

ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΑΝΑΨΥΧΗ

Γεωργία Υφαντίδου
Αναπληρώτρια Καθηγήτρια
ΤΕΦΑΑ ΔΠΘ

Αθλητικός Τουρισμός

- ▣ Οι Higham & Hinch (2003), έδειξαν ότι τα 3 κύρια συστατικά του αθλητικού τουρισμού είναι:
 - 1) ο αθλητισμός,
 - 2) ο χώρος και
 - 3) ο χρόνος.

Η Gibson (1998), χωρίζει τον αθλητικό τουρισμό σε άλλες 3 μεγάλες κατηγορίες:

- α) Την παρακολούθηση κάποιου αθλητικού γεγονότος.
- β) Την επίσκεψη σε κάποιο αθλητικό θέαμα.
- γ) Την ενεργητική συμμετοχή.

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

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

Κίνητρα και Κοινωνικο-ψυχολογικές Ανάγκες στον Αθλητισμό

- ▣ Σύμφωνα με τους Kurtzman & Zauhar (2005), το κίνητρο για να ταξιδέψει κάποιος, ή να συμμετέχει σε κάποιο είδος τουρισμού μπορεί να προσδιοριστεί ως ένα σύνολο αναγκών και στάσεων που προδιαθέτουν ένα άτομο να δράσει με ένα συγκεκριμένο τρόπο.

Οι αποφάσεις για αθλητικά ταξίδια λαμβάνονται από τα παρακάτω κίνητρα:

- ▣ προσωρινή τάση για φυγή από την καθημερινότητα,
- ▣ συναισθήματα,
- ▣ επιθυμία για συμμετοχή,
- ▣ ανταμοιβές,
- ▣ αναγνώριση και
- ▣ γόητρο.

▣ Η απόφαση των ατόμων για να ταξιδέψουν και να συμμετέχουν, ή να παρακολουθήσουν μια αθλητική δραστηριότητα μπορεί να επηρεαστεί και από άλλους, εξωτερικούς παράγοντες, όπως είναι:

- 1) η οικογένεια,
- 2) οι φίλοι,
- 3) οι κοινωνικά όμοιες ομάδες,
- 4) καθώς και από την τηλεοπτική διαφημιστική καμπάνια των επιχειρήσεων αθλητικής δραστηριότητας και τα κανάλια κοινωνικής δικτύωσης.

- ▣ Τα κίνητρα που επηρεάζουν τους αθλητικούς τουρίστες στην επιλογή του προορισμού τους δεν είναι απλά.
- ▣ Οι Woratschek, Hannish & Ritchie (2007), σε έρευνά τους σχετικά με τον τουρισμό αναρρίχησης αναλύουν την πολυπλοκότητα των κινήτρων των τουριστών.

▣ Ανάλογα με τα κίνητρα μπορεί να γίνει ένας διαχωρισμός των τουριστών αναρρίχησης σε 4 κατηγορίες:

- 1) στους ορειβάτες περιπέτειας,
- 2) στους ορειβάτες τοπίου,
- 3) στους τουρίστες που επιδιώκουν την καινοτομία και
- 4) στους τουρίστες αθλητισμού και αναψυχής.

Ορισμός Αθλητικού Τουρισμού

- ▣ 1) Παθητικός Αθλητικός Τουρίστας
- ▣ 2) Ενεργητικός Αθλητικός Τουρίστας
 - Α) Συμμετοχή σε μαραθώνιο
 - Β) Συμμετοχή σε δραστηριότητα στη φύση (Ski, Rafting, Golf, Καταδύσεις, αναρρίχηση)
 - Γ) Τουριστικά θέρετρα με Sport Animateur
 - Δ) Προπονητικός Τουρισμός

Τα πρωταρχικά κίνητρα για έναν αθλητικό τουρίστα

- ▣ η συμμετοχή σε ένα αθλητικό γεγονός
(Κάποιος αθλητικός τουρίστας, ο οποίος παίζει γκολφ και τα βασικά του κίνητρα είναι η συμμετοχή στο άθλημα και η εμπειρία του παιχνιδιού)
- ▣ η παρακολούθησή του
(Για παράδειγμα, ένας αθλητικός τουρίστας που ταξιδεύει για να παρακολουθήσει ένα ευρωπαϊκό πρωτάθλημα ποδοσφαίρου έχει ως πρωταρχικό κίνητρο να δει την ομάδα του να παίζει)

Δευτερεύοντα κίνητρα

- ▣ η απόλαυση του ευχάριστου θερινού καιρού
- ▣ η συμμετοχή στους σχετικούς πολιτιστικούς εορτασμούς
- ▣ η τοπική φιλοξενία

(Τα δευτερεύοντα κίνητρα μπορεί να περιλαμβάνουν το κλίμα, το τοπίο, τα κοινωνικά στοιχεία, την ποιότητα μιας σειράς μαθημάτων και γενικά, ένα πλήθος στοιχείων που προστίθενται στη γενική εμπειρία π.χ. του γκολφ και διαφέρει από την εμπειρία που προσφέρει το άθλημα στον τόπο διαμονής του τουρίστα (Robinson & Gammon, 2004)

Μαραθώνιοι Δρόμοι

- ▣ Σε μια έρευνά τους οι Agrusa και συν. (2005), αναφέρουν ότι σχεδόν το 85% των Γιαπωνέζων συμμετεχόντων του μαραθωνίου της Χονολουλού το 2005 δήλωσαν ότι προτίθενται στο μέλλον να επισκεφτούν ξανά τη Χαβάη και για άλλο λόγο πέραν της αθλητικής συμμετοχής.

- ▣ Στο μαραθώνιο του Λονδίνου το 1999 οργανώθηκε εβδομάδα προπόνησης, στην οποία συμμετείχαν δημοφιλή πρόσωπα για φιλανθρωπικούς σκοπούς.
- ▣ Με τον τρόπο αυτό προσελκύστηκαν αρκετοί να συμμετέχουν σε μια μη δημοφιλή χρονική περίοδο.
- ▣ Το γεγονός παρακολούθησαν πάρα πολλοί δημοσιογράφοι, οι οποίοι έγραψαν σε αθλητικά περιοδικά και εφημερίδες και το συζήτησαν σε αθλητικές εκπομπές προσδίδοντάς του μεγάλη δημοσιότητα.
- ▣ Σε σχέση με τη διαφήμιση που της έγινε το κόστος της διοργάνωσης ήταν ελάχιστο (Des Thwaites, 1999).

Ολυμπιακοί Αγώνες

- ▣ Με τη διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004, η Αθήνα:
 - αναβάθμισε τις υποδομές της όχι μόνο για την επιτυχή διεξαγωγή των Αγώνων,
 - αλλά και για την αναβάθμιση της ποιότητας ζωής των κατοίκων της πόλης και των προαστίων αυτής (Kriemadis, Leivadi & Yiannakis, 2006).

- ▣ Επίσης, επηρεάζονται πόλεις που βρίσκονται κοντά σε διεθνή αεροδρόμια που εξυπηρετούν τη μεταφορά των τουριστών.
- ▣ Χαρακτηριστικό είναι το παράδειγμα των Χειμερινών Ο.Α. στο Lillehammer της Νορβηγίας, όπου το Όσλο (η πρωτεύουσα της χώρας) δέχτηκε 47% περισσότερους τουρίστες από τη διοργανώτρια πόλη επειδή ήταν όχι μόνο η «κύρια είσοδος» των τουριστών στη χώρα, αλλά και μια πολύ εντυπωσιακή πόλη με πολλές δυνατότητες.

Golf Tourism

- ▣ Σε παγκόσμιο επίπεδο golf tourism θεωρείται ως:
 - α) μια κύρια τουριστική δραστηριότητα,
 - β) τύπος ταξιδιού ειδικού ενδιαφέροντος,
 - γ) είδος τουρισμού προστιθέμενο σε άλλα είδη ταξιδιών και
 - δ) μια πολύ μεγάλη αγορά του αθλητικού τουρισμού (Rendman, 2003).

Αλπικός Τουρισμός

- ▣ Στην περιοχή των Άλπεων πάλι ένας ορεινός προορισμός που προσφέρεται για σκι το χειμώνα και για ορειβασία το καλοκαίρι είναι το Bad Hindelang στα νότια της Γερμανίας, το οποίο αποτελείται από 6 κοινότητες 5000 κατοίκων που είναι διασκορπισμένες σε 140 τετραγωνικά χιλιόμετρα.
- ▣ Τις κοινότητες αυτές, επισκέπτονται 140.000 τουρίστες το χρόνο, οι οποίοι κάνουν 1 εκατομμύριο διανυκτερεύσεις και δημιουργούν τζίρο περίπου 100 εκατομμύρια ευρώ.

- ▣ Λίγο πιο μακριά στην ίδια χώρα, σε μια μεγαλύτερη και πιο μαζικά ανεπτυγμένη από άποψη τουρισμού περιοχή, το Garmisch Partenkirchen, για το 2005 δημιουργήθηκε τζίρος 602 εκατομμυρίων ευρώ, ενώ ασχολείται άμεσα, ή έμμεσα με αυτόν το 70% του πληθυσμού (Nagel, 2007).
- ▣ <https://travelsquire.com/bavaria-garmisch-partenkirchen-germany/>

Παγκόσμιο Κύπελλο Ποδοσφαίρου (ΠΚΠ)

- ▣ Σύμφωνα με τους Ohmann και συν. (2006), οι αγώνες για το ΠΚΠ το 2006 είχαν κυρίως θετικές κοινωνικές επιδράσεις στους κατοίκους του Μονάχου.
- ▣ Στην έρευνα τους ανέφεραν ότι οι αγώνες έδωσαν νέα πνοή στην πόλη, αυξήθηκε το αίσθημα ασφάλειας των κατοίκων και κατά τη γνώμη τους υπήρξε ένα θετικό κλίμα γύρω από το αθλητικό γεγονός.

- ▣ Οι τουρίστες που επισκέφτηκαν τη χώρα για το ΠΚΠ ήταν το 57,7% των συνολικών τουριστών,
- ▣ ενώ οι τουρίστες ελεύθερου χρόνου αποτέλεσαν το 42.3%.
- ▣ Βρέθηκε ότι οι τουρίστες του ΠΚΠ ξόδεψαν 2.242 δολάρια κατά άτομο, ποσό που είναι 1,8 φορές παραπάνω από το ποσό που ξόδεψαν οι τουρίστες ελεύθερου χρόνου.
- ▣ Άλλα χρήσιμα συμπεράσματα είναι ότι οι δαπάνες των τουριστών παρήγαγαν 1,35 δις. δολάρια τζίρο, 307 εκατομμύρια δολάρια καθαρό εισόδημα, 713 εκατομμύρια δολάρια σε Φ.Π.Α. και 31.349 θέσεις εργασίας πλήρους απασχόλησης.

Κολεγιακός/Πανεπιστημιακός Αθλητισμός

- ▣ Οι φοιτητές αντιλαμβάνονται τον αθλητισμό αναψυχής εντονότερα από την πλευρά των υπαίθριων δραστηριοτήτων.
- ▣ Τα περισσότερα παραδείγματα που καταγράφηκαν αναφέρονται σε «νέες, μοντέρνες» δραστηριότητες, που υλοποιούνται στην ύπαιθρο (Χρόνη, 2001).

- ▣ Τα αθλητικά κολεγιακά γεγονότα (μικρής κλίμακας) προσελκύουν ένα μεγάλο αριθμό οπαδών εκτός της τοπικής κοινωνίας και
 - μπορούν να δημιουργήσουν περισσότερα οφέλη από ότι τα μεγάλα αθλητικά γεγονότα και
 - να βοηθήσουν στην ανάπτυξη της τοπικής κοινωνίας που τα φιλοξενεί, λόγω της διαμονής, της διατροφής και της αγοράς προϊόντων των οπαδών των αντίπαλων ομάδων.

Τουρισμός Περιπέτειας

- ▣ Το κυνήγι είναι μια υπαίθρια δραστηριότητα αναψυχής που εντάσσεται στον αθλητικό τουρισμό και παραμένει η πιο δημοφιλής δραστηριότητα σε ιδιωτικές εκτάσεις στην Αμερική (Gartner & Lime, 2000).

▣ Μερικοί προορισμοί στοχεύουν συγκεκριμένα στους ταξιδιώτες περιπέτειας και προσφέρουν ένα ευρύ φάσμα εμπορικών πακέτων περιπέτειας.

▣ Για παράδειγμα, το Queenstown, στη Νέα Ζηλανδία, προωθείται ως η «πρωτεύουσα περιπέτειας στο κόσμο», με συνδυασμό προϊόντων όπως:

η ελεύθερη πτώση, κανό,
ράφτινγκ, jet κ.α.

φιλοξενώντας περίπου 500.000
τουρίστες κάθε χρόνο.



ΕΛΛΑΔΑ

Το σποτ του ΕΟΤ

«Greece: 365-Day Destination»

σε σκηνοθεσία του Αντώνη Θεοχάρη Κιούκα, κατέκτησε το
κορυφαίο βραβείο

«People's Choice Award World's Best Tourism Film 2018»

της CIFFT

(International Committee of Tourism Film Festivals),

η οποία διοργανώνει 18 φεστιβάλ τουριστικών ταινιών

σε όλον τον κόσμο.



DR. GEORGIA YFANTIDOU

ASSISTANT PROFESSOR, SPORT RECREATION & SPORT TOURISM

Σας ευχαριστώ