταξύ των μελών διαφορετικών κοινωνιών.

1.3.1 Τα είδη του εναλλακτικού τουρισμού

Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού ποικίλουν ανάλογα με τις ιδιαίτερες ανάγκες του κάθε τουρίστα, τον τόπο προορισμού και την εποχικότητα. Όσο περνούν τα χρόνια

διαμορφώνονται όλο και περισσότερα είδη εναλλακτικού τουρισμού. Κάποια από αυτά είναι:

- Θαλάσσιος τουρισμός
- Αγροτουρισμός
- Χειμερινός τουρισμός
- Επαγγελματικός τουρισμός
- Οινοτουρισμός
- Εκθεσιακός τουρισμός
- Θεαματικός τουρισμός
- Θρησκευτικός τουρισμός
- Εκπαιδευτικός τουρισμός
- Περιηγητικός τουρισμός
- Ιατρικός Τουρισμός
- Συνεδριακός τουρισμός
- Τουρισμός Καζίνο

Παρακάτω αναλύονται κάποιες από τις σημαντικότερες μορφές του εναλλακτικού τουρισμού.

➤ Ο Κοινωνικός τουρισμός

Αφορά τις σχέσεις και τις διεργασίες που αναπτύσσονται σε μια πολιτεία μέσω επιδοτούμενων προγραμμάτων δίνοντας την ευκαιρία να συμμετέχουν στην τουριστική δραστηριότητα κοινωνικά στρώματα με χαμηλό εισόδημα (BITS: Le Bureau International du Tourism Social). Οι παροχές του κοινωνικού τουρισμού πραγματοποιούνται εξ' ολοκλήρου από τα κρατικά έσοδα. Βασική προϋπόθεση για τη σωστή λειτουργία του κοινωνικού τουρισμού είναι η δημιουργία κατάλληλων υποδομών (ειδικά τουριστικά καταλύματα) που προσαρμόζονται και ανταποκρίνονται σύμφωνα με τις

ειδικές κατηγορίες ατόμων, όπως για παράδειγμα σπουδαστές, συνταξιούχους, χαμηλόμισθους, στρατιώτες, που τους επιτρέπει να κάνουν διακοπές με ευνοϊκούς όρους. Όσον αφορά στα οικονομικά οφέλη, μέσω του κοινωνικού τουρισμού, το κράτος στοχεύει στην απασχόληση σε τοπικό επίπεδο και στην ενίσχυση του ευρύτερου τουριστικού τομέα επιμηκώνοντας την τουριστική περίοδο στον τόπο υποδοχής. Η εισροή μεγάλου αριθμού τουριστών ωφελεί τους τοπικούς επιχειρηματίες διότι μετριάζει το πρόβλημα της εποχικότητας.

➤ Πολιτιστικός τουρισμός

Η πολιτιστική κληρονομιά, οι παραδόσεις και ο τρόπος ζωής των λαών είναι τα χαρακτηριστικά που αξιοποιεί ο πολιτιστικός τουρισμός. Συνήθως, πραγματοποιείται συμπληρωματικά με κάποιο άλλο είδος τουρισμού προσφέροντας γνώση και ποικιλία στο τουριστικό προϊόν. Τα άτομα που επιλέγουν τη συγκεκριμένη μορφή τουρισμού αναζητούν τη γνώση πραγματοποιώντας ταξίδια σε τόπους με αρχαιολογική και ιστορική σημασία γνωρίζοντας διαφορετικούς πολιτισμούς και εθνολογικές ιδιομορφίες. Επίσης, η συμμετοχή σε καλλιτεχνικές δραστηριότητες και οι επισκέψεις σε μουσεία, αρχαιολογικούς χώρους, προσφέρει στους επισκέπτες στενή επαφή με τον τοπικό πολιτισμό, τα ήθη και τα πολιτισμικά δρώμενα της περιοχής. Πέρα από την αξιοποίηση της πολιτιστικής κληρονομιάς, αποσκοπεί στη διαφύλαξη των παραδόσεων, ενώ ταυτόχρονα ενθαρρύνει την τοπική αυτοδιοίκηση να επενδύσει στην εγχώρια κοινωνία (Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού, 2014).

➤ Τουρισμός Υγείας

Παλαιότερα ο τουρισμός υγείας ήταν απόλυτα συνυφασμένος με τον ιαματικό τουρισμό και αφορούσε περισσότερο άτομα τρίτης ηλικίας που επισκέπτονταν τα ιαματικά λουτρά. Στη σημερινή εποχή, αναπτύχθηκαν νέες σύγχρονες θεραπείες που συνδυάζουν τη χαλάρωση με την ιατρική θεραπεία. Τα διαδεδομένα spa προσελκύουν όλων των ειδών ηλικίες, λόγω της απειλής της πρόωρης γήρανσης, του άγχους της καθημερινότητας και των καταχρήσεων. Οι συγκεκριμένες υπηρεσίες απευθύνονται σε άτομα μεσαίας οικονομικής τάξης που διαθέτουν χρήματα για την ευεξία και την εξωτερική

τους εμφάνιση. Παρότι ο τουρισμός υγείας σήμερα διαφοροποιείται από τον ιαματικό, υπάρχουν οπαδοί των ιαματικών δραστηριοτήτων. Τα κέντρα ιαματισμού έχουν τον ίδιο σκοπό με τα σύγχρονα spa, δηλαδή την πρόληψη και την αποκατάσταση της υγείας. Η θεραπεία αφορά στην αντιμετώπιση διάφορων παθήσεων με τη βοήθεια ιαματικών θεραπευτικών πηγών που βελτιώνουν τη φυσική κατάσταση του ατόμου. Οι γενικές και ειδικές υποδομές, καθώς και το κατάλληλο περιβάλλον δημιουργούν συγκροτήματα που ενθαρρύνουν την παραμονή των ατόμων στα τουριστικά θέρετρα προκειμένου να ολοκληρώσουν την ορισμένη θεραπεία τους (Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού, 2014).

➤ Τουρισμός Περιπέτειας

Ο τουρισμός περιπέτειας ορίζεται ως δραστηριότητα που περιλαμβάνει έντονο κίνδυνο, λόγω του εξωτικού περιβάλλοντος που πραγματοποιείται και είναι ένας κλάδος, στον οποίο τα άτομα εκτονώνονται και ξεφεύγουν από τη ρουτίνα της σύγχρονης καθημερινότητας. Αποτελεί, έναν ευρέως διαδεδομένο και ταχέως επεκτεινόμενο τομέα στη βιομηχανία του τουρισμού σε διεθνές επίπεδο. Ο δημοφιλέστερος προορισμός για τουρισμό περιπέτειας είναι η Νέα Ζηλανδία. Είναι η χώρα με το μεγαλύτερο ποσοστό ενδιαφέροντος σε αυτόν τον τομέα και απολαμβάνει της αποδοχής των κατοίκων και των επισκεπτών, παρόλο που συχνά τονίζονται οι κίνδυνοι που μπορούν να υπάρξουν κατά τη διάρκεια της δραστηριότητας αυτής. Ο κυριότερος λόγος για την έλλειψη σοβαρού ενδιαφέροντος για αυτά τα φαινόμενα από τους ερευνητές, τις κυβερνήσεις και τη βιομηχανία του τουρισμού, είναι ότι η έκταση του προβλήματος της υγείας και της ασφάλειας του τουρισμού είναι άγνωστο στις περισσότερες χώρες, λόγω της έλλειψης παρακολούθησης των συνεπειών από το είδος αυτό του τουρισμού. Οι ταξιδιώτες που έχουν ως σκοπό τον τουρισμό περιπέτειας χαρακτηρίζονται ως άτομα με μεγάλη δόση ενθουσιασμού και παράλληλα ηρεμίας. Πιο συγκεκριμένα, πρόκειται για εξερευνητές οι οποίοι αρέσκονται στην αναζήτηση εξωτικών μερών του πλανήτη και ηδονίζονται στην ιδέα των προσωπικών προκλήσεων (Αποστολόπουλος και Σδράλη 2007).

➤ Συνεδριακός τουρισμός

Το είδος αυτό του εναλλακτικού τουρισμού περιλαμβάνει όλων των ειδών τις οργανωμένες εκδηλώσεις. Η χρονική διάρκεια του συνεδριακού τουρισμού είναι συνήθως 2-4 μέρες και μπορεί να συνδυαστεί με άλλα είδη τουρισμού όπως η περιήγηση σε μια πόλη, ο μορφωτικός τουρισμός κ.α. Η βασική προϋπόθεση για να αναπτυχθεί ο συνεδριακός τουρισμός είναι η δημιουργία κατάλληλων υποδομών και η κατασκευή εκσυγχρονισμένων συνεδριακών κέντρων, εξοπλισμένα με σύγχρονη τεχνολογία και βοηθητικούς χώρους. Έτσι, ο συνεδριακός τουρισμός επικεντρώνεται στη διάρκεια ενός συνεδρίου, στο οποίο συμμετέχουν σύνεδροι με ίδια ή παρόμοια επαγγελματική ιδιότητα αλλά παράλληλα αξιοποιούν τον ελεύθερο χρόνο τους πραγματοποιώντας και άλλες τουριστικές δραστηριότητες (Σφακιανάκης, 2000).

➤ Γαστρονομικός τουρισμός

Με τον όρο γαστρονομία νοείται το σύνολο των γνώσεων και αποτελεσμάτων τα οποία παράγονται από τον πολιτισμό και τη φύση. Η προσφορά του καλού και νόστιμου φαγητού παρατηρείται σε όλων των ειδών και επιπέδων εστιατόρια. Η γαστρονομία συνδέεται άμεσα με τον τουρισμό καθώς το τοπικό και καλό φαγητό αποτελεί μια δελεαστική εμπειρία για τους επισκέπτες στους γαστρονομικούς προορισμούς. Τα κίνητρα των «γαστροτουριστών» είναι η ανακάλυψη νέων γεύσεων, η απόλαυση τοπικού φαγητού, γνωρίζοντας ταυτόχρονα την ιστορία, τα ήθη-έθιμα και τις παραδόσεις του προορισμού μέσα από την συναναστροφή με τους παραγωγούς και τους εστιάτορες. Τη ζήτηση της συγκεκριμένης μορφής τουρισμού καλύπτουν εξειδικευμένες επιχειρήσεις, όπως θεματικοί σύλλογοι, ειδικευμένα ξενοδοχεία, εξειδικευμένες αλυσίδες εστιατορίων (Κοκκώσης, Τσάρτας, 2001)

Υπάρχουν και κάποιες εναλλακτικές μορφές τουρισμού που αναπτύσσονται ανάλογα με την εποχή. Όπως :

➤ Αγροτουρισμός

Παρατηρείται περισσότερο την άνοιξη και το καλοκαίρι γιατί τότε γίνονται οι περισσότερες αγροτικές εργασίες. Αναπτύσσεται σε τουριστικά παρθένες αγροτικές περιοχές και συνδέεται με κοινωνικές, περιβαλλοντικές και

πολιτισμικές αξίες, οι οποίες επιτρέπουν τόσο στους ντόπιους όσο και στους τουρίστες των περιοχών αυτών να υφίστανται αλληλεπιδράσεις και να μοιράζονται εμπειρίες. Η εναλλακτική αυτή μορφή τουρισμού αναπτύσσεται από τους μόνιμους κάτοικους των περιοχών του πρωτογενούς τομέα, οι οποίοι χρησιμοποιούν τον αγροτουρισμό ως συμπληρωματική πηγή εισοδήματος. Τα άτομα που επιλέγουν τον αγροτουρισμό είναι άτομα που αναζητούν στις διακοπές τους «το μοτίβο των 3Φ» (Φύση-Φιλία-Φιλοξενία) και απορρίπτουν ή δεν νιώθουν ότι τους εκφράζει εκείνο των «3S» (Sun-Sea-Sand) του μαζικού τουρισμού, όπως αυτή έχει εξελιχθεί στις μέρες μας. Τα άτομα αυτά τις περισσότερες φορές έχουν συγκεκριμένα ενδιαφέροντα (φυσιολάτρες, παρατηρητές πουλιών, παρατηρητές χλωρίδας και πανίδας, ορειβάτες) και είναι ιδιαίτερα ευαισθητοποιημένα στα περιβαλλοντικά και κοινωνικά προβλήματα (Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού, 2014).

➤ Οικοτουρισμός

Εκδηλώνεται κυρίως το καλοκαίρι, την άνοιξη και το φθινόπωρο για να αποφεύγεται ο “χιονοσκεπασμένος” χειμώνας. Η δημιουργία του οικοτουρισμού προέρχεται από τη διαφοροποίηση από τον μαζικό τουρισμό, λόγω των περιβαλλοντολογικών επιπτώσεων. Η ιδέα του βασίζεται στην εκτίμηση της φύσης διατηρώντας το πλούσιο και ποικίλο περιβάλλον, χωρίς να αλλοιώνεται το φυσικό κάλλος. Η Ελλάδα αποτελεί ιδανικό προορισμό για τους λάτρεις του οικοτουρισμού, γιατί παρέχει σπάνια γεωμορφολογία και πολλές περιοχές υψηλής οικολογικής αξίας. Ο οικοτουρισμός μπορεί να χαρακτηριστεί και ως φυσιολατρικός τουρισμός διότι προσφέρει απόλαυση προστατεύοντας τη φύση. Η επίσκεψη στις διάφορες περιοχές της χώρας δίνουν την ευκαιρία στον περιηγητή να εξερευνήσει την ορεινή και νησιώτικη ενδοχώρα και να απολαύσει τα υπέροχα μνημεία που προσφέρει απλόχερα η φύση. Επιπλέον, με τη συμμετοχή του στο συγκεκριμένο είδος τουρισμού, μπορεί να παρατηρήσει σπάνια είδη πουλιών σε παράκτια οικοσυστήματα και υδροτόπους και να παρατηρήσει την εξαιρετική ποικιλία χλωρίδας στην ελληνική ύπαιθρο. Επίσης, γνωρίζοντας την τοπική αρχιτεκτονική και τα παραγόμενα προϊόντα μπορεί να διαμείνει σε πρότυπες αγροτουριστικές μονάδες που κατανέμονται σε όλη την επικράτεια (Κοκκώσης et al, 2001).

Είναι σημαντικό να αναφέρουμε ότι, και άλλες μορφές τουρισμού, ενώ μπορούν να αναπτυχθούν σε όλες τις εποχές του έτους, όπως ο επαγγελματικός, ο αθλητικός, ο τουρισμός πόλεων, τουρισμός υγείας και ο πολιτιστικός τουρισμός, συνήθως εκδηλώνονται το καλοκαίρι. Η μόνη μορφή τουρισμού που δεν ακολουθεί τις εποχές του έτους είναι ο θρησκευτικός τουρισμός που ακολουθεί το εορτολόγιο της κάθε θρησκείας και ο τουρισμός επιστροφής στις ρίζες του κάθε ατόμου που συνδυάζεται με τον θρησκευτικό ή γίνεται περιστασιακά (Σφακιανάκης, 2000).

1.4 Συμπέρασμα κεφαλαίου

Κάθε μορφή τουρισμού διαθέτει μοναδικά χαρακτηριστικά και θα πρέπει να μελετάται λεπτομερώς πριν την υλοποίησή της σε οποιαδήποτε περιοχή. Από την άλλη πλευρά, προκύπτει ότι η ραγδαία ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού τα τελευταία χρόνια επέφερε, εκτός των άλλων, και αρνητικές επιπτώσεις στους τόπους προορισμού, καθώς και στους κατοίκους τους. Επίσης, σημαντικές είναι οι ελλείψεις που αφορούν τη στελέχωση υπηρεσιών σε κεντρικό, περιφερειακό και νομαρχιακό επίπεδο. Όλα τα παραπάνω οδήγησαν στην εμφάνιση νέων, εναλλακτικών μορφών τουρισμού, οι οποίες αναπτύσσονται με γοργούς ρυθμούς στις μέρες μας και αποτελούν κίνητρο για πολλούς τουρίστες.

Η Ελλάδα ενδείκνυται για τις περισσότερες από τις μορφές του εναλλακτικού τουρισμού, καθώς συνδυάζει τη φύση, τον πολιτισμό, τα σημεία θρησκευτικού ενδιαφέροντος, τη γαστρονομία, με τις διαφορετικές γεύσεις από τόπο σε τόπο, τις αγροτικές περιοχές κλπ. Ωστόσο, η έλλειψη εξειδικευμένων ξενοδοχειακών μονάδων και προσωπικού, η ανεπάρκεια σωστής οργάνωσης και διαχείρισης των Ευρωπαϊκών και κρατικών πόρων, δεν έχουν οδηγήσει στα επιθυμητά αποτελέσματα ανάπτυξης του εναλλακτικού τουρισμού στη χώρα μας. Οι μόνες υπηρεσίες που διαθέτουν από τουριστικούς φορείς είναι ελάχιστοι, ειδικά σε νησιώτικες περιοχές και για αυτό καθίστανται αδύνατο να διαχειριστούν και να αναπτύξουν συνολικά όλες τις τουριστικές περιοχές. Η Ελλάδα εξακολουθεί να επιλέγεται ως τουριστικός προορισμός για τη θάλασσα και τα νησιά της και γι' αυτό το λόγο θα πρέπει να αξιοποιηθεί το φυσικό κάλλος της.

Κεφάλαιο 2: Ο αθλητικός τουρισμός ως είδος του εναλλακτικού τουρισμού

Ο τουρισμός και ο αθλητισμός τα τελευταία πενήντα χρόνια ακολουθούν παράλληλα μια εξελισσόμενη ανάπτυξη, αποτελώντας ταυτόχρονα και τους δυο μαζικότερους κοινωνικούς θεσμούς της διεθνούς κοινότητας. Η συγκεκριμένη αναπτυξιακή πορεία ενισχύθηκε ακόμη περισσότερο στη δεκαετία του 2000 και ακολουθείται μέχρι σήμερα (Λύτρας Π. 2002).

Λαμβάνοντας υπόψη τη μείωση των προϋπολογισμών και την αύξηση του κόστους λειτουργίας, οι φορείς της τοπικής αυτοδιοίκησης των πόλεων βρήκαν την όαση στο οικονομικό τους πρόβλημα στρεφόμενοι στη βιομηχανία του τουρισμού γενικότερα, και του αθλητικού τουρισμού ειδικότερα. Μια βελγική μελέτη διαπίστωσε 1.300% αύξηση μεταξύ 1967 και 1989 στη ζήτηση των τουριστών για τη συμμετοχή τους στον αθλητικό τουρισμό (De Knop, 1992). Στην ίδια μελέτη τα αποτελέσματα δείχνουν ότι η ροή των τουριστών σε μεγάλες αθλητικές εκδηλώσεις είναι ισοδύναμη με τη ροή των πιστών σε μεγάλα ιστορικά θρησκευτικά προσκυνήματα. Άμεσος στόχος των φορέων των πόλεων είναι η προσέλκυση επισκεπτών για τη βελτίωση της οικονομικής της κατάστασης. Για την επίτευξη του στόχου αυτού χρησιμοποιούνται μέσα όπως η διαφήμιση και η προβολή από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης.

Η συμμετοχή στον αθλητικό τουρισμό μπορεί να είναι είτε ενεργητική είτε παθητική. Στην παθητική συγκαταλέγεται η παρακολούθηση μιας αθλητικής διοργάνωσης και η επίσκεψη σε ένα μουσείο, ενώ στην ενεργητική συμμετοχή συγκαταλέγεται η συμμετοχή σε μια αθλητική διοργάνωση. Στην περίπτωση της παρακολούθησης μια αθλητικής διοργάνωσης, ο τουρίστας επισκέπτεται για να παρακολουθήσει μια σειρά από αθλητικά γεγονότα, τα οποία συνήθως συμπεριλαμβάνουν τοπικά αθλητικά σωματεία. Έτσι, είναι εύκολα κατανοητό ότι οι πόλεις με δημοφιλέστερα και μεγαλύτερα πρωταθλήματα και αθλητικά σωματεία είναι ευκολότερο να προσελκύσουν μεγαλύτερο αριθμό τουριστών με ενδιαφέρον στον αθλητισμό. Αξίζει πάντως να αναφέρουμε πως κάθε άθλημα και κάθε πρωτάθλημα με τη σωστή μεταχείριση και αξιοποίηση μπορεί να αποδειχθεί κερδοφόρο για μία πόλη (Hingham, 2005, p. 239).

Η ιδιαίτερη κινητικότητα που παρατηρείται τον τελευταίο καιρό στην Ελλάδα και που αφορά θέματα αθλητικού τουρισμού, βασίζεται στο γεγονός ότι γίνεται αντιληπτή ολοένα και περισσότερο η συνεχόμενη ανάπτυξή του. Όπως άλλωστε και η ανάπτυξη των υπόλοιπων εναλλακτικών μορφών τουρισμού, είναι δυνατόν να συμβάλλει στην προσπάθεια επιμήκυνσης της τουριστικής περιόδου. Η συγκρότηση του σύγχρονου εθνικού κράτους με τη θεσμοθέτηση, αλλά και την αντίστοιχη οργάνωση της διεθνούς κοινότητας ταυτόχρονα στην εποχή της «παγκοσμιοποίησης», έχουν αναγάγει ορισμένες έννοιες, όπως τον τουρισμό και τον αθλητισμό σε μείζονες μαζικούς θεσμούς (Γλύνια et al, 2004).

2.1 Ο ορισμός του αθλητικού τουρισμού

«Ο Αθλητισμός σαν επαγγελματική δραστηριότητα περιλαμβάνει ένα σεβαστό αριθμό ταξιδιών που πραγματοποιούνται τόσο για προπονήσεις όσο και για αγώνες σε διάφορους προορισμούς. Η πλειονότητα των αθλητικών γεγονότων, όπως οι Ολυμπιακοί Αγώνες, τα πρωταθλήματα ποδοσφαίρου και οι αγώνες αυτοκινήτων έχουν γίνει από μόνα τους μεγάλα τουριστικά εκθέματα, μεγεθύνοντας κατά αυτόν τον τρόπο το τουριστικό προϊόν ενός προορισμού. Τόσο ο Αθλητικός όσο και ο Τουρισμός αποτελούν και οι δύο μαζί ισχυρές δυνάμεις για την ανάπτυξη και την επένδυση στο χώρο των υποδομών μιας χώρας, όπως αεροδρόμια, δρόμοι, στάδια, ξενοδοχεία και εστιατόρια, που μπορούν να χρησιμοποιηθούν όχι μόνο από τους ντόπιους αλλά και από τους επισκέπτες. Αυτές οι δύο ωφέλιμες βιομηχανίες, θα αποτελέσουν το έναυσμα για οικονομική ανάπτυξη, για δημιουργία νέων θέσεων εργασίας και για τη δημιουργία νέων εσόδων. Αλλά ταυτόχρονα, είναι και οι δύο δραστηριότητες με τις οποίες οι άνθρωποι έρχονται κοντά και αναπτύσσουν ισχυρές διαπροσωπικές σχέσεις. Με αυτόν τον τρόπο κάνουν τον κόσμο μικρότερο και οι άνθρωποι μαθαίνουν ο ένας από τον άλλο στοιχεία που αφορούν τόσο τον πολιτισμό του ενός, όσο και τον τρόπο ζωής του άλλου, προσπαθώντας να επιτευχθεί έτσι μια παγκόσμια ειρήνη» (World Tourism Organisation, 2004).

Σύμφωνα με τους Gammon and Robinson η σχέση του αθλητισμού με τον τουρισμό σχετίζεται περισσότερο με τον τουριστικό αθλητισμό. Ο αθλητικός τουρισμός αφορά τα άτομα ή ομάδες που συμμετέχουν σαν αθλητές ή σα θεατές σε

ανταγωνιστικές ή μη αθλητικές δραστηριότητες, κατά τη διάρκεια μετακίνησής τους έξω από το συνηθισμένο τους περιβάλλον. Το κριτήριο είναι ότι η αθλητική δραστηριότητα αποτελεί το κύριο κίνητρο της μετακίνησης, ενώ το τουριστικό στοιχείο παίζει το ρόλο της ενίσχυσης της συνολικής εμπειρίας. Συγκεκριμένα, περιλαμβάνει το είδος του τουρίστα που έχει συμμετοχή, είτε ενεργητική είτε παθητική σε ένα ανταγωνιστικό αθλητικό γεγονός, π.χ. Ολυμπιακοί αγώνες, μαραθώνιος. Ενώ ευρύτερα, περιλαμβάνει τα άτομα που ταξιδεύουν αποκλειστικά για μια συμμετοχή σε αθλητική δραστηριότητα αναψυχής, π.χ. γκολφ, σκι, περπάτημα (Gammon and Robinson, 1999)

Ο αθλητικός τουρισμός ανήκει στις μορφές εκείνες που περιλαμβάνουν ένα ιδεολογικό περιεχόμενο, το οποίο μπορεί να χαρακτηριστεί ως «αθλητικό ιδεώδες» και επειδή, κατά κανόνα, οι συμμετέχοντες σ' αυτόν, είτε ως αθλητές είτε ως θεατές, έρχονται σε επαφή με την ύπαιθρο, με τη φύση, έχουν μια ιδιαίτερη ευαισθησία προς το περιβάλλον. Στην Ελλάδα, υπάρχουν κέντρα στα οποία διοργανώνονται αθλητικές συναντήσεις και γενικότερες εκδηλώσεις, στις οποίες οφείλεται η μόνιμη πελατεία επισκεπτών που διαμορφώνουν την παραπάνω μορφή τουρισμού. Η ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού μπορεί να συμβάλει και στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και να δημιουργήσει προϋποθέσεις για την ανάπτυξη και του χειμερινού τουρισμού (Gammon and Robinson, 1999).

Ο τουριστικός αθλητισμός αφορά τα άτομα που ταξιδεύουν για μια ενεργά συγκεκριμένη αθλητική δραστηριότητα. Όμως, το κίνητρο τους είναι το ταξίδι και όχι ο αθλητισμός. Ειδικότερα, τα άτομα έχουν ως δευτερεύον στόχο τη συμμετοχή τους σε μια αθλητική δραστηριότητα, ενώ παρατηρείται μια εντελώς περιστασιακή επαφή με το είδος κατά τη διάρκεια των διακοπών τους. Στην κατηγορία αυτή περιλαμβάνονται οι πελάτες των ξενοδοχείων κλασσικού τύπου οι οποίοι συμμετέχουν στις δραστηριότητες της animation (Gammon and Robinson 1999).

Οι Standeven και DeKnop υποστηρίζουν πως η προηγούμενη προσέγγιση είναι σωστή, όμως ο αθλητικός τουρισμός αφορά επαγγελματίες αλλά και διακοπές. Οπότε, συνέδεσαν με τον αθλητικό τουρισμό, τον επαγγελματικό αθλητικό τουρισμό, που αφορά τους επαγγελματίες αθλητές που συμμετέχουν σε αγώνες και τους παρελκόμενους π.χ. δημοσιογράφους που εργάζονται στον τομέα του αθλητισμού και το ταξίδι τους είναι για επαγγελματικό σκοπό. Ο αθλητικός τουρισμός διακοπών ταυτίζεται με τον τουριστικό αθλητισμό που τα άτομα μπορεί να είναι τυχαίοι θεατές

ή συνειδητοποιημένοι θεατές, ή από παθητικής πλευράς οργανωμένες ατομικές αθλητικές δραστηριότητες διακοπών (Standeven και DeKnop, 2009)

Οι μορφές του αθλητικού τουρισμού διακρίνονται ως εξής (Γλύνια 2000), Γκουτζιούπας, 2006, σελ. 12-15):

- Προπονητικός τουρισμός, που περιλαμβάνει όλους τους παράγοντες που έρχονται σε επαφή με έναν τουριστικό προορισμό άθλησης είτε για εγκλιματισμό είτε για προπόνηση. Άρα, αφορά ομάδες ή αθλητές ή τους συνοδούς τους που διαμένουν σε προπονητικά κέντρα, καταλύματα με ειδικά γεύματα και τεχνικό προσωπικό.
- Τουρισμός Αθλητικών Διοργανώσεων, που διακρίνεται σε δύο παραμέτρους: α) την παρακολούθηση - θέαση αθλητικών γεγονότων και β) συμμετοχή στα γεγονότα. Η πρώτη παράμετρος αφορά τα άτομα που δημιουργούν την τουριστική δραστηριότητα παρακολουθώντας ως θεατές αθλήματα στον προορισμό που έχουν επιλέξει για τις διακοπές τους. Η δεύτερη παράμετρος περιλαμβάνει τα άτομα (αθλητές ή ομάδες), που σκοπός του ταξιδιού τους είναι η συμμετοχή σε αθλητικά γεγονότα. Συνδυάζει διακοπές με αθλητικές υποχρεώσεις καταναλώνοντας τουριστικές υπηρεσίες.
- Τουρισμός Αθλητικών Δραστηριοτήτων, που διαφοροποιείται από την προηγούμενη μορφή στο γεγονός ότι ο τουρίστας που συμμετέχει δεν είναι ούτε θεατής ούτε επαγγελματίας, αλλά, επιτυγχάνει μια επαφή με τις παρεχόμενες αθλητικές δραστηριότητες για προσωπική εμπειρία. Γι' αυτόν το λόγο, ταξιδεύει σε μέρη με πολλαπλά σπορ και πολιτιστικές δραστηριότητες, όπως χειμερινά ή παραθαλάσσια θέρετρα. Βέβαια, υπάρχουν και οι πόλεις στις οποίες λαμβάνουν χώρα οι μαραθώνιοι πόλεων και οι ποδηλατικοί γύροι.
- Τουρισμός Αθλητικής Αναψυχής, που περιλαμβάνει τους τουρίστες που επιλέγουν τις διακοπές τους σε ειδικά ξενοδοχεία με διοργάνωση ψυχαγωγικών αθλητικών προγραμμάτων και υπηρεσιών. Στόχος των ξενοδοχειακών μονάδων είναι μέσα από αυτές τις διοργανώσεις να επιμορφώσουν, να ευαισθητοποιήσουν περιβαλλοντικά και να ενασχοληθούν όλα τα άτομα των διαφόρων ηλικιών.

2.1.1 Το προφίλ του αθλητικού τουρίστα

Οι αθλητικοί τουρίστες είναι άτομα που τους αρέσει να ασχολούνται επαγγελματικά ή ερασιτεχνικά με τον αθλητισμό. Για να πραγματοποιούν τη συγκεκριμένη επιθυμία τους, έχουν την ανάγκη ακριβού εξοπλισμού (π.χ. γκολφ, καταδύσεις, ορειβασία, ιστιοπλοΐα, ποδηλασία), παρακολουθούν αθλητικούς αγώνες συστηματικά και τους αρέσουν τα ταξίδια. Δίνουν σημασία στην ποιότητα των παρεχομένων υπηρεσιών, προσέχουν τη φυσική τους κατάσταση / υγεία / διατροφή και έχουν από μεσαίο έως υψηλό κοινωνικόοικονομικό επίπεδο. (Τερζάκης, 2004) Ο αθλητικός τουρίστας, μπορεί να οριστεί, ως ένας προσωρινός επισκέπτης που διαμένει τουλάχιστον εικοσιτέσσερις ώρες στην περιοχή που επισκέπτεται και ο σκοπός του ταξιδιού του είναι να παρευρεθεί σε ένα αθλητικό γεγονός (DeKnop,1987).

Στους οπαδούς του αθλητισμού αρέσει να συμπεριφέρονται περισσότερο σαν τουρίστες όταν παρακολουθούν ένα αθλητικό γεγονός εκτός της πόλης τους (Gammon και Robinson, 2003, Gibson et al., 2003). Ο τουρίστας ο οποίος παρακολουθεί ένα αθλητικό γεγονός είναι εκείνος ο οποίος ταξιδεύει για να παρακολουθήσει ή να λάβει μέρος σε αθλητικές εκδηλώσεις όπως ποδοσφαιρικούς αγώνες, αγώνες μπάσκετ, Ολυμπιακούς Αγώνες και άλλα παρόμοια αθλητικά γεγονότα. Αθλητικές εκδηλώσεις, όπως οι κολεγιακοί αγώνες μπάσκετ που πραγματοποιούνται καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου θεωρούνται αθλητικές διοργανώσεις μικρής κλίμακας (Gibson et al., 2003, Higham, 1999).

Συμπερασματικά, αθλητικοί τουρίστες είναι εκείνοι που παρευρίσκονται εκτός της πόλης, μεμονωμένα άτομα ή ομάδες που ταξιδεύουν μακριά από τον τόπο μόνιμης κατοικίας τους (Standeven και De Knop, 1999, σελ. 39), για να παρακολουθήσουν ή να πάρουν μέρος σε σημαντικές αθλητικές διοργανώσεις όπως οι Ολυμπιακοί Αγώνες ή μικρής κλίμακας αθλητικές διοργανώσεις (Gibson, 1998).

Οι αθλητικοί τουρίστες είναι μεγάλοι σε αριθμό και αυτό έχει οικονομικές και κοινωνικές συνέπειες στους προορισμούς εκείνους που λαμβάνει χώρα η αθλητική διοργάνωση. Για παράδειγμα, πάνω από 3,5 εκατομμύρια εισιτήρια πουλήθηκαν για τους Ολυμπιακούς Αγώνες της Αθήνας το 2004 (Vital Στατιστικές, 2004), κατά τη

διάρκεια των εκδηλώσεων. Θέλοντας να κάνουμε ένα διαχωρισμό στους αθλητικούς τουρίστες θα μπορούσαμε να τους διακρίνουμε σε «παίχτες» και σε «συμμετέχοντες σε μια δραστηριότητα». Οι συμμετέχοντες σε μια δραστηριότητα συμμετέχουν με σκοπό την αναψυχή και όχι ανταγωνιστικά. Το ενδιαφέρον τους επικεντρώνεται περισσότερο στις διαδικασίες του παιχνιδιού παρά στα αποτελέσματα των συγκεκριμένων διαγωνισμών. Οι παίχτες, από την άλλη πλευρά, επισκέπτονται έναν προορισμό με τη σκέψη του ανταγωνισμού. Συχνά, είναι απόλυτα προσηλωμένοι στο άθλημά τους, και συνήθως αναζητούν επίσημα και οργανωμένα τον ανοιχτό ανταγωνισμό (Red. eld et al, 1936, σ. 149)

Σημαντικό κριτήριο για τον αθλητικό τουρίστα, για να αποφασίσει να παρακολουθήσει μια αθλητική διοργάνωση, είναι η πόλη που διεξάγεται η διοργάνωση. Ο αθλητικός τουρίστας εξετάζει τι μπορεί να του προσφέρει η πόλη κατά την πορεία της διοργάνωσης, μέσα από κάποιες πεποιθήσεις που έχει, από πληροφορίες που έχει συλλέξει και από προσωπικά συναισθήματα. Έτσι, λαμβάνοντας υπόψη του τα παραπάνω στοιχεία αποφασίζει εάν θα επισκεφθεί τη διοργάνωση. Τα βασικότερα κριτήρια για τη λήψη αυτής της απόφασης είναι το πολιτισμικό ενδιαφέρον το οποίο σχετίζεται άμεσα από τις προοπτικές της πόλης για τη συλλογή νέων εμπειριών και γνώσεων, καθώς και η έλλειψη κινδύνου όσον αφορά την υγεία και την ασφάλεια του τουρίστα. Όσον αφορά το πολιτισμικό ενδιαφέρον, υπάρχει πάντοτε ο κίνδυνος του φαινομένου του εκπολιτισμού. Το φαινόμενο αυτό παρατηρείται όταν άτομα με διαφορετικά είδη κουλτούρας έρχονται σε διαρκή επαφή και έχει ως αποτέλεσμα την αλλαγή των πολιτισμικών προτύπων είτε στο ένα είτε και στα δύο άτομα. (Red.eld et al, 1936, σ. 149).

Το φαινόμενο του εκπολιτισμού έχει μελετηθεί και εφαρμοστεί από επιστήμες όπως η κοινωνιολογία και η ψυχολογία όσον αφορά τη συμπεριφορά των καταναλωτών όταν βρίσκονται σε έναν ξένο προορισμό. Το φαινόμενο του εκπολιτισμού στον τομέα της συμπεριφοράς των καταναλωτών συνδέεται με τη διαδικασία κοινωνικοποίησης, με την οποία ο καταναλωτής μαθαίνει τις συμπεριφορές, τις στάσεις και τις αξίες ενός πολιτισμού που είναι διαφορετικός από τον πολιτισμό τους (Lee, 1994)

Στην αποφυγή του εκπολιτισμού συμβάλλουν δύο βασικά στοιχεία:

- Η ενημέρωση για τον προορισμό μέσα από τη χρήση των μέσων μαζικής ενημέρωσης
- Η επαφή με πρόσωπα του περιβάλλοντος του ατόμου τα οποία έχουν βιώσει διαφορετικές κουλτούρες

Μέσα από έρευνες παρατηρήθηκε ότι, παρά τις χρονικές τους διαφορές, ο τουρισμός εξακολουθεί να παρέχει ευκαιρίες για τη γνώση και τη συλλογή εμπειριών (Penaloza, 1989). Αποτελέσματα των ερευνών αυτών έδειξαν πώς όχι μόνο ο τουρισμός παρέχει ευκαιρίες για γνώση του πολιτισμού, παρά τη μικρή χρονική του διάρκεια, αλλά και πως η τουριστική συμπεριφορά επηρεάζεται άμεσα από το πολιτισμικό υπόβαθρο. Οι μεγαλύτερες αλλαγές τουριστικής συμπεριφοράς παρατηρούνται συνήθως όταν ο προορισμός είναι οι Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής και οι χώρες της ανατολικής Ασίας όπως η Κίνα, η Κορέα, η Ιαπωνία και η Σιγκαπούρη.

Η θεωρία που αναπτύχθηκε σχετικά με το θέμα είναι πως οι χώρες χωρίζονται σε πολιτισμικές ομάδες, λαμβάνοντας ως κριτήριο τη γεωγραφική τους θέση και την ιστορία τους (Hofstede, 1980). Οι πολιτισμικές ομάδες αυτές είναι:

- Οι πιο αναπτυγμένες & οι λιγότερο αναπτυγμένες χώρες της Λατινικής Αμερικής
- Οι πιο αναπτυγμένες & οι λιγότερο αναπτυγμένες χώρες της Ασίας
- Οι χώρες της Εγγύς Ανατολής
- Οι Αγγλοσαξονικές χώρες
- Οι Σκανδιναβικές χώρες
- Οι Γερμανόφωνες χώρες

Επιπλέον, ο αθλητικός τουρισμός είναι μια επικερδής επιχείρηση η οποία αποτελεί περίπου το 10% της συνολικής παγκόσμιας τουριστικής αγοράς και αυτό γίνεται γιατί οι αθλητικοί τουρίστες ξοδεύουν περισσότερα χρήματα από τους απλούς τουρίστες. Η ζήτηση για τον αθλητικό τουρισμό σε ολόκληρο τον κόσμο έχει αυξηθεί σε μεγάλο ποσοστό τα τελευταία χρόνια, κυρίως λόγω της μεγαλύτερης έμφασης που δίνουν οι επισκέπτες στην υγεία και στη βελτίωση της φυσικής τους κατάστασης. Υπό το φως του μεγάλου ενδιαφέροντος των τουριστών στο συνδυασμό των διακοπών τους με κάποια αθλητική δραστηριότητα, έχουν δημιουργηθεί τα τελευταία χρόνια πολλά αθλητικά σωματεία προσφέροντας μια ποικιλία από αθλητικές δραστηριότητες.

Τα πιο δημοφιλή αθλήματα μεταξύ αυτών είναι το κολύμπι, το τένις, η ιστιοπλοΐα και η ιστιοσανίδα (windsurfing). Σε αυτό συμβάλλει η όλο και συχνότερη διοργάνωση αθλητικών εκδηλώσεων από τις πόλεις, με σκοπό την προσέλκυση τουριστών που θέλουν να συνδυάσουν τις διακοπές τους με τον αθλητισμό. Οι αθλητικοί τουρίστες είναι άτομα που συμμετέχουν σε αθλητικές δραστηριότητες παράλληλα με τις διακοπές τους και μπορούν να χωριστούν σε τρεις βασικές κατηγορίες: (Gibson 1998, Hall 1992, Standeven & De Knop 1999):

1. Οι αθλητικοί τουρίστες των οποίων ο αποκλειστικός σκοπός στο ταξίδι είναι να λάβουν μέρος σε ένα οργανωμένο αθλητικό γεγονός.
2. Οι αθλητικοί τουρίστες των οποίων βασικός σκοπός είναι να παρακολουθήσουν ένα οργανωμένο αθλητικό γεγονός.
3. Οι λάτρεις του αθλητισμού που ταξιδεύουν με σκοπό να συμμετάσχουν σε μια αθλητική δραστηριότητα η οποία έχει οργανωθεί αποκλειστικά από τους ίδιους.

Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι οι Ηνωμένες Πολιτείες, όπου πάνω από τα 2/5 του πληθυσμού, είτε συμμετέχοντας είτε ως θεατές, λαμβάνουν μέρος σε μία αθλητική εκδήλωση και αυτό έχει ως αποτέλεσμα να παράγονται περίπου 27 δισεκατομμύρια δολάρια το χρόνο (Travel Industry Association της Αμερικής, 2001). Η ιδέα της δημιουργίας ενός ξενοδοχείου που συνδυάζει τις διακοπές με τον αθλητισμό προέρχεται από έρευνες που πραγματοποιήθηκαν το 2003, όπου και προσδιορίστηκαν οι τάσεις στον τομέα της φιλοξενίας σε όλο τον κόσμο, με τα αποτελέσματα να δείχνουν το αυξανόμενο ενδιαφέρον των νέων και των νέων οικογενειών που έχουν τη διάθεση να συνδυάσουν τις διακοπές με τον αθλητισμό.

2.2 Ιστορική αναδρομή του αθλητισμού στην Ελλάδα

Στην Ελλάδα ο τουρισμός αναπτύχθηκε κιόλας από τον 6^ο π. Χ. και 4^ο μ. Χ. αιώνα από τους αρχαίους Έλληνες. Η συμμετοχή των ανδρών σε αγώνες, όπως τα Ολύμπια, τα Νέμεα ή τα Ίσθμια, ήταν κάτι πρωτοποριακό για εκείνη την εποχή αλλά και μέχρι σήμερα είναι αξιοθαύμαστα. Ακόμη κι αν οι τουριστικές δραστηριότητες περιορίστηκαν ή άλλαξαν μορφή την εποχή του Βυζαντίου, οι Ολυμπιακοί αγώνες

παρέμειναν οι σημαντικότεροι και οι αρχαιότεροι από όλους τους Ελληνικούς αγώνες (Λύτρας, 2000).

Η οργάνωση των Ολυμπιακών αγώνων που ξεκίνησαν στην Αρχαία Ολυμπία ανά τετραετία αποτελεί μέχρι σήμερα από τα μεγαλύτερα γεγονότα που συγκεντρώνει χιλιάδες επισκέπτες στα μέρη όπου φιλοξενούνται. Ο χώρος της αρχαίας Ολυμπίας, τα μετέπειτα χρόνια διευρύνθηκε, με περίτεχνους ναούς και προστέθηκαν νέα αγωνίσματα και σύγχρονες εγκαταστάσεις που εξυπηρετούσαν τους αθλητές. Ο πρώτος ξενώνας που ήταν για τη φιλοξενία των επισήμων ονομάστηκε Λεωνίδαίο. Επίσης, εκτός από τους Ολυμπιακούς αγώνες ακολουθούσαν πολιτιστικές και θρησκευτικές εκδηλώσεις, όπως τα Πυθία των Δελφών, που ήταν μουσικοί αγώνες ή οι παραστάσεις αρχαίου δράματος κ.α. Έτσι, οι θεατές παρευρίσκονταν αρκετά νωρίτερα για να δουν και την προετοιμασία των αθλητών. Πολλοί φιλόσοφοι της εποχής ασχολήθηκαν με την ανάλυση όλων των γεγονότων εκείνων. Για παράδειγμα, ο Πλάτων στο βιβλίο του με αριθμό 12, που περιλαμβάνει τους νόμους, κατατάσσει τους περιηγητές σε τέσσερις κατηγορίες. Μια από αυτές είναι τα άτομα που μετακινούνται για να παρακολουθήσουν θρησκευτικές και αθλητικές εκδηλώσεις. Ο Πausanias έγραψε τον πρώτο τουριστικό οδηγό, ο οποίος περιελάμβανε πληροφορίες και περιγραφές για τους αθλητικούς αγώνες (Λύτρας, 2000).

Στους Ολυμπιακούς αγώνες υπήρχαν αγωνίσματα όπως η πάλη, το παγκράτιο, το στάδιο, τα ιππικά, το πένταθλο. Υπήρχαν συγκεκριμένοι κανόνες για το κάθε αγώνισμα και συμβάσεις για να ρυθμίζουν τη διαδικασία της διεξαγωγής αγώνων. Στη νεότερη Αθήνα, διοργανώθηκαν κατά τα έτη 1896 και 1906 Ολυμπιακοί αγώνες (ενδιάμεσοι ολυμπιακοί αγώνες) που ώθησαν τους ανθρώπους στην ανάπτυξη του Ελληνικού τουρισμού. Παρόλο που οι πολιτικές εντάσεις και οι πόλεμοι δε βοήθησαν στην ενασχόληση με τον τουρισμό, την περίοδο 1919 έως 1924 επισκέφτηκαν την Ελλάδα 80.000 αλλοδαποί τουρίστες. Ο μελετητής Burton Holmes θεωρούσε τους Ολυμπιακούς Αγώνες ως ένα τουριστικό θέαμα και όχι ένα απλό αθλητικό γεγονός. Ο ίδιος ο Holmes έγραψε ότι το ενδιαφέρον για τους Ολυμπιακούς Αγώνες του 1896 οφείλεται κυρίως στην υπέροχη τοποθεσία τους και όχι κάθε αυτού στους αγώνες τους (McFee, 1990).

Το 2004 ήταν μια πολύ σημαντική χρονιά για την Ελλάδα και ειδικότερα για την Αθήνα, αφού διοργανώθηκαν οι 28^{οι} αγώνες της Ολυμπιάδας. Αποτέλεσαν ένα

γεγονός με διεθνή χαρακτήρα και φήμη που αργότερα είχε σοβαρό αντίκτυπο στη χώρα από κοινωνικό-οικονομική και πολιτική άποψη. Η Ελλάδα, παρόλο που δε χρειαζόταν ιδιαίτερη παρουσίαση, λόγω της διεθνούς της φήμης στους αγώνες και τα αθλήματα, με τη διοργάνωση των Ολυμπιακών αγώνων του 2004, βελτιώθηκε περισσότερο η συνολική εικόνα της χώρας.

Η κληρονομιά των Ολυμπιακών αγώνων στη χώρα ήταν να δημιουργηθούν αθλητικές υποδομές που είναι ένα σημαντικό κομμάτι για τον αθλητικό τουρισμό μιας εναλλακτικής Ελλάδας. Μπορούν επίσης, να συνδυαστούν και οι ξενοδοχειακές υποδομές της Αθήνας αλλά και των άλλων Ολυμπιακών πόλεων, ώστε να οργανωθεί σε επαγγελματικό επίπεδο ο αθλητισμός. Μέσα από την ανάπτυξη αυτής της μορφής βελτιώνεται η εποχικότητα και ενισχύεται η κατά κεφαλή τουριστική δαπάνη (Λύτρας, 2000).

Για πολλά χρόνια είναι έντονος ο ανταγωνισμός, σε πολλές χώρες, για τη φιλοξενία μεγάλων αθλητικών διοργανώσεων, όπως είναι οι Ολυμπιακοί Αγώνες και δαπανώνται τεράστια χρηματικά ποσά για την υποβολή προσφορών για τέτοιου είδους εκδηλώσεις. Τα τελευταία χρόνια, ωστόσο, και η πραγματοποίηση μικρών αθλητικών ερασιτεχνικών εκδηλώσεων φαίνεται να είναι αρκετά επικερδής για πολλές πόλεις. Πολλές κοινότητες μάλιστα δημιουργούν τις δικές τους αθλητικές εκδηλώσεις για να αποτελέσει η πόλη τους πόλο έλξης τουριστών (Jennings, 1996).

2.3 Η γνωριμία με τις αθλητικές δραστηριότητες

Η έννοια της αθλητικής δραστηριότητας είναι μια έννοια δύσκολη για να την εξηγήσεις, καθώς ο διαχωρισμός αθλητικών και μη δραστηριοτήτων είναι αρκετά πολύπλοκος. Παλαιότερα επικρατούσε η άποψη πως μόνον όσα συμπεριλαμβάνονται στα Ολυμπιακά αθλήματα μπορούν να εκληφθούν ως πραγματικά αθλήματα μέχρις ότου να έρθει η διάψευση. Όταν ξεκίνησε η μεγάλη άνοδος και ανάπτυξη του beach volley και του snowboard ως αθλητικές δραστηριότητες, τότε αμέσως αυτά συμπεριλήφθηκαν στους επόμενους Ολυμπιακούς αγώνες (Ντούβας, 2000).

Ξεκινώντας, λοιπόν, θα ήταν προτιμότερο να κάνουμε έναν διαχωρισμό ως προς τις αθλητικές δραστηριότητες. Σύμφωνα με τη γενική γραμματεία Αθλητισμού

της Αγγλίας, υπάρχουν 80 περίπου αθλητικές δραστηριότητες που έχουν αναγνωριστεί από τη Διεθνή Ολυμπιακή Επιτροπή. Αρχικά, αναφέρονται τα αθλήματα των ολυμπιακών αγώνων (πίνακας 1) και έπειτα αναφέρονται τα αθλήματα που δεν περιλαμβάνονται στο πρόγραμμα των αγώνων (πίνακας 2) (Διεθνής Ολυμπιακή Επιτροπή, 2014).

Πίνακας 1

Summer sports:		Winter sports:	
Aquatics	Fencing	Shooting	Biathlon
Archery	Football	Softball	Bobsleigh
Athletics	Gymnastics	Table Tennis	Curling
Badminton	Handball	Taekwondo	Ice Hockey
Baseball	Hockey	Tennis	Luge
Basketball	Judo	Triathlon	Skating
Boxing	Modern Pentathlon	Volleyball	Skiing
Canoe / kayak	Rowing	Weightlifting	
Cycling	Sailing	Wrestling	
Equestrian			

Πηγή: <http://www.olympic.org/sports> [20 Απριλίου 2015]

Πίνακας 2

Air sports
Mountaineering and Climbing
Automobile
Netball
Bandy
Orienteering
Billiard Sports
Pelote Basque
Boules
Polo
Bowling
Racquetball
Bridge
Roller Sports
Chess
Rugby
DanceSport
Squash
Golf
Surfing
Karate
Tug of War
Korfball
Underwater Sports
Life Saving
Water Skiing
Motorcycle Racing
Wushu

Πηγή: <http://www.olympic.org/sports> [20 Απριλίου 2015]

Στην Ελλάδα, έχει αναπτυχθεί ο αθλητικός τουρισμός με σημαντικές πρωτοβουλίες. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί το πρόσφατο “ The Crete Golf Club” που έχει σκοπό να προσελκύσει πελάτες του συγκεκριμένου αθλήματος και

επιμηκύνει την τουριστική περίοδο. Τη διαφήμιση και προώθηση της συγκεκριμένης εγκατάστασης έχει αναλάβει η Γερμανική ακαδημία του γκολφ (Incredible Crete, 2014).

Μια εξαιρετικά έξυπνη περίπτωση του τουριστικού αθλητισμού είναι τα ξενοδοχεία τύπου κλαμπ. Υπάρχουν θέρετρα όπου το κύριο τους προϊόν είναι η διεξαγωγή αθλητικών δραστηριοτήτων αλλά και θέρετρα τα οποία εντάσσουν τις αθλητικές δραστηριότητες ως μια εναλλακτική επιλογή για τους πελάτες τους, για τον ελεύθερό τους χρόνο. Αυτό επιτυγχάνεται με την προσφορά προγραμμάτων ψυχαγωγίας και αθλητισμού στους πελάτες που επιθυμούν. Κάποια παραδείγματα τέτοιων ξενοδοχείων είναι τα Club Med, Robinson, Aldiana κ. α. (Ντούβας, 2000).

Το αρνητικό σημείο που θα μπορούσαμε να αναφέρουμε σε ότι αναφορά τις αθλητικές δραστηριότητες είναι η μόλυνση που επιφέρουν στο περιβάλλον. Οι επιπτώσεις που μπορούν να έχουν οι αθλητικές δραστηριότητες στο περιβάλλον συνδέονται με την κατασκευή των αθλητικών εγκαταστάσεων, οι οποίες συνήθως βρίσκονται σε σημεία πλούσια σε πανίδα, μέρος της οποίας καταστρέφεται για χάρη της κατασκευής τους, έτσι ώστε να προσελκύουν ευκολότερα το ενδιαφέρον του υποψήφιου τουρίστα. Χαρακτηριστικό παράδειγμα στη χώρα μας είναι αυτό της Λίμνης Κερκίνης, ένα θέρετρο στο οποίο ζουν και ταυτόχρονα κινδυνεύουν πολλά σπάνια είδη ζώων και το οποίο προσελκύει μεγάλο αριθμό τουριστών, μέρος του οποίου έχει σκοπό αποκλειστικά και μόνο τις αθλητικές δραστηριότητες. Αξίζει να αναφέρουμε πάντως, πως υπάρχουν αθλητικές δραστηριότητες όπως η ποδηλασία, η ιππασία κ.τ.λ. που έχουν πολύ μικρή έως μηδαμινή επιρροή στο περιβάλλον (Ντούβας, 2000).

Κάποιες από τις αθλητικές δραστηριότητες αρχικά φαίνονται ως υγιείς και ευεργετικές για το περιβάλλον, όμως με την πάροδο του χρόνου φαίνεται πως το επιβαρύνουν. Έτσι, θα πρέπει να εξετάζουμε όλα τα στοιχεία που έχουμε, ώστε να μπορεί να χαρακτηριστεί μια αθλητική δραστηριότητα ως βιώσιμη. Θα πρέπει να προτιμώνται οι αθλητικές δραστηριότητες, που έχουν μικρή έως μηδαμινή επιρροή σε θέμα μόλυνσης του περιβάλλοντος. Σημαντικό είναι, να εξετάζουμε σε τι περιβάλλον θα λαμβάνει χώρα μια αθλητική δραστηριότητα, διότι διαφορετικές συνέπειες μπορεί να έχει η ίδια αθλητική δραστηριότητα σε διαφορετικό περιβάλλον. Εκτός από τις συνέπειες, θα πρέπει να εξετάζουμε και τις ανάγκες που έχει ο τόπος και η κοινωνία

όπου σχεδιάζουμε να αναπτύξουμε την αθλητική δραστηριότητα. Θα πρέπει δηλαδή, να καλύπτει τα ενδιαφέροντα των κατοίκων ή των υποψήφιων επισκεπτών στον τόπο αυτό.

Ο Kurtzman ανέπτυξε ένα μοντέλο που εξετάζει τον αθλητικό τουρισμό από τη σκοπιά του αθλητικού γεγονότος και απομονώνει τον αθλητικό τουρίστα. Έτσι, επιτυγχάνεται μια ολοκληρωμένη περιγραφή του αθλητικού τουρισμού. Επίσης, διέκρινε πέντε κατηγορίες οι οποίες θα αναλυθούν στη συνέχεια (Kurtzman,1999) .

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

Οι αθλητικές εκδηλώσεις μπορεί να είναι ελκυστικές για τις κυβερνήσεις, για τμήματα της τουριστικής βιομηχανίας και για κάποιους τουρίστες και ντόπιους. Για να είναι επιτυχημένη μια αθλητική εκδήλωση θα πρέπει να πληροί κάποιες προϋποθέσεις και να υπάρξει μια σειρά διαπραγματεύσεων ανάμεσα στην τοπική αυτοδιοίκηση της πόλης στην οποία λαμβάνει χώρα η αθλητική εκδήλωση και στους διοργανωτές. Οι διαπραγματεύσεις αυτές σχετίζονται με τα διοικητικά συμβούλια των αθλητικών φορέων, τη χρηματοδότηση, την παροχή υποδομών, το αποτελεσματικό μάρκετινγκ και την ενδεδειγμένη τιμολόγηση. Στόχος των διαπραγματεύσεων αυτών είναι ο περιορισμός τυχόν ζημιών και η εξασφάλιση του μέγιστου δυνατού οφέλους σε οικονομικό και οργανωτικό επίπεδο. Εκτός από την υποστήριξη της τοπικής αυτοδιοίκησης, μια αθλητική εκδήλωση θα πρέπει να έχει και την αποδοχή της τοπικής κοινωνίας, με απώτερο σκοπό την προβολή του τόπου και την προσέλκυση τουριστών κατά την διάρκεια της διοργάνωσης. Ο τομέας της διαφήμισης και της

πληροφόρησης μπορεί να λειτουργήσει ως κίνητρο για να κινήσει το ενδιαφέρον τόσο των εγχώριων όσο και των επισκεπτών από το εξωτερικό (Λύτρας, 1999).

Οι φορείς που είναι υπεύθυνοι για την οργάνωση αθλητικών εκδηλώσεων είναι οι εξής:

- Γραφεία Φ.Α. των Πανεπιστημίων και τα Πανεπιστημιακά Γυμναστήρια. Τα πανεπιστήμια διοργανώνουν εσωτερικά πρωταθλήματα, στα οποία συμμετέχουν ομάδες που έχουν διαμορφωθεί μέσα από τα πανεπιστημιακά τμήματα. Υπάρχουν προγράμματα ομαδικής ή ατομικής άσκησης τα οποία έχουν δημιουργηθεί από τα Γραφεία Φυσικής Αγωγής των Πανεπιστημίων.
- Δημοτικοί Αθλητικοί Οργανισμοί και δημοτικά γυμναστήρια. Αρκετά χρόνια, μέσα από την ενέργεια «μαζικός αθλητισμός» έχουν αναπτυχθεί τα συγκεκριμένα προγράμματα. Σκοπός είναι η υλοποίηση αθλητικών εκδηλώσεων από τους αθλητικούς οργανισμούς των δήμων και κοινοτήτων μέσα από τη χρηματοδότηση από τα δημοτικά έσοδα και τις συνδρομές των συμμετεχόντων. Έτσι, θα βελτιωθεί η ποιότητα ζωής των δημοτών της κάθε περιοχής.
- Ιδιωτικές εγκαταστάσεις εκγύμνασης και κέντρα άσκησης. Υπάρχουν δύο μορφές εταιριών τέτοιου τύπου. Οι αυτόνομες και οι οργανωμένες σε αλυσίδες (Franchise).
- Ιδιωτικές εταιρίες αθλητικής αναψυχής και υπαίθριων δραστηριοτήτων. Περιλαμβάνονται όλοι οι σχετικοί φορείς που οργανώνουν ορεινές δραστηριότητες. Για παράδειγμα, η οργάνωση εκδρομής στο βουνό ή γενικότερα οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού.
- Χιονοδρομικά κέντρα. Στην Ελλάδα έχουν δημιουργηθεί 17 χιονοδρομικά κέντρα που λαμβάνουν περισσότερους από 500.000 επισκέπτες το χρόνο. Τα περισσότερα, αποτελούν ημιδημοτική ή ημικρατική εκμετάλλευση.
- Παιδικές κατασκηνώσεις. Αποτελεί αναψυχή της πόλης και απευθύνεται στον νεαρό κόσμο που επιθυμεί την ξεγνοιασιά και ελευθερία.
- Τα ιαματικά κέντρα, τα κέντρα θαλασσοθεραπείας, αλλά και τα “spa”. Αποτελούν φορείς αθλητικής αναψυχής διότι οι παροχές τους περιλαμβάνουν προγράμματα άσκησης και κίνησης.

- Τα θεματικά πάρκα, Έχουν στόχο την αναψυχή μέσα από το παιχνίδι. Δεν αφορούν μόνο νεαρές ηλικίες αλλά όλα τα μέλη της οικογένειας. (Αλεξανδρή, 2008)

Όλα τα παραπάνω, με τη σωστή προώθηση και ανάπτυξη, μπορούν να επιφέρουν αξιόλογα έσοδα και θα εκσυγχρονίσουν την πολιτεία. Η Ελλάδα, έχει δημιουργήσει κάποιες βάσεις, αλλά χρειάζεται περισσότερη ενίσχυση στον τομέα του αθλητισμού (Αλεξανδρή, 2008)

2.3.1 Αθλητικές διοργανώσεις διεθνώς

Εκτός από τους Ολυμπιακούς Αγώνες, που αποτελούν σπουδαίο γεγονός, υπάρχουν και άλλες διοργανώσεις οι οποίες έχουν σχεδόν αντίστοιχη σπουδαιότητα και έχουν σημαντικά οφέλη για τον τουρισμό της διοργανώτριας χώρας. Για παράδειγμα, το παγκόσμιο πρωτάθλημα ποδοσφαίρου που διεξήχθη στην Γαλλία το καλοκαίρι του 1998 απετέλεσε μια μεγάλη τουριστική άφιξη. Το πρόγραμμα των πρώτων αγώνων διοργανώθηκε έτσι ώστε οι φίλαθλοι που ακολουθούσαν το Εθνικό τους συγκρότημα να ανακαλύψουν τρεις διαφορετικές πόλεις. Αυτή η οργάνωση βοήθησε τους 350.000 επισκέπτες που βρέθηκαν στη χώρα για το συγκεκριμένο γεγονός, να κάνουν ταυτόχρονα τουρισμό. Το κόστος για τη διεξαγωγή όλου του γεγονότος ήταν 900.000 Γαλλικά Φράγκα τα οποία διέθεσαν οι υπεύθυνοι τουρισμού. Έτσι, κάθε πόλη είχε να προσφέρει χιλιάδες ευκαιρίες ψυχαγωγίας όπως μουσικές βραδιές, εκθέσεις, γαστρονομικές θεματικές βραδιές κλπ. Ο στόχος ήταν να παροτρύνουν τους επισκέπτες να παρατείνουν όσο το δυνατόν περισσότερο την παραμονή τους στη χώρα, καθώς επίσης να αναχωρήσουν με τις καλύτερες αναμνήσεις και όχι μόνο αθλητικές (Lesur, 1997).

Όπως αναφέρει ο B. Faulkner, σημαντικά διεθνή αθλητικά γεγονότα, οργανώθηκαν χωρίς αρχικά να έχουν κάποιο τουριστικό χαρακτήρα. Στην πορεία, όμως, όλες αυτές οι διοργανώσεις αποδείχθηκαν κινητήριοις δυνάμεις για την τουριστική ανάπτυξη (Faulkner, 1993). Αναδεικνύοντας τη σχέση μεταξύ των μεγάλων αθλητικών γεγονότων (hallmark events) και του τουρισμού, η διοργάνωση των μεγάλων αθλητικών γεγονότων αποτελεί σπουδαίο μέρος των στρατηγικών του τουριστικού μάρκετινγκ για τη διοργανώτρια χώρα. Όπως επισημαίνουν οι Bucher &

Bucher, τα οργανωμένα αθλητικά γεγονότα προσφέρουν περισσότερες ευκαιρίες για την αθλητική βιομηχανία και τις κυβερνήσεις, προκειμένου να αυξηθεί το τουριστικό δυναμικό απ' ό,τι οι δραστηριότητες αναψυχής και περιπέτειας, παρόλο που είναι εξίσου σημαντικές (Bucher & Bucher, 1974) .

Το μοντέλο αθλητικού τουρισμού στον Καναδά προωθεί ως πρωταρχικό λόγο επένδυσης την προαγωγή της υγείας μέσω της κινητοποίησης της κοινωνίας για έναν πιο ενεργητικό τρόπο ζωής. Γενικότερα, η ανακάλυψη των πλεονεκτημάτων του αθλητικού τουρισμού, έδωσε το κίνητρο στους Καναδούς, να ακολουθήσουν μια κοινή στρατηγική με μακροχρόνιους στόχους. Σε αυτό βοηθάει η καλά οργανωμένη δομή του κράτους και της τοπικής αυτοδιοίκησης. Οι Καναδοί έχουν αφομοιώσει τη νοοτροπία πως η ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού είναι εναρμονισμένη με την ατομική βελτίωση της ποιότητας ζωής, που έχει άμεση ανταπόκριση στη βελτίωση της περιοχής τους. Έτσι, ωθεί τους κατοίκους να ενασχοληθούν με αθλητικές δραστηριότητες και, παράλληλα, να εκμεταλλευτούν τις μεγάλες και μικρότερες αθλητικές διοργανώσεις (Barnes,2000).

Στην Ισπανία, τα πρώτα δείγματα αθλητικού τουρισμού εμφανίστηκαν με την επιτυχία των Ολυμπιακών Αγώνων το 1992 και παράλληλα αναπτύχθηκε μια επιθετική πολιτική ανάπτυξης του τουρισμού. Αρχικά, επιλέχθηκε να γίνει η μορφοποίηση ολόκληρων προορισμών σε αθλοτουριστικές μονάδες. Έπειτα, σε συνεργασία με την τοπική κοινωνία, η κυβέρνηση επένδυσε ποσά στην κατασκευή δημόσιων υποδομών, που αργότερα είχε ως αποτέλεσμα την αύξηση κερδών και την παγκόσμια κατάταξη της χώρας στις 3 πρώτες θέσεις (Barnes, 2000).

Η Αυστραλία είχε την ανάγκη τοποθέτησής της στον χάρτη του τουρισμού σε παγκόσμιο επίπεδο και παράλληλα έψαχνε το επιχείρημα να μειώσει το μειονέκτημα της μεγάλης απόστασης. Έτσι, επενδύει στον αθλητικό τουρισμό σκοπεύοντας στον επαναλαμβανόμενο τουρίστα, κυρίως από τη δεξαμενή των χωρών της Κοινοπολιτείας. Οι ταχύτατα αναπτυσσόμενες τουριστικά χώρες όπως η Ινδία, η Νότιος Αφρική, η Κίνα, αλλά και άλλες μικρότερες χώρες, όπως το Κατάρ, χρησιμοποιούν τον αθλητικό τουρισμό για να ενδυναμώσουν την τουριστική τους προώθηση. Επιπλέον, ο διεθνής ανταγωνισμός τους ωθεί να ακολουθήσουν τις νέες μορφές τουρισμού, ώστε να αντιμετωπίζονται ως σύγχρονες χώρες (Barnes,2000).

Η Σκωτία θεωρείται μια χώρα με ιστορία στο γκολφ. Το γκολφ είναι το πιο διαδεδομένο άθλημα στη Σκωτία, ενώ παράλληλα είναι ο πιο αποτελεσματικός παράγοντας τουρισμού. Μάλιστα, το παιχνίδι των ψαράδων πριν 10 σχεδόν αιώνες

έγινε πηγή τουριστικού πλούτου στη Σκωτία. Βέβαια, αυτό δεν έγινε μόνο λόγω ιστορικής παράδοσης. Είναι το αποτέλεσμα συντονισμένων προσπαθειών πολλών φορέων της χώρας. Το National Golf Tourism Monitor για το 2004 χρησιμοποιώντας δείγμα 71 γηπέδων της Σκωτίας άντλησε πολύτιμη πληροφόρηση για τον γκολφικό τουρισμό της χώρας. Η έρευνα βασίζεται σε απαντήσεις από τα γήπεδα σε λεπτομερές ερωτηματολόγιο με πολλαπλή κατηγοριοποίηση κριτηρίων για τον τρόπο επιλογής γηπέδων γκολφ από τους επισκέπτες παίκτες γκολφ των γηπέδων. Στόχος βέβαια είναι η προαγωγή του γκολφικού τουρισμού στη χώρα στη διάρκεια των 5-6 μηνών (Μάιος – Σεπτέμβριος) που είναι το golf season στη Σκωτία. Τα πορίσματα της έρευνας ήταν ότι: α) από το σύνολο των γύρων γκολφ που παίζονται από τους επισκέπτες τα 3/5 είναι προγραμματισμένοι με σχετικές κρατήσεις (pre-booked visitors), β) τα παραθαλάσσια γήπεδα (links) είναι η πρώτη προτίμηση των γκόλφερ. Σε δεύτερη θέση και με μεγάλη διαφορά είναι τα γνωστά καλά γήπεδα της ενδοχώρας, ενώ τα μικρά και απομακρυσμένα γήπεδα ακολουθούν με μεγάλη απόσταση, γ) τέλος, τα λεγόμενα εμπορικά γήπεδα έχουν πολύ μεγαλύτερο αριθμό επισκεπτών από τα γνωστά clubs με μέλη. Τα αποτελέσματα αναδεικνύουν πως μία χώρα με εξαιρετικά διάσημα γήπεδα ελκύει επισκέπτες που είναι παίκτες του γκολφ για να θαυμάσουν ένα από τα εμπορικά γήπεδα κοντά στη θάλασσα, τα οποία συνοδεύονται από υψηλής ποιότητας υπηρεσίες. Πρέπει να επισημανθεί ότι το πρότυπο αυτό του ελκυστικού πακέτου ισχύει για όλες σχεδόν τις χώρες υψηλού γκολφικού τουρισμού. Τέλος, σημειώνεται ότι στη Σκωτία τους μήνες του high golf season ο γκολφικός τουρισμός αποφέρει μεγαλύτερα έσοδα από ότι το υπόλοιπο της τουριστικής βιομηχανίας της χώρας (Barnes, 2000).

2.3.2 Αθλητικά Μουσεία (Ολυμπιακά Μουσεία)

Το Ολυμπιακό μουσείο που βρίσκεται στην Λωζάννη της Ελβετίας στεγάζει τα γραφεία της Διεθνούς Ολυμπιακής Επιτροπής και είναι υπό την αιγίδα του Ολυμπιακού κινήματος. Στην τεράστια Ολυμπιακή Βιβλιοθήκη του Ολυμπιακού Μουσείου μπορεί κανείς να μάθει για την ιστορία του Ολυμπιακού Κινήματος για τα ιδανικά του, την έννοια των τελετών, τους σημαντικότερους αθλητές του καθώς και για τις πόλεις υποδοχής. Είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι τα περισσότερα αθλητικά

μουσεία είναι μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί που χρηματοδοτούνται από εισφορές ενδιαφερόμενων ατόμων και εταιρειών (Wright, 2005)

Είσοδος του Ολυμπιακού Μουσείου Λωζάννης



Πηγή: <http://www.naftemporiki.gr/story/852223/to-istoriko-kupello-tou-spourou-loui-tha-ektethei-prosorina-sti-lozani> [3 Μαΐου 2015]

Το 1998 με τη συνεργασία του Υπουργείου Πολιτισμού, της Ειδικής Γραμματείας Αθλητισμού Μακεδονίας - Θράκης, της Νομαρχιακής Αυτοδιοίκησης Θεσσαλονίκης και της Τοπικής Ένωσης Δήμων και Κοινοτήτων Θεσσαλονίκης ιδρύθηκε στη χώρα μας το Μουσείο Αθλητισμού Θεσσαλονίκης. Από το 2001 λειτουργεί σαν Αστική μη Κερδοσκοπική Εταιρεία και το 2008 η Διεθνής Ολυμπιακή Επιτροπή αναγνώρισε το μουσείο ως το πρώτο Ολυμπιακό Μουσείο της χώρας, υπό την επωνυμία Ολυμπιακό Μουσείο. Σκοπός της ίδρυσης αυτού του μουσείου, πέρα από το γεγονός ότι η Ελλάδα είναι η γενέτειρα των Ολυμπιακών Αγώνων και θα έπρεπε να υπάρχει ένα τέτοιο μουσείο εξ αρχής, ήταν να αποτυπωθεί η αθλητική ιστορία της Ελλάδας, η διαφύλαξη της αθλητικής μας κληρονομιάς και η ανάδειξη της πολιτιστικής πλευράς του αθλητισμού (Ολυμπιακό Μουσείο Θεσσαλονίκης, 2008).

Ολυμπιακό Μουσείο Θεσσαλονίκης



Πηγή: <http://pigolampides.gr/locations/olympiako-moyseio-thessaloniki/> [5 Μαΐου 2015]

2.3.3 Η εποχικότητα και οι κατάλληλες περιοχές για την ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού

Τουριστική εποχικότητα είναι η ανάπτυξη τουριστικής δραστηριότητας σε ορισμένη εποχή του χρόνου που επικρατεί στον τουριστικό προορισμό. Το κλίμα και οι καιρικές συνθήκες του τόπου επηρεάζει άμεσα την τουριστική δραστηριότητα. Παράγοντες όπως η θερμοκρασία του αέρα, η υγρασία, η βροχόπτωση, η νέφωση, ο άνεμος, η θερμοκρασία του νερού, το χιόνι και ο πάγος είναι μεταξύ των παραμέτρων, οι οποίες θεωρούνται σημαντικές. Όταν οι παραπάνω παράγοντες δεν πληρούν τις προϋποθέσεις, δημιουργούν δυσχερείς συνθήκες είτε για τους συμμετέχοντες σε μια αθλητική δραστηριότητα, είτε για αυτούς που πήγαν να την παρακολουθήσουν. Πολλές μορφές τουρισμού έχουν αναπτυχθεί λόγω εποχιακών παραγόντων και δραστηριοτήτων ανάλογα με τη ζήτηση και τις μετεωρολογικές συνθήκες. Για παράδειγμα ο χιονοδρομικός και ο παγοδρομικός τουρισμός το χειμώνα, ο παράκτιος και ο θαλάσσιος τουρισμός το καλοκαίρι, ο αγροτουρισμός και ο οικοτουρισμός την άνοιξη και το φθινόπωρο (κυρίως λόγω του ηπιότερου καιρού που επικρατεί), (Rural Europe, 2004).

Παλαιότερα, είχε παρατηρηθεί το φαινόμενο της εποχικότητας και στον αθλητισμό. Όμως, με τη μετάβαση από το ερασιτεχνικό στο επαγγελματικό επίπεδο, αυτό το φαινόμενο άρχισε σταδιακά να υποχωρεί. Σε αυτήν τη μετάβαση συνέβαλαν σημαντικά κάποιοι νέοι παράγοντες που εισήχθησαν στο χώρο του αθλητισμού. Οι βασικότεροι παράγοντες είναι οι χορηγίες και οι τηλεοπτικές μεταδόσεις που

συνδέονται άμεσα και με την πώληση των τηλεοπτικών δικαιωμάτων. Η επαγγελματική ανάπτυξη πολλών αθλημάτων, όπου οι ομάδες συναγωνίζονται σχεδόν όλο το χρόνο, έφερε ως αποτέλεσμα σε μεγάλο βαθμό να εξαλειφθεί η έννοια της εποχικότητας του αθλητισμού. Η ανάπτυξη των υπερσύγχρονων και κλειστών αθλητικών εγκαταστάσεων και γηπέδων, κατασκευασμένα υλικά ανθεκτικά παντός καιρού, βοήθησαν σε μεγάλο βαθμό τη διεύρυνση της σεζόν των αθλητικών δραστηριοτήτων και διοργανώσεων (Lunch και Jensen, 1986).

Η γεωγραφική τοποθέτηση των εγκαταστάσεων πρέπει να είναι αρκετά μελετημένη για οποιαδήποτε μορφή εκδήλωσης ή επιχειρηματικής προσπάθειας. Η επιλογή της τοποθεσίας επηρεάζει σαφώς την προβολή της διοργάνωσης από τα ΜΜΕ, όπως επίσης και την αγορά. Είναι χαρακτηριστικό ότι το 90% των πελατών αθλητικών οργανισμών διαμένουν μέσα σε ακτίνα 20 λεπτών από την εγκατάσταση. Μια πρώτη μεταβλητή που πρέπει να λαμβάνεται υπόψη για τις εγκαταστάσεις είναι η προσβασιμότητα. Η εγκατάσταση της αθλητικής δραστηριότητας είναι σημαντικός παράγοντας επιτυχίας, αν λάβει κανείς υπόψη ότι πρέπει να είναι εύκολα προσβάσιμη από τους καταναλωτές μέσω του οδικού δικτύου και των μέσων μαζικής μεταφοράς. Μια άλλη παράμετρος είναι η στάθμευση. Η αθλητική εγκατάσταση πρέπει να προσφέρει άνετο πάρκινγκ. Ακόμη, η περιβάλλουσα περιοχή είναι ένας παράγοντας σημαντικός στο να καθορίσει τη συχνότητα συμμετοχής ή κατανάλωσης. Για παράδειγμα, αν η εγκατάσταση βρίσκεται σε μια περιοχή με μικρή ασφάλεια, η συχνότητα συμμετοχής μάλλον θα είναι πολύ μικρή. Τελευταίο στάδιο σχεδιασμού για την επιλογή του τόπου εγκατάστασης είναι η λεγόμενη ακτίνα δράσης. Για το marketing είναι κριτικά σημαντικό το να αναγνωρίζει το χρόνο που χρειάζονται οι πελάτες να ταξιδέψουν για να φτάσουν στην εγκατάσταση (Lunch και Jensen, 1986).

2.3.4 Η επιτυχία μιας αθλητικής διοργάνωσης

Παρά το γεγονός πως το δέλεαρ του αθλητικού τουρισμού μπορεί να ενισχύσει την εικόνα μιας χώρας και την προβολή της στο εξωτερικό, το σύνολο των προορισμών δεν απολαμβάνουν όλοι της ίδιας αποδοχής και επιτυχίας από το τουριστικό κοινό κατά τη διάρκεια μιας αθλητικής διοργάνωσης. Οι διοργανωτές μιας αθλητικής διοργάνωσης στοχεύουν στην επιτυχία της διοργάνωσης που

αναλαμβάνουν, ελπίζοντας ότι με το πέρας της θα υπάρξει ενίσχυση της δημοτικότητας της πόλης, καθώς και οικονομικά οφέλη τα οποία θα ξεπερνάνε τις υπέρογκες δαπάνες που έγιναν για την ομαλή λειτουργία της διοργάνωσης. Εκτός από την πόλη που διεξάγεται η αθλητική διοργάνωση, μεγάλο μερίδιο επιτυχίας ανήκει και στο είδος της διοργάνωσης. Το Παγκόσμιο Κύπελλο ποδοσφαίρου και οι Ολυμπιακοί αγώνες είναι οι εκδηλώσεις που απολαμβάνουν της μεγαλύτερης αποδοχής και προσελκύουν τον μεγαλύτερο αριθμό τουριστών κατά τη διεξαγωγή τους. Με την ανάληψη των συγκεκριμένων διοργανώσεων από μια πόλη, η επιτυχία θεωρείται σχεδόν δεδομένη, καθώς πρόκειται για τις εκδηλώσεις με τα μεγαλύτερα μακροπρόθεσμα οφέλη και με τον μικρότερο αριθμό αρνητικών επιπτώσεων, κάτι που σπάνια συμβαίνει (Freshwater 2000):

Με επιτυχία μπορεί να στεφθεί και η ανάληψη μιας ερασιτεχνικής αθλητικής διοργάνωσης. Τα κριτήρια τα οποία θα βοηθήσουν στην οικονομική ενίσχυση της πόλης από την ανάληψη τέτοιου είδους διοργανώσεων είναι (Freshwater 2000):

- Το είδος της εκδήλωσης
- Ο μέσος όρος ηλικίας των συμμετεχόντων
- Η ύπαρξη συμπληρωματικών δραστηριοτήτων στη διοργάνωση
- Η φύση των πόρων της κοινότητας

Για την αύξηση των πιθανοτήτων επιτυχίας απαιτείται η πρόσληψη εξειδικευμένου προσωπικού και εκπαιδευμένου εργατικού δυναμικού, με σκοπό την ταχύτερη και ανώτερη ανάπτυξη των υποδομών. Ο βασικότερος στόχος είναι η αξιοποίηση των υποδομών που βρίσκονται γύρω από την πόλη έτσι ώστε η πρόσβαση σε αυτήν να είναι εύκολη.

2.4 Οικονομικός αντίκτυπος της εναλλακτικής μορφής τουρισμού

Πολλές χώρες βλέπουν τη διεξαγωγή μιας αθλητικής διοργάνωσης σαν ένα μέσο βελτίωσης της οικονομικής τους κατάστασης, όπως ακριβώς έγινε το 1994 για παράδειγμα στις Η.Π.Α., με τη διεξαγωγή του Παγκοσμίου Κυπέλλου ποδοσφαίρου, όπου στρατηγικός τους στόχος ήταν να κάνουν τη χώρα πόλο έλξης για τους τουρίστες. Ο τότε Υφυπουργός Εμπορίου και Τουρισμού είχε προβλέψει ότι το Παγκόσμιο Κύπελλο του 1994 θα αποφέρει έσοδα δισεκατομμυρίων δολαρίων και θα

ήταν μια ευκαιρία για τον κόσμο να γνωρίσει την ομορφιά και την ποικιλομορφία της Αμερικής (“The World Cup,” 1993, σελ. 4).

Οι οικονομικές επιπτώσεις από την πραγματοποίηση αθλητικών γεγονότων σε δεδομένη περιοχή αποτελεί ένα αντικρουόμενο θέμα για τους οικονομολόγους. Αυτό συμβαίνει διότι υπάρχουν διαφορετικές απόψεις για τη διεξαγωγή αποτελεσμάτων αλλά και το μέγεθος της επίπτωσης. Ο χώρος που διεξάγεται ένα αθλητικό γεγονός αποτελεί το βασικό στοιχείο για την εκτίμηση των οικονομικών επιπτώσεων. Το μοντέλο που θα χρησιμοποιηθεί σε κάθε περίπτωση εξαρτάται από το μέγεθος του χώρου. Δηλαδή, σε μια πολιτεία όπως η Καλιφόρνια, που θεωρείται μεγάλης εμβέλειας χώρος, τα θεωρητικά μοντέλα που χρησιμοποιούνται είναι τα μακροοικονομικά. Τέτοιου είδους μοντέλα είναι το Leontief, η μέθοδος εισροών-εκροών κ.α. Ο λόγος που βοηθάει αυτό το είδος είναι διότι οι συγκεκριμένες περιοχές λειτουργούν αυτόνομα και έχουν υψηλού βαθμού ανταλλαγές. Ενώ, σε μια πολιτεία μικρότερης εμβέλειας χρησιμοποιούνται μοντέλα που αναφέρονται στην τοπική οικονομική ανάπτυξη, δίνοντας βάση στην απασχόληση και στο εισόδημα. Στις περιπτώσεις που οργανώνονται αθλητικές εκδηλώσεις σε μικρές γεωγραφικές περιοχές μπορούν να προκύψουν υψηλές οικονομικές διαρροές με αναπόφευκτες συνέπειες. Χαρακτηριστικό παράδειγμα ήταν οι χειμερινοί Ολυμπιακοί Αγώνες στην πόλη Albertville & Savoie της Γαλλίας όπου τα εισοδήματα ήταν σε χαμηλότερα επίπεδα από τα αναμενόμενα και τα έξοδα επιβάρυναν περισσότερο τους κατοίκους της πόλης τόσο σε περιβαλλοντολογικό επίπεδο όσο και σε οικονομικό.

Συνεπώς, οι επιπτώσεις των μεγάλων αθλητικών γεγονότων χαρακτηρίζονται από τρεις μεταβλητές:

1. Τις δαπάνες των επισκεπτών από άλλες περιοχές
2. Τα έξοδα για τη δημιουργία των αθλητικών υποδομών και εγκαταστάσεων
3. Τις δαπάνες των οργανωτών για τις υπηρεσίες που παρέχουν

Όσον αφορά τα ποσοστά, ο αθλητικός τουρισμός υπολογίζεται ότι καταλαμβάνει 10-20% επί του συνολικού τουριστικού προϊόντος μιας χώρας. Άλλες πηγές αναφέρουν το 5% ως ποσοστό του αθλητικού τουρισμού με την αυστηρή έννοια και τις αρνητικές επιπτώσεις που θα αναφερθούν παρακάτω. Η ανάλυση

κάποιας εκδήλωσης αθλητικού τουρισμού θα πρέπει να περιλαμβάνει τον υπολογισμό του οφέλους έναντι του κόστους (Λύτρας, 2000).

Επιπλέον, η λήψη αποφάσεων, όσον αφορά την οργάνωση αθλητικών εκδηλώσεων, θα πρέπει να λαμβάνει υπόψη τις οικονομικές και λοιπές επιπτώσεις του αθλητικού τουρισμού στις διάφορες τοπικές κοινωνικές ομάδες καθώς και το μέγεθος της επίδρασης.

2.4.1 Χορηγίες

Η έννοια της χορηγίας είναι κάτι που υπήρχε και τα αρχαία χρόνια. Για την πραγματοποίηση εκδηλώσεων και εορτών στην αρχαία Ελλάδα, οι πιο εύποροι πολίτες αναλάμβαναν την οικονομική στήριξη με ανταμοιβή την δόξα και την τιμή τους καθώς επίσης και την αναγραφή του ονόματος τους σε λίθινη επιγραφή. Τη σύγχρονη εποχή, δεν έχουν αλλάξει πολλά πράγματα αφού πολλές εταιρείες αναλαμβάνουν την χορηγία μιας οργάνωσης. Η αναγκαιότητα της χορηγίας παραμένει διαχρονική και εξίσου σημαντική. Και σε αυτή τη περίπτωση βέβαια, τα ονόματα των εταιρειών, ανάλογα με την προσφορά τους στην οικονομική ενίσχυση για την πραγματοποίηση μιας εκδήλωσης, άλλες μικρότερες σε μέγεθος ενώ άλλες μεγαλύτερες, αναγράφονται σε διαφημιστικές πινακίδες. Υπάρχουν πολλοί ορισμοί που μπορούν να αποτυπώσουν την έννοια της χορηγίας. Σύμφωνα με τον Χελιδόνη, σύμβαση χορηγίας αποτελεί η ανάληψη υποχρέωσης προς παροχή από τον χορηγό συγκεκριμένης υποστήριξης για την παραγωγή προϊόντων θεάματος, με αντάλλαγμα την αυτοπροβολή του μέσω των χρηματοδοτούμενων δραστηριοτήτων του δέκτη της χορηγίας (Χελιδόνης, 1997).

Συνεπώς, οι χορηγοί βοηθούν στην πραγματοποίηση μια αθλητικής διοργάνωσης οργανώνοντας την με σκοπό εκτός από την ομαλή διεξαγωγή της και την προβολή της, αλλά και στην διαφήμιση των εταιρειών τους. Η χορηγία συνδέεται με την οργάνωση μιας προγραμματισμένης εκτέλεσης και την παρακολούθηση των ενεργειών για τη διάθεση οικονομικών ή υλικών πόρων. Στόχος είναι «η παγίωση μιας επικοινωνιακής πολιτικής». Η εφαρμογή του sponsoring είναι αναγνωρισμένη σε μεγάλες αθλητικές τελετές (mega events). Σύμφωνα με εκτιμήσεις του Διεθνούς Συμβουλίου Αθλητικού τουρισμού, το ποσοστό συμμετοχής του στη συνολική αγορά

ανέρχεται στο 32%. Το ποσοστό αυτό αντιστοιχεί στην αύξηση των εσόδων των εμπλεκόμενων στο συγκεκριμένο τομέα. Συνήθως, οι χορηγίες δεν προέρχονται από τις επιχειρήσεις ή τους διάφορους φορείς. Όμως, όσοι εμπλέκονται αποσκοπούν σε συγκεκριμένους στόχους, όπως η αύξηση του κύκλου των εργασιών και του μεριδίου ή για πιο εμπορικούς, όπως η βελτίωση του κύρους και η προβολή μιας φιλανθρωπικής εικόνας προς το κοινό. (Ντούβας, 2000)

Πίνακας 3

ΧΩΡΑ	ΓΑΛΛΙΑ	ΓΕΡΜΑΝΙΑ	ΑΓΓΛΙΑ	ΙΤΑΛΙΑ
	Αγώνες αυτοκινήτου	Αγώνες αυτοκινήτου	Αγώνες αυτοκινήτου	Αγώνες αυτοκινήτου
	Αγώνες ποδηλάτου	Ποδόσφαιρο	Ποδόσφαιρο	Ποδόσφαιρο
	Ιστιοπλοία	Ιππασία	Τένις	Αγώνες ποδηλάτου
	Ποδόσφαιρο	Τένις	Κούρσες αλόγων	Τένις
	Σκι	Σκι	Ιστιοπλοία	Βόλεϊ

Πηγή: Giral, S.A- Γενεύη

Ο παραπάνω πίνακας δείχνει ότι τα μηχανοκίνητα αθλήματα καθώς και το ποδόσφαιρο κατέχουν τις πρώτες θέσεις επιλογής χορηγιών στις τέσσερις χώρες.

2.4.2 Οφέλη από τον αθλητικό τουρισμό

Ο αθλητικός τουρισμός έχει αρκετές θετικές επιδράσεις στον τόπο όπου εφαρμόζεται και αναπτύσσεται. Αρχικά, μέσα από τη δημιουργία νέων ειδών επιχειρήσεων υπάρχει και η αντίστοιχη ζήτηση για εξειδικευμένο προσωπικό. Οπότε μειώνει την ανεργία και προσελκύει τους επιχειρηματίες να επενδύσουν στον τομέα αυτό. Μέσα από την αθλητική ανάπτυξη αξιοποιείται το περιβάλλον σωστά και ενισχύεται η βιωσιμότητα των τοπικών επιχειρήσεων. Τα έσοδα από τις μετακινήσεις, τη διαμονή, τη διατροφή και γενικότερα την κατανάλωση προϊόντων και υπηρεσιών είναι ουσιαστική βοήθεια για την οικονομική ανάπτυξη της περιοχής φιλοξενίας. Επίσης, παρατηρείται ανάλογη οικοδομική ανάπτυξη της περιοχής, βάσει του τοπικού δυναμικού και των υπαρχουσών φυσικών συνθηκών. Με την εισαγωγή των

αθλητικών δραστηριοτήτων επιμηκύνεται η τουριστική σεζόν και δίνεται η δυνατότητα στον εναλλακτικό τουρίστα να συνδυάσει τα τουριστικά ενδιαφέροντα με τις προσωπικές του επιθυμίες (Γκουτζιούπα, 2006).

Στον κοινωνικό τομέα, δημιουργεί ευκαιρίες για πολιτιστικές ανταλλαγές, αναδεικνύοντας τις παραδόσεις και τα έθιμα. Η διεθνής αναγνώριση που προβάλλεται από τη συγκεκριμένη μορφή, δημιουργεί ένα συναίσθημα «περηφάνιας».

2.4.3 Επιπτώσεις του αθλητικού τουρισμού

Εκτός από τα θετικά που προσφέρει ο αθλητισμός σε μια περιοχή υπάρχουν και οι αρνητικές επιπτώσεις σε διάφορους τομείς της κοινωνίας. Στις περιπτώσεις που ο αθλητικός τουρισμός δεν αναπτύσσεται οργανωμένα διαταράσσει την περιοχή σε οικονομικό και πολιτισμικό επίπεδο. Δηλαδή, αναπτύσσεται μια εξάρτηση από την τουριστική βιομηχανία που δεν είναι σταθερό προϊόν, διότι επηρεάζεται από τις καιρικές συνθήκες και τις φυσικές καταστροφές. Επιπλέον, η απασχόληση στον τομέα του αθλητικού τουρισμού είναι εποχική και πολλές φορές χαμηλά αμειβόμενη και δεν καλύπτει σε καμιά περίπτωση τα χειμερινά έξοδα. Επίσης, στις περιπτώσεις που δε γίνεται ελεγχόμενη τουριστική ανάπτυξη, δηλαδή οι ελεύθεροι χώροι δεν καλύπτονται σωστά και οργανωμένα, η περιοχή δεν επωφελείται αλλά «πλήγεται» από τους τουρίστες και οι επιπτώσεις του αθλητικού τουρισμού είναι αρνητικές.

Σημαντική επίπτωση μπορεί να έχει ο αθλητικός τουρισμός και στο περιβάλλον, καθώς οι αθλητικές εγκαταστάσεις είναι αρκετά απαιτητικές στη χρήση εκτάσεων γης. Για παράδειγμα, με την αλόγιστη ανάπτυξη γηπέδων γκολφ, χωρίς τις απαραίτητες μελέτες, επιβαρύνεται ο υδροφόρος ορίζοντας με λιπάσματα, φυτοφάρμακα και μολύνεται το περιβάλλον. Με τα χιονοδρομικά κέντρα δημιουργούνται προβλήματα χλωρίδας και πανίδας, διότι η ανάπτυξη δεν συμβαδίζει συχνά με την περιοχή (Γκουτζιούπα 2006).

2.5 Συμπέρασμα κεφαλαίου

Οι αθλητικές δραστηριότητες σε μια κοινότητα αποτελούν πηγή δημιουργικής απασχόλησης στον ελεύθερο χρόνο. Οι Δυτικές Κοινωνίες, λόγω του οικονομικού και κοινωνικού επιπέδου τους, έχουν αναπτύξει περισσότερο το βαθμό ενασχόλησής τους με τις δραστηριότητες ελεύθερου χρόνου. Η χώρα μας έχει κάνει βασικές προσπάθειες στην ενσωμάτωση του αθλητισμού στη ζωή των πολιτών, όμως στερείται στα ποσοστά απασχόλησης σχετικά με τις ψυχαγωγικές δραστηριότητες. Υφίστανται ποσοτικοί και ποιοτικοί μέθοδοι πρόβλεψης αναγκών ζήτησης απασχόλησης στις υπηρεσίες ψυχαγωγίας. Οι μέθοδοι χρησιμοποιούνται για μακροπρόθεσμες, μεσοπρόθεσμες, βραχυπρόθεσμες προβλέψεις απασχόλησης στις εν λόγω δραστηριότητες. Η χώρα μας, όπως αναλύθηκε στο πρώτο κεφάλαιο, διαθέτει τα απαραίτητα συγκριτικά πλεονεκτήματα και τις προοπτικές για την περαιτέρω ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού. Επίσης, ο αθλητικός τουρισμός μπορεί να συνδυαστεί με άλλες ήπιες μορφές τουρισμού, όπως ο αγροτουρισμός, ο συνεδριακός τουρισμός, ο πολιτιστικός τουρισμός, κ.ά. για μια πιο ενισχυμένη ανάπτυξη. Μέσω αυτής της μορφής τουρισμού, αναπτύσσονται οι τουριστικές υποδομές και υπάρχει η δημιουργία νέων θέσεων απασχόλησης. Σημαντικός παράγοντας είναι η εκπαίδευση σε θέματα αθλητικού τουρισμού που πρέπει να εδραιωθεί και να προσαρμοσθεί στις εξελίξεις της εποχής, έτσι ώστε να έχουμε εξειδικευμένα άτομα και στελέχη τα οποία θα μπορούν να προσφέρουν αντίστοιχες ποιοτικές υπηρεσίες.

Οι τουριστικές επιχειρήσεις, με τη σειρά τους, οφείλουν να προσαρμόσουν το προϊόν τους ανάλογα με τις απαιτήσεις της ζήτησης. Με αυτόν τον τρόπο οι εμπλεκόμενοι στον τουρισμό, όπως οι τουριστικοί πράκτορες και οι tour operators, θα μπορέσουν να δραστηριοποιηθούν στην προσφορά τουριστικών πακέτων αθλητικού τουρισμού, διευρύνοντας έτσι τη γκάμα προσφοράς των τουριστικών τους προϊόντων. Η διεκδίκηση μόνιμης διεξαγωγής από τη χώρα μας διεθνών αθλητικών αγώνων, όπως π. χ το τουρνουά του τένις ή οι αγώνες της Φόρμουλα 1, προβάλλουν κάθε χρόνο τη χώρα και ενισχύουν την ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού με όλες του τις θετικές επιπτώσεις. Οι διοργανώσεις της Ολυμπιάδας, των Ολυμπιακών και Παρά-ολυμπιακών Αγώνων του 2004, αποτέλεσαν σπουδαίες ευκαιρίες για την ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού στη χώρα μας, τόσο στη ζώνη του Λεκανοπεδίου, όσο και στην Περιφέρεια.

Σημειώνεται, πως η αξιοποίηση του αθλητικού τουρισμού τα επόμενα χρόνια θα ενισχυθεί από τη ζήτηση έλευσης στη χώρα μας διαφόρων ξένων αθλητικών αποστολών για λόγους προετοιμασίας και εγκλιματισμού. Όλες αυτές οι μετακινήσεις αθλητών, συνοδών, φιλάθλων μπορούν να αποτελέσουν μια πολύ σημαντική εν δυνάμει τουριστική αγορά προς όφελος των τουριστικών επιχειρήσεων, των επιχειρήσεων παροχής υπηρεσιών, ενισχύοντας παράλληλα την αναπτυξιακή πορεία της ελληνικής οικονομίας.

Βέβαια, παρατηρήθηκαν στο συγκεκριμένο κεφάλαιο και οι επιπτώσεις του αθλητικού τουρισμού που μπορούν να αντιστραφούν σε πλεονεκτήματα αν προβλεφθούν και γίνει ο κατάλληλος προγραμματισμός. Το έργο και ο ρόλος αυτών των δραστηριοτήτων αποκτά ιδιαίτερη σημασία, στα πλαίσια της ευρωπαϊκής κοινωνίας, της οποίας η δυναμική έχει αυξητική τάση και χαρακτηρίζεται από βαθιές κοινωνικό-πολιτιστικές, γεωπολιτικές και τεχνολογικές αλλαγές. Όσον αφορά την ανάπτυξη και ένταξη του αθλητικού τουρισμού στο ευρύτερο φάσμα της τουριστικής πολιτικής, χρειάζεται κατάλληλος σχεδιασμός, προβολή και διαφήμιση, καθώς και παραγωγικές επενδύσεις, τόσο από πλευράς πολιτείας, όσο και από πλευράς ιδιωτών.

Κεφάλαιο 3 Η περίπτωση Σπετσών

3.1 Ιστορική εξέλιξη

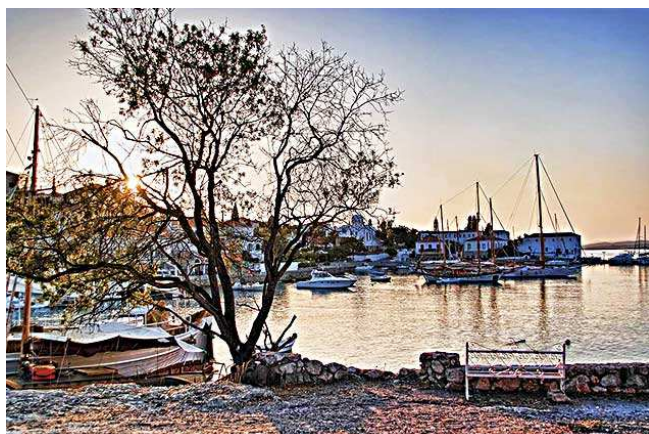
Όλα τα νησιά του Σαρωνικού έχουν μια σημαντική ιστορία και μια ενδιαφέρουσα παράδοση πολλών αιώνων, καθώς έχουν κατοικηθεί από την προϊστορική εποχή κατά την οποία αναπτύχθηκαν. Το νησί των Σπετσών βρίσκεται στον Αργολικό κόλπο και απέχει μόλις 1,5 μίλι από την ακτή της Ερμιονίδος. Κατά την αρχαιότητα, ονομαζόταν Πιτυούσα από τα πεύκα (πίτυς), διότι ήταν κατάφυτο νησί από υψηλά πεύκα, από τα οποία προμηθεύονταν την ξυλεία για την κατασκευή των σπιτιών. Γενικότερα, είναι ένας μικρός τόπος που έχει καταξιωθεί για την πολύτιμη βοήθεια στον αγώνα της Παλιγγενεσίας. Με τον όρο «εθνική παλιγγενεσία» προσδιορίστηκε η κατάληξη του απελευθερωτικού αγώνα των Ελλήνων του 1821 και η συγκρότηση και ανάδειξη του νεοπαγούς και ανεξάρτητου τότε Βασιλείου της Ελλάδος (Γεωτρόπιο (2000) τεύχος 15: 49-52)

Η κατοίκηση στο νησί χρονολογείται από την Πρωτοελλαδική εποχή, σύμφωνα με τα ευρήματα από τις παραθαλάσσιες θέσεις Αγία Μαρίνα, Παλαιό λιμάνι και Αγία Παρασκευή. Τον 17^ο αιώνα, ο πληθυσμός του νησιού αυξήθηκε από αποίκους που προέρχονταν από τις Πελοποννησιακές περιοχές της Λακωνίας, Κυνουρίας και Ερμιονίδος. Ο μεσαιωνικός οικισμός του νησιού βρισκόταν στη σημερινή περιοχή «Καστέλι». Τον 18^ο αιώνα αναπτύσσεται η ναυτιλία και συγκροτείται ένας ισχυρός στόλος που είχε σημαντικότερο ρόλο στα χρόνια της Ελληνικής Επανάστασης. Το 1821, με το ξέσπασμα της Ελληνικής Επανάστασης, πολλοί Σπετσιώτες καπεταναίοι κατέθεσαν τη σημαντική ναυτική τους δύναμη στον Αγώνα, εξέχουσα μορφή του οποίου αναδείχτηκε η Σπετσιώτισσα καπετάνισσα Λασκαρίνα Μπουμπουλίνα. Το Σεπτέμβριο του 1822 εμφανίστηκε ο κίνδυνος από τον τούρκικο στόλο, αλλά το νησί υπερασπίστηκε ο κοινοτικός άρχοντα Χατζηγιάννης Μέξης και ο Π. Κολοκοτρώνης. Η εξέλιξη ήταν η ναυμαχία που έγινε στο θαλάσσιο χώρο μεταξύ Σπετσών και Ερμιονίδος και η τελική νίκη της τουρκικής ναυαρχίδας (Κεντρική Ιστοσελίδα Σπετσών, 2015).

Μετά την Ελληνική Επανάσταση συνεχίζει να ακμάζει το νησί μέχρι τον 20^ο αιώνα, που άρχισε η παρακμή, κυρίως λόγω της μετατόπισης της εμπορικής ανάπτυξης και δραστηριότητας στα κέντρα Σύρου και Πειραιά. Σημαντική ίδρυση την περίοδο αυτή ήταν και η Αναργύρειος και Κοργιαλένειος Σχολή από τον Σωτήριο Ανάργυρο που έπαιξε σπουδαίο ρόλο στην ανάπτυξη του τόπου. Με τον ερχομό των δύο παγκοσμίων πολέμων γίνεται αναγκαστική εγκατάλειψη του νησιού λόγω φτώχειας. Όμως, μετά το τέλος του Β' Παγκόσμιου Πολέμου, άρχισε ξανά η ανάπτυξη με γρήγορους ρυθμούς, χάρη στον τουρισμό που κατέκλυσε όλη τη χώρα (Καθημερινή, 1998).

Οι Σπέτσες έχουν δύο λιμάνια που ανήκουν σε δύο εποχές. Το πρώτο, είναι το παλιό λιμάνι, που την εποχή του πολέμου, είχε διεθνή σημασία. Από αυτό εξορμούσαν εκατοντάδες ιστιοφόρα που διέσχιζαν τη Μαύρη Θάλασσα, τη Μεσόγειο και τον Ατλαντικό. Μια πανοραμική φωτογραφία που υπάρχει στο Μουσείο Σπετσών δείχνει πώς ήταν η περιοχή το 1868. Το δεύτερο λιμάνι ανήκει στην εποχή του τουρισμού. Σ' αυτό φτάνουν οι επισκέπτες καθώς και τα ferry-boats που τροφοδοτούν το νησί.

Παλιό Λιμάνι Σπετσών



Πηγή: http://www.goingreece.gr/gab_gallery/attica-photos/greece-spetses-old-harbour/ [17 Ιουνίου 2015]

3.1.1 Κοινωνική δραστηριότητα

Όσον αφορά την κοινωνική δραστηριότητα, το νησί βασίζεται κυρίως στον τριτογενή τομέα από τη δεκαετία του 1970. Τις προηγούμενες δεκαετίες είχαν αναπτυχθεί εργασίες, όπως η ταπητουργία, η υφαντική, η κεντητική και η αγγειοπλαστική, που ήταν κύρια απασχόληση για σημαντικό αριθμό κατοίκων. Όμως, με την πάροδο του χρόνου και την τεχνολογική ανάπτυξη εξαφανίστηκαν τα παραδοσιακά επαγγέλματα, ενώ αυτοματοποιήθηκαν οι χειρονακτικές εργασίες. Ο δευτερογενής τομέας δεν παρουσιάζει ιδιαίτερη ανάπτυξη στο νησί, διότι ο κυριότερος κλάδος που δραστηριοποιείται είναι οι οικοδομικές δραστηριότητες και τα επαγγέλματα που εμπλέκονται στον τριτογενή τομέα του εμπορίου και του τουρισμού (Κεντρική Ιστοσελίδα Σπετσών, 2015).

3.2 Η σημερινή κατάσταση

Σήμα κατατεθέν της πόλης είναι το λιμάνι της Ντάπιας, με τη φημισμένη πλατεία του, σημείο συνάντησης των κατοίκων και των επισκεπτών. Η ιστορική πλατεία της Ντάπιας (το σπουδαιότερο πυροβολείο και τόπος συγκέντρωσης αρχόντων και καπεταναίων του '21) αποτελεί σήμερα το επίκεντρο της τουριστικής κίνησης στην πρωτεύουσα του νησιού. Στο κέντρο της πλατείας Ποσειδωνίου δεσπόζει το επιβλητικό άγαλμα της Λασκαρίνας Μπουμπουλίνας. Η Καγκελαρία, που

βρίσκεται στην άκρη του λιμανιού της Ντάπιας, έχει μεγάλη ιστορία. Πριν από το 1770 χρησίμευε ως τόπος συγκέντρωσης των προκρίτων του νησιού, ενώ αργότερα στέγασε το Δημαρχείο. Από τη Ντάπια ο ένας παραλιακός δρόμος πηγαίνει ανατολικά στο Παλιό Λιμάνι (2 χλμ.) και ο άλλος δυτικά στις Σχολές (1,5 χλμ.)

Ο περίπατος σ' αυτές τις περιοχές είναι κι ένα ζωντανό μάθημα ιστορίας, ίσως είναι ένας από τους λόγους που κάποιος ζητά να πηγαίνει συχνά στις Σπέτσες. Επίσης, από τη Ντάπια ξεκινούν κι οι δρόμοι προς το εσωτερικό του νησιού και προς τις νότιες παραλίες. Εδώ δένουν τα επιβλητικά πλοία, εδώ είναι τα πιο πολλά μαγαζιά και καφενεία, εδώ βρίσκεις εφημερίδες και συναντάς τις παρέες. Εδώ στάθμευαν παλιά τα γαϊδουράκια, με τα οποία οι επισκέπτες έκαναν το γύρο του νησιού, πότε από τα υψώματα στη συνάντηση των κυνηγών, και πότε παραλιακά στους Αγίους Αναργύρους και την Αγία Παρασκευή (Γεωτρόπιο, 2000)

Ντάπια – Κεντρικό λιμάνι Σπετσών







Πηγή: http://hotelsline.gr/root/newhotel/mx/m_Spetses_tour.asp [20 Ιουλίου 2015]






Το νησί έχει έκταση 22 τ. χλμ. και ακτογραμμή 27,5 χλμ. Ο μόνιμος πληθυσμός είναι περίπου 4.000 κάτοικοι κατά το έτος 2001. Οι κύριες παραγωγές του νησιού είναι το λάδι, τα αμύγδαλα, το μέλι και γενικά αλιευτικά προϊόντα, αλλά η βασική απασχόληση των κατοίκων είναι ο τουρισμός. Μέσα από αυτόν προέρχονται και τα βασικά έξοδα τους (Γεωτρόπιο, 2000).






Χάρτης 1: Οριοθέτηση των Σπετσών



ΥΠΟΜΝΗΜΑ

-  Κύρια επαρχιακή οδός
-  Δευτερεύουσα επαρχ. οδός
-  Χωματόδρομος
-  Δρόμος με θέα

-  Πόλις
-  Οικισμός - περιοχή
-  Παραλία
-  Εκκλησία - Μονή
-  Δάσος

-  Ακτοπλοϊκή γραμμή
-  Λιμάνι
-  Κόλπος - όρμος
-  Ακρωτήριο
-  Φάρος

Πηγή: http://hotelsline.gr/root/newhotel/mx/m_Spetses_map.asp [20 Ιουλίου 2015]

3.2.1 Αξιοθέατα του νησιού

Οι Σπέτσες χαρακτηρίζονται από μια αξιόλογη ιστορία και γι' αυτό το λόγο η επίσκεψη στο νησί έχει και εκπαιδευτικό χαρακτήρα μέσα από τα αξιοθέατα που προσφέρει. Αρχικά, ακριβώς πίσω από τη Ντάπια, αριστερά στην πλατεία με τα πευκάκια, είναι το νεοκλασικό αρχοντικό του Σωτήριου Ανάργυρου, ευεργέτη των Σπετσών, που χτίστηκε το 1904. Ο Ανάργυρος του έδωσε το όνομα της Αιγυπτιακής θεάς Νηίθ και το στόλισε με αιγυπτιακά μοτίβα, από τις σφίγγες στην είσοδο μέχρι τις εντυπωσιακές τζαμαρίες και τοιχογραφίες. Δεξιά στην ίδια πλατεία, απέναντι από το αρχοντικό του Ανάργυρου είναι το αρχοντικό της Λασκαρίνας Μπουμπουλίνας. Στο ισόγειο κατοικούν ακόμα οι απόγονοί της, ενώ το υπόλοιπο κτίριο στεγάζει το ομώνυμο Μουσείο. Εκεί θα ακούσετε, κατά την ξενάγηση, την ιστορία της θρυλικής Καπετάνισσας και θα δείτε σε ένα διάκοσμο που σας μεταφέρει διακόσια χρόνια

πίσω, συλλογές από όπλα, παλαιά βιβλία, πορσελάνες, έγγραφα και επιστολές της Επανάστασης, πίνακες και ομοιώματα πλοίων, προσωπογραφίες και γκραβούρες της ηρωίδας, προσωπικά της αντικείμενα, χάρτες, κεντήματα κλπ. ως και το υπέροχο φλωρεντιανό σκαλιστό ταβάνι της μεγάλης σάλας. Το αρχοντικό έχει αναπαλαιωθεί και συντηρείται με τα εισιτήρια από τους χιλιάδες επισκέπτες που έρχονται κάθε χρόνο. Αξίζει επίσης η επίσκεψη στο Μουσείο Σπετσών, που στεγάζεται περίπου 700 μέτρα πιο μακριά, στο αρχοντικό του Χατζηγιάννη Μέξη. Τα εκθέματά του καλύπτουν περίπου 500 χρόνια ιστορίας στις Σπέτσες, ξεκινώντας με αγγεία της 3ης χιλιετίας και καταλήγοντας στα κειμήλια που δώρισαν οι Σπετσιώτες: πίνακες, όπλα, πορσελάνες και εντυπωσιακά ακρόπρωρα (Γεωτρόπιο, 2000)

3.2.2 Διαμονή - Καταλύματα

Οι δυνατότητες διαμονής του νησιού καλύπτουν την περίοδο από τα μέσα της άνοιξης μέχρι τα τέλη του Φθινοπώρου. Μεγάλα ξενοδοχεία, διαμερίσματα και μικρές πανσιόν βρίσκονται απλωμένες σε όλη την πόλη. Ενώ τον χειμώνα μειώνονται τα τουριστικά καταλύματα που λειτουργούν. Γι' αυτόν το λόγο επιδιώκεται τα τελευταία χρόνια μια προσέγγιση των μορφών του εναλλακτικού τουρισμού που συνδυάζουν την εργασία με τη διασκέδαση. Μια πρόσφατη ιδέα ήταν η ανακαίνιση των κτηρίων της Αναργυρείου Σχολής για να καλύψει τις ανάγκες για σεμινάρια και συνέδρια. Παράλληλα, πολλά ξενοδοχεία έχουν διαθέσιμες αίθουσες συνεδρίων και υψηλό επίπεδο διαμονής για τους επαγγελματίες επισκέπτες. Άρα, παρατείνεται η τουριστική περίοδος και το χειμώνα για να εξυπηρετήσουν τους ειδικούς τουρίστες (Κεντρική Ιστοσελίδα Σπετσών, 2015).

3.2.3 Μέσα Μαζικής Μεταφοράς

Η θέση του νησιού είναι αρκετά πλεονεκτική διότι βρίσκεται κοντά στην Αθήνα, αλλά και στα άλλα νησιά του Αργοσαρωνικού. Από την Αθήνα υπάρχουν ιπτάμενα δελφίνια που κάνουν 2 ώρες για να φτάσουν και είναι μια εναλλακτική γρήγορη λύση για τους επαγγελματίες. Βέβαια, υπάρχει και η οδική διαδρομή που

γίνεται από Κόρινθο, Επίδαυρο, Κρανίδι, Πόρτο Χέλι και καταλήγει στην Κόστα που όποιος επιθυμεί μπορεί να αφήσει το αυτοκίνητο του σε κάποιο οργανωμένο parking και να περάσει απέναντι με θαλάσσιο ταξί. Τα θαλάσσια ταξί είναι ένα ιδιαίτερο πλεονέκτημα του νησιού. Μεταφέρουν μέχρι οχτώ άτομα, είναι ταχύπλοα και λειτουργούν όλη μέρα μεταφέροντας κόσμο στις γύρω περιοχές αλλά και από το νησί Κόστα που βρίσκεται μόλις 2,5 χλμ μακριά (Κεντρική Ιστοσελίδα Σπετσών, 2015).

Η κύρια μετακίνηση μέσα στο νησί γίνεται με άμαξα, με μηχανάκι ή με ταξί. Οι διαδρομές που κινούνται οι άμαξες είναι από την Ντάπια μέχρι το Παλαιό Λιμάνι και στις περιοχές της Κουνουπίτσας. Βέβαια, δεν παραλείπονται και τα δημόσια μέσα μεταφοράς, δηλαδή τα λεωφορεία που εκτελούν δρομολόγια εκτός πόλης, όπως στην περιοχή του Καστελιού, την παραλία του Ανάργυρου και σε διάφορες άλλες παραλίες (Κεντρική Ιστοσελίδα Σπετσών, 2015).

3.2.4 Κοινωνικές υποδομές

Οι εκπαιδευτικές υποδομές που λειτουργούν στις Σπέτσες καλύπτουν επαρκώς τις ανάγκες του τόπου. Για την πρωτοβάθμια εκπαίδευση λειτουργούν δύο νηπιαγωγεία και ένα ολοήμερο δωδεκαθέσιο δημοτικό σχολείο. Στη δευτεροβάθμια εκπαίδευση λειτουργεί ένα γυμνάσιο και ένα γενικό λύκειο. Μέχρι πρόσφατα λειτουργούσε και η Αναργύρειος και Κοργιαλένειος Σχολή για την τριτοβάθμια εκπαίδευση από το 2004 που ήταν παράρτημα του Τ.Ε.Ι. Πειραιά και περιελάμβανε το Τμήμα Τουριστικών Επιχειρήσεων.

Οι υποδομές υγείας είναι ελλιπείς, καθώς υπάρχει ένα κέντρο υγείας που λειτουργεί με ένα μόνιμο γιατρό, παθολόγο, δύο αγροτικούς γιατρούς και μία νοσηλεύτρια. Για άλλες ειδικότητες ή νοσοκομειακή περίθαλψη οι κάτοικοι και οι επισκέπτες θα πρέπει να μετακινηθούν είτε στο Άργος, είτε στο Ναύπλιο, ή στην Αθήνα.

Οι υποδομές πρόνοιας που υπάρχουν στο νησί είναι δύο δημόσιοι παιδικοί σταθμοί (Κεντρική Ιστοσελίδα Σπετσών, 2015).

3.2.5 Κλίμα

Το κλίμα των Σπετσών, όπως και της υπόλοιπης Χώρας, είναι μεσογειακό, δηλαδή, με ήπιο χειμώνα και σχετικά δροσερό καλοκαίρι. Στο νησί δεν παρατηρούνται συχνές βροχοπτώσεις, πράγμα που αποτελεί πλεονέκτημα για τους τουρίστες που διευκολύνονται στις εκδρομές τους, αλλά μπορεί να αποτελέσει πρόβλημα για το νησί. Στο νησί των Σπετσών το καλοκαίρι επικρατούν δύο περιοδικό άνεμοι που εναλλάσσονται κατά τη διάρκεια της ημέρας. Τα είδη των ανέμων που υπάρχουν είναι ο Μαΐστρος και ο πελαγίσιος Μπάτης. Ο πρώτος εμφανίζεται από τα μεσάνυχτα μέχρι το μεσημέρι, ενώ ο δεύτερος επικρατεί της θερμές ώρες της ημέρας και είναι ιδιαίτερα δροσερός. Βέβαια λόγω των κλιματικών αλλαγών επηρεάζονται και οι συνηθισμένες καιρικές συνθήκες του νησιού. (Γεωτρόπιο, 2000)

3.3 Δημογραφικά - Στατιστικά

Ενώ η μέση πυκνότητα στην Ελλάδα ήταν 21 κατ./τ. χλμ., στις Κυκλάδες φτάνει σε 53 κατ./τ. χλμ., ενώ στα νησιά του Αργοσαρωνικού κορυφώνεται σε 115 κατ./τ. χλμ.. Στη δεκαετία του 1870 ο νησιωτικός χαρακτήρας της Ελλάδας φτάνει στο απόγειό του. Με το 16% της επιφάνειας, τα νησιά του Αιγαίου συγκεντρώνουν το 30% του πληθυσμού. Την ίδια περίοδο οι Κυκλάδες με 123.300 κατοίκους, έχουν τρεις φορές περισσότερο πληθυσμό απ' ό τι η Αθήνα. Κατά τη διάρκεια του πρώτου μισού του αιώνα, η κατάσταση σταθεροποιείται, ενώ παρατηρούνται και μικρές αυξήσεις του πληθυσμού, κυρίως λόγω των προσφύγων της Μικράς Ασίας. Όμως, αμέσως μετά τον πόλεμο αρχίζει μια μεγάλη περίοδος παρακμής και πληθυσμιακής αιμορραγίας. Στους νεώτερους μεταπολεμικούς χρόνους, ύστερα από κύματα προσφύγων και μεταναστεύσεων, τα νησιά θα χάσουν, μέσα σε τριάντα μόνο χρόνια (1945-1975), το 13,4% του πληθυσμού τους. Μόνο μια μικρή ομάδα νησιών με τουριστικό ενδιαφέρον γνωρίζει αυξητικές τάσεις: οι Σπέτσες, η Αίγινα, η Μύκονος, η Ρόδος και η Σκιάθος γίνονται πόλοι έλξης για νέες ομάδες πληθυσμού, αντισταθμίζοντας εν μέρει το ρεύμα της εσωτερικής μετανάστευσης (Τσάλτας, 2005).

Με το πρόγραμμα “Καλλικράτης” το 2010 διαιρέθηκε η περιφέρεια Αττικής σε τέσσερις νομαρχίες. Μία από αυτές είναι του Πειραιά, που υποδιαιρείται σε δύο Περιφερειακές Ενότητες. Το νησί των Σπετσών ανήκει στο σύμπλεγμα των νησιών του Σαρωνικού Κόλπου και συνυπολογίζεται στη γενικότερη νομαρχία του Πειραιά. Παρακάτω, θα αναλυθούν τα ποσοστά που καταλαμβάνει στον τουριστικό τομέα το νησί αλλά και σε σχέση με τα υπόλοιπα νησιά της ίδιας Περιφερειακής Ενότητας.

Η νομαρχία Πειραιά αφορά ένα μεγάλο ποσοστό του τουρισμού στο νομό της Αττικής.



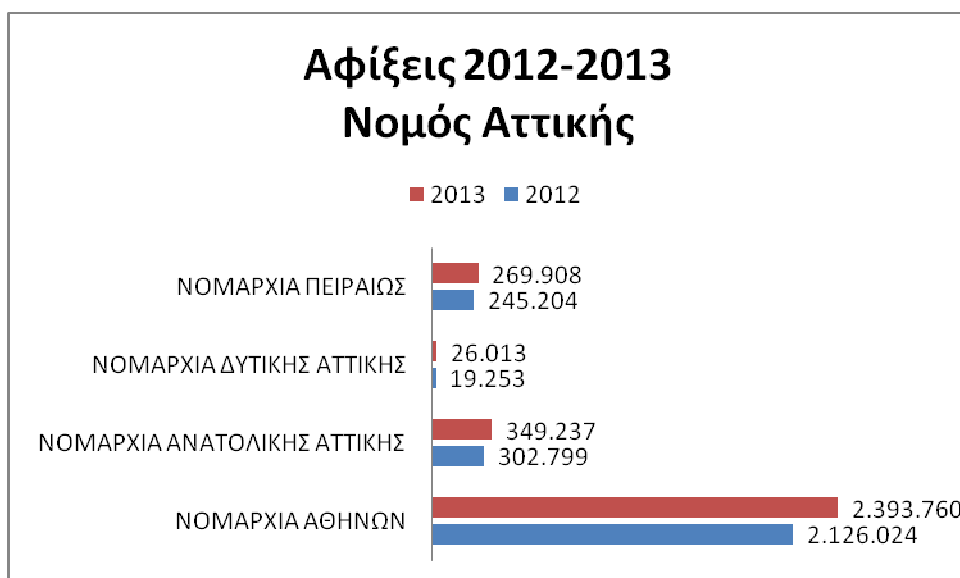
Πηγή: Ιδία επεξεργασία, ΕΣΥΕ

Όπως αναφέρθηκε προηγουμένως, στο νομό Αττικής ανήκουν οι τέσσερις νομαρχίες που φαίνονται και στο διάγραμμα, σημειώνοντας σημαντικά ποσοστά για τον τουρισμό της χώρας σε σχέση με άλλους νομούς. Η νομαρχία του Πειραιά, στην οποία ανήκει το νησί των Σπετσών καταλαμβάνει την τρίτη θέση στα επίπεδα των αφίξεων τουριστών στα πλαίσια του νομού κατά την περίοδο 2010-2011. Τη συγκεκριμένη περίοδο η χώρα αντιμετώπισε εσωτερικά, οικονομικά προβλήματα που επηρέασαν τα επίπεδα αφίξεων και γι' αυτόν το λόγο υπάρχει μια στασιμότητα στα δύο έτη.



Πηγή: Ιδία επεξεργασία, ΕΣΥΕ

Κατά το επόμενο έτος 2011-2012, το πρόβλημα της στασιμότητας άρχισε να εντείνεται με σταδιακή μείωση των αφίξεων. Αυτό το γεγονός, ανησύχησε τον επιχειρηματικό τουριστικό κόσμο της χώρας και οδήγησε σε μια αναζήτηση νέων τρόπων προσέλκυσης τουριστών. Τα αποτελέσματα της στροφής από τον μαζικό τουρισμό στον εναλλακτικό ήταν ικανοποιητικά όπως παρατηρείται και στο παρακάτω γράφημα.



Πηγή: Ιδία επεξεργασία, ΕΣΥΕ

Για τα υπόλοιπα έτη δεν υπάρχει επιπλέον πληροφόρηση ανά δημοτικό διαμέρισμα σύμφωνα με την Ελληνική Στατιστική Υπηρεσία.

Πίνακας 1: Αφίξεις και Πληρότητα στις Σπέτσες την περίοδο 2005-2009

ΕΤΗ	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ
2005	8.947	29,5%
2006	10.154	33,7%
2007	11.351	44,3%
2008	8.659	37,1%
2009	9.423	29,1%

Πηγή: Ιδία επεξεργασία, ΕΣΥΕ

Σύμφωνα με τον πίνακα, τα έτη με το μεγαλύτερο ποσοστό πληρότητας είναι το 2007 και 2008. Όμως, δεν ισχύει το ίδιο και για τις αφίξεις, διότι παρόλο που το έτος 2008 η πληρότητα είναι αυξημένη, οι αφίξεις είναι μειωμένες περισσότερο από οποιοδήποτε άλλο έτος. Αυτό, ίσως οφείλεται στο γεγονός ότι τη συγκεκριμένη περίοδο οι επισκέπτες του νησιού αποφάσισαν μεγαλύτερη παραμονή στο νησί, παρόλο που δεν ήταν μεγάλο το ποσοστό τουριστών. Ενώ, το έτος 2006 συμβαίνει το αντίθετο, διότι παρόλο που οι αφίξεις είναι αρκετές, η πληρότητα είναι χαμηλότερη από άλλα έτη. Άρα, το συγκεκριμένο έτος οι επισκέπτες του νησιού διέμεναν λίγες ημέρες στα καταλύματα (Τσάλτας, 2005).

3.4 Η εξέλιξη του μαζικού τουρισμού στις Σπέτσες

Ο τουρισμός αναπτύχθηκε στο νησί και επέφερε σημαντικές αλλαγές στα παραδοσιακά επαγγέλματα, καθώς περιορίστηκαν τα είδη απασχόλησης και οι απασχολούμενοι προσαρμόστηκαν στις νέες συνθήκες παραγωγικότητας και εναλλακτικής απασχόλησης με τον τουρισμό (Αναστασίου & Ναθαναηλίδης, 2008).

Το νησί των Σπετσών έχει γίνει ένας αρκετά δημοφιλής προορισμός για διάφορους λόγους. Αρχικά, σημαντικό ρόλο παίζει η γεωγραφική θέση του νησιού, κοντά στην Αθήνα και σε άλλα νησιά μικρότερα η μεγαλύτερα. Ακόμα, η μορφολογία του εδάφους και οι κλιματολογικές συνθήκες, που αναλύθηκαν παραπάνω, προσφέρουν μια ήρεμη και γαλήνια διαμονή-επίσκεψη. Άλλο προνόμιο

που διαθέτει το νησί είναι η έλλειψη αυτοκινήτων προσφέροντας έτσι καθαρή ατμόσφαιρα από το πανέμορφο πευκοδάσος. Όλα αυτά είναι προϋποθέσεις για να αναπτυχθεί ένα νησί τουριστικά.

Στα τέλη του 19^{ου} αιώνα και μέχρι τις αρχές του 20^{ου} οι Σπέτσες άκμασαν στον εμπορικό και ναυτικό τομέα. Σημαντική βοήθεια ήταν η επένδυση του Σωτήριου Ανάργυρου στο νησί, που με καινοτόμες ιδέες αλλά και σπουδαία έργα το μετέτρεψε σε ένα ανταγωνιστικό τουριστικό θέρετρο (Αναστασίου & Ναθαναηλίδης, 2008).

Εκείνη την περίοδο, οι Σπέτσες είχαν μια μικρή αγροτική παραγωγή και κύριες ασχολίες των κατοίκων ήταν η αλιεία, η ναυτική ζωή και η εργασία στο εργοστάσιο κλωστοϋφαντουργίας και της μονάδας εμφιάλωσης. Η τουριστική κίνηση ήταν μόνο τους θερινούς μήνες, που έρχονταν οι αθηναίοι στη γενέτειρά τους, αλλά και κάποιοι περαστικοί κυνηγοί, που λόγω των αποδημητικών πουλιών συγκεντρώνονταν στο νησί χωρίς όμως να υπάρχουν οι απαραίτητες τουριστικές υποδομές. Τα ξενοδοχεία που υπήρχαν δεν ήταν σε καλή κατάσταση και αυτός ήταν ο λόγος που κτίστηκε το Ποσειδώνιο ξενοδοχείο από τον Ανάργυρο. Αυτή η ενέργεια ήταν ένα επαναστατικό έργο για εκείνη την περίοδο. Το καλοκαίρι του 1914 που ξεκίνησε η λειτουργία του εξελίχθηκε αμέσως σε πόλο έλξης πολιτικών και φυσικών προσώπων. Σπουδαίοι και αξιόλογοι άνθρωποι άρχισαν να φιλοξενούνται στο νησί και να το καθιστούν απαραίτητο τουριστικό προορισμό. Μέχρι και ο τύπος της εποχής εκείνης αναφερόταν με ολοσέλιδα άρθρα στις Σπέτσες και το πρωτότυπο ξενοδοχείο τους (Σταματίου, 2001).

Πριν την κατασκευή του πολυτελούς ξενοδοχείου, ο Σ. Ανάργυρος προσφέρθηκε να υλοποιήσει το υπό μελέτη υδραγωγείο και στη συνέχεια προσέφερε το τεράστιο ακίνητο που στεγάστηκε το παράρτημα της Βασιλικής Σχολής Χειροτεχνημάτων. Παρόλο που τα έργα δεν αφορούσαν άμεσα τον τουρισμό, ήταν μια σημαντική διαφήμιση του νησιού, λόγω της προβολής της λαϊκής τέχνη και της φήμης ως ένα νησί με όλες τις ανέσεις. Επιπλέον, έκανε επισκευές στο οδικό δίκτυο του νησιού και ανέπτυξε περιφερειακό δρόμο από τη μία έως την άλλη πλευρά του νησιού. Με αυτές τις υποδομές αναπτύχθηκε η τουριστική κίνηση λόγω των εκδρομών που διοργάνωναν σε διάφορα μέρη και παραλίες του νησιού που ήταν αποξενωμένα. Τα παραπάνω επιτεύγματα ήταν οι βασικές υποδομές οι οποίες ξεκίνησαν το τουριστικό ενδιαφέρον στο νησί. Εκείνη την εποχή λοιπόν, το νησί

προσέλκυσε κυρίως εσωτερικό τουρισμό, αλλά και κάποιους αλλοδαπούς τουρίστες. Ωστόσο, υπήρχε ακόμα το πρόβλημα των ξενοδοχειακών υποδομών. Από την πλευρά του επισιτιστικού τομέα, είχε αρκετές υποδομές καθώς διέθετε παραδοσιακές ταβέρνες και εστιατόρια (Σταματίου, 2001).

Ένα ακόμα δέλεαρ επίσκεψης που διέθετε το νησί ήταν το καζίνο που προσέλκυε τζογαδόρους Αθηναίους. Κίνητρο ήταν το δωρεάν επιβατηγό πλοίο που είχαν ναυλώσει επιχειρηματίες για αυτόν το λόγο. Η κίνηση στο νησί έφτασε σε υψηλά επίπεδα, προτρέποντας τους καταστηματαρχες να διατηρούν ανοιχτές τις επιχειρήσεις τους μέχρι τις πρώτες πρωινές ώρες (Καρδάσης, 1996). Τότε άρχισαν οι κάτοικοι του νησιού να συνειδητοποιούν πως το μέλλον του τόπου τους είναι ο τουρισμός και η ενασχόληση με παρεμφερή επαγγέλματα. Μέσα στη δεκαετία του 1950 ιδρύθηκε ο Τουριστικός Όμιλος Σπετσών που λάμβανε σημαντικές αποφάσεις για έργα που είχε ανάγκη το νησί. Το έτος 1970 ο τουρισμός βρισκόταν σε κρίσιμο στάδιο και προέκυψε η ανάγκη επιλογής ανάμεσα στον μαζικό και τον ποιοτικό τουρισμό. Έτσι, οι κρατικοί φορείς χωρίς τη συγκατάθεση των κατοίκων των Σπετσών, επέλεξαν τον μαζικό τουρισμό με χαρακτηριστικό παράδειγμα την αποβίβαση ενός group τουριστών μέσω της Βρετανικής εταιρείας Thomson στο νησί.. Το αποτέλεσμα τέτοιων ενεργειών ήταν αφενός η αύξηση της τουριστικής κίνησης στο νησί αφετέρου η αύξηση μαζικών τουριστών που το ενδιαφέρον τους δεν ήταν η ιστορία και ο πολιτισμός αλλά η διασκέδαση. Έπειτα οι Σπετσιούτες τότε αναγκάζονται να εξοπλίσουν γρήγορα και φθηνά το νησί από υποδομές δωματίων, μπαρ και μαγαζιά λαϊκής τέχνης. Αυτό οδήγησε, σε εφήμερη αύξηση κερδών με επιπτώσεις όμως στην πολιτιστική κληρονομιά του νησιού. (Καρδάσης, 1996).

3.5 Η ανάγκη για στροφή στον εναλλακτικό τουρισμό

Το νησί των Σπετσών είναι ένας κοντινός προορισμός κι γι' αυτόν κυρίως το λόγο παρουσιάζει αυξημένη κίνηση τα Σαββατοκύριακα, τριήμερα, αργίες, αλλά και τη θερινή περίοδο. Λόγω της εύκολης μετακίνησης από και προς την πρωτεύουσα, πολλοί άνθρωποι έχουν αγοράσει ή χτίσει εκεί τις εξοχικές τους κατοικίες. Τα μεγάλα ποσοστά ιδιοκατοίκησης έχουν μειώσει τα ποσοστά δαπάνης για τροφή και διαμονή στο νησί, καθώς ο μεγαλύτερος όγκος επισκεπτών στο νησί είναι οι ιδιοκτήτες των εξοχικών. Υπάρχουν και κάποια μείζονα προβλήματα που δυσκολεύουν την

ανάπτυξη του τουρισμού. Ένα από αυτά είναι το πόσιμο νερό που είναι σε έλλειψη κατά τους θερινούς μήνες που η ζήτηση είναι μεγάλη και δεν επαρκούν οι υδάτινοι πόροι του νησιού. Γι' αυτόν το λόγο οι τουριστικές υποδομές πρέπει να είναι φιλικές προς το περιβάλλον και να μην καταναλώνουν περίσσιο νερό. Βέβαια, η κατανάλωση δεν αυξάνεται μόνο από τις τουριστικές υποδομές, αλλά και από τις εξοχικές κατοικίες που οι περισσότερες διαθέτουν πισίνα και κήπους που υπέρ-καταναλώνουν νερό (Σταματίου, 2001).

Σήμερα, έχει παρατηρηθεί πως οι αλλοδαποί τουρίστες που επισκέπτονται μεμονωμένα ή οργανωμένα το νησί έχουν μειωθεί σημαντικά. Παρόλο που οι τουριστικές επιχειρήσεις εστίασης και διασκέδασης είναι αρκετές, δεν προσελκύουν τις νεαρές ή μεσαίες ηλικίες για αρκετό διάστημα. Τα άτομα αυτά αναζητούν πρωτοποριακές εγκαταστάσεις και διάφορα εναλλακτικά είδη διασκέδασης. Επίσης, ο αριθμός των ξενοδοχείων και των ενοικιαζόμενων δωματίων είναι επαρκής, αλλά δεν καλύπτουν τη ζήτηση για υπηρεσίες υψηλού επιπέδου ποιότητας (Καρδάσης, 1996).

Ωστόσο, είναι θετική η επαναλειτουργία του ιστορικού ξενοδοχείου “Ποσειδώνιο”. Όλα τα παραπάνω συνθέτουν μια αρκετά προβληματική εικόνα του νησιού στο θέμα του τουρισμού που θα μπορούσε να βελτιωθεί με την ανάπτυξη νέων μορφών τουρισμού με σύγχρονα μέσα και πρωτότυπες ιδέες.

3.5.1 Εορτασμός Αρμάτας

Ο εορτασμός της Αρμάτας είναι μια ιδιαίτερη και εντυπωσιακή γιορτή, η οποία λαμβάνει χώρα στο λιμάνι των Σπετσών κάθε χρόνο το δεύτερο Σάββατο του Σεπτεμβρίου. Από το 1931, το νησί των Σπετσών τιμά τον ηρωισμό και αναβιώνει τις μνήμες από την ιστορική νίκη των Ελλήνων απέναντι στα τουρκικά καράβια. Περιλαμβάνει μια σειρά από πολιτιστικές και θρησκευτικές εκδηλώσεις που αναπαριστούν ομοίωμα της πυρπόλησης της τούρκικης ναυαρχίδας. Η διάρκεια των εκδηλώσεων είναι εβδομαδιαία και είναι αφιερωμένη στην νίκη των Ελλήνων απέναντι στους Τούρκους στα νερά των Σπετσών. Κατά την αναπαράσταση προβάλλονται ιστορικά γεγονότα που εξιστορούν εκείνη τη νύχτα και η ατμόσφαιρα είναι συγκινητική. Όταν το λιμάνι γεμίσει με ελληνικά και τούρκικα καράβια η ναυμαχία ξεκινά. Το σύνθημα δίνεται από τις χαρμόσυνες σειρήνες των πλοίων σε

συνδυασμό με καπνούς και εκρήξεις που κορυφώνουν τον εορτασμό (Κεντρική Ιστοσελίδα Σπετσών ,2015)

Συγκέντρωση πλοίων στο λιμάνι



Πηγή: <http://www.news.gr/travel/taxidia/article-wide/91786/fantasmagorikh-armata-stis-spetses.html> [20 Ιουνίου 2015]

Το τοπίο γίνεται πιο εντυπωσιακό όταν το κατασκευασμένο τούρκικο πλοίο τυλίγεται στις φλόγες και τελικά βουλιάζει, ενώ ακολουθούν πυροτεχνήματα και βεγγαλικά που διασκεδάζουν μικρούς και μεγάλους. Η μοναδική ατμόσφαιρα που δημιουργείται είναι εκείνη που παροτρύνει χιλιάδες Έλληνες και ξένους τουρίστες να επισκέπτονται το δεύτερο Σαββατοκύριακο του Σεπτεμβρίου κάθε χρόνο το νησί. Η γιορτή της Αρμάτας ωθεί την αύξηση του τουρισμού με αποτέλεσμα να χρειάζεται η πρόωγη αναζήτηση διαμονής εκείνη την περίοδο (Κεντρική Ιστοσελίδα Σπετσών, 2015).

Πυρπόληση Τούρκικου πλοίου



Πηγή: http://traveltipsgr.blogspot.com/2013_09_01_archive.html [21 Ιουνίου 2015]

Μέσα από αυτό το εορταστικό κίνητρο, πολλοί τουρίστες επιλέγουν να παραβρεθούν στο νησί τη συγκεκριμένη περίοδο, είτε για το διάστημα που διαρκεί ο εορτασμός είτε για περισσότερες ημέρες. Τη χρονική περίοδο του εορτασμού της Αρμάτας, λόγω της αυξημένης επισκεψιμότητας των τουριστών, ναυλώνονται καΐκια για να διευκολύνουν τη μετακίνηση τόσο από το λιμανάκι της Κόστας, όπου αφήνουν οι επισκέπτες τα αυτοκίνητά τους, όσο και για τη μετακίνησή τους σε διάφορα μέρη του νησιού. Υπάρχουν ακόμα τουρίστες που επιλέγουν τις διακοπές τους με μορφή yachting-sailing και στη διάρκεια του ταξιδιού τους επιλέγουν τις συγκεκριμένες μέρες να κάνουν στάση στο νησί των Σπετσών, ώστε να παρακολουθήσουν το υπερθέαμα. Όλο αυτό το γεγονός προάγει τη σημασία ακόμη και των πολιτιστικών-ιστορικών γεγονότων στην τουριστική ανάπτυξη του νησιού και κατ' επέκταση της χώρας (Κεντρική Ιστοσελίδα Σπετσών, 2015).

Εορτασμός της Αρμάτας



Πηγή: <http://www.blog.visitgreece.gr/the-spectacular-armata-festival-on-spetses/> [25 Ιουνίου 2015]

3.6 Αθλητικός τουρισμός στις Σπέτσες

3.6.1 Ποδόσφαιρο στις Σπέτσες

Το νησί των Σπετσών διαθέτει σύγχρονο γήπεδο ποδοσφαίρου, το οποίο βρίσκεται ακριβώς πίσω από την Αναργύρειο και Κοργιαλένιο Σχολή, μήκους 100 μέτρων και πλάτους 64 μέτρων, με 600 θέσεις στην κερκίδα για την παρακολούθηση των αθλητικών δραστηριοτήτων, αποδυτήρια και νυχτερινό φωτισμό. Έχει άμεση προσβασιμότητα και για άτομα με ειδικές ανάγκες. Στο γήπεδο αυτό φιλοξενείται και η τοπική ποδοσφαιρική ομάδα των Σπετσών, η “Α.Ο.Σ. ΜΠΟΥΜΠΟΥΛΙΝΑ ΣΠΕΤΣΩΝ”, η οποία ανήκει στην ‘Α κατηγορία της Ένωσης Ποδοσφαιρικών Σωματείων Αργολίδας. Αυτό σημαίνει ότι στο νησί πραγματοποιούνται ποδοσφαιρικοί αγώνες, τους οποίους έχουν τη δυνατότητα να παρακολουθήσουν εκτός των κατοίκων των Σπετσών και θεατές-φίλαθλοι εκτός νησιού (Ένωση Ποδοσφαιρικών Σωματείων Αργολίδας 2007). Τον Ιούνιο του 2013 φιλοξένησε και τουρίστες εκτός Ελλάδας για την πραγματοποίηση του φιλικού αγώνα μεταξύ της τοπικής ομάδας του νησιού και της ομάδας Νέων (κάτω των 17 ετών) του Μεξικό.

Συνεπώς, το νησί φιλοξενεί αθλητικούς τουρίστες, είτε για την πραγματοποίηση κάποιου ποδοσφαιρικού αγώνα είτε για την παρακολούθησή του, καθ' όλη τη διάρκεια του έτους και όχι μόνο τις περιόδους αυξημένης τουριστικής κίνησης (Αθλητική Ιστοσελίδα, 2013).

Το Ίδρυμα της Αναργυρείου και Κοργιαλενείου Σχολής Σπετσών, τον Απρίλιο του 2016 θα στηρίξει την προσπάθεια οργάνωσης ενός διαχρονικού διεθνούς τουρνουά στις Σπέτσες από την Ένωση Ποδοσφαιρικών Σωματείων Ε.Π.Σ. Αργολίδας, το δήμο Σπετσών και τον Αθλητικό Όμιλο Α.Ο.Σ. «Μπουμπουλίνα» που θα ονομάζεται «1ο Spetses Youth Cup», στο οποίο θα συμμετέχουν 8 ομάδες των οποίων οι παίκτες είναι γεννημένοι τα έτη 2004 και 2005. Έχουν προσκληθεί να λάβουν μέρος ομάδες όπως οι Arsenal FC, Πανατωλικός FC και η Μεικτή ομάδα Ε.Π.Σ. Αργολίδας (Bernadette Delahaye, 2016)

3.6.2 Motocross στις Σπέτσες

Το 1960 έφτασαν στις Σπέτσες τα πρώτα δίκυκλα μηχανάκια και, όπως ήταν φυσικό, πολλοί από τους κατόχους τους αρέσκονταν να πραγματοποιούν αυτοσχέδιους αγώνες στους γραφικούς δρόμους του νησιού. Κατά τη δεκαετία του '80 ξεκίνησαν να πραγματοποιούν αυτούς τους αγώνες σε πιο απομονωμένα μέρη, όπως ήταν η κορυφή Ραχημάδι, για την αποσυμφόρηση του κέντρου του νησιού, όπου διαμόρφωσαν τη δική τους αυτοσχέδια πίστα. Το 1999 ιδρύθηκε ο Σύλλογος Μηχανοκίνητου Αθλητισμού Σπετσών (Σ.Μ.Α.Σ.) και άρχισαν να διαμορφώνουν πιο οργανωμένα πια την πίστα ως έναν χώρο πραγματοποίησης αγώνων. Ο χώρος που χρησιμοποιεί είναι ενοικιασμένος από την Αναργύρειο και Κοργιαλένιο Σχολή Σπετσών. Η πίστα φτιάχτηκε από δωρεές και προσωπική εργασία των μελών του συλλόγου. Έχουν εγκαταστήσει σύστημα κατάβρεξης νερού, όπως και πυροσβεστικούς κρουνοί για τον άμεσο εφοδιασμό των πυροσβεστικών οχημάτων σε περίπτωση πυρκαγιάς. Η πίστα σχεδιάστηκε σύμφωνα με τις διεθνείς προδιαγραφές και θεωρείται σύμφωνα με τους επισκέπτες η πιο όμορφη πίστα της Ελλάδος, μιας και συνδυάζει ένα αθλητικό γεγονός με το φυσικό κάλλος και την υπέροχη θέα του νησιού (Χαριτάτος, 2011).



Πηγή: <https://spetses.wordpress.com/2011/03/01/motocross/> [3 Μαρτίου 2015]

Εκτός από την καθημερινή εξάσκηση όσων θέλουν να εκτονωθούν με τα δίκυκλά τους, πραγματοποιούνται στο νησί και οργανωμένοι αγώνες. Ο πρώτος αγώνας έλαβε χώρα το 2004 με μεγάλη επιτυχία, αφού η τουριστική κίνηση σε νεκρή τουριστική περίοδο ήταν αυξημένη. Με αφορμή την επιτυχία αυτή, την ίδια χρονιά πραγματοποιήθηκε και δεύτερος μηχανοκίνητος αγώνας με παρόμοια επιτυχία. Δύο χρόνια μετά, το 2006, οι Σπέτσες φιλοξένησαν αγώνες motocross για το Πανελλήνιο Πρωτάθλημα με προσέλευση συμμετεχόντων από ολόκληρη την Ελλάδα. Τα δύο επόμενα έτη επικράτησε μια διαμάχη ανάμεσα στην Ελληνική Λέσχη Περιηγήσεων και Αυτοκινήτου (Ε.Λ.Π.Α) και στην Ομοσπονδία Μοτοσικλετιστών Ελλάδος (Ο.Μ.Ε.) για τη δικαιοδοσία του motocross. Στη διαμάχη αυτή νικήτρια βγήκε η Ο.Μ.Ε. και το 2010 οι Σπέτσες φιλοξενούν και πάλι το Πανελλήνιο Πρωτάθλημα με εξαιρετική επιτυχία. Τον Φεβρουάριο του 2011 ζητήθηκε από την Αναργύρειο και Κοργιαλένιο Σχολή να αυξηθεί το ετήσιο ενοίκιο κατά δέκα φορές, κάτι που έχει αφήσει τα πράγματα στάσιμα και έως τώρα δεν έχει πραγματοποιηθεί κάποια άλλη αθλητική δραστηριότητα στην πίστα αυτή (Χαριτάτος, 2011)

3.6.3 Spetses Classic Yacht Race

Ο Ναυτικός όμιλος Ελλάδος (Ν.Ο.Ε.) ιδρύθηκε το 1933 και έχει ως στόχο να αναπτύξει την ιστιοπλοΐα στην Ελλάδα, την εκπαίδευση και την αναψυχή των μελών

του, καθώς επίσης να προωθήσει τον θαλάσσιο τουρισμό. Ο NOE έχει συμβάλει ουσιαστικά στην τουριστική διαφήμιση του νησιού των Σπετσών και στην τουριστική του κίνηση, μέσω της διοργάνωσης του «Διεθνή Αγώνα Κλασσικών Σκαφών και Παραδοσιακών Καϊκιών» στις Σπέτσες, για τέσσερα συνεχόμενα έτη από το 2011 και έως σήμερα (Spetses Classic Yacht Race). Επιπλέον, έχει καταφέρει να συνδυάσει το θαλάσσιο τουρισμό με τον αθλητικό τουρισμό. Ο Διοργανωτής Φιλοξενίας του αγώνα αυτού είναι το ξενοδοχείο «Poseidonion Grand Hotel». Ο αγώνας πραγματοποιείται στον θαλάσσιο χώρο του νησιού και συμμετέχουν σκάφη και καϊκια διαφόρων μεγεθών και από διαφορετικές εποχές (Κεντρική Ιστοσελίδα Σπετσών, 2015).



Πηγή: <http://www.spetses.gr/el/regataclassicyaghtracing> [19 Φεβρουαρίου 2015]

Ο πρώτος Αγώνας Κλασσικών και Παραδοσιακών Σκαφών διοργανώθηκε στο νησί τον Σεπτέμβριο του 2011. Η αρχική ιδέα για την πραγματοποίησή του ήταν να συνδυάσει τον σεβασμό στην παραδοσιακή ναυτική ιστορία των Σπετσών με την κλασσική και την μοντέρνα αισθητική των σκαφών σε διεθνές επίπεδο. Το πρώτο αυτό έτος πραγματοποίησης του αγώνα οι θεατές, που ήταν ντόπιοι κάτοικοι του νησιού αλλά και τουρίστες από την Ελλάδα και το εξωτερικό, είχαν την ευκαιρία να παρακολουθήσουν το εντυπωσιακό θέαμα ιστιοδρομιών κλασσικών σκαφών αλλά και παραδοσιακών καϊκιών, στο πνεύμα του ευ αγωνίζεσθε. Στη διοργάνωση αυτή συμμετείχαν 23 σκάφη, 12 κλασσικά ιστιοπλοϊκά, με το πιο παλιό να έχει ναυπηγηθεί τη δεκαετία του 1920 και 11 παραδοσιακά καϊκια. Η συμμετοχή των καϊκιών αυτών,

διεθνώς γνωστά και ως «Aegean Classic Schooners», μπορεί να θεωρηθεί και παγκόσμια πρωτοτυπία, καθώς τέτοιου τύπου καΐκια συμμετείχαν στο ναυτικό της Μεγάλης Βρετανίας κατά τον Δεύτερο Παγκόσμιο πόλεμο. Οι διοργανωτές είχαν ως στόχο τα παραδοσιακά αυτά ιστορικά καΐκια να συμμετέχουν από το 2012 και έπειτα και κάθε δύο χρόνια σε διεθνούς βεληνεκούς αγώνες στις Σπέτσες, όπου και θα συγκεντρώνονται μερικά από τα πιο εντυπωσιακά κλασσικά σκάφη του κόσμου (Spetses Classic Yacht Regatta, 2015).

Ο δεύτερος Αγώνας Κλασσικών και Παραδοσιακών Σκαφών πραγματοποιήθηκε στις αρχές της καλοκαιρινής περιόδου, τον Ιούνιο του 2012 και είχε διάρκεια τέσσερις ημέρες. Η δεύτερη αυτή συνεχόμενη διοργάνωση είχε αισθητές διαφορές από την πρώτη, αφού συμμετείχαν 50 σκάφη, από την Ελλάδα και το εξωτερικό, τα οποία χωρίστηκαν σε τρεις κατηγορίες αγώνων. Έλαβαν μέρος 21 Κλασσικά σκάφη που χωρίστηκαν σε 3 υποκατηγορίες, βάσει του έτους ναυπήγησης τους, τα Vintage (πριν το 1949), τα Classic (1949-1975) και τα Spirit of Tradition (1975 και έπειτα), 17 Παραδοσιακά Καΐκια και 12 Λατίνα. Επίσης, οι θεατές, με τη βοήθεια μεγάλων οθόνων, μπορούσαν να παρακολουθούν από τη βεράντα του ξενοδοχείου «Poseidonion» τα τεκταινόμενα, με παράλληλη ζωντανή μετάδοση από σχολιαστές. Όσοι ήθελαν να ζήσουν τον παλμό των αγώνων από κοντά, μπορούσαν να επιβιβάζονται σε καΐκια τα οποία θα ακολουθούσαν τον αγώνα. Επιπρόσθετα, θέλοντας η διοργανώτρια αρχή να αναδείξει τον κοινωνικό αλλά και οικολογικό χαρακτήρα του αγώνα, πραγματοποίησε σεμινάριο για όλους και δόθηκε μετά το πέρας του ένας έντυπος πρότυπος οδηγός για τις αειφόρες πρακτικές ναυσιπλοΐας («blue passport»), ο οποίος θα πιστοποιεί τη συμβολή τους στην προστασία των θαλάσσιων οικοσυστημάτων κατά τη διάρκεια των πλόων τους (Spetses Classic Yacht Race, 2012)

Στα μέσα Ιουνίου του 2013 έλαβε χώρα στις Σπέτσες ο τρίτος συνεχόμενος Αγώνας Κλασσικών και Παραδοσιακών Σκαφών με μεγάλη επιτυχία αφού πάνω από 2.000 επισκέπτες τον παρακολούθησαν. Συμμετείχαν 60 σκάφη συνολικά, εκ των οποίων τα 23 ήταν Κλασσικά σκάφη (5 Vintage, 11 Classic και 7 Spirit of Tradition), τα 19 ήταν Παραδοσιακά και τα 18 ήταν Λατίνα. Μέρος των εσόδων της διοργάνωσης διατέθηκε για την ανακατασκευή και αναστήλωση των κωπηλατικών λέμβων της Αναργύρειου και Κοργιαλένιου Σχολής. Υπήρξε δεκαπενταμελής παρουσία ξένων δημοσιογράφων από την Κίνα, που βοήθησε όχι μόνο στη διάδοση

και διαφήμιση της θαλάσσιας αυτής αθλητικής διοργάνωσης, αλλά και στην προβολή ολόκληρου του νησιού των Σπετσών, αναδεικνύοντας έτσι την ιστορική και τουριστική του σημασία και στην ασιατική τουριστική αγορά. Επίσης, στη συγκεκριμένη διοργάνωση, οι θεατές είχαν την ευκαιρία να δουν από κοντά το παραδοσιακό καΐκι «Αφρόεσσα», το οποίο ναυπηγήθηκε στην Κοιλιάδα από ντόπιους τεχνίτες το 2006, με πλήρωμα πέντε Χρυσούς Ολυμπιονίκες. Το πλήρωμα αποτελούσαν τρεις Ολυμπιονίκες του 1960 στη Ρώμη, ο τέως βασιλιάς Κωνσταντίνος, ο Οδυσσέας Εσκιτζόγλου και ο Γιώργος Ζαΐμης, η Χρυσή Ολυμπιονίκης στην Αθήνα το 2004 Σοφία Μπεκατώρου και η Κινέζα Χρυσή Ολυμπιονίκης στο Λονδίνο το 2012 Lijia Xu (Πουτέτση Χριστίνα, 2013)

Μετά από τρεις επιτυχημένες χρονιές και την εμπειρία πλέον των διοργανωτών, το 2014 έλαβε χώρα στις Σπέτσες ο τέταρτος Αγώνας Κλασσικών και Παραδοσιακών Σκαφών για τρεις ημέρες με ρεκόρ συμμετοχών. Συνολικά διαγωνίσθηκαν 72 σκάφη, χωρισμένα σε τέσσερις κατηγορίες, τα Κλασσικά σκάφη τα οποία, όπως αναφέρεται και παραπάνω, είναι χωρισμένα σε τρεις υποκατηγορίες ανάλογα με το έτος ναυπήγησής τους, τα Παραδοσιακά σκάφη, τα Λατίνια και για πρώτη φορά σκάφη τύπου Dragon. Οι θεατές μπορούσαν μέσα από μια συλλεκτική έκδοση, την οποία παρείχε η Οργανωτική Επιτροπή, να διαβάσουν και να γνωρίσουν την ιστορία και τα στοιχεία όλων των σκαφών. Εκτός από τα καθιερωμένα έπαθλα και βραβεία που απονεμήθηκαν στους συμμετέχοντες, το «Poseidonion Grand Hotel», που ήταν και ο Διοργανωτής Φιλοξενίας των αγώνων, με αφορμή τον έναν ακριβώς αιώνα λειτουργίας του, απένειμε το βραβείο «Poseidonion Concours D' Elegance» στο πιο αυθεντικό και καλοδιατηρημένο σκάφος (Spetses Classic Yacht Race, 2014)

Συμπερασματικά, φαίνεται πως οι αρμόδιοι φορείς, ο Δήμος Σπετσών και οι τοπικές επιχειρήσεις, όπως αυτή του ξενοδοχείου «Poseidonion», προσπαθούν τα τελευταία χρόνια να αξιοποιήσουν αυτό που τους έχει δώσει απλόχερα η φύση, το κλίμα, το περιβάλλον αλλά και τις υπάρχουσες υποδομές τους, αναπτύσσοντας έτσι και το τουριστικό τους προϊόν τις περιόδους που η τουριστική κίνηση στο νησί δεν είναι ιδιαίτερα αυξημένη. Ο συνδυασμός της ιστορίας των Σπετσών, το μεράκι των ανθρώπων για την κατασκευή καϊκιών και η αναβίωσή τους, μέσα από τη διοργάνωση αυτή, είναι και το μεγαλύτερο ατού για την επιτυχία των αγώνων αυτών και τα επόμενα έτη.



Πηγή: <http://www.tornosnews.gr/permalink/10057.html> [20 Ιουνίου 2015]

3.6.4 Σπέτσες Mini Marathon

Κάθε χρόνο από το 2011 και έπειτα, στα μέσα περίπου του Οκτωβρίου, πραγματοποιούνται τριήμερες αθλητικές διοργανώσεις στο νησί, στις οποίες συμμετέχουν ερασιτέχνες και επαγγελματίες αθλητές από την Ελλάδα και το εξωτερικό. Το γενικότερο πλάνο του «Spetses Mini Marathon» περιλαμβάνει:

1) Αγώνα δρόμου των 5 χιλιομέτρων στη βορειοανατολική πλευρά των Σπετσών. Η διαδρομή καλύπτει το κέντρο του νησιού, τη Ντάπια και το Παλιό Λιμάνι ολοκληρώνοντας τον «ιστορικό γύρο» της πόλης. Η συγκεκριμένη διαδρομή απευθύνεται τόσο σε έμπειρους όσο και σε αρχάριους δρομείς, καθώς δεν απαιτεί χρόνια άσκησης και γυμναστικής.

2) Αγώνα δρόμου των 25 χιλιομέτρων που απευθύνεται σε έμπειρους δρομείς και περιλαμβάνει έναν πλήρη φυσιολατρικό γύρο του νησιού. Η έναρξη και ο τερματισμός και για τις δύο διαδρομές είναι η πλατεία έξω από το ιστορικό ξενοδοχείο του «Ποσειδωνίου».

3) Τον κολυμβητικό αγώνα «Διάπλους Σπετσών» συνολικής διαδρομής 5 χιλιομέτρων (Σπέτσες-Κόστα-Σπέτσες). Οι αθλητές που συμμετέχουν έχουν ως εκκίνηση την προβλήτα της πλατείας του Ποσειδωνίου, φτάνουν στην Κόστα και επανέρχονται για τον τερματισμό από εκεί που ξεκίνησαν.

4) Τον κολυμβητικό αγώνα «Διάπλους Σπετσών» συνολικής απόστασης 2.500 μέτρων καλύπτοντας τη διαδρομή μεταξύ Κόστα και Σπέτσες. Οι αθλητές που συμμετέχουν μεταβαίνουν με καΐκι της οργανωτικής επιτροπής στην Κόστα και τερματίζουν κολυμώντας στην πλατεία Ποσειδωνίου. Σε αυτήν τη διαδρομή επιτρέπεται ο βοηθητικός εξοπλισμός (βατραχοπέδιλα) σε όσους όμως το έχουν δηλώσει με τη συμμετοχή τους.

Ακόμα, το «Spetses Mini Marathon» περιλαμβάνει και αγώνες για μικρότερες ηλικίες οι οποίες χωρίζονται σε τρεις κατηγορίες:

- 1) Παιδικοί αγώνες δρόμου ηλικίας μέχρι 6 ετών.
- 2) Παιδικοί αγώνες δρόμου ηλικίας 6 έως 12 ετών.
- 3) Παιδικοί αγώνες κολύμβησης (Κεντρική Ιστοσελίδα Σπετσών,2015)



Πηγή: <http://sports.in.gr/stivos/article/?aid=1231269566> [8 Μαρτίου 2015]

Κάθε χρόνο μαζί με τις αθλητικές διοργανώσεις προγραμματίζονται και διάφορες άλλες πλούσιες κοινωνικές και πολιτιστικές δραστηριότητες, όπως στην

τελετή έναρξης του τέταρτου «Spetses Mini Marathon», που υπήρχαν ξεναγήσεις στο Μουσείο Μπουμπουλίνας και στη φημισμένη Αναργύρειο και Κοργιαλένιο Σχολή. Στη συνέχεια, ακολούθησε ένα ιδιαίτερα δημοφιλές «pasta party» στην κεντρική πλατεία του νησιού, όπου προσφέρθηκαν δωρεάν μακαρονάδες σε επισκέπτες και συμμετέχοντες. Στο συγκεκριμένο μαραθώνιο αγωνίζονται και κορυφαία ονόματα του αθλητισμού, τα οποία ενσωματώνονται στο πλήθος ερασιτεχνών και δημιουργούν έναν οργανωμένο αγώνα στο νησί. Όλες οι διαδρομές επιλέχθηκαν ώστε να αναδειχθούν τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του νησιού, όπως η παραδοσιακή αρχιτεκτονική και τα βοτσαλωτά σοκάκια ελκύοντας και τον πιο απαιτητικό τουρίστα.

Ο Μίνι Μαραθώνιος των Σπετσών έχει στόχο την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου του νησιού, την ενεργοποίηση των τοπικών φορέων μέσα από τη συνεργασία για τον προγραμματισμό κοινωνικών και πολιτιστικών δραστηριοτήτων και την εναλλαγή από τον μαζικό τουρισμό. Σε όλη αυτή την προσπάθεια του νησιού συμμετέχουν και οι χορηγοί – υποστηρικτές του αγώνα, οι οποίοι με το δικό τους τρόπο καλούν τους επισκέπτες να δοκιμάσουν τα προϊόντα τους, διαφημίζοντας παράλληλα τη χώρα και τις περιφέρειές της.

3.6.5 Spetsathlon

Το «Σπέτσαθλον» είναι ένα εντυπωσιακό αθλητικό γεγονός που λαμβάνει χώρα στο νησί των Σπετσών τα τρία τελευταία συνεχόμενα έτη. Είναι ο συνδυασμός τριών αθλημάτων, τα οποία συμπεριλαμβάνονται στο τρίαθλο απ' όπου και έχει πάρει την ονομασία του.

Το «Τρίαθλο» σαν ονομασία πρωτοεμφανίστηκε στους Ολυμπιακούς Αγώνες του 1904 και ήταν ο συνδυασμός τριών αθλημάτων, του δρόμου των 100 μέτρων, του άλματος εις μήκος και της ρίψη σφαίρας. Το 1974 θεωρείται ως μια σημαδιακή χρονιά για την εμφάνιση του τρίαθλου όπου και πραγματοποιήθηκε αγώνας τρεξίματος, ποδηλασίας και κολύμβησης στο Σαν Ντιέγκο της Καλιφόρνια των Η.Π.Α. και στα έπαθλα των νικητών αναγραφόταν η λέξη «Τρίαθλον». Το 1989 ιδρύεται στο Αβινιόν της Γαλλίας η Παγκόσμια Ομοσπονδία Τρίαθλου (I.T.U.) η οποία είχε ως στόχο να προωθήσει το συγκεκριμένο συνδυασμό των τριών

αθλημάτων σε παγκόσμιο επίπεδο, υποστηρίζοντας έτσι το Ολυμπιακό κίνημα και να καταφέρει στη συνέχεια την εισαγωγή του στους Ολυμπιακούς Αγώνες, κάτι που γίνεται πραγματικότητα για πρώτη φορά στους Ολυμπιακούς Αγώνες του Σίδνεϋ της Αυστραλίας το 2000. Στον Ελλαδικό χώρο το 1996 ιδρύεται η Ελληνική Ομοσπονδία Ερασιτεχνικού Τριάθλου, ενώ το 1999 επίσημος φορέας αναγνωρίζεται η Ελληνική Ομοσπονδία Τριάθλου (Κεντρική Ιστοσελίδα Spetsathlon,2015).

Το νησί των Σπετσών τα τελευταία χρόνια έχει την τάση να διοργανώνει επιτυχημένες αθλητικές δραστηριότητες ώστε να προβάλλει την ιστορία την παράδοση και τη σπάνια φυσική του ομορφιά, ως τουριστικό προϊόν και να προσελκύει χιλιάδες επισκέπτες απ' όλο τον κόσμο, τις περιόδους που η τουριστική κίνηση είναι χαμηλή. Μία ακόμα τέτοια επιτυχημένη αθλητική διοργάνωση είναι και το «Σπέτσαθλον» που πραγματοποιείται για τρίτο συνεχόμενο έτος και αποτελείται από το συνδυασμό τριών αθλημάτων, όπως αναφέρθηκε παραπάνω, αυτό της κολύμβησης, της ποδηλασίας και του τρεξίματος. Οι Σπέτσες διαθέτουν οδικό δίκτυο 25 χιλιομέτρων, και έχοντας υιοθετήσει την πολιτική της απαγόρευσης κυκλοφορίας αυτοκινήτων στο νησί, θεωρείται ως μια ασφαλής επιλογή για την πραγματοποίηση τέτοιων αθλητικών διοργανώσεων. Η διοργανώτρια εταιρεία του «Spetses mini marathon» μαζί με την Ελληνική Ομοσπονδία Τριάθλου (Ε.Ο.ΤΡΙ.) ήταν υπεύθυνες για την πραγματοποίηση της αθλητικής αυτής διοργάνωσης τον Απρίλιο του 2013 και 2014, στις αρχές δηλαδή της θερινής τουριστικής περιόδου (Κεντρική Ιστοσελίδα Spetsathlon,2015)

Το «Spetsathlon» αποτελείται από δύο είδη συνδυαστικών αθλημάτων και αυτός ο διαχωρισμός έχει να κάνει μόνο με τις αποστάσεις των διαδρομών που έχουν να καλύψουν οι αθλητές. Η πρώτη διαδρομή ονομάζεται «Spetses triathlon sprint» και αποτελείται από 750 μέτρα κολύμπι, 25 χιλιόμετρα ποδήλατο και 5 χιλιόμετρα τρέξιμο. Σε αυτό το είδος τριάθλου επιτρέπεται και η συμμετοχή ομάδων σκυταλοδρομίας. Η δεύτερη διαδρομή ονομάζεται «Spetses Triathlon Endurance» και οι αθλητές έχουν να καλύψουν 1500 μέτρα κολυμπώντας, 50 χιλιόμετρα κάνοντας ποδήλατο και 10 χιλιόμετρα τρέξιμο. Η εκκίνηση αλλά και η απονομή των βραβείων στους νικητές γίνεται στην κεντρική πλατεία του ιστορικού ξενοδοχείου «Poseidonion Grand Hotel». Στην ποδηλατική διαδρομή των 25 χιλιομέτρων οι συμμετέχοντες έχουν τη δυνατότητα να γυρίσουν όλο το νησί, απολαμβάνοντας έτσι

την εκπληκτική θέα αλλά και την απείρου κάλλους φυσική ομορφιά του νησιού καθώς και τη ριβιέρα της Πελοποννήσου (Κεντρική Ιστοσελίδα Σπετσών, 2015).



Πηγή: <http://www.lifo.gr/now/sport/46025> [9 Μαρτίου 2015]

Το τρίαθλο των Σπετσών θεωρείται ως μια εκ των δημοφιλέστερων αθλητικών διοργανώσεων στην Ελλάδα με συμμετοχές αθλητών από 17 διαφορετικές χώρες. Οι αθλητές υπερβαίνουν τους 400 με 200 να έχουν αποκλειστική συμμετοχή στους ποδηλατικούς αγώνες. Επίσης, ο Δήμος Σπετσών και ο Εμπορικός σύλλογος του νησιού προσφέρουν στους συμμετέχοντες ειδικές τιμές σε πολλές επιχειρήσεις μαζικής εστίασης. Σημαντική ήταν και η συμβολή της τοπικής κοινωνίας, αφού ο αριθμός των εθελοντών αυτής της διοργάνωσης που βοήθησαν στην ομαλή διεξαγωγή του ξεπέρασε τα 250 άτομα. Οι επισκέπτες που παρακολούθησαν το αθλητικό γεγονός υπολογίζεται πως είναι πάνω από 1500, κάτι που δείχνει πως η τουριστική κίνηση για τα δεδομένα του νησιού στην αρχή της καλοκαιρινής περιόδου μόνο αδιάφορη δεν μπορεί να θεωρηθεί. Οι δύο αθλητικές διοργανώσεις, το «Spetses Mini Marathon» και το «Spetsathlon» αριθμούν πάνω από 10.000 επισκέπτες και συμμετέχοντες, δίνοντας έτσι την ευκαιρία τα τουριστικά καταλύματα που θα έμεναν άδεια να γεμίσουν ενώ παράλληλα εξασφαλίζουν και εργασία στους απασχολούμενους του τουριστικού κλάδου και ταυτόχρονα σημαντικά έσοδα στο νησί (Το Βήμα, 2014)



Πηγή: <http://www.eirinika.gr/article/11270/good-news-dimitris-pappas-nteniz-dimaki-grigoris-skoylarikis-loykia-loykoroyloy-oi> [9 Μαρτίου 2015]

Τέλος, ο Δήμος του νησιού, οι τοπικοί φορείς και οι επιχειρήσεις, εκμεταλλεύονται την κουλτούρα, τη μεγάλη ιστορία αλλά και τη φυσική ομορφιά του νησιού και με την πραγματοποίηση τέτοιου είδους διοργανώσεων, αθλητικού αλλά και πολιτιστικού χαρακτήρα, στοχεύουν στην ανάπτυξη του νησιού, μέσω των εναλλακτικών μορφών τουρισμού και στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου καθώς και τη διαφήμιση του τουριστικού τους προϊόντος, σε εγχώριο αλλά και παγκόσμιο επίπεδο.

3.6.6 Εαρινό ράλλυ ΦΙΛΠΑ

Η ΦΙΛΠΑ (Φίλοι Παλαιού Αυτοκινήτου) διοργάνωσε τον Απρίλη του 2014, το «ΕΑΡΙΝΟ ΡΑΛΛΥ ΦΙΛΠΑ», στις Σπέτσες. Πρόκειται για ένα διήμερο αγώνα αυτοκινήτων που χρονολογούνται από το 1921. 61 καλοδιατηρημένες αντίκες αριστοκρατικής ομορφιάς συμμετείχαν στη διοργάνωση αυτή, δίνοντας την ευκαιρία σε χιλιάδες θαυμαστές των παλαιών αυτοκινήτων αλλά και της κλασσικής αυτής εποχής να τα απολαύσουν από κοντά. Τα αυτοκίνητα συγκεντρώθηκαν στις 9:30 ώρα το πρωί στον Ισθμό της Κορίνθου, όπου και δόθηκε η εκκίνηση του πρώτου αυτοκινήτου στις 10:30. Διανύοντας μια διαδρομή 150 χιλιομέτρων περίπου, τα πληρώματα έβαλαν τα δυνατά τους για να μπορέσουν να βγουν νικητές, μέσα από ειδικές δοκιμασίες ακριβείας, κατά τη διάρκεια του αγώνα, καταλήγοντας στην Κόστα για επιβίβαση στο Ferry boat προς Σπέτσες (Greek Riviera 2014)

Τα αυτοκίνητα παρέμειναν στην κεντρική πλατεία του νησιού καθ' όλη τη διάρκεια της νύχτας. Την επόμενη μέρα το πρωί πραγματοποιήθηκε και πάλι μια απολαυστική βόλτα 25 χιλιομέτρων γύρω από τις Σπέτσες, με αγωνιστική σημασία και τα πληρώματα απόλαυσαν τις ομορφιές του κοσμοπολίτικου νησιού. Οι επισκέπτες και οι κάτοικοι του νησιού είχαν την ευκαιρία να απολαύσουν το θέαμα με τις υπέροχες αντίκες να κοσμούν το λιμάνι των Σπετσών και η διοργάνωση ολοκληρώθηκε με την απονομή των επάθλων στους νικητές, στο χώρο της πλατείας του Ποσειδωνίου (Greek Riviera 2014)



Πηγή: <http://www.greekriviera.gr/spetses-classic-car-rally/> [20 Ιουνίου 2015].

Πηγή έμπνευσης για τη διοργάνωση αυτού του μοναδικού γεγονότος ήταν ο θαυμασμός και η αγάπη προς τα παλαιά αυτοκίνητα και την ιστορικότητά τους, η νοσταλγική θύμηση κάθε εποχής που αντιπροσωπεύουν και η πολιτιστική τους αξία, που δένουν ιδανικά με τον κοσμοπολίτικο χαρακτήρα και την αριστοκρατική αισθητική των Σπετσών.

3.6.7 Άλλες αθλητικές δραστηριότητες

Επιπλέον, στις Σπέτσες διοργανώνονται διάφορες αθλητικές εκδηλώσεις που δεν είναι απαραίτητα σε μορφή διαγωνισμού, αλλά επιδιώκουν την επίδειξη των Συλλόγων που υπάρχουν στο νησί, καθώς και διοργανώσεις με σπάνια χαρακτηριστικά εμπνευσμένα από άλλες εποχές. Κάποια είδη από αυτά που αναφέρονται παρακάτω αδυνατούν να πραγματοποιούνται κάθε χρόνο, λόγω κόστους και έλλειψης συμμετοχών. Γι' αυτό το λόγο είναι αναγκαία η στήριξη τους, ώστε να βελτιώσουν την θεαματικότητά τους.

Οι Σπέτσες, όπως πολλά νησιά, διαθέτουν μια πλούσια γκάμα από θαλάσσια σπορ για τον επισκέπτη. Έτσι, οι τουρίστες μπορούν να συνδυάσουν τις καλοκαιρινές τους διακοπές τους με διάφορες δραστηριότητες αναψυχής αλλά και εκγύμνασης. Το Windsurfing, το τζετ σκι, το θαλάσσιο σκι, το κανό, τα θαλάσσια ποδήλατα και τόσα άλλα είναι στη διάθεση του κάθε τουρίστα. Πολλές οργανωμένες παραλίες κατά μήκος του νησιού προσφέρουν τον απαραίτητο εξοπλισμό για την πραγματοποίηση θαλάσσιων αθλητικών δραστηριοτήτων. Σε πιο ειδικές θαλάσσιες δραστηριότητες, παρέχονται προγράμματα καταδύσεων, καθώς το νησί διαθέτει πάρα πολλά σημεία μοναδικής υποθαλάσσιας ομορφιάς για ανακάλυψη. Έξω από τη θάλασσα αλλά και σε διάφορα σημεία του νησιού υπάρχουν γήπεδα beach volley και τένις που μπορούν να επισκεφθούν οι τουρίστες και οι επισκέπτες. (Hotels Line, 2012)



Πηγή: <http://www.spetsesdirect.com/out-about/beaches/kaiki-beach/> [21 Απριλίου 2015]

Χάρη στην ιδιαιτερότητα του νησιού, να μην επιτρέπεται η κυκλοφορία Ι.Χ. αυτοκινήτων, αποτελεί ιδανικό προορισμό για όσους λατρεύουν την πεζοπορία και την ποδηλασία. Στο νησί υπάρχουν εξαιρετικές διαδρομές για να τις ανακαλύψει και να απολαύσει κανείς το αγαπημένο του χόμπι.

Με το προσωπικό ποδήλατο ή νοικιάζοντας ένα από τα πολλά καταστήματα που υπάρχουν, είναι εύκολο να εξερευνηθεί όλο το νησί. Ο επισκέπτης μπορεί να χρησιμοποιήσει το ποδήλατο είτε για τη μετακίνησή του στο κέντρο του νησιού είτε για να γνωρίσει ολόκληρο το νησί και τις μαγευτικές του παραλίες.

Για πρώτη φορά, το Νοέμβριο του 2014, έλαβε χώρα στο νησί ένας ποδηλατικός αγώνας διαφορετικός από τους συνηθισμένους. Κάτοικοι του νησιού αλλά και τουρίστες φόρεσαν κλασσικά ρούχα παλιάς εποχής, στα οποία κυριαρχούσε η φινέτσα, και με ποδήλατα-αντίκες έκαναν βόλτες στο νησί των Σπετσών απολαμβάνοντας τη φύση. Ο ποδηλατικός αυτός αγώνας έχει τις ρίζες του στο Λονδίνο, απ' όπου και ξεκίνησε η διοργάνωση αυτή και στη συνέχεια εξαπλώθηκε σε ολόκληρο τον παγκόσμιο χάρτη. Έτσι, ένα κλασσικό και ιστορικό κοσμοπολίτικο νησί, όπως είναι οι Σπέτσες, μοιάζει να είναι η κατάλληλη επιλογή για την οργάνωση ενός τέτοιου αγώνα, συνδυάζοντας το κλασσικό στυλ του νησιού με την ιδεολογία του συγκεκριμένου αγώνα. Την προσπάθεια και την επιτυχία αυτής της διοργάνωσης ανέλαβε το ιστορικό ξενοδοχείο «Ποσειδώνιο», όπως έχει πρωτοπορήσει σχεδόν σε όλες τις αθλητικές και μη δραστηριότητες, που σκοπό έχουν τη διαφήμιση αλλά και την τουριστική και οικονομική ανάπτυξη του νησιού καθ' όλη τη διάρκεια του έτους (ΣΚΑΪ, 2014)



Πηγή: <http://www.caranddriver.gr/article.asp?catid=33078&subid=2&pubid=7380317> [23 Μαρτίου 2015]

Το «**Tweed Run**», όπως ονομάζεται, λόγω της ιδιαιτερότητας των κλασικών υφασμάτων στα ρούχα των συμμετεχόντων, είχε μεγάλη επιτυχία αφού πολλοί ήταν αυτοί που έλαβαν μέρος, ανεξαρτήτου ηλικίας, και θα πραγματοποιηθεί μέσα σε λίγους μήνες μετά από την πρώτη του εμφάνιση στο νησί του Αργοσαρωνικού. Δεν μπορεί να συγκαταλεχθεί πλήρως ως μέρος της εναλλακτικής μορφής του αθλητικού τουρισμού, αλλά έχει κάποια στοιχεία του, εφόσον οι συμμετέχοντες χρησιμοποιούν τα ποδήλατα για τη μετακίνησή τους. Μπορεί να θεωρηθεί ως μορφή πολιτιστικού τουρισμού που συνδυάζει και την άθληση, μέσω της ποδηλασίας. Επίσης δεν έχει ανταγωνιστικό χαρακτήρα, όσον αφορά στο μέρος της ποδηλασίας, αφού δεν υπάρχει πραγματικός αγώνας με ποδήλατα, αλλά βραβεύεται το καλύτερο ποδήλατο και το καλύτερο ενδυματολογικό σύνολο από άποψη καλαισθησίας και πρωτοτυπίας (Κεντρική Ιστοσελίδα, Σπετσών, 2015).

3.7 Συμπεράσματα κεφαλαίου

Οι Σπέτσες αποτελούν ένα μικρό νησί που είναι πλούσιο σε φυσικά τοπία και παρθένα εδάφη, τα οποία έχουν τη δυνατότητα τουριστικής ανάπτυξης με αειφορικές υποδομές και θα αποτελέσουν την εκκίνηση για μια ολοκληρωμένη στροφή προς τον εναλλακτικό τουρισμό. Η ανάπτυξη των αθλητικών δραστηριοτήτων είναι ιδιαίτερα

ευφυής, καθώς μπορούν να πραγματοποιηθούν στην περιοχή χωρίς να αποτελέσουν κίνδυνο για το περιβάλλον και για την εξάλειψη των εθίμων, των παραδόσεων και της ιστορικής σημασίας του νησιού. Η λανθασμένη μαζική τουριστική κίνηση τα παλιότερα έτη μπορεί να διορθωθεί με την ουσιαστική διαφοροποίηση από τα κοινά τουριστικά είδη. Όπως παρουσιάστηκε και σε προηγούμενα κεφάλαια, υπάρχουν ήδη αθλητικές διοργανώσεις οι οποίες λαμβάνουν χώρα κατά περιόδους στο νησί, όμως χρειάζεται περισσότερη προώθηση και διαφήμιση ώστε να αποτελέσουν σημαντικό στοιχείο στην οικονομική ανάπτυξη του νησιού.

Κεφάλαιο 4 Ανάγκη ανάπτυξης του αθλητικού τουρισμού

4.1 Προϋποθέσεις εφαρμογής των αθλητικών μορφών τουρισμού

Σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή (European Economic Social Commission, 2000), ο τουρισμός και ο αθλητισμός είναι έννοιες που σχετίζονται άμεσα με την ενδυνάμωση και ανάπτυξη ενός τόπου και άπτονται κοινωνικών, πολιτιστικών και οικονομικών δραστηριοτήτων. Και οι δύο έννοιες χρειάζονται αρκετή αναζήτηση και δημιουργικότητα ώστε να αναπτυχθούν αποτελεσματικά. Εκτός από την ανταγωνιστικότητα στον τομέα της οικονομίας, ο τουρισμός και ο αθλητισμός προσφέρουν ένα επιχειρησιακό πλάνο που μετατρέπει ένα αδιάφορο μέρος σε ιδιαίτερο τουριστικό προορισμό ακόμα και μέσω των αθλητικών δραστηριοτήτων.

Η σύνδεση των δύο αυτών πλαισίων είναι αναγκαία για την οικονομική ανάπτυξη, αλλά πρωτίστως για την ενίσχυση των κοινωνικών και πολιτιστικών αξιών, με στόχο την αειφόρο ανάπτυξη. Ακολουθώντας τη δίδυμη στρατηγική, οι Σπέτσες θα διπλασιάσουν τις επιχειρησιακές δραστηριότητες, προσφέροντας άμεση απασχόληση, ενώ θα παρέχουν συνδυασμό παραδοσιακών διακοπών με εξάσκηση ιδιαίτερων αθλημάτων στις ειδικές κατηγορίες τουριστών.

Επίσης, ο αθλητισμός, στα πλαίσια του τουρισμού, συμβάλλει στην κοινωνική ανάπτυξη, την αειφορία, τη διαφήμιση και το μάρκετινγκ του τουριστικού προορισμού και την ανάπτυξη δεξιοτήτων και τρόπων ψυχαγωγίας στους επισκέπτες.

Βέβαια, η εδραίωση μιας τουριστικής υποδομής ή υπηρεσίας εξαρτάται από τη δομή και τη λειτουργία της κάθε περιοχής. Υπάρχουν λοιπόν ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού, στις οποίες απαιτούνται συγκεκριμένες προϋποθέσεις, άξονες και προγράμματα που θα πρέπει να εντάξει η περιοχή διαμορφώνοντας μια νέα παραγωγική δομή, όπου θα κυριαρχούν οι υποδομές και οι υπηρεσίες της εναλλακτικής μορφής τουρισμού. Για την αποτελεσματική αναδιάρθρωση στο επίπεδο τουρισμού χρειάζεται η στήριξη από την πολιτεία τόσο σε περιφερειακό όσο και σε εθνικό επίπεδο (Τσάρτας, 1999).

Οι Σπέτσες διαθέτουν φυσικούς και περιβαλλοντολογικούς πόρους που αποτελούν τα βασικότερα κίνητρα των τουριστών στο σύγχρονο κόσμο και μετατρέποντας τους σε περιβάλλον ιδιαίτερου ενδιαφέροντος, το νησί μπορεί να αποτελέσει πόλο έλξης τουριστών. Παράλληλα, είναι αναγκαία η διασφάλιση της προστασίας του περιβάλλοντος, τόσο κατά τη δημιουργία της τουριστικής υποδομής όσο και κατά τη διάρκεια της τουριστικής κρίσης (Βελισσάριου, 2000). Ακόμη, ένα ιδιαίτερο χαρακτηριστικό τους είναι οι πολιτισμικοί και ιστορικοί πόροι που αποτελούν το δεύτερο δυναμικό άξονα των κινήτρων της ζήτησης, με κυρίαρχο ρόλο την ανθρώπινη παρέμβαση, η οποία δίνει την μορφή στους τουριστικούς πόρους.

Τα προσδοκώμενα οφέλη μπορούν να προκύψουν και από τη διοργάνωση των αγώνων, που χωρίζεται σε τρεις περιόδους:

1^η περίοδος: Πριν την τελετή των αγώνων

2^η περίοδος: Κατά την τελετή των αγώνων

3^η περίοδος: Μετά την τελετή των αγώνων

Για παράδειγμα, το 2004 πριν την τέλεση των Ολυμπιακών αγώνων υπήρξαν εκδηλώσεις της Πολιτιστικής Ολυμπιάδας που ψυχαγόγησαν τους πολίτες. Κατά την τέλεση των Ολυμπιακών αγώνων παρατηρήθηκε αναμενόμενη αύξηση της άμεσης παρακινούμενης διεθνούς τουριστικής ζήτησης. Οι φίλαθλοι αποτελούν άλλο κομμάτι τουρισμού, καθώς μετακινούνται αποκλειστικά και μόνο για την παρακολούθηση αγώνων. Τέλος, μετά από την τελετή των αγώνων έγιναν διάφορες μελέτες οι οποίες έδειξαν πως οι παρακινούμενοι τουρίστες που θα επισκεφθούν στο μέλλον τη χώρα μας ανέρχονται σε περίπου 6 εκατομμύρια (Ντουβάς, 2000).

Η πρώτη φάση για το σχεδιασμό μιας εναλλακτικής μορφής τουρισμού είναι η έρευνα και συνθετική καταγραφή των βασικών παραμέτρων της τουριστικής ανάπτυξης της περιοχής. Στη συνέχεια, προσδιορίζονται οι κύριοι σκοποί του σχεδίου της τουριστικής ανάπτυξης και επιλέγεται το βασικό πλαίσιο. Η επιλογή γίνεται με βάση τα χαρακτηριστικά της συγκεκριμένης περιοχής, το σεβασμό των τοπικών ιδιαιτεροτήτων. Στην επόμενη φάση, διαμορφώνονται, οι βασικές συντεταγμένες που περιλαμβάνουν στρατηγικές, μελέτες, προγράμματα και εφαρμόζονται μέθοδοι και πολιτικές του σχεδίου ανάπτυξης. Τέλος, δημιουργείται ένας ειδικός φορέας που θα παρακολουθεί τη σωστή εφαρμογή και διαχείριση του σχεδίου ανάπτυξης (Τσάρτας, 1999).

Ο κατάλληλος σχεδιασμός σε συνδυασμό με τις σωστές χωρικές επιλογές μπορεί να οδηγήσει σε ένα τουριστικό προϊόν πολλαπλών κινήτρων. Το προϊόν αυτό θα εξασφαλίζει μάλιστα γερούς κρίκους διασύνδεσης με τους υπόλοιπους κλάδους της τοπικής οικονομίας. Άλλωστε, οι αποτυχίες του εναλλακτικού τουρισμού αποδίδονται συχνά στην αδυναμία μιας συγκροτημένης ανάπτυξης πολλών ειδικών μορφών μαζί (Τσάρτας, 1996).

Η ενασχόληση ενός τουρίστα στις διακοπές είναι ένα βασικό μέρος που θα πρέπει να ληφθεί υπόψη από τις ξενοδοχειακές μονάδες. Ο επισκέπτης, οποίος επιλέγει για την παραμονή του ένα ξενοδοχειακό κατάλυμα που θα περιλαμβάνει οποιοδήποτε σπορ, αποτελεί πρόκληση για ενίσχυση και προώθηση των αθλητικών εγκαταστάσεων στα καταλύματα. Έτσι λοιπόν, σε πολλά ξενοδοχεία, στα πλαίσια της προσφοράς, δημιουργούνται εγκαταστάσεις αθλοπαιδιών (μπάσκετ, τένις), οι οποίες δεν απαιτούν μεγάλες επιφάνειες, καθώς επίσης και ναυταθλητικές εγκαταστάσεις (ιστιοπλοία, θαλάσσιο σκι) (Βελισσάριου, 2000).

Ωστόσο, απαιτείται κάποια σχετική έρευνα, στα πλαίσια της ζήτησης, για να μπορέσουμε να ανακαλύψουμε τις αθλητικές προτιμήσεις των τουριστών και να προσαρμόσουμε ανάλογα τις αθλητικές εγκαταστάσεις μιας ξενοδοχειακής μονάδας. Είναι γνωστό πως οι Ευρωπαίοι αφιερώνουν αρκετό χρόνο στην ατομική τους υγεία και κατά κανόνα στην άθληση. Ορισμένες ομάδες ατόμων από αυτά τα κράτη επιλέγουν τον τόπο των διακοπών τους με μοναδικό κριτήριο ένα από τα αγαπημένα τους σπορ. Τα σπορ στα οποία επιδίδονται αφορούν είτε τις θαλάσσιες περιοχές είτε τους ορεινούς ή ημιορεινούς όγκους. Σε ό,τι αφορά στη θάλασσα, οι ενδιαφερόμενοι επιδίδονται στην ιστιοσανίδα, την ιστιοπλοία, το θαλάσσιο σκι, τις καταδύσεις, κ.ά.. Σε ό,τι αφορά στο βουνό, οι αθλητικοί τουρίστες αρέσκονται σε σπορ όπως η

ορειβασία, το παραπέντε, το ανεμόπτερο, το καγιάκ, το σκι, το ποδήλατο βουνού, κ.ά. Σε πολλές περιπτώσεις η ανάπτυξη του αγροτουρισμού με τις υποδομές του έρχεται ως αρωγός στην ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού (Βελισσάριου, 2000)

Μια άλλη περίπτωση αθλητικού τουρισμού αποτελεί η ανάπτυξη των αθλητικών προπονητικών κέντρων. Η τουριστική τους σπουδαιότητα έγκειται στο γεγονός ότι εκτός από τους ίδιους τους αθλητές, οι συνοδοί τους μπορούν να ασχοληθούν με διάφορες άλλες τουριστικές δραστηριότητες (Βελισσάριου, 2000).

4.1.1 Θεσμικό πλαίσιο

Στο παρελθόν, με πρωτοβουλία της Ευρωπαϊκής Οικονομικής και Κοινωνικής Επιτροπής, θεσπίστηκε ένα Νομικό πλαίσιο για τον τουρισμό, του οποίου οι διατάξεις συμπεριλαμβάνονται στο Ευρωπαϊκό Σύνταγμα. Εξετάζοντας κανείς την Ευρωπαϊκή πολιτική σχετικά με τον αθλητισμό, μπορεί να ανατρέξει σε μια σειρά από αναφορές – κλειδιά, όπως η Ευρωπαϊκή Χάρτα Αθλητισμού (1992). «Η θεσμική αναγνώριση των τομέων του τουρισμού και του αθλητισμού στο προσχέδιο της Ευρωπαϊκής Συνθήκης αποτελεί ουσιώδες βήμα για την ολοκλήρωση των στόχων τους, ιδιαίτερα δε σε ό,τι αφορά στην προώθηση και ανάπτυξη της ευρωπαϊκής επιχειρηματικής ανταγωνιστικότητας των δυο τομέων» (Ντούβας Λ., 2000).

Το έτος 2009 υπήρχε ένα θεσμικό πλαίσιο που αφορούσε το πεδίο του αθλητισμού και ήταν οι αναφορές του άρθρου 165 της Συνθήκης της Λισαβόνας το οποίο περιελάμβανε και γενικές αναφορές για τον τουρισμό. «Το άρθρο 165 ορίζει τις λεπτομέρειες της πολιτικής για τον αθλητισμό και εξουσιοδοτεί την ΕΕ να υποστηρίζει, να συντονίζει και να συμπληρώνει μέτρα πολιτικής για τον αθλητισμό που λαμβάνουν τα κράτη μέλη. Σύμφωνα με το άρθρο, η Ένωση «συμβάλλει στην προώθηση των ευρωπαϊκών επιδιώξεων στον χώρο του αθλητισμού, λαμβάνοντας υπόψη παράλληλα τις ιδιαιτερότητές του, τις δομές του που βασίζονται στον εθελοντισμό καθώς και τον κοινωνικό και εκπαιδευτικό του ρόλο». (Nogueira, 2014)

Συγκεκριμένα, οι στόχοι της πολιτικής για τον αθλητισμό περιγράφονται ως εξής:

- Προαγωγή της αμεροληψίας και της διαφάνειας των αθλητικών διοργανώσεων και της συνεργασίας μεταξύ των αρμόδιων για τον αθλητισμό φορέων
- Προστασία της σωματικής και ηθικής ακεραιότητας των αθλητών και δη των πιο νέων.

4.2 Τα πλεονεκτήματα της ανάπτυξης του αθλητικού τουρισμού

Το ενδιαφέρον για τις αθλητικές δραστηριότητες υπολογίζεται σε πάνω από 220.000.000 τουρίστες που αναζητούν τη διασκέδαση από την ενασχόληση τους με τα αγαπημένα τους χόμπι. Η ικανοποίηση των αναγκών του τουρίστα προτρέπει τον ίδιο να επιμηκύνει την διάρκεια της διαμονής του. Αξίζει να σημειωθεί ότι οι “αθλητικοί” τουρίστες επιστρέφουν στον τουριστικό προορισμό που έχουν μείνει ικανοποιημένοι από την εξυπηρέτηση και τις υποδομές. Η ολοκληρωμένη στρατηγική της ανάπτυξης του αθλητικού τουρισμού προσελκύει τον “ποιοτικό” επιθυμητό τουρίστα που εκτιμάει την προσπάθεια για έναν βιώσιμο τουριστικό προορισμό. Αν λάβουμε υπ’ όψη μας τα ποσοστά του αθλητικού τουρισμού σε ολόκληρη τη χώρα διαπιστώνεται πως είναι μια αρκετά καλή επένδυση, ειδικότερα στις νησιώτικες περιοχές. Έχει υπολογιστεί ότι ο αθλητικός τουρισμός αναψυχής προσελκύει το 10% των συνολικών αφίξεων στην Ελλάδα, ενώ οι εκτιμήσεις του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (Π.Ο.Τ.) καταγράφουν 25% των τουριστών παγκοσμίως που επιθυμούν να ασχολούνται με κάποιο αγαπημένο σπορ παράλληλα με τις διακοπές τους (Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού, 2010).

Μια βελγική μελέτη που έγινε σε συνεργασία της Βέλγικης Ένωσης Αθλητικού Δικαίου και του Ινστιτούτου αθλητισμού διαπίστωσε 1.300% αύξηση, μεταξύ του 1967 και 1989, στη ζήτηση των τουριστών για τη συμμετοχή τους στον αθλητικό τουρισμό (De Knop, 1992). Στην ίδια μελέτη τα αποτελέσματα δείχνουν ότι η ροή των τουριστών σε μεγάλες αθλητικές εκδηλώσεις είναι ισοδύναμη με την εισροή των πιστών σε μεγάλα ιστορικά θρησκευτικά προσκυνήματα. Άμεσος στόχος των φορέων των πόλεων είναι η προσέλκυση επισκεπτών για τη βελτίωση της

οικονομικής της κατάστασης. Για την επίτευξη του στόχου αυτού χρησιμοποιούνται μέσα όπως η διαφήμιση και η προβολή από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης.

Κατηγοριοποιώντας τα οφέλη που μπορούν να προκύψουν από την εφαρμογή προγραμμάτων αθλητικού τουρισμού υπάρχουν:

- Έσοδα από μετακίνηση, διαμονή, διατροφή
- Έσοδα από προπόνηση
- Έσοδα από αγορές
- Τουριστική αναβάθμιση στις περιοχές
- Διεθνής προβολή
- Κατανάλωση προϊόντων
- Παροχή δυνατοτήτων απασχόλησης
- Οικονομική ανάπτυξη περιοχής
- Αύξηση του τουριστικού ΑΕΠ
- Αύξηση συναλλαγματικών εισροών
- Επιμήκυνση τουριστικής περιόδου (De Knop, 1992).

Επίσης, ο λόγος ανάπτυξης του αθλητικού τουρισμού είναι διπλός διότι, από τη μια πλευρά λειτουργεί ως ανταγωνιστικό κριτήριο επιλογής από τους τουρίστες του κόσμου να επισκεφτούν την χώρα που προωθεί τον αθλητικό τουρισμό και ταυτόχρονα αποτελεί κίνητρο για τους πολίτες και τις επιχειρήσεις, να ενισχύσουν την ενασχόληση τους με αθλητικές δράσεις.

4.3 Προβλήματα εναλλακτικού τουρισμού άθλησης

Οι μεγαλύτερες οικολογικές απειλές του μαζικού τουρισμού πηγάζουν από τη χρήση μεταφορικών μέσων που ενώ βοηθούν στην πραγματοποίηση διάφορων παράκτιων δραστηριοτήτων, παράλληλα συμβάλλουν στην εξάλειψη πολύτιμου οικολογικού πλούτου. Η χρήση θαλάσσιων μέσων μεταφοράς και οι εξοπλισμοί για θαλάσσιες δραστηριότητες έχουν οικολογικές επιπτώσεις στις παράκτιες περιοχές. Επιπλέον, μετά την ανάπτυξη των μεταφορικών μέσων, κατασκευάστηκαν πολλοί δρόμοι για την εξυπηρέτηση των τουριστών σε παράκτιες περιοχές, καθώς επίσης και πολλά καταλύματα, τα οποία χτίστηκαν πάνω σε

εδαφικές εκτάσεις και κατέστρεψαν έτσι μεγάλο μέρος του οικοσυστήματος (Ηγουμενάκης, 2004).

Οι αθλητικές δραστηριότητες που λαμβάνουν χώρα στις παράκτιες περιοχές έχουν και αυτές με τη σειρά τους δραματικές οικολογικές επιπτώσεις. Σε κάποιες βέβαια παρατηρούνται λιγότερες σε κάποιες άλλες. Η κολύμβηση και η ιστιοπλοΐα είναι από τις πιο ακίνδυνες, αν και συνήθως απαιτούν ουσιαστική παράκτια τουριστική υποδομή για την υποστήριξή τους. Η κατάδυση με αναπνευστήρα και η κατάδυση με αυτόνομη αναπνευστική συσκευή, το λεγόμενο SCUBA Diving, είναι περισσότερο επικίνδυνες δραστηριότητες για το θαλάσσιο οικοσύστημα, γιατί γίνονται συνήθως σε περιοχές με ζεστά νερά με υψηλά επίπεδα βιοποικιλότητας και ιδιαίτερα σε κοραλλιογενείς υφάλους. Πολλοί από τους καταδύτες αυτούς επιλέγουν περιοχές οι οποίες θεωρούνται προστατευόμενες για το θαλάσσιο πλούτο τους. Διάφορες θαλάσσιες δραστηριότητες με μικρά σκάφη φαίνεται να προκαλούν ελάχιστες ή μηδαμινές επιπτώσεις στο περιβάλλον (Ηγουμενάκης, 2004).

Από την άλλη, τα μεγαλύτερα σκάφη που πλέουν με βοηθητικούς κινητήρες ή είναι μηχανοκίνητα εντείνουν τη μόλυνση του περιβάλλοντος, όπως και τα ατομικά σκάφη, jet – ski και τα Wave - Runners. Είναι πρώτα σε δημοτικότητα τα τελευταία 15 χρόνια, αλλά η εμφάνισή τους, εκτός από τις επιπτώσεις στο θαλάσσιο περιβάλλον, τα έφερε σε διαμάχη με εκείνους που δε χρησιμοποιούν θαλάσσια μηχανοκίνητα μέσα (Ηγουμενάκης, 2004).

Παρόλο που κάποιες αθλητικές δραστηριότητες αποτελούν απειλές για το περιβάλλον, με τον κατάλληλο σχεδιασμό και τις απαραίτητες έρευνες και προδιαγραφές μπορεί να μειωθεί το κόστος στο περιβάλλον και να αυξηθεί η βιωσιμότητα με αειφόρες αθλητικές εγκαταστάσεις. Αυτό προκύπτει, διότι ο εναλλακτικός τουρισμός προσφέρει λύσεις που διαφέρουν από τις παραδοσιακές μορφές τουρισμού αναψυχής και σχετίζονται με τα ιδιαίτερα φυσικά χαρακτηριστικά και την ιστορική κληρονομιά της περιοχής (Ηγουμενάκης, 2004).

4.4 Φορείς/οργανισμοί του αθλητικού τουρισμού

Σήμερα, έχουν δημιουργηθεί διάφοροι φορείς και οργανισμοί που είναι αρμόδιοι για την οργανωμένη ενεργητική αθλητική αναψυχή. Συνοψίζοντας είναι οι εξής:

1. Τα γραφεία Φορέων Αθλητισμού των Πανεπιστημίων και τα Πανεπιστημιακά γυμναστήρια. Διοργανώνουν εσωτερικά πρωταθλήματα, στα οποία παίρνουν μέρος ομάδες πανεπιστημιακών τμημάτων (intramural games). Επίσης, περιλαμβάνουν προγράμματα ομαδικά ή ατομικά για τους φοιτητές.
2. Οι δημοτικοί αθλητικοί οργανισμοί και τα δημοτικά γυμναστήρια τα οποία θεωρούνται προγράμματα «μαζικού αθλητισμού». Υλοποιούνται από τους οργανισμούς των δήμων και κοινοτήτων και χρηματοδοτούνται από τους δήμους, τις συνδρομές και τη Γενική Γραμματεία Αθλητισμού.
3. Τα ιδιωτικά γυμναστήρια ή Κέντρα Άσκησης που αποτελούν αυτόνομες ή οργανωμένες αλυσίδες με το σύστημα δικαιοδοσίας (franchise).
4. Οι ιδιωτικές εταιρίες αθλητικής αναψυχής και υπαίθριων δραστηριοτήτων οι οποίες δραστηριοποιούνται στο χώρο της οργάνωσης ορεινών κι άλλων δραστηριοτήτων που αποσκοπούν στην αναψυχή των συμμετεχόντων.
5. Τα χιονοδρομικά κέντρα, τα οποία είναι υπό δημοτική ή κρατική διοίκηση και τουλάχιστον στην Ελλάδα αποσπούν περισσότερους από 500.000 επισκέπτες τον χρόνο.
6. Οι παιδικές κατασκηνώσεις. Είναι ένας ταχύτατα αναπτυσσόμενος αθλητικός τομέας αναψυχής που περιλαμβάνει διάφορες μορφές ανάλογα με την περιοχή χωροθέτησης π.χ. βουνό.
7. Τα γήπεδα ποδοσφαίρου 5x5. Είναι από τις πιο δημοφιλείς δραστηριότητες αναψυχής πόλης, αλλά και νησιού διότι συνδυάζει την αναψυχή με το στοιχείο του συναγωνισμού.
8. Οι εταιρίες οργάνωσης θαλάσσιων δραστηριοτήτων και αναψυχής, που λειτουργούν μέσα στα ξενοδοχεία και στις παραλίες και προσφέρουν θαλάσσια σπορ και προγράμματα άσκησης (fitness).
9. Τα θεματικά πάρκα που σε συνδυασμό με μια ποικιλία υπηρεσιών αφορούν όλες τις ηλικίες μιας οικογένειας για αναψυχή και διασκέδαση.

Όλα τα παραπάνω παραδείγματα εντάσσονται στον αθλητικό τουρισμό, ο οποίος αποτελεί μια τεράστια βιομηχανία που, με σωστή ανάπτυξη και διαχείριση, μπορεί να αποφέρει σημαντικές ανατροπές στην οικονομία και τον τουρισμό (Αλεξανδρή, 2008).

Κεφάλαιο 5: Στρατηγικός σχεδιασμός για την ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού

5.1 Εκπαίδευση στον αθλητικό τουρισμό

Σήμερα, ο αθλητικός τουρισμός αποτελεί και αντικείμενο σπουδών που έχουν στόχο να εκπαιδεύσουν εξειδικευμένα στελέχη για να προωθήσουν κατάλληλα την ανάπτυξή του. Οι εκπαιδευόμενοι έχουν τη δυνατότητα να εφοδιαστούν με γενικές γνώσεις γύρω από το αντικείμενο του αθλητικού τουρισμού, αλλά και ειδικές γνώσεις που απαιτούνται από διάφορα σπορ. Σε διάφορα διεθνή Πανεπιστημιακά ιδρύματα υπάρχει εξειδικευμένη ύλη που αφορά τον αθλητικό τουρισμό, σε όλα του τα επίπεδα. Τα προπτυχιακά και μεταπτυχιακά προγράμματα διαθέτουν ένα ολοκληρωμένο πρόγραμμα σπουδών που καταρτίζει πλήρως τους φοιτητές στα θέματα του αθλητισμού. Επίσης, έχουν δημιουργηθεί εργαστήρια τα οποία αφορούν στην αναψυχή, τα σπορ και τον τουρισμό και γίνονται εμπειριστατωμένες μελέτες σε επίπεδο μοντέλων προβλέψεων αποτελεσμάτων αθλητικών δραστηριοτήτων, όπως για παράδειγμα αυτό του Πανεπιστημίου Connecticut των Η.Π.Α, όπου γίνονται εμπειριστατωμένες μελέτες και μάλιστα σε επίπεδο μοντέλων προβλέψεων αποτελεσμάτων αθλητικών δραστηριοτήτων. (Barnes, 2000).

Στη χώρα μας, αρχίζουν να γίνονται κάποια δειλά βήματα για την υπαγωγή ειδικοτήτων άθλησης και αναψυχής στα Τμήματα Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού. Η όλη προσπάθεια βρίσκεται σε αρχικό στάδιο. Στην Ελλάδα ο Αθλητικός Τουρισμός δεν υφίσταται ως θεσμοθετημένο γνωστικό αντικείμενο. Έτσι, δεν υπάρχουν σπουδές αθλητικού τουρισμού, αλλά ούτε και μεταπτυχιακά προγράμματα. Στα ελληνικά εκπαιδευτικά ιδρύματα υπάρχουν μόνο μαθήματα σχετικά με τον αθλητικό τουρισμό.

Μια ερευνητική ομάδα με τίτλο «Διεθνές Συμβούλιο Αθλητικού Τουρισμού-Ερευνητική Μονάδα Ελλάδος» δημιουργήθηκε στο Α.Τ.Ε.Ι Κρήτης, μετά την επικύρωση της συμφωνίας συνεργασίας-προσχώρησης της μονάδας στο Συμβούλιο.

Πρόκειται για την τρίτη ερευνητική μονάδα στον κόσμο (οι άλλες δυο βρίσκονται στον Καναδά και στην Ινδονησία) για το Διεθνές Συμβούλιο Αθλητικού Τουρισμού (Τερζάκης, 2002).

5.2 Διαχείριση τουριστικής ανάπτυξης

Η επιτυχία διαχείρισης της τουριστικής ανάπτυξης ακολουθείται από ένα συγκροτημένο θεσμικό πλαίσιο το οποίο θεσπίζει τις απαραίτητες νομικές ρυθμίσεις που συμβάλλουν στο έργο διαχείρισης. Τα κυριότερα πεδία τα οποία διαχειρίζονται είναι (Τσάρτας, 1999):

- Η διαχείριση της τουριστικής περιοχής. Δηλαδή, ο τρόπος αντιμετώπισης των κοινωνικών και οικονομικών επιπτώσεων, του περιβάλλοντος και της τυχόν υποβάθμισης της τουριστικής περιοχής
- Η διαχείριση ενός προγράμματος marketing. Περιλαμβάνει τη συστηματική προβολή της περιοχής, τη διαφημιστική εικόνα της καθώς και μια διαρκή αναζήτηση νέων αγορών
- Η διαχείριση ανθρωπίνων πόρων στο πλαίσιο της τουριστικής ανάπτυξης. Περιλαμβάνει τη δημιουργία διαφόρων προγραμμάτων όπως τουριστικής εκπαίδευσης, επαγγελματικής κατάρτισης, επιμόρφωσης κατοίκων και περιβαλλοντικής εκπαίδευσης.

5.3 Τρόποι διαφήμισης και προώθησης

Οι αθλητικές δραστηριότητες δεν είναι αρκετές από μόνες τους για να καθιερώσουν την Ελλάδα και τα νησιά ως έναν αναγνωρίσιμο προορισμό αθλητικού τουρισμού. Είναι αναγκαίο να ακολουθείται από μια οργανωμένη στρατηγική ανάπτυξης και από στοχευόμενες ενέργειες διαφήμισης ώστε να προωθείται στις αγορές εξωτερικού, τα διεθνή ταξιδιωτικά γραφεία και τα διεθνή ΜΜΕ. Βέβαια, η εσωτερική οργανωτική πολιτική σκοπός είναι να δώσει στις αθλητικές υποδομές της χώρας νέες ευκαιρίες αξιοποίησης που θα φέρουν οικονομικά οφέλη μέσω του τουριστικού προϊόντος (Ηγουμενάκης, 2004) .

Με στόχο το συντονισμό και την οργάνωση του Αθλητικού Τουρισμού στην Ελλάδα υπάρχει η ανάγκη για καταγραφή όλων των αθλητικών χώρων της Ελλάδας σε έναν οδηγό μαζί με όλες τις χρήσιμες πληροφορίες, τόσο για τη χώρα όσο και την παρεμφερή υποδομή. Η δημιουργία του οδηγού αυτού θα αποτελέσει ένα χρήσιμο εργαλείο προβολής και πληροφόρησης και πρέπει να σταλεί, μεταξύ άλλων, σε ολυμπιακές επιτροπές, διεθνείς ομοσπονδίες και σε όλα τα γραφεία του Ε.Ο.Τ. στο εξωτερικό (Μαπούρας, 2009).

Ένα άλλο πολύ σημαντικό στοιχείο προώθησης και ανάπτυξης του αθλητικού τουρισμού είναι αναμφισβήτητα η διοργάνωση διεθνών αθλητικών εκδηλώσεων, το οποίο ενδιαφέρει ιδιαίτερα. Οι εκδηλώσεις αυτές ευνοούν υψηλά επίπεδα οικονομικής δραστηριότητας σε διάφορους τομείς, κυρίως, μέσα από τα ποσά που ξοδεύονται από τους οπαδούς και θεατές. Επιπλέον, συμβάλλουν σημαντικά στην προβολή της διοργανώτριας χώρας σε παγκόσμιο επίπεδο.

Σημαντική δράση μπορούν, επίσης, να έχουν οι ιδιωτικοί και δημόσιοι φορείς. Ενισχύοντας ένα γνήσιο τοπικό πολιτισμό επιτυγχάνεται η ανασυγκρότηση της πολιτιστικής ταυτότητας της περιοχής. Μέσα από την αξιοποίηση των κεφαλαίων και των νέων ιδεών, οι φορείς μπορούν να προσεγγίσουν τους πολίτες για διάφορες τουριστικές δράσεις. Η διατήρηση, η ανάδειξη και η δημιουργική αξιοποίηση της περιοχής συνθέτουν μια πολιτιστική ταυτότητα που συνδέεται άμεσα με τον τουρισμό. Η προβολή των τουριστικών προϊόντων επιτυγχάνεται από διάφορες δράσεις των οργανισμών και συλλόγων, όπως είναι η έκδοση τουριστικού οδηγού, η διανομή του σε τουριστικά σημεία και η δυνατότητα μέσα από το έντυπο να εξερευνήσει μέρη που δεν θα τα αναζητούσε σε άλλη περίπτωση.

Ακόμη, για την μελέτη και το σχεδιασμό του αθλητικού τουριστικού προϊόντος στην Ελλάδα χρειάζεται η πραγματοποίηση ερευνητικών δράσεων και μια διεθνής συνεργασία της Ερευνητικής Μονάδας Ελλάδος Αθλητικού Τουρισμού και του Ερευνητικού Κέντρου Intelligent Coast. Η Ερευνητική Μονάδα Ελλάδος Αθλητικού Τουρισμού έχει κύριο σκοπό την ανάπτυξη του Αθλητικού Τουρισμού στο πεδίο ερευνητικής, ακαδημαϊκής, επαγγελματικής και επιχειρηματικής ενασχόλησης. Η έννοια του Αθλητικού Τουρισμού αναφέρεται σε όλες τις μορφές ενεργητικής και παθητικής ανάμειξης σε αθλητικές δραστηριότητες, όπου η συμμετοχή είναι τυχαία ή οργανωμένη και γίνεται για επαγγελματικούς ή μη λόγους, με προϋπόθεση τη μετακίνηση μακριά από τον τόπο διαμονής και εργασίας. Το Ερευνητικό Κέντρο

Intelligent Coast έχει ως σκοπό να αναδείξει μια ιδιαίτερη οπτική του τουριστικού φαινομένου, η οποία εκφράζεται από την οπτική του χώρου και της επίδρασης του τουρισμού στις παράκτιες περιοχές. Ουσιαστικά αναφέρεται στο χωρικό στρατηγικό σχεδιασμό και στη δια-κλιμακική (μεταξύ διαφορετικών κλιμάκων παρέμβασης) προσέγγιση του χώρου. Εκτιμάται ότι αυτή η οπτική μπορεί να λειτουργήσει συμπληρωματικά σε πολλές προσεγγίσεις και έρευνες που γίνονται σχετικά με το τουριστικό φαινόμενο και να αναδείξει τις διαφορετικές διαστάσεις του ζητήματος (Μαπούρας, 2009).

Κεφάλαιο 6: Γενικά συμπεράσματα

Με βάση όσα έχουν αναφερθεί παραπάνω, προκύπτουν ορισμένες διαπιστώσεις, οι οποίες θα πρέπει να ληφθούν υπόψη για οποιαδήποτε προσέγγιση αφορά την τουριστική ανάπτυξη

Οι δραστηριότητες ελεύθερου χρόνου αποτελούν πηγή δημιουργίας απασχόλησης. Ο αθλητικός τουρισμός συμβάλλει στην ανάπτυξη των τουριστικών καταλυμάτων και στη δημιουργία νέων θέσεων απασχόλησης. Η χώρα μας διαθέτει τα απαραίτητα πλεονεκτήματα και τις προοπτικές για μια ολοκληρωμένη ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού. Για την ανάπτυξη και ένταξη του αθλητικού τουρισμού στο ευρύτερο φάσμα της τουριστικής πολιτικής, χρειάζεται κατάλληλος σχεδιασμός, προβολή και διαφήμιση, καθώς και παραγωγικές επενδύσεις, τόσο από πλευράς πολιτείας, όσο και από πλευράς ιδιωτών. Ένας απαραίτητος παράγοντας για την ανάπτυξη και βελτιστοποίηση του αθλητικού τουρισμού είναι αυτός της εκπαίδευσης και κατάρτισης των στελεχών του. Η εκπαίδευση σε θέματα αθλητικού τουρισμού πρέπει να εδραιωθεί και να προσαρμοσθεί στις εξελίξεις της εποχής, ώστε να διαθέτουμε εξειδικευμένα στελέχη, τα οποία θα μπορούν να προσφέρουν αντίστοιχες ποιοτικές υπηρεσίες.

Από την άλλη πλευρά, οι τουριστικές επιχειρήσεις οφείλουν να προσαρμόσουν το προϊόν τους ανάλογα με τις απαιτήσεις της ζήτησης. Με τον τρόπο αυτό, οι τουριστικοί πράκτορες και οι tour operators θα μπορέσουν να δραστηριοποιηθούν στην προσφορά τουριστικών πακέτων αθλητικού τουρισμού, διευρύνοντας έτσι την γκάμα προσφοράς των τουριστικών τους προϊόντων. Η διεκδίκηση μόνιμης διεξαγωγής από τη χώρα μας διεθνών αθλητικών αγώνων, όπως

π.χ. το Spetsathlon που αναλύθηκε , εκτός του ότι θα έφερναν κάθε χρόνο τη χώρα μας στο διεθνές προσκήνιο, θα ενίσχυαν την ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού με όλες του τις θετικές επιπτώσεις.

Ο εναλλακτικός τουρίστας είναι οικονομικά πιο παραγωγικός από τον μαζικό. Η Ελλάδα, ως χώρα, προσφέρεται για εναλλακτικό αθλητικό τουρισμό, αρκεί να υπάρχει μια κατανόηση των προϋποθέσεων του. Θα πρέπει να αναπτυχθούν στρατηγικές μάρκετινγκ για κάθε προϊόν εναλλακτικού τουρισμού.

Η Ολυμπιάδα, οι Ολυμπιακοί και Παρά-ολυμπιακοί Αγώνες του 2004 αποτέλεσαν σπουδαίες ευκαιρίες για την ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού στη Χώρα. Η αξιοποίηση του αθλητικού τουρισμού τα επόμενα χρόνια προβλέπεται να ενισχυθεί από τη ζήτηση έλευσης στη χώρα μας διαφόρων ξένων αθλητικών αποστολών για λόγους προετοιμασίας και εγκλιματισμού. Όλες αυτές οι μετακινήσεις αθλητών, συνοδών, φιλάθλων μπορούν να αποτελέσουν μια πάρα πολύ σημαντική εν δυνάμει τουριστική αγορά, προς όφελος των τουριστικών επιχειρήσεων, των επιχειρήσεων παροχής υπηρεσιών, ενισχύοντας παράλληλα την αναπτυξιακή πορεία της ελληνικής οικονομίας. Ο τουρισμός και ο αθλητισμός μπορούν να αναδειχθούν σε εργαστήρια για την ανάπτυξη, τις ανταλλαγές και το μοίρασμα των θετικών αξιών, εμπνευσμένα από το σεβασμό για τους άλλους και κατευθυνόμενα προς μια αμοιβαία κατανόηση, ανοχή και αποδοχή. Το έργο και ο ρόλος αυτών των δραστηριοτήτων αποκτά ιδιαίτερη σημασία, στα πλαίσια της ευρωπαϊκής κοινωνίας, της οποίας η δυναμική έχει αυξητική τάση και χαρακτηρίζεται από βαθιές κοινωνικό-πολιτιστικές, γεωπολιτικές και τεχνολογικές αλλαγές (Παπανίκος Γρ., 1999).

Κάθε χρόνο, εκατοντάδες ομάδες υψηλού επιπέδου από όλη την Ευρώπη «μεταναστεύουν» για περίπου ένα μήνα προκειμένου να πραγματοποιήσουν την προετοιμασία τους για τους αγώνες. Γι' αυτόν το λόγο θα πρέπει να δημιουργήσουμε και τις κατάλληλες προϋποθέσεις, ούτως ώστε να κερδίσουμε ένα μεγάλο κομμάτι από τον αθλητικό τουρισμό που είναι οι προετοιμασίες των αθλητικών συλλόγων. Τα γήπεδα και όλες οι αθλητικές εγκαταστάσεις που χτίστηκαν πριν το 2004 για την πραγματοποίηση των Ολυμπιακών Αγώνων, με την κατάλληλη συντήρηση θα μπορούσαν να προσελκύσουν σε μεγάλο βαθμό την πραγματοποίηση αθλητικών αγώνων κατά τη διάρκεια προετοιμασίας πολλών ομάδων του εξωτερικού ή την πραγματοποίηση φιλικών αγώνων διεθνών συλλόγων, γεγονός που θα είχε και οικονομικά οφέλη από τους τουρίστες που πιθανώς να επισκέπτονταν τη χώρα μας

καθώς και από εγχώριους τουρίστες, αυξάνοντας έτσι και την τουριστική κίνηση της Αθήνας και τους καλοκαιρινούς μήνες.

Εκτός όμως από τις πρωτοβουλίες των ιδιωτών και του κράτους σε επίπεδο μάρκετινγκ και επιχειρηματικότητας, θα πρέπει να υπάρξει και μια ουσιαστική διάδοση και ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού στον τομέα της εκπαίδευσης. Σήμερα, δεν πραγματοποιείται κανένα πρόγραμμα εκπαίδευσης ή εξειδίκευσης στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού και ιδιαίτερα στον αθλητικό τουρισμό. Η μόνη αναφορά που γίνεται στον αθλητικό τουρισμό εμπεριέχεται σε διδασκόμενο μάθημα στις σχολές Τουριστικών επιχειρήσεων των ΑΤΕΙ και στα ΤΕΦΑΑ. Το κομμάτι του αθλητισμού είναι μια δυναμική τουριστική κίνηση που με την κατάλληλη διάδοση και εκπαίδευση μπορεί να αυξήσει σημαντικά τα εισοδήματα του τουρισμού στη χώρα μας. Για τον λόγο αυτό πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη βαρύτητα στην ολοκληρωμένη εκπαίδευση και κατάρτιση των στελεχών του.

Μια πρώτη διαπίστωση είναι οι σημαντικές ελλείψεις στη στελέχωση υπηρεσιών σε κεντρικό, περιφερειακό και νομαρχιακό επίπεδο. Η έλλειψη αυτή καθιστά αδύνατη οποιαδήποτε ουσιαστική παρέμβαση σε τοπικό επίπεδο, όπου οι μόνες υπηρεσίες που διαθέτουν την αναγκαία υποδομή και το ανθρώπινο δυναμικό είναι οι δασικές. Κι αυτές όμως, διαθέτουν μικρή στελέχωση σε αριθμό και η αρμοδιότητά τους σχετίζεται με δάση και δασικές εκτάσεις, οπότε δεν μπορούν να χειριστούν συνολικά περιοχές με πολυσύνθετα προβλήματα χρήσεων γης και δραστηριοτήτων (όπως πχ οι υγρότοποι, κλπ).

Στο νησί των Σπετσών, το οποίο μας απασχόλησε στην εργασία, φαίνεται τα τελευταία χρόνια έντονη η θέληση και των τοπικών φορέων αλλά και των αθλητικών διοργανωτών, να πραγματοποιηθούν διάφορες εκδηλώσεις που καλύπτουν μεγάλο φάσμα των αθλητικών δραστηριοτήτων. Οι εκδηλώσεις αυτές βοηθούν στην ενίσχυση των τουριστικών αφίξεων στο νησί, ξεφεύγοντας από το μοντέλο που προωθεί η χώρα μας, κυρίως τους καλοκαιρινούς μήνες, λόγω της θάλασσας, της παραλίας και του ήλιου, και τους υπόλοιπους μήνες του χρόνου όπου η τουριστικές αφίξεις είναι μειωμένες. Συνεπώς, οι Σπέτσες, από νησί που φιλοξενούσε τουρίστες μόνο την καλοκαιρινή περίοδο και στη γιορτή της Αρμάτας, έχει καταφέρει μέσα από αυτή τη σειρά των σημαντικών αθλητικών εκδηλώσεων, να επιμηκύνει την τουριστική της περίοδο από τους τρεις μήνες σε οκτώ. Ωστόσο, αυτό το γεγονός δε σημαίνει ότι θα πρέπει να εφησυχάζουν οι τοπικοί παράγοντες. Αυτή η τουριστική κίνηση, που όπως φαίνεται έχει και αυξητική τάση τα τελευταία χρόνια, αναδεικνύει

τη βαρύτητα που πρέπει να δοθεί στην περαιτέρω ανάπτυξη των αθλητικών εκδηλώσεων στο νησί καθώς και τη δημιουργία και βελτίωση των απαραίτητων υποδομών, κάνοντας ακόμα πιο ελκυστικό το προϊόν του αθλητικού τουρισμού.

Η εικόνα ενός τόσο μικρού νησιού σε σχέση με τη συνολική εικόνα του χάρτη της Ελλάδας, θα μπορούσε να γίνει παράδειγμα προς μίμηση και για πολλές περιοχές της χώρας μας. Όπως έχει γίνει θεσμός στο νησί της Σαντορίνης τα τελευταία χρόνια η πραγματοποίηση αθλητικής διοργάνωσης free-running, εκμεταλλευόμενη την ιδιαιτερότητα της οικοδόμησης των σπιτιών πάνω στην Καλντέρα, η οποία συγκεντρώνει πλήθος τουριστών από Ελλάδα αλλά και ολόκληρο τον κόσμο, έτσι θα έπρεπε και άλλα νησιά αλλά και παράκτιες περιοχές να εκμεταλλευτούν το ιδιαίτερο φυσικό τους περιβάλλον για την πραγματοποίηση και άλλων αθλητικών εκδηλώσεων αυξάνοντας έτσι την τουριστική κίνηση και τους υπόλοιπους μήνες του χρόνου.

Επιπλέον, η Ελλάδα δεν έχει μόνο νησιά και παράκτιες περιοχές, αλλά και βουνά και λίμνες σε όλο της το εύρος, πράγμα που καθιστά εφικτή την πραγματοποίηση και διάφορων άλλων εναλλακτικών μορφών τουρισμού καθ' όλη τη διάρκεια του έτους. Θα μπορούσε να αναπτυχθεί ο χειμερινός τουρισμός σε πολλά χιονισμένα βουνά, ο ορειβατικός και περιηγητικός τουρισμός, καθώς επίσης και ο αθλητικός τουρισμός, με τη διοργάνωση διαφόρων χειμερινών αγώνων ακόμα και σε διεθνές επίπεδο. Ακόμη, η Ελλάδα φημίζεται για τα προϊόντα της, γεγονός που κάνει εφικτή την ανάπτυξη του γαστρονομικού τουρισμού καθώς και του οινοτουρισμού, όπου τουρίστες από την εγχώρια τουριστική αγορά και το εξωτερικό θα μπορούν να επισκεφτούν τα διάφορα μέρη της Χώρας για να δοκιμάσουν τα τοπικά προϊόντα, συμβάλλοντας έτσι και στην οικονομική ανάπτυξη των περιοχών αλλά και στο να γίνουν γνωστά τα προϊόντα στην αγορά του εξωτερικού, γεγονός που θα συνέβαλε πιθανώς στην οικονομική ανάπτυξη της Χώρας γενικά.

Η Ελλάδα όπως αναφέρθηκε προσφέρει μοναδικό φυσικό κάλλος και γεωγραφικές προδιαγραφές που βοηθούν στην ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Όμως, το φορολογικό και γραφειοκρατικό κομμάτι αποθαρρύνει αρκετούς επιχειρηματίες να επενδύσουν στη χώρα. Συνεπώς, πρέπει να ληφθούν τα απαραίτητα μέτρα και να γίνουν οι σωστές κινήσεις από το κρατικό δίκτυο και τους αρμόδιους φορείς, ώστε να αναπτυχθεί και να προωθηθεί άμεσα ο εναλλακτικός τουρισμός γενικά και ιδιαίτερα ο αθλητικός τουρισμός στην Ελλάδα.

Βιβλιογραφία

Ελληνική

- Αλεξανδρή Κ. (2008). « Θέματα διοίκησης Αθλητισμού Αναψυχής», Θεσσαλονίκη.
- Αναστασίου Σ. & Ναθαναηλίδης Κ. (2008). «Τουρισμός στις Σπέτσες: Κοινωνικές και Οικονομικές Παράμετροι», σελ. 87-95
- Βελισσαρίου Ε. (2000), « Μάνατζμεντ Ειδικών και Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού», Πάτρα: Ε.Α.Π
- Εμμανουήλ Γιαννόπουλου, «Η επανίδρυση των Ολυμπιακών Αγώνων», Δελτίον της Ιστορικής και Εθνολογικής Εταιρείας της Ελλάδος, τομ. Θ, σελ.576-577
- Εφημερίδα: Η Καθημερινή, Επτά Ημέρες, 26 Ιουλίου 1998, Αφιέρωμα 2-32. « Πιττούσα- Πέντζα- Σπέτσες.
- Γλύνια Ε., Λύτρας Π., Μάρας Δ., (2004). «Ψυχαγωγία και άθληση στον Τουρισμό», Interbooks, Αθήνα
- Ηγουμενάκης (1996) «Τουριστική Οικονομία» ,Αθήνα, Interbooks
- Ηγουμενάκης Ν., (2000). «Τουρισμός και Ανάπτυξη», Αθήνα, Interbooks
- Ηγουμενάκης Ν., Κραβαρίτης Κ., (2004). «Τουρισμός Βασικές Έννοιες», Αθήνα, Interbooks
- Καρδάσης, Α. (1996). Αναμνήσεις από τις παλιές Σπέτσες, εκδόσεις Χατζηνικολή, Αθήνα
- Κοκκώσης Χ., Τσάρτας Π. (2001). «Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη και Περιβάλλον», εκδόσεις Κριτική, Αθήνα, σελ. 82
- Λύτρας Π.(1999) «Η Κοινωνία της Αναψυχής. Ο συγκερασμός τουρισμού και αθλητισμού μπροστά στο 2000». Interbooks. Αθήνα

- Λαγός Δ., (2005). «Τουριστική Οικονομική», εκδόσεις Κριτική, σελ. 42-43
- Λύτρας Π. (2002). «Η Κοινωνία της Αναψυχής. Η αξιοποίηση του ελεύθερου χρόνου στις διακοπές», Interbooks, Αθήνα
- Μαπούρας Α.(2009). « ο Αθλητικός τουρισμός στην Ελλάδα και Διεθνώς», Ηράκλειο Κρήτης
- Ντούβας Λ.(2000). Χορηγίες, Τουρισμός και Αθλητισμός, στο συλλογικό έργο Αθλητισμός-Οικονομία-Μάνατζμεντ-Μάρκετινγκ, ΑΘΙΝΕΕ, Αθήνα.
- Πάζης Ν., Ι., (2009), «Εναλλακτικές μορφές τουρισμού &προοπτικές ανάπτυξης τους στην Ημαθία», σελ.39
- Παπαδάκη-Τζεδάκη, Σ. (1997). Ενδογενής Τουριστική Ανάπτυξη στο Ρέθυμνο: Ανάπτυξη ή Υπανάπτυξη; Μία Κοινωνικό-οικονομική και Ιστορική Προσέγγιση. Διδακτορική διατριβή. Πανεπιστήμιο Ρεθύμνου: Ρέθυμνο.
- Παπανίκος Γρ. (1999) «Οι Ολυμπιακοί Αγώνες του 2004 και οι επιπτώσεις στον Ελληνικό Τουρισμό». Μελέτη ΙΤΕΠ, Αθήνα
- Ρώμα, Ε. (2000). Εναλλακτικές μορφές αστικού τουρισμού: Η περίπτωση της Ελλάδας. Τοπική Αυτοδιοίκηση. Ιαν-Φεβ, σ. 28-36.
- Σαράτσης, Πολύζος (2013) Διερεύνηση της εξέλιξης της τουριστικής δραστηριότητας του Ν. Μαγνησία στο πλαίσιο της θεωρίας του κύκλου ζωής των τουριστικών περιοχών.
- Σπιλάνης Γ., (2000), Τουρισμός και περιφερειακή ανάπτυξη: η περίπτωση των νησιών του Αιγαίου, στο Τσάρτας Π. (επιμ) «Τουριστική Ανάπτυξη: πολυεπιστημονικές προσεγγίσεις», Εξάντας, σ.149-187
- Σταματίου, Γ. (2001). Ο εθνικός ευεργέτης Σωτήριος Ανάργυρος. Η ζωή και το έργο του. (Β' έκδοση) , έκδοση Ιδρύματος Αναργυρείου & Κοργιαλενείου Σχολής Σπετσών, Αθήνα
- Σφακιανάκης, Μ., (2000). «Εναλλακτικές μορφές τουρισμού» ,Εκδόσεις ΕΛΛΗΝ

Τερζάκης Δ. (2002), «Αθλητικός Τουρισμός μια νέα έννοια- πρόκληση», ανακτήθηκε στις 20 Νοεμβρίου 2008 από ηλεκτρονική ιστοσελίδα <http://e-telescope.gr>

Τσάλτας Γ.(2005): Αειφορία και Περιβάλλον. Ο νησιωτικός χώρος στον 21ο αιώνα. Ι. Σιδέρης, Αθήνα

Τσάρτας, Π. (1996). Τουρίστες, Ταξίδια, Τόποι: Κοινωνιολογικές Προσεγγίσεις στον Τουρισμό. Εξάντας: Αθήνα

Τσάρτας, Π. (1999), «Πρότυπα Τουριστικής Ανάπτυξης: Παράμετροι Συγκρότησης των Διαφορετικών προτύπων», στο Κοκκώσης Χ.- Τσάρτας Π. «Ανάπτυξη και περιβάλλον στον τουρισμό», Πάτρα: ΕΑΠ

Χαριτάτος Π.(2011) «Το μοτοκρός στις Σπέτσες», worldpress,03/2011, <https://spetses.wordpress.com>

Ξενογλωσση

Andriotis, K. (2002). Scale of hospitality firms and local economic development. Evidence from Crete. *Tourism Management*. 23(4), pp. 333-341.

Biederman, J., Petty, C. R., Wilens, T. E., Fraire, M. G., Purcell, C. A., Mick, E., et al. (2008). Familial Risk Analyses of Attention Deficit Hyperactivity Disorder and Substance Use Disorders. *American Journal of Psychiatry*, 165 (107-115).

Bits (1982), Τουρισμός και Περιβάλλον Πράξη της Κοπεγχάγης

Bucher C.A & Bucher R.D, (1974) *Recreation for today's Society*. New Jersey. Prentice Hall.

Buhalis, D., Pistidda, L., (2008), "The impact of WiMAX on tourist destinations", ENTER 2008__Proceedings, Innsbruck, Springer-Verlag, Wien, ISBN: 9783211772799, pp.383-394.

Buhalis, D., and Foerste, M, 2014, SoCoMo Marketing for Travel and Tourism, in Xiang, Z., and Tussyadiah, I., (eds), ENTER 2014 Proceedings, Dublin, Springer-Verlag, Wien, ISBN:9783319039725, pp.175-186

Butler, R.W. (1990). Alternative tourism: pious hope or Trojan Horse? *Journal of Travel Research*. 28 (3), pp. 40-45.

De Knop P., (1992), “Voorzitter Beheerscomité Sportinfrastructuur”, Germany

Faulker B., (1993) Evaluating the tourism impact of Hallmark events. Bureau of tourism research.

Gammon, S. and Robinson, T. (1997) 'Sport and tourism: A conceptual framework.' *Journal of Sport Tourism* 4 (3), 1–6.

Highan, J.E.S (1999). “Sport as an avenue of tourism development: An analysis of the positive and negative impacts of sport tourism”, *Current, Issues in Tourism* 2 (1), 82-90

Hunziker W., Krapf K., (1942). *Allgemeine Fremdenverkehrslehre*, Zurich, p.p. 42

Damien Lesur (1997) *Coupe du monde de football 1998 : le coup d’envoi*, Label France, Ministère des Affaires étrangères, no. 29

Moutinho L., (2000), “Strategic Management for Tourism”, Wallingford: CABI.

Nogueira A. (2014) «Αθλητισμός», Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, <http://www.europarl.europa.eu/>

Rural Europe, (2014), “Agri-environmental and Rural Development Policy”.

Wright T. (2005-05-02). «Literary Heyday Lingers in Lausanne». *International Herald Tribune*.

Yeoman, I. (2008), “Tomorrows Tourists: Scenarios & Trends”. Oxford: Elsevier.

Ηλεκτρονικές πηγές

Διεθνής Ολυμπιακή Επιτροπή (2014) <http://www.olympic.org/sports> [20 Απριλίου 2015].

Incredible Crete, (2014), Αθλητικός Τουρισμός, <https://www.incrediblecrete.gr/el/athletic-tourism/> [5 Απριλίου 2015].

Κεντρική Ιστοσελίδα Σπετσών

Spetses Island (2015), Ιστορία των Σπετσών, <http://www.spetses.gr/el/history> [10 Ιουνίου 2015].

Spetses Island (2015), Παραδοσιακά Επαγγέλματα, <http://www.spetses.gr/el/traditionaloccupations> [24 Μαΐου 2015].

Spetses Island (2015), Διαμονή, <http://www.spetses.gr/el/residencepage> [13 Ιουνίου 2015].

Spetses Island (2015), Μετακινήσεις, <http://www.spetses.gr/el/transportation> [13 Ιουνίου 2015].

Spetses Island (2015), Αξιοθέατα και Μουσεία, <http://www.spetses.gr/el/taxonomy/term/93> [28 Μαΐου 2015].

Spetses Island (2015), Ναυμαχία Σπετσών – Αρμάτα, <http://www.spetses.gr/el/armata> [18 Ιουνίου 2015].

Spetses Island (2015), Regata Classic Yacht Racing, <http://www.spetses.gr/el/regataclassicyaghracing> [19 Φεβρουαρίου 2015].

Spetses Island (2015), Spetses Mini Marathon, <http://www.spetses.gr/el/spetsesminimarathon> [3 Μαρτίου 2015].

Spetses Island (2015), Spetsathlon, <http://www.spetses.gr/el/spetsathlon> [8 Μαρτίου 2015].

Spetses Island (2015), Tweed Run, <http://www.spetses.gr/el/tweedrun> [24 Μαρτίου 2015].

Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμός (2014), http://www.eot.gr/sites/default/files/files_basic_pages/elstat_2014_%201o_6mino.pdf ημ. πρόσβασης [7 Μαΐου 2015].

Ένωση Ποδοσφαιρικών Σωματείων Αργολίδας 2007, Γήπεδο ΣΠΕΤΣΩΝ, http://www.epsarg.gr/field/display_field.php?field_id=48 [8 Ιουνίου 2015].

Sport 24 2013, Γιορτή στις Σπέτσες για τον Α.Ο.Σ. Μπουμπουλίνα, 27 Ιουνίου 2013, http://www.sport24.gr/football/ellada/erasitechniko_/giortazei-thn-anodo-o-a-o-s-mpoumpoylina.2310565.html [15 Ιανουαρίου 2015].

Bernadette Delahaye , 2016, Saronic Magazine, 1ο Spetses Youth Cup τον Απρίλιο στο νησί της Μπουμπουλίνας, <http://www.saronicmagazine.com/?p=30694> [5 Μαρτίου 2016].

Spetses Classic Yacht Regatta 2015, Δελτίου Τύπου πριν το Διεθνή Αγώνα Κλασσικών Σκαφών και Παραδοσιακών Καϊκιών Σπέτσες 2011, <http://spetsesclassicregatta.com/pressdocs/%CE%B4%CE%B5%CE%BB%CF%84%CE%AF%CE%BF-%CF%84%CF%8D%CF%80%CE%BF%CF%85/> [20 Ιανουαρίου 2015].

Spetses Classic Yacht Race 2012, Spetses Classic Yacht Race 2012, Δελτίο Τύπου, http://spetsesclassicregatta.com/wordpress/wpcontent/uploads/2012/06/%CE%94%CE%95%CE%9B%CE%A4%CE%99%CE%9F%CE%A4%CE%A5%CE%A0%CE%9F%CE%A5_Spetses-Classic-Yacht-Race-2012.pdf [20 Ιανουαρίου 2015].

Πουτέτση Χριστίνα 2013, Πάνω από 2.000 επισκέπτες στο Spetses Classic Yacht Race 2013, Το Βήμα, Οικονομία, 19 Ιουνίου 2013, <http://www.tovima.gr/finance/article/?aid=518416> [20 Ιανουαρίου 2015].

Enterprise Greece, 2014, Invest in Greece, http://www.enterprisegreece.gov.gr/files/Sectors/Greek_pdfs/Tourism_Sector_gr.pdf, [3 Μαΐου 2015].

Spetses Classic Yacht Race 2014, Ολοκληρώθηκε ο μεγαλύτερος αγώνας Κλασσικών Σκαφών, Δελτίο Τύπου, <http://spetsesclassicregatta.com/worldpress/wpcontent/uploads/2015/04/FINAL-PRESS-RELEASE-SCYR-2014.pdf> [21 Ιανουαρίου 2015].

Spetsathlon 2015, Η ιστορία του Τριάθλου, <http://spetsathlon.com/%CE%B1%CE%B3%CF%8E%CE%BD%CE%B1%CF%82/%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%BF%CF%81%CE%AF%CE%B1-%CF%84%CF%81%CE%B9%CE%AC%CE%B8%CE%BB%CE%BF%CF%85/> [8 Μαρτίου 2015].

Spetsathlon 2015, Ο μεγαλύτερος αγώνας τριάθλου που έχει γίνει στην Ελλάδα, <http://spetsathlon.com/%CE%B1%CE%B3%CF%8E%CE%BD%CE%B1%CF%82/> [8 Μαρτίου 2015].

Το Βήμα 2014, Ρεκόρ συμμετοχών στο Spetsathlon 2014, Το Βήμα, Οικονομία, 28 Απριλίου 2014, <http://www.tovima.gr/finance/article/?aid=590670> [10 Μαρτίου 2015].

Greek Riviera 2014, Classic car rally in Spetses, 9 Απριλίου 2014, <http://www.greekriviera.gr/classic-car-rally-in-spetses/> [3 Μαρτίου 2015].

Hotels Line 2012, Παραλίες των Σπετσών, http://www.hotelsline.gr/root/newhotel/mx/m_Spetses_paralies.asp [5 Απριλίου 2015].

ΣΚΑΪ 2014, Tweed Run, ο πιο μοναδικός ποδηλατικός αγώνας, τώρα και στις Σπέτσες, 1 Οκτωβρίου 2014, <http://www.skai.gr/news/lifestyle/article/266652/tweed-bicycle-run-greece-2014/> [23 Μαρτίου 2015].