

Οικονομική Αθλητισμός

Τριμηνιαία Επιστημονική Επιθεώρηση Αθλητικής Οικονομίας, Διοίκησης και Μάρκετινγκ
Υπό την Αιγίδα του Πανελληνίου Συνδέσμου Αθλητικών Οικονομολόγων και Στελεχών (ΠΣΑΟΣ)

Τόμος 2ος, Τεύχος 2ο, Απρίλιος - Μάιος - Ιούνιος 2002

Τιμή: 4,4 ευρώ



ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ
με τον Πρόεδρο του ΠΣΑΠ
Αντώνη Αντωνιάδη

ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ
με τον Δ/ντα Σύμβουλο
της ΕΡΓΟΣΕ
Χρήστο Τσίτουρα

Αθλητική Επικαιρότητα

Τα Οικονομικά των Αθλητικών
Επεισοδίων και των Αποκαλύψεων

Τουριστικοί Ρόλοι και Πρόβλεψη
Τουριστικών Προορισμών
του Ανδρέα Γιαννάκη

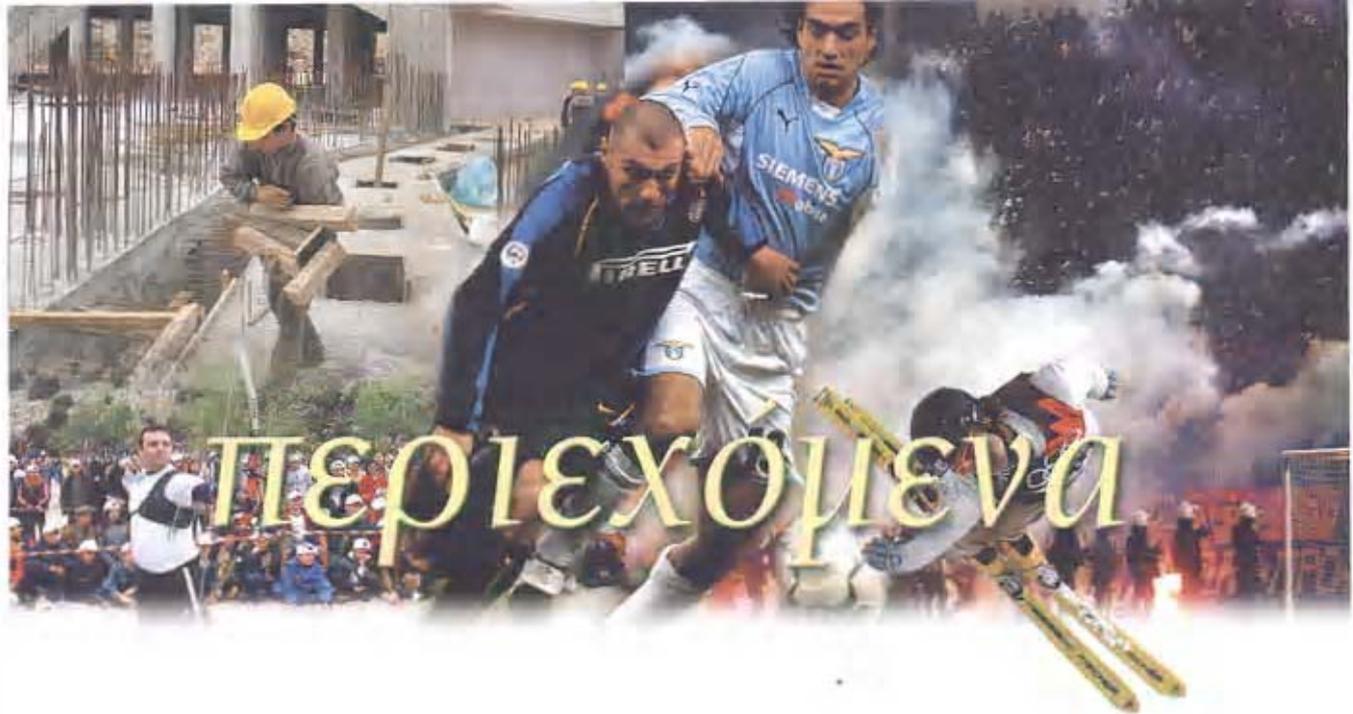
Ο Αθλητικός Τουρισμός στην Ελλάδα -
Μια Επισκόπηση των Επιδράσεων
και των Ωφελειών
του Αριστείδη Κατερινόπουλου

Αθλητισμός και Τουρισμός -
Οικονομικές Εκφάνσεις
του Μάριου Βασιλόπουλου



ΕΥΔΑΠ

Φροντίδα ζωής για την Αττική.



Από τον Διευθυντή Έκδοσης	3
Αθλητική Επικαιρότητα	4
<i>Τα Οικονομικά των Αθλητικών Επεισοδίων και των Αποκαλύψεων</i>	
Συνέντευξη	8
<i>με τον Πρόεδρο του ΠΣΑΠ, κ. Αντώνη Αντωνιάδη</i>	
Συνέντευξη.....	12
<i>με τον Διευθύνοντα Σύμβουλο της ΕΡΓΟΣΕ, κ. Χρήστο Τσιτουρα</i>	
Επιστημονικό Άρθρο	16
<i>Τουριστικοί Ρόλοι και Πρόβλεψη Τουριστικών Προορισμών του Ανδρέα Γιαννάκη</i>	
Επιστημονικό Άρθρο.....	26
<i>Ο Αθλητικός Τουρισμός στην Ελλάδα – Μια Επισκόπηση των Επιδράσεων και των Ωφελειών του Αριστείδη Κατερινόπουλου</i>	
Άρθρο Αθλητικής Πολιτικής.....	34
<i>Αθλητισμός και Τουρισμός – Οικονομικές Εκφάνσεις του Μάριου Βασιλόπουλου</i>	
Επιστημονική Αθλητική Σκέψη	36
<i>Η Χορηγία Τυνακείων Αθλημάτων</i>	
Επιστημονικό Βιβλίο	38
<i>Διαχείριση Προσωπικού για Αθλητικούς Διευθυντές</i>	
Αθλητισμός & Οικονομία	40
Αθλητισμός & Πολιτική.....	42
Νέα από την ΑΘΗΝΑ 2004	44
Ανακοινώσεις – Σύντομες Ειδήσεις	46

Οικονομία Αθλητισμός

Τριμηνιαία Επιστημονική Επιθεώρηση
Αθλητικής Οικονομίας, Διοίκησης και Μάρκετινγκ
Υπό την Αιγίδα του Πανελληνίου Συνδέσμου
Αθλητικών Οικονομολόγων & Στελεχών (ΠΣΑΟΣ)
Τόμος 2ος - Τεύχος 2ο
Απρίλιος - Μάιος - Ιούνιος 2002
ISSN: 1109 - 236X

Ιδιοκτησία

Αθηναϊκό Ίνστιτούτο Εκπαίδευσης και Έρευνας (ΑΘΙΝΕΕ).

Εκδότης

Δρ. Γρηγόρης Θ. Παπανίκος

Διευθυντής Έκδοσης και Υπεύθυνος Ύλης

Δρ. Γρηγόρης Θ. Παπανίκος

Συντακτική και Επιστημονική Επιτροπή

Δρ. Ανδρέας Γιαννάκης, Καθηγητής, Πανεπιστήμιο Κονέκτικατ, ΗΠΑ
Δρ. Γιώργος Καρλής, Καθηγητής, Πανεπιστήμιο Οτάβας, Καναδάς
Δρ. Νίκος Καρτακούλης, Διευθυντής Κυπριακής Ολυμπιακής Επιτροπής
Αθανάσιος Μπάλιος, π. Γενικός Διευθυντής, Γενική Γραμματεία Αθλητισμού
Δρ. Βασίλειος Πατσουράτης, Καθηγητής Οικονομικών, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθήνας
Δρ. Χρήστος Σακελλαρίου, Καθηγητής, Πανεπιστήμιο Νανιάγκ, Σιγκαπούρης

Επιμέλεια Δοκιμών

Λυδία Μασούρα

Διανομή - Διαφήμιση

Θωμάς Γ. Παπανίκος

Στο τεύχος αυτό συνεργάστηκαν

Σπυριδούλα Αντωνιάδου, Χρήστος Γάτσος, Άρνη Κατερινόπουλος,
Ζωή Μπουτσιώλη, Δέσποινα Σαρρή

Καλλιτεχνική & Τυπογραφική Επιμέλεια

ΟΜΙΛΟΣ ΚΑΛΟΦΩΛΙΑ Α.Ε.
Αμαρουσίου - Χαλανδρίου 39, Τηλ. 010 6172700

Επιτροπή Επιστημονικών Κριτών

Τα επιστημονικά άρθρα δημοσιεύονται στο Ο & Α, κατόπιν κρίσης, από δύο τουλάχιστον κριτές. Η επιστημονική επιτροπή κριτών του περιοδικού αποτελείται από καθηγητές και ερευνητές της Ελλάδας και του εξωτερικού. Την τελική ευθύνη δημοσίευσης των άρθρων έχει ο διευθυντής του περιοδικού.

Υποβολή Επιστημονικών Άρθρων

Τα άρθρα προς δημοσίευση θα πρέπει να υποβάλλονται σε δύο αντίτυπα και σε δισκέτα στον Δρα Γρηγόρη Θ. Παπανίκο, Πρόεδρο και Γενικό Διευθυντή, Αθηναϊκό Ίνστιτούτο Εκπαίδευσης και Έρευνας, Σολωμού 12, 10683 Αθήνα (Τηλ.: 010 3834227, Φαξ 010 3847734, email: atiner@otenet.gr).

Συνδρομές:

Το Οικονομία και Αθλητισμός κυκλοφορεί 4 φορές τον χρόνο. Η ετήσια συνδρομή για βιβλιοθήκες, οργανισμούς και ιδρύματα είναι 35 ευρώ, για άτομα είναι 18 ευρώ και για φοιτητές 12 ευρώ.

Διαφημίσεις:

Πλήρης τιμοκατάλογος των καταχωρίσεων στο περιοδικό είναι διαθέσιμος για κάθε ενδιαφερόμενο.

Το σημερινό τεύχος είναι αφιερωμένο στον αθλητικό τουρισμό, όσον αφορά τα επιστημονικά άρθρα και το άρθρο αθλητικής πολιτικής. Φιλοξενείται ένα άρθρο του Καθηγητή του Πανεπιστημίου του Connecticut, κ. **Ανδρέα Παννάκη**, το οποίο έχει γράψει με άλλους Αμερικανούς συναδέλφους του από τις ΗΠΑ, για τους τουριστικούς ρόλους των επισκεπτών και την πρόβλεψη των τουριστικών προορισμών. Ο καθηγητής Παννάκης είναι διεθνούς κύρους καθηγητής στον τομέα του αθλητικού τουρισμού, με μεγάλο δημοσιευμένο επιστημονικό έργο. Είναι τιμή μας που φιλοξενούμε το άρθρο του σε αυτό το τεύχος. Το δεύτερο επιστημονικό άρθρο έχει ως θέμα τον αθλητικό τουρισμό στην Ελλάδα, με συγγραφέα τον κ. **Αριστείδα Κατερινόπουλο**. Στη στήλη αθλητική πολιτική φιλοξενούμε ένα άρθρο του πολύ γνωστού αθλητικού και του-

ριστικού παράγοντα, κ. **Μάριου Βασιλόπουλου**, ιδιοκτήτη μεγάλου αθηναϊκού ξενοδοχείου και παράγοντα του Παναθηναϊκού, που έχει ως θέμα τον αθλητισμό και τον τουρισμό.

Τα τρία αυτά άρθρα είναι πολύ σημαντικά, κυρίως σε ό,τι αφορά το θέμα που διαπραγματεύονται, αλλά και τη σπουδαιότητα του περιεχομένου τους. Έχει ιδιαίτερη σημασία για τη χώρα μας η ανάπτυξη και αυτής της μορφής τουρισμού, που μαζί με το συνδυαστικό τουρισμό θα έπρεπε να είχαν γίνει, ήδη, αντικείμενο ειδικής τουριστικής προβολής, σε συνδυασμό με την τέλεση των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004 στην Αθήνα.

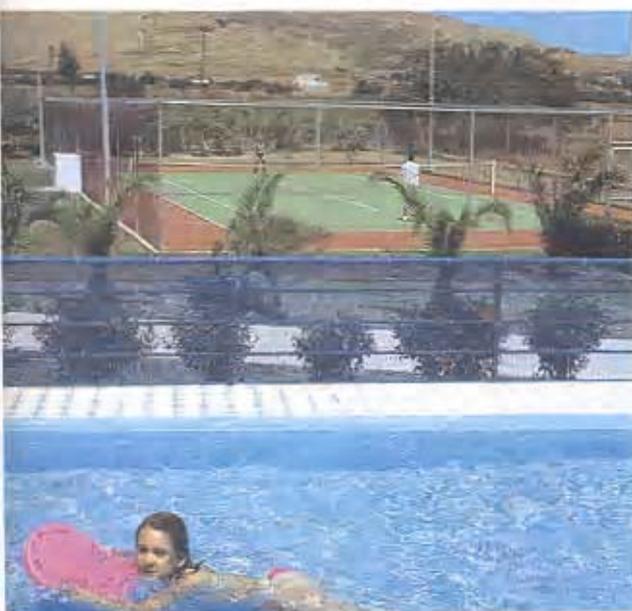
Στο θέμα αυτό πάντως θα επανέλθουμε διότι τα πρώτα στοιχεία δείχνουν ότι οι τουριστικές επιπτώσεις των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004 δεν είναι πολύ ενθαρρυντικές, τουλάχιστον αν λάβει κανείς υπόψη του τις αντίστοιχες επιδράσεις των Ολυμπιάδων του Σίδνεϋ και της Βαρκελώνης.

Επίσης, φιλοξενούμε δύο πολύ σημαντικές συνεντεύξεις. Η πρώτη δόθηκε από τον Πρόεδρο του ΠΣΑΠ, κ. **Αντώνη Αντωνιάδη** και η δεύτερη από το Διευθύνοντα Σύμβουλο της ΕΡΓΟΣΕ, κ. **Χρήστο Τσίτσορα**. Η πρώτη είναι πολύ επίκαιρη με όσα διαδραματίζονται τελευταία στο ελληνικό ποδόσφαιρο. Το θέμα αυτό σχολιάζεται και στην αθλητική επικαιρότητα. Η δεύτερη είναι εξίσου σημαντική κυρίως σε ό,τι αφορά την προετοιμασία της χώρας μας για τους Ολυμπιακούς Αγώνες του 2004. Είναι γνωστό σε όλους ότι

στην των αγώνων, είναι η διαμόνη και η μεταφορά των θεατών-επισκεπτών. Το περιοδικό μας θα φιλοξενήσει και άλλες συνεντεύξεις σε μελλοντικά του τεύχη, με παράγοντες και πολιτικούς που έχουν ως αρμοδιότητα τους αυτά τα δύο θέματα, διότι τα θεωρούμε πολύ σημαντικά.

Στη στήλη της επιστημονικής αθλητικής σκέψης γίνεται μία ανασκόπηση ενός επιστημονικού άρθρου που αφορά τη χορηγία των γυναικείων αθλημάτων. Τουλάχιστον στην Αμερική, ο γυναικείος αθλητισμός βρίσκεται σε σημαντική άνοδο, σε σημείο πλέον που να ελκύει και το ενδιαφέρον των επιχειρήσεων. Στη στήλη του επιστημονικού βιβλίου παρουσιάζεται ένα αμερικάνικο εγχειρίδιο που αφορά το μάνατζμεντ του προσωπικού, για αθλητικούς διευθυντές. Ήδη, πλέον, άρχισε να διαμορφώνεται μία επιστημονική βιβλιοθήκη που θα είναι χρήσιμη για κάθε επαγγελματία - στέλεχος αθλητικών οργανισμών.

Τέλος, θα πρέπει να επισημάνουμε τη μεγάλη ανταπόκριση που έχει το περιοδικό μας στους αναγνώστες αλλά και στους ιθύνοντες της αθλητικής πολιτικής. Πολύ γρήγορα, πολλά από τα άρθρα που έχουν δημοσιευτεί στο περιοδικό μας αποτελούν αντικείμενο συζήτησης, αλλά και υλικό διδασκαλίας σε διάφορα εκπαιδευτικά επίπεδα. Το τελευταίο είναι πολύ σημαντικό διότι σκοπός του περιοδικού, αλλά και του ΠΣΑΟΣ, είναι η επιμόρφωση αθλητικών στελεχών, διότι η αναβάθμιση του αθλητισμού της χώρας μας θα προέλθει μόνο μέσα από την εκ-





Τα Οικονομικά

Λύο ήταν τα γεγονότα που μονοπόλησαν το ενδιαφέρον της ελληνικής και, όχι μόνο, αθλητικής επικαιρότητας: τα επεισόδια που έγιναν στον τελευταίο αγώνα του Παναθηναϊκού με τον Ολυμπιακό, που δεν είναι τα πρώτα ούτε τα τελευταία, και οι αποκαλύψεις για πληρωμένους διαιτητές και στημένα παιχνίδια. Από τη στήλη αυτή έχουμε τονίσει επανειλημμένα την αναγκαιότητα οργάνωσης του ελληνικού ποδοσφαίρου σε άλλες βάσεις, όπου θα καθιστά πάρα πολύ ακριβό το «πούλημα» των αγώνων και γενικότερα τη δημιουργία επεισοδίων (βλέπε Οικονομία και Αθλητισμός, Τόμος 1, Τεύχος 20, σ. 5). Όπως είχε τονισθεί στο Τεύχος Απριλίου-Ιουνίου 2001, σε αυτή εδώ τη στήλη, (Τ)ο ζητούμενο είναι αν η οργάνωση του ποδοσφαίρου θα ήταν τέτοια, που θα μπόρνευε τα οφέλη από τα «πούλημα» των αγώνων και θα μεγιστοποιεί τα οφέλη από τη διεξαγωγή καθαρών παιχνιδιών. Μάλιστα, είχαμε τονίσει ότι αν η οργάνωση του ελληνικού ποδοσφαίρου γινόταν με το σύστημα της δικαιόχρησις (franchising), τότε πολλές από τις αιτίες που οδηγούν σε γεγονότα, όπως τα προαναφερθέντα, θα είχαν εξαλειφθεί.

Ο Αθλητισμός, από τη φύση του, έχει το στοιχείο της βίας, του ανταγωνισμού. Ακόμη και στα επαγγελματικά αθλήματα των πιο αναπτυγμένων χωρών δημιουργούνται βιασπραγίες, είτε από φιλάθλους, εί-

τε από αθλητές. Η διαφορά βρίσκεται στην έκταση που λαμβάνουν, καθώς και στην οργάνωση του μηχανισμού πρόληψης και καταστολής.

Εκείνο που λίγοι καταλαβαίνουν είναι ότι η δημιουργία επεισοδίων σε έναν αγώνα, κυρίως από τους παράγοντες, έχει σε πολλές περιπτώσεις οικονομικά βάσιμ. Δεν είναι «τρελοί» οι παράγοντες. Το αντίθετο μάλιστα! Είναι ορθολογικά οικονομικά όντα. Ο κ. Φιλιππίδης, αναμφισβήτητα ένας έξυπνος και κανός άνθρωπος, θα πρόσθετα και ειλικρινής, το έθεσε ξεκάθαρα, αν και αναφερόταν στα οικονομικά συμφέροντα των παικτών του, ταυτόχρονα, όμως, εννοούσε και τα οικονομικά συμφέροντα της ΠΑΕ ΠΑΝΑΘΗΝΑΪΚΟΣ που είναι τεράστια, αν η ομάδα του καταφέρει να συμμετάσκει στο χρυσοφόρο πρωτάθλημα της Ευρώπης (Champions League).

Ο κ. Φιλιππίδης δικαιολογημένα αντέδρασε έτσι, διότι προστάτευε τα οικονομικά συμφέροντα, και όχι τόσο τα αγωνιστικά, της ομάδας. Μάλιστα, με αυτή του τη συμπεριφορά εξασφάλιζε και την απαραίτητη νομιμοποίηση απέναντι στο φιλάθλο κόσμο του Παναθηναϊκού. Οι φιλάθλοι του Παναθηναϊκού θα συνεχίζουν να πηγαίνουν στο γήπεδο και να στηρίζουν την ομάδα τους, διότι η αποτυχία της ομάδας τους δεν οφείλεται σε αγωνιστικούς λόγους, αλλά σε ένα παρασκηνίο που σκοπό έχει να βλάψει την ομά-

δα τους. Είναι απολύτως βέβαιο ότι τα ίδια και χειρότερα ίσως θα έκαναν και οι «φιλάθλοι» και οι παράγοντες του Ολυμπιακού, αν βρίσκονταν στην ίδια θέση. Η συμμετρία στη συμπεριφορά, κυρίως όταν αφορά οικονομικά ζητήματα, είναι σχεδόν φυσικός νόμος.

Δεν είναι ίσως τυχαίο ότι άρχισαν και «αποκαλύψεις» για τις «βρωμιές» που γίνονται στο ελληνικό ποδόσφαιρο. Και αυτές, επίσης, εξυπηρετούν ένα σκοπό ή μάλλον δύο σκοπούς. Πρώτον, την αύξηση της τηλεθέασης αυτών των εκπομπών, διότι, εξ αρχαιοτάτων χρόνων, ο αθλητισμός, όπως και το σεξ, πουλάνε, κυρίως σε ακροατήριο πολύ χαμηλών διανοητικών ικανοτήτων. Σειρά ερευνών έχουν δείξει (αντίστοιχη έρευνα έγινε και στην Ελλάδα για λογαριασμό της ΙΤΑ), ότι άτομα με χαμηλό επίπεδο εκπαίδευσης, κυρίως άντρες νεαρής ηλικίας, παρακολουθούν με θρησκευτικό-ιεραποστολικό ζήλο αυτές τις εκπομπές. Είναι ο παράδεισος των διαφημιστών. Υπάρχουν και σοβαροί άνθρωποι που εμπλέκονται σε αυτές τις εκπομπές, αλλά αυτοί έχουν άμεσο οικονομικό συμφέρον.

Ο δεύτερος λόγος είναι και αυτός οικονομικός και έχει να κάνει με τη διατήρηση της πιστής πελατείας των μεγάλων ομάδων. Ποιή πελατεία σημαίνει ότι θα συνεχίζει να πηγαίνει στο γήπεδο, θα αγοράζει τις αθλητικές εφημερίδες, που στην ουσία τις πουλάνε οι ομάδες και γε-

Ο Αθλητισμός, από τη φύση του, έχει το στοιχείο της βίας, του ανταγωνισμού. Ακόμη και στα επαγγελματικά αθλήματα των πιο αναπτυγμένων χωρών δημιουργούνται βιαιοπραγίες, είτε από φιλάθλους είτε από αθλητές. Η διαφορά βρίσκεται στην έκταση που λαμβάνουν, καθώς και στην οργάνωση του μηχανισμού πρόληψης και καταστολής.

Αίτια των Αθλητικών Επεισοδίων και των Αποκαλύψεων

νικότερα θα αγοράζει τα εμπορεύματα της ομάδας του.

Είναι συνεπώς πολύ εύκολο, και μάλιστα όταν έχεις να κάνεις με ανόητους, να τους πείσεις ότι ο λόγος που δεν πάει καλά η ομάδα τους είναι ότι αδικείται από στημένη δαιτυποσία. Οι εκπομπές αυτές βοηθούν στο να δημιουργούν αυτή την πιστή πελατεία.

Τα πρόσφατα αυτά γεγονότα στο ελληνικό ποδόσφαιρο ήρθαν να επιβεβαιώσουν ότι, όπου υπάρχουν μεγάλα οικονομικά συμφέροντα και οι νόμοι δεν εφαρμόζονται, θα δημιουργούνται συναλλαγές κάτω από το τραπέζι και, με δεδομένη τη φύση του αθλήματος, με τη συμμετοχή φανατικών οπαδών χαμηλού πνευματικού επιπέδου, όπως δείχνουν όλες οι σχετικές μελέτες, είναι αναπόφευκτο να δημιουργούνται αιματηρά επεισόδια.

Και όλα αυτά όταν, αναμφισβήτητα, φέτος διεξήχθη ένα από τα καλύτερα πρωταθλήματα των τελευταίων δεκαετιών. Με σημαντικά οικονομικά οφέλη για όλες τις ομάδες που συμμετέχουν σε αυτό, που προέκυψαν κυρίως από τα πλεονεκτικά δικαιώματα, αλλά και από την αύξηση των φιλάθλων που πηγαίνουν στο γήπεδο. Το θέαμα βελτιώθηκε όπως και η απόδοση όλων των εμπλεκόμενων φορέων.

Συνειπώς, από πλευράς ποιότητας προϊόντος, είχαμε σημαντικά βελτιώσεις. Βασικός παράγοντας ήταν η μείωση των ομάδων, αλλά και η αβεβαιότητα, μέχρι και της τελευ-

ταίας αγωνιστικής, της έκβασης του πρωταθλήματος. Μία σειρά μελετών, που έχουν δημοσιευτεί και σε αυτό το περιοδικό, έχουν δείξει ότι η αύξηση της ζήτησης του αθλητικού θεάματος εξαρτάται και από την αβεβαιότητα και το ενδιαφέρον των αγώνων. Αυτό εμπεριέχει, όμως, και τον κίνδυνο να δημιουργούνται, λόγω της αβεβαιότητας, επεισόδια που η πιθανότητα δημιουργίας τους αυξάνει όταν εμπλέκονται και οικονομικοί λόγοι, π.χ. έξοδος στην Ευρώπη.

Υπάρχει λύση; Η εξάλειψη των επεισοδίων στον αθλητισμό και ιδιαιτέρως στον επαγγελματικό αθλητισμό είναι πρακτικά αδύνατη. Είτε αρέσει είτε δεν αρέσει αποτελούν μέρος του «αθλητικού θεάματος». Μάλιστα σε μερικά αθλήματα, όπως το χόκεϊ επί πάγου, ο ξυλοδαρμός παικτών μέσα στην πίστα είναι μέρος του αγωνίσματος, και υπάρχουν «εξειδικευμένοι» αθλητές που ασχολούνται με ανταλλαγές γρονθοκοπημάτων. Και αυτά στη Βόρεια Αμερική, όπου το άθλημα είναι οργανωμένο σε πολύ επαγγελματικές βάσεις. Σπάνια, όμως, βλέπει κανείς να τσακωνονται οι φιλάθλοι μεταξύ τους.

Συνειπώς, το θέμα είναι η δημιουργία εκείνης της αθλητικής φιλάθλης παιδείας, που θα αποτρέπει κυρίως τους φιλάθλους – θεατές ενός αγώνα να συμμετέχουν σε βιαιοπραγίες. Αυτό είναι ένα κοινωνικό θέμα και αφορά το σύνολο της κοινωνίας, μέρος της οποίας είναι

και ο αθλητισμός. Αυτή είναι η μακροχρόνια λύση. Υπάρχουν, όμως, και άλλα άμεσα μέτρα που μπορούν να ληφθούν για την καταπολέμηση της βίας. Πρώτον, να εφαρμόζονται οι νόμοι. Αν κάποιος γνωρίζει ότι θα πληρώσει για τις «ζημιές» που κάνει – και εδώ κυριολεκτούμε όταν λέμε να πληρώσει – θα το σκεφθεί πολύ σοβαρά την επόμενη φορά. Δεύτερον, να αποκλείονται εφ' όρου ζωής από τη συμμετοχή στα διοικητικά αθλητικών οργανισμών, παράγοντες που καταφεύγουν σε βιαιοπραγίες ή κάνουν δηλώσεις που ωθούν άλλους να καταφύγουν στη βία. Τρίτον, να τηρούνται αυστηρά οι νόμοι που αφορούν τα οικονομικά των ΠΑΕ και κάθε άλλου επαγγελματικού αθλητικού συλλόγου. Από τη στιγμή που επιτρέπονται οι οικονομικές ατασθαλίες δημιουργούνται οι προϋποθέσεις για εξωθεσμικές διευθετήσεις στον αθλητικό χώρο. Η βία και η εξαγορά των διαιτητών αποτελούν παραδείγματα τέτοιων εξω-θεσμικών διαδικασιών. Δεν συμβαίνουν μόνο εδώ, αλλά και στις ΗΠΑ (βλέπε σχετική αναφορά στη στήλη Αθλητισμός και Οικονομία του παρόντος τεύχους). Τέλος, θα πρέπει να αλλάξει η οργάνωση του ελληνικού ποδοσφαίρου κυρίως όπου θα είναι οικονομικά πολύ ακριβό για τις ομάδες να μη συνεργάζονται για την εξάλειψη της βίας και της διεξαγωγής καθαρών αγώνων. Αν αλλάξουν τα οικονομικά κίνητρα, τότε θα δούμε καθαρότερο αθλητικό θέαμα με λιγότερη βία.



Ζήστε το θέαμα
Νιώστε τη συγκίνηση
Απολαύστε τα κέρδη



OVI
A.E.

Ο συνεργάτης σας σε
θέματα πληροφορικής



Αν σας ενδιαφέρει η ποιότητα,
οι υψηλές προδιαγραφές,
η άμεση και φιλική εξυπηρέτηση
και υποστήριξη σας προσφέρουμε

ΠΡΟΣΦΟΡΑ

e-VERO

Ολοκληρωμένες λύσεις...

- ⇒ Δίκτυα Και Υπολογιστές
- ⇒ Αυτοματισμός Γραφείου
- ⇒ Τηλεπικοινωνίες
- ⇒ Internet - Web Design, Hosting
- ⇒ Τεχνική Υποστήριξη
- ⇒ Software



ΚΟΙΝΩΝΙΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ Α.Ε.Ε.

 Apple Authorized Reseller

Πουλίου 8, 11523 Αθήνα,
τηλ. (010)6470300, fax (010)6470305
e-mail: info@computersociety.gr

INTEL P4 - 1.7Ghz

MIDI ATX w/300w CE, PFC

M/B QDI, Intel 845 chipset

SDRAM 128MB,

VGA 32MB TNT-2,

AUDIO On-board

Modem 56K Internal,

Keyboard, Scroll Mouse

Monitor Philips 107T, Flat 17"

Win 98/ME

Το προϊόν συνοδεύεται από εγγύηση τριών χρόνων

Μόνο 395.000*
ή 16.500X36 δόσεις

Λύσεις αξίας!



[ότε ιδρύθηκε ο ΠΣΑΠ, ποια είναι η αποστολή του και τι έχει καταφέρει μέχρι τώρα;

Ο Πανελλάνιος Σύνδεσμος Αμειβόμενων Ποδοσφαιριστών (ΠΣΑΠ) ιδρύθηκε το 1976 και αποστολή του είναι, από την πρώτη ημέρα δράσης του, να προασπίζει τα συμφέροντα των Ελλήνων ποδοσφαιριστών και να φροντίζει για την κατοχύρωση του ρόλου τους στον χώρο, στον οποίο άλλωστε αυτοί είναι οι πραγματικοί πρωταγωνιστές. Αλλωστε, μέχρι να ιδρυθεί ο ΠΣΑΠ οι Έλληνες ποδοσφαιριστές ήταν πλήρως

στις κινήσεις τους και δεν μπορούσαν να διεκδικήσουν το αυτονόητο, να ακούγεται η φωνή τους και να λαμβάνονται υπόψη, ώστε να μην αποφασίζουν οι παράγοντες και η πολιτεία ερήμην τους. Θεωρώ ότι έχουμε πετύχει πολλά, αλλά μπορούμε να καταφέρουμε ακόμα περισσότερα και γι' αυτό δουλεύουμε, προσπαθώντας να αποδείξουμε πρώτα και πάνω από όλα τη δυναμική του κλάδου μας. Μέσα σε αυτά που ηνύχαμε για τους ποδοσφαιριστές είναι η αναγνώρισή τους, ως συνομιλητών επί ίσοις όροις, με τους φορείς του αθλήματος, καθώς πλέον οι ποδοσφαιριστές ΠΡΕΠΕΙ να ερωτώνται για τα θεσμικά ζητήματα που τους αφορούν. Η χρονική διάρκεια των συμβολαίων περιορίσθηκε σημαντικά και καταργήθηκαν οι 12ετίες και 8ετίες, ενώ το πιο μεγάλο συμβόλαιο σήμερα είναι πενταετές και μάλιστα τα περισσότερα συμβόλαια που υπογράφονται είναι τριετή ή διετή, αναλόγως πλέον με τις διαπραγματευτικές ικανότητες των ίδιων

Πετύχαμε τη δημιουργία του Ταμείου Αλληλοβοήθειας, από το οποίο δίδεται οικονομική βοήθεια σε συναδέλφους που αντιμετωπίζουν προβλήματα και καταφέραμε τη θεσμοθέτηση της ομαδικής ασφάλισης των ποδοσφαιριστών για το διάστημα που αυτοί είναι στην ενεργό δράση.

Στα επτεύγματα του ΠΣΑΠ φρονώ ότι είναι επίσης και η συνολική αναβάθμιση του κλάδου με τη συνεχή προσπάθεια και τις νοουθεσίες από την πλευρά μας, ώστε οι συναδέλφοί μας να είναι πιο προσεκτικοί και σοβαροί και να μην απαντούν στις προσκλήσεις, αλλά και να μην παρασύρονται από τα νεύρα και την ένταση του παιχνιδιού και να είναι αυτοί οι οποίοι θα δείχνουν τον δρόμο στους υπολοίπους, αποτελώντας το καλό παράδειγμα. Έτσι γίνεται πλέον. Ο ΠΣΑΠ είναι γεγονός, επίσης, ότι πέτυχε την κατοχύρωση των δικαιωμάτων των ποδοσφαιριστών μέσα από τους κανονισμούς που διέπουν τις σχέσεις τους με τις ομάδες τους και τον τρόπο αντιμετώπισής τους στον οικονομικό τομέα.

Κοντολογίς, η θέση του Έλληνα ποδοσφαιριστή είναι σήμερα σε πολύ καλύτερο επίπεδο και οι σε βάρος του αυθαιρεσίες έχουν, θεσμικά, περιοριστεί στο ελάχιστο. Αν είχαμε ελικρινή και σταθερή αντιμετώπιση από όλους τους

Μόνο στην Ελλάδα παρατηρείται το φαινόμενο να είναι πιο γνωστοί οι πρόεδροι και οι διαιτητές από τους ποδοσφαιριστές. Άλλωστε, οι παράγοντες στην Ελλάδα θα ήταν «ευτυχισμένοι» αν μπορούσαν να είχαν στο περιθώριο φιμωμένους Έλληνες ποδοσφαιριστές για να είναι μόνοι τους και να κάνουν ό,τι αυτοί θέλουν.

Αντώνης Αντωνιάδης Πρόεδρος του ΠΣΑΠ

δεν μπορούμε να μην είμαστε περήφανοι για ό,τι έχουμε κατορθώσει μέχρι σήμερα. Ήδη πάντως ξεφύγαμε από τα ελληνικά σύνορα και ο ΠΣΑΠ εκπροσωπείται στην Επιτροπή Διαφωνιών της FIFA με τον γενικό γραμματέα του Λάκη Σημαιοφορίδη.

Εν συντομία, να μας περιγράψετε ποια είναι τα πιο σοβαρά προβλήματα που αντιμετωπίζει σήμερα ο Έλληνας επαγγελματίας ποδοσφαιριστής, κυρίως σε σύγκριση με τον Ευρωπαϊκό επαγγελματία ποδοσφαιριστή.

Δυστυχώς, ο Έλληνας ποδοσφαιριστής δεν έχει τα ίδια δικαιώματα με τον Ευρωπαϊκό συνάδελφό του και παράλληλα λείπει η διάθεση να εφαρμοσθούν, από τις ποδοσφαιρικές αρχές, οι νόμοι.

Είναι πολύ σημαντικές οι οφειλές απέναντι σε ποδοσφαιριστές και μόνο οι επίδικασμένες υποθέσεις δημιουργούν ποσό οφειλής 1 δισεκατομμυρίου 400 εκατομμυρίων δραχμών. Τόσα χρωστούν οι ΠΑΕ στους ποδοσφαιριστές, με δικαστικές αποφάσεις, αλλά δεν τα δίνουν. Αρνούνται. Καθώς καλύπτονται από την άρνηση των αρχών να

βασμό της ομάδας που είναι ασυνεπής. Οι παράγοντες δημιουργούν τα χρέη και οι παράγοντες τους καλύπτουν. Από εμάς για εμάς. Και άκρη δεν βρίσκεται.

Από τη στιγμή μάλιστα που οι ίδιες αθλητικές αρχές οφείλουν χρήματα από τραπεζικά δικαιώματα στον ΠΣΑΠ τότε καταλαβαίνει κανείς ότι η αδιαφορία προς τον Έλληνα ποδοσφαιριστή είναι ουσιαστική και προκλητική. Στην υπόλοιπη Δυτική Ευρώπη οι ποδοσφαιριστές και οι Σύνδεσμοί τους έχουν έσοδα τα οποία είναι σημαντικά και έτσι μπορούν να δημιουργήσουν τις προϋποθέσεις για να προσφέρουν στα μέλη τους και να ανεβάσουν το επίπεδο της δραστηριότητας που έχουν σε επίπεδο δημιουργίας υποδομών, επιμόρφωσης, εκπαίδευσης, προβολής.

Σημειώνω δε και την προφανή προσπάθεια των παραγόντων να υποβαθμίσουν τον ρόλο των Ελλήνων ποδοσφαιριστών, επιδιώκοντας να τους έχουν σε δεύτερη και τρίτη μοίρα, με αντιδημοκρατικές απαγορεύσεις δηλώσεων και άλλες απίθανες καινοτομίες. Μόνο στην Ελλάδα παρατηρείται το φαινόμενο να είναι πιο γνωστοί οι πρόεδροι και οι διαιτητές από τους ποδοσφαιρι-



ριθώριο φιμωμένους Έλληνες ποδοσφαιριστές για να είναι μόνοι τους και να κάνουν ό,τι αυτοί θέλουν.

Πρόσφατα η UEFA/FIFA συμφώνησε με τη Διεθνή Ένωση των Ποδοσφαιριστών για το νέο πλαίσιο μεταγραφών. Ποιες είναι οι απόψεις του ΠΣΑΠ γι' αυτό;



καθώς έχει κοντά του την Παγκόσμια Ομοσπονδία Ποδοσφαιριστών, τη ΦΙΦΠΡΟ, η οποία τα καταφέρνει θαυμάσια, ως εκπρόσωπος όλων των ποδοσφαιριστών και έχει πετύχει την πλήρη κατάξωσή μας σε ρόλο απολύτως ισότιμο σε όλα τα επίπεδα, με τις διεθνείς ποδοσφαιρικές αρχές. Άλλωστε, για τις αλλαγές στις μεταγραφές η Ευρωπαϊκή Επιτροπή συζητά διαρκώς με τη ΦΙΦΠΡΟ και είναι αλήθεια ότι έχει πετύχει να περάσουν θέσεις των ποδοσφαιριστών για τις μεταγραφές. Έπειτα από την αντίδραση των ποδοσφαιριστών, η UEFA και η FIFA άλλαξαν τις αρχικές θέσεις τους για τις μεταγραφές και τώρα υπάρχουν σημεία στα οποία συμφωνούμε. Όμως, ακόμα αυτό το τοπίο των μεταγραφών είναι θολό και ασφές και έτσι σαφή συμπεράσματα δεν είναι δυνατό να εξαχθούν προς το παρόν. Άλλωστε είναι χαρακτηριστική η περίπτωση της αποζημίωσης για τους παίκτες που είναι κάτω των 23 ετών και φεύγουν από τις ομάδες όπου ανήκουν.

Αποφασίστηκε ότι θα αποχωρούν με μια αποζημίωση που θα αποφασίζεται με συγκεκριμένες παραμέτρους, οι οποίες πάντως ακόμα δεν έχουν προσδιορισθεί. Υπάρχουν εκκρεμότητες. Και το

στές πάντως δεν είναι θεατές των εξελίξεων, αλλά συντελεστές των δρώμενων.

Ποια είναι η γνώμη σας για το θεσμικό πλαίσιο που διέπει τη λειτουργία και την οργάνωση του επαγγελματικού ποδοσφαίρου στην Ελλάδα, κυρίως σε ό,τι αφορά τον αριθμό των ομάδων;

Το θεσμικό πλαίσιο δεν είναι κακό στην Ελλάδα. Αλλά πρέπει, όπως γίνεται αντιληπτό από τα προαναφερθέντα, να τηρούνται οι νόμοι γιατί διαφορετικά μιλάμε χωρίς νόημα. Η λειτουργία και οργάνωση του επαγγελματικού ποδοσφαίρου στην Ελλάδα θα ήταν καλύτερη, αν δίνονταν περισσότερα κίνητρα στην περιφέρεια όπου αναδεικνύονται και σήμερα σχεδόν όλα τα μεγάλα talέντα του ποδοσφαίρου μας.

Να υπάρχει διαφάνεια σε ό,τι αφορά τα πρόσωπα στα οποία περιέρχεται η ιδιοκτησία των ομάδων, αλλά και να μπαίνει ως προϋπόθεση υψηλό τίμημα, ανάλογο με την κατηγορία, για τη συμμετοχή των ΠΑΕ στα επαγγελματικά πρωταθλήματα ή να δοθεί η δυνατότητα στον ΠΣΑΠ ή τη διοργανώτρια των επαγγελματικών

από αυτό για τις σφειλές που καταγράφονται σε παίκτες και να μη διαλύονται ομάδες στα μισά της περιόδου, δείχνοντας γύμνια του ποδοσφαίρου μας και δημιουργώντας ανισότητα ως προς την ανταγωνιστικότητα των πρωταθλημάτων. Ο αριθμός των ομάδων θα πρέπει να είναι 16 ή 18 και σίγουρα όχι 14. Το ποδόσφαιρο δεν είναι υπόθεση δύο πόλεων, αλλά πρέπει να δίδει την ευκαιρία, ώστε να δοκιμάζουν τις δυνάμεις τους και οι ομάδες της περιφέρειας. Και στη Σκωτία οι ομάδες έγιναν 12, αλλά τον τίτλο τον διεκδικούν δύο ομάδες που έχουν διπλάσιους πόντους από τον τρίτο της βαθμολογίας.

Είναι γνωστό ότι το ερασιτεχνικό ποδόσφαιρο αποτελεί τις βάσεις του ελληνικού ποδοσφαίρου. Κατά τη γνώμη του ΠΣΑΠ πώς μπορεί να αναπτυχθεί το ερασιτεχνικό ποδόσφαιρο και πώς μπορεί να προστατευθεί ο Έλληνας ποδοσφαιριστής, αφού είναι γνωστό ότι στις μικρές κατηγορίες γίνονται οι μεγαλύτερες παραβάσεις, όσον αφορά τα δικαιώματα του Έλληνα ποδοσφαιριστή;

Ο Έλληνας ποδοσφαιριστής, ειδικά στον χώρο του ερασιτεχνικού ποδοσφαίρου, είναι το κίτταρο του ποδοσφαίρου μας, αλλά καλείται να προσφέρει κάτω από αντίξοες συνθήκες. Ακούμε πολ-

Στους Ολυμπιακούς Αγώνες του 2004 περιμένω ότι η Ολυμπιακή ομάδα της χώρας μας θα έχει ευπρόσωπη παρουσία, αφού πράγματι τα ταλέντα που έχουμε είναι πολλά και γίνεται καλή δουλειά στην υποδομή. Μπορούμε να ελπίζουμε σε ακόμα μεγαλύτερες επιτυχίες.

ποδόσφαιρο με επεισόδια, βιαιοπραγίες και προσπάθειες επηρεασμού των διαιτητών και φυσικά δεν νιώθουμε διόλου καλά.

Πρώτο που πρέπει να γίνει είναι να δημιουργηθούν καλύτερες υποδομές στα γήπεδα, ώστε να είναι ασφαλή και ανθρώπινα και φυσικά να μπει ΠΑΝΤΟΥ χλοοτάπητας για να αποφεύγονται τραυματισμοί και να προσφέρεται καλύτερο θέαμα. Ακόμα, δίνω σημασία στην ανάγκη να δεσμεύονται οι ερασιτέχνες ποδοσφαιριστές για μικρότερα χρονικά διαστήματα με τις ομάδες τους γιατί σήμερα ένα παιδί 10 ετών μπορεί να μείνει στην ίδια ομάδα έως και τα 23 του, αν δεν του δίνουν το δελτίο του για να πάει αλλού, εφόσον επιθυμεί κάτι τέτοιο. Αυτή η δέσμευση είναι εξαιρετικά μεγάλη σε χρονική διάρκεια.

Τέλος, καλό θα είναι οι ερασιτέχνες ποδοσφαιριστές, όπως και οι επαγγελματίες, να μην παρασύρονται από διάφορους επιτήδειους που τους υπόσχονται πολλά και διάφορα και τους ξεσηκώνουν και να κοιτούν μόνο τη δουλειά και την πρόδοό τους, χωρίς να παρασύρονται από το κλίμα του φανατισμού, το οποίο για δικούς τους λόγους δημιουργούν παράγοντες στις ομάδες και τα γήπεδα. Να μη γίνονται πόνια και υποχειρία κανενός.

Η ελληνική ποδοσφαιρική ομάδα θα συμμετέχει στα τελικά των Ολυμπιακών

Αγώνων του 2004. Πιστεύετε ότι είναι έτοιμη να αντιμετωπίσει την πρόκληση αυτή;

Στους Ολυμπιακούς Αγώνες του 2004 περιμένω ότι η Ολυμπιακή ομάδα της χώρας μας θα έχει ευπρόσωπη παρουσία, αφού πράγματι τα ταλέντα που έχουμε είναι πολλά και γίνεται καλή δουλειά στην υποδομή. Μπορούμε να ελπίζουμε σε ακόμα μεγαλύτερες επιτυχίες. Αρκεί να αφήσουν ΟΛΟΙ, ποδοσφαιριστές και τεχνικό team, να κάνουν αυτό που ξέρουν χωρίς να ασχολούνται μαζί τους για να κερδίσουν σε προβολή και δόξα. Ήδη, άλλωστε, βλέπουμε ότι είναι καλή και αυτή η φουρνιά παικτών που συγκροτεί την Ολυμπιακή ομάδα μας.

Το ελληνικό ποδόσφαιρο είναι έκτο στην Ευρώπη, σε επίπεδο σωματείων, και στην οκτάδα της Ευρώπης, σε επίπεδο εθνικής ομάδας νέων, αλλά δεν είναι ανάλογες οι επιτυχίες όσον αφορά στην Εθνική Αντρών. Πού οφείλεται αυτό;

Ο Έλληνας δεν έχει την ανάλογη νοοτροπία ώστε να αγκαλιάσει την Εθνική μας ομάδα των Ανδρών, δίνοντας προτεραιότητα σε αυτήν και βάζοντάς την πάνω από τους συλλόγους, ώστε να είναι έτοιμος να συνδράμει την προσπάθειά της, προσφέροντας σε αυτήν ό,τι καλύτερο έχει. Περιοσεύουν οι εγωισμοί και οι μικρότητες, η διάθεση για πρωταγωνι-



στικό ρόλο από άτομα που δεν έπρεπε να είναι καν στον χώρο και η ψηφιοθηρική και παρεμβατική διάθεση της Ελληνικής Ποδοσφαιρικής Ομοσπονδίας. Στις χώρες όπου ασχολούνται σοβαρά με τις Εθνικές Ομάδες τους, την υπευθυνότητα για αυτές έχουν παλιές μεγάλες δόξες του ποδοσφαίρου, άνθρωποι οι οποίοι ξέρουν το αντικείμενο. Εδώ, αυτοί δεν χρησιμοποιούνται και τα πρωτεία έχουν άσχετοι με το ποδόσφαιρο.

Η πορεία των ηλικιακά μικρών Εθνικών ομάδων μας φανερώνει ότι ταλέντα υπάρχουν αλλά όταν ανεβαίνουν επίπεδο και δεν υπάρχει σοβαρή αντιμετώπιση δεν προχωρούν. Και κάτι ακόμα. Να καταλάβουν και τα παιδιά, οι ποδοσφαιριστές, ότι μπορεί τα χρήματα να προσφέρονται από τους συλλόγους τους αλλά η φανέλα με το εθνόσημο είναι μια ξεχωριστή υπόθεση και απαιτεί να τα δίνουμε όλα γι' αυτήν.

Η αίσθηση που δημιουργείται ότι οι ομάδες έχουν προτεραιότητα και ότι πρέπει να μεταφέρονται στην Εθνική πικρίες και ανταγωνισμοί των ποδοσφαιριστών είναι λάθος και πρέπει να πάψουν να την καλλιεργούν στα παιδιά οι παράγοντες, διληπτηριάζοντας τις σκέψεις τους.



Ποια είναι η αποστολή της ΕΡΓΟΣΕ και λίγα λόγια για την ιστορία της Εταιρίας.

Η ΕΡΓΟΣΕ Α.Ε., θυγατρική του ΟΣΕ, ιδρύθηκε το Μάιο του 1996 με στόχο τη διασφάλιση της αποτελεσματικής υλοποίησης των έργων του συγχρηματοδοτούμενου από την Ευρωπαϊκή Ένωση Επενδυτικού Προγράμματος Εκσυγχρονισμού του σιδηροδρομικού δικτύου της χώρας.

Η ανάληψη της διαχείρισης των έργων του ΟΣΕ από την ΕΡΓΟΣΕ άρχισε σταδιακά από τον Ιούλιο του 1997 και ολοκληρώθηκε τον Δεκέμβριο του ίδιου έτους. Από τότε η εταιρία διαχειρίζεται το σύνολο των συγχρηματοδοτούμενων από την Ε.Ε. έργων του Επενδυτικού Προγράμματος του ΟΣΕ.

Το ύψος του Προγράμματος των έργων που διαχειρίζεται η ΕΡΓΟΣΕ, τόσο στο πλαίσιο του Β' Κ.Π.Σ. όσο και του Γ' Κ.Π.Σ., ανέρχεται

Για την επίτευξη των στόχων του Προγράμματος, η ΕΡΓΟΣΕ χρησιμοποιεί σύγχρονες μεθόδους διοίκησης έργων (project management) και, στηριζόμενη στο ανθρώπινο δυναμικό που διαθέτει τόσο από την εγχώρια όσο και από τη διεθνή αγορά, αναπτύσσει την απαραίτητη τεχνογνωσία και υποδομή στον τομέα της κατασκευής σιδηροδρομικών έργων και ειδικά σε τομείς που είναι σχετικά πρωτόγνωροι για τον ελληνικό τεχνικό κόσμο, όπως η ηλεκτροκίνηση και σηματοδότηση του σιδηροδρόμου, η κατασκευή μεγάλων σιδηροδρομικών ταχυτήτων, η δημιουργία εμπορευματικών σταθμών υψηλής τεχνολογίας κ.λπ.

Εξάλλου για να μπορέσει να ανταποκριθεί με επιτυχία στις απαιτήσεις του Γ' Κ.Π.Σ., η εταιρία πρόβη πρόσφατα στις αναγκαίες προσαρμογές, τόσο του οργανογράματός της, όσο και των διαδικασιών της, με στόχο την αύξηση της δυ-

ΕΡΓΟΣΕ βελτίωσε αισθητά τους ρυθμούς υλοποίησής τους και της αντίστοιχης απορρόφησης πιστώσεων.

Αξίζει, όμως, να σημειωθεί ότι εκτός από τη βελτίωση των ρυθμών εκτέλεσης των έργων, ιδιαίτερη σημασία αποδίδει η ΕΡΓΟΣΕ στη διασφάλιση της άριστης ποιότητας κατασκευής των έργων, γεγονός που αποδεικνύεται από τους πολλαπλούς ποιοτικούς ελέγχους που έχουν διενεργηθεί, τόσο από ανεξάρτητους εξωτερικούς φορείς, όσο και με μέριμνα της εταιρίας.

Είναι χαρακτηριστικό ότι στο σύνολο των επιθεώρησεων που διενήργησε ο ΕΣΠΕΛ μέχρι σήμερα στα εργοτάξια της ΕΡΓΟΣΕ, τα αποτελέσματα ήταν απόλυτα ικανοποιητικά, όσον αφορά την ποιότητα των έργων.

Η ΕΡΓΟΣΕ κατά τα 4 πρώτα χρόνια της λειτουργίας της (1998 - 2001) εκτελεί έργο της τάξης των 100 δισ. δρχ. επίσης. Ωστόσο, με την προώθηση των νέων μεγάλων έργων του Γ' Κ.Π.Σ., η ετήσια απορρόφηση πιστώσεων θα αυξηθεί σημαντικά, διασφαλίζοντας την πλήρη απορρόφηση των εγκριθέντων πόρων της περιόδου 2000 - 2008.

Πώς συνδέονται σήμερα στρατηγικά οι δραστηριότητες της ΕΡΓΟΣΕ με τη μητρική εταιρία του

Εκτός από τη βελτίωση των ρυθμών εκτέλεσης των έργων, ιδιαίτερη σημασία αποδίδει η ΕΡΓΟΣΕ στη διασφάλιση της άρτιας ποιότητας κατασκευής των έργων, γεγονός που αποδεικνύεται από τους πολλαπλούς ποιοτικούς ελέγχους που έχουν διενεργηθεί, τόσο από ανεξάρτητους εξωτερικούς φορείς, όσο και με μέριμνα της εταιρίας.

Χρήστος Τσίτουρας Δ/νων Σύμβουλος της ΕΡΓΟΣΕ

Η ΕΡΓΟΣΕ είναι ο φορέας υλοποίησης του Προγράμματος εκσυγχρονισμού του ΟΣΕ, που περιλαμβάνει έργα πρωτόγνωρα για τα ελληνικά δεδομένα, με κύρια έμφαση στο σιδηροδρομικό ΠΑΘΕ. Τα έργα αυτά θα μετεξελίξουν τον σιδηρόδρομο της χώρας μας σε ένα σύγχρονο και ανταγωνιστικό μέσο που θα παρέχει στο κοινό υψηλό επίπεδο υπηρεσίες.

Η απόδοση στην εκμετάλλευση των έργων θα αυξήσει αισθητά το μεταφορικό έργο του ΟΣΕ, γεγονός που θα συμβάλει στην ουσιαστική βελτίωση της οικονομικής θέσης και της επιχειρησιακής λειτουργίας του οργανισμού.

Ποια είναι η πορεία των έργων;

Τα μεγαλύτερα έργα που υλοποιεί η ΕΡΓΟΣΕ είναι τα ακόλουθα:

1. Τμήμα ΣΚΑ - Κιάτο

Το έργο, προϋπολογισμού 163 δις. δρχ., αφορά την κατασκευή της νέας διπλής σιδηροδρομικής γραμμής υψηλών ταχυτήτων, μήκους 104 χλμ. περίπου, στο εν λόγω τμήμα. Στη χάραξη της γραμμής περιλαμβάνονται σήραγγες συνολικού μήκους 7,7 χλμ., cut & cover μήκους 0,6 χλμ., σιδηροδρομικές γέφυρες συνολικού μήκους 1,8 χλμ., 34 Ανισόπεδες Διαβάσεις και 11 Στ. Κ. --- Στ.

παραπάνω τεχνικών έργων:

- Σήραγγα Τρικέρατου, μήκους 1,8 χλμ.: η κατασκευή της ολοκληρώθηκε το 2001.

- Έργο περιοχής Κακιάς Σκάλας: κατασκευή 2 σιδηροδρομικών σπράγγων συνολικού μήκους 4,5 χλμ. και 4 γεφυρών συνολικού μήκους 218 μ. Μέχρι σήμερα έχει υλοποιηθεί ποσοστό 55% του φυσικού αντικειμένου. Η ολοκλήρωση του έργου προβλέπεται τον Δεκέμβριο του 2002.

- Έργα στα τμήματα Μέγαρο - Κακά Σκάλα και Αγ. Θεόδωροι - Διυλιστήρια: κατασκευή σήραγγας διπλής γραμμής μήκους 1,2 χλμ. και γεφυρών μήκους 580 μ. Μέχρι σήμερα έχει υλοποιηθεί ποσοστό 15% του φυσικού αντικειμένου. Η ολοκλήρωση του έργου προβλέπεται τον Ιούνιο του 2003.

2. Συγκρότημα Θριασίου Πεδίου

Το έργο, προϋπολογισμού 83 δις. δρχ., αφορά την κατασκευή ενός σύγχρονου συγκροτήματος στην περιοχή, στο οποίο θα συγκεντρωθούν όλες οι σιδηροδρομικές και εμπορευματικές δραστηριότητες, οι οποίες είναι σήμερα διασπαρμένες στην περιοχή της πρωτεύουσας. Το συγκρότημα θα έχει απευθείας σύνδεση με τους κύριους σιδηροδρομικούς άξονες της χώρας, ταυτόχρονα όμως και με τους οδικούς.

μόρφωση του γιπέδου, κατασκευή σιδηροδρομικών γεφυρών, παράλληλο και εσωτερικό οδικό δίκτυο, δίκτυο ύδρευσης και αποχέτευσης. Μέχρι σήμερα έχει υλοποιηθεί ποσοστό 90% του φυσικού αντικειμένου. Η ολοκλήρωση του έργου προβλέπεται τον Ιούνιο του 2002.

- Η Β' φάση περιλαμβάνει: την κατασκευή των κτιριακών και λοιπών εγκαταστάσεων του συγκροτήματος. Η ολοκλήρωση των εργασιών προβλέπεται στα τέλη του 2005.

3. Σύνδεση λιμένα Ν. Ικονίου με το σιδηροδρομικό δίκτυο

Το έργο, προϋπολογισμού 49 δις. δρχ., αφορά την κατασκευή νέας μονής σιδηροδρομικής γραμμής, μήκους 17 χλμ. περίπου, η οποία θα χρησιμοποιείται μόνο από εμπορευματικούς συρμούς και θα συνδέει το λιμένα Ν. Ικονίου με το υπόλοιπο σιδηροδρομικό δίκτυο, στο συγκρότημα Θριασίου Πεδίου. Στη χάραξη της γραμμής περιλαμβάνονται σήραγγες συνολικού μήκους 5,27 χλμ., cut & cover μήκους 1 χλμ., σιδηροδρομικές γέφυρες συνολικού μήκους 1,1 χλμ.

- Σε πρώτη φάση κατασκευάζονται τα έργα υποδομής των 7 πρώτων χιλιομέτρων. Η σύμβαση υπεργόφου τον Νοέμβριο του 2001 και

Το ύψος του Προγράμματος των έργων που διαχειρίζεται η ΕΡΓΟΣΕ, τόσο στο πλαίσιο του Β' Κ.Π.Σ., όσο και του Γ' Κ.Π.Σ., ανέρχεται σε 4,70 δισ. ευρώ (1,6 τρισ. δρχ.).

μπορατηθεί τμηματικά με έναρξη τον Ιούνιο του 2002 και έναρξη εργασιών στα τέλη του ίδιου χρόνου.

Η ολοκλήρωση όλου του έργου προβλέπεται στα τέλη του 2005.

4. Τμήμα Τιθορέα - Λιανοκλάδι

Το έργο, προϋπολογισμού 190 δισ. δρχ., αφορά την κατασκευή νέας διπλής σιδηροδρομικής γραμμής υψηλών ταχυτήτων, μήκους 54 χλμ. περίπου, στο εν λόγω τμήμα. Στη χάραξη της γραμμής περιλαμβάνονται οι σήραγγες Καλλιδρόμου, με μήκος εκάστης 9 χλμ., που είναι και οι μεγαλύτερες σήραγγες που κατασκευάζονται στον ελλαδικό χώρο.

Η κατασκευή των έργων υποδομής χωρίζεται σε τρία τμήματα:

- Το πρώτο (Νότιο) τμήμα αντιστοιχεί στα 19 πρώτα χλμ. της γραμμής. Η χάραξη περιλαμβάνει την κατασκευή των προαναφερομένων σηράγγων μονής διατομής, cut & cover μήκους 0,8 χλμ., σιδηροδρομικών γεφυρών συνολικού μήκους 0,5 χλμ. και 5 Ανισόπεδων Διαβάσεων. Μέχρι σήμερα έχει υλοποιηθεί ποσοστό 40% του φυσικού αντικείμενου, με 5 χλμ. διανοιγμένης σήραγγας και στα τέσσερα μέτωπα. Η ολοκλήρωσή του προβλέπεται στο τέλος του 2006.

- Το μεσαίο τμήμα αντιστοιχεί στα 21 επόμενα χλμ. της γραμμής. Η χάραξη περιλαμβάνει την κατασκευή 22 μεγάλων τεχνικών έργων και του νέου σιδηροδρομικού σταθμού του Μώλου. Μέχρι σήμερα έχει υλοποιηθεί ποσοστό 55% του φυσικού αντικείμενου. Η ολοκλήρωσή του προβλέπεται τον Οκτώβριο του 2004.

- Το τελευταίο (Βόρειο) τμήμα αντιστοιχεί στα τελευταία 14 χλμ. της γραμμής. Το έργο βρίσκεται στο

5. Τμήμα Λιανοκλάδι - Δομοκός

Το έργο, προϋπολογισμού 182 δισ. δρχ., αφορά την κατασκευή νέας διπλής σιδηροδρομικής γραμμής, μήκους 57 χλμ. περίπου, στο εν λόγω τμήμα. Για την επιλογή της βέλτιστης χάραξης εξετάζονται 2 βασικές λύσεις. Η λύση η οποία διαφαίνεται ότι θα υλοποιηθεί περιλαμβάνει σήραγγες μήκους εκάστης 7 χλμ., cut & cover μήκους 2 χλμ. και σιδηροδρομικές γέφυρες συνολικού μήκους 2,5 χλμ.

Η έναρξη των έργων του τμήματος εκτιμάται στις αρχές του 2004 και η ολοκλήρωσή τους στα τέλη του 2008.

6. Τμήμα Ευαγγελισμός - Λεπτοκαρυά

Το έργο, προϋπολογισμού 154 δισ. δρχ., αφορά την κατασκευή νέας διπλής σιδηροδρομικής γραμμής υψηλών ταχυτήτων, μήκους 35 χλμ. περίπου, στο εν λόγω τμήμα. Στη χάραξη της γραμμής περιλαμβάνονται σήραγγες συνολικού μήκους 7,4 χλμ., cut & cover μήκους 2,2 χλμ. περίπου, σιδηροδρομικές γέφυρες συνολικού μήκους 0,5 χλμ., 14 ανισόπεδες διαβάσεις και 1 νέος σιδηροδρομικός σταθμός.

Τα έργα υποδομής χωρίζονται στα ακόλουθα:

- Έργα περιοχής Τεμπών: περιλαμβάνονται η σήραγγα Τεμπών, μήκους 4 χλμ. περίπου, 3 μικρότερες σήραγγες συνολικού μήκους 0,9 χλμ. περίπου, cut & cover μήκους 0,5 χλμ. περίπου, σιδηροδρομικές γέφυρες συνολικού μήκους 0,35 χλμ. περίπου, εκ των οποίων η μεγάλη γέφυρα του ποταμού Πηνειού μήκους 240 μ. και 3 Ανισόπεδες Διαβάσεις. Το έργο έχει σχεδόν ολοκληρωθεί - ποσοστό 99% του φυσικού αντικειμέ-

σμαινείται ότι η επιδομή της σήραγγας των Τεμπών θα γίνει με τη πρωτοποριακή για τα ελληνικά τεχνικά δεδομένα, μέθοδο της σταθερής επιδομής (slab track).

- Έργα περιοχής Πλαταμών: περιλαμβάνονται σήραγγες, μήκους 2,5 χλμ. περίπου, εκ των οποίων η μεγαλύτερη, μήκους 1,4 χλμ. είναι η σήραγγα Κουκουτιών, cut & cover μήκους 1,7 χλμ. περίπου, σιδηροδρομικές γέφυρες συνολικού μήκους 0,15 χλμ. περίπου και 11 Ανισόπεδες Διαβάσεις. Μέχρι σήμερα έχει υλοποιηθεί ποσοστό 85% του φυσικού αντικείμενου. Η παράδοση σε κυκλοφορία της νέας διπλής γραμμής προγραμματίζεται στα μέσα του 2003.

7. Ηλεκτροκίνηση Πειραιά - Αθήνας - Θεσσαλονίκης

Το έργο, προϋπολογισμού 100 δισ. δρχ., αφορά την εγκατάσταση ηλεκτροκίνησης στον άξονα Αθήνας - Θεσσαλονίκης με εναέρια γραμμή επαφής.

Με τη σχετική σύμβαση, που βρίσκεται σήμερα σε εξέλιξη, εκτελούνται εργασίες στα τμήματα ΣΚΑ - Οινόης, Οινόης - Τιθορέας, Δομοκού - Ευαγγελισμού και Λεπτοκαρυάς - Θεσσαλονίκης.

Τα υπόλοιπα τμήματα του άξονα θα υλοποιηθούν με νέες συμβάσεις.

Η ολοκλήρωση του συνολικού έργου της ηλεκτροκίνησης προβλέπεται στα τέλη του 2008.

Ο σιδηροδρομικός ΠΑΘΕ θα ολοκληρωθεί στην ώρα του;

Τα έργα που προαναφέρθηκαν θα αποδίδονται σε κυκλοφορία σταδιακά, οπότε θα επιτυγχάνονται και



νας – Θεσσαλονίκης από 5 ώρες και 30 λεπτά, που είναι σήμερα, θα μειωθεί σε 4 ωρ. 50 λ. το 2004 και 3 ωρ. 50 λ. το 2008. Αντίστοιχα ο χρόνος διαδρομής Αθήνας – Κορίνθου το 2004 θα είναι 50 λ. από 110 λ. που είναι σήμερα και το 2007 η διαδρομή Αθήνας – Πάτρας θα μειωθεί από 3 ωρ. 30 λ. σε 2 ωρ. περίπου.

Με την ολοκλήρωση του Προγράμματος το 2008 ο σιδηροδρομικός ΠΑΘΕ θα αποτελείται από διπλή γραμμή κανονικού εύρους υψηλών ταχυτήτων και με σηματοδότηση, τηλεδιοίκηση και ηλεκτροκίνηση.

Ο Προαστιακός Σιδηρόδρομος θα είναι έτοιμος πριν τους Ολυμπιακούς Αγώνες και ποιος ο ρόλος του σ' αυτού;

Τα έργα υποδομής της σιδηροδρομικής γραμμής σύνδεσης Μενιδίου – Αεροδρόμιου Αθηνών κατασκευάζονται στο πλαίσιο υπογεγραμμένης σύμβασης ύψους 30 δισ. δρχ. Επίσης βρίσκεται σε φάση υπογραφής η δεύτερη σύμβαση, προϋπολογισμού 113 δισ. δρχ., που αφορά τα έργα υποδομής του τμήματος Τρεις Γέφυρες έως Μενίδι και τα έργα επιδομής, σηματοδότησης και ηλεκτροκίνησης από Τρεις Γέφυρες έως το Αεροδρόμιο. Με τρίτη σύμβαση, που βρίσκεται ήδη σε φάση διαδικασίας δημο-

πράτσης, θα κατασκευασθούν τα έργα αναβάθμισης της γραμμής από Τρεις Γέφυρες έως τον Πειραιά. Τα χρονοδιάγραμμα του έργου προβλέπουν ότι την άνοιξη του 2004 θα υπάρχει ηλεκτροκίνητος σιδηρόδρομος από τον Πειραιά και την Αθήνα μέχρι το Αεροδρόμιο.

Στο Μενίδι δημιουργείται σιδηροδρομικός κόμβος που εξασφαλίζει τις κινήσεις προς τις τέσσερις κατευθύνσεις (Αθήνα, Αεροδρόμιο, Κόρινθος, Βόρεια Ελλάδα), ενώ οι σιδηροδρομικοί σταθμοί της Αθήνας (Λαρίσης και Πελοποννήσου) ενοποιούνται, καθώς έως το 2004 η υπάρχουσα μετρική γραμμή προς Πελοπόννησο θα αποτελεί παρελθόν για την ευρύτερη περιοχή της πρωτεύουσας.

Τα έργα στον άξονα Αθήνα – Κόρινθος / Κιάτο, που αποτελεί, επίσης, τμήμα του προαστιακού σιδηροδρόμου, βρίσκονται σε πολύ προχωρημένο στάδιο. Το τμήμα αυτό του σιδηροδρομικού δικτύου κατασκευάζεται εξ' αρχής με νέα χάραξη για υψηλές ταχύτητες και για διπλή γραμμή κανονικού εύρους. Η νέα γραμμή θα παραδοθεί σε χρήση και αυτή μέχρι την άνοιξη του 2004. Μικρότερες εμπέλειες παρεμβάσεις έχουν προγραμματισθεί και υλοποιούνται στην υπάρχουσα γραμμή προς Θήβα και Χαλκίδα.

Το έργο του προαστιακού σιδηροδρόμου θα αποδειχτεί ιδιαίτε-
τως κερδελίμο για τους Ολυμπιακούς

Αγώνες του 2004, συνδέοντας το Αεροδρόμιο, το Ολυμπιακό Στάδιο, το κέντρο ιππασίας στο Μαρκόπουλο, το κέντρο της Αθήνας, το λιμάνι του Πειραιά και τις περιοχές με ξενοδοχειακή υποδομή (Λουτράκι, Χαλκίδα).

Ποια είναι η προοπτική του σιδηροδρομικού δικτύου μετά την ολοκλήρωση των έργων;

Είναι φανερό, από όσα προανέφερα, ότι το βασικό σιδηροδρομικό δίκτυο της χώρας μας βρίσκεται σε φάση ριζικής αναβάθμισής του. Η ολοκλήρωση των έργων εκσυγχρονισμού θα επιτρέψει στον ΟΣΕ, μέσα από την παροχή υψηλής ποιότητας και άνεσης υπηρεσιών που θα προσφέρει στους χρήστες του σιδηροδρόμου, να αυξήσει το μερίδιό του στο μεταφορικό έργο της χώρας. Το γεγονός αυτό θα έχει πολλαπλά οφέλη, τόσο όσον αφορά την περιφερειακή ανάπτυξη των εξυπηρετούμενων περιοχών, όσο και το περιβάλλον, δεδομένου ότι ο σιδηρόδρομος και μάλιστα ο ηλεκτροκινούμενος είναι το μέσο με τις λιγότερες περιβαλλοντικές επιπτώσεις.

Ουσιαστικά δηλαδή, ο σιδηρόδρομος θα μπορέσει και στη χώρα μας – όπως συμβαίνει στις υπόλοιπες ευρωπαϊκές χώρες – να δραματίσει τον ρόλο που του αρμόζει στο εθνικό σύστημα μεταφορών.



των **Andrew Yiannakis**, *University of Connecticut, USA* - **Simon Attle**, *Georgia Southern University, USA* - **Heather Gibson**, *University of Florida, USA* & **James Murdy**, *University of New Haven, USA*

Εισαγωγή και Θεωρητικό Υπόβαθρο

Τα τελευταία χρόνια έχει αρχίσει να συσσωρεύεται ένας όγκος βιβλιογραφίας, ο οποίος εισηγείται ότι κατά τη διάρκεια των διακοπών τους, τα άτομα αποκτούν αντίστοιχες συμπεριφορές οι οποίες αντικατοπτρίζουν σταθερά και επαναλαμβανόμενα πρότυπα (Adler, 1985; Cohen, 1974; Crompton, 1979; Chadwick, 1976; Hamilton-Smith, 1987; Packer, 1974; Pearce 1982, 1985; Perreault, Darden & Darden, 1977; McMinn & Cater, 1998; Mo, Howard & Havitz 1993; Redfoot, 1984; Wagner, 1977; Wahlers and Etzel, 1985). Στην πραγματικότητα, έχει υποδειχθεί ότι, όπως και με τους υπόλοιπους τύπους της εφήμερης τουριστικής δραστηριότητας (Steele and Zurcher, 1973; Zurcher, 1968), η τουριστική συμπεριφορά αντικατοπτρίζει έναν υψηλό βαθμό σταθερότητας κατά τη διάρκεια του βίου και αποδεικνύει μια σύνδεση με μια ποικιλία δημογραφικών και ψυχολογικών μεταβλητών (Yiannakis, 1986, 1991; Yiannakis & Gibson, 1988;

Gibson, 1989; Gibson and Yiannakis 1991; Pearce, 1982). Επίσης, έχει προταθεί ότι τέτοιου είδους συμπεριφορές, τις οποίες αποκαλούμε τουριστικούς ρόλους, μπορούν ακόμη και να συνδέονται με την ικανοποίηση των ψυχολογικών αναγκών (Cohen, 1972, 1979; Crompton, 1979; Iso-Ahola, 1982; Lett, 1983; Ryan & Glendon 1998; Tinsley and Kass, 1978; Yiannakis and Gibson, 1988).

Ο Pearce (1982), σε μια από τις πρώτες ποσοτικές προσπάθειες σε αυτό το πεδίο έρευνας και χρησιμοποιώντας την πολυδιάστατη κατάταξη (multidimensional scaling), προσδιόρισε δεκαπέντε ρόλους που σχετίζονται με τον τουρισμό. Όμως η εργασία του Pearce τονίζει ότι όλοι οι ρόλοι που σχετίζονται με το ταξίδι δεν είναι μόνο για αναψυχή. Ορισμένοι, όπως του ιεραποστόλου, του δημοσιογράφου που ταξιδεύει σε άλλη ήπειρο, του επιχειρηματία και του μετανάστη εργάτη περιορίζονται από τα επαγγελματικά καθήκοντα, υποχρεώσεις και ευθύνες και δεν θα πρέπει να ορίζονται ως τουριστικοί ρόλοι. Γι' αυ-

τόν το λόγο, το 1986 ο Yiannakis επέκτεινε την εργασία του Pearce, εξειάζοντας την πιθανή πολυπρόσωπη φύση ενός μόνο ρόλου που σχετίζεται με τον τουρισμό: του τουρίστα που ταξιδεύει για αναψυχή. Αυτός ο τύπος τουρίστα ορίστηκε από τον Yiannakis ως ένα άτομο το οποίο ταξιδεύει για αναψυχή, ελεύθερο από εσωτερικούς ή εξωτερικούς περιορισμούς. Χρησιμοποιώντας ανάλυση κυρίως συνιστωσών και αναλύσεις πολυδιάστατης κατάταξης (principal components and multidimensional scaling analyses), ο Yiannakis αρχικά προσδιόρισε την ύπαρξη δεκατριών τουριστικών ρόλων. Στη συνέχεια, οι Gibson (1989) και Yiannakis and Gibson (1988, 1992) ανέγραψαν την προηγούμενη εργασία του Yiannakis και προσέθεσαν έναν δέκατο τέταρτο ρόλο, εκείνον του Δραστήριου Αθλητικού Τουρίστα (ΔΑΤ). Το 1996 ο Gibson προσέθεσε ένα δέκατο πέμπτο ρόλο, εκείνον του Μορφωτικού Τουρίστα (ΜΟΤ).

Το 1992, οι Yiannakis and Gibson, χρησιμοποιώντας την ανά-

* Η μετάφραση του άρθρου έγινε από τον κ. Αριστείδα Κατερινόπουλο.

Τουριστικοί Ρόλοι και Πρόβλεψη Τουριστικών Προορισμών*

Πίνακας 1: Τυπολογία των Τουριστικών Ρόλων
(Τα στοιχεία αντιπροσωπεύουν πολλαπλή δραστηριοποίηση των ρόλων)

N=1241-1272

- 1: ΕΡΑΣΤΗΣ ΤΟΥ ΗΛΙΟΥ (ΕΤΗ) 33,8% ****
Ενδιαφέρεται για ξεκούραση και ηλιοθεραπεία σε ζεστά μέρη με πολύ ήλιο, άμμο και θάλασσα.
- 2: ΑΝΑΖΗΤΗΤΗΣ ΔΡΑΣΗΣ (ΑΝΔ) 7%**
Ενδιαφέρεται περισσότερο για τα πάρτι, να πηγαίνει σε night clubs και να συναντά άτομα του αντίθετου φύλου για εφήμερες ρομαντικές εμπειρίες.
- 3: ΑΝΘΡΩΠΟΛΟΓΟΣ (ΑΝΘ) 31,3%**
Ενδιαφέρεται περισσότερο να γνωρίσει τον τοπικό πληθυσμό, να δοκιμάσει την τοπική κουζίνα και να μιλήσει τη γλώσσα.
- 4: ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΟΣ (ΑΡΧ) 24,9%**
Ενδιαφέρεται πρωταρχικά για τους αρχαιολογικούς χώρους και τα μνημεία. Τον ευχαριστεί η μελέτη της ιστορίας των αρχαίων πολιτισμών.
- 5: ΟΡΓΑΝΩΜΕΝΟΣ ΜΑΖΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΑΣ (ΟΜΤ) 13,8%**
Ενδιαφέρεται περισσότερο για τις οργανωμένες διακοπές, τα τουριστικά πακέτα, τη λήψη φωτογραφιών και την αγορά σουβενίρ.
- 6: ΑΝΑΖΗΤΗΤΗΣ ΣΥΓΚΙΝΗΣΗΣ (ΑΝΣ) 6,2%**
Ενδιαφέρεται για επικίνδυνες, συναρπαστικές δραστηριότητες που γεμίζουν τον τουρίστα με συγκλονιστικές εμπειρίες.
- 7: ΕΞΕΡΕΥΝΗΤΗΣ (ΕΞΕ) 9,6%**
Προτιμά τα ταξίδια περιπέτειας, να ανακαλύπτει μέρη πέρα από τα καθιερωμένα και να απολαμβάνει την πρόκληση να φτάσει εκεί.
- 8: ΑΡΙΣΤΟΚΡΑΤΗΣ (ΑΡΙ) 1,8%**
Διακοπές σε πολυτελούς κατηγορίας και παγκοσμίου φήμης θέρετρα. Πηγαίνει σε κλειστού κύκλου night clubs και σχετίζεται με διασημότητες.
- 9: ΑΝΑΖΗΤΗΤΗΣ (ΑΝΑ) 6,3%**
Αναζητεί την πνευματική ή/και την προσωπική γνώση ώστε να κατανοήσει καλύτερα τον εαυτό του και το νόημα της ζωής.
- 10: (α) ΑΝΕΞΑΡΤΗΤΟΣ ΜΑΖΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΑΣ I (ΑΜΤ-I) 16,9%**
Επισκέπτεται τα γνωστά τουριστικά αξιοθέατα αλλά αποφεύγει τις οργανωμένες διακοπές και τα οργανωμένα ταξίδια.
(β) ΑΝΕΞΑΡΤΗΤΟΣ ΜΑΖΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΑΣ II (ΑΜΤ-II) 16,5%
Σχεδιάζει το πρόγραμμα των διακοπών και κάνει τις κρατήσεις των ξενοδοχείων μόνος του.
- 11: ΤΟΥΡΙΣΤΑΣ ΥΨΗΛΗΣ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑΣ (ΤΥΚ) 12,6%**
Ταξιδεύει πρώτη θέση, μένει στα καλύτερα ξενοδοχεία, πηγαίνει σε σόου και σε ακριβά εστιατόρια.
- 12: ΠΕΡΙΠΛΑΝΗΤΗΣ (ΠΕΡ) 0,9%**
Περιπλανάται από τόπο σε τόπο ζώντας τη ζωή του χίπι.
- 13: (α) ΔΡΑΠΕΤΗΣ I (ΔΡΑ-I) 20,9%**
Του αρέσει να ξεφεύγει από το στρες και την πίεση του οικείου περιβάλλοντος.
(β) ΔΡΑΠΕΤΗΣ II (ΔΡΑ-II) 9%
Ξεφεύγει από κάθε τι, δραπετεύοντας σε ήσυχια, έρημο, μακριά από κόσμο μέρη.
- 14: ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΣ ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΑΣ (ΔΑΤ) 20%**
Πρωταρχική έμφαση κατά τη διάρκεια των διακοπών είναι να παραμείνει δραστήριος κάνοντας τα αγαπημένα του σπορ.
- 15: ΜΟΡΦΩΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΑΣ (ΜΟΤ) 6,7%**
Συμμετέχει σε οργανωμένα εκπαιδευτικά ταξίδια και σεμινάρια για να αποκτήσει καινούργιες γνώσεις και δεξιότητες.



λυση πολυδιάστατης κατάταξης (multidimensional scaling analysis), κατάφεραν να προσδιορίσουν τρεις διαστάσεις που ίσως χαρακτηρίζουν τη δομή των τουριστικών ρόλων. Αυτό σημαίνει ότι, βασισμένοι στη θέση που έχουν οι τουριστικοί ρόλοι στον τρισδιάστατο χώρο, οι ερευνητές κατάφεραν να επιδείξουν ότι η δραστηριοποίηση αυτών των ρόλων ενδεχομένως να έρχεται σε συνάρτηση με συγκεκριμένα ψυχολογικά χαρακτηριστικά γνωρίσματα. Τα τελευταία καταδεικνύουν την απόλυτη ισορροπία μεταξύ δραστηριοποίησης και χαλάρωσης, οικειότητας και αποξένωσης, και εξάρτησης - ανεξαρτη-

σίας που επιζητούν οι τουρίστες σε έναν προορισμό (Yiannakis and Gibson 1992).

Σε μια μεταγενέστερη εργασία τους, οι Gibson και Yiannakis εξέτασαν τα χαρακτηριστικά των τουριστικών ρόλων στη διάρκεια του βίου κατά ηλικιακό στάδιο και φύλο. Χρησιμοποιώντας το μοντέλο του Levinson για την ανάπτυξη των ενπλικών (Levinson, 1978), οι Yiannakis and Gibson ιμνηματοποίησαν τη ζωή του ανθρώπου σε στάδια και εξέτασαν τη συμπεριφορά των ρόλων κατά τη διάρκεια του βίου κατά φύλο. Το Σχεδιάγραμμα 1 δείχνει τα χαρακτηριστικά του «Ανθρωπολόγου» κατά φύλο, κατά τη διάρκεια του βίου.

Ένα πεδίο έρευνας, το οποίο έχει δημιουργήσει αρκετή συζήτηση, είναι η πιθανότητα ότι οι ψυχολογικές ανάγκες ενδεχομένως να είναι η κινητήρια δύναμη για την επιλογή / ταύτιση με συγκεκριμένους τουριστικούς ρόλους κατά τη διάρκεια των διακοπών. Εξετάσαμε αυτή τη σχέση, ερευνώντας το πώς οι τουριστικοί ρόλοι ξεδιπλώνονται κατά τη διάρκεια της ζωής του ενπλικού και επηρεάζονται από τις ψυχολογικές ανάγκες. Αυτά τα αποτελέσματα αντιπροσωπεύουν τις αρχικές μας προσπάθειες στην προσαρμογή καμπύλης (curve fitting), χρησιμοποιώντας πολυμεταβλητή ανάλυση χρονοσειρών (multivariate time series analysis - ARIMA).

Τα αποτελέσματα αυτών των ανάλυσεων εικονίζονται στον Πίνακα 2 φέροντας ως παράδειγμα το Δραστήριο Αθλητικό Τουρίστη (άνδρες). Τα δεδομένα κατανεμήθηκαν κατά φύλο και κατά στάδιο της ζωής, σύμφωνα με τον Levinson

ΠΙΝΑΚΑΣ 2. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΑΝΑΛΥΣΗΣ ΧΡΟΝΟΣΕΙΡΩΝ ΓΙΑ ΤΙΣ ΨΥΧΟΛΟΓΙΚΕΣ ΑΝΑΓΚΕΣ ΤΟΥ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΥ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΑ (ΑΝΔΡΕΣ)

ΤΕΛΙΚΕΣ ΠΑΡΑΜΕΤΡΟΙ:

Αριθμός Υπολοίπων	9
Τυπικό Σφάλμα	0.14603999
Λογάριθμος Πιθανοφάνειας	7.6429829
AIC	0.71403428
SBC	2.2916309

Ανάλυση Διακύμανσης:

	DF	Προσαρμοσμένα Αθροίσματα Τετραγώνων Καταλοίπων	Διακύμανση Καταλοίπων
Κατάλοιπα	1	0.05977909	0.02132768

Μεταβλητές στο Μοντέλο

B	SEB	t	ΠΙΘΑΝΟΤΗΤΑ	
AR1	1.0610216	0.05646337	18,79133	0.03384646
AR2	-0.9942687	0.00907284	-109,58737	0.00580908
PLAY1	-0.1248114	0.00770976	-16,18875	0.03927492
GOALS1	0.3199414	0.00465113	68,78786	0.00925418
CONTROL1	0.2324255	0.00658727	35,28401	0.0180379
FAM1	-0.2280583	0.0037014	-61,6141	0.01033146
SEXUAL1	-0.1592664	0.00530075	-30,04597	0.02118037

ομοιογένειας τις ψυχολογικές ανάγκες ως μέθοδο πρόβλεψης, διεξάγουμε μια ανάλυση χρονοσειρών (time series analyses) κατά φύλο. Η διαδικασία περιελάμβανε τη χρήση πολυμεταβλητών μοντέλων χρονοσειράς διαφορών (multivariate autoregressive, differenced AR2 models) σε ένα σύνολο διασυσχετισόμενων στοιχείων (pooled cross sectional data).

Αυτά τα αποτελέσματα καταδεικνύουν ότι η επιλογή του τουριστικού ρόλου, κατά τη διάρκεια του βίου, «καθοδηγείται» από τη συνδυασμένη, διαδραστική επίδραση που μας υπαγορεύουν οι ανάγκες μας καθώς μεγαλώνουμε. Στο παράδειγμά μας με τον Δραστήριο Αθλητικό Τουρίστα (άνδρες), πέντε ψυχολογικές ανάγκες καθοδηγούν την επιλογή αυτού του ρόλου κατά τη διάρκεια του βίου. Οι ανάγκες που «καθοδηγούν» την επιλογή είναι οι ανικανοποίητες ανάγκες για παιχνίδι (-), σεξ (-), σπίτι και οικογένεια (-), σε συνδυασμό με τις ικανοποιημένες ανάγκες που είναι οι ξεκάθαροι στόχοι (+) και ο έλεγχος πάνω στη ζωή τους (+). Όπως διαφαίνεται, οι συνδυασμένες επιδράσεις των ικανοποιημένων και μη ικανοποιημένων αναγκών τελικά δρουν ως παράγοντες πίεσης για την επιλογή συγκεκριμένων τουριστικών ρόλων. Τα αποτελέσματα της ανάλυσης χρονοσειρών (time series analysis) το αποδεικνύουν αυτό ξεκάθαρα.

Η τελική συνάρτηση συσχέτισης (cross correlation function) όπου $r = 0,998$ (η οποία αντικατοπτρίζει αρκετές θετικές και αρνητικές υστερήσεις - lags), ανάμεσα στην επιλογή των ψυχολογικών αναγκών και του τελικού ρόλου -στη συγκεκριμένη περίπτωση του Δραστήριου Αθλητικού Τουρίστα-

αποκαλύπτει ότι οι ψυχολογικές ανάγκες ενδεχομένως να αποτελούν τον «κυρίαρχο δείκτη» (leading indicator), δηλαδή τον παράγοντα με τη μεγαλύτερη βαρύτητα. Μια σχετικά υψηλή συσχέτιση στη θετική υστέρηση (lag) όπου $r = -0,508$ υποδεικνύει ότι η γνώση των ψυχολογικών αναγκών βοηθά στην πρόβλεψη της προτίμησης του τουριστικού ρόλου σε μεγάλο βαθμό.

Η Πρόβλεψη των Τουριστικών Προορισμών

Η έρευνά μας, και ο όγκος της υπάρχουσας βιβλιογραφίας προτείνουν ότι είναι μικρή η πιθανότητα ώστε η επιλογή ενός τουριστικού προορισμού να είναι τυχαία. Στην πραγματικότητα, ένα αρκετά μεγάλο τμήμα των θεωριών και της έρευνας που έχουν πραγματοποιηθεί, μας έδωσαν τη δυνατότητα να αναπτύξουμε ένα εννοιολογικό μοντέλο της διαδικασίας. Αυτή η διαδικασία ξεκινά με παράγοντες στο οικείο περιβάλλον του τουρίστα οι οποίοι είτε εμποδίζουν, είτε αποτυγχάνουν να ικανοποιηθούν πλήρως τις ψυχολογικές του ανάγκες. Αυτές οι ανάγκες δημιουργούν «μοχλούς πίεσης» μέσα στα άτομα, οι οποίοι τους παρακινούν να βρουν τρόπους ώστε να «αποσβέσουν» αυτή την πίεση.

Ενώσω οι άνθρωποι προσπαθούν συνεχώς να αποδεχθούν αυτή την πίεση (η έρευνά μας υποδεικνύει ότι οι ανάγκες μας καθώς μεγαλώνουμε είναι συνυπεύθυνες σε αυτή τη διαδικασία) με το να ασχολούνται με δραστηριότητες αναψυχής κατά τη διάρκεια του ελεύθερου χρόνου τους, οι διακοπές, οι οποίες παρέχουν δυνατότητες για παρατεταμένες και



μοιάζουν να παρέχουν τις ιδανικότερες συνθήκες για την ικανοποίηση των αναγκών.

Γ' αυτό τον λόγο, οι πιθανοί τουρίστες ψάχνουν προορισμούς για τους οποίους πιστεύουν ότι θα τους δώσουν τη δυνατότητα να εφαρμόσουν τους τουριστικούς ρόλους που προτιμούν και έτσι να ικανοποιήσουν τις ανάγκες τους. Για παράδειγμα, είναι λογικό να υποθέσουμε ότι κάθε τουριστικός προορισμός έχει κάποια ιδιαίτερα χαρακτηριστικά γνωρίσματα. Αυτά, έτσι όπως εκλαμβάνονται από τους τουρίστες, θα τους ωθήσουν να αναλάβουν εκείνους τους ρόλους που θα τους βοηθήσουν να αποτινάξουν αυτή την πίεση που νιώθουν και να ικανοποιήσουν τις ανάγκες τους. Αυτοί οι προορισμοί, λοιπόν κατέχουν τους απαραίτητους «μηχανισμούς έλξης», οι οποίοι θα «τραβήξουν» τους τουρίστες στις αντίστοιχες τοποθεσίες.

Επομένως, σε ένα πιο βασικό επίπεδο, ψάχνουμε να βρούμε μια σύνδεση μεταξύ χαρακτηριστικών γνωρισμάτων ενός προορισμού

ΠΙΝΑΚΑΣ 3. ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΓΝΩΡΙΣΜΑΤΑ ΤΩΝ ΠΡΟΟΡΙΣΜΩΝ ΚΑΤΑ ΠΑΡΑΓΟΝΤΑ

ΠΑΡΑΓΟΝΤΑΣ 1 (ΑΝΑΖΩΟΓΟΝΗΤΙΚΟΣ)	ΠΑΡΑΓΟΝΤΑΣ 2 (ΟΙΚΕΙΟΣ)
0,81 Αναζωογονητικός	0,72 Οικείος
0,79 Δραστήριος	0,63 Εγγώριος
0,61 Πολυάσχολος	0,57 Κοντά στο σπίτι
0,52 Προσανατολισμένος σε ομάδες	

ΠΑΡΑΓΟΝΤΑΣ 3 (ΑΠΟΜΟΝΩΜΕΝΟΣ)	ΠΑΡΑΓΟΝΤΑΣ 4 (ΠΑΡΑΛΙΟΣ)
0,83 Λιγότερο Προσθάσιμος	0,83 Παράλιος
0,74 Ερημικός	0,76 Καυτός
0,48 Φυσικός	0,50 Ακριβός

ΠΑΡΑΓΟΝΤΑΣ 5 (ΕΓΚΛΕΙΣΤΟΣ)	ΠΑΡΑΓΟΝΤΑΣ 6 (ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΟΣ)
0,79 Έγκλειστος	0,74 Ασφαλής
0,63 Τεχνητός	0,70 Προσαν. στην Οικογένεια
0,58 Αστικός	0,57 Οργανωμένος

- Κυρίως Συνιστώσες (Principal Components), Άμεσα Εξαρτημένη Διακύμανση (Direct Oblimin Rotation)
- Μεταβλητή που υπολογίζεται από τους 6 πρώτους παράγοντες = 61%
- N= 795

λόγια, ποιοι τουριστικοί ρόλοι δείχνουν προτίμηση σε προορισμούς με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά; Και, από τη στιγμή που γνωρίζουμε ότι οι τουριστικοί ρόλοι αντανακλούν συγκεκριμένες ιδιότητες, όπως τη σχέση μεταξύ δραστηριοποίησης και χαλάρωσης, οικειότητας – αποξένωσης και εξάρτησης – ανεξαρτησίας, την εμπειρία της οποίας οι τουρίστες ψάχνουν στις διακοπές τους για να ικανοποιήσουν τις ανάγκες τους, μια σύνδεση μεταξύ των τουριστικών ρόλων και των χαρακτηριστικών ενός προορισμού θα έδει-

χνε επίσης το βαθμό κατά τον οποίο οι τουρίστες θεωρούν ότι οι συγκεκριμένοι προορισμοί κατέχουν τις συγκεκριμένες ιδιότητες.

Ερευνήσαμε τη σχέση μεταξύ τουριστικών ρόλων και χαρακτηριστικών του προορισμού, χρησιμοποιώντας τη λογιστική παλινδρόμηση (logistic regression).

Οι μεταβλητές εισροής (input variables) περιλαμβάνουν τους τουριστικούς ρόλους και μια επιλεγμένη ομάδα από δημογραφικές μεταβλητές και μεταβλητές με λοιπά χαρακτηριστικά.

Οι μετρήσεις εξάρτησης

(dependent measures) που χρησιμοποιήσαμε, βασίστηκαν στους παράγοντες που αντανακλούν τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα των προορισμών. Αυτοί αναφέρονται στον Πίνακα 3 (Χαρακτηριστικά Γνωρίσματα Προορισμών κατά Παράγοντα). Συνολικά, δημιουργήθηκαν έξι παράγοντες οι οποίοι αντιπροσωπεύουν τους ακόλουθους τύπους προορισμών: αναζωογονητικός, οικείος, απομονωμένος, παράλιος, έγκλειστος και οικογενειακός. Όλες οι αναλύσεις τμηματοποιήθηκαν κατά φύλο.

Τα αποτελέσματα καταδεικνύουν ότι οι τουριστικοί ρόλοι, μαζί με μια πλειάδα δημογραφικών στοιχείων, μας βοηθούν να προβλέψουμε με μεγάλο βαθμό επιτυχίας τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα των προορισμών που προτιμούν οι τουρίστες.

Αυτό υποδηλώνει ότι ενυπάρχει ένας ισχυρός σύνδεσμος μεταξύ των τουριστικών ρόλων και της επιλογής των συγκεκριμένων προορισμών. Ορισμένα από τα αποτελέσματα αναφέρονται στους Πίνακες 4-6.

Πρακτικά αυτό σημαίνει ότι εάν γνωρίζουμε τι επιθυμούν να κάνουν οι τουρίστες κατά τη διάρκεια των διακοπών τους, δηλαδή, εάν γνωρίζουμε τους τουριστικούς

ΠΙΝΑΚΑΣ 4. ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΡΟΒΛΕΨΗΣ ΠΡΟΤΙΜΗΣΗΣ ΣΕ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥΣ ΤΟΝΩΣΗΣ (ΑΝΔΡΕΣ N=365)

ΒΑΡΗ ΤΩΝ Β (BETA WEIGHT)	
Αναζητητής Δράσης 2	0,94
Μορφωτικός Τουρίστας 1	0,73
Αριστοκράτης 2	0,63
Αναζητητής 2	0,45
Όρες Παρακολούθησης TV	0,44
Έξοδα σε δολάρια	0,15

Τοις Εκατό Συστή Πρόβλεψη = 78,4% (Λογιστική παλινδρόμηση-logistic regression)
Σημαντικότητα του χ^2 του μοντέλου για $p < .001$

ΠΙΝΑΚΑΣ 5. ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΡΟΒΛΕΨΗΣ ΠΡΟΤΙΜΗΣΗΣ ΣΕ ΠΑΡΑΛΙΟΥΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥΣ (ΓΥΝΑΙΚΕΣ N=430)

ΒΑΡΗ ΤΩΝ Β (BETA WEIGHT)	
Εραστής του Ήλιου	0,54
Εραστής του Ήλιου 1	0,44
Τουρίστας Υψηλής Κατηγορίας 2	0,43
Δραπέτης 1	0,32

Τοις Εκατό Συστή Πρόβλεψη = 86,6% (Λογιστική παλινδρόμηση-logistic regression)
Σημαντικότητα του χ^2 του μοντέλου για $p < .001$

ρόλους που προτιμούν, τότε μπορούμε να συνταιριάξουμε το προφίλ τους με συγκεκριμένους προορισμούς, οι οποίοι κατέχουν αυτά τα χαρακτηριστικά και οι οποίοι θα ικανοποιήσουν τις ανάγκες τους κατά τον καλύτερο δυνατό τρόπο. Είναι προφανές από τα ευρήματά μας, τα οποία βασίζονται στα χαρακτηριστικά γνωρίσματα των προορισμών και τα οποία εντοπίσαμε και εντάξαμε σ' αυτή την έρευνα, ότι το ερωτηθέν δείγμα διαπίστωσε την ύπαρξη τουλάχιστον έξι τύπων προορισμού. Αυτοί είναι:

(i) Αναζωογονητικός, (ii) Οικείος, (iii) Απομονωμένος, (iv) Παράλιος, (v) Εγκλειστος και (vi) Προσανατολισμένος στην Οικογένεια.

Τα αποτελέσματα μας δείχνουν επίσης ότι οι τουρίστες ενδιαφέρονται για καθέναν από αυτούς τους έξι τύπους προορισμών ώστε να δραστηριοποιηθούν συγκεκριμένους τύπους τουριστικών ρόλων. Για παράδειγμα, οι Αναζωογονητικοί προορισμοί (βλέπε Πίνακα 4) επιδιώκονται από τον Αναζητητή Περιπέτειας 2, το Μορφωτικό Τουρίστα 1 και τον Αριστοκράτη 1 (άνδρες).

Οι γυναίκες που προτιμούν τους Παράλιους προορισμούς (βλέπε

ANTHROPOLOGIST

By Age Stage and Gender

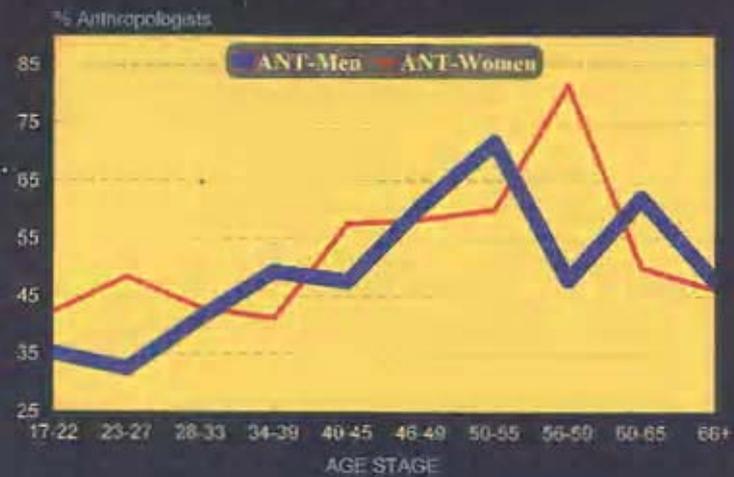


Figure 1

Πίνακα 5), τείνουν περισσότερο στον ρόλο του Εραστή του Ήλιου 2, Εραστή του Ήλιου 1 και του Τουρίστα Υψηλής Κατηγορίας 2. Και τέλος, οι Απομονωμένοι Προορισμοί προτιμώνται περισσότερο από το Μορφωτικό Τουρίστα 1, τον Αναζητητή Περιπέτειας 2, τον Τουρίστα Υψηλής Κατηγορίας 2 και τον Δραπέτη 2 (γυναίκες).

Συμπεράσματα

Περίληπτικά, είμαστε πλέον σε θέση να αποδείξουμε με στατιστικά στοιχεία, μέσα από τους περιορισμούς που θέτει η έρευνα, ότι οι ψυχολογικές ανάγκες μπορούν να αποτελέσουν την κινητήριο δύναμη για τα κίνητρα διακοπών και την αντίστοιχη ανάληψη τύπων συμπεριφορών.

Αυτό σημαίνει ότι οι τουριστικοί ρόλοι ή τύποι διακοπών, όπως είχαμε προτείνει στην προηγούμενη μας εργασία (Yiannakis and Gibson, 1992; Gibson and Yiannakis 2001), μπορούν πράγματι να υπηρετήσουν ως οχήματα

με τα οποία οι τουρίστες προσπαθούν να ικανοποιήσουν ανικανοποίητες ψυχολογικές ανάγκες. Ανάγκες τις οποίες η καθημερινή ζωή είτε εμποδίζει, είτε αποτυγχάνει να ικανοποιήσει σε μεγάλο βαθμό. Όμως, όπως προκύπτει από την ανάλυση χρονοσειρών που κάναμε, η επιλογή ενός συγκεκριμένου τουριστικού ρόλου δεν αποτελεί απλώς μια λειτουργία ανικανοποίητων ψυχολογικών αναγκών.

Πολύ περισσότερο δε, τα αποτελέσματα συνιστούν ότι αποτελεί το συνδυασμό των ικανοποιημένων και ανικανοποίητων αναγκών, η λειτουργία των οποίων είναι να δώσουν τα κίνητρα στα άτομα να επιλέξουν και να πραγματοποιήσουν έναν τουριστικό ρόλο. Επομένως, αυτό που συνεπάγεται, είναι μια εξίσωση που αποτελείται από αλληλοεπιδρούμενες ικανοποιημένες και μη ικανοποιημένες ψυχολογικές ανάγκες σε μια ασταθή κατάσταση. Μια κατάσταση η οποία στη συνέχεια ωθεί ένα άτομο να ξαναβρεί την ισορροπία του,

ΠΙΝΑΚΑΣ 6. ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΡΟΒΛΕΨΗΣ ΓΙΑ ΑΠΟΜΟΝΩΜΕΝΟΥΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥΣ (ΓΥΝΑΙΚΕΣ N=430)

ΒΑΡΗ ΤΩΝ Β (BETA WEIGHT)

Μορφωτικός Τουρίστας 1	0,23
Αναζητητής Δράσης 2	0,32
Τουρίστας Υψηλής Κατηγορίας 2	2,32
Δραπέτης 2	0,28

Τοις Εκατό Στοιχά Προβλέψη = 78,3% (Λογιστική παλινδρόμηση-Logistic regression)
Σημαντικότητα του χ^2 του μοντέλου για $p < .001$

Πίνακας 7: ΚΥΠΡΟΣ: Συνδυάζοντας «Θεματικές» Κατηγορίες με Τουριστικούς Ρόλους

Θεματικές Κατηγορίες	Τουριστικοί Ρόλοι
1. Ιστορικός / Αρχαιολογικός Τουρισμός: Κάστρα, αρχαιολογικά μνημεία και ερείπια στην Κύπρο με πιθανά ενδιάμεσα ταξίδια στην Αίγυπτο και το Ισραήλ, την Αμαθο, το Κάστρο στο Κολώσι, το Νταλί, το Κάστρο της Λεμεσού, το ιερό του Απιόλωνα, το Κούριον, την Κουκλιά, το Κίτιον, την Πάφο (Τάφοι των Βασιλέων), τη Λευκωσία και άλλα.	Αρχαιολόγος Ανθρωπολόγος Μορφωτικός Τουρίστας Εξερευνητής
2. Ρομαντικός Τουρισμός: Επικέντρωση στα ζευγάρια σε μήνα του μέλιτος, νέα ζευγάρια και μεγαλύτερης ηλικίας που γιορτάζουν επέτειο (Λεμεσός, Λάρνακα, Τρόδος, Πάφος, Πισσούρι, Πρωταράς, Κοραλλιογενής Όρμος).	Εραστής του Ήλιου Δραπέτης Τουρίστας υψηλής κατηγορίας
3. Θρησκευτικός Τουρισμός: Μοναστήρια, εκκλησίες, ιστορικές και θρησκευτικές τοποθεσίες, μουσεία, με ενδιάμεσα ταξίδια στο Ισραήλ και την Αίγυπτο.	Αναζητητής Αρχαιολόγος Ανθρωπολόγος
4. Οικογενειακός Τουρισμός: (Λεμεσός, Πάφος, Λάρνακα). Δυνατότητα ενός σταυλ ζωής γύρω από την ποίνα, καλή εξυπηρέτηση, ψώνια, θέλγητρα για τα παιδιά, ξεκούραση, πλιοθεραπεία, οικογενειακά εστιατόρια, σπορ.	Εραστής του ήλιου Αθλητικός Τουρίστας Οργανωμένος μαζικός τουρίστας
5. Αθλητικός Τουρισμός: (θαλάσσια σπορ, τένις, γκολφ). Λεμεσός, Λάρνακα, Πισσούρι, Κοραλλιογενής Όρμος, Πρωταράς, Αγία Νάπα.	Αθλητικός τουρίστας Αναζητητής δράσης Αναζητητής συγκίνησης
6. Τουρισμός των 4S: (Θάλασσα, ήλιος, σερφ, σεξ) Δίνεται έμφαση στην καλή νυχτερινή ζωή, στον χορό, τις παραλίες, τα αγύπανάτα άτομα, τα ψώνια, τα θέλγητρα, τα εστιατόρια με εορταστική ατμόσφαιρα (Λευκωσία, Αγία Νάπα, Πρωταράς).	Εραστής του ήλιου Αναζητητής δράσης Αναζητητής συγκίνησης
7. Τουρισμός Απόδρασης (αναζήτηση ηρεμίας και ησυχίας, απόδραση από κάθε τι): Λάτσι, Κοραλλιογενής όρμος, Παραλία στο Πισσούρι, Τρόδος.	Δραπέτης Ανεξάρτητος μαζικός τουρίστας
8. Πολιτιστικός Τουρισμός: Κεραμικά, τοπικά κρασιά, θέλγητρα, αντικές, ψώνια, τοπικά προϊόντα, φεστιβάλ, τοπική ιστορία, αρχαία θεατρικά έργα σε μέρη όπως το Κούριον, μουσικά φεστιβάλ και άλλα.	Αρχαιολόγος Ανθρωπολόγος Μορφωτικός τουρίστας
9. Τουρισμός Υψηλής Κατηγορίας: Τα ξενοδοχεία 5 αστέρων προσφέρουν ξεκούραση, εξαιρετική κουζίνα και εξυπηρέτηση, όμορφες παραλίες, νυχτερινή ζωή, τένις, ιστιοπλοσία και παρόμοιες δραστηριότητες.	Τουρίστας υψηλής κατηγορίας Αριστοκράτης
10. Φυσιολατρικός Τουρισμός: δίνεται έμφαση στα φυσικά μονοπάτια, την άγρια φύση, την τοπική χλωρίδα, λίμνες και ποταμούς, απομονωμένες παραλίες και μέρη πέρα από τα καθιερωμένα (Πισσούρι, Τρόδος, περιοχή Λάτσι και άλλα).	Αναζητητής Εξερευνητής Μορφωτικός τουρίστας Δραπέτης

προσλαμβάνοντας συμπεριφορές τις οποίες αποκαλούμε τουριστικούς ρόλους.

Περαιτέρω, από τη στιγμή που οι τουριστικοί ρόλοι απεικονίζουν προσπάθειες ικανοποίησης ψυ-

τουριστικούς προορισμούς, είναι λογικό να καταλήξουμε ότι οι τουρίστες έλκονται από εκείνους τους προορισμούς που – κατά τη γνώμη τους – κατέχουν εκείνα τα χαρακτηριστικά τα οποία θα ικανο-

τουριστικούς ρόλους που προτιμούν. Περιληπτικά, εμείς καταλήγουμε ότι οι ψυχολογικές ανάγκες αποτελούν τη βάση της επιλογής τουριστικών ρόλων, και οι τουριστικοί ρόλοι βοηθούν να προβλέ-

και σημαντικές επιπτώσεις στο μάρκετινγκ, συμπεριλαμβανομένων των παρακάτω:

- Γνωρίζοντας τους τύπους των τουριστών και τις προτιμώμενες συμπεριφορές (ρόλους), ένας προορισμός μπορεί να προετοιμαστεί καλύτερα για να καλύψει τις ανάγκες τους.

- Οι προσπάθειες προώθησης για την προσέλκυση αυτών των τουριστών σε αυτούς τους προο-

ρισμούς μπορούν να γίνουν πιο επικεντρωμένες και αποτελεσματικές.

- Συνδυάζοντας τη γνώση μας για τους τουριστικούς ρόλους και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά γνωρίσματα των προορισμών, μπορούμε να σχεδιάσουμε καλύτερα τα στοιχεία του μάρκετινγκ που θα ελκίσουν τον κάθε τύπο τουρίστα χωριστά. Το παράδειγμα της Κύπρου, ως τουριστικός προορισμός,

που δίνεται παρακάτω (βλέπε Πίνακα 7), αποτελεί μια τέτοια προσέγγιση η οποία συνδυάζει «θεματικές» κατηγορίες προορισμών και αντίστοιχων τουριστικών ρόλων.

Και όπως όλοι γνωρίζουμε, ένας ευχαριστημένος τουρίστας, δε σημαίνει μόνο επαναλαμβανόμενες επισκέψεις σε ένα προορισμό, αλλά αποτελεί επίσης και την καλύτερη μορφή διαφήμισης.

Βιβλιογραφία

- Adler, J. (1985). *Youth on the road: Reflections on the history of tramping*.

Annals of Tourism Research, 12, 335-354, 1985.

- Chadwick, R. (1976). *Some observations on proposed standard definitions and classifications for travel research*. *The Travel Research Association Seventh Annual Conference Proceedings*, pp. 81-84.

- Cohen, E. (1979). *A phenomenology of tourist experiences*. *Sociology*, 13, 179-201.

- Cohen, E. (1974). *Who is a tourist: A conceptual classification*. *Sociological Review*, 22, 4, 527-555.

- Cohen, E. (1972). *Toward a sociology of international tourism*. *Social Research*, 39, 164-182.

- Crompton, J. L. (1979). *Motivations for pleasure vacations*. *Annals of Tourism Research*, 6, 4, 408-424.

- Gibson, H. & Yiannakis, A. (2001). *Tourist roles, needs and the life course*. *Annals of Tourism Research* (in press).

- Gibson, H. (1996). *The educational tourist*. *Unpublished paper*, University of Florida.

- Gibson, H. & Yiannakis, A. (1991). *Continuities and discontinuities in tourist role preference over the life course*. Paper presented at North East Recreation Research Conference, Saratoga Springs New York.

- Gibson, H. *Tourist roles: stability and change over the life cycle*. Master's Thesis, University of Connecticut, 1989.

- Hamilton-Smith, E. (1987). *Four kinds of tourism*. *Annals of Tourism Research*, 14, 332-344.

- Iso-Ahola, S. (1983). *Toward a social*

psychology of recreational travel. *Leisure Studies*, 2, 45-56.

- Iso-Ahola, S. (1982). *Toward a social psychological theory of tourism motivation: A rejoinder*. *Annals of Tourism Research*, 12, 256-262.

- Lett, J. (1983). *Ludic and liminoid aspects of charter yacht tourism in the Caribbean*. *Annals of Tourism Research*, 10, 35-56.

- Levinson, D., C. Darrow, E. Klein, M. Levinson, and B. McKee (1978). *The Seasons of a Man's Life*. New York, NY: Knopf.

- McMinn, S. & Cater, E. (1998). *Tourist typology: Observations from Belize*. *Annals of Tourism Research*, 25(3): 675-699.

- Mo, C., Howard, D. & Havitz, M. (1993). *Testing an international tourist role typology*. *Annals of Tourism Research*, 20: 319-335.

- Packer, L. V. (1974). *Tourism in the small community: A cross-cultural analysis of developmental change*. Unpublished doctoral dissertation, University of Oregon, Eugene.

- Pearce, P. (1985). *A systematic comparison of travel-related roles*. *Human Relations*, 38, 1001-1010.

- Pearce, P. (1982). *The social psychology of tourist behavior*. New York, NY: Pergamon Press.

- Perreault, W., Darden, D., & Darden, W. (1977). *A psychographic classification of vacation life styles*. *Journal of Leisure Research*, 9, 208-224.

- Redfoot, D. (1984). *Touristic authenticity, touristic angst, and modern reality*. *Qualitative Sociology*, 7, 4, 291-309.

- Ryan, C. & Glendon, I. (1998).

Application of leisure motivation scale to tourism. *Annals of Tourism Research*, 25(1): 169-184.

- Steele, P., & Zurcher, L. (1973). *Leisure sports as "ephemeral roles": An exploratory study*. *Pacific Sociological Review*, 16, 345-356.

- Tinsley, H., & Kass, R. (1978). *Leisure activities and need satisfaction: A replication and extension*. *Journal of Leisure Research*, 10, 191-202.

- Wahlers, R. G. and Etzel, M. J. (1985). *Vacation preference as a manifestation of optimal stimulation and lifestyle experience*. *Journal of Leisure Research*, 17, 283-295.

- Wagner, U. (1977). *Out of time and place: Mass tourism and charter trips*. *Ethnos*, 42, 38-52.

- Yiannakis, A. & Gibson, H. (1992). *Roles tourists play*. *Annals of Tourism Research*, 19 (2): 287-303.

- Yiannakis, A. (1991). *Some predictors of tourist role preference: A logistic regression approach*. *Proceedings of the Leisure Studies Association annual conference*, Univ. of Ulster, N. Ireland.

- Yiannakis, A. & Gibson, H. (1988). *Tourist role preference and need satisfaction: Some continuities and discontinuities over the life course*. Paper presented at International Conference of Leisure Studies Association, Brighton, England.

- Yiannakis, A. (1986). *The ephemeral role of the tourist: Some correlates of tourist role preference*. Paper presented at annual conference of the North American Society for the Sociology of Sport, Las Vegas, Nevada.

- Zurcher, L. (1968). *Social-psychological functions of ephemeral roles*. *Human Organization*, 27, 281-297.

**Κάθε φορά που
η τύχη "χτυπάει"**

Rockley

η Ελλάδα γεμίζει ολυεκατομμυριούχους!

Τζοκέρ

Κέρδη πέρα από κάθε φαντασία!

Κλήρωση κάθε **ΠΕΜΠΤΗ** και **ΚΥΡΙΑΚΗ**

Παίξε τώρα κι ΕΣΥ!!!

Ποιος ξέρει... μπορεί να είσαι εσύ ο τυχερός!



του Αριστείδη Κατερινόπουλου

Τις τελευταίες δεκαετίες ο διεθνής τουρισμός στην Ελλάδα έχει εδραιωθεί ως κύρια βιομηχανία, προσφέροντας σημαντικές ωφέλειες σε επίπεδο οικονομίας και προσφοράς εργασίας. Προβλέψεις ανάπτυξης και για τον εσωτερικό τουρισμό είναι πολύ θετικές για το μέλλον (Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού, 2002). Ομοίως, μια σημαντική οικονομική επίδραση σημειώνεται στον αθλητικό τομέα τελευταία, σε υπολογίσιμα υψηλό βαθμό, καθ' όσον απασχολεί εργασιακά έναν αρκετά μεγάλο αριθμό Ελλήνων. Επιπλέον, ο αθλητισμός κατέχει δεσπόζουσα θέση στην ελληνική κουλτούρα και ταυτότητα, αφού συνδέεται άρρηκτα, τόσο με τη σύγχρονη πραγματικότητα, όσο και με την ιστορική μας διαδρομή από την αρχαιότητα (Renson, 1991). Επομένως, τα ταξίδια με σκοπό τη συμμετοχή σε κάποια αθλητική δραστηριότητα θα πρέπει να θεωρούνται σημαντικά, διότι παρουσιάζουν αύξηση, τόσο στην Ελλάδα, όσο και παγκοσμίως, και γι' αυτό η επικέντρωση σ' αυτήν τη μορφή τουρισμού σύντομα θα αποδείξει τα οφέλη που κωφερεί.

Ορισμός του αθλητικού τουρισμού

Ενώ οι ορισμοί του τουρισμού γίνονται ευρέως αποδεκτοί και παρουσιάζουν ομοιογένεια σε παγκόσμια κλίμακα, οι ορισμοί για τον Αθλητικό Τουρισμό διαφέρουν.

Άλλοι τον εκλαμβάνονται με τη στενή έννοια του όρου και περιλαμβάνουν μόνο τα ταξίδια συμμετοχής σε ανταγωνιστικές αθλητικές δραστηριότητες, ενώ άλλοι τις ταυτίζουν με δραστηριότητες αναψυχής ή περιπέτειας, διευρύνοντας έτσι την έννοια του όρου και προσφέροντας το «τεριπλόν μετά του ωφελίμου».

Το ότι δεν υπάρχει ένας συγκεκριμένος και ομόφωνος ορισμός για τον Αθλητικό Τουρισμό, αυτό οφείλεται κυρίως στο ότι οι υπολογισμοί του μεγέθους του αθλητικού τουριστικού τομέα διαφέρουν. Θα μπορούσε όμως κάλλιστα ο ορισμός του Αθλητικού Τουρισμού να κατηγοριοποιηθεί σε:

1. Εσωτερικό Αθλητικό Τουρισμό: όπου περιλαμβάνεται κάθε ταξίδι άνω των 40 χιλιομέτρων, που σχετίζεται με αθλητική δραστηριότητα και περιλαμβάνει τουλάχιστον μία

διανυκτέρευση μακριά από τον τόπο διαμονής.

2. Διεθνής Αθλητικός Τουρισμός: στον οποίο ενόσεται οποιοδήποτε ταξίδι σε μια άλλη χώρα, του οποίου ο πρωταρχικός στόχος είναι η συμμετοχή σε μια αθλητική δραστηριότητα, είτε μετεχει ως θεατής είτε ως αθλητής ή ως επίσημος (Εμπορικό Επιμελητήριο Αυστραλίας, 2000).

Υπό αυτό το πρίσμα, θα λέγαμε, ότι ο αθλητισμός είναι ταυτόσημος με τις οργανωμένες δραστηριότητες. Οι μη οργανωμένες αθλητικές δραστηριότητες σε ατομικό επίπεδο, έχουν αποκλειστεί, καθώς οι δυνατότητες μιας κυβέρνησης να επηρεάσει αυτού του είδους τις δραστηριότητες είναι σχετικά περιορισμένη.

Όσο για το τι αποτελεί αθλητική δραστηριότητα, μέσα απ' αυτή την οπτική γωνία, θα πρέπει να ορθωθεί για το ποιες από τις σχετικές δραστηριότητες μπορούν να εκληφθούν ως ψυχαγωγικές (π.χ. ψάρεμα, γκολφ, σκι, ιππασία κ.λπ.) και ποιες ως δραστηριότητες περιπέτειας (π.χ. αλεξίπτωτισμός, ανεμοπορία, αναρρίκηση κ.λπ.), διότι όλες αυτές απαιτούν δεξιότητες και προσφέρουν δυνατότητες ανταγωνισμού. Παρ' όλα αυτά γίνονται συχνά με μη οργανωμένο τρόπο και

Ο αθλητικός τουρισμός στην Ελλάδα:

Μια Επισκόπηση των Επιδράσεων και των Ωφελειών

έτσι ίσως οι δραστηριότητες αυτές να καταλήγουν να είναι εντελώς συμπωματικές μέσα στον κύριο σκοπό του ταξιδιού ενός ατόμου (Ball and Ciriaco, 1978).

Αναντίρρητα, τα οργανωμένα αθλητικά γεγονότα, πρωταθλήματα, τελικοί αγωνισμάτων κ.λπ., προσφέρουν περισσότερες ευκαιρίες για την αθλητική βιομηχανία και τις κυβερνήσεις, προκειμένου να επικεντρωθούν στην αύξηση του τουριστικού δυναμικού, απ' ό,τι οι δραστηριότητες αναψυχής και περιπέτειας, όσο σημαντικές κι αν είναι αυτές (Bucher and Bucher, 1974).

Τα οργανωμένα αθλητικά γεγονότα είναι, λοιπόν, εκείνα στα οποία πρέπει να επικεντρωθεί η προσοχή, εάν στοχεύει κανείς σε περαιτέρω ανάπτυξη.

Τουρισμός και αθλητισμός – Η παγκόσμια αγορά

Η τουριστική βιομηχανία έχει αναπτυχθεί σε τέτοιο βαθμό, που έχει γίνει από τις μεγαλύτερες, τόσο στην Ελλάδα, όσο και παγκοσμίως. Το 1999, το Παγκόσμιο Συμβούλιο Ταξιδιών και Τουρισμού (World Travel and Tourism Council) ανέφερε ότι αναφορικά με την παγκόσμια οικονομία, τα ταξίδια και ο τουρισμός παράγουν άμεσα και έμμεσα:

- 11% του ΛΕΠ,
- 200 εκατομμύρια θέσεις εργασίας,
- 8% της συνολικής απασχόλησης και

γασίας ανά έτος μέχρι το 2010.

Στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (World Tourism Organisation) για το 1999 δείχνουν ότι 663 εκατομμύρια άνθρωποι έκαναν τουλάχιστον 1 διανυκτέρευση σε μια ξένη χώρα, παρουσιάζοντας αύξηση 4,1% σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά. Οι διεθνείς τουριστικές δαπάνες άγγιξαν τα 453 δισεκατομμύρια δολ. – ένας ρυθμός αύξησης περίπου 3% σε σύγκριση με το 1998. Αυτά τα αποτελέσματα ταυτίζονται με τη μακροπρόθεσμη πρόβλεψη ανάπτυξης του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (Tourism: 2020 Vision), η οποία προβλέπει ότι ο τουριστικός τομέας θα αυξάνεται με ετήσιο ρυθμό 4,1% για τις επόμενες δύο δεκαετίες. Οι ετήσιες διεθνείς αφίξεις αναμένεται να ξεπεράσουν το 1 δισεκατομμύριο κατά το έτος 2010 και να φθάσουν το 1,6 δισεκατομμύριο κατά το έτος 2020 (Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού, 2002).

Οι λόγοι γι' αυτή την αειφόρο ανάπτυξη περιλαμβάνουν: μεγαλύτερο διαθέσιμο εισόδημα των δυνάμει τουριστών και ειδικά σε κάποιες από τις αναδυόμενες οικονομίες της Ασίας, περισσότερο ελεύθερο χρόνο, πρόωρη συνταξιοδότηση, βελτίωση στις υποδομές και τη μετακίνηση (ιδιαίτερα στις αερομεταφορές) και μεταβολές στις προτιμήσεις των καταναλωτών (Παυλόπουλος, 1998).

Αθλητισμός

Τέλος ο τουρισμός άσκει και οι δαπ

πολύ μεγάλες και επιτυχημένες βιομηχανίες παγκοσμίως. Μια έκθεση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής το 1994 για την Ευρωπαϊκή Κοινότητα και τον Αθλητισμό, υπολόγιζε ότι η αθλητική βιομηχανία είναι υπεύθυνη για το 2,5% του παγκόσμιου εμπορίου.

Οι παράγοντες που επηρεάζουν την ανάπτυξη του αθλητισμού και των δραστηριοτήτων αναψυχής είναι όμοιες με εκείνες που επηρεάζουν την τουριστική ανάπτυξη – ιδιαίτερα αυξημένο διαθέσιμο εισόδημα, περισσότερο διαθέσιμο ελεύθερο χρόνο και μεταβαλλόμενες καταναλωτικές προτιμήσεις. Η αυξημένη συνειδητοποίηση των ωφελειών που επιφέρει η φυσική άσκηση για όλες τις ηλικίες είναι εξίσου σημαντική (Παπαγεωργίου και Καραγιαννίδης, 1994). Επιπροσθέτως, ο ρόλος των Μ.Μ.Ε. είναι πολύ σημαντικός για την προώθηση του αθλητισμού. Βασικοί παράγοντες που έχουν συμβάλει στη μεγαλύτερη διεθνή προσοχή των Μ.Μ.Ε. για τα αθλήματα, ιδιαίτερα στις δυτικές οικονομίες είναι οι εξής:

- αυξημένη ζήτηση για τηλεοπτική μετάδοση αθλημάτων για την κάλυψη της καταναλωτικής ζήτησης, είτε μέσω καναλιών αφιερωμένων στον αθλητισμό (π.χ. Eurosport), είτε μέσω διαθέσιμης δορυφορικής τεχνολογίας, η οποία επιτρέπει ζωντανή κάλυψη (π.χ. Filmnet Supersport, Nova TV, Alpha Digital κ.λπ.).

- αυξημένη επικαιρότητα των αποτελεσμάτων αθλητών διεθνώς



σκει κ.λπ.).

- υψηλά ποσά χρημάτων που ξοδεύουν οι εμπορικές εταιρίες άμεσα και έμμεσα, επιχορηγώντας ομάδες, αθλητικά γεγονότα και άτομα για εμπορικούς σκοπούς,

- οι αθλητικοί σύλλογοι αρχίζουν να μοιάζουν με μεγάλες εμπορικές επιχειρήσεις,

- σημαντική διαφήμιση και προώθηση που σχετίζεται με υψηλού επιπέδου αθλητικά γεγονότα, π.χ. Ολυμπιακοί Αγώνες, Παγκόσμιο Κύπελλο Ποδοσφαίρου, Πανευρωπαϊκό Πρωτάθλημα Μπάσκετ, Formula 1 Grand Prix, και διοργανώσεις σε εθνικό επίπεδο και

- αυξημένες δυνατότητες για συμμετοχή, ιδιαίτερα στις δυτικές οικονομίες, διά μέσου μεταβαλλόμενων συνθηκών στην αναψυχή, γήρανση του πληθυσμού, αυξημένο διαθέσιμο εισόδημα και αυξημένη συνειδητοποίηση των ωφελειών της φυσικής άσκησης (Ελληνικό Κέντρο Αθλητικού Δικαίου, 1999).

Αθλητικός τουρισμός

Έχοντας υπόψη τις τάσεις που παρουσιάζονται, τόσο στον αθλητικό, όσο και στον τουριστικό τομέα, δεν είναι παράδοξη η σημαντική αύξηση που παρουσιάζεται επίσης στα ταξίδια για σκοπούς που σχετίζο-

ματικότητα, αυτή η αύξηση συνδέεται με ακόμη μία τάση – του ταξιδιού για συγκεκριμένους σκοπούς, ένας εκ των οποίων είναι η αθλητική δραστηριότητα.

Η Βρετανική Τουριστική Αρχή (British Tourist Authority) και το Αγγλικό Τουριστικό Επιμελητήριο (English Tourist Board) υποστηρίζουν ότι έως και 20% των τουριστικών ταξιδιών έχουν πρωταρχικό σκοπό τη συμμετοχή σε αθλητική δραστηριότητα, ενώ μέχρι και το 50% των διακοπών περιλαμβάνουν περιστασιακή συμμετοχή σε αθλήματα.

Στην περίπτωση των Ηνωμένων Πολιτειών, η Ένωση Ταξιδιωτικής Βιομηχανίας της Αμερικής (Travel Industry Association of America) βρήκε ότι κατά τα τελευταία 5 έτη, το 38% των Αμερικανών ενήλικων συμμετείχε σε τουλάχιστον ένα οργανωμένο αθλητικό γεγονός – πρωτάθλημα ή τελικό – είτε ως θεατής είτε ως αθλητής, έχοντας διανύσει γι' αυτό τον σκοπό 50 μίλια ή παραπάνω. Αυτά τα ποσοστά συμβαδίζουν σε γενικές γραμμές με τα καναδικά δεδομένα. Το 1998, η Καναδική Ταξιδιωτική Επιθεώρηση (Canadian Travel Survey) βρήκε ότι το 37% των ταξιδιών εντός της χώρας για εκείνη τη χρονιά ήταν για σκοπούς σχετιζόμενους με τον

Commission, 1999).

Αυτοί οι αριθμοί βασίζονται σε έναν μάλλον ευρύ ορισμό του αθλητικού τουρισμού. Ιδιαίτερα η αθλητική αγορά και ενδεχομένως και η τουριστική αθλητική αγορά γίνονται ολοένα και περισσότερο διεθνοποιημένες.

Όπως αναφέρθηκε προηγουμένως, η ύπαρξη τηλεοπτικών καναλιών που προβάλλουν αποκλειστικά αθλητικά γεγονότα από πολυάριθμες χώρες ανά την υφήλιο, όπως επίσης και η αυξημένη κάλυψη μιας ολοένα και περισσότερο διευρυνόμενης γκάμας αθλητικών γεγονότων διά μέσου όλο και περισσότερων καναλιών, δηλώνουν ότι υπάρχει αυξημένη συνειδητοποίηση της πληθώρας των αθλητικών δραστηριοτήτων που λαμβάνουν χώρα παγκοσμίως, συμπεριλαμβανομένων χωρών όπως η Ελλάδα.

Τουρισμός και αθλητισμός - Η Ελληνική αγορά

Τουρισμός

Ο τουρισμός στην Ελλάδα έχει αναπτυχθεί σε τέτοιο βαθμό ώστε να αποτελεί μία από τις σημαντικότερες βιομηχανίες της. Μπορεί να είναι ένας σχετικά μικρός παίκτης σε επίπεδο διεθνών αφίξεων (12.164.088 ξένοι τουρίστες) καταλαμβάνοντας την 15η θέση σε παγκόσμια κατάταξη, όμως αποτελεί ένα κύριο τουριστικό προορισμό σε επίπεδο εισροής συναλλάγματος, ερχόμενη 10η σε παγκόσμια σειρά κατάταξης για το 1999. Την περίοδο 1998 – 1999, ο τουριστικός τομέας συνέβαλε κατά 7% στο Α.Ε.Π. Επίσης, ήταν υπεύθυνος για την απασχόληση (άμεση και έμμεση) άνω των 1.000.000 ατόμων, δηλαδή του 10% του συνολικού ελ-

Οι ελληνικές κυβερνήσεις είχαν ανέκαθεν μια πολιτική που υποστήριζε τη διεξαγωγή αθλητικών διοργανώσεων σε εθνικό και διεθνές επίπεδο, με αρκετά αθλητικά, οικονομικά, κοινωνικά και πολιτιστικά οφέλη, τα οποία αφήνουν σημαντική κληρονομιά για το μέλλον.

ίδια περίοδο, οι τουριστικές δαπάνες από τον εγχώριο τουρισμό έφτασαν τα 1.200 εκατομμύρια δολάρια, ενώ ο διεθνής τουρισμός δημιούργησε εξαγωγές του ύψους των 5.784 εκατομμυρίων δολαρίων (Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού, 2002).

Ο τουρισμός πρόκειται να συνεχίσει να παίζει έναν πρωταγωνιστικό ρόλο στην οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη της Ελλάδας. Το Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων (Ι.Τ.Ε.Π.) προβλέπει ότι οι διεθνείς αφίξεις την περίοδο 1998 – 2011 θα αυξάνονται με ένα μέσο ετήσιο ρυθμό 11,1% και θα δημιουργήσουν περίπου 4.225 εκατομμύρια δολάρια σε τουριστικές εισροές. Αυτό πρακτικά σημαίνει ότι ο αριθμός των διεθνών επισκεπτών θα έχει αυξηθεί περίπου κατά 6 εκατομμύρια μέχρι το 2011 (Παπανίκος, 1999).

Αθλητισμός

Η Ελλάδα μπορεί να χαρακτηριστεί δικαίως ως η «γενέτειρα του αθλητισμού» όπως αποδεικνύεται από τη δημιουργία των Ολυμπιακών Αγώνων. Σήμερα, ο αθλητικός τομέας περιλαμβάνει στις τάξεις του άτομα από κάθε κοινωνική και οικονομική επιφάνεια και δημογραφικό σύνολο, αποδεικνύοντας ότι οι Έλληνες δείχνουν σημαντικό ενδιαφέρον για κάθε είδους αθλητική δραστηριότητα. Εξάλλου, η συμμετοχή ωφελεί όχι μόνο την υγεία και την εν γένει σωματική κατάσταση των Ελλήνων, αλλά συμβάλλει αποφασιστικά και στην οικονομία της χώρας (Τουρισμός και Οικονομία, 1987).

Ακριβή στοιχεία είναι υπερβολικά δύσκολο να βρεθούν, ένα πρόβλημα που υφίσταται και για τον Αθλητικό Τουρισμό. Αυτό που είναι ξεκάθαρο είναι ότι ο αθλητικός

τομέας παράγει πολλά εκατομμύρια δολάρια μέσα στην οικονομία και δίνει απασχόληση σε δεκάδες χιλιάδες ανθρώπους.

Για παράδειγμα, στην Ελλάδα κάθε εβδομάδα λαμβάνουν χώρα πάνω από 10.000 αθλητικοί αγώνες σε εθνικό επίπεδο. Υπάρχουν περισσότεροι από 5.000 αθλητικοί σύλλογοι όπου τουλάχιστον 500.000 άτομα συμμετέχουν σ' αυτούς, είτε ως αθλητές, προπονητές, παράγοντες κ.λπ. Στόχος της Γενικής Γραμματείας Αθλητισμού για τα επόμενα χρόνια είναι να διπλασιαστεί αυτός ο αριθμός και να φτάσει το 1.000.000. Ιστορικά να αναφέρουμε ότι στα μέσα της δεκαετίας του 1970 υπήρχαν στην Ελλάδα περίπου 1.000 ποδοσφαιρικοί σύλλογοι και 150 αθλητικά σωματεία όλων των υπόλοιπων αθλημάτων. Σήμερα ο αριθμός τους έχει αυξηθεί κατακόρυφα, δηλαδή 3.500 ποδοσφαιρικοί σύλλογοι και πάνω από 1.500 αθλητικά σωματεία για όλα τα υπόλοιπα αθλήματα.

Όσον αφορά την αθλητική δαπάνη, η Γενική Γραμματεία Αθλητισμού δαπανά άμεσα κάθε χρόνο πάνω από 60 δισεκατομμύρια δραχμές σε επιχορηγήσεις. Επιπλέον, το κράτος όσο και οι διάφοροι δήμοι δαπανούν επίσης αντιστοιχού ύψους ποσά για επιχορηγήσεις σε αθλητικά σωματεία, ομοσπονδίες, έργα κ.λπ. (Γενική Γραμματεία Αθλητισμού, 2002).

Οι ελληνικές κυβερνήσεις είχαν ανέκαθεν μια πολιτική που υποστήριζε τη διεξαγωγή αθλητικών διοργανώσεων σε εθνικό και διεθνές επίπεδο, με αρκετά αθλητικά, οικονομικά, κοινωνικά και πολιτιστικά οφέλη, τα οποία αφήνουν σημαντική κληρονομιά για το μέλλον.

Σε διεθνές επίπεδο για παράδειγμα, κατά τη διάρκεια του 6ου Παγκόσμιου Πρωταθλήματος Στί-

βου το 1997, περίπου 10.000 ξένοι επισκέφθηκαν την Αθήνα γι' αυτό τον σκοπό. Η τουριστική δαπάνη και τα έσοδα κατά τη διάρκεια εκείνης της εβδομάδας των αγώνων υπολογίζεται στα 5 δισεκατομμύρια δραχμές. Επιπλέον, στο Παγκόσμιο Πρωτάθλημα Κολύμβησης (25m) της Αθήνας το 2000, 10.000 θεατές παρακολούθησαν τους αγώνες, ενώ δημιουργήθηκαν 1.000 θέσεις εργασίας γι' αυτό το αθλητικό γεγονός των 5 ημερών. Τα έσοδα που δημιουργήθηκαν (τουριστικές δαπάνες, χορηγίες, τηλεοπτική κάλυψη κ.λπ.) ξεπερνούν το 1 δισεκατομμύριο δραχμές.

Σε εθνικό επίπεδο, σημαντικό οικονομικό αντίκτυπο έχει το Πανελλήνιο Πρωτάθλημα Στίβου που διοργανώνεται κάθε χρόνο και στο οποίο συμμετέχουν περισσότερα από 1.000 άτομα (αθλητές από ολόκληρη την Ελλάδα, προπονητές, επίσημοι κ.λπ.). Εάν λάβουμε υπόψη τον αριθμό των θεατών, τις οικογένειες των αθλητών που ταξιδεύουν μαζί τους, τη διαφήμιση – άμεση και έμμεση – από την τηλε-



Η ανάληψη των Ολυμπιακών Αγώνων αναγνωρίζεται ως μια πρώτης τάξεως ευκαιρία για τη διοργανώτρια πόλη και χώρα, να πραγματοποιηθεί μια υψηλού επιπέδου προώθηση των τουριστικών προϊόντων της σε παγκόσμιο επίπεδο.

οπική κάλυψη των αγώνων, τις χορηγίες (sponsorships), το λειτουργικό κόστος των αθλητικών σωματείων που συμμετέχουν (διαμονή σε ξενοδοχεία, διατροφή, transfer κ.λπ.), τότε το οικονομικό αντίκτυπο και τα οφέλη που προκύπτουν από αυτές τις διοργανώσεις είναι ιδιαίτερης σημασίας.

Επιπλέον, τα κοινωνικά οφέλη που δημιουργούνται από τις αθλητικές δραστηριότητες περιλαμβάνουν:

- Προβολή του συγκεκριμένου τόπου μέσω της κάλυψης των Μ.Μ.Ε.
- Ένιαξη της χώρας (ή περιοχής) στον διεθνή χάρτη.
- Ανάπτυξη δεσμών με άλλες χώρες, γεγονός το οποίο μπορεί να οδηγήσει σε οικονομικές συνεργασίες.
- Πολιτιστική ανάπτυξη.
- Δημιουργία ενός πνεύματος εθελοντισμού.
- Κληροδότηση των αθλητικών εγκαταστάσεων και εκδηλώσεων.

Όσον αφορά τη νεολαία, οι ελληνικές κυβερνητικές πολιτικές εδειχναν ανέκαθεν ενδιαφέρον στον τομέα του αθλητισμού.

Για παράδειγμα, σύμφωνα με μια μελέτη του Συμβουλίου της Ευρώπης (1990), η Ελλάδα έχει δώσει ιδιαίτερο βάρος στα 600.000 παιδιά της σχολικής ηλικίας μεταξύ 6 και 12 ετών, οι φυσικές δραστηριότητες των οποίων καθοδηγούνται από 500 δασκάλους γυμναστές.

Το ίδιο συμβαίνει και στα 2.000 ανάητρα παιδιά, τα οποία υποβοηθούνται από 150 ειδικά εκπαιδευμένους γι' αυτό τον σκοπό γυμναστές δασκάλους. Υπάρχουν επιπλέον και 250 γυμναστές, οι οποίοι προωθούν τον αθλητισμό για τις γυναίκες, τομέας που τα τελευταία χρόνια έχει αναπτυχθεί σαν τμήμα μιας ουσιαστικής μελετημένης και σοβαρής εκστρατείας.

Αθλητικός Τουρισμός

Σύμφωνα με τον Λύτρα (1991), τόσο η αθλητική, όσο και η τουριστική βιομηχανία στην Ελλάδα έρχονται σε άμεση συνάφεια με τον τομέα του αθλητικού τουρισμού. Οι σχετιζόμενοι τομείς περιλαμβάνουν τουριστικούς και αθλητικούς φορείς, αθλητικά σωματεία, εταιρείες διοργάνωσης και προώθησης εκδηλώσεων, γραφεία ταξιδιών, τουρ operators, ξενοδοχεία και την πλήρη κλίμακα των επιχειρήσεων που προμηθεύουν αγαθά και υπηρεσίες, τόσο σε τουριστικούς, όσο και σε αθλητικούς οργανισμούς.

Όλες οι προαναφερόμενες κατηγορίες όμως δεν αντιλαμβάνονται πάντοτε ότι αποτελούν τμήμα της ευρύτερης βιομηχανίας του αθλητικού τουρισμού, με αποτέλεσμα πιθανές χαμένες ευκαιρίες που σχετίζονται με την ανάπτυξη πολλών και διαφόρων ελληνικών αθλητικών εκδηλώσεων.

Επιπλέον, η Ελλάδα διαθέτει πολλά ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα στην αγορά του αθλητικού τουρισμού: **ένα εξαιρετικό κλίμα που προδιαθέτει για υπαίθριες δραστηριότητες, μια πολυποικίλη γκάμα αθλητικών δραστηριοτήτων, πρόσβαση σε ποιοτικές αθλητικές εγκαταστάσεις, καλά ανεπτυγμένη τουριστική υποδομή, θέρετρα και θέλγητρα και μια διεθνώς αναγνωρισμένη εικόνα ως αθλητικού έθνους και ως τουριστικούς προορισμούς.** Αυτά τα «περιουσιακά στοιχεία» διαμορφώνουν τη βάση για ένα διεθνώς ανταγωνιστικό τουριστικό προϊόν. Από την άλλη πλευρά όμως, θα πρέπει να δοθεί βάρος στο να διευθύνονται με τέτοιο τρόπο, ώστε να παρέχουν τα μέγιστα οφέλη για τη χώρα ως σύνολο (Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού, 1993).

Ενώ υπάρχουν πολυάριθμες ευ-

καιρίες μέσα στον ευρύτερο χώρο του αθλητικού τουρισμού, ορισμένοι τομείς και ορισμένες αγορές δείχνουν να έχουν ιδιαίτερο δυναμικό για να τους εκμεταλλευτεί η Ελλάδα. Για παράδειγμα, η δυναμική αύξηση της τουριστικής βιομηχανίας εξαιτίας των Ολυμπιακών Αγώνων που θα διεξαχθούν στην Αθήνα το 2004 έχει εισηγηθεί από την ελληνική κυβέρνηση ως ένας επιπλέον πολύτιμος οικονομικός πόρος - και ο αθλητικός τουρισμός πλέον αποτελεί έναν τομέα προτεραιότητας.

Ευκαιρίες για την Ελλάδα σε τοπικό, εθνικό και διεθνές επίπεδο

Οι Ολυμπιακοί Αγώνες

Αυτό το μεγάλο αθλητικό γεγονός είναι το πιο αναγνωρισμένο παράδειγμα του αθλητικού τουρισμού. Και τα μεγάλα αθλητικά γεγονότα, όπως οι Ολυμπιακοί Αγώνες, δεν είναι τυχαίο ότι υποδέχονται τον μεγαλύτερο όγκο θεατών και τις υψηλότερες εισπράξεις από όλα τα ειδικά φεστιβάλ και εκδηλώσεις.

Η αξία της διοργάνωσης των Ολυμπιακών Αγώνων έχει γίνει αντικείμενο μεγάλης έρευνας και πολυδιάστατων απόψεων σχετικά με τα οφέλη και το κόστος μιας τέτοιας εκδήλωσης. Μια σημαντική αύξηση του τουρισμού δεν είναι απαραίτητα εγγυημένη και αυτό εξαρτάται από την οργάνωση και το μάρκετινγκ των Ολυμπιακών Αγώνων. Παρ' όλα αυτά, η ανάληψη των Ολυμπιακών Αγώνων αναγνωρίζεται ως μια πρώτης τάξεως ευκαιρία για τη διοργανώτρια πόλη και χώρα, να πραγματοποιηθεί μια υψηλού επιπέδου προώθηση των τουριστικών προϊόντων της σε παγκόσμιο επίπεδο.

Η ανάπτυξη αθλητικών εγκατα-

οι τάσεων υψηλών προδιαγραφών και η αναβάθμιση των υπαρχουσών εγκαταστάσεων που απαιτούνται για την προπόνηση πριν από τους Αγώνες, είναι ένα προφανές και συγκεκριμένο κληροδότημα. Υψηλού επιπέδου εγκαταστάσεις συνδυασμένες με επιτυχή διεξαγωγή των Ολυμπιακών Αγώνων θα δώσουν στην Ελλάδα προβάδισμα στη διεκδίκηση σημαντικών αθλητικών γεγονότων τα χρόνια που θα ακολουθήσουν μετά τους Αγώνες.

Αυτήν ακριβώς την περίοδο, ο Παπανίκος (2001) προβλέπει ότι η Ελλάδα θα γίνει αποδέκτης ενός σημαντικού τουριστικού οφέλους από τους Ολυμπιακούς Αγώνες με επιπλέον διεθνείς αφίξεις τουριστών της τάξης των 530.000 για το 2002, 575.000 για το 2003 και 600.000 για το 2004 και 2005 (Πίνακας 1). Εάν αυτοί οι αριθμοί επαληθευτούν, και κατά πόσο πιθανότητα αυτό θα γίνει, η Ελλάδα θα έχει λάβει ένα άμεσο και σημαντικό μέρισμα από τη διοργάνωση των Αγώνων. Πολλοί από αυτούς τους επιπλέον θεατές, αναμφίβολα θα συμμετέχουν σε αθλητικές δραστηριότητες κατά την παραμονή τους στην Ελλάδα.

Κάτι επίσης σημαντικό είναι ότι οι κυβερνήσεις, τα αθλητικά σωματεία και οι επιχειρήσεις θα κληθούν να χρησιμοποιήσουν την πείρα που έχουν αποκτήσει από τη μέχρι τώρα διεξαγωγή αθλητικών εκδηλώσεων. Αυτό ισχύει όχι μόνο για την περίπτωση των Ολυμπιακών Αγώνων αλλά και για την περαιτέρω ανάπτυξη του τομέα του αθλητικού τουρισμού.

Οι Ολυμπιακοί Αγώνες θα προβάλουν εις όσον τους τουριστικούς και αθλητικούς πόρους της Ελλάδας σε έναν ακανθό όγκο αποδεκτών και αγορών, δημιουργώντας έτσι σημαντικές ευκαιρίες στο πεδίο του αθλητικού τουρισμού. Τέλος, η Ευ-



ρώπη αποτελεί την «παραδοσιακή» αγορά του αθλητικού τουρισμού στην Ελλάδα.

Ο ρόλος του μάρκετινγκ

Οι διοργανώσεις του αθλητικού τουρισμού σε τοπικό, εθνικό και διεθνές επίπεδο έχουν ένα διπλό αντίκτυπο: τον άμεσο, που αφορά τη συμμετοχή των αθλητών, παραγόντων και θεατών και τον έμμεσο αντίκτυπο του μάρκετινγκ της διοργανώτριας πύλης / χώρας, ο οποίος θα οδηγήσει με τη σειρά του σε τουριστική ροή. Αυτή η έμμεση επίδραση μπορεί να είναι πολύ μεγάλη - τα περισσότερα τουριστικά οφέλη από τους Ολυμπιακούς Αγώνες αναμένεται να είναι αυτής της φύσεως.

Ακόμη και για μικρότερης σημασίας αθλητικά γεγονότα, όπως για παράδειγμα το Ράλι Ακρόπολις, αυτή η επίδραση μπορεί να είναι πολύ σημαντική.

Υπάρχει μια σημαντική επίδραση του μάρκετινγκ μέσω της διαφήμισης από στόμα σε στόμα από τους συμμετέχοντες στο αθλητικό γεγονός. Όμως, η επίδραση είναι δυναμικά πολύ μεγαλύτερη εάν το γεγονός προσελκύσει το ενδιαφέρον των Μ.Μ.Ε. σε ευρεία κλίμακα - ιδιαίτερα τη ζωντανή (πλεοπτική κάλυψη) (Szymanski, 2001).

Η Ελλάδα αποτελεί ένα γνωστό τουριστικό προορισμό σε παγκόσμια κλίμακα. Τα οφέλη του μάρκετινγκ από αθλητικά γεγονότα

όπως οι Ολυμπιακοί Αγώνες, μπορούν να είναι ακόμη μεγαλύτερα. Με αυτόν τον τρόπο παρουσιάζεται μια πρώτης τάξεως ευκαιρία για την καλύτερη προβολή των τουριστικών πόρων της Ελλάδας μέσω αθλητικών εκδηλώσεων.

Προβλήματα και προοπτικές

Η άνθηση του αθλητισμού αποτελεί ένα σημαντικό παράγοντα για την ανάπτυξη της Ευρωπαϊκής και κατ' επέκταση της ελληνικής κοινωνίας τις τελευταίες δεκαετίες και γι' αυτό το λόγο κατέχει μία κυρίαρχη θέση σε πολιτικό επίπεδο. Οι θετικές επιδράσεις της ευρωπαϊκής και ελληνικής πολιτικής, που έχουν σκοπό να δραστηριοποιήσουν τους πολίτες να λάβουν μέρος σε αθλητικές δραστηριότητες, ενθαρρύνουν τα θετικά οφέλη για την καλή σωματική και ψυχική υγεία και τις δυνατότητες για κοινωνική συνοχή και επικοινωνία που προσφέρει η συχνή άθληση (European Sports Conference (c), (d), 1987).

Κάθε αθλητική δραστηριότητα όμως συνοδεύει και μια λιγότερο θετική πλευρά, εκείνη που σχετίζεται με τους τραυματισμούς, την πιθανή διαμάχη μεταξύ αθλητισμού και περιβάλλοντος (π.χ. Ολυμπιακό Κωπηλατοδρόμιο στον Σχοινιά) και τους κινδύνους που σχετίζονται με την παρεκκλίνουσα συμπεριφορά των φιλάθλων (χουλιγκανισμός). Επιπλέον, παρατηρείται μια τάση



ή ιδιωτικών πρωτοβουλιών και οικονομικών πόρων που διατίθενται από χορηγούς, επιχειρηματίες και τα Μ.Μ.Ε. (Desensi and Rosenberg, 1996). Για την απόλεια αυτών των φαινομένων, τα αθλητικά σωματεία θα πρέπει να έχουν την αμέριστη υποστήριξη από το κράτος.

Επίσης, οι Thoma and Chalip (1996) τονίζουν ότι το γενικότερο πρόβλημα της χρηματοδότησης των αθλητικών εκδηλώσεων φέρνει στο προσκήνιο την ανάγκη για συνεχή υπεράσπιση της ηθικής και των αξιών του αθλητισμού, λαμβάνοντας υπ' όψη τον διεθνή του χαρακτήρα.

Ιδιαίτερη μέριμνα θα πρέπει να δοθεί στη συστηματική και τακτική ανταλλαγή πληροφοριών μεταξύ της Ελλάδας και των άλλων αθλητικά ανεπτυγμένων χωρών. Στο ευρωπαϊκό προσκήνιο, θα απαιτηθούν νέες τεχνολογίες για να οικοδομηθεί η ανταλλαγή πληροφοριών.

Η Ελλάδα μπορεί να συνεισφέρει, τόσο στην ανάπτυξη του αθλητισμού παγκοσμίως, όσο και να ενημερωθεί από άλλες περιοχές (π.χ. Σίδνεϋ, Βαρκελώνη, Ατλάντα κ.λπ.) για επιμέρους ή συγκεκριμένα θέματα. Σε κάθε περίπτωση, η Ελλάδα από μόνη της δεν μπορεί να λύ-

παρουσιάζει ο αθλητισμός σε εθνικό επίπεδο.

Γι' αυτό τον λόγο, θα πρέπει να αναπτυχθούν εποχές με αθλητικά σωματεία σε ένα διακυβερνητικό πλαίσιο σε εθνικό επίπεδο ή/και με μη κυβερνητικούς αθλητικούς οργανισμούς σε διεθνές επίπεδο.

Επιλογές

Κατά πρώτο λόγο, υπάρχει ανάγκη συνεργασίας μεταξύ αθλητικού και τουριστικού τομέα, αν θέλει η Ελλάδα να επωφεληθεί της δυναμικής της για τον αθλητικό τουρισμό. Οι ευκαιρίες που ενέχει ο αθλητικός τουρισμός και ειδικότερα τα τουριστικά οφέλη, μερικές φορές χάνονται ή δεν μεγιστοποιούνται, διότι η σύνδεση μεταξύ του αθλητικού και τουριστικού τομέα δεν είναι αρκετά δυνατή.

Ιστορικά, οι αθλητικές δραστηριότητες και ειδικότερα τα αθλητικά γεγονότα οργανώνονταν από αθλητικούς συλλόγους για καθαρά αθλητικούς σκοπούς.

Η μεγιστοποίηση του τουριστικού δυναμικού των διοργανώσεων αυτών συχνά δεν αποτελούσε κύριο μέλημα του οργανωτή κι αυτό είχε ως αποτέλεσμα μια δυνητική αποτυχία της αγοράς. Ακόμη, σύμφω-

αθλητικοί οργανισμοί βασίζονται σε εθελοντές που ενδεχομένως δεν κατέχουν επιχειρηματικές ή οργανωτικές δεξιότητες ή εμπειρία σε ικανοποιητικό βαθμό. Και οι δύο αυτοί παράγοντες μπορούν να οδηγήσουν σε χαμένες ευκαιρίες στον τουρισμό. Για να αποφευχθεί αυτό, είναι απαραίτητο να δομηθεί μια καλύτερη σύνδεση μεταξύ του αθλητικού και τουριστικού τομέα σε τοπικό και εθνικό επίπεδο.

Δεύτερον, η εκπαίδευση και κατάρτιση είναι ζωτικής σημασίας για την επιτυχία, τόσο του αθλητικού, όσο και του τουριστικού τομέα (European Sports Conference (a), (b), 1987).

Όσον αφορά τον αθλητικό τουρισμό, το ζήτημα της εκπαίδευσης και κατάρτισης είναι ιδιαίτερα σημαντικό, διότι διασφαλίζει ότι τα αθλητικά σωματεία, ιδιαίτερα, κατέχουν τις απαιτούμενες δεξιότητες για να διοργανώσουν επιτυχημένες αθλητικές εκδηλώσεις, για να αναγνωρίσουν και για να εκμεταλλευτούν τις τουριστικές ευκαιρίες που συνοδεύουν τη διοργάνωση αυτών των εκδηλώσεων.

Κι ενώ η κατάρτιση σ' αυτόν τον τομέα είναι σίγουρα διαθέσιμη, όμως υπάρχει το ζήτημα της διασφάλισης ότι αυτή η εκπαίδευση συνάδει με τις ανάγκες του τομέα και επιπλέον είναι προσβάσιμη και έχει χαμηλό κόστος.

Τρίτον, οι οικονομικοί λόγοι για τους οποίους πρέπει να αναπτυχθεί άμεσα ο αθλητικός τουρισμός στην Ελλάδα είναι ιδιαίτερου βάρους. Οι Gratton και Taylor (1991) υπογραμμίζουν ότι ο οργανωμένος αθλητισμός έχει ένα άμεσο οικονομικό αντίκτυπο στον τουρισμό με πολλούς τρόπους. Ένα ταξίδι, ακόμη και στη διπλανή πόλη, απαιτεί εστίαση σε εστιατόρια, έξοδα βενζίνης, αγορές πρώτης ανάγκης σε

Το ποδοσφαιρικό πρωτάθλημα τα Σαββατοκύριακα ίσως συχνά απαιτεί και διαμονή σε ξενοδοχείο, το οποίο θα μπορεί να δρα ως ένα κεντρικό σημείο συνάντησης.

Να συγκεντρώνονται εκεί οι παρές ή ακόμη και να παρατείνουν τη διαμονή τους μετά το αθλητικό γεγονός ή να επισκεφτούν και πάλι μελλοντικά τη συγκεκριμένη πόλη για διακοπές. Τέλος, ένας αυξανόμενος αριθμός πόλεων δημιουργεί τις προϋποθέσεις για τη διοργάνωση αθλητικών γεγονότων, π.χ. σιραηπινγκ μάρκετινγκ και αυτές οι πόλεις δημιουργούν την υποδομή για να υποστηρίξουν τη διοργάνωση αθλητικών γεγονότων. Θα πρέπει να τονιστεί ξανά ότι είναι

ΠΙΝΑΚΑΣ 1. ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ ΑΦΙΞΕΩΝ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ 2002-2005

ΕΤΟΣ	ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ ΑΦΙΞΕΩΝ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ (ΣΕ ΕΚΑΤΟΜΜΥΡΙΑ)	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΙΠΛΕΩΝ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ
2002	12,8	527,000
2003	13,2	574,000
2004	13,5	598,000
2005	13,8	597,000

(Αθηναϊκό Εκπαιδευσης και Ερευνας, 2001)

σημαντική η ανάπτυξη συνεργασίας με όλα τα επίπεδα του κυβερνητικού και ιδιωτικού τομέα, ώστε να προωθηθεί ακόμα περισσότερο ο αθλητικός τουρισμός (Kurtzman, 2001).

Η Ελλάδα αποτελεί μία αναπτυσ-

σόμενη δύναμη σε διάφορες αθλητικές διοργανώσεις. Η φήμη της στη διοργάνωση αθλητικών εκδηλώσεων αναγνωρίζεται παγκοσμίως και αυτό είναι πολύ σημαντικό για την εξύψωση και προώθηση του αθλητικού τουρισμού στην Ελλάδα.

Βιβλιογραφία

- Ball E. L. and Ciprizino R.E. (1978) *Leisure Services Preparation: A Competency based Approach*. New Jersey, Prentice Hall
- British Tourism Authority (2002). *A Sporting Chance for Britain*, www.sport@bta.org.uk
- Bucher C.A. and Bucher R.D. (1974) *Recreation for today's Society*. New Jersey: Prentice Hall
- Canadian Tourism Commission (1999). *Proceedings of the 2nd Conference on Sports Tourism*, Ottawa
- Commonwealth Department of Industry (2000). *Science and Resource*, ACT 2601, Canberra City, Australia
- Desensi J. and Roseberg D. (1996) *Ethics in Sport Management*, Fitness Information Technology Inc., Morgantown, WV
- European Sports Conference (1987a). *Report of the Working Group: Sport for the World*, Athens
- European Sports Conference (1987b). *Report of the Working Group: Youth - Sport*, Athens
- European Sports Conference (1987c).

development of today and tomorrow. Athens

- Γενική Γραμματεία Αθλητισμού (2002). *Συνεντεύξεις με Προϊσταμένους των Τμημάτων*
- Gratton C. and Taylor P. (1991). *Government and the Economics of Sport*, Longman
- Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (1993). *Εγχειρίδιο Ανάπτυξης στις Διακοπές*, Αθήνα
- Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (2002). *Διεύθυνση Α: Έρευνας και Ανάπτυξης, Υποδιεύθυνση Α1: Έρευνας και Ανάλυσης*
- Kurtzman J. (2001) *Economic Impact: Sport Tourism and the City*, *Journal of Sport Tourism*, Vol. 6, No. 3
- Λύρας Π. (1991) *Η Κοινωνία της Αναψυχής: Ο Συγκρασμός Τουρισμού και Αθλητισμού μπροστά στο 2000*, Interbooks
- Παπαγεωργίου Κ. και Καραγιαννίδης (1994) *Πρόταση για την αθλητική ενσκόληση τουριστών στην Ελλάδα*, 2ο Διεθνές Συνέδριο Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού, Δημοκρατικό Πανεπιστήμιο Θράκης, Κομοτηνή
- Παππικός Γ. (1999) *Οι Ολυμπιακοί Αγώνες*

Games by Holt - Winters methods. Athens Institute for Education and Research, Athens

- Παυλοπούλου Π. (1998) *Το Πανόραμα του Παγκόσμιου Τουρισμού, Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων*, Αθήνα
- Pitts B. (1998) *Case Studies in Sport Marketing*, Fitness Information Technology Inc., Morgantown, WV
- Renson R., Laemer M., Riordan I., Chassiotis D., (1991). *The Olympic Games through the ages: Greek Antiquity and its Impact on Modern Sport*, *Proceedings of the 13th International HISPA Congress, Olympia, Greece, May 22-28*, Hellenic Sports Research Institute
- Szymanski S. (2001) *Η Πάλη των Ολυμπιακών Δικαιωμάτων Αθλητικών Αγώνων*, *Οικονομία και Αθλητισμός Vol. 1, No 3*, 14-19
- The Council of Europe (1990) *Sport for All in Europe*, London, HMSO
- Thoma J. and Chalip L. (1996) *Sport governance in the global community*, Fitness Information Technology Inc., Morgantown, WV

του Μάριου Βασιλόπουλου,
Προέδρου ΠΕΦΑ

Είναι γνωστές από τη σχετική βιβλιογραφία οι πολλές συγγένειες, αλλά και οι καθοριστικές διαφορές που υπάρχουν μεταξύ των δύο θεσμών, του αθλητισμού και του τουρισμού.

Ο ελεύθερος χρόνος

Οι κυριότερες ομοιότητες αθλητισμού και τουρισμού αφορούν τη χρησιμοποίηση και στις δύο περιπτώσεις του ελεύθερου χρόνου των ερασιτεχνικά αθλουμένων και του τελικού χρήστη, των προσφερόμενων υπηρεσιών στον τουρισμό. Και στον αθλητισμό όμως, όπως και στον τουρισμό, υπάρχει ένας στενότερος κύκλος επαγγελματιών οι οποίοι αμείβονται για την παροχή των διαφόρων συντελεστών λειτουργίας των δύο θεσμών. Οι ακριβοπληρωμένοι αθλητές, οι προπονητές, οι μάνατζερ, ο αθλητικός τύπος, οι δημοσιογράφοι του αθλητισμού, οι υπάλληλοι των ενώσεων, των Σωματείων των Διεθνών οργανώσεων, όσοι επανδρώνουν τις δημόσιες υπηρεσίες αθλητισμού και τα σχετιζόμενα υπουργεία ανήκουν στην πρώτη δραστηριότητα.

Οι επιχειρηματίες και οι εργαζόμενοι στον τουρισμό, ξενοδόχοι, πράκτορες, εταιρίες συγκοινωνιών, κρουαζιέρων, ξεναγών, Δημόσιες Υπηρεσίες κ.λπ., ανήκουν στη δεύτερη δραστηριότητα, την τουριστική.

Γι' αυτούς, τους επαγγελματίες ασχολούμενους που αναφέρθηκαν παραπάνω, δεν τίθεται θέμα ελεύθερου χρόνου. Ο αθλητισμός και ο τουρισμός είναι καθαρά οικονομικά φαινόμενα, τα οποία υπακούουν στις ρυθμίσεις, στους κανόνες και στις προϋποθέσεις λειτουργίας των λοιπών οικονομικών δραστηριοτήτων και των σχετικών εποσημονικών εξειδικεύσεων. Αναπτύσσεται επομένως αθλητικό management, αθλητική κοινωνιολογία, αθλητική ψυχολογία,

στοιχα υπάρχει το τουριστικό management, τουριστική κοινωνιολογία, τουριστικό marketing κ.λπ.

Αναφερόμενοι στις ομοιότητες οικονομικής λειτουργίας των δύο θεσμών δεν θα πρέπει να μας διαφύγει και μια κολοσσιαία διαφορά, η οποία, παρόλο που αποτελεί τη διαχωριστική πύλη μεταξύ αθλητισμού και τουρισμού, έχει χαρακτηριστικά που πολλές φορές υπαγορεύουν ομοειδείς κρατικές επεμβάσεις. Πρέπει λοιπόν να τονιστεί ότι, ενώ στον τουρισμό υπάρχουν και λειτουργούν επιχειρηματικές μονάδες με κερδοσκοπικούς σκοπούς και με μετόχους οι οποίοι ακολουθούν τις βασικές οικονομικές αρχές οργάνωσης και διοίκησης των εταιριών τους, στον αθλητισμό και στις διάφορες ενώσεις προσώπων που τον διοικούν δεν υπάρχει κερδοσκοπικός προϋπολογισμός ούτε μέτοχοι που αποβλέπουν σε κάποιο μέρημα, δεδομένου ότι τα μέλη των διοικητικών συμβουλίων των σωματείων, ενώσεων, διεθνών οργανισμών κ.λπ., από καταστατικούς λόγους, ασκούν λειτουργία άμισθο και τιμητικό. Η έλλειψη όμως κέρδους δεν είναι δυστυχώς η μόνη υστέρηση στη διοίκηση του αθλητισμού. Το κύριο χαρακτηριστικό είναι τα μικρά ανταποδοτικά του έσοδα εισιτήρια, διαφημίσεις, πλεονεκτήματα δικαιώματα, που έχουν ως αποτέλεσμα όχι μόνο να μην παρουσιάζουν κέρδη οι αθλητικές ενώσεις, αλλά να διαμορφώνουν και σημαντικές ζημιές στις χρήσεις τους.

Από την άλλη πλευρά, υπάρχουν στον τουρισμό δράσεις οι οποίες, παρά το ότι συμφέρουν κοινωνικά, πολιτιστικά και εθνικά, πολλές φορές υπερβαιίνουν τα μέτρα της ιδιωτικής, οικονομικής πρωτοβουλίας, λόγω των απαιτούμενων μεγάλων κεφαλαίων, του υψηλού ποσοστού ρίσκου και της έλλειψης της απαραίτητης τεχνογνωσίας κ.λπ.

Στις περιπτώσεις αυτές η ανάληψη των σχετικών πρωτοβουλιών δεν γίνεται επειδή αν πραγματοποιείτο θα ήταν, σύμφωνα με τις επιχειρηματικές προβλέψεις, ζημιογόνος. Ποιο

του αθλητισμού, αφού τα σωματεία και οι διάφοροι οργανισμοί λειτουργούν χωρίς εξαίρεση με ζημιές και πώς προωθούνται σχέδια και δράσεις τουριστικού ενδιαφέροντος τα οποία και η ιδιωτική πρωτοβουλία δεν είναι πρόθυμη να αναλάβει;

Η απάντηση αποτελεί ακριβώς τον τίτλο μιας άλλης ομοιότητας του αθλητισμού και του τουρισμού και είναι αυτό που ονομάζουμε με τα γενικά ονόματα «επιχορηγήσεις» για τον αθλητισμό ή «επιδοτήσεις» για τον τουρισμό.

Επιχορηγήσεις - Επιδοτήσεις

Για την κάλυψη των κενών και των ελλειμμάτων στις διαχειρίσεις των αθλητικών σωματείων, ενώσεων και διεθνών οργανισμών το κράτος για λόγους κοινωνικούς, πολιτιστικούς και αναπτυξιακούς παρεμβαίνει και με άμεσες ή έμμεσες επιχορηγήσεις ενισχύει τα οικονομικά των παραπάνω οργανώσεων. Οι επιχορηγήσεις αυτές είτε καταβάλλονται με τη μορφή μετρητών ή συνίστανται στη χρήση δημόσιων χώρων εκγύμνασης ή διενέργειας αγωνισμάτων ή ακόμη στη χορήγηση δικαιωμάτων, λήψεως ποσοστών από στοιχήματα ή άλλες λαχειοφόρους δραστηριότητες, προπό κ.λπ.

Οι κρατικές επιχορηγήσεις θεωρούνται από την αθλητική φιλοσοφία ως ευνοϊκός θεσμός, γιατί μέσω αυτών το κράτος μπορεί να επεμβαίνει διορθωτικά στη δράση του αθλητισμού, ενισχύοντας επιθυμητές δραστηριότητες ή θέτοντας σε δυσμένεια άλλες κοινωνικά αποδοκιμαστές. Το αν αυτό επιτυγχάνεται στην πράξη είναι μια άλλη ιστορία, η οποία όμως εκφεύγει από τους σκοπούς και τους χρόνους της παρούσας.

Ένας δεύτερος τρόπος κάλυψης εξόδων του αθλητισμού, ευρύτατα διαδεδομένος, είναι ο θεσμός της χορηγίας. Εταιρίες δηλαδή ή άτομα μεγάλης ή μεσαίας οικονομικής επιφάνειας προσφέρονται να καταβάλουν οικονομικές ενισχύσεις σε

Αθλητισμός και Τουρισμός - Οικονομικές Εκφάνσεις

γανισμούς με μόνη αντιπαροχή τα επικοινωνιακά πλεονεκτήματα, τα οποία αποκτώνται από τέτοιου είδους δωρεές. Στην περίπτωση αυτή, πολλές φορές υπάγονται και οι πρόεδροι ή μέλη των Διοικητικών Συμβουλίων ή οι μεγαλομέτοχοι των διαφόρων αθλητικών σωματείων ή εταιριών, οι οποίοι, αντί να αποβλέπουν σε κάποιο κέρδος, καταβάλλουν εξ ιδίων ιεράσια, πολλές φορές, ποσά για την ενίσχυση της αγαπημένης τους ομάδας.

Για τις κορηγίες γενικότερα, οι οποίες δεν αφορούν μόνο τις ομάδες, αλλά και τις μεγάλες αθλητικές διοργανώσεις, όπως οι Ολυμπιακοί Αγώνες, η θεωρία του αθλητισμού έχει αναπτύξει πολλές απόψεις, άλλες υπέρ και άλλες κατά του κορηγικού θεσμού. Όσες γνώμες υποστηρίζουν τη κορηγία έχουν ως κύριο, αλλά όχι και μοναδικό επιχειρήμα ότι ο αθλητισμός και οι παγκόσμιες διοργανώσεις όπως οι Ολυμπιακοί Αγώνες είναι υπόθεση πολύ δαπανηρή και κανένα κράτος δεν θα ήταν διατεθειμένο να αναλάβει εξ ολοκλήρου τα σχετικά έξοδα. Οι υποστηρικτές αυτών των απόψεων, οι οποίοι ονομάζονται «πραγματιστές», θεωρούν ότι οι κοινωνίες βρίσκονται μπροστά στο δίλημμα να λειτουργεί ο αθλητισμός με κορηγίες ή να μην λειτουργεί καθόλου. Οι αντίθετες απόψεις, των οποίων οι υποστηρικτές ονομάζονται και αυτοί «αντίθετοι πραγματιστές», πιστεύουν ότι όπως λέει ένα αγγλικό ρητό «εκείνοι οι οποίοι πληρώνουν τον μουσικό διαλέγουν και το τραγούδι», επομένως ότι σύντομα όλες οι αποφάσεις γύρω από τον αθλητισμό θα λαμβάνονται με επιχειρηματικά κριτήρια δημοτικότητας, λαϊκού ενδιαφέρο-

αξίες και οι ηθικοπλαστικές αρχές του αθλητισμού, οδηγώντας αυτόν τον τελευταίο προς τη στυγνή και πλήρη επαγγελματοποίηση και προς αγώνες τύπου ρωμαϊκής αρένας κ.λπ.

Όπως γίνεται αντίληπτό, το πρόβλημα είναι πολύ μεγάλο γιατί στην πραγματικότητα πρόκειται για ένα αρχέγονο δίλημμα επιλογής, όπως λέει και ο καθηγητής του Πανεπιστημίου του Λονδίνου στις αθλητικές σπουδές Garry Whannel. «Το Ολυμπιακό κίνημα έχει εισέλθει σε τροχιά σύγκρουσης ανάμεσα στον υλισμό και στον ιδεαλισμό».

Γυρνώντας πίσω, τώρα, στον τουρισμό διαπιστώνουμε ότι οι κρατικές επιχειρηγήσεις, ονομαζόμενες τώρα επιδοτήσεις, υπάρχουν και εδώ. Το κράτος για λόγους οικονομικούς, πολιτικούς, κοινωνικούς, πολιτιστικούς κ.λπ. έχει αποφασίσει να ευνοεί με διάφορους τρόπους τον τουρισμό γενικά, αλλά και διάφορες συγκεκριμένες δραστηριότητες.

Η σημαντικότερη ενίσχυση του τουριστικού κλάδου της οικονομίας είναι η ίδρυση του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού, ο οποίος με τη διεθνή του οργάνωση και τα διαφημιστικά του έξοδα προβάλλει τον ελληνικό τουρισμό παγκοσμίως. Άλλες δράσεις, όπως η ίδρυση παραδοσιακών ξενώνων, σύγχρονων τουριστικών εγκαταστάσεων, αθλητικών κέντρων τουρισμού, γηπέδων γκολφ, συνεδριακών κέντρων, οικοτουριστικών εγκαταστάσεων, πολιτιστικών εκδηλώσεων τουριστικών επιχειρήσεων κ.λπ., έχουν επιλεγεί και δέχονται την οικονομική εύνοια του κράτους, είτε άμεσα με επιδοτήσεις, είτε έμμεσα με φορολογικές διευκολύνσεις. Και για τις επιδοτήσεις αυ-

καλή ή η κακή χρήση της κρατικής υποστήριξης ή δυσμένειας είναι ένα μεγάλο φιλοσοφικό και κοινωνικό πρόβλημα. Όμως, η παρούσα σύνοψη προσέγγιση δεν έχει σκοπό να λύσει όλους τους σχετικούς «γόρδιους δεσμούς». Περιορίζεται, μόνο, να επισημάνει ότι στον αθλητισμό η καλπάζουσα επαγγελματοποίηση θα πρέπει κάπου να σταματήσει, πρόβλημα που συνδέεται και με τις κορηγίες, με τις διαδικασίες δημιουργίας θεάματος και την εμπνευματοποίηση του αθλητισμού.

Μόνον έτσι μπορούν ίσως να πραγματοποιηθούν οι θεμελιώδεις αρχές του αθλητισμού και του Ολυμπισμού, όπως αναφέρονται στον Ολυμπιακό Χάρτη που υιοθετήθηκε από την Διεθνή Ολυμπιακή Επιτροπή στις 16 Ιουνίου 1991, αρχές που αποβλέπουν στην «ισόρροπη ανάπτυξη σώματος και πνεύματος και την τήρηση των παγκοσμίων και θεμελιωδών αρχών του κώδικα ηθικής» (Άρθρο 1 παρ.2).

Όσο για τον τουρισμό, αντίθετα, θα πρέπει αντί φρεναρισμού, όπως προτείνεται για τον αθλητισμό, να γίνει επιτάχυνση των διαδικασιών εκείνων που ευνοούν τις δράσεις αναψυχής και κουλτούρας, υποστηρίξεις αδύνατων ομάδων όπως οικονομική πολιτική ανάληψης έργων που η ιδιωτική οικονομία είναι απρόθυμη να πραγματοποιήσει, η οργάνωση πολιτιστικών εκδηλώσεων και πνευματικών κέντρων των τουριστικών επιχειρήσεων κ.λπ.

Οι πολιτικές αυτές θα οδηγήσουν σε λεωφόρο σύγκλισης τους δύο θεσμούς, σε μια περιοχή όπου οι αθλητικές αξίες, τα ιδεώδη της φιλοξενίας και τα ανθρωπιστικά ιδανικά θα αναπτύσσονται σε ισορροπία με την οι-

Η αθλητική χορηγία αποτελεί τις δύο τελευταίες δεκαετίες τον ιδανικότερο τρόπο γνωστοποίησης και εξάπλωσης προϊόντων και υπηρεσιών για τις επιχειρήσεις. Στις Ηνωμένες Πολιτείες και ιδιαίτερα στη Βόρεια Αμερική το φαινόμενο αυτό έχει γνωρίσει αλματώδη ανάπτυξη. Ο Πίνακας 1 παρουσιάζει την ανάπτυξη του χορηγικού φαινομένου από το 1985 έως το 1998.

Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται μια τάση χορηγιών σε γυναικεία αθλήματα που εξετάζεται από τις Nancy L. Lough & Richard L. Irwin, "A Comparative Analysis of Sponsorship Objectives for U.S. Women's Sport and Traditional Sport Sponsorship", Sport Marketing Quarterly, vol. 10, no. 4, pp. 202-211.

ΠΙΝΑΚΑΣ 1. ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΧΟΡΗΓΙΑΣ ΣΤΗΝ ΑΜΕΡΙΚΗ

ΕΤΟΣ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΩΝ ΧΟΡΗΓΩΝ	ΠΟΣΟ ΣΕ ΔΟΛ.
1998	5,200	6,80 δισ.
1997	5,000	5,90 δισ.
1996	4,900	5,40 δισ.
1995	4,800	4,70 δισ.
1994	4,600	4,25 δισ.
1993	4,500	3,70 δισ.
1992	4,300	3,20 δισ.
1991	4,200	2,80 δισ.
1990	4,000	2,50 δισ.
1989	3,850	2,10 δισ.
1988	3,700	1,75 δισ.
1987	3,400	1,35 δισ.
1986	2,100	1,00 δισ.
1985	1,600	850 εκατ.



Θα ήταν ενδιαφέρον να εξετάσουμε τους παράγοντες εκείνους που οδήγησαν στην ανάπτυξη, στον τομέα αυτό. Ο αυξανόμενος αριθμός συμμετοχών στα γυναικεία αθλήματα, καθώς και η αύξηση του αριθμού των θεατών των γυναικείων αθλημάτων είχαν ως αποτέλεσμα την εκδήλωση ενδιαφέροντος από τις επιχειρήσεις της Βορείου Αμερικής.

Στους παράγοντες αυτούς θα έπρεπε να προστεθούν η αυξανόμενη αναγνώριση της γυναικείας αγοραστικής δύναμης στην αμερικανική αγορά, η εκτεταμένη δύναμη λήψης αποφάσεων και το γεγονός ότι το γυναικείο φύλο είχε υπάρξει μέχρι πρότινος παραμελημένο κομμάτι της αγοράς στη Βόρεια Αμερική. Οι προαναφερθέντες παράγοντες οδήγησαν στη σκέψη ότι η χορηγία γυναικείων αθλημάτων θα ήταν ο ιδανικότερος τρόπος εισόδου σε αυτό το ανεκμετάλλευτο μέχρι στιγμής κομμάτι της αγοράς.

Σύμφωνα με τους συγγραφείς, δύο ερωτήματα παραμένουν μέχρι στιγμής αναπάντητα στο περιβάλλον της αθλητικής χορηγίας. Πρώτον, αν η χορηγία των γυναικείων αθλημάτων στην Αμερική θα μοιάζει με

την «παραδοσιακή» αθλητική χορηγία, με αποφάσεις συμμετοχής βασισμένες σε συγκεκριμένα κριτήρια, και δεύτερον, αν η εμφάνιση της αθλητικής χορηγίας στο σύγχρονο περιβάλλον θα καταστήσει αναγκαίο έναν προσανατολισμό με βάση τους στόχους του εκάστοτε χορηγού.

Πιο συγκεκριμένα, οι στόχοι της τρέχουσας μελέτης ήταν οι εξής:

α) να προσδιοριστούν οι κύριοι παράγοντες που χρησιμοποιήθηκαν (κίνητρα, στόχοι, μέρη της πρότασης) από τους τρέχοντες Αμερικανούς χορηγούς γυναικείων αθλημάτων σε αποφάσεις επιλογής χορηγίας, που αφορούσαν πρωτίτως χορηγικές προτάσεις από γυναικείες αθλητικές οντότητες και δευτερευόντως χορηγικές προτάσεις από επικρατούσες αθλητικές οντότητες,

β) να αξιολογηθεί η σχετική σημαντικότητα κάθε ζεύγους παραγόντων και

γ) να γίνει συγκριτική ανάλυση των δύο ζευγών παραγόντων.

Όσον αφορά τη μεθοδολογία, χρησιμοποιήθηκε ένα ερωτηματολόγιο, χρησιμοποιώντας μια κλίμακα σημαντικότητας επτά σημεί-

Οι γυναικείοι αθλητικοί οργανισμοί, που αναζητούν χορηγούς, θα πρέπει να επικεντρωθούν στο να προσφέρουν ευκαιρίες ανάπτυξης της επιχείρησης και βελτίωσης της εικόνας τους, έτσι ώστε να αποτελούν ενδιαφέρουσες πραγματικά προτάσεις για τους πιθανούς χορηγούς.

Η Χορηγία Γυναικείων Αθλημάτων

ων (το 1 θεωρούνταν καθόλου σημαντικό, ενώ το 7 πάρα πολύ σημαντικό), έτσι ώστε να επιβεβαιωθεί η σημασία κάθε στόχου της αθλητικής χορηγίας που βρέθηκε στη σχετική βιβλιογραφία. Για να συμπεριληφθεί στο δείγμα, μια επιχείρηση πρέπει να έχει αναγνωριστεί ως ενεργός χορηγός είτε α) ενός ή περισσότερων αθλητικών οντοτήτων, οι οποίες αποτελούνται -αποτελούνταν από γυναίκες αθλητές και β) ενός ή περισσότερων αθλητικών οντοτήτων, οι οποίες δεν αποτελούνται αποκλειστικά από γυναίκες αθλητές. Τα όργανα έρευνας προωθήθηκαν σε 74 τυχαία επιλεγμένα άτομα που αναγνωρίστηκαν ως οι «άνθρωποι-κλειδιά» για τις χορηγικές αποφάσεις των εταιριών που πληρούσαν τις προαναφερθείσες προϋποθέσεις. Η επεξεργασία των στοιχείων έγινε με περιγραφική στατιστική. Επιπλέον, όλοι οι στόχοι της αθλητικής χο-

ρηγίας που ερευνηθήκαν, καινοποιοήθηκαν σύμφωνα με τις διαστάσεις χορηγίας-οιόχου οι οποίες είχαν εκ των προτέρων αναπτυχθεί. Κάθε ακόλουθη διάσταση υπήρξε αντικείμενο σε t-test ανά ζεύγη (γενική χορηγία συγκρινόμενη με χορηγία γυναικείων αθλημάτων).

Η χρήση αυτή των ζευγαριών για τη σύγκριση είναι η καλύτερη δυνατή όταν γίνεται προσπάθεια να εξιχναστεί η διαφορά ανάμεσα σε μέσους όρους που προήλθαν από το ίδιο δείγμα. Εξαιτίας της ερευνητικής φύσεως της μελέτης αυτής το επίπεδο σημαντικότητας τέθηκε στο $p < .10$. Δεκαέξι από τα εβδομήντα τέσσερα ερωτηματολόγια επιστράφησαν απαντημένα, έχοντας ως αποτέλεσμα ένα ποσοστό ανταπόκρισης 21%. Η μέθοδος Cronbach Alpha που χρησιμοποιήθηκε για να αξιολογήσει την εσωτερική σταθερότητα του οργάνου έρευνας, βρέθηκε ότι αυτή ήταν .94, καταμαρτυρώντας υψηλό βαθμό ομοιογένειας απαντήσεων ανάμεσα στους ερωτηθέντες.

Ο Πίνακας 2 παρουσιάζει τα περιγραφικά στατιστικά για τον βαθμό σημαντικότητας όλων των στόχων της χορηγίας υπό εξέταση. Τα αποτελέσματα μαρτυρούν ότι οι χορηγοί των γυναικείων αθλημάτων επιθυμούν μετρήσιμα αποτελέσματα όπως αύξηση του μεριδίου αγοράς και των πωλήσεων, καθώς και κα-

λιτέρευση της εικόνας της επιχείρησης και αναγνώριση από το αγοραστικό κοινό. Η συγκριτική ανάλυση έδειξε μόνο περιορισμένες διαφορές ανάμεσα στους στόχους των χορηγιών γυναικείων αθλημάτων και των γενικών χορηγιών. Παραδείγματος χάριν, οι επιχειρήσεις που υποστηρίζουν τα γυναικεία αθλήματα τείνουν να επιδιώκουν χορηγικές ευκαιρίες σε μια προσπάθεια να αποκτήσουν καλύτερευση της εικόνας και αναγνώριση από το κοινό, ενώ αυτοί που χορηγούν άλλα γεγονότα τείνουν να δίνουν περισσότερο βάρος στην αύξηση πωλήσεων και μεριδίου αγοράς.

Βέβαια, το φύλο του αθλητή που πρωταγωνιστεί μπορεί να μην είναι το μόνο δημογραφικό χαρακτηριστικό που θα επηρεάσει τα κίνητρα του πιθανού χορηγού. Τα αποτελέσματα της ανάλυσης αυτής ρίχνουν φως στην επίδραση της ηλικίας της χορηγίας. Φαίνεται πως οι παλαιότερες χορηγίες, που αφορούν κυρίως ανδρικά αθλητικά γεγονότα ή γεγονότα και για τα δύο φύλα, έχουν έναν περισσότερο ποσοτικό προσανατολισμό, ενώ οι νεότερες χορηγικές ευκαιρίες συνήθως προσφέρουν έναν συνδυασμό από ποσοτικές και ποιοτικές προσδοκίες. Τέλος, τα αποτελέσματα αυτά δείχνουν ότι οι γυναικείοι αθλητικοί οργανισμοί, που αναζητούν χορηγούς, θα πρέπει να επικεντρωθούν στο να προσφέρουν ευκαιρίες ανάπτυξης της επιχείρησης και βελτίωσης της εικόνας τους, έτσι ώστε να αποτελούν ενδιαφέρουσες πραγματικά προτάσεις για τους πιθανούς χορηγούς.

ΠΙΝΑΚΑΣ 2. ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΟΧΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΧΟΡΗΓΙΑΣ ΤΟΥ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ ΑΝΑ ΤΥΠΟ ΧΟΡΗΓΙΑΣ

ΜΕΣΟΣ ΟΡΟΣ (1-7) ΣΤΟΧΟΣ	ΓΕΝΙΚΗ	ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ
Αύξηση πωλήσεων ποσοστού αγοράς	5,94	5,72
Αύξηση αναγνώρισης από κοινό	5,88	5,89
Βελτίωση εικόνας της εταιρίας	5,81	5,94
Αύξηση αναγνώρισης της εταιρίας	5,56	5,53
Σχέσεις με κοινότητα	4,75	4,88
Ανάπτυξη ευπορικών σχέσεων	4,50	4,29
Ανάπτυξη καλής θέλησης	4,31	4,24
Ενδειξη κοινωνικής ευθύνης	4,19	4,57
Μπλοκάρισμα του ανταγωνισμού	4,19	4,00
Βελτίωση σχέσεων με υπαλλήλους	3,76	3,78
Ενδειξη επιχειρησιακής φιλάνθρωπιας	3,13	3,71



Στη σύγχρονη εποχή, ο αθλητισμός αποτελεί μια και' εξοχόν επιχειρηματική δραστηριότητα και γι' αυτόν ακριβώς τον λόγο, η ικανότητα διαχείρισης και διεύθυνσης του ανθρώπινου δυναμικού είναι εξίσου, αν όχι περισσότερο, πολύτιμη διαδικασία, σε βαθμό σημαντικότητας και για τα μετέπειτα επιτυχία του σκοπού της, με την οικονομική διαχείριση ή το μείγμα marketing (προβολή και προώθηση) που εφαρμόζει ένας αθλητικός φορέας.

Με τον όρο διαχείριση ανθρώπινου εργατικού δυναμικού σε μια αθλητική επιχείρηση, εννοούμε την ορθή πρόσληψη, την άρτια εκπαίδευση, την προτροπή ή την αποτροπή ανάλογα με την ιδιαιτερότητα των εργασιακών συνθηκών της λήψης ή μη μιας επιχειρηματικής απόφασης και γενικότερα, την καθημερινή άσκηση ψυχολογική - πνευματική - σωματική προετοιμασία των εργαζομένων, σε μια αθλητική κρατική ή ιδιωτική επιχείρηση παροχής υπηρεσιών ή παραγωγής προϊόντων, ώστε απρόσκοπτα να προσφέρουν τις υπηρεσίες, την τεχνογνωσία και το 100% των δυνατοτήτων τους, για να επιτύχουν τους στόχους της επιχείρησης.

Το ανθρώπινο δυναμικό μιας αθλητικής επιχείρησης ή ενός αθλητικού οργανισμού, που περιλαμβάνει από τους αθλητές που αγωνίζονται σε μια επαγγελματική ομάδα ή αλλιώς, τους προπονη-

τές, τους υπεύθυνους ασφαλείας, τους διευθυντές οικονομικής διαχείρισης έως το απλό προσωπικό συντήρησης και καθαριότητας σε μια αθλητική επιχείρηση. Η διαχείριση του ανθρώπινου δυναμικού παρουσιάζεται, σε επίπεδο χειριδίου, από δύο Αμερικανούς συγγραφείς (βλέπε Tim Flannery & Mike Swank Personnel Management for Sport Directors, Human Kinetics, 1999).

Το εν λόγω βιβλίο επιτυγχάνει την εισαγωγική διερεύνηση θεμάτων διαχείρισης προσωπικού και απευθύνεται σε φοιτητές που επιθυμούν να αποκτήσουν ειδικές γνώσεις σε ζητήματα οργάνωσης προσωπικού, καθώς και σε εξειδικευμένους επιστήμονες, αθλητικούς παράγοντες, επιχειρηματίες και σιελέξη επιχειρήσεων αθλητικών προϊόντων και υπηρεσιών, που θέλουν να εκσυγχρονίσουν την τεχνογνωσία τους σε ανάλογα θέματα.

Κύριος στόχος των συγγραφέων είναι η προώθηση της επιστημονικής διοίκησης του ανθρώπινου δυναμικού στον αθλητισμό.

Το βιβλίο είναι χωρισμένο σε 3 μέρη. Το πρώτο μέρος αναφέρεται στις ηγετικές ικανότητες που πρέπει να κατέχουν οι αθλητικοί διευθυντές διαχείρισης προσωπικού. Το τρίπτυχο, στο οποίο στηρίζεται η δράση λειτουργίας των αθλητικών διευθυντών, είναι:

- Σχεδιάζω - Προγραμματίζω
- Εφαρμόζω
- Αξιολογώ

Το 1ο κεφάλαιο αναφέρεται στην κατανόηση του ρόλου (των δραστηριοτήτων) που πρέπει να διαθέτει ο Αθλητικός Διευθυντής Προσωπικού, δηλαδή να καθορίζει τους αντικειμενικούς στόχους του οργανισμού, να καθιερώνει τις προσωπικές αρχές και τις γραμμές δράσης ανθρώπινου εργασιακού δυναμικού και τέλος, να σχηματίζει κατανοητές και εφαρμοσμένες στρατηγικές λειτουργίας της επιχείρησης, τις οποίες φυσικά θα τις υποστηρίξει.

Στο 2ο κεφάλαιο, τονίζονται οι στόχοι και στρατηγικές που πρέπει να καθορίζονται από τον διευθυντή προσωπικού. Οι στόχοι, οι οποίοι υλοποιούνται αν λειτουργήσει ένα συνολικό πλαίσιο φιλοσοφίας και διαχείρισης, επιτυγχάνονται αποκλειστικά με τη συνδρομή στρατηγικών δράσης και σκληρής δουλειάς.

Το 3ο κεφάλαιο, μας εισαγάγει στις πολυσύνθετες ενέργειες του πώς να καθορίζει κάποιος, ως αθλητικός διευθυντής, τις ανάγκες του προσωπικού, πώς να αναπτύσσεται ένα εργασιακό πρόγραμμα διαχείρισης προσωπικού και πώς να εφαρμόζεται ικανοποιητικά το πλάνο για τη διαδικασία αξιολόγησης του προσωπικού. Όπως ενδεικτικά αναφέρεται, το πιο πολύτιμο στοιχείο για την επιτυχημένη λειτουργία οποιουδήποτε αθλητικού προγράμματος είναι οι άνθρωποι.

Το δεύτερο μέρος, το οποίο αποτελείται από το 4ο, 5ο και 6ο κεφάλαιο, ασχολείται με τις ανθρώπινες ικανότητες (ανθρώπινα προσόντα).

Το 4ο κεφάλαιο επικεντρώνεται στις δύο ενέργειες που θα αποσολήσουν τον αθλητικό διευθυντή, κατά την πλειοψηφία του εργασιακού του χρόνου: της ενέργειας του να συμβουλευτεί και της ενέργειας του να εκπαιδεύει το ανθρώπινο δυναμικό. Σύμφωνα με τους συγγραφείς, ως συμβουλή θεωρείται η ανάπτυξη στενών διαπροσωπικών σχέσεων, ώστε το προσωπικό να φτάσει σε υψηλά επίπεδα απόδοσης, ενώ με ενθαρρύνει Αε.

Διαχείριση Προσωπικού για Αθλητικούς Διευθυντές

αφείκει το σύνολο των πράξεων που συντηγορούν στη μετάδοση της απαραίτητης γνώσης από τον αθλητικό διευθυντή προς τους εργαζομένους, ώστε να ασκήσουν τα καθήκοντά τους με τον κατάλληλο τρόπο. Ο αθλητικός διευθυντής πρέπει να γνωρίζει πότε και πώς να συμβουλεύει ή να εκπαιδεύει, καθώς υπάρχει ευδιάκριτος διαχωρισμός μεταξύ των δύο ενεργειών.

Το 5ο κεφάλαιο εστιάζεται στην επικοινωνία και στην επίλυση των εσωτερικών εργασιακών διαμαχιών. Ο τρόπος με τον οποίο επικοινωνεί ο αθλητικός διευθυντής καθορίζει, κατά πολύ μεγάλο ποσοστό, τον τρόπο που επιλύει τις εργασιακές διαφορές και αντιπαραθέσεις, καθώς και τον τρόπο που διατηρεί τις ισορροπίες μεταξύ των εργαζομένων.

Το 6ο κεφάλαιο καταπιάνεται με την ορθή επιλογή και αξιολόγηση του προσωπικού. Ο αθλητικός διευθυντής είναι προτιμότερο να αποφύγει την πρόσληψη προσωπικού που δεν έχει συνειδητοποιήσει την υποστολή του ή που δεν συμφωνεί με τη φιλοσοφία του αθλητικού τμήματος που ηγείται. Ο αθλητικός διευθυντής πρέπει να αφιερώνει τον κατάλληλο χρόνο, ώστε να επιλέγει το σωστό προσωπικό, καθώς επίσης, να αναπτύξει την ικανότητά του αναφορικά με την προσωπική εκτίμηση και πρόβλεψη του στη μελλοντική εργασιακή απόδοση των εξεταζόμενων υποψηφίων διαμέσου των συνεντεύξεων. Το επόμενο βήμα, ύστερα από την ορθή πρόσληψη, είναι η ορθολογική αξιολόγηση προσωπικού με τη χρησιμοποίηση των κατάλληλων μεθό-

τευχθεί η υψηλότερη δυνατή απόδοση.

Το τρίτο μέρος του βιβλίου, το οποίο αποτελείται από το 7ο, 8ο, 9ο και 10ο κεφάλαιο, καταδεικνύει τις διοικητικές ικανότητες που πρέπει να έχει ο αθλητικός διευθυντής.

Το 7ο κεφάλαιο ασχολείται με τη διαμόρφωση του χαρακτήρα των συμμετεχόντων στα αθλητικά προγράμματα. Στο επίκεντρο κάθε αθλητικού προγράμματος τοποθετούνται και βρίσκονται οι αθλητές. Ο αθλητικός διευθυντής οφείλει να σχεδιάζει το πρόγραμμά του, επικεντρώνοντας την προσοχή του στους αθλητές, με όλους τους άλλους παράγοντες να συνεπικουρούν προς και για την επίτευξη των αθλητικών στόχων.

Το 8ο κεφάλαιο μας συμβουλεύει πώς να κατευθύνουμε και να υποστηρίζουμε, πνευματικά και ψυχολογικά, τους προπονητές, οι οποίοι είναι ζωτικής σημασίας για την επίτευξη των προσδιορισμένων στόχων του αθλητικού φορέα.

Το 9ο κεφάλαιο εξετάζει ένα άγνωστο θέμα – τομέα προς μελέτη και πρακτική εφαρμογή στη χώρα μας, της εκπαίδευσης των γονέων των αθλητών, οι οποίοι αναμφισβήτητα, αφού κατανοήσουν την φιλοσοφία του αθλητικού προγράμματος, μπορούν και είναι σε θέση να διαδραματίσουν εξαιρετικό ρόλο στην ανάπτυξη και στην πρόοδο των νεαρών αθλητών, καθώς μπορούν να λειτουργήσουν ως ένα θετικό σύστημα υποστήριξης για τους αθλητές και για το συνολικό αθλητικό πρόγραμμα.

Τέλος, το 10ο κεφάλαιο αναφέρε-

του αθλητικού προγράμματος, δηλαδή των υπαλλήλων γραμματεϊακής υποστήριξης, των χρονομετρών, των εκφωνητών, του προσωπικού μεταφορών (οδηγών – συνοδηγών), των φυλάκων ασφαλείας, του προσωπικού ελέγχου εισιτηρίων κ.ά. Η ανώτατη αποστολή του αθλητικού προγράμματος είναι η ανάπτυξη και η δημιουργία πολιτών με ιδανικά, μέσω της διδασκαλίας των απαιτούμενων κοινωνικών – ηθικών και θρησκευτικών αρχών. Για την επίτευξη του συγκεκριμένου στόχου, λειτουργούν μαζί πάρα πολλά άτομα, τα οποία εργάζονται στο αθλητικό πρόγραμμα του οργανισμού ή της επιχείρησης σε οποιαδήποτε θέση, κατέχοντας από το κατώτατο ως το ανώτατο αξίωμα, και στους οποίους πρέπει να παρέχουμε τις ορθές κατευθυντήριες γραμμές συμπεριφοράς και λειτουργίας, εμείς ως αθλητικοί διευθυντές.

Η παρούσα έκδοση αναμφισβήτητα αποτελεί έναν πολύ καλό βοηθό στην επιστημονική οργάνωση και διαχείριση του προσωπικού μιας αθλητικής επιχείρησης, τομέας που στη χώρα μας, δυστυχώς, ακόμη βρίσκεται σε νηπιακά στάδια, συγκρινόμενος με τα βορειοδυτικά ευρωπαϊκά κράτη και τις Η.Π.Α. Διαχείριση και οργάνωση του ανθρώπινου δυναμικού μιας αθλητικής επιχείρησης, που όπως προαναφέραμε, κρίνεται πολύτιμη για την άρτια οργάνωση και την επιτυχημένη εξέλιξη και ανάπτυξη της, στον ίδιο βαθμό αν όχι περισσότερο – όπως και το μάρκετινγκ, οι δημόσιες σχέσεις και η ορθολογική οικονομική διαχείρισή της.

Ήρθε η ώρα να το κατανοήσουμε



1. Τα οικονομικά των επαγγελματιών ομάδων

Είναι γνωστό σε όλους ότι τα οικονομικά των επαγγελματιών ομάδων δεν παρουσιάζονται πάντοτε όπως πραγματικά είναι. Οι ιδιοκτήτες τους υποεκτιμούν τα έσοδά τους, ενώ παρουσιάζουν φουσκωμένα τα έξοδά τους. Αυτό συμβαίνει σε όλα σχεδόν τα επαγγελματικά πρωταθλήματα. Με αφορμή τα παράπονα που έχουν εκφράσει οι ιδιοκτήτες των ομάδων των ΗΠΑ στο άθλημα του μπέιζμπολ, ο πολύ γνωστός οικονομολόγος περί των αθλητικών, **Andrew Zimbalist**, ανέφερε πέντε λόγους μη σωστής παρουσίας των οικονομικών των ομάδων του αμερικάνικου μπέιζμπολ. Σύμφωνα με την οργανώτρια αρχή (MLB), οι 30 ομάδες της έχασαν 500 εκατομμύρια δολάρια το 2001. Ο κ. Zimbalist αντιτείνει ότι το ποσό αυτό δεν είναι σωστό, διότι συμπεριλαμβάνει δαπάνες δανείων και αποσβέσεις. Η βιωσιμότητα των ομάδων κρίνεται από τα λειτουργικά τους έξοδα που δεν συμπεριλαμβάνει αυτές τις δαπάνες. Αν αυτές εξαιρεθούν, τότε η απώλεια

μειώνεται στα 232 εκατομμύρια δολάρια. Ένας δεύτερος λόγος είναι ότι η οργανώτρια αρχή (MLB), που διαχειρίζεται συλλογικά και τα τηλεοπτικά δικαιώματα, κατακρατεί ένα μεγάλο μέρος για να καλύψει τις δικές της ανάγκες, που στις αρχές της δεκαετίας του 1990 ήταν 25 εκατομμύρια δολάρια, ενώ τώρα φθάνουν στα 180. Αν γίνουν οι ανάλογες προσαρμογές η απώλεια για τις ομάδες θα έφθανε στα 150 εκατομμύρια δολάρια. Ο τρίτος λόγος που προτείνει ο κ. Zimbalist είναι ότι πολλοί ιδιοκτήτες ομάδων έχουν και άλλες επιχειρήσεις που τις συνδέουν με τις ομάδες, αποκομίζοντας σημαντικά οφέλη. Για παράδειγμα, ιδιοκτήτες αναπτύσσουν κτηριακά συγκροτήματα κοντά στα γήπεδα των ομάδων που έχουν μεγάλη αξία, άλλοι κερδίζουν από φοροαπαλλαγές και άλλοι από υπεραξίες κεφαλαίων. Ο τέταρτος λόγος έχει να κάνει με τα τηλεοπτικά δικαιώματα που πολλοί ιδιοκτήτες ομάδων τα πωλούν σε πολύ χαμηλές ομάδες, σε δικούς τους τηλεοπτικούς σταθμούς. Τέλος, πολλοί ιδιοκτήτες φουσκώνουν τα έξοδα με διάφορους τρόπους, όπως με το να πληρώνουν μέλη της οικογένειάς τους με παχυλούς μισθούς ή να κρατούν τα έξοδα

άλλων εταιριών τους στην ομάδα. Πραγματικά, θα είχε ενδιαφέρον να διερευνηθεί η έκταση του φαινομένου και στον ελληνικό επαγγελματικό αθλητισμό.

2. Χορηγίες και τραυματισμοί αθλητών

Το σπάσιμο του ποδιού του ποδοσφαιριστή της Εθνικής Αγγλίας David Beckham δεν πονοκεφαλιάζει μόνο τους φίλους της Αγγλίας αλλά και τους χορηγούς του. Η εταιρία αναψυκτικών Coca-Cola έχει δαπανήσει εκατομμύρια δολάρια για την ανάπτυξη νέων προϊόντων που φέρουν το όνομα του ποδοσφαιριστή. Η εταιρία έχει το δικαίωμα να παράγει προϊόντα με την εικόνα του ποδοσφαιριστή σε αυτά, διότι έχει υπογράψει συμβόλαιο χορηγίας με την Εθνική Ομάδα της Αγγλίας, για έξι εκατομμύρια αγγλικές λίρες τον χρόνο. Το παράδοξο είναι ότι και η ανταγωνιστική εταιρία, Pepsi, έχει δικαίωμα να χρησιμοποιήσει το όνομα του ποδοσφαιριστή, αφού έχει υπογράψει προσωπικό συμβόλαιο μαζί του για ένα εκατομμύριο λίρες τον χρόνο. Το πρόβλημα είναι ότι τα μπουκάλια της Coca-Cola με τη φωτογραφία του Beckham έχουν ήδη παραχθεί και δεν μπορεί πλέον να γίνει τίποτε. Το ίδιο πρόβλημα αντιμετωπίζει και η Pepsi, της οποίας το τμήμα μάρκετινγκ έχει σπρίτζει τη διαφημιστική της εκστρατεία πάνω στη συμμετοχή του ποδοσφαιριστή στο παγκόσμιο πρωτάθλημα ποδοσφαίρου. Τα ίδια προβλήματα αντιμετωπίζει και η εταιρία αθλητικών ειδών Adidas, η οποία σε διάστημα πέντε ετών έχει δώσει στον ποδοσφαιριστή επίθετα εκα-

τομύρια λίρες για να έχει το δικαίωμα να χρησιμοποιήσει το όνομά του. Πάντως, το γεγονός ότι υπάρχει αυτή η αμφιβολία, αν θα παίξει ή όχι, δημιουργεί υστερία στα παγκόσμια μέσα μαζικής ενημέρωσης, και οι χορηγοί του θα πρέπει να τριβούν τα χέρια τους από τη χαρά τους. Αν τελικά παίξει, τότε θα είναι πανευτυχής.

3. Η FIFA αποφεύγει τον οικονομικό έλεγχο

Η κατηγορία ότι ο πρόεδρος της FIFA **Sepp Blatter** «λάδωσε» τους αντιπροσώπους το 1998 για να εκλεγεί πρόεδρος, έχει γίνει αντικείμενο εσωτερικής διερεύνησης, αλλά σταμάτησε με εντολή του ίδιου του προέδρου όταν έφθασε στο σημείο να εξετασθεί ο διευθυντής οικονομικών της FIFA, **Urs Linzi**. Ο πρόεδρος της UEFA, **Lennart Johansson**, θεώρησε απαράδεκτη την παρέμβαση και ζήτησε την άρση συνεδρίασης της Εκτελεστικής Επιτροπής του οργανισμού. Πάντως, οι ανεξάρτητοι ελεγκτές της KPMG δεν αναφέρουν ιδιαίτερες οικονομικές αισθαλίες, παρ' όλο που επισημαίνουν ότι για να μπορέσει η FIFA να αντλήσει ρευστό, έχει πωλήσει τα τηλεοπτικά δικαιώματα των παγκοσμίων κυπέλλων του 2002 και 2006, με διαδικασίες που δεν συμβαδίζουν με τα διεθνή λογιστικά πρότυπα. Η κατάρρευση της **Kirch**, η οποία είχε αγοράσει αυτά τα δικαιώματα, δεν θα επηρεάσει τα έσοδα της FIFA, διότι τα δικαιώ-



4. Οι παίκτες του τένις αναζητούν φορολογικούς παραδείσους

Μια μεγάλη ομάδα παικτών του τένις, γύρω στους 30, που συμπεριλαμβάνει τον νικητή του Wimbledon, **Goran Ivanisevic** και τον **Thomas Johansson**, έχουν δηλώσει ως οικονομική τους έδρα το Μονακό, διότι δεν πληρώνουν φόρους. Τρεις ακόμη παίκτες έχουν δηλώσει ως έδρα τους την Ανδόρα. Επίσης, δεν αποτελεί έκπληξη το γεγονός ότι η έδρα της Ένωσης των Επαγγελματιών Παικτών Τένις είναι το Μονακό. Πάντως, η παλιά δόξα αυτών των φορολογικών παραδείσων έχει ξεθωριάσει. Σήμερα, στα πιο μεγάλα τουρνουά τένις γίνεται άμεση παρακράτηση των φόρων που αναλογούν. Στις ΗΠΑ η παρακράτηση φόρου αντιστοιχεί στο 30%. Επίσης, αυτοί οι φορολογικοί παραδείσοι αποτελούν κόλαση, όταν κανείς αναλογισθεί το πολύ υψηλό κόστος δια-

ρεί να θεωρηθεί κατάλληλο για παίκτες που κερδίζουν τουλάχιστον 1 εκατομμύριο δολάρια τον χρόνο από τουρνουά, χωρίς να συμπεριλαμβάνονται τα έσοδα από χορηγίες και διαφημίσεις. Τα τελευταία, όμως, δεν απαλλάσσονται από τη φορολογία και μπορεί να αποτελεί αληθινή φορολογική κόλαση, όταν εμπλέκονται οι φορολογικές αρχές της αρχικής χώρας του παίκτη. Ο Γερμανός πολυ-πρωταθλητής παίκτης του τένις, **Boris Becker**, κατοικούσε στο Μονακό από το 1985 έως το 1993 και δήλωνε ότι όλες του οι χορηγίες γίνονταν στο Monte Carlo. Η γερμανική κυβέρνηση το αμφισβητεί και ζητεί από τον παίκτη περί τα δέκα εκατομμύρια δολάρια σε φόρους, πρόστιμα και τόκους για μη δηλωθέντα έσοδα. Πάντως, εκτός από τα φορολογικά κέρδη, υπάρχουν και άλλοι λόγοι που πολλοί αθλητές προτιμούν το Μονακό.

Έχουν 300 μέρες τον χρόνο ήλιο, δωρεάν συμμετοχή στο τένις κλαμπ με 40 γήπεδα, ιατρική περίθαλψη και φυσιοθεραπεία.





1. Ολυμπιακοί Αγώνες: αντικείμενο συζήτησης στη Βουλή

Πραγματοποιήθηκε στις 16 Ιανουαρίου 2002, στη Βουλή, η προ ημερησίας συζήτηση για τους Ολυμπιακούς Αγώνες του 2004. Δύομιση χρόνια περίπου πριν από τους Ολυμπιακούς Αγώνες του 2004 στην Αθήνα και ο «χορός» των συζητήσεων γύρω από τη διοργάνωσή τους καλά κρατεί.

Σύμφωνα με τον πρωθυπουργό κ. Σημίτη, οι Ολυμπιακοί Αγώνες του 2004 στην Αθήνα αποτελούν εθνική υπόθεση και προϋποθέτουν τη δημιουργική συμμετοχή όλων των δυνάμεων της χώρας (πολιτικών δυνάμεων, δημόσιας διοίκησης, ιδιωτικού τομέα και όλης της κοινωνίας).

Παρόλο που τα ολυμπιακά έργα πέρασαν μια περίοδο αρνητικής κριτικής, εντούτοις οι εργασίες κα-

τους δεν θα ξεφύγει των χρονοδιαγραμμάτων της ΔΟΕ.

Συγκεκριμένα, το Ολυμπιακό Χωριό, το μεγαλύτερο έργο, κατασκευάζεται με γοργούς ρυθμούς και μετά το πέρας των Αγώνων του 2004 θα αναδειχθεί σε μια πολιτεία με κοινωνικό χαρακτήρα, διότι οι κατοικίες του θα παραδοθούν σε δικαιούχους του ΎΕΚ.

Η διεξαγωγή των Ολυμπιακών Αγώνων έχει, εκτός από κοινωνικές, και οικονομικές επιπτώσεις, αποτελώντας ισχυρό μοχλό ανάπτυξης και εκσυγχρονισμού της χώρας. Ο ρυθμός αύξησης του ΑΕΠ της Ελλάδας θα αυξηθεί περίπου κατά 0,5% μέχρι το 2004, κατά 1,3% την περίοδο των Αγώνων και κατά 0,3% - 0,5% για αρκετά χρόνια μετά το 2004.

Στους τομείς των κατασκευών, τουρισμού και μεταφορών, οι Ολυμπιακοί Αγώνες θα δημιουργήσουν 30 - 40 χιλιάδες νέες θέσεις εργασίας, ετησίως, ενώ ενόψει των Αγώνων θα ανακαινιστούν 14 νοσοκομεία στην Αθήνα και στις άλλες ολυμπιακές πόλεις.

Το πρόγραμμα «Ελλάδα 2004», ύψους 1,3 δισ. ευρώ, συνιστά βασική δίοδο μετάδοσης του ολυμπιακού πνεύματος σε όλη τη χώρα, αλλά και ευκαιρία αναβάθμισης των αθλητικών και άλλων υποδομών της περιφέρειας.

Η διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων θα δώσει τη δυνατότητα στα άτομα με αναπηρίες να ζήσουν μέσα σε πιο ανθρώπινες συνθήκες και σε ένα περιβάλλον αλληλοβοήθειας, εκσυγχρονίζοντας όλες τις πύλες πρόσβασης στις αθλητικές και άλλες υποδομές.

Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι η Ελλάδα, ενόψει των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004, ενί-

πογραφή συμφωνιών για ειρήνευση, κατά τη διάρκεια των αγώνων. Μ' αυτόν τον τρόπο προσδοκά ότι θα αποτελέσει το σημείο εκκίνησης για τη δημιουργία ενός κόσμου χωρίς πολεμικές αναταραχές και συγκρούσεις.

Η ανάδειξη του ελληνικού πολιτισμού και του αρχαίου ιστορικού πνεύματος, σε ολόκληρη την εμφύλιο, θα γίνει εμφανής μέσα από την Πολιτιστική Ολυμπιάδα και ειδικότερα μέσα από μια σειρά εκδηλώσεων τόσο στην Ελλάδα, όσο και στο εξωτερικό.

Ο πρωθυπουργός υποστήριξε ότι ο συνολικός προϋπολογισμός των Ολυμπιακών Αγώνων δεν θα ξεπεράσει τα 4 δισ. ευρώ.

Αντίθετα, ο πρόεδρος της Νέας Δημοκρατίας, κ. Καραμανλής ανέφερε στον λόγο του ότι, οι Ολυμπιακοί Αγώνες αποτελούν εθνικό γεγονός, που δυστυχώς όμως οι Έλληνες δεν θα είναι σε θέση να το διαπιστώσουν και να το ζήσουν εξαιτίας πολλών προβλημάτων.

Ορισμένα από τα ολυμπιακά έργα καταργούνται, αντικαθίστανται από έργα ανάγκης ή βρίσκονται σε οριακό σημείο παράδοσης, με μεγάλο φόβο να εκθέσουν τη χώρα μας ανεπανόρθωτα.

Σημαντικό πρόβλημα αναμένεται να δημιουργηθεί στον τομέα των μεταφορών, κατά την περίοδο των Ολυμπιακών Αγώνων. Οι μεταφορές των μελών της Ολυμπιακής οικογένειας, αλλά και των απλών επισκεπτών των αγώνων θα επιβαρύνουν σε μεγάλο βαθμό το ήδη βεβαρημένο κέντρο της πόλης της Αθήνας.

Το πρόβλημα της ηλεκτροδότησης των αγώνων είναι ένα θέμα που θα πρέπει να εξεταστεί σε βάθος, λόγω των περιορισμένων δυ-

σε ενέργεια, κατά τους αγώνες.

Στην ομιλία του ο κ. Καραμανλής τόνισε ότι έχει καθεί πλέον η ευκαιρία της χώρας μας να αναδείξει τον αναλλοίωτο αρχαίο πολιτισμό, είτε μέσα από το κίνημα του εθελοντισμού είτε μέσα από τη διάδοση του Ολυμπισμού στα σχολεία. Σχετικά με την Πολιτιστική Ολυμπιάδα, ο πρόεδρος της Νέας Δημοκρατίας εξέφρασε την απογοήτευσή του, για την απουσία των ανθρώπων του πολιτισμού και του πνεύματος, από τη μετάδοση του αρχαίου ελληνικού πνεύματος σε ολόκληρο τον κόσμο. Τελειώνοντας, αναφέρθηκε στο επίμαχο θέμα του κόστους των Αγώνων, λέγοντας ότι ο ελληνικός λαός θα πρέπει να γνωρίζει ποια έργα εντάσσονται στις ολυμπιακές και ποια έργα στις εθνικές επιλογές της κυβέρνησης, ποιο είναι ακριβώς το κόστος του καθενός έργου και τι θα ωφεληθούν οι πολίτες από τους αγώνες στη χώρα τους.

2. Διάσκεψη στις Βρυξέλλες για το ντόπινγκ

Στη διάσκεψη για το ντόπινγκ, που έγινε στις 20 Μαρτίου 2002 στις Βρυξέλλες και μετείχαν όλες οι χώρες - μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης, τον υφυπουργό Πολιτισμού, αρμόδιο για θέματα αθλητισμού **Γιάννη Κουράκη**, εκπροσώπησε ο Γενικός Γραμματέας Αθλητισμού, **Νίκος Ξεάρχος**.

Κύριο θέμα συζήτησης ήταν το σχέδιο διακήρυξης της Ε.Ε. και του Ολυμπιακού Κινήματος, στον αγώνα κατά του ντόπινγκ στον αθλητισμό.

Κύριοι ομιλητές ήταν ο Υφυ-

νίας, **Juan Antonio Gomez Arguilo**, που αυτό το εξάμηνο έχει την προεδρία της Ε.Ε., η Επίτροπος **Vivian Reding** και ο Πρόεδρος της ΔΟΕ, Δρ. **Jacques Rogge**.

Ο κ. Ξεάρχος στην ομιλία του υπογράμμισε μεταξύ άλλων:

Η Ελληνική Προεδρία στην Ε.Ε το Α' Εξάμηνο του 2003 θα καταβάλλει κάθε δυνατή προσπάθεια, σε όλα τα επίπεδα, έτσι ώστε τα αποτελέσματα των ενεργειών ενάντια στο ντόπινγκ, να αναδειχθούν στην παγκόσμια διάσκεψη που διοργανώνει ο WADA το 2003 για το μεγάλο αυτό πρόβλημα.

Με αυτό τον τρόπο η Ελλάδα θα μπορεί να εγγυηθεί ότι η διεθνής κοινότητα θα απολαύσει καθαρών Ολυμπιακών Αγώνες στην Αθήνα το 2004.

Ο Υφυπουργός Πολιτισμού **Γιάννης Κουράκης** πρόκειται να καταθέσει στη Βουλή νόμο, στον οποίο θα ενσωματωθούν τα παρακάτω μέτρα:

α) Εναρμόνιση των κανονισμών, όλων των ομοσπονδιών, με τους κανονισμούς της Δ.Ο.Ε και του WADA.

β) Παρακολούθηση και εφαρμογή μέτρων ενάντια σε ενιατικά αθλητικά προγράμματα.

γ) Εφαρμογή ενοποιημένου συστήματος ποινικών κυρώσεων για όλα τα αθλήματα και τις αθλητικές ομοσπονδίες.

δ) Εφαρμογή υποχρεωτικών τακτικών και εκτάκτων ελέγχων ντόπινγκ για όλα τα αθλήματα και τις αθλητικές ομοσπονδίες.

ε) Εφαρμογή εθνικού δικτύου φορέων για να παρέχεται στους αθλητές κατάλληλη υποστήριξη ώστε να μεγιστοποιήσουν τις επιδόσεις τους άνευ χρήσεως απαγορευμένων ουσιών.

διών δημοσίων υπηρεσιών και φορέων (Υπουργείο Υγείας και Πρόνοιας, Εθνικός Οργανισμός Φαρμάκων, Υπουργείο Οικονομικών, Τελωνειακές Αρχές, Υπουργείο Δημοσίας Τάξεως) για την επίτευξη αποτελεσματικού ελέγχου της διακίνησης, πρόληψης και καταστολής της εισαγωγής, πώλησης, διακίνησης και κατανάλωσης απαγορευμένων ουσιών.

3. Συνάντηση του υφυπουργού Αθλητισμού κ. Γιάννη Κουράκη με τον πρόεδρο των ΗΠΑ

Ο Υφυπουργός Αθλητισμού **Γιάννης Κουράκης** είχε στις 11 Μαρτίου 2002 συνάντηση στο γραφείο του με τον πρόεδρο των Η.Π.Α. **Τόμας Μίλερ**. Συζήτησαν θέματα που αφορούν στην προετοιμασία της χώρας μας ενόψει των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004. Ειδικότερα, έγινε συζήτηση για το άθλημα του μπιζμπολ και τη συμμετοχή Ελληνοαμερικανών παικτών στους Ολυμπιακούς Αγώνες. Στη συνάντηση παρευρέθη και ο πρόεδρος της Ομοσπονδίας μπιζμπολ **Παναγιώτης Μπισιάπουλος**. Ο κ. Μίλερ εξέφρασε τη βεβαιότητα ότι η Αθήνα θα διοργανώσει τους Ολυμπιακούς Αγώ-





ΑΘΗΝΑ 2004



1. Επίσκεψη του πρωθυπουργού, κ. Κώστα Σημίτη στο Ολυμπιακό Χωριό

Ο πρωθυπουργός, κ. Κώστας Σημίτης επισκέφθηκε στις αρχές του χρόνου το Ολυμπιακό Χωριό για να επιβλέψει προσωπικά την πρόοδο στην κατασκευή του έργου. Όπως ανέφερε, «**μια νέα πολιτεία δημιουργείται και μάλιστα με κοινωνικό χαρακτήρα, καθώς αμέσως μετά το 2004, 2.300 πρότυπες εργατικές κατοικίες θα παραδοθούν στους δικαιούχους του Οργανισμού Εργατικής Κατοικίας.**

Σύμφωνα με τον πρωθυπουργό, το Ολυμπιακό Χωριό είναι ένα έργο με σημαντικές «πρωτιές» σε σχέση με τα άλλα Ολυμπιακά Έργα γιατί πέρα από το μέγεθός του:

- Ορίσασε πιο γρήγορα και ξεκίνησε πρώτο, ήδη από τις αρχές του 2001.
- Ο σχεδιασμός των επιμέρους τμημάτων του γίνεται με τρόπο που δεν θα επιβαρύνει τα δημόσια οικονομικά και θα εξασφαλίζονται οι μετα-ολυμπιακές χρήσεις όλου του συγκροτήματος.
- Δημιουργείται ένα νέο προάστιο της Αθήνας, με πρωτοποριακά χαρακτηριστικά, όρους δόμησης, πράσινο, υποδομές.
- Συνεισφέρει σημαντικά στην εξασφάλιση νέων θέσεων εργασίας, τόσο στη φάση της κατασκευής όσο

ομού της χώρας. Και αυτό γιατί:

- Δυναμώνουν την εθνική οικονομία και δίνουν αποφασιστική ώθηση στον ρυθμό ανάπτυξης, από σήμερα και για χρόνια μετά το 2004.

Οι Ολυμπιακοί Αγώνες ενισχύουν το ΑΕΠ της χώρας με αύξηση περίπου 0,5% το χρόνο μέχρι το 2004, κατά 1,3% το 2004 και κατά 0,3% -0,5% για αρκετά χρόνια μετά το 2004.

- Δημιουργούν 30.000 με 40.000 νέες θέσεις εργασίας τον χρόνο για νέες και νέους επιστήμονες, για εργαζομένους και υπαλλήλους στον τομέα της διοίκησης, των κατασκευών, του τουρισμού, των μεταφορών και των νέων τεχνολογιών. Από αυτές τουλάχιστον το 40% θα παραμείνουν και μετά το 2004.

- Εισάγουν διοικητικές πρακτικές πρωτόγνωρες για τη διοίκηση, για την τήρηση ανελαστικού χρονικού προγραμματισμού, προσφέρουν τεχνογνωσία σε τεχνολογίες αιχμής και ενισχύουν τους παραγωγικούς τομείς της χώρας, τον κατασκευαστικό τομέα και τον τουρισμό.

- Προωθούν, για πρώτη φορά στην Ελλάδα, την ταυτόχρονη δημιουργία 38 νέων μεγάλων αθλητικών και οδικών έργων, αλλά και έργων μεταφορών και φιλοξενίας που βελτιώνουν λειτουργικά και αισθητικά την Αθήνα και της προσδίδουν τα χαρακτηριστικά ενός σύγχρονου μητροπολιτικού κέντρου.

2. Εθελοντισμός: κίνημα συμμετοχής και αλληλεγγύης

Στις 28 Μαρτίου 2002, ημέρα Πέμπτη και ώρα 19.00 πραγματοποιήθηκε στο Συνεδριακό Κέντρο «Αθηνάϊς» εκδήλωση με θέμα: Ο κόσμος της εργασίας και οι Ολυμπιακοί Αγώνες του 2004. Εθελοντισμός - κίνημα συμμετοχής και αλληλεγγύης, που διοργάνωσε η Γενική Συνομοσπονδία Εργατών Ελλάδας, ΓΣΕΕ.

Στην εκδήλωση παρευρέθησαν αρκετοί προσκεκλημένοι, από τον πολιτικό και αθλητικό κόσμο, ενώ τίμησαν με την παρουσία τους την επιτυχημένη πρωτοβουλία της ΓΣΕΕ, ο υπουργός Πολιτισμού Ευάγγελος Βενιζέλος, η υπουργός Περιβάλλοντος, Χωροταξίας και Δημοσίων Έργων, Βάσω Παπανδρέου, οι βουλευτές του ΠΑΣΟΚ Χρήστος Σμυρλής - Λιακατάς και Παναγιώτης Φασούλας και η βουλευτής της Νέας Δημοκρατίας Φάνη Πάλλη - Πετραλιά.

Όλοι οι ομιλητές εξέφρασαν την αγωνία τους για το αν θα είναι επιτυχής η διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004 στην Αθήνα, ενώ για το θέμα του εθελοντισμού τόνισαν ιδιαίτερα τη μεγάλη σημασία που έχει η συμμετοχή όλων των Ελλήνων και όχι μόνο.





στην επιτυχία της διοργάνωσης και στην τέλεση αυθεντικών Ελληνικών Ολυμπιακών Αγώνων, αναδεικνύοντας το αρχαίο ελληνικό πνεύμα, μέσα από τη σύγχρονη Ελλάδα του 21ου αιώνα. Η Πρόεδρος της Οργανωτικής Επιτροπής Ολυμπιακών Αγώνων Αθήνα 2004, κα Γιάννα Αγγελοπούλου - Δασκαλάκη εξέφρασε την πεποίθησή της ότι η Ελλάδα θα διεξαγάγει τους καλύτερους, ως τώρα, Ολυμπιακούς και Παραολυμπιακούς Αγώνες. Σχετικά με το θέμα του εθελοντισμού ανέφερε ότι δύο περίπου χρόνια πριν από την τέλεση των Αγώνων του 2004, υπάρχουν ήδη 37 χιλιάδες ατομικές εκδηλώσεις ενδιαφέροντος για εθελοντική εργασία στους Ολυμπιακούς Αγώνες του 2004. Εκτός από τους Έλληνες του εξωτερικού, υπάρχει αρκετό ενδιαφέρον συμμετοχής στο πρόγραμμα εθελοντισμού των Ολυμπιακών Αγώνων, τόσο από τους απόδημους Έλληνες του εξωτερικού, όσο και από του Έλληνες της Κύπρου. Στο ίδιο πλαίσιο δηλώσεων εκφράστηκε και ο Πρόεδρος της ΓΣΕΕ, κ. Χρήστος Πολυζωγόπουλος, ο οποίος τόνισε την επιθυμία του να επιτύχει η χώρα μας σε αυτό το πραγματικά δύσκολο εγχείρημα που έχει αναλάβει, τη διοργάνωση και τέλεση των Ολυμπιακών Αγώνων.

Όσον αφορά το θέμα του εθελοντισμού, εξέφρασε τη βεβαιότητα ότι το εργατικό κίνημα θα συμβάλει σημαντικά στην προσπάθεια της Ελλάδας, συμμετέχοντας ο καθένας και η καθεμιά ατομικά, μέσα όμως από μια συλλογική δουλειά, εξασφαλίζοντας την άριστη λειτουργία όλων των απαιτούμενων μηχανισμών των αγώνων. Για τον σκοπό αυτό έχει υπογράψει Μνημόνιο Συνεργασίας με την Αθήνα 2004, ενώ βρίσκεται σε συνεχή επικοινωνία με τη προεδρία

3. Δωρητές και ευεργέτες για την ΑΘΗΝΑ 2004 - η πρώτη δωρεά από τον Όμιλο Σκλαβενίτη

Ειδικό πρόγραμμα δωρητών και ευεργετών για τους Ολυμπιακούς Αγώνες του 2004 καθιέρωσε η Αθήνα 2004, έπειτα από αιτήματα που υποβλήθηκαν από ενδιαφερομένους - στην Ελλάδα και στο εξωτερικό - το τελευταίο διάστημα. Η πρώτη επιταγή-δωρεά, ύψους 150.000 ευρώ, παραδόθηκε στην Πρόεδρο της Αθήνα 2004, κα Γιάννα Αγγελοπούλου-Δασκαλάκη από την Πρόεδρο του Ομίλου Σκλαβενίτη, κα Μάνια Σκλαβενίτη, η οποία εκπροσώπησε και τον ιδρυτή του Ομίλου Εταιριών, κ. Σπύρο Σκλαβενίτη.

Όπως υπογράμμισε η κα Αγγελοπούλου-Δασκαλάκη, σε όλες τις μεγάλες διοργανώσεις υπάρχουν άτομα ή εταιρίες, τα οποία επιθυμούν να προσφέρουν χωρίς αντάλλαγμα, προκειμένου να βοηθήσουν στην αριότερη οργάνωση. Στη χώρα μας ο θεσμός των δωρητών έχει μακρά ιστορία, ενώ είναι γνωστό ότι οι Ολυμπιακοί Αγώνες, το 1896, στηρίχθηκαν στην προσφορά Ελλήνων δωρητών και ευεργετών, όπως ο Ζάππας, ο Αβέρωφ κ.ά.

Σύμφωνα με το πρόγραμμα Δωρητών και Ευεργετών που ενέκρινε το Διοικητικό Συμβούλιο της ΟΕΟΑ Αθήνα 2004, οι δωρεές μπορούν να γίνουν από άτομα εταιρίες ή ιδρύματα που δεν έχουν καμιά σχέση με ανταγωνιστικές προς τους χορηγούς δραστηριότητες. Η αποδοχή μιας δωρεάς εί-

ζε κάθε περίπτωση οι δωρητές ή οι ευεργέτες δεν έχουν δικαίωμα διαφημιστικής προβολής της δωρεάς τους, όπως και οποιαδήποτε χρήση των εμβλημάτων της Αθήνα 2004. Απλώς, η Οργανωτική Επιτροπή αναλαμβάνει τη δέσμευση να ανακοινώνει σε όλα τα ΜΜΕ κάθε δωρεά που γίνεται από δεκτά.

Το ύψος της δωρεάς δεν μπορεί να είναι μικρότερο από 150.000 ευρώ, ενώ καθορίστηκαν τρεις κατηγορίες:

Δωρητές - από 150.000 έως 1.000.000 ευρώ,

Χρυσά δωρητές - από 1.000.000 έως 2.000.000 ευρώ και

Ευεργέτες - από 2.000.000 και πάνω.

Η δωρεά, εφόσον το ύψος της είναι έως 1.000.000 ευρώ, θα παραδίδεται εφ' άπαξ με επιταγή, ενώ αν υπερβαίνει το ποσό αυτό θα μπορεί να παραδίδεται με την αναγγελία της το 50% και το υπόλοιπο σε δυο ισόποσες δόσεις, ως τις 30 Ιανουαρίου 2004. Πάντως, δωρεές θα γίνονται δεκτές από την Αθήνα 2004 ως τις 30 Ιουνίου 2004.

Στους δωρητές ή ευεργέτες, θα απονέμεται ένας ειδικός «πάπυρος» και, ανάλογα με το ύψος της δωρεάς τους και εφόσον αυτό ξεπερνά τις 300.000 ευρώ, η Οργανωτική Επιτροπή θα εξασφαλίσει αριθμό εισιτηρίων των αγώνων επί πληρωμή. Τα εισιτήρια μπορούν να διατεθούν στο προσωπικό της εταιρίας τους, σε καμία περίπτωση όμως, σε πελάτες τους. Επίσης, σε κάθε ενημερωτική έκδοση της Αθήνα 2004 και όπου αναφέρονται οι χορηγοί, θα προστίθενται, σε ξεχωριστή σελίδα, και οι δωρητές.

Στην επόμενη σελίδα παρουσιάζονται

1. Β' Διεθνές Συνέδριο του ΠΣΑΟΣ

Πραγματοποιήθηκε στο Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών (π. ΑΣΟΕΕ), στις 25 και 26 Φεβρουαρίου 2002, το 2ο Διεθνές Επιστημονικό Συνέδριο του Πανελληνίου Συνδέσμου Αθλητικών Οικονομολόγων και Στελεχών (ΠΣΑΟΣ), με θέμα «Τα Οικονομικά, το Μάνατζμεντ και το Μάρκετινγκ του Αθλητισμού», υπό την αιγίδα του πρύτανη του Πανεπιστημίου Γιώργου Βενιέρη. Στο Συνέδριο συμμετείχαν εκπρόσωποι της πολιτικής ηγεσίας, του αθλητισμού και των κοινωνικών φορέων. Διαπιστώθηκε από όλους ότι οι Ολυμπιακοί Αγώνες του 2004 στην Αθήνα αποτελούν μια μοναδική ευκαιρία ανάπτυξης της Ελλάδας, σε όλους τους παραγωγικούς τομείς.

Ειδικότερα, για τα οικονομικά των Ολυμπιακών Αγώνων, ο κ. Χρήστος Σμυρλής - Λιακατάς, βουλευτής Αιτωλοακαρνανίας, ΠΑΣΟΚ, ανέφερε ότι ο συνολικός προϋπολογισμός των αγώνων ανέρχεται περίπου σε 1,5 τρισ. δρχ. Ο κ. Γιάννης Μίχας, υπεύθυνος γραμματείας ΓΣΕΕ για τους

Ολυμπιακούς Αγώνες, τόνισε με έμφαση ότι η διεξαγωγή των Αγώνων στην Ελλάδα θα δημιουργήσει 140 χιλ. νέες θέσεις εργασίας, έχοντας άμεση και μακροπρόθεσμη θετική επίδραση στην απασχόληση.

Ο κ. Αντώνης Τορτοπίδης, συντονιστής έρευνας και ανάλυσης του ΣΕΒ τόνισε ότι η συμβολή του ιδιωτικού τομέα στην επιτυχημένη διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων υπήρξε ιδιαίτερα σημαντική και, ειδικότερα, αναφέρθηκε στο γεγονός ότι το εθνικό πρόγραμμα χορηγιών υπερκαλύφθηκε σε μικρό χρονικό διάστημα από τις ιδιωτικές επιχειρήσεις της χώρας μας.

Η κ. Φάνη Πάλλη - Πετραλιά, βουλευτής της Νέας Δημοκρατίας, εξέφρασε την ανησυχία της για την υπέρβαση του αρχικού ποσού του προϋπολογισμού, πάνω από τα 1,5 τρισ. δρχ. Παρατήρησε, επίσης, ότι υπάρχουν σημαντικές καθυστερήσεις στα Ολυμπιακά έργα, οι οποίες θα πρέπει άμεσα να ξεπεραστούν, ώστε να πραγματοποιηθούν με επιτυχία οι

Ελληνικοί Ολυμπιακοί Αγώνες το 2004. Σχετικά με τον τουρισμό και τους Ολυμπιακούς Αγώνες εκφράστηκε η επιθυμία, όλων των εκπροσώπων του ξενοδοχειακού κλάδου, για ανάπτυξη του τουριστικού τομέα της χώρας μας ενόψει των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004 στην Αθήνα. Συγκεκριμένα, ο κ. Μάριος Βασιλόπουλος, εκπρόσωπος των ξενοδόχων, πρότεινε τρόπους εκμετάλλευσης των Ολυμπιακών Αγώνων, με σκοπό την τουριστική ανάπτυξη στη χώρα μας.

Τη δεύτερη μέρα του Συνεδρίου αναπτύχθηκε εκτεταμένα και σε όλες τις πτυχές το άθλημα του ποδοσφαίρου στην Ελλάδα και οι τρόποι βελτίωσής του ενόψει των Ολυμπιακών Αγώνων. Το ποδόσφαιρο, σύμφωνα με τον κ. Αντώνη Αντωνιάδη, πρόεδρο του ΠΣΑΠ, αποτελεί ένα από τα ολυμπιακά αθλήματα και, συγκεκριμένα, είναι το μόνο αγώνισμα που οι προκριματικοί αγώνες θα διεξαχθούν στις τέσσερις ολυμπιακές πόλεις, δίνοντας τη δυνατότητα για ανάπτυξη της περιφέρειας.

2. Κοπή πρωτοχρονιάτικης πίτας της Πανελληνίας Ένωσης Φίλων Αθλητισμού (ΠΕΦΑ)

Η Πανελλήνια Ένωση Φίλων Αθλητισμού (ΠΕΦΑ) πραγματοποίησε στις 11 Μαρτίου 2002, στο ξενοδοχείο Saint George Lycabettus, γιορτή για την κοπή της πρωτοχρονιάτικης πίτας της. Στην εκδήλωση παρευρέθησαν όλα τα μέλη του Διοικητικού Συμβουλίου της ΠΕΦΑ, καθώς και εκπρόσωποι των Περιφερειακών Επιτροπών που έχει ιδρύσει η ΠΕΦΑ σε διάφορες πόλεις της χώρας. Οι προσκεκλημένοι ήταν μέλη της φιλαθλης οικογένειας και ανάμεσά τους παρευρέθησαν οι βουλευτές κ.κ. Φ. Πάλλη Πετραλιά, Πρ. Παυλόπουλος, Κατ. Παπακόστα, και οι κ. Π. Παπαϊωάννου, Αντιδήμαρχος Αθήνας, κ. Π. Αλεβίζος, Αντινομάρχης Πειραιά, κ. Μιχ. Βιτζηλαίος, Αντιπρόεδρος της ΕΟΚ, κ. Κ. Κερεπεντζής, Αντι-



πρόεδρος ΕΣΚΑ, κ. Αθ. Τζάρτζανος, τώως Πρόεδρος Ολυμπιακής Ακαδημίας, κ. Θ. Αλούπης, Πρ. του Παναθηναϊκού Α.Ο., κ. Ευ. Πανάκης, Αντιπρόεδρος ΠΑΟ και Πρόεδρος του Σωματίου Παλαίμαχων Ποδοσφαιριστών του ΠΑΟ, κ. Φ. Ματθαίου, Πρόεδρος Σωματίου Προπονητών Καλαθοσφαιρας, κ. Θ. Συνοδινός, Πρ. της

Ομάδας Βαρέων Αθλημάτων.

Η ΠΕΦΑ έχει καθιερώσει σε επίσημη βάση, στην κοπή της πίτας της, την απονομή τμηματικών διακρίσεων σε πρόσωπα με σημαντική προσφορά στην αθλητική ζωή του τόπου (αθλητές και μη). Τιμώμενο πρόσωπο της βραδιάς ήταν ο Πρόεδρος του Πανελληνίου Αθλητικού Συλλόγου και Πρόεδρος του

Antenna, κ. Μίνως Κυριακού. Ο Πρόεδρος της ΠΕΦΑ, κ. Μάριος Βασιλόπουλος, αφού αναφέρθηκε με θερμά λόγια στη σημαντική δράση του κ. Κυριακού και στις ευεργετικές επιδράσεις που έχει αυτή για τη νεολαία μιας μεγάλης γειτονιάς της Αθήνας, την Κυψέλη, παρέδωσε το βραβείο στον Πρόεδρο του Πανελληνίου. Ο κ. Κυριακού το αποδέχτηκε με συγκίνηση και ευχαρίστησε για τη βράβευσή.

Τέλος, πρέπει να αναφέρουμε ότι το φλουρί της πίτας έπεσε στο περιοδικό μας και οι συνεργάτες που παρευρίσκονταν στην εκδήλωση παρέλαβαν με χαρά αναμνηστική πλακέτα από τον Πρόεδρο της ΠΕΦΑ. Ευχαριστούμε και ευχόμαστε στην ΠΕΦΑ άλλη μια δημιουργική χρονιά.

3. Αθλητικός Τουρισμός: νέες προκλήσεις στο νησί της Αφροδίτης

Συνέδριο με θέμα «Development of Sport Tourism in Cyprus: Future Prospects and Challenges» πραγματοποιήθηκε τη Δευτέρα 8 Απριλίου 2002 στην Κύπρο. Το Συνέδριο έλαβε χώρα στο ξενοδοχείο Forum της Λευκωσίας και διοργανώθηκε με τη συνεργασία τριών φορέων της Κύπρου, της Κυπριακής Ολυμπιακής Επιτροπής (ΚΟΕ), του Κυπριακού Οργανισμού Αθλητισμού (ΚΟΑ) και του Κυπριακού Οργανισμού Τουρισμού (ΚΟΤ).

Στο συνέδριο εξετάστηκαν και αναλύθηκαν τρόποι ανάπτυξης και προώθησης του αθλητικού τουρισμού στην Κύπρο, ενόψει των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004 στην Αθήνα. Οι συμμετέχοντες του



συνεδρίου τόνισαν την ανάγκη προσέλκυσης στο νησί ολοένα και μεγαλύτερου αριθμού μεμονωμένων τουριστών και ιδιαίτερα ξένων αθλητικών ομάδων και ομοσπονδιών, τόσο για την αθλητική τους προετοιμασία στους Ολυμπιακούς Αγώνες του 2004 στην Αθή-

να, όσο και για συνεχή προετοιμασία και συμμετοχή τους σε άλλες παγκόσμιες ή εθνικές αθλητικές δραστηριότητες.

Η ανάπτυξη και η προώθηση του αθλητικού τουρισμού στην Κύπρο απαιτεί την κατασκευή μεγάλου αριθμού αθλητικών υποδομών και χώρων

για την προσέλκυση τουριστών, κυρίως, του εξωτερικού.

Παρά τις σημαντικές ωφέλειες που θα προκύψουν από την ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού στην Κύπρο με την κατασκευή χώρων άθλησης και αναψυχής των τουριστών, εντούτοις δημιουργείται ένα πρόβλημα ουσίας, που αφορά το κόστος συντήρησης των αθλητικών υποδομών.

Συμπερασματικά, τα μηνύματα που προέκυψαν από το Συνέδριο ήταν θετικά, ενώ οι προσπάθειές τους θα επικεντρωθούν στην ανάγκη συντονισμένων και μελετημένων ενεργειών, με τη συνεργασία και των τριών αρμοδίων φορέων της Κύπρου, σκοπέυοντας στην περαιτέρω τουριστική ανάπτυξη του νησιού.

4. Τουρισμός και Ολυμπιακοί Αγώνες 2004

Η τουριστική προβολή της Ελλάδας, ενόψει των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004 αποτέλεσε το κυρίαρχο θέμα της ανοικτής συζήτησης που πραγματοποιήθηκε την Παρασκευή 12 Απριλίου 2002 στην αίθουσα εκδηλώσεων του ΟΑΠ, με θέμα «Οι Ολυμπιακοί Αγώνες του 2004: ευκαιρία ανάπτυξης του ελληνικού τουρισμού».

Την εκδήλωση τίμησαν με την παρουσία τους αρκετοί Έλληνες και ξένοι προσκεκλημένοι από τον τουριστικό, οικονομικό και πολιτικό χώρο, καθώς και πλήθος κόσμου. Μεταξύ αυτών, στη συζήτηση συμμετείχαν οι: **Β. Νειάδας**, Γενικός Διευθυντής Υποστηρίξεις Αγώνων, ΟΕΟΑ Αθήνα 2004, **Γ. Ευαγγέλου**, Πρόεδρος Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών και Ταξιδιωτικών Γραφείων (ΗΑΠΤΑ), **Δ. Γεωργαράκης**, Γενικός Γραμματέας ΕΟΤ, **Σ. Ανδρεάδης**, Πρόεδρος Συνδέσμου Ελληνικών Τωνι-

Συγκεκριμένα, ο Γενικός Γραμματέας του ΕΟΤ, σχετικά με το θέμα της φιλοξενίας της ολυμπιακής οικογένειας τόνισε ότι το έλλειμμα των 2.800 κλινών θα καλυφθεί, είτε μέσω των νέων κλινών που θα κατασκευαστούν στην Αττική, είτε μέσα από την υλοποίηση των εναλλακτικών προγραμμάτων διασφάλισης καταλυμάτων.

Ο κ. Νειάδας εξέφρασε την πεποίθησή του ότι οι Ολυμπιακοί Αγώνες του 2004 θα δώσουν ώθηση στην ανάπτυξη του τουριστικού τομέα στη χώρα μας και, όπως τόνισε, οι διανυκτερεύσεις κατά την περίοδο διεξαγωγής των αγώνων θα ξεπεράσουν τα 2 εκατομμύρια επισκέπτες.

Για απουσία κεντρικού σχεδιασμού μαρκετινγκ και διαφημιστικής προβολής της Ελλάδας στο τουριστικό κοινό του εξωτερικού,



τουριστικό τομέα, απαιτείται ο σωστός συνδυασμός του κράτους, της τοπικής κοινωνίας και των τουριστικών επιχειρήσεων.

Ο εκπρόσωπος των τουριστικών επιχειρήσεων κ. Ανδρεάδης επισήμανε την, έως τώρα, απουσία οποιασδήποτε προσπάθειας κοινής προβολής του ελληνικού τουριστικού προϊόντος και των Αγώνων του 2004, στην Αθήνα. Για τον σκοπό αυτό, πρότεινε τη δημιουργία ενός ιδιωτικού φορέα προβολής της χώρας μας στην εξωτερική τουριστική αγορά.

Τέλος, ο κ. James Ολίβερ παρατήρησε την αδυναμία της χώρας μας να προβάλει τους Ολυμπιακούς Αγώνες της Αθήνας στο εξωτερικό μέσω του διαδικτύου και, αφού πρό-

ΠΑΝΕΛΛΗΝΙΟΣ ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΑΘΛΗΤΙΚΩΝ ΟΙΚΟΝΟΜΟΛΟΓΩΝ & ΣΤΕΛΕΧΩΝ (ΠΣΑΟΣ)

Διοικητικό Συμβούλιο

Πρόεδρος: Δρ. Γρηγόρης Θ. Παπανίκος
 Αντιπρόεδρος: Αθανάσιος Π. Μπάλιος
 Γενικός Γραμματέας: Δρ. Βασίλειος Α. Πατσουράτης
 Ταμίας: Ηλίας Ν. Μήτσιος
 Δημόσιες Σχέσεις: Λεωνίδας Σ. Παπαντώνης
 Υπεύθυνος Ομοσπονδιών: Γιώργος Α. Γερόλυμπος
 Μέλος: Παύλος Η. Αναστασιάδης
 Αναπληρωτικό Μέλος: Ιωάννης Λ. Λογοθέτης
 Αναπληρωτικό Μέλος: Δρ. Γιάννης Χ. Ευαγγελόπουλος
 Αναπληρωματικό Μέλος: Μάριος Βασιλόπουλος

Μέλη

Δικαίωμα εγγραφής ως Μέλη έχουν όσοι ανήκουν σε ΜΙΑ τουλάχιστον από τις παρακάτω κατηγορίες:

- ▶ Μέλη του Οικονομικού Επιμελητηρίου της Ελλάδος.
- ▶ Απόφοιτοι μεταδευτεροβάθμιων σχολών οικονομικής κατεύθυνσης.
- ▶ Πέντε χρόνια αποδεδειγμένης στελεχειακής εμπειρίας σε συναφείς, με τον αθλητισμό, επιχειρήσεις και οργανισμούς του δημοσίου ή του ιδιωτικού τομέα.
- ▶ Μεταπτυχιακό τίτλο σπουδών στη διοίκηση και οργάνωση του αθλητισμού.
- ▶ Εκπόνηση σημαντικής έρευνας σε θέματα αθλητικής οικονομίας.
- ▶ Φοιτητές και Σπουδαστές Οικονομικής Κατεύθυνσης.

Εργοί

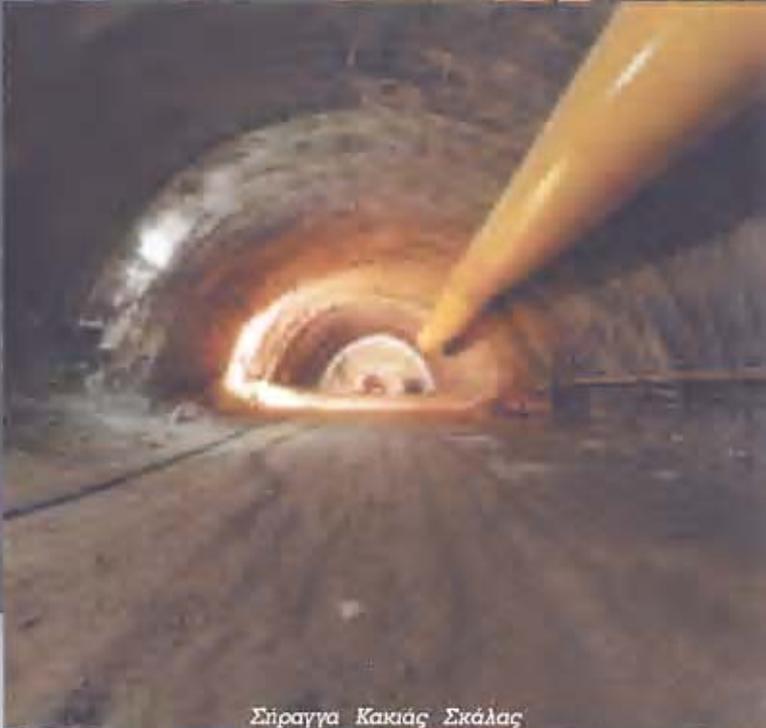
1. Ανάδειξη του επαγγέλματος του αθλητικού οικονομολόγου και στελέχους.
2. Προαγωγή και ανάπτυξη της εκπαίδευσης και έρευνας στα οικονομικά και τη διοίκηση του αθλητισμού.
3. Προαγωγή επιστημονικών και ερευνητικών ανταλλαγών.
4. Σε συνεργασία με εκπαιδευτικά ιδρύματα του εσωτερικού και του εξωτερικού, οργάνωση μεταπτυχιακών προγραμμάτων στα οικονομικά και τη διοίκηση του αθλητισμού.
5. Οργάνωση επιστημονικών συναντήσεων, όπως συνεδρίων, συμποσίων, ημερίδων, διαλέξεων και ομιλιών.
6. Έκδοση περιοδικών εντύπων και άλλων επιστημονικών εκδόσεων, όπως μονογραφίες, βιβλία, κ.λπ.
7. Οργάνωση βραχυχρόνιων ή/και μακροχρόνιων προγραμμάτων κατάρτισης και επιμόρφωσης σε αθλητικά οικονομικά και διοικητικά θέματα.
8. Καθιέρωση υποτροφιών και ειδικών βραβείων, που θα ενισχύουν την έρευνα στα οικονομικά και τη διοίκηση του αθλητισμού.
9. Προώθηση της έρευνας και συνεργασίας με άλλους συναφείς κλάδους, όπως της εκπαίδευσης, του τουρισμού, της αναψυχής, του πολιτισμού και των δραστηριοτήτων ελεύθερου χρόνου.

Για περισσότερες πληροφορίες: Σολωμού 12, 10683 Αθήνα, Τηλ.: 010 38.34.227 Φαξ: 010 38.47.734
 email: atiner@otenet.gr



ΕΡΓΑΣΕ

Κίνηση
Ανάπτυξης & Εκσυγχρονισμού
του Σιδηροδρομικού Δικτύου



Σιδηροδρομική Γέφυρα Γαλλικού Ποταμού
Σηματοδότηση-Ηλεκτροκίνηση
Σιδ. Γραμμής Αθήνα-Θεσσα/κι



Διανομή Επιταγών

ΣΟΛΩΜΟΥ 14, 106 83 ΑΘΗΝΑ

