



**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ**

**ΤΜΗΜΑ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΧΩΡΟΤΑΞΙΑΣ ΠΟΛΕΟΔΟΜΙΑΣ ΚΑΙ  
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ**

**ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ**

**ΔΠΜΣ. ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ**

# **ΤΟ ΔΡΟΜΙΚΟ ΚΙΝΗΜΑ ΚΑΙ Η ΣΥΝΕΙΣΦΟΡΑ ΤΟΥ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ**

**Mass Running Events and their Contribution to Tourism**

**ΦΟΙΤΗΤΡΑ: ΔΗΜΗΤΡΑ ΓΙΑΤΑΓΑΝΑ**

**ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: Α.ΔΕΦΝΕΡ**

**ΙΟΥΛΙΟΣ 2021**

## **ΔΗΛΩΣΗ**

Η παρούσα διπλωματική εργασία εκπονήθηκε στο πλαίσιο των σπουδών για την απόκτηση του Μεταπτυχιακού διπλώματος που απονέμει το Διατμηματικό Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών «Σχεδιασμός και Ανάπτυξη Τουρισμού και Πολιτισμού». Βεβαιώνω ότι είναι εργασία δική μου, δεν έχει συγγραφεί από άλλο πρόσωπο και είμαι εν γνώσει των κανόνων περί λογοκλοπής του ΤΜΧΠΠΑ και έχουν τηρηθεί όλοι οι κανόνες σχετικά με αναφορές, βιβλιογραφία, έντυπες και άλλες διαδικτυακές πηγές.

## Περίληψη:

Στη διπλωματική εργασία μελετάται το δρομικό κίνημα, η συνεισφορά του στον τουρισμό, αλλά και οι επιδράσεις του στην κοινωνία. Καθώς διασαφηνίζεται η έννοια του τουρισμού, και πιο συγκεκριμένα του αθλητικού τουρισμού, αναλύονται οι προϋποθέσεις και τα χαρακτηριστικά της ανάπτυξής του. Εξετάζεται ένα μαζικό-συμμετοχικό άθλημα το οποίο προσφέρεται με ελάχιστο κόστος σε άτομα κάθε ηλικίας, προσιτό για όλους στο πλαίσιο του δρομικού κινήματος.

Το θέμα προσεγγίζεται αρχικά με τις βιβλιογραφικές αναφορές σχετικά με τον κλάδο του τουρισμού, ο οποίος διακρίνεται σε μαζικό και εναλλακτικό. Στις μορφές του εναλλακτικού τουρισμού ανήκει και ο αθλητικός τουρισμός, ο οποίος με τη σειρά του χωρίζεται σε πολλές κατηγορίες. Στη συνέχεια μελετάται η έννοια και οι διακρίσεις του δρομικού κινήματος ως μορφή αθλητικού τουρισμού, αλλά και οι επιπτώσεις του στις τοπικές κοινωνίες, στην οικονομία και τον πολιτισμό.

Το δρομικό κίνημα έχει τα τελευταία χρόνια αναπτυχθεί σημαντικά, όχι μόνο στις περισσότερες αναπτυγμένες χώρες, αλλά και στην Ελλάδα. Μέσω αυτού προσελκύονται στη χώρα μας τόσο ερασιτέχνες αθλητές όσο και επαγγελματίες οι οποίοι συμμετέχουν στις διοργανώσεις, αλλά και οι συνοδοί τους και άλλοι που έρχονται να παρακολουθήσουν τον αγώνα συνδυάζοντάς τον και με διακοπές.

Εξετάζεται ο Μαραθώνιος της Αθήνας, η εξέλιξή του στον χρόνο, καθώς και η σημερινή του μορφή. Αποτελεί πλέον γεγονός διεθνούς εμβέλειας με σημαντικές οικονομικές, κοινωνικές και πολιτιστικές επιπτώσεις. Γίνεται επίσης αναφορά στον ημιμαραθώνιο του Βόλου, ο οποίος έχει διεξαχθεί με επιτυχία πέντε φορές από το 2015 και διοργανώνεται από τον Σύλλογο Δρομέων Υγείας Βόλου. Η μαζικότητα αυτών των αγώνων εξασφαλίζεται και από την διοργάνωση τις μέρες του κεντρικού αγώνα και παράλληλων αγώνων μικρότερης απόστασης.

Συμπερασματικά, ενώ υπάρχει ανάγκη πραγματοποίησης μεγαλύτερης έρευνας όσον αφορά τον δρομικό τουρισμό, είναι εμφανές ότι ήδη προσφέρει πολλές ευκαιρίες για οικονομική, κοινωνική και πολιτιστική ανάπτυξη των περιοχών στις οποίες διεξάγεται. Προϋπόθεση επιτυχίας παραμένει η συνύπαρξη και συνδρομή τόσο δημόσιων φορέων,

όσο και ιδιωτικών, ερασιτεχνών αθλητών και εθελοντών που θα στηρίξουν την πρωτοβουλία.

**Λέξεις κλειδιά:** αθλητικός τουρισμός, δρομικό κίνημα, δρομικός τουρισμός, ερασιτεχνικό τρέξιμο, μαραθώνιος

### **Abstract:**

The dissertation examines the mass running movement, its contribution to tourism, but also its effects on society. As the concept of tourism is clarified, and more specifically that of sports tourism, the conditions and characteristics of its development are analyzed. A mass-participatory sport is here considered which is offered at a minimum cost to people of all ages, accessible to all in the context of the mass running movement.

The issue is initially approached through a literature search on the tourism industry, which is divided into mass and alternative tourism. Sports tourism also belongs to the forms of alternative tourism, which in turn is divided into many categories. The concept and distinctions of travel to participate and attend mass running events, as a form of sports tourism, are then examined, as is its impact on local communities, the economy and culture.

The mass running movement has developed significantly in recent years, not only in the most developed countries, but also in Greece. Through it, both amateur and professional athletes who participate in the events are attracted to our country, as well as their escorts and others who come to watch the race, combining it with holidays.

The Athens Marathon, its evolution over time, as well as its current form are then looked at in great detailed. It is now an international event with significant economic, social and cultural implications. Reference is also made to the Volos Half Marathon, which has been successfully held five times since 2015 and organized by the Volos Health Runners.

In conclusion, while there is a need for more research on mass running tourism, it is clear that it already offers many opportunities for economic, social and cultural development of the areas where it occurs. A prerequisite for success remains the coexistence and support of both public and private bodies, amateur athletes and volunteers who will support the initiative.

**Keywords** : sport tourism, running movement, mass running tourism, amateur running, marathon.

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

<a href="#">Περίληψη</a> .....	3
<a href="#">Abstract</a> .....	4
<a href="#">Πίνακας περιεχομένων</a> .....	6
<a href="#">Κατάλογος Εικόνων</a> .....	8
<a href="#">Κατάλογος Διαγραμμάτων</a> .....	9
<a href="#">Εισαγωγή</a> .....	10
<a href="#">Σκοπός της έρευνας</a> .....	11
<a href="#">Θεωρητικό πλαίσιο</a> .....	11
<a href="#">Μεθοδολογία</a> .....	11
<a href="#">Κεφάλαιο 1: Οι έννοιες του τουρισμού και του αθλητισμού</a> .....	13
<a href="#">1.1 Η έννοια του τουρισμού:</a> .....	13
<a href="#">1.2 Η έννοια του αθλητισμού:</a> .....	17
<a href="#">1.3 Η έννοια του αθλητικού τουρισμού</a> .....	18
<a href="#">1.4 Προϋποθέσεις ανάπτυξης αθλητικού τουρισμού</a> .....	23
<a href="#">Κεφάλαιο 2: Αθλητισμός: Εμπορική διάσταση και μάρκετινγκ</a> .....	24
<a href="#">2.1 Το μάρκετινγκ του αθλητισμού- Το μάρκετινγκ μέσω του αθλητισμού</a> .....	25
<a href="#">2.2 Τα χαρακτηριστικά του αθλητικού μάρκετινγκ</a> .....	26
<a href="#">2.3 Προγράμματα μάρκετινγκ αθλητικού τουρισμού</a> .....	28
<a href="#">2.4 Η αθλητική χορηγία</a> .....	29
<a href="#">2.5 Η εμπορική διάσταση του αθλητισμού</a> .....	29
<a href="#">2.6 Τάσεις και μόδα στο δρομικό κίνημα</a> .....	30
<a href="#">Κεφάλαιο 3: Το τρέξιμο ως έννοια και πράξη</a> .....	32
<a href="#">3.1 Το μαζικό τρέξιμο</a> .....	32
<a href="#">3.2 Το ερασιτεχνικό τρέξιμο</a> .....	36
<a href="#">Κεφάλαιο 4: Το δρομικό κίνημα</a> .....	38
<a href="#">4.1 Η έννοια του δρομικού κινήματος</a> .....	39
<a href="#">4.2 Δομές/χαρακτηριστικά του δρομικού κινήματος</a> .....	44
<a href="#">4.3 Δομές/χαρακτηριστικά προορισμού υποδοχής του δρομικού κινήματος</a> .....	51
<a href="#">4.4 Η σχέση του δρομικού κινήματος και του αθλητικού τουρισμού ταξιδιών</a> .....	62
<a href="#">4.5 Η έννοια του ελεύθερου χρόνου και της φυσικής άσκησης</a> .....	65

<u>4.6 Οι επιπτώσεις του δρομικού κινήματος (οικονομικές/κοινωνικές) στις τοπικές κοινωνίες</u> .....	71
<u>Κεφάλαιο 5: Ο μαραθόνιος</u> .....	76
<u>5.1 Η κορωνίδα των αθλημάτων</u> .....	76
<u>5.2 Διαφορές μεταξύ αρχαίων και σύγχρονων Ολυμπιακών Αγώνων</u> .....	82
<u>5.3 Ο Μαραθώνιος της Βοστώνης</u> .....	85
<u>5.4 Αγώνες υπεραποστάσεων</u> .....	88
<u>Κεφάλαιο 7: Το δρομικό κίνημα στην Ελλάδα</u> .....	91
<u>7.1 Η εξελικτική πορεία του Δρομικού Κινήματος</u> .....	91
<u>7.2 Δρομικοί αγώνες προς τιμή του Γρηγόρη Λαμπράκη(1983)</u> .....	94
<u>7.3 Σύλλογος Δρομέων Υγείας Βόλου (ΣΔΥΒ)</u> .....	98
<u>7.4 SpetsesMiniMarathon</u> .....	99
<u>Κεφάλαιο 8: Το δρομικό κίνημα και η πανδημία</u> .....	100
<u>8.1 Η πανδημία</u> .....	100
<u>8.2 Αθλητικοί αγώνες στην πανδημία: Η ακύρωση και αναβολή σημαντικών αθλητικών εκδηλώσεων</u> .....	100
<u>8.3 Εικονικές αθλητικές διοργανώσεις</u> .....	103
<u>9: Συμπεράσματα</u> .....	104
<u>Παράρτημα 1: Συνεντεύξεις</u> .....	106
<u>Βιβλιογραφία</u> .....	115
<u>Ελληνόγλωσση</u> .....	115
<u>Ξενόγλωσση</u> .....	116

## Κατάλογος εικόνων:

<a href="#">Εικόνα 1. Απεικόνιση διαγωνιστικών δρομικών αγώνων (Πηγή: PngTree)</a> .....	22
<a href="#">Εικόνα 2. Οι συσχετίσεις του σύγχρονου αθλητισμού</a> .....	26
<a href="#">Εικόνα 3. Παπούτσια επώνυμων αθλητών</a> .....	30
<a href="#">Εικόνα 4. Αθλητές στην Κένυα</a> .....	33
<a href="#">Εικόνα 5. Μαζικός αθλητισμός (Πηγή: google.gr)</a> .....	34
<a href="#">Εικόνα 6. Ερασιτεχνικό τρέξιμο</a> .....	37
<a href="#">Εικόνα 7. Χάρτης με ποσοστά του πληθυσμού που ασκείται σωματικά</a> .....	65
<a href="#">Εικόνα 8. Ο τερματισμός του μαραθωνίου της Αθήνας, στο Καλλιμάρμαρο</a> .....	76
<a href="#">Εικόνα 9. Απεικόνιση των πρώτων Αγώνων στην αρχαία Ολυμπία (Πηγή:www.historyonthenet.com)</a> .....	81
<a href="#">Εικόνα 10. Στιγμιότυπο από τον μαραθώνιο της Βοστώνης (Πηγή: http://trijake.com/boston- new-start/)</a> .....	84
<a href="#">Εικόνα 11. Η στιγμή της έκρηξης κοντά στη γραμμή τερματισμού του αγώνα στη Βοστώνη, Μασαχουσέτη, 15 Απριλίου 2013 (Πηγή: www.reuters.com)</a> .....	85
<a href="#">Εικόνα 12. Μηνύματα από το Μνημείο του Μαραθωνίου, στη Δημόσια Βιβλιοθήκη της Βοστώνης (Πηγή : www.reuters.com)</a> .....	88
<a href="#">Εικόνα 13. Ο Γρηγόριος Λαμπράκης σε αγώνα δρόμου</a> .....	94
<a href="#">Εικόνα 14. Στιγμιότυπο από τον 2ο αγώνα δρόμου Ειρήνης προς τιμή του Γρηγόρη Λαμπράκη. (Πηγή https://www.pna.gr/sport-asteras-kalamata/sports/item/26299- imimarathonios-agonas-dromou-pros-timi-tou-grigoris-lamprakis).Η διαχείριση αθλητών και ανταγωνιστικού αθλητισμού κατά τη διάρκεια και μετά την πανδημία. (Πηγή: EuropeanJournalofPreventiveCardiology, Bhatiaetal.)</a> .....	95
<a href="#">Εικόνα 15. Στιγμιότυπο από το SpetsesMiniMarathon (Πηγή: http:spetsesmarathon.com)</a> ...	99
<a href="#">Εικόνα 16. “Το σβήσιμο της 10όροφης επετειακής τούρτας SpetsesminiMarathon”.https://www.tanea.gr/2020/03/20/lifearts/trexo/to-spetses-mini- marathon-esvise-ta-10-tou-kerakia-2/</a> .....	99
<a href="#">Εικόνα 17. Στιγμιότυπο από το KumamotoCastleMarathon. Πηγή:httpw://english.kyodonews.net/news/japan).Η διαχείριση αθλητών και ανταγωνιστικού αθλητισμού κατά τη διάρκεια και μετά την πανδημία. (Πηγή: European Journal of Preventive Cardiology, Bhatia et al.)</a> .....	103



## Κατάλογος διαγραμμάτων:

Διάγραμμα 1. Αξιοποίηση των κοινωνικών επιπτώσεων της φιλοξενίας μεγάλων αθλητικών εκδηλώσεων: Ανάπτυξη και αξιολόγηση. ....	40
Διάγραμμα 2. Κύματα δρομικής έκρηξης.....	44
Διάγραμμα 3. Απεικόνιση αύξησης δρομικών δραστηριοτήτων .....	45
Διάγραμμα 4. Λόγοι που περπατούν οι άνθρωποι στην Ευρώπη.....	47
Διάγραμμα 5. Οι οικονομικές συνέπειες ενός μαραθωνίου ως τουριστικό γεγονός .....	50
Διάγραμμα 6. Δυνητικές συνέπειες στον τομέα του τουρισμού για μια πόλη .....	51
Διάγραμμα 7. Τυπολογία γεγονότων .....	56
Διάγραμμα 8. Επισκόπηση δομής διοργάνωσης αθλητικών γεγονότων.....	56
Διάγραμμα 9. Η ταξινόμηση των σπορ και του τουρισμού. ....	68
Διάγραμμα 10. Η ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού.....	73
Διάγραμμα 11.Ανάλυση SWOT του Ερασιτεχνικού Αθλητισμού. .....	74
Διάγραμμα 12. Παγκόσμια ρεκόρ και ταχύτεροι χρόνοι.....	83
Διάγραμμα 13. Εκτιμώμενος μέσος χρόνος αγώνων για τους πέντε μεγάλους χώρους μαραθωνίου.....	83
Διάγραμμα 14. Η διαχείριση αθλητικών και ανταγωνιστικού αθλητισμού κατά τη διάρκεια και μετά την πανδημία. ....	103

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η παγκόσμια τουριστική αγορά εξελίσσεται με ραγδαίους ρυθμούς (Mason, 2015). Σήμερα υπάρχουν πολλές ειδικές μορφές τουρισμού όπως ο Αθλητικός Τουρισμός (Gibson, 2006) και ο Τουρισμός Υπαίθριων Δραστηριοτήτων Αναψυχής (Beames, Mackie, & Atencio, 2019; Cheng, Edwards, Darcy, & Redfern, 2018; Κουθούρης, 2009), που παρέχουν έντονα συναισθήματα και αυθεντικές εμπειρίες.

Ο αθλητισμός είναι σημαντικός για τον άνθρωπο, καθώς μέσω αυτού αποκτά αγωνιστικότητα, αυτοκυριαρχία, καλλιεργεί το θάρρος του, την αποφασιστικότητα και κυρίως προάγει την υγεία του, ενώ ταυτόχρονα ψυχαγωγείται. Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται μια αύξηση στον αριθμό των συμμετοχών σε αθλητικές δραστηριότητες, πράγμα το οποίο έχει προκαλέσει και την αύξηση των δρομικών αγώνων.

Το τρέξιμο αποτελεί πολύτιμο αγαθό στους αρχαιοελληνικούς χρόνους. Ο Πλάτωνας αναφέρει ότι τα σημαντικότερα αγαθά είναι "η υγεία, το κάλλος και η δύναμη στο δρόμο". Το τρέξιμο είναι η πρώτη μορφή επικοινωνίας μεταξύ πόλεων. Τα τελευταία χρόνια έχει γίνει μόδα η συμμετοχή σε δρομικούς αγώνες μεγάλων αποστάσεων, κινητοποιώντας κατ' αυτό τον τρόπο όλο και περισσότερους ανθρώπους να ασχοληθούν με το τρέξιμο. Τα οφέλη που αποκομίζει ο άνθρωπος από το τρέξιμο είναι σημαντικά, τα οποία προάγουν την υγεία και ενισχύουν τη φυσική και πνευματική κατάσταση του δρομέα.

Το Δρομικό Κίνημα αποτελεί ένα σύγχρονο κοινωνικό φαινόμενο. Η μαζική συμμετοχή σε αθλητικές διοργανώσεις μαραθωνίων δρόμων είναι έντονη, αφού από τις αρχές του 2000 διανύουμε το 'δεύτερο κύμα δρομέων σε μαραθωνίους'. Η συμμετοχή σε οργανωμένες ή μη δρομικές δραστηριότητες ωθεί τον άνθρωπο να βελτιώσει τη φυσική του κατάσταση, να μειώσει το άγχος του και να υιοθετήσει έναν πιο υγιή τρόπο ζωής με άμεσο αντίκτυπο στην προσωπική του ανάπτυξη και ευημερία (Αλεξανδρής, 2017; Alexandris, 2016; Cohglan&Filo, 2013; Funk, 2008; Funk, Alexandris&McDonald, 2016; Kavetsos&Szymanski, 2010; Theodorakis, Kaplanidou&Karabaxoglou, 2015; Sato, Jordan, Funk&Sachs, 2018; Tzetzis, Alexandris&Kapsampeli, 2014). Ως φυσικό επακόλουθο ήταν η ραγδαία ανάπτυξη των αθλητικών διοργανώσεων μικρής κλίμακας (Gibson, 2006; 2017; Gibson,

Karlanidou&Kang, 2012; Gibson, Willming&Holdnak, 2003). Τα οφέλη που προκύπτουν από τις συγκεκριμένες αθλητικές διοργανώσεις είναι κοινωνικά, πολιτικά, οικονομικά και τουριστικά (Αλεξανδρή, 2018; Dwyer, Forsyth&Spurr, 2005; Getz, 2012; Higham, 1999).

### **Σκοπός**

Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι να διερευνήσει τον ρόλο του ΔΚ, την εξέλιξη του στον χρόνο και πως πλέον έχει λάβει τόσο μεγάλη απήχηση σε πολλές χώρες του κόσμου αλλά και στην Ελλάδα. Θα εξεταστούν οι μετενέργειες και τα οφέλη διοργανώσεων του ΔΚ, επίσημων και άτυπων στις κοινωνίες, στις πόλεις και περιοχές στις οποίες λαμβάνουν χώρα. Διερευνώνται οι οικονομικές, κοινωνικές και περιβαλλοντικές επιπτώσεις που έχουν οι ίδιες στον τόπο φιλοξενίας τους και πως μεταβάλλεται τουριστικά η διοργανώτρια περιοχή μετά την ανάληψη ενός αθλητικού γεγονότος.

### **Θεωρητικό Πλαίσιο**

Από τη βιβλιογραφία προκύπτει ότι τα αθλητικά γεγονότα του μαζικού αθλητισμού, όπως αυτά του Δρομικού Κινήματος, προσελκύουν μεγάλο αριθμό ατόμων, ακόμα και σε μη τουριστική περίοδο, όπως στην περίπτωση του Μαραθωνίου Σπετσών (<http://spetsesmarathon.com>).

Μικρά μέρη χωρίς τουριστική έλξη μετατρέπονται, μέσω των αθλητικών διοργανώσεων, σε τουριστικούς προορισμούς με συμμετέχοντες οι οποίοι ταξιδεύουν από διαφορετικά μέρη για τους αγώνες. Η παραπάνω δραστηριότητα αποδεικνύει ότι το Δρομικό Κίνημα επηρεάζει σημαντικά τη διοργανώτρια περιοχή, η οποία αναβαθμίζεται, βελτιώνει την εικόνα της και γίνεται τουριστικά ανταγωνιστική με άλλες περιοχές ήδη φημισμένες για τον τουρισμό τους.

### **Μεθοδολογία**

Έχει γίνει αξιοποίηση ακαδημαϊκών πηγών, όπως και έντυπου υλικού Ομοσπονδιών, Αθλητικών Συλλόγων και Σωματείων του Δρομικού Κινήματος, αλλά και αναφορών τοπικών αυτοδιοικήσεων με στόχο να αποτιμηθεί κατά πόσο οι δραστηριότητες του δρομικού κινήματος συμβάλλουν στον αθλητικό τουρισμό και στην γενικότερη ανάπτυξη των περιοχών στις οποίες λαμβάνουν χώρα..

Στη βιβλιογραφική ανασκόπηση γίνεται μια εισαγωγή για την ιστορία του αθλητισμού και της εξέλιξης του δρομικού κινήματος, αποσαφηνίζοντας τον όρο του αθλητικού τουρισμού. Επίσης γίνεται στατιστική ανάλυση μέσα από πίνακες και γραφήματα που αποδίδουν ποσοστά.

Επίσης μέσα από συνεντεύξεις από ανθρώπους του αθλητικού χώρου και του Δρομικού Κινήματος, αλλά και τοπικών φορέων διερευνήθηκε κατά πόσο οι διοργανώτριες περιοχές αλλάζουν εικόνα κατά την περίοδο των δρομικών αγώνων για τον λόγο ότι προσελκύουν μεγάλο αριθμό συμμετεχόντων και επισκεπτών, συμβάλλοντας έτσι στην συνολική εικόνα της περιοχής. Ερευνήθηκε επίσης η υπόθεση ότι όσο πιο μεγάλη είναι διαδρομή του αγώνα (για παράδειγμα υπερμαραθώνιος, μαραθώνιος, ημιμαραθώνιος). Τόσο περισσότερο διαρκεί η διαμονή των συμμετεχόντων και συνοδών τους.

Μία τρίτη προσέγγιση, εκτός από την βιβλιογραφική ανασκόπηση και τις συνεντεύξεις, υπήρξε η συμμετοχική παρατήρηση. Ως αθλήτρια και ενεργό μέλος του δρομικού κινήματος η γράφουσα απέκτησε ίδια γνώμη του ρόλου των δρομικών αγώνων στην ανάδειξη προορισμών στους οποίους αυτοί λαμβάνουν χώρα και στη γενικότερα ενισχυμένη εικόνα του τόπου κατά την περίοδο της διοργάνωσής τους. Ιδιαίτερα κατά την περίοδο εκπόνησης της διπλωματικής η συμμετοχή της γράφουσας στις εκδηλώσεις του τοπικού δρομικού κινήματος (προπονήσεις, δρομικοί αγώνες, αγώνες βουνού/trail) υπήρξε ανελλιπής.

# ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

## ΟΙ ΕΝΝΟΙΕΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΤΟΥ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ

### 1.1 Η έννοια του τουρισμού

Η Ελλάδα έχει μακριά παράδοση στον τουρισμό και την φιλοξενία, κυρίως λόγω της ιστορίας και του αρχαίου πολιτισμού της. Οι ξένοι θεωρούνταν ιεροί στην Αρχαία Ελλάδα. Ο Ξένιος Δίας, ο πατέρας των θεών, έγινε επίσης ο θεός της φιλοξενίας που προστατεύει τους ξένους και εμπνέει τους ντόπιους να φροντίζουν τους επισκέπτες τους. Μια γη πλούσιας οικονομικής, θρησκευτικής και πνευματικής δραστηριότητας για περισσότερες από τρεισήμισι χιλιετίες, γεωγραφικά εξαπλωμένη σε ένα αρχιπέλαγος με περισσότερα 2.500 νησιά, βρίσκεται στη νοτιοανατολική γωνία της Ευρώπης, όπως η Ελλάδα και έχει πολυδύναμη ταξιδιωτική δραστηριότητα (Briassoulis, 1993: 285; Skoulas, 1985:2; EIU, 1986:45).

Στη σύγχρονη εποχή, η επιστημονική τεκμηρίωση του τουρισμού στην Ελλάδα ξεκίνησε μετά τον Δεύτερο Παγκόσμιο Πόλεμο, ενώ η σημαντική τουριστική ανάπτυξη στα μέσα της δεκαετίας του 1970, όταν η έλλειψη της δημοτικότητας των ισπανικών θέρετρων τόνισε τη ζήτηση για εναλλακτικούς μεσογειακούς προορισμούς. Έγινε μια δραματική αύξηση των τουριστικών ροών προς την Ελλάδα στα τέλη της δεκαετίας του 1970 και του 1980, με τη βοήθεια πολλών φυσικών, πολιτιστικών και περιβαλλοντικών πόρων, υποδομών, αεροδρομίου σε μεγάλα νησιά και χαμηλού κόστους ζωής σε σύγκριση με το μεγαλύτερο μέρος της Ευρώπης. Η τουριστική βιομηχανία αναπτύχθηκε ραγδαία, ειδικά σε νησιώτικους προορισμούς και περιοχές με ιστορικά μνημεία (Komilis, 1987; Leontidou, 1991; Papadopoulos, 1989:297-300). Η ελληνική οικονομία δέχεται συχνά κριτική για την αποτυχία της ανάπτυξης ισχυρών βιομηχανικών τομέων και τη δημιουργία κατάλληλων διαύλων διανομής για την εξαγωγή γεωργίας. Ο τουρισμός συμβάλλει σημαντικά στο ισοζύγιο πληρωμών, ενώ είναι μια από τις λίγες δραστηριότητες που θα επέτρεπαν στην Ελλάδα να επιτύχει ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα μέσω της ανακατανομής της εργασίας στην Ευρώπη. «Έτσι, αποτελεί ζωτικό κίνητρο της ελληνικής οικονομίας να μειώσει το έλλειμμα του ισοζυγίου πληρωμών, να ενισχύσει την απασχόληση, να δημιουργήσει εισόδημα και να συμβάλει στην περιφερειακή ανάπτυξη» (Zacharatos, 1989:274; Truett & Truett, 1987:178).

Ο τουρισμός είναι μια από τις μεγαλύτερες βιομηχανίες, ταχύτερα αναπτυσσόμενες, του κόσμου. Για πολλές περιοχές ο τουρισμός είναι η πιο σημαντική πηγή εισοδήματος. Το κλίμα είναι σημαντικός παράγοντας όσον αφορά την τουριστική βάση μιας περιοχής. Τα χαρακτηριστικά του καιρού και του κλίματος δεν είναι απαραίτητα καθοριστικοί παράγοντες του τουρισμού αλλά αποτελούν σημαντικό παράγοντα, τόσο από οικονομική άποψη για τους τουριστικούς φορείς, όσο και από τις προσωπικές εμπειρίες των τουριστών.

Το 1942 διατυπώθηκε από τον Hunziken & Krapf ο ορισμός του τουρισμού, κατά τον οποίο ισχύει ότι: « ο τουρισμός είναι το σύνολο των φαινομένων που δημιουργούνται από ένα ταξίδι και από την παραμονή σε ένα μέρος ατόμων που δεν είναι μόνιμοι κάτοικοι, εφόσον δεν παίρνουν άδεια παραμονής και δεν λαμβάνουν μέρος σε εργασίες». Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού, κατά το συνέδριο που πραγματοποιήθηκε το 1991 στην Οτάβα του Καναδά προσδιόρισε τον τουρισμό ως τις προσδοκίες και τους στόχους που θέτουν οι τουρίστες για αναψυχή και διασκέδαση όχι περισσότερο από ένα χρόνο μέσα σε ένα έτος μακριά από τον τόπο μόνιμης κατοικίας τους (Μοίρα & Μυλωνόπουλος, 2014).

Ο τουρισμός περιλαμβάνει τις δραστηριότητες των ανθρώπων που ταξιδεύουν και διαμένουν σε προορισμούς και περιοχές άλλες εκτός από αυτές που αποτελούν το συνηθισμένο περιβάλλον τους, με σκοπό την αναψυχή κ.ά.». Εν κατακλείδι, ο όρος 'τουριστική αγορά', σημαίνει προσφορά και ζήτηση τουριστικών προϊόντων. Ό, τι σχετίζεται με την προσφορά τουριστικών προϊόντων, αυτή θα πρέπει να πληροί βασικές προϋποθέσεις και την ύπαρξη παραγωγών τουριστικών προϊόντων, που επιδιώκουν να τα διαθέσουν επικερδώς, καθώς επίσης να ικανοποιήσουν ποσοτικά και ποιοτικά τις τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες των ανθρώπων. Σε ό, τι αφορά την ζήτηση τουριστικών προϊόντων, θα πρέπει να πληροί πάλι προϋποθέσεις και την ύπαρξη ανθρώπων με τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες, με αγοραστική δύναμη και καταναλωτική συμπεριφορά. Ο τουρισμός είναι ένα κοινωνικό οικονομικό φαινόμενο, που διαπλάθει τις επαγγελματικές δραστηριότητες των ατόμων.

Δείγματα τουρισμού παρατηρούνται ακόμη και από τα αρχαία χρόνια της Ελληνικής ιστορίας καθώς κάθε τέσσερα χρόνια διεξάγονταν στην αρχαία Ολυμπία οι Ολυμπιακοί αγώνες, με αποτέλεσμα να πηγαίνουν στην περιοχή της Ολυμπίας και να συμμετέχουν στους αγώνες (αθλητικός τουρισμός).

Ο τουρισμός αναλαμβάνει σήμερα μια αυξανόμενη οικονομική και κοινωνική σημασία, ικανή να παράγει πλούτο και να προωθήσει την κοινωνικοοικονομική

ανάπτυξη των εμπλεκόμενων περιοχών. Συμβάλλει επίσης στην προώθηση της ευημερίας, συμβάλλοντας στην ποιότητα της ζωής των συμμετεχόντων. Αυτό απαιτεί ανεπτυγμένη προσπάθεια για την διασφάλιση προσβασιμότητας των τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών για άτομα με αναπηρία, ηλικιωμένους, γυναίκες σε προχωρημένη εγκυμοσύνη, παχύσαρκοι άνθρωποι κλπ. Έτσι, η ενίσχυση συμμετοχής ατόμων με αναπηρία και η βελτίωση πρόσβασης στον τουρισμό έχει μεγάλη σημασία. Ο τουρισμός και η αναψυχή γενικότερα, είναι ολοένα και πιο σημαντικοί στο θέμα της βελτίωσης και προώθησης της ποιότητας της ζωής όλων των ανθρώπων. Η συμμετοχή του ατόμου σε τουριστικές δραστηριότητες ως "μέσο" βελτίωσης της κοινωνικής αλληλεπίδρασης, της προσωπικότητας, συνδέεται με την ποιότητα της ζωής (Mactavish, MacKay, Iwasaki & Betleridgo, 2007).

#### Διακρίσεις Τουρισμού:

**Εγχώριος:** ο τουρίστας ταξιδεύει στη χώρα του.

**Εξερχόμενος:** ο τουρίστας ταξιδεύει εκτός συνόρων της χώρας μόνιμης κατοικίας του.

**Εισερχόμενος:** τουρισμός αλλοδαπών οι οποίοι ταξιδεύουν σε δεδομένη χώρα.

**Διεθνής:** το σύνολο του εισερχόμενου και εξερχόμενου τουρισμού.

**Εσωτερικός:** το σύνολο του εγχώριου και εισερχόμενου τουρισμού.

**Εθνικός:** το σύνολο του εγχώριου και εξερχόμενου τουρισμού.

**Μαζικός:** Εμφανίστηκε μετά τη Βιομηχανική Επανάσταση και οφείλεται στην άνοδο των εισοδημάτων των εργαζομένων.

**Εναλλακτικός:** Σε αυτόν εντάσσονται λιγότερο μαζικές ειδικές μορφές τουρισμού όπως ο αγροτουρισμός, ο περιηγητικός, ο πολιτιστικός και ο τουρισμός πόλεων. Στην Ελλάδα, ο όρος εναλλακτικός τουρισμός χρησιμοποιείται κυρίως για να προσδιορίσει δραστηριότητες, φιλικές προς το περιβάλλον.

Το 2019, την τουριστική χρονιά προ covid-19 ο αριθμός των επισκεπτών έφτασε τα 31 εκατομμύρια επισκέπτες καταγράφοντας 18 δις εκατομμύρια τουριστικά έσοδα. (m.naftemporiki.gr) (30/12/2019).

#### Τουρίστας:

Επισκέπτεται μια χώρα και διαμένει σε αυτή τουλάχιστον 24ώρες. Η επίσκεψή του έχει λόγους επαγγελματικούς, λόγους υγείας, σπουδών, διακοπών, επίσκεψη σε συγγενικά πρόσωπα και λόγους άθλησης.

#### Εκδρομέας:

Επισκέπτεται έναν τόπο και διαμένει σε αυτόν λιγότερο από 24ώρες. Εδώ συμπεριλαμβάνονται και τα ταξίδια κρουαζιέρας.

#### Προπονητικός Τουρισμός:

Περιλαμβάνει την επαγγελματική και ερασιτεχνική ομάδα ή και αθλητή που ταξιδεύει για να συμμετέχει σε ειδικά προγράμματα προετοιμασίας και αποθεραπείας σε προπονητικά κέντρα, διαμένοντας σε καταλύματα ή ανεξάρτητα στα προπονητικά κέντρα.

#### Τουρισμός Αθλητικών Διοργανώσεων:

Ο Τουρισμός Αθλητικών Διοργανώσεων περιλαμβάνει:

- Τον τουρίστα που ταξιδεύει για να παρακολουθήσει ως θεατής σε αθλητικούς αγώνες, με τουλάχιστον μια διανυκτέρευση στον προορισμό διεξαγωγής του αγώνα, συνδυάζοντας χρονικά τις αθλητικές δραστηριότητες με τις διακοπές του.
- Την ομάδα ή τον αθλητή που ταξιδεύει για να λάβει μέρος σε αθλητικούς αγώνες, μόνο στην περίπτωση που παρατείνει την διαμονή του για τουλάχιστον μια διανυκτέρευση στον προορισμό διεξαγωγής του αγώνα, πέρα από τις καθαρά αθλητικές υποχρεώσεις, καταναλώνοντας τουριστικές υπηρεσίες.

Περιλαμβάνει τον τουρίστα που ταξιδεύει για να βιώσει την εμπειρία επαγγελματικά παρεχόμενων αθλητικών δραστηριοτήτων.

#### Τουρισμός Αθλητικής Αναψυχής:

Περιλαμβάνει τον τουρίστα που ταξιδεύει για να απολαύσει τις διακοπές του βελτιώνοντας παράλληλα την φυσική κατάσταση και επιλέγει εκείνα τα ξενοδοχεία που:

- Παρέχουν ειδικά ψυχαγωγικά αθλητικά προγράμματα, υπηρεσίες, εξοπλισμό.
- Είναι κοντά σε θεματικά πάρκα και οργανωμένες παραλίες.

Η διαφορά του αθλητικού τουρίστα με τους υπόλοιπους τουρίστες που διαμένουν στα ίδιου τύπου ξενοδοχεία, είναι η συστηματική, καθημερινή του ενασχόληση με τις αθλητικές δραστηριότητες, η χρήση του εξοπλισμού και η κατανάλωση υπηρεσιών.

#### Τουρισμός Αθλητικών Δραστηριοτήτων:

Περιλαμβάνει τον τουρίστα που ταξιδεύει για να βιώσει την εμπειρία επαγγελματικά. Σε φυσικά τοπία (π.χ. διαδρομές σε οικολογικά μονοπάτια, ποτάμια, βουνοκορφές), σε



συνδυασμό με ήπια διαμορφωμένες εγκαταστάσεις (π.χ. χιονοδρομικά κέντρα, καταλύματα), ή σε αστικά τοπία (μαραθώνιοι αγώνες πόλεων)(Κοκκώσης, Τσάρτας, 2001).

## 1.2 Η έννοια του αθλητισμού:

«Ο αθλητισμός είναι ένα κομμάτι της κληρονομιάς όλων των ανδρών και των γυναικών και η απουσία του αφήνει ένα κενό που δεν μπορεί να αναπληρωθεί ποτέ» (Pierre de Coubertin 1863-1937). Αρχαιολογικά ευρήματα δείχνουν ότι η τοξοβολία, η πάλη, η αρματοδρομία, το κυνήγι, η κολύμβηση και το τρέξιμο ήταν δραστηριότητες πολλών αρχαίων πολιτισμών, όπως των Σουμέριων, των Βαβυλωνίων, των Ασσυρίων, των Χετταίων και των Φοινίκων. Άλλοι πολιτισμοί, όπως των Αιγύπτιων, των Κινέζων και των Ινδών ασχολήθηκαν με δραστηριότητες όπως παιχνίδια με την μπάλα, σωματικές ασκήσεις και ρίψη διάφορων αντικειμένων.

Ο αθλητικός ανταγωνισμός και η σωματική δραστηριότητα ήταν τρόπος ζωής για τους αρχαίους Έλληνες από τους προϊστορικούς ακόμα χρόνους. Τις πρώτες αθλητικές εκδηλώσεις στη μινωική Κρήτη τις βρίσκουμε συνδεδεμένες με θρησκευτικές τελετές. Στην μυκηναϊκή Ελλάδα οι αθλητικοί αγώνες αποτελούσαν αναπόσπαστο στοιχείο των επικήδειων τελετών προς τιμή επιφανών νεκρών. Στα «άθλα επί Πατρόκλω» της Ιλιάδας η επικήδεια τελετή του Πατρόκλου περιλαμβάνει αγωνίσματα, όπως η αρματοδρομία, η πυγμαχία, η πάλη, ο δρόμος, η οπλομαχία, δισκοβολία, η τοξοβολία και ο ακοντισμός.

Ο αθλητισμός διαφέρει από τη φυσική αγωγή. Στον αθλητισμό καλλιεργούνται συγκεκριμένα σπορ, στα οποία κυριαρχούν η υψηλή οργάνωση, οι επίσημοι αυστηροί κανόνες, οι προκαθορισμένοι τρόποι του παιχνιδιού ή των αγώνων και ο ανταγωνισμός. Στον αθλητισμό τα άτομα επιδιώκουν κυρίως τη νίκη. Ο αθλητισμός απαιτεί υψηλά επίπεδα δεξιοτήτων, αναπτύσσει αθλητικά πρότυπα, απαιτεί δέσμευση, αφοσίωση και σκληρή προσπάθεια. Περιλαμβάνει ανταγωνιστικές και μη δραστηριότητες, με τις οποίες ασχολούνται άνθρωποι για αναψυχή, εξάσκηση ή και βελτίωση επιδόσεων (Ερευνητική Μονάδα Αθλητικού Τουρισμού Ελλάδας, 2000). Είναι η τουριστική δραστηριότητα ατόμων και γκρουπ με κίνητρα τη συμμετοχή σε οργανωμένες αθλητικές διοργανώσεις (Γκουτζιούπας, 2006).

Ο αθλητισμός μπορεί να πάρει διάφορες μορφές. Ο Ερασιτεχνικός Αθλητισμός όλα τα αθλήματα του στίβου. Επαγγελματικός αθλητισμός ονομάζεται αυτός ο οποίος γίνεται

με σκοπό ο αθλητής να επιβιώνει από αυτό. Είναι δηλαδή το κύριο επάγγελμά του. Ο Μαζικός αθλητισμός, στον οποίο αθλούνται πολλά άτομα μαζί είτε σε κάποιο γυμναστήριο είτε σε διάφορους συλλόγους. Τέλος, οι Φυσικές δραστηριότητες. Εδώ συμπεριλαμβάνουμε τον χορό, το περπάτημα, το ποδήλατο και τις δραστηριότητες που ασκεί κάποιος μόνος του.

Ο αθλητισμός, μπορεί επίσης να διευκολύνει την κοινωνική ενσωμάτωση των μεταναστών και των ατόμων αλλοδαπής καταγωγής, καθώς και να στηρίζει τον διαπολιτισμικό διάλογο. Ο αθλητισμός προάγει στους ανθρώπους μια αίσθηση ένταξης και συμμετοχής και για το λόγο αυτό, μπορεί να είναι εξίσου σημαντικό μέσο για την ενσωμάτωση των μεταναστών. Στο σημείο αυτό φαίνεται η σπουδαιότητα του αθλητισμού και η διάθεση των κρατών για τις αθλητικές δραστηριότητες, ώστε να υπάρχει θετική αλληλεπίδραση μεταξύ μεταναστών.

### **1.3 Αθλητικός Τουρισμός**

Αθλητικός τουρισμός μπορεί να οριστεί ως η τουριστική δράση που στοχεύει στην πολύπλευρη αναψυχή του ατόμου που το οδηγεί μακριά από την εστία του, για να συμμετάσχει σε δραστηριότητες ενεργητικά ή για να δει εκ του σύνεγγυς αθλητικά γεγονότα ή ακόμα και να θυμηθεί στιγμές παλιότερων αθλητικών συμβάντων (Gibson, 2003). Στην Ελλάδα ο ενεργός αθλητικός τουρισμός εμφανίζει αλματώδη αύξηση και μπορεί να διακριθεί σε κατηγορίες που σχετίζονται με τα θαλάσσια αθλήματα, με τις αθλητικές δραστηριότητες του βουνού και με άλλες φυσικές ενασχολήσεις.

Ο αθλητικός τουρισμός στην Ελλάδα σχετίζεται πολύ με τον οικοτουρισμό και τις εξειδικευμένες τουριστικές υπηρεσίες υγείας. Η επιχειρηματικότητα σε αυτόν τον τομέα είναι μόνο στην αρχή και περιλαμβάνει πολλαπλές συνεργασίες και πρωτοβουλίες, για παράδειγμα οι επισκέπτες αγκυροβόλησης σε κρουαζιερόπλοια στα ελληνικά νησιά ασχολούνται με τη δραστηριότητα θαλάσσιου καγιάκ που παρέχεται από ένα τοπικό πρακτορείο υπαίθριων δραστηριοτήτων.

Υπάρχουν πολλές ευκαιρίες για οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη μέσω του αθλητικού τουρισμού, δεδομένου ότι είναι ένας ακαλλιέργητος τομέας. Απαιτείται πολύ έρευνα αγοράς με το πρώτο βήμα να γίνει από τον δημόσιο τομέα. Ιδρύματα όπως η Διεθνής Ερευνητική Μονάδα του Αθλητικού Τουρισμού στην Ελλάδα είναι πιο χρήσιμα σε αυτόν τον τομέα.

Η πρώτη οργανωμένη ενασχόληση με δραστηριότητες αθλητικού τουρισμού παρουσιάστηκε στον ελληνικό χώρο στη δεκαετία του 1980 κυρίως με δραστηριότητες του βουνού, αν και η τουριστική βιομηχανία της εποχής ήταν πρωτόλεια και ο στόχος των αθλητικών αυτών προωθήσεων ήταν η ξένη αγορά των τουριστών που ασχολούνταν ενεργητικά με τον αθλητικό τουρισμό κι επιδίωκαν νέες συγκινήσεις. Σύμφωνα με τον Τερζάκη (2003) στην χώρα μας ενώ είναι σαφείς οι ελλείψεις σε υποδομές τουριστικές και σε αθλητικές εγκαταστάσεις, καθώς και οι οργανωμένες κρατικές προσπάθειες προώθησης του τουριστικού αυτού στόχου, παρόλο που υπάρχει μία ποικιλία δραστηριοτήτων και διοργανώνονται πολλές αθλητικές οργανώσεις.

Σταδιακά η αγορά πήρε μεγαλύτερες διαστάσεις και οι αθλητικές δραστηριότητες έγιναν το συνώνυμο των διακοπών για αναψυχή προς όλους. Και στον καινούργιο αιώνα που ανατέλλει ο αθλητικός τουρισμός, χρησιμοποιώντας τα νέα τεχνολογικά μέσα αναζητά νέες αγορές προσφέρει εξειδικευμένες λύσεις στους υποψήφιους πελάτες, ενώ οι επιχειρήσεις καλούνται να ανταποκριθούν στις τουριστικές ανάγκες ενός όλο και πιο απαιτητικού τουριστικού κοινού. (Κουθούρης & Αλεξανδρής, 2005).

Για να βελτιωθούν οι παρεχόμενες υπηρεσίες από τους τουριστικούς παράγοντες είναι θεμιτό να διασαφηνιστεί η αποστολή του αθλητισμού και οι τρόποι που αυτός επηρεάζει τις τουριστικές δραστηριότητες. (Harrison-Hill & Chalip, 2005). Το μοντέλο του Kurtzman (1999), συντελεί αποφασιστικά στην εξέλιξη του αθλητικού τουρισμού. Στην ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού συντελεί και η πρόοδος της τεχνολογίας (Gammon & Robinson, 1997) και των μέσων μεταφοράς που διευκολύνει τη μετακίνηση των αθλητών και των θεατών.

Έτσι ο αθλητικός τουρισμός μπορεί να επικεντρωθεί ή στο αθλητικό συμβάν ή στο μέρος και την αθλητική διοργάνωση και μπορεί να διακριθεί σε 5 κατηγορίες: Η πρώτη κατηγορία αφορά τις εκδηλώσεις του αθλητικού τουρισμού. Εκεί ανήκουν οι Ολυμπιακοί αγώνες, τοπικά, περιφερειακά, εθνικά και διεθνή τουρνουά, αθλητικές συναντήσεις, παγκόσμια πρωταθλήματα, φιλικά παιχνίδια, αθλητικά φεστιβάλ. Η δεύτερη περιλαμβάνει τα αθλητικά-τουριστικά θέλγητρα, δηλαδή τα αθλητικά μουσεία, αθλητικά σόου και επιδείξεις, σεμινάρια και συνέδρια. Η τρίτη αφορά τις εκδρομές αθλητικού τουρισμού, όπως περπάτημα, σπηλαιολογία, σαφάρι, ποδηλασία, αθλήματα περιπέτειας. Η τέταρτη αφορά τις περιοχές αθλητικού τουρισμού: θέρετρα γκολφ, καταδύσεων, ψαρέματος, φυσικής κατάστασης και ευεξίας, λουτροπόλεις. Στην πέμπτη ανήκουν οι κρουαζιέρες αθλητικού τουρισμού. Οι κρουαζιέρες αθλητικών

διασημοτήτων, φυσικής κατάστασης και ευεξίας, κρουαζιέρες επισκέψεων σε προορισμούς με αθλητικές εγκαταστάσεις.

Ο Τερζάκης(2004) αναφέρει ότι τα άτομα που έχουν είτε ερασιτεχνική ή επαγγελματική ενασχόληση με αυτό το είδος αθλητισμού έχουν ανάγκη από ένα αρκετά δαπανηρό εξοπλισμό, να είναι ενεργητικοί αθλητές και να προσέχουν τη φυσική τους κατάσταση, καθώς και να είναι γνώστες του τομέα-τομείς που ακολουθούν. Ανάλογα και ο Αλεξανδρής (2008), αναφέρει ότι οι αθλητικοί τουρίστες έχουν ανθηρή οικονομική θέση, κινούνται σε ηλικίες από 18 ως 44 ετών και είναι ανώτερης εκπαίδευσης, ενώ επιθυμούν να κάνουν μακρινά ταξίδια και έχουν μάλλον περιηγητική διάθεση. Στη σημερινή εποχή οι τουρίστες που είναι πιο επιλεκτικοί και επιζητούν πιο εξειδικευμένες τουριστικές λύσεις (Wood, 1994) θεωρούνται δύσκολος στόχος για την τουριστική βιομηχανία, αφού αυτή καλείται τόσο να καλύψει τα θέματα της τεχνογνωσίας, όσο να προκαλέσει τις κατάλληλες συνθήκες του ψυχολογικού κλίματος (Crompton, 1994), που είναι το αντικείμενο της προσωπικής αντιμετώπισης και των συναισθημάτων μέσω της δράσης των ατόμων καταναλωτές, όταν ζουν μία ανάλογη τουριστική εμπειρία. (Otto&Ritchie, 1996).

Οι Gibson, Attle & Yiannakis (1997) μελέτησαν το κοινωνικό προφίλ του αθλητικού τουρίστα και κατέληξαν ότι τις περισσότερες φορές είναι νεαρός άνδρας (24-45 χρονών), με οικονομική άνεση και πανεπιστημιακή μόρφωση, για τον οποίο ο αθλητισμός είναι τρόπος ζωής που τον ακολουθεί ακόμα και μετά τη συνταξιοδότησή του, ενώ του αρέσει να επαναλαμβάνει αθλητικές δραστηριότητες και να πηγαίνει στις ίδιες περιοχές.

Από όλα αυτά διαφαίνεται ότι ο Αθλητικός Τουρισμός εμφανίζεται ως μια πλήρες τουριστικό βίωμα, κατά το οποίο ο συμμετέχων αθλείται είτε ενεργητικά ή παθητικά με τρόπο όμως που ο προορισμός του ταξιδιού είναι κι αυτός που προσφέρει τον κυρίαρχο τόνο του.

Εδώ αξίζει να παρουσιαστεί και η διαφορά μεταξύ των δύο όρων του αθλητικού τουρισμού και του τουριστικού αθλητισμού. Στον αθλητικό τουρισμό κυρίαρχο είναι το γεγονός της θέασης των αθλητικών αγώνων, αλλά στον τουριστικό αθλητισμό επικεντρώνεται ο συμμετέχων σε δραστηριότητες τυχαίες, (όπως π.χ. αγώνες ποδηλασίας, δρόμου που συνέβησαν την ίδια χρονική στιγμή) χωρίς να είναι και αυτός αποκλειστικά ο λόγος του ταξιδιού Πιο απλά στον τουριστικό αθλητισμό ο τουρίστας συμμετέχει σε μια αθλητική δραστηριότητα τυχαία κατά την διαμονή του στον τόπο που βρέθηκε, ενώ ο αθλητικός τουρισμός είναι μια επιλογή τοποθεσίας που ακολουθεί

τη λογική των αθλητικών εκδηλώσεων και μπορεί να χρειάζεται ακόμα και πολύμηνο προγραμματισμό πριν την εκτέλεσή του Σύμφωνα με το Γκίόσο (2000:82) οι αθλητικοί τουρίστες μπορούν να διακριθούν σε δύο υποκατηγορίες στους θεατές και στους συμμετέχοντες που εύλογο είναι να διαφοροποιούνται ως προς τη διάρκεια, τους στόχους και την καταναλωτική τους συμπεριφορά. Εδώ πρέπει να τονιστεί ότι η διοργάνωση μίας σημαντικής αθλητικής διοργάνωσης μπορεί να επιφέρει μακροπρόθεσμες θετικές επιρροές στο δημόσιο και στον ιδιωτικό τομέα τουλάχιστον για μία δεκαετία, χωρίς όμως να μπορούν να σκιαγραφηθούν επίσημα και να καταμετρηθούν οι επιδράσεις αυτές (Preuss, 2006). Οι Bieger και Frey (2001) υποστηρίζουν ότι οι θετικές επιπτώσεις για μία πόλη που αναλαμβάνει την οργάνωση των αγώνων είναι πολλαπλές, αφού τη μετατρέπουν σε τουριστικό κέντρο. Ανάλογα αν η διοργάνωση δεν είναι επιτυχής, τότε η εικόνα της διοργανώτριας πόλης αμαυρώνεται.

Το τρέξιμο έπαιξε καθοριστικό ρόλο στην εξέλιξη της ανθρωπότητας. Ήταν σημαντικός παράγοντας το τρέξιμο για όλους τους πολιτισμούς, για όλους τους πολίτες όλων των ηλικιών. Ήδη από την εποχή του κυνηγιού ήταν σπουδαίος ο ρόλος του τρεξίματος και γενικότερα η φυσική κατάσταση του ανθρώπου, για την κατάκτηση του θηράματος και την μετακίνησή του.

Υπάρχουν λίγα ιστορικά στοιχεία που προσδιορίζουν το πότε το τρέξιμο συμβαίνει για αθλητικούς σκοπούς. Πρώτη φορά συνέβη στην Αρχαία Αίγυπτο, πριν ακόμα χτιστούν οι πυραμίδες και τα μνημεία του Φαραώ, περίπου στο 2.000π.Χ. Η Αρχαία Ελλάδα, δείχνει επίσης ότι το τρέξιμο χρησιμοποιήθηκε τόσο για πολιτικούς, όσο και για κοινωνικούς λόγους, όπως απεικονίζονται σε αρχαία είδη (π.χ. αγγεία, κεραμικά) πολεμιστές τρέχοντας σε μάχη ή ασπίδες πολεμιστών οι οποίοι τρέχουν (Owen, 2013).



Εικόνα 1: Απεικόνιση διαγωνιστικών δρομικών αγώνων.

Πηγή: PngTree: ([https://pngtree.com/freebackground/running-competition-track-and-field-background-poster\\_1090154.html](https://pngtree.com/freebackground/running-competition-track-and-field-background-poster_1090154.html)).

#### 1.4 Προϋποθέσεις ανάπτυξης αθλητικού τουρισμού:

Ο Αθλητικός Τουρισμός είναι ένα προϊόν που είναι επακόλουθο του τουριστικού και του αθλητικού προϊόντος, τα οποία είναι τα πιο δημοφιλή αγαθά/δραστηριότητες παγκοσμίως και αποτελούν βασικές ανάγκες του κάθε ανθρώπου. Το αθλητικό αγαθό είναι μια ζωντανή διαδικασία που επηρεάζεται από τις καιρικές συνθήκες, έως και την ψυχολογική κατάσταση του καταναλωτή. Επομένως, όσοι εμπλέκονται στην παραγωγή του αθλητικού τουριστικού προϊόντος πρέπει να κατανοήσουν ότι θα έχουν να αντιμετωπίσουν υψηλά ρίσκα και δυσκολίες, αλλά ταυτόχρονα έχουν να αποκομίσουν υψηλά κέρδη, εάν πετύχουν την ικανοποίηση του πελάτη.

Οι Gammon & Robinson (1997) αναφέρουν τους λόγους που οδήγησαν στην εκτόξευση του αθλητικού τουρισμού κατά τα τελευταία τριάντα χρόνια. Οι λόγοι αυτοί μπορούν να ανιχνευθούν στο ότι τα μέσα ενημέρωσης έχουν προβάλλει τη δημοτικότητα των αθλητικών οργανώσεων και προβλήθηκε διεθνώς η αξία της άθλησης ως παράγοντα υγείας. Παράλληλα τα κράτη αντιμετωπίζουν τις αθλητικές εκδηλώσεις ως έναν ακόμα τρόπο διπλωματίας και συναδέλφωσης των λαών, γεγονός που οδηγεί σε διεθνείς οργανωμένες δραστηριότητες αθλητισμού. Σε όλα αυτά πρέπει να προστεθεί και η διάθεση των ατόμων να κάνουν ταξίδια και να απολαμβάνουν από κοντά τις αθλητικές οργανώσεις ως εμπειρίες ζωής.

Στις Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής ο αθλητικός τουρισμός προβάλλεται ως ένα

ανταγωνιστικό προϊόν, με σκοπό το κέρδος και την προσέλκυση τουριστών. Με τον τρόπο αυτό προβάλλεται ο αθλητικός τουρισμός και τα οφέλη που προκύπτουν, κυρίως στον οικονομικό τομέα, τα οποία είναι εκπληκτικά. Στην Ισπανία, ο αθλητικός τουρισμός δεν είχε ιδιαίτερη ακμή. Άρχισε να ακμάζει από το 1992, από την διοργάνωση δηλαδή των Ολυμπιακών Αγώνων, που δόθηκε μεγάλη κρατική χρηματοδότηση, προκειμένου να δημιουργηθούν δομές και υποδομές, οι οποίες να αναδεικνύουν τον τόπο.

Στη Γερμανία και την Ολλανδία καταγράφονται ετησίως 7 εκατομμύρια τουριστικά ταξίδια αθλητικού τουρισμού. Στη Γαλλία ο αθλητικός τουρισμός αγγίζει το ποσοστό του 25% σε ό,τι αφορά τα τουριστικά ταξίδια, με αποδεικτικό στοιχείο το ποσοστό του 20% από τα τουριστικά γραφεία, πως οι τουρίστες προτιμούν ενεργητικές διακοπές με αθλητικές δραστηριότητες. Στο πρόγραμμά τους, όπως και το Ηνωμένο Βασίλειο, με το ίδιο ποσοστό, 20% των τουριστών, γεγονός το οποίο αποδεικνύει ότι ο αθλητικός τουρισμός είναι εξελιγμένος.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

### ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΣ: ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΔΙΑΣΤΑΣΗ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Στη σύγχρονη εποχή, ο αθλητισμός άρχισε να απασχολεί όλο και περισσότερους ανθρώπους. Παράλληλα, παρατηρήθηκε μεγέθυνση των αναγκών των καταναλωτών αθλητισμού (φιλάθλοι, αθλούμενοι κ.λπ.), ενώ διευρύνθηκαν τα δημογραφικά χαρακτηριστικά τους (όπως φύλο, ηλικία, μόρφωση, οικονομική επιφάνεια κ.λπ.). Οι εξελίξεις αυτές, οδήγησαν στην αλματώδη αύξηση του ανταγωνισμού μεταξύ των επιχειρήσεων για μεγαλύτερη συμμετοχή στα μερίδια αγοράς των θεατών, αλλά και των συμμετεχόντων. Κατά συνέπεια, δημιουργήθηκε η ανάγκη για αθλητικό μάρκετινγκ. Οι ομάδες (επαγγελματικές και ερασιτεχνικές), τα σχολεία, οι μικροί σύλλογοι, οι ερασιτεχνικοί όμιλοι, οι αθλητικές επιχειρήσεις άρχισαν να αναζητούν αποδοτικότερους τρόπους και τεχνικές, ώστε να προσελκύουν φιλάθλους και καταναλωτές.

Το αθλητικό μάρκετινγκ σκοπεύει στην σύγχρονη εποχή να συγχρονίσει και να συνδυάσει αρμονικά κάποιες λειτουργίες και σχέσεις που υπάρχουν στον χώρο. Αποτελεί δηλαδή έναν καταλύτη ανάμεσα τους και γι' αυτό είναι αρκετά σημαντικός ο ρόλος του τα τελευταία χρόνια. Το μάρκετινγκ περικλείει τον πελάτη και τον φέρνει σε επαφή με τον κύκλο του αθλητικού προϊόντος ο οποίος χωρίζεται στις αθλητικές λειτουργίες, τα οικονομικά που απασχολούν τους επαγγελματίες του αθλητισμού και την διαχείριση αυτών των δυο. Τρεις ομόκεντροι κύκλοι, οι οποίοι στο σύνολο τους αποτελούν την εικόνα των σχέσεων που υπάρχουν στο σύγχρονο αθλητισμό. Το μάρκετινγκ είναι σημαντικός παράγοντας διότι έρχεται αφενός σε επαφή με όλους ξεχωριστά, άλλα και ρυθμίζει κάθε φορά τις ενέργειες τους σύμφωνα με τις ανάγκες τους ώστε να επιτυγχάνεται το επιθυμητό αποτέλεσμα και η ομαλή τους αλληλεπίδραση.



## **2.1 Το μάρκετινγκ του αθλητισμού - Το μάρκετινγκ μέσω του αθλητισμού:**

Ως στόχο, αυτό το είδος μάρκετινγκ έχει την επιβίωση του αθλητισμού σε ένα περιβάλλον που συνεχώς μεταβάλλεται. Οι σύλλογοι που δραστηριοποιούνται επαγγελματικά, ασχολούνται με το συγκεκριμένο είδος αθλητικού μάρκετινγκ. Ο όρος αυτός αναφέρεται σε πρακτικές όπου ο αθλητισμός χρησιμοποιείται για προώθηση και διαφήμιση εταιριών, προϊόντων κλπ. Η χορηγία μιας φανέλας αθλητή ή συλλόγου είναι το πιο κλασσικό παράδειγμα για αυτό το είδος του αθλητικού μάρκετινγκ. Η χορηγία αποτελεί μια μόνο μορφή μάρκετινγκ στον αθλητικό χώρο, ενώ αναφέρεται και για εταιρίες που δεν σχετίζονται άμεσα με τον αθλητισμό.

## **2.2 Τα χαρακτηριστικά του αθλητικού μάρκετινγκ:**

Στοιχεία που προβάλλονται μέσα από το αθλητικό μάρκετινγκ κατά τον B. J. Mullin (1980) είναι τα παρακάτω:

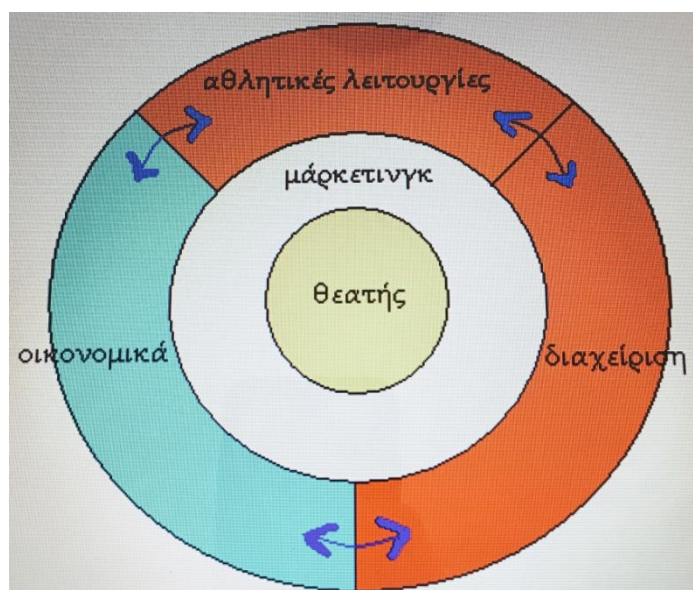
- Η αγορά των αθλητικών προϊόντων ή υπηρεσιών. Το περιβάλλον του αθλητισμού, είναι μια αγορά στην οποία οι αθλητικοί οργανισμοί παρόλο που ανταγωνίζονται ο ένας τον άλλον είναι αναγκασμένοι και να συνεργάζονται. Είτε σε επίπεδο μεταγραφών, είτε σε σύμπλευση απόψεων για διοικητικά θέματα διοργανώσεων, είτε για τηλεοπτικά δικαιώματα κ.λπ., ταυτόχρονα αποτελούν συνεργάτες και ανταγωνιστές, ενώ οι πελάτες του χώρου παρουσιάζουν υψηλή ταύτιση με το αθλητικό προϊόν.
- Κόστος παρακολούθησης αθλητικού γεγονότος. Ένα από τα χαρακτηριστικά του αθλητισμού που αφορά την τιμή του, είναι και ότι η «πολυτέλεια» το να παρακολουθείς δραστηριότητες ενός ή ελαχίστων αθλητών, είναι οικονομικά συμφέρουσα. Και αυτό διότι το κόστος συμμετοχής είναι σχετικά μικρό. Ένα αθλητικό γεγονός μπορεί να απασχολεί μικρό αριθμό υπαλλήλων και αθλητών και τα λειτουργικά του έξοδα όσο και να ανεβάζουν το κόστος, καλύπτονται από τα έσοδα που παρέχουν πχ. 30 χιλιάδες θεατές, και ένας αριθμός θεατών από ραδιοτηλεοπτικά μέσα.
- Προώθηση του αθλητισμού. Ο αθλητισμός πέρα από τις θετικές του διαστάσεις

όπου από μόνες τους αποτελούν μέσο προώθησης, προωθείται από τα ΜΜΕ σε μεγάλο βαθμό λόγω της απήχησης του. Ένας σημαντικός όγκος χρημάτων που διακινούνται γύρω από τον αθλητισμό, προέρχονται κυρίως από τα ΜΜΕ, γι' αυτό και πολλές φορές στο μάρκετινγκ δεν δίνεται η απαραίτητη βαρύτητα.

Τελευταία, αυτό δείχνει να αλλάζει καθώς οι οικονομικές εξελίξεις αναγκάζουν τις εταιρίες του αθλητισμού να στρέφονται στο μάρκετινγκ για την εξεύρεση του κάθε δυνατού εσόδου.

Η υψηλή προβολή του αθλητισμού προσελκύει εταιρίες που θέλουν να συμπαρασυρθούν από αυτή την προβολή. Έτσι εξηγείται η ενασχόληση εταιριών ως χορηγοί σε αθλητές ή συλλόγους και διοργανώσεις, και η επένδυση σε αυτούς στοχεύοντας στην ανάλογη δική τους προώθηση και διαφήμιση.

- Σύστημα διανομής του αθλητισμού. Αν παλαιότερα ο αθλητισμός ήταν ένα προϊόν όπου παραγόταν και καταναλώνονταν σε ένα συγκεκριμένο χώρο και την ίδια στιγμή και δεν διανεμόταν, τουλάχιστον τον τελευταίο μισό αιώνα, το προϊόν του αθλητισμού έχει την δυνατότητα να αποθηκεύεται και να καταναλώνεται σε κάποιο χρονικό διάστημα (αναμετάδοση και προβολή μαγνητοσκόπησης). Αν και η αναμετάδοση και η προβολή μαγνητοσκόπησης μπορεί να θεωρηθεί και ως υποκατάστατο του αθλητικού προϊόντος (επειδή αυτό είναι «ζωντανό»), εντούτοις η σημαντικότητα τους και η προσφορά εσόδων, μας αναγκάζει να τα συμπεριλάβουμε ως κάποιες από τις μορφές του αθλητικού προϊόντος και όχι σαν συνοδευτικά προϊόντα.



Εικόνα 2: Οι συσχετίσεις του σύγχρονου αθλητισμού.

Στην εικόνα, γίνεται αντιληπτή η λειτουργία του μάρκετινγκ όσον αφορά την οργάνωση και την διοίκηση στον αθλητισμό. Η διαχείριση των αυτών των εσωτερικών σχέσεων είναι πολύ σημαντικές καθότι, σύμφωνα με αυτές θα χαραχτεί η στρατηγική και οι ενέργειες που πρέπει να γίνουν για να επιτευχθούν οι προκαθορισμένοι στόχοι. Ο θεατής με την ιδιότητα του πελάτη, στον σύγχρονο αθλητισμό είναι ο βασικότερος παράγων. Από αυτόν προέρχεται ο όγκος των χρημάτων που διακινούνται στον αθλητισμό. Οπότε λογικό είναι να βρίσκεται στο κέντρο της εικόνας που μας δείχνει το είδος των σχέσεων που υπάρχουν στον αθλητισμό όπως είναι σήμερα. Το μάρκετινγκ περικλείει τον πελάτη και τον φέρνει σε επαφή με τον κύκλο του αθλητικού προϊόντος ο οποίος χωρίζεται στις αθλητικές λειτουργίες, τα οικονομικά που απασχολούν τους επαγγελματίες του αθλητισμού και την διαχείριση αυτών των δυο. Τρεις ομόκεντροι κύκλοι, οι οποίοι στο σύνολο τους αποτελούν την εικόνα των σχέσεων που υπάρχουν στο σύγχρονο αθλητισμό.

Το μάρκετινγκ περικλείει τον πελάτη και τον φέρνει σε επαφή με τον κύκλο του αθλητικού προϊόντος ο οποίος χωρίζεται στις αθλητικές λειτουργίες, τα οικονομικά που απασχολούν τους επαγγελματίες του αθλητισμού και την διαχείριση αυτών των δυο. Τρεις ομόκεντροι κύκλοι, οι οποίοι στο σύνολο τους αποτελούν την εικόνα των σχέσεων που υπάρχουν στο σύγχρονο αθλητισμό.

Το μάρκετινγκ είναι σημαντικός παράγοντας διότι έρχεται αφενός σε επαφή με όλους ξεχωριστά, άλλα και ρυθμίζει κάθε φορά τις ενέργειες τους σύμφωνα με τις ανάγκες τους ώστε να επιτυγχάνεται το επιθυμητό αποτέλεσμα και η ομαλή τους αλληλεπίδραση.

### **2.3 Προγράμματα μάρκετινγκ αθλητικού τουρισμού.**

Πολλά ιδρύματα του ιδιωτικού τομέα καθώς και των δήμων κάνουν χρήση ενός νέου αναπτυξιακού νόμου προκειμένου να αναβαθμίσουν τις αθλητικές τους εγκαταστάσεις συνδυάζοντάς τις με καταλύματα και άλλες υπηρεσίες φιλοξενίας (Terzakis, 2004; Υπουργείο Ανάπτυξης της Ελλάδας, 2002). Ο νόμος υποστηρίζει την κατασκευή ή / και την ανακαίνιση γηπέδων γκολφ, πάρκων υδρομασάζ και διασκέδασης, πισίνες, και κέντρα φυσιοθεραπείας και γυμναστικής κ.λπ., τα οποία πρέπει να γίνουν σύμφωνα με συγκεκριμένα πρότυπα που απαιτούνται από το Υπουργείο Τουρισμού της Ελλάδας. Μέχρι τώρα περισσότερα από τα αθλητικά κέντρα, τα αθλητικά camps και τα αθλητικά ξενοδοχεία περιλαμβάνονται στον Ολυμπιακό εκπαιδευτικό χάρτη και λαμβάνουν

αντιπροσωπευτικούς αθλητικούς φορείς από το εξωτερικό. Αυτή η δραστηριότητα μετατρέπει το επίκεντρο πρώην μη συνδεδεμένων ιδρυμάτων από πελάτες αναψυχής και επιχειρηματίες σε διεθνή πελατεία αθλητικού τουρισμού και θεωρείται επένδυση με μακροπρόθεσμες ανταμοιβές για την επιχειρηματικότητα στον ιδιωτικό τομέα. Τα περισσότερα από αυτά τα ιδρύματα έχουν παρουσιάσει ένα πρόγραμμα μάρκετινγκ με στόχο την προσέλκυση εθνικών ομάδων και αθλητών για προετοιμασία και εγκλιματισμό προς την Ολυμπιακή συμμετοχή (π.χ. οικογενειακά θέρετρα Grecotel, ξενοδοχεία Maris κ.λπ.).

#### Οι στόχοι του Ολυμπιακού μάρκετινγκ:

Το Ολυμπιακό μάρκετινγκ επιδιώκει να εξασφαλίσει το μέλλον του αθλητισμού με τη συμμετοχή αθλητών στους Ολυμπιακούς Αγώνες, να συντηρήσει τον ειδικό χαρακτήρα των Ολυμπιακών Αγώνων, για να προστατέψει και να προωθήσει την Ολυμπιακή εικόνα και τα ιδανικά σε όλο τον κόσμο και την ενίσχυση του Ολυμπιακού Ιδεώδους. Να δημιουργήσει συνεχιζόμενα μακροπρόθεσμα προγράμματα μάρκετινγκ και να στηρίξει τις επιτυχείς δραστηριότητες που αναπτύσσονται από κάθε οργανωτική επιτροπή, εξασφαλίζοντας κατά συνέπεια την οικονομική σταθερότητα του Ολυμπιακού Κινήματος.

#### **2.4 Αθλητική χορηγία.**

«Αθλητική χορηγία είναι η οικονομική υποστήριξη ενός αθλητικού οργανισμού από μία επιχείρηση, έναντι του δικαιώματος άσκησης ολοκληρωμένης επικοινωνιακής πολιτικής από την επιχείρηση μέσω των δραστηριοτήτων του οργανισμού.» (Γιαννόπουλος, 2002).

Στην σημερινή εποχή η χορηγία αποτελεί μεγάλο κεφάλαιο του αθλητισμού. Το ποσό που πληρώνεται όσο μεγαλύτερο είναι τόσο μεγαλύτερο αντίκτυπο έχει στην κοινωνία, απλά μέσω του μάρκετινγκ μπορεί να υπολογισθεί κατά πόσο συμφέρουσα είναι.

Είναι σημαντικό να σημειωθεί, ότι στις μέρες μας έχει προστεθεί και ο παράγοντας των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης, ο οποίος διεκδικεί έναν από τους μεγαλύτερους ρόλους στη διαμόρφωση των δραστηριοτήτων του αθλητικού μάρκετινγκ. Δίνουν τη δυνατότητα στους θεατές να έχουν πρόσβαση στον αθλητισμό, οπουδήποτε και οποτεδήποτε, και παράλληλα προωθούν και το αθλητικό προϊόν. Δαπανούν, τέλος, σημαντικούς πόρους, είτε χορηγιών είτε με δικών τους εξόδων, για να εδραιώσουν και

να διατηρήσουν συνεργασίες που θα αφορούν την μετάδοση ή και την αποκλειστικότητα μιας σειράς αθλητικών εκπομπών/γεγονότων.

## **2.5 Η εμπορική διάσταση του αθλητισμού.**

Η εμπορική διάσταση των αγώνων δεν αποτελεί σύγχρονο φαινόμενο. Από το 1896 είχαν διοργανωθεί εκδηλώσεις αγωνιστικού αθλητισμού, συνδυασμένες με εμπορικές εκθέσεις. (Για παράδειγμα, οι Ολυμπιακοί Αγώνες του Παρισιού το 1900 συνδυάστηκαν με την Διεθνή Έκθεση). Η άνοδος του εθνικισμού που οδηγεί στον Α΄ Παγκόσμιο Πόλεμο έχει ως συνέπεια την έλλειψη ενδιαφέροντος για τα οικονομικά των Αγώνων. Η πολιτική σημασία των αγώνων αποδείχθηκε σημαντικότερη από την οικονομική, εξαιτίας του Β΄ Παγκοσμίου Πολέμου και του Ψυχρού Πολέμου, παρά το γεγονός ότι το κόστος της διοργάνωσης συνέχισε να αυξάνεται γεωμετρικά. (Φιλίππου, 2002).

Οι χώρες που διοργανώνουν τους αγώνες έχουν σημαντικό ΑΕΠ και υψηλότατο κατά κεφαλήν εισόδημα. Η Ελλάδα είναι η μικρότερη και πιο αδύναμη οικονομικά χώρα που ανέλαβε να διοργανώσει Ολυμπιάδα (Κουρελά, (2003).

Η δημοσιονομική διαχείριση στον αθλητισμό προϋποθέτει την εφαρμογή λογιστικών μέσων, διαδικασιών λήψης αποφάσεων για τις αναμενόμενες ροές εσόδων καθώς και για το κόστος που συνδέεται με τις αθλητικές διοργανώσεις. Είναι σημαντικό για τον αθλητικό χώρο, όσοι εμπλέκονται στη διαχείριση του να έχουν κατανοήσει τις αρχές χρηματοοικονομικής διαχείρισης των εσόδων από μέλη, πωλήσεις εισιτηρίων και εμπορεύματα, αθλητικά στοιχήματα κρατικές επιχορηγήσεις, και τα τηλεοπτικά δικαιώματα από τις αθλητικές μεταδόσεις.

Οι διαχειριστές αθλητικών γεγονότων πρέπει επίσης να γνωρίζουν την ιστορία της ανάπτυξης του αθλήματος, όλο το πλέγμα των εμπορικών συμφωνιών που σχετίζονται με αυτό και τους τρόπους με τους οποίους είναι πιθανό να γίνεται η χρηματοδότηση του στο μέλλον, ιδίως αν είναι ορατή η μετάβαση στην ιδιωτική ιδιοκτησία αθλητικών ομάδων και διοργανώσεων. Η εφαρμογή της επιχειρηματικότητας σε αθλητικές εκδηλώσεις επιβάλλει ένα τελείως διαφοροποιημένο προφίλ οικονομικών αποφάσεων και δεν είναι εύκολο το πέρασμα από τη μια κατάσταση στην άλλη.

## **2.6 Τάσεις και μόδα στο δρομικό κίνημα.**

Η μόδα είναι ένας σπουδαίος παράγοντας στον αθλητισμό, καθώς αποτελεί και μιας μορφής κίνητρο προς τους ενδιαφερόμενους αθλούμενους, διότι εκτός του ότι αποτελεί αθλητικό εξοπλισμό, κινητοποιεί τον άνθρωπο να ξεκινήσει γυμναστική. Η μόδα στα αθλητικά είδη προωθεί και την ψυχολογία του αθλούμενου μέσω του σχεδιασμού και των χρωμάτων. Η τεχνολογία και η αισθητική στη μόδα εξελίσσεται με το πέρασμα των χρόνων και τα αποτελέσματα της προόδου είναι σημαντικά και εμφανή, όσον αφορά το design, την άνεση και τα υλικά σχεδιασμού που κάνουν πιο αποτελεσματικό τον βηματισμό κατά την άσκηση.

Οι παρακάτω εικόνες αποτελούν χαρακτηριστικό παράδειγμα:



Εικόνα 3: Παπούτσια επώνυμων αθλητών

Τα πράσινα παπούτσια που φόρεσε για να τρέξει το πρώτο του μίλι κάτω των τεσσάρων λεπτών το 1970, ο Steve Prefontaine με προπονητή τον Bill Bowerman ο οποίος τροποποίησε τα παπούτσια μειώνοντας το βάρος τους 165 γραμμάρια. Ήταν ειδικά κατασκευασμένα για τους δρομείς του Όρεγκον

Στις μέρες μας τα δρομικά και αγωνιστικά παπούτσια έχουν μετατραπεί σε πιο σύγχρονα, με την αναβάθμιση της τεχνολογίας.



Η επιφάνεια από ανθρακονήματα σε όλο το μήκος κάτω από το πέλμα προσφέρει αίσθηση ώθησης που βοηθά τον δρομέα να ανεβάσει τον ρυθμό του. Ο πρόσθετος αφρός στο μπροστινό μέρος, εξασφαλίζει την επιστροφή της ενέργειας.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΤΟ ΤΡΕΞΙΜΟ ΩΣ ΕΝΝΟΙΑ ΚΑΙ ΠΡΑΞΗ

### 3.1 Το μαζικό τρέξιμο:

Όταν η ταχύτητα βάρδισης αυξάνεται, ο τρόπος με τον οποίο βαδίζουμε μεταβάλλεται. Κατά τη διάρκεια του τρεξίματος, ο στόχος του δρομέα είναι να καλύψει μια δεδομένη απόσταση, στο συντομότερο δυνατό χρόνο. Η ταχύτητα του δρομέα εξαρτάται από το αποτέλεσμα του μήκους και της συχνότητας του διασκελισμού. Ο δρομέας ο οποίος επιδιώκει υψηλή ταχύτητα, θα προσπαθήσει να πετύχει μεγάλο διασκελισμό, ενώ ο δρομέας μεγάλων αποστάσεων θα επιδιώξει μικρό μήκος διασκελισμού, ώστε να κρατήσει αποθέματα ενέργειας (Κέλλης, 2015).

Ο στίβος είναι ο βασιλιάς των σπορ, γιατί αποτελεί τη βάση για όλα. Περιλαμβάνει τα αγωνίσματα που διδαχθήκαμε από τους αρχαίους προγόνους μας. Το τρέξιμο αποτελεί την αρχή και την εξέλιξη του ανθρώπου. Πλέον είναι ένα παγκόσμιο κίνημα για την βελτίωση της ζωής μας, της υγείας μας και της ψυχής μας. Κάνει καλύτερη την καθημερινότητά μας και βελτιώνει την ποιότητα της ζωής μας (Δημάκη, 2017).

Αρχικά το τρέξιμο ήταν μια αθλητική δραστηριότητα που ασκήθηκε κυρίως από ανταγωνιστικούς αθλητές σε ιδιωτικούς συλλόγους στίβου ή και σχολικών ή πανεπιστημιακών προγραμμάτων (Bale, 2004). Το τρέξιμο άρχισε να εμφανίζεται περίπου τριάντα χρόνια πριν, όταν ξεκίνησαν άνθρωποι να τρέχουν για ψυχαγωγικούς λόγους. Το "τζόγκινγκ" ήταν μέρος της ιστορίας και το χαρακτηριστικό γνώρισμα του Γκουρού της Βόρειας Αμερικής, του Jim Fixx. Η υγεία και η μακροζωία συνδεόταν με το τζόγκινγκ και την καρδιαγγειακή άσκηση, κάτι το οποίο τον αντιπροσώπευε. Διάφορες μορφές τρεξίματος άρχισαν να γίνονται δημοφιλείς καθώς και οι αγώνες δρόμου.

Οι άνθρωποι άρχισαν να συνειδητοποιούν ότι η άσκηση μπορεί να αλλάξει το ανθρώπινο σώμα. Αυτοί που ξεκίνησαν το τζόγκινγκ και την άσκηση, άρχισαν να απολαμβάνουν τα πολύτιμα οφέλη που προκύπτουν μέσω του τρεξίματος.





Εικόνα 4: Αθλητές στην Κένυα. Πηγή:(<https://runningmagazine.ca/the-scene/kenyan-runners-working-odd-jobs-to-survive-during-pandemic/>).

Σήμερα το τρέξιμο έχει γίνει ένα εξαιρετικά δημοφιλές χόμπι- άθλημα με το οποίο ασχολούνται πολλά εκατομμύρια του πληθυσμού παγκοσμίως. Αρχικά οι αθλητικές ομοσπονδίες στην Ευρώπη δεν συνειδητοποίησαν τις δυνατότητες αυτής της ανάπτυξης για τους οργανισμούς τους. Επικεντρώθηκαν στον στίβο και στους ελίτ αθλητές, ενώ τείνουν να παραμελούν το πρώτο κύμα τρεξίματος που σάρωσε στην Ευρώπη στην δεκαετία του 1970.Τις τελευταίες δυο δεκαετίες όλο και περισσότεροι οργανισμοί και αθλητικές ομοσπονδίες, έχουν συνειδητοποιήσει τα οφέλη του τρεξίματος.

Έναν κοινό τρόπο άθλησης αποτελεί το τρέξιμο. Ο κάθε αθλούμενος που ενδιαφέρεται να συμμετέχει ενεργά, δηλώνοντας το παρόν του σε αθλητικές δραστηριότητες, επιλέγει μη την κρίση του το είδος του αγώνα στον οποίο θα λάβει μέρος. Επιλέγει την τοποθεσία και την απόσταση την οποία κρίνει κατάλληλη για την αντοχή και τις δυνατότητές του. Μπορεί να τρέξει σε διαδρομή στο φυσικό περιβάλλον, διαλέγοντας έναν ορεινό αγώνα με σημείο αναφοράς σε κάποιο βουνό ή λόφο, ακόμα και λίμνη. Από την άλλη πλευρά, έχει τη δυνατότητα να τρέξει σε αστικό περιβάλλον με ασφάλτινη διαδρομή, διαλέγοντας μια διαδρομή στο κέντρο της διοργανώτριας πόλης με διαδρομή σε κάποια σημαντικά κτήρια είτε πάρκα-πλατείες, είτε μνημεία. Σήμερα,

πολλές κοινότητες διοργανώνουν εκδηλώσεις μαζικής συμμετοχής. Οι εκδηλώσεις μαζικής συμμετοχής ορίζονται ως αθλητικές εκδηλώσεις με πολλούς συμμετέχοντες. Για την επιλογή του είδους του αγώνα, σημαντικό ρόλο παίζει η ηλικία του αθλητή, το φύλο και η αίσθηση της «επικινδυνότητας», που σύμφωνα με την Kungwani (2014), «Όσον αφορά την ανάληψη ρίσκου σε μια δραστηριότητα, ο ενδιαφερόμενος υπολογίζει τα οφέλη, τα αποτελέσματα (θετικά) της δραστηριότητας, τους κινδύνους, τις απώλειες από την ανάληψη του ρίσκου αυτού».

Οι άνθρωποι έχουν διαφορετική αντίληψη των πραγμάτων, των γεγονότων και των κινήσεών τους. Αντιλαμβάνονται διαφορετικά κάποιες καταστάσεις. Η διαφοροποίηση της συμπεριφοράς αυτής των ανθρώπων παίζει ρόλο και στην απόφαση συμμετοχής σε κάποιο είδος αγώνα τρεξίματος.

Στους αγώνες βουνού η διαδρομή χαρακτηρίζεται μερικές φορές δύσβατη, καθώς το έδαφος αποτελείται από ένα κράμα χώματος, πετρών και χαλικιών, γεγονός το οποίο να δυσκολεύει τους αθλητές και να εξαντλεί νωρίς τις αντοχές τους. Αντίθετα, ένας αγώνας με εκκίνηση και τερματισμό σε δρόμο, καθιστά την προσπάθεια των αθλητών πιο εύκολη όσον αφορά την επίτευξη του στόχου τους.



Εικόνα 5: Μαζικός αθλητισμός (Πηγή: google.gr)

Όταν η ταχύτητα βάρδισης αυξάνεται, ο τρόπος με τον οποίο βαδίζουμε μεταβάλλεται. Κατά τη διάρκεια του τρεξίματος, ο στόχος του δρομέα είναι να καλύψει μια δεδομένη απόσταση, στο συντομότερο δυνατό χρόνο. Η ταχύτητα του δρομέα εξαρτάται από το αποτέλεσμα του μήκους και της συχνότητας του διασκελισμού. Ο δρομέας ο οποίος επιδιώκει υψηλή ταχύτητα, θα προσπαθήσει να πετύχει μεγάλο διασκελισμό, ενώ ο δρομέας μεγάλων αποστάσεων θα επιδιώξει μικρό μήκος διασκελισμού, ώστε να κρατήσει αποθέματα ενέργειας (Κέλλης, 2015).

### **3.2 Ερασιτεχνικό τρέξιμο:**

«Ορίζουμε τη δραστηριότητα που διεξάγεται έξω από τα οργανωτικά και θεσμικά πλαίσια της αθλητικής ομοσπονδίας του αγωνιστικού αθλητισμού, αποτελεί εθελοντική επιλογή με ελεύθερη συμμετοχή και διεξάγεται χωρίς εξωτερική εποπτεία». (Πετρίδης & Μπατρακούλης, 2013).

Στην ανάπτυξη του ερασιτεχνικού τρεξίματος στην Ελλάδα σημαντική ήταν και η συμβολή συγκεκριμένων επιχειρηματικών στρατηγικών του ιδιωτικού τομέα που δραστηριοποιούνται σε τομείς που άμεσα ή έμμεσα σχετίζονται με το ερασιτεχνικό τρέξιμο. Μέσω αυτών των στρατηγικών, το ερασιτεχνικό τρέξιμο έγινε προσιτό στο ευρύ κοινό, διαδίδοντας το μήνυμα ότι δεν χρειάζεται να είναι κάποιος πρωταθλητής για να ασχοληθεί με αυτό, αλλά είναι μια δραστηριότητα προσβάσιμη προς όλους.

Στη χώρα μας η διάδοση του ερασιτεχνικού τρεξίματος οφείλεται κυρίως στην ανάπτυξη του αριθμού των αγώνων που οργανώνονται κάθε χρόνο. Όλο και περισσότεροι άνθρωποι καθημερινά επιλέγουν το συγκεκριμένο είδος άσκησης προκειμένου να παραμείνουν αθλητικά δραστήριοι, με αποτέλεσμα η δραστηριότητα αυτή αναψυχής να αποτελέσει σημαντικό μέρος της ζωής τους. Από τον Stebbins, (1992) χαρακτηρίστηκε ως «σοβαρή δραστηριότητα αναψυχής», εφόσον το ερασιτεχνικό τρέξιμο περικλείει και τα έξι διακριτά χαρακτηριστικά που ο ίδιος έχει χρησιμοποιήσει για να ορίσει τη «σοβαρή αναψυχή» όπως εμμονή, εξέλιξη, προσπάθεια, προσωπικά οφέλη, έντονη ταύτιση, ψυχολογική δέσμευση και συμμετοχή. Το τρέξιμο εκτός από τα οφέλη στην υγεία του ανθρώπου, προσδίδει κοινωνικές-πολιτιστικές αξίες. Τα τελευταία χρόνια σημειώνεται αύξηση των αθλητικών δραστηριοτήτων και η ανάπτυξη του δρομικού κινήματος στην Ελλάδα συμπεριλαμβάνεται σαν ένα καθοριστικό στοιχείο στην ελληνική κοινωνία. Η ερασιτεχνική ενασχόληση με το τρέξιμο χαρακτηρίζεται από στενή εξατομίκευση και

οι εμπλεκόμενοι προσπαθούν να αθλούνται βάσει των προσωπικών τους αναγκών, επιδιώξεων και επιθυμιών (Woods, 2011).

#### Παράδειγμα λαϊκού-μαζικού αθλητικού αγώνα:

Η ολοένα και ανταγωνιστικότερη αγορά στην οποία οι περισσότεροι μεγάλοι προορισμοί προσφέρουν κορυφαία αξιοθέατα, καταλύματα και υπηρεσίες, έχει δημιουργήσει πολλές προκλήσεις για τους εμπόρους. Επιπλέον οι ίδιοι προορισμοί αντιμετώπισαν πρόσθετες κρίσεις που πιθανόν να προκρίθηκαν από την κλιματική αλλαγή και την παγκόσμια οικονομική επιβράδυνση (Bujosa & Rossello, 2013; Eugenio- Martin & Campos-Soria, 2014). Ωστόσο, η διοργάνωση αθλητικού γεγονότος έγινε ένας από τους καλύτερους τρόπους για να διαφοροποιηθεί μια πόλη ή κοινότητα από την ανταγωνιστικότητα άλλων προορισμών (Chalip, Green, & Hill, 2003; Chalip, Brown, Mules & Ali, 2003). Οι αθλητικές εκδηλώσεις έρχονται σε όλα τα μεγέθη, από την τεράστια διεθνή κλίμακα των Ολυμπιακών Αγώνων μέχρι αγώνες κλίμακας εθνικού, τοπικού ή περιφερειακού επιπέδου (Karlanidou & Vogt, 2006).

Ανεξάρτητα από το μέγεθός της, η διοργάνωση ενός αθλητικού γεγονότος δημιουργεί οφέλη, όπως: Η δημιουργία ευαισθητοποίησης για τους προορισμούς. Έχει παρατηρηθεί ιδιαίτερο ενδιαφέρον και συμμετοχή του κόσμου για διάφορες αθλητικές και άλλες διοργανώσεις, πράγμα το οποίο ενισχύει τις επισκέψεις στους προορισμούς διοργάνωσης και αυτό οδηγεί σε συμφέροντα όπως η βελτίωση της εικόνας προορισμού, την αύξηση των μελλοντικών εισερχόμενων ταξιδιών (Dimache, 2003) και φυσικά την οικονομία της περιοχής.

Επιπλέον, απαριθμούνται τρία βασικά οφέλη από τη διοργάνωση ενός αθλητικού γεγονότος. (Tulco, 1998). Αυτά είναι η προώθηση της τοπικής ψυχαγωγίας και η ενίσχυση της υπερηφάνειας της κοινότητας υποδοχής, ενώ πρωταρχικό ρόλο ο έχουν οι οικονομικές βλέψεις της διοργάνωσης (ενός αθλητικού γεγονότος), διότι δημιουργούνται μελλοντικοί πόροι στην πόλη διοργάνωσης.



Εικόνα 6: Ερασιτεχνικό τρέξιμο. Παρίσι, περνώντας κάτω από τη γέφυρα Αλεξάνδρου ΙΙΙ, Πηγή: (<https://news.nike.com/>).

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

### ΤΟ ΔΡΟΜΙΚΟ ΚΙΝΗΜΑ

#### 4.1 Η έννοια του δρομικού κινήματος:

Το δρομικό κίνημα εμφανίστηκε στις αρχές του 1960 ενώ έγινε ιδιαίτερα δημοφιλές τις τελευταίες δεκαετίες σε όλες τις ηπείρους κι αυτό φαίνεται από τα ολοένα αυξανόμενα ποσοστά συμμετοχής σε μαραθωνίους αγώνες και δρόμους υγείας (Crum, 1991, Borgers & Thibaul & Vandermeersheen & Vanreusel & Vos & Scheerdrer, 2015, Borgers & Pilgaard & Scheerder, 2016).

Με τον όρο δρομικό κίνημα εννοείται κυρίως σήμερα η ανάπτυξη ανάληψης και διοργάνωσης αθλητικών δραστηριοτήτων ερασιτεχνικού χαρακτήρα, εκτός αγωνιστικού πλαισίου, που ενθαρρύνει τους μη επαγγελματίες αθλητές. Από μια άλλη άποψη, το δρομικό κίνημα παρουσιάζει μια αντίφαση, καθώς η λέξη «κίνημα» προϋποθέτει διεκδίκηση.

Κατά τη διάρκεια της δεκαετίας του 1970 και του 1980, το δρομικό κίνημα παρουσίασε μια εξαιρετική ανάπτυξη όσον αφορά τους συμμετέχοντες και τις διοργανώσεις. Παρόλο που οι δρομείς συμμετείχαν κυρίως για λόγους ευεξίας και φυσικής κατάστασης, και λιγότερο για ανταγωνισμό, ο παγκόσμιος κυβερνητικός φορέας στίβου, η Διεθνής Ένωση Ομοσπονδιών Αθλητισμού (IAAF), προσπάθησε να κυβερνήσει και να επωφεληθεί από το τρέχον κίνημα από τα τέλη της δεκαετίας του 1970 και μετά.

Η συμμετοχή των ανθρώπων σε δρομικούς αγώνες και αγώνες μαραθωνίου, έχει χαρακτηριστεί ως μια από τις πιο δυναμικά αναπτυσσόμενες τάσεις στον τομέα του μαζικού αθλητισμού (Galloway, 2001). Το δρομικό κίνημα αντιμετωπίζεται θετικά από το ευρύ κοινό, διότι ο αθλητισμός και κατ' επέκταση το τρέξιμο τους κάνει να νιώθουν όμορφα (Πετρίδης, Μπατρακούλης, 2013). Τα θετικά αποτελέσματα της άσκησης και των αθλητικών δραστηριοτήτων όπως το τρέξιμο, οδήγησαν σε αύξηση των μελών του Δρομικού Κινήματος και του αριθμού των συμμετοχών σε αθλητικούς αγώνες. Η άσκηση μπορεί να οδηγήσει σε μείωση του άγχους διότι με την άσκηση ο άνθρωπος παρουσιάζει μειωμένα ποσοστά άγχους-στρες και περισσότερη θετική διάθεση αμέσως μετά την άσκηση.

Οι πρωτοπόρες χώρες με το πιο ανεπτυγμένο επίπεδο στο Δρομικό Κίνημα, είναι η Ισπανία με μέσο όρο επίδοσης 3.55.35, η Πορτογαλία 3.59.04. η Ελλάδα βρίσκεται

στην 42<sup>η</sup> θέση και αποτελεί την τελευταία Ευρωπαϊκή χώρα στον πίνακα με μέσο όρο επίδοσης 4.32.37, με τις περισσότερες συμμετοχές των Ελλήνων δρομέων σε μαραθώνιο (<http://runrepeat.com/research-marathon-performance-across-nations>).

Το 2014 η επίδοση των Ελλήνων δρομέων βελτιώθηκε, χάρη στην αυξημένη συμμετοχή πολλών ανθρώπων στις αθλητικές δραστηριότητες και εγγραφές στους Συλλόγους Δρομέων Υγείας όλων των ελληνικών πόλεων. Οι συμμετοχές των γυναικών στην Ελλάδα σε μαραθώνιους, φτάνει μόλις το 9,8%, ενώ έχει κατακτήσει την 4<sup>η</sup> θέση με αύξηση 183,69%, πράγμα που επιβεβαιώνει την ανάπτυξη του Δρομικού Κινήματος στη χώρα μας. Οι περισσότεροι άνθρωποι που συμμετέχουν σε δραστηριότητες του Δρομικού Κινήματος, έχει ως κύριο σκοπό την ευχαρίστηση και ικανοποίηση μέσω της άσκησης και τη χαρά της συμμετοχής σε κάτι απλό και που προάγει την υγεία. Οι αγνοί αυτοί στόχοι του Δρομικού Κινήματος είναι αυτοί παρακινούν τον κόσμο να γίνουν μέλη του.

Η συμμετοχή σε αγώνες τρεξίματος κορυφώθηκε το 2016 με συνολικά 9,1 εκατομμύρια. Τα τελευταία δέκα χρόνια αυξημένη συμμετοχή με ποσοστό 57,8% (5-7,9 εκατομμύρια συμμετέχοντες). Το ταξίδι για τη συμμετοχή σε έναν δρομικό αγώνα δεν ήταν ποτέ πιο δημοφιλές, διότι όλο και περισσότεροι άνθρωποι ταξιδεύουν για να τρέξουν σε έναν αγώνα. Το ποσοστό των ανθρώπων που ταξιδεύουν σε διαφορετική χώρα για έναν αγώνα. Το ποσοστό των ανθρώπων οι οποίοι ταξιδεύουν σε διαφορετική χώρα για έναν αγώνα έχει αυξηθεί σημαντικά.

Η αύξηση των συμμετοχών του μαραθωνίου, από 0,2% σε 3,5%, του ημι-μαραθωνίου από 0,1% σε 1,9%, της απόστασης των 10 χιλιομέτρων από 0,2% σε 1,4%, ενώ παρατηρείται μείωση συμμετοχών στην απόσταση των 5 χιλιομέτρων από 0,7% σε 0,2%. Αυτή η μείωση ίσως να οφείλεται στην προσθήκη πολλών διαφορετικών αποστάσεων αγώνων δρόμου.

Πηγή: [www.runningnews.gr](http://www.runningnews.gr)

Διάγραμμα 1: Αξιοποίηση των κοινωνικών επιπτώσεων της φιλοξενίας μεγάλων αθλητικών εκδηλώσεων: Ανάπτυξη και αξιολόγηση.



Fig. 1. Proposed model of the scale of perceived social impacts.



Fig. 2. Retained a six-factor model of the SPSI.

Πηγή: Tourism Management

Έτσι και το ερασιτεχνικό τρέξιμο βιώνει μια τεράστια άνοδο τόσο στην Ελλάδα, όσο και σε άλλες Ευρωπαϊκές χώρες. Το ερασιτεχνικό τρέξιμο βιώνει μια τεράστια άνοδο τόσο στην Ελλάδα, όσο και σε άλλες Ευρωπαϊκές χώρες. Το Δρομικό Κίνημα κατατάσσεται στις πιο δημοφιλείς μορφές του αθλητισμού παγκοσμίως, ενώ τα οφέλη που προσκομίζουν οι δρομείς μέσω του τρεξίματος οδηγούν όλο και περισσότερους



ανθρώπους να συμμετέχουν στο Δρομικό Κίνημα.

Τα οφέλη του Δρομικού Κινήματος, εκτός από σωματικά επεκτείνονται σε ψυχικά και κοινωνικά. Το τρίπτυχο της ευεξίας-ηρεμίας-κοινωνικότητας, είναι αυτό που προώθησε το Δρομικό Κίνημα σε χώρες του εξωτερικού αλλά και στην Ελλάδα από την δεκαετία του 1960, με αποκορύφωμα την άνοδο των μαζικών αγώνων και μαραθωνίων από το 2001 και μετά. Το αθλητικό μάρκετινγκ, η χρήση των μέσων διαδικτύου προωθούν το ψηφιακό περιβάλλον του δρομικού κινήματος. Η αυξανόμενη, επίσης, τάση συμμετοχής και δημοτικότητας ενός αθλήματος συμπίπτει και εξαρτάται από την τεχνολογική ανάπτυξη του διαδικτύου.

Από το 2009 έως το 2014 οι συμμετοχές στον Μαραθώνιο όλων των χωρών αυξήθηκαν συνολικά κατά 13,25%. Η συμμετοχή των Ευρωπαίων αθλητών αυξήθηκε κατά 10,3%, των Αμερικάνων κατά 13,92%, ενώ οι Ασιάτες πρωτοπόροι με ποσοστό συμμετοχής 92,43%. (runrepeat.com, 2015).

Η φιλοσοφία του δρομικού κινήματος υποστηρίζει ότι δεν είναι απαραίτητο οι συμμετέχοντες να κατέχουν τίτλους πρωταθλητή για να συμμετέχουν σε αυτή τη δρομική δράση, αλλά αντίθετα είναι προσβάσιμο προς στο ευρύ κοινό. Η διοργάνωση του μαραθωνίου δρόμου αποτελεί σημείο αναφοράς για τους ερασιτέχνες δρομείς. Ενώ πραγματοποιήθηκαν συνολικά 63 αθλητικές εκδηλώσεις το 2006, ο αριθμός τους αυξήθηκε το 2012 σε 204, καταγράφοντας συνολική αύξηση 223%. Από την άλλη, οι συμμετέχοντες των αγώνων αυξήθηκαν κατά 400% (από 13.576 σε 68.699). Πηγή: Runningnews.gr (2012).

Οι σημαντικότεροι αγώνες του δρομικού κινήματος στην Ελλάδα είναι ο Αυθεντικός / Κλασικός Μαραθώνιος της Αθήνας και ο Μαραθώνιος του Μεγάλου Αλεξάνδρου της Θεσσαλονίκης. Και οι δυο αυτές διαδρομές έχουν ιστορικό χαρακτήρα, με ξεχωριστή τη διοργάνωση της Αθήνας, διότι αποτελεί την πρώτη μαραθώνια διαδρομή και γι' αυτό το λόγο πολλοί δρομείς επιθυμούν να ζήσουν την εμπειρία της αυθεντικής διαδρομής τρέχοντας σε αυτή.

Οι έξι όμως "διασημότεροι" αγώνες μαραθωνίου, οι καλύτερα οργανωμένοι σύμφωνα με τα υψηλά πρότυπα που έχει θέσει η AIMS (Ένωση Διεθνών Μαραθωνίων) και η IAAF (Διεθνής Ένωση Ομοσπονδιών Αθλητισμού), είναι ο μαραθώνιος της Βοστώνης, Ν. Υόρκης, του Σικάγο, του Λονδίνου, του Βερολίνου και ο μαραθώνιος του Τόκιο. Τα μέσα και οι επίσημες ηλεκτρονικές σελίδες των αγώνων διοχετεύουν συνεχώς υλικό ώστε να διατηρούν συνεχώς διαρκώς το ενδιαφέρον των θαυμαστών και να τους κρατούν συνδεδεμένους. Οι έξι μεγάλοι διεθνείς μαραθώνιοι βρίσκονται υπό την αιγίδα

του μεγάλου χορηγού Abbott και έχουν ο καθένας τον δικό τους ιστότοπο που καταγράφουν τους συμμετέχοντες των αγώνων, την τοποθεσία, αλλά και τους χορηγούς.

Ένας σημαντικός παράγοντας όσον αφορά την ψηφιακή προώθηση του δρομικού κινήματος στην Ελλάδα αποτελεί ο ρόλος της χορηγίας. Οι χορηγοί είτε ενσωματώνουν το ανθρώπινο δυναμικό τους στις διοργανώσεις, είτε επικοινωνούν με ήδη υπάρχοντες διοργανωτές και έτσι προωθούν δυναμικά το αθλητικό προϊόν.

Οι δρομείς του δρομικού κινήματος δεν επιθυμούν παρά μόνο τη σωματική υγεία και ευεξία μέσω του τρεξίματος. Παρόλο που υπάρχουν στοιχεία ανταγωνισμού, οι δρομείς δεν ανταγωνίζονται φανερά κάποιον αντίπαλο και κυρίως προσπαθούν να βελτιώσουν τον εαυτό τους. Το κίνημα αυτό έχει γίνει εδώ και πολλά χρόνια βίωμα και τρόπος ζωής σε όλο τον πλανήτη και φυσικά δεν θα μπορούσε να μην γιγαντωθεί και στην Ελλάδα, τη χώρα που γέννησε τον αθλητισμό.

Το δρομικό κίνημα και οι αγώνες που διοργανώνονται τα τελευταία χρόνια από τους Συλλόγους Δρομέων στην Ελλάδα, έχουν συμβάλλει καθοριστικά στην άνοδο του αθλητικού τουρισμού και στην τόνωση της τοπικής οικονομίας (Απόστολος Γούλας. Πρόεδρος Συλλόγου Μαραθωνοδρόμων Νομού Λάρισας, 05/08/2019). Από την άλλη πλευρά παρόλο που υπάρχουν στη χώρα μας οι κλιματολογικές συνθήκες και θα μπορούσε να φιλοξενήσει διεθνείς οργανώσεις υψηλού επιπέδου, είναι σαφές ότι δεν έχουν ακόμα επιτευχθεί, γιατί λείπουν οι υποδομές, καθώς και οι οργανωμένες συμμετοχές καθώς και οι εθελοντικές υποστηρικτικές ομάδες (Λύτρας, 1993).

Ο Λύτρας επίσης αναφέρει ότι ο αθλητισμός και ο τουρισμός εμφανίζουν κοινά στοιχεία και επηρεάζονται από τις δυνατότητες διαχείρισης του ελεύθερου χρόνου, και τις διαθέσιμες υποδομές, από το κατά πόσο παρεμβαίνει το κράτος ευεργετικά ή όχι, καθώς και άλλοι ευμετάβλητοι παράγοντες, όπως η ψυχολογική διάθεση των τουριστών. Οι τουριστικές δυνατότητες της χώρας είναι αρκετές, αλλά οι επιθυμίες για σπορ και οι αθλητικές οργανώσεις δεν είναι το κυριότερο σημείο τουριστικής έλξης. (Λύτρας, 1991, σελ. 74, Μασμανίδης 1990). Συνεπώς οι δυνατότητες υπάρχουν και εκείνο που υπολείπεται είναι η αξιοποίηση αυτών των δυνατοτήτων, εφόσον η Ελλάδα παρέχει τη δυνατότητα αξιοποίησης πολλών ειδών δραστηριοτήτων τόσο σε ορεινό όσο και σε θαλάσσιο ή παραθαλάσσιο τουρισμό.

Αναμένεται τα επόμενα χρόνια να αυξηθεί τόσο ο αριθμός των ατόμων που θα ασχολούνται με το μαζικό τουρισμό, όσο και οι μορφές αθλητικής δραστηριότητας και η ποικιλομορφία των επιλογών για αθλητικές δραστηριότητες. Μάλιστα θα

αναζητηθούν νέες περιοχές και οι τουρίστες θα είναι άτομα μεγαλύτερης ηλικίας, οι οποίοι θα αναζητούν μέσα από τον τουρισμό καλύτερη ποιότητα ζωής (Standeven & De Knop, 1999).

#### **4.2 Δομές/χαρακτηριστικά του δρομικού κινήματος:**

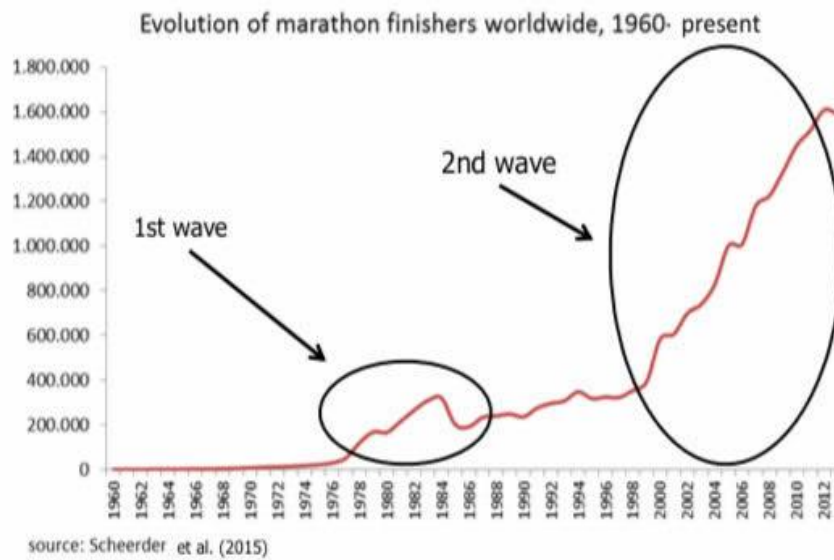
Παρόλο που το τρέξιμο και η συμμετοχή σε αγώνες, αποτελούν μέρος των σύγχρονων ανθρώπινων κοινωνιών, έχουν εντοπιστεί δύο δρομικά κύματα στα οποία παρατηρείται μεγάλη αύξηση των συμμετοχών σε αθλητικές διοργανώσεις. Αρχικά το τρέξιμο ήταν μια δραστηριότητα, με ανταγωνιστικό χαρακτήρα, η οποία ασκούνταν μόνο από διακεκριμένους αθλητές. Σήμερα το τρέξιμο έχει καθιερωθεί ως το πιο δημοφιλές άθλημα παγκοσμίως, ενώ έχει γίνει το αγαπημένο χόμπι πολλών εκατομμυρίων ανθρώπων οι οποίοι τρέχουν καθημερινά. Πλέον το τρέξιμο αποτελεί δραστηριότητα του ελεύθερου χρόνου με πολλούς θαυμαστές, σε αντίθεση με παλαιότερα έτρεχε κάποιος μόνο από βιασύνη, ενώ η δρομική δραστηριότητα σε εξωτερικό χώρο (πάρκο, δρόμο κ.λπ.) θεωρούνταν παράξενη δραστηριότητα και κατακρίνονταν από την κοινωνία.

Η πρώτη δρομική "έκρηξη" εμφανίστηκε στα τέλη της δεκαετίας του 1960 στις χώρες κυρίως με υψηλό και μεσαίο εισόδημα. Το τρέξιμο περιοριζόταν σε προσωπική σωματική δραστηριότητα. Σε άλλες περιοχές ως ατομικό κίνημα, εμφανίστηκε στη δεκαετία του 1970 και 1980 (Haberman, 2017). Στα τέλη της δεκαετίας του 1990/αρχές δεκαετίας του 2000, εμφανίστηκε μια δεύτερη «έκρηξη» του δρομικού κινήματος, στην οποία σημειώθηκε σημαντική αύξηση του ενδιαφέροντος και της συμμετοχής ανθρώπων στο τρέξιμο, σε όλη την Ευρώπη και την Βόρεια Αμερική (Scheerder, Breedveld & Borgers, 2015).

Σε αντίθεση με την πρώτη έκρηξη, η δεύτερη περιλάμβανε οργανωμένους αγώνες συμμετοχής και τερματισμού, κάτι που αποδεικνύεται από τον αριθμό των αθλητών που περνούν την γραμμή τερματισμού στους αγώνες δρόμου όλων των αποστάσεων. Παρά την μείωση του ανταγωνισμού, το 2014 και 2015, η γενική παγκόσμια τάση της δημοτικότητας των αγώνων συνεχίζει να αυξάνεται (Mathews et.al., 2012). Στα τέλη της δεκαετίας του 1990 και αρχές του 2000 ωστόσο εμφανίστηκε μια δεύτερη δρομική "έκρηξη" στην οποία σημειώθηκε σημαντική αύξηση του ενδιαφέροντος αλλά και της συμμετοχής ανθρώπων σε δρομικές δραστηριότητες σε όλη την Ευρώπη και τον Βορρά.

Διάγραμμα 2: Κύματα δομικής έκρηξης.

## Waves of running



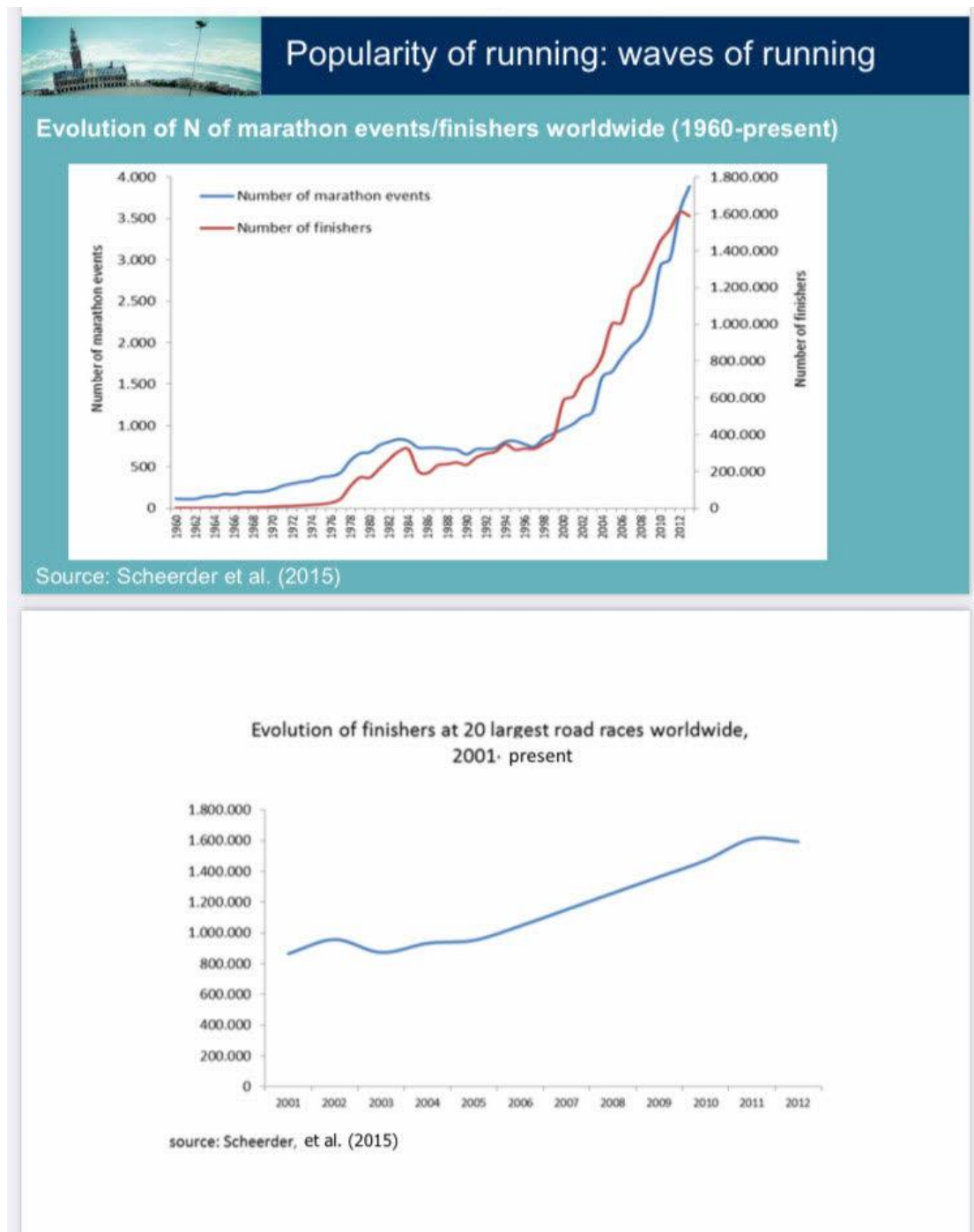
Πηγή:

Scheerder

2015

([https://www.playthegame.org/fileadmin/image/PtG2013/Presentations/30\\_October\\_Wednesday/Jeroen\\_Scheerder\\_30\\_ok\\_11.30\\_Spejlsalen.pdf](https://www.playthegame.org/fileadmin/image/PtG2013/Presentations/30_October_Wednesday/Jeroen_Scheerder_30_ok_11.30_Spejlsalen.pdf)) .

Διάγραμμα 3: Απεικόνιση αύξησης δρομικών δραστηριοτήτων.



Πηγή: [www.european-athletics.com](http://www.european-athletics.com)).

Το Δρομικό Κίνημα κατατάσσεται στις πιο δημοφιλείς μορφές αθλητισμού παγκοσμίως, ενώ τα οφέλη που αποκομίζουν οι δρομείς μέσω του τρεξίματος οδηγούν σε όλο και περισσότερους ανθρώπους να ακολουθήσουν το άθλημα. Τα οφέλη του τρεξίματος, εκτός από την υγεία και την καταπολέμηση ασθενειών δυναμώνοντας το ανοσοποιητικό σύστημα του ανθρώπινου οργανισμού, επεκτείνονται σε ψυχικά και

κοινωνικά. Το τρίπτυχο της ευεξίας-ηρεμίας-κοινωνικότητας, είναι αυτό που ανέπτυξε το δρομικό κίνημα σε χώρες του εξωτερικού αλλά και στην Ελλάδα, από την δεκαετία του 1960, με αποκορύφωμα άνοδο των μαζικών αγώνων και μαραθωνίου από το 2001 και μετά.

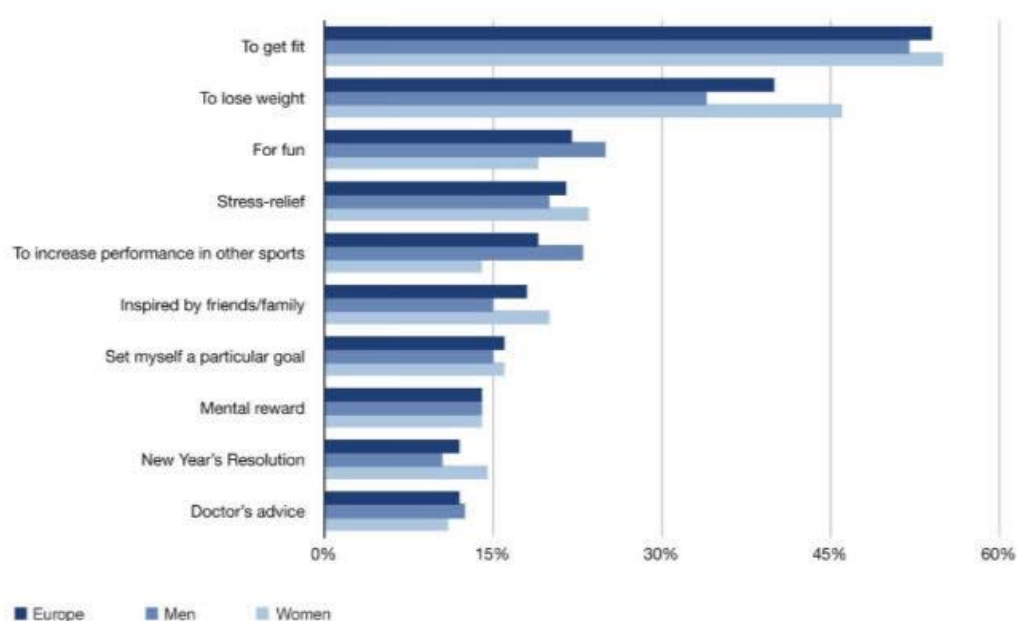
Η σωματική άσκηση μπορεί να οδηγήσει σε μείωση του άγχους σύμφωνα με τους Raglin (1997), Morris&Salmon (1994) οι αθλούμενοι παρουσιάζουν μειωμένα ποσοστά άγχους-στρες, αλλά περισσότερη θετική διάθεση αμέσως μετά την άσκηση. Η συμμετοχή των ανθρώπων σε δρομικούς αγώνες και αγώνες μαραθωνίου, έχει χαρακτηριστεί ως μια από τις πιο δυναμικά αναπτυσσόμενες τάσεις στον τομέα του μαζικού αθλητισμού (Galloway, 2001). Το δρομικό κίνημα αντιμετωπίζεται θετικά από το ευρύ κοινό διότι ο αθλητισμός και κατ' επέκταση το τρέξιμο τους κάνει να νιώθουν όμορφα και θετικά (Πετρίδης & Μπαρτακούλης, 2013).

Έτσι και το ερασιτεχνικό τρέξιμο βιώνει μια τεράστια άνοδο, τόσο στην Ελλάδα, όσο και σε άλλες ευρωπαϊκές χώρες. Η φιλοσοφία του δρομικού κινήματος ότι δεν είναι απαραίτητο οι συμμετέχοντες να κατέχουν τίτλους πρωταθλητή για να συμμετέχουν σε αυτή την δρομική δράση, αλλά αντίθετα είναι προσβάσιμο προς το ευρύ κοινό.

Η διοργάνωση του μαραθωνίου δρόμου αποτελεί σημείο αναφοράς για τους ερασιτέχνες δρομείς. Ενώ πραγματοποιήθηκαν συνολικά 63 αθλητικές εκδηλώσεις το 2006, ο αριθμός τους αυξήθηκε σε 204 το 2012 καταγράφοντας συνολική αύξηση 223%. Από την άλλη, οι συμμετέχοντες στους αγώνες αυτούς αυξήθηκαν κατά 400% (από 13.576 σε 68.699). Πηγή: [runningnews.gr](http://runningnews.gr)

Διάγραμμα 4: Λόγοι που περπατούν οι άνθρωποι στην Ευρώπη.

Figure 7: Reasons to run for people in eight western European countries (2008)



Source: Asics (<http://www.everythingaboutrunning.asics.eu>)

Πηγή: Asics, <http://www.everythingaboutrunning.asics.eu>).

Το τρέξιμο είναι παρόμοιο με το περπάτημα όσον αφορά την κινητική δραστηριότητα. Υπάρχουν διαφορές μεταξύ βαδίσματος και τρεξίματος. Έχοντας τη δυνατότητα να περπατάς δεν σημαίνει ότι το άτομο έχει τη δυνατότητα να τρέξει. Για να ασχοληθεί κάποιος με το τρέξιμο χρειάζεται μεγαλύτερη ισορροπία, μυϊκή δύναμη και μεγαλύτερο εύρος άρθρωσης κίνησης. Η ανάγκη για ισορροπία είναι μεγάλη, καθώς η περίοδος διπλής υποστήριξης που υπάρχει στο περπάτημα, δεν υπάρχει στο τρέξιμο. Υπήρχε πάντοτε το ενδιαφέρον των ανθρώπων για το τρέξιμο, αυτό καθαυτό, αλλά πολλοί τρέχουν σε εξωτερικούς χώρους προκειμένου να απολαύσουν κάποια όμορφα φυσικά τοπία της ευρύτερης περιοχής τους. Με την πάροδο του χρόνου παρατηρούμε τον δρομικό πληθυσμό, να αυξάνεται διαρκώς. Ο άνθρωπος ξεφεύγει από την ακινησία

και αδράνεια, από την καθιστική ζωή και βρίσκει διέξοδο σε ένα καλύτερο τρόπο ζωής, τρέχοντας. Κάποιοι τρέχουν από πραγματική επιθυμία για άσκηση.

Επιλέγει συνειδητά να εντάξει το τρέξιμο στην καθημερινότητά του. Άλλοι λόγοι ενασχόλησης με το τρέξιμο είναι η δημιουργία νέων φίλων με κοινά ενδιαφέροντα και κοινούς στόχους. Η ένταξη σε μια κοινωνική ομάδα. Ενώ άλλοι με το τρέξιμο ικανοποιούν κάποιους στόχους, όπως τη βελτίωση της υγείας τους ή την βελτίωση αγωνιστικά, ή για να απομακρύνει το άγχος από τη ζωή του, για να ανακαλύψει τον εαυτό του, για να τιμήσει έναν σκοπό, για να χάσει βάρος, για να συνεισφέρει σε μια κοινωνική δράση φιλανθρωπικού χαρακτήρα, ή ακόμα για να μειώσει ή να σταματήσει οριστικά το κάπνισμα.

Η οικονομική κρίση στη χώρα μας, η οποία έχει απογοητεύσει σημαντικό ποσοστό του πληθυσμού. Έτσι ο μέσος Έλληνας με το τρέξιμο ξεχνά τα προβλήματά του, ενώ λαμβάνει τα οφέλη της άσκησης. Τα κοινωνικά στερεότυπα επίσης, παίζουν καθοριστικό ρόλο στο συναίσθημα ενός σύγχρονου ανθρώπου. Κάποιοι άνθρωποι, δηλαδή, επηρεάζονται από τον τύπο και τα μέσα μαζικής ενημέρωσης, καθώς και από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης που προβάλλουν γυμνασμένα πρότυπα σώματος. Επιπλέον, ο σημαντικός ρόλος των διαρκώς αυξανόμενων αθλητικών διοργανώσεων, οι οποίες προβάλλουν το μήνυμα «αθλητισμός για όλους», πράγμα το οποίο παρακινεί και ενθαρρύνει πολλούς ερασιτέχνες δρομείς, ακόμα και άτομα με μηδενική επαφή με το τρέξιμο, να συμμετάσχουν σε δρομικούς αγώνες.

Ο κάθε δρομέας απολαμβάνει τα οφέλη του τρεξίματος ένα προς ένα. Η άθληση θεωρείται φάρμακο για καθετί στη ζωή, ενώ κάνει τους αθλούμενους πιο ευτυχισμένους.

#### Σωματικά:

Με το τρέξιμο βελτιώνεται η αντοχή του ανθρώπου, η δραστηριότητα της καρδιάς και η φυσική του κατάσταση. Αυξάνεται ο πνευμονικός αερισμός, η καρδιακή συχνότητα και η αρτηριακή πίεση, ώστε να αυξηθεί η καρδιακή παροχή.

#### Ψυχολογικά:

Το τρέξιμο ευνοεί την έκκριση ουσιών που σχετίζονται με την μείωση του πόνου (ενδορφίνες). Καταπολεμούνται κάποιες ψυχικές διαταραχές, όπως η κατάθλιψη και το άγχος. Βελτιώνουν τη διάθεση, καθώς εκκρίνονται συγκεκριμένες χημικές ουσίες που κάνουν τον αθλούμενο πιο χαρούμενο. Επιπλέον, το τρέξιμο προσθέτει χρόνια στη ζωή μας. Πολλές μελέτες έχουν ασχοληθεί με το συγκεκριμένο θέμα και έχουν δείξει ότι η κίνηση συμβάλλει στην αύξηση της διάρκειας της ζωής του ανθρώπου. Βοηθά επίσης



τον οργανισμό και προσφέρει έναν ποιοτικότερο ύπνο. Σύμφωνα με τους ειδικούς του Πανεπιστημίου John Hopkins.

#### Ηθικός τομέας:

Εθίζει τον άνθρωπο στον έντιμο αγώνα, τον κάνει να πειθαρχεί σε κανόνες, στη λιτότητα, στο μεσότητα, στην εγκράτεια, στον σεβασμό απέναντι στους άλλους. Τον βοηθά να αποκτήσει αυτοκριτική, προκειμένου να γίνει καλύτερος ηθικά. Έτσι διαμορφώνονται οι πιο ενάρετοι χαρακτήρες, που πιστεύουν σε ιδανικά, όπως του υγιούς αθλητισμού.

#### Πνευματικός τομέας:

Ο αθλητισμός αναπτύσσει αρμονικά το σώμα και το πνεύμα, προσφέρει υγεία στον οργανισμό και σωματική ευρωστία, λειτουργεί ως αντίβαρο στα ναρκωτικά, το κάπνισμα κ.ά. Η σωματική κατάσταση επηρεάζει την πνευματική και αντίστροφα. Ο αθλητικός αγώνας υποχρεώνει το άτομο να προβληματίσει για το πώς θα αποδώσει καλύτερα, θέτει νέους στόχους και καλλιεργείτο νου.

#### Κοινωνικός τομέας:

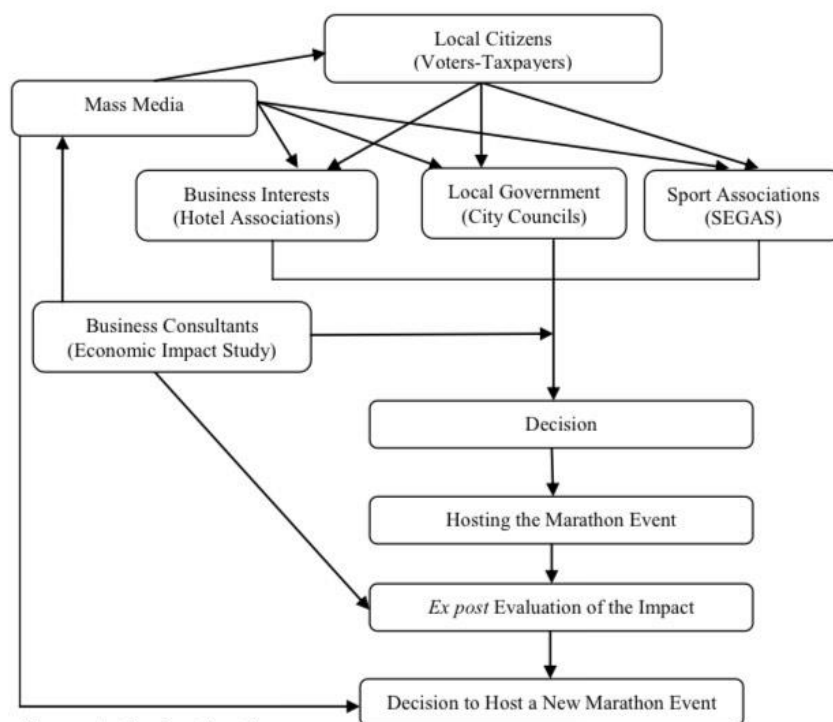
Ο αθλητισμός ως ιδεώδες ικανοποιεί και συνδέει τον άνθρωπο με δεσμούς φιλίας, τους συνηθίζει στην αναγνώριση της αξίας των αντιπάλων και στην ανάπτυξη του σεβασμού

#### Οικονομικός τομέας:

Μέσω της αναζωογόνησης του συνόλου ή συγκεκριμένων περιοχών της πόλης, ενισχύεται η τοπική κοινωνία. Δημιουργούνται επίσης θέσεις εργασίας.

### 4.3 Δομές/χαρακτηριστικά προορισμού υποδοχής του Δομικού Κινήματος:

Διάγραμμα 5: Οι οικονομικές συνέπειες ενός μαραθωνίου ως τουριστικό γεγονός.



Source: Author's estimations.

(Πηγή: Papanikos,2015)

Το παραπάνω σχήμα απεικονίζει τη διαδικασία λήψης αποφάσεων σχετικά με την ανάληψη της διεξαγωγής μιας εκδήλωσης αθλητικού τουρισμού σε μια σύγχρονη κοινωνία. Σπουδαίο ρόλο διαδραματίζουν οι ντόπιοι πολίτες οι οποίοι μπορούν να εμπνεύσουν, να παροτρύνουν και να κινητοποιήσουν και τους πολιτικούς με τις ιδέες τους.

Τα τοπικά μέσα (localmediaplay) είναι σημαντικά καθ' όλη τη διάρκεια της διαδικασίας της ανάληψης και διοργάνωσης μιας αθλητικής εκδήλωσης, για τον λόγο ότι αντανακλούν την κεντρική τάση της κοινής γνώμης. Η κάθε ιδέα φτάνει στο συμβούλιο (Δημοτικό Συμβούλιο, Επιχειρηματικές και Αθλητικές Ενώσεις). Σύμβουλοι επιχειρήσεων και επαγγελματίες οικονομολόγοι καλούνται να εκπονήσουν μια μελέτη των οικονομικών επιπτώσεων. Η έρευνα της επιτροπής αθλητικών τουριστικών εκδηλώσεων σπάνια αποδεικνύουν ως αρνητικό τον οικονομικό αντίκτυπο.

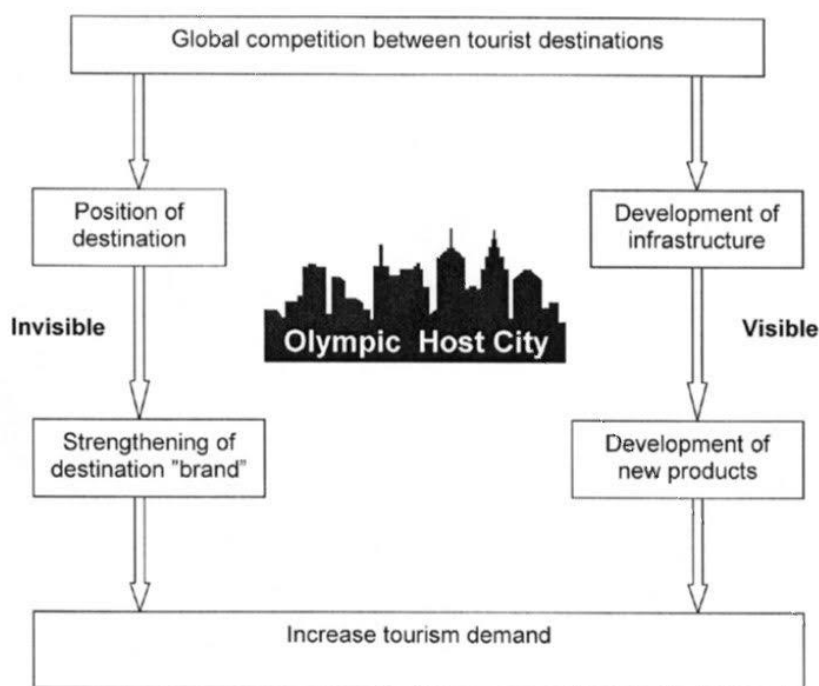
Στην περίπτωση που η πρώτη αθλητική διοργάνωση στεφθεί με επιτυχία, τότε οι πιθανότητες για την επανάληψη της ίδιας διοργάνωσης είναι υψηλές. Η απόφαση αυτή,

της επόμενης διοργάνωσης, βασίζεται στον αριθμό των συμμετεχόντων, ιδιαίτερα των εθνικών και όχι τόσο των ντόπιων εγχώριων συμμετοχών, αλλά και των οικονομικών της πρώτης αθλητικής διοργάνωσης.

Δεδομένου ότι η διοργάνωση μιας αθλητικής διοργάνωσης μαραθωνίου δρόμου αποτελεί συνήθως ετήσιο γεγονός που λαμβάνει χώρα κατά την ίδια περίοδο κάθε χρόνο, δημιουργώντας φήμη γύρω από την διοργάνωση και αυτό, μπορεί να θετικές μακροπρόθεσμες οικονομικές συνέπειες. Αυτός είναι και ο στόχος όλων όσοι έχουν έννομο συμφέρον σε εκδηλώσεις, όπως οι τοπικές επιχειρήσεις, τοπικοί πολιτικοί και τοπικοί αθλητές.

Η εικόνα μιας πόλης αποτελεί σημαντικό παράγοντα επιλογής του προορισμού επίσκεψης από τους τουρίστες. Ο χαρακτηρισμός δηλαδή μιας πόλης ως «έξυπνης» όπως η Βαρκελώνη ή η Κοπεγχάγη, ή ως «πράσινη πόλη» όπως χαρακτηρίστηκε η Βιέννη στην διεθνή αξιολόγηση του 2020, παίζει καθοριστικό ρόλο διότι επηρεάζει το κοινό και διαμορφώνει την εικόνα και το brand της πόλης.

Διάγραμμα 6: Δυνητικές συνέπειες στον τομέα του τουρισμού για μια πόλη.



**Figure 3** — Potential tourism legacy for a host city or region. Source: Modified from Keller (2001, p. 30).

Πηγή: Papanikos, 2015

Οι κάθε είδους διοργανώσεων μεταξύ τους και οι δρομικοί αγώνες συμβάλλουν στην ανάπτυξη της τοπικής οικονομίας. Τα μεγάλα βέβαια αθλητικά γεγονότα έχουν αρκετά μεγάλο αντίκτυπο σε σύγκριση με άλλα μικρότερα, αλλά πάλι ο ρόλος τους είναι σημαντικός τόσο στην οικονομία, την κοινωνία αλλά και στο μάρκετινγκ. Η εικόνα της διοργάνωσης διαδραματίζει τον ίδιο ρόλο με την εικόνα του προορισμού υποδοχής όσον αφορά την προσέλκυση θεατών και συμμετεχόντων (Hallman, Kaplanidou, & Breuer, 2010).

Ανεξάρτητα από το μέγεθος της αθλητικής διοργάνωσης, η εικόνα της βασίζεται και εξαρτάται από γνωστικούς παράγοντες (δηλαδή χαρακτηριστικά του προορισμού) και συναισθηματικούς (δηλαδή κοινωνικοί λόγοι). Οι δυο αυτοί παράγοντες συμβάλλουν σε μια ολιστική αξιολόγηση της εκδήλωσης (Baloglu & Mc Cleary, 1999). Οι αθλητικές διοργανώσεις, ως αθλητικά γεγονότα, έχουν μικρή διάρκεια ενώ η διεξαγωγή τους γίνεται μια φορά ανά έτος (Erbe, 2009). Οι αθλητικές διοργανώσεις ολοένα και αυξάνονται σε παγκόσμιο επίπεδο. Δίνουν το έναυσμα προς τους πολίτες για μια πιο δραστήρια αλλά και ποιοτική ζωή. Δραστηριοποιούν τους πολίτες, καθώς χαρίζουν ζωντάνια στις διοργανώτριες πόλεις. (Alzayat, 2011).

Τα φυσικά χαρακτηριστικά των πόλεων διοργάνωσης, είναι αυτά που ευθύνονται για την ανάπτυξη της τουριστικής ζήτησης αλλά και της τοπικής οικονομίας. Στις εκδηλώσεις αυτές, είτε είναι καλλιτεχνικού, πολιτιστικού ή αθλητικού χαρακτήρα, μπορούν να λάβουν μέρος άνθρωποι διαφορετικού φύλου, ηλικίας, καταγωγής, θρησκείας, επαγγελματικού, κοινωνικού και οικονομικού υπόβαθρου, ακόμα και σωματικού μεγέθους (Funk, Jordan, Ridinger & Kaplanidou, 2001).

Γι' αυτό το λόγο η τοπική κοινωνία αντιλαμβάνεται τη σπουδαιότητα των αθλητικών εκδηλώσεων και στηρίζει κάθε μορφή τους, δημιουργώντας εγκαταστάσεις αθλητικών προδιαγραφών, οι οποίες συμβάλλουν στην τουριστική εξέλιξη και στην οικονομική ανάπτυξη. Οι διοργανώσεις οφείλουν να είναι ελκυστικές προς τον άνθρωπο, καθώς και έχουν ανθρωποκεντρικό χαρακτήρα, ενώ παράλληλα χρειάζεται να είναι και κατάλληλα σχεδιασμένες, με σκοπό την ευχαρίστηση και την ικανοποίηση των αγαθών τους.

Οι αθλητικές εκδηλώσεις μπορούν να διακριθούν ανάλογα με το περιεχόμενό τους στις εξής κατηγορίες:

- Αγώνες δρόμου.
- Διοργανώσεις lifestyle sports

- Φιλοξενία διεθνών διοργανώσεων
- Αγώνες και επιδείξεις μηχανοκίνητων σπορ
- Φεστιβάλ ανοιχτού τύπου διάφορων αθλημάτων με μαζική συμμετοχή
- Ποδηλατικοί γύροι
- Ιστιοπλοϊκοί αγώνες
- Τουρνουά beach sports
- Τουρνουά γκολφ
- Τουρνουά χειμερινών σπορ

Οι εκδηλώσεις μπορούν επίσης να διακριθούν ανάλογα με τον αριθμό των θεατών/συμμετεχόντων σε τρεις κατηγορίες.

Μικρού μεγέθους, έως 1.000 (χίλιους) θεατές

Μεσαίου μεγέθους με περισσότερους από 1.000 (χίλιους) και λιγότερους από 10.000 δέκα χιλιάδες) θεατές/συμμετέχοντες.

Μεγάλου μεγέθους, με περισσότερους από 10.000 (δέκα χιλιάδες) θεατές/συμμετέχοντες (Γκουζιούπας, 2008).

Επιπρόσθετα, οι αθλητικές εκδηλώσεις διακρίνονται και με βάση τη σημασία τους σε:

- Τοπικές εκδηλώσεις στις οποίες περιλαμβάνονται αθλητικοί διαγωνισμοί στους οποίους συμμετέχουν κάτοικοι μια πόλης.
- Περιφερειακές εκδηλώσεις που διοργανώνονται σε μια ή περισσότερες διοικητικές περιοχές και το κοινό που παρακολουθεί τα γεγονότα είναι από την συγκεκριμένη ή την ευρύτερη περιοχή.
- Εθνικές εκδηλώσεις, στις οποίες συμμετέχουν ομάδες και αθλητές με τόπο προέλευσης τη ίδια τη χώρα διοργάνωσης αλλά και από άλλες χώρες τις οποίες παρακολουθούν συνήθως κάτοικοι.
- Ηπειρωτικές εκδηλώσεις. Διοργανώσεις οι οποίες οργανώνονται από διεθνείς αθλητικές ομοσπονδίες.
- Παγκόσμιες εκδηλώσεις, όπως οι Ολυμπιακοί Αγώνες, το Παγκόσμιο Πρωτάθλημα Ποδοσφαίρου, η Formula1 (Bjelac & Radavanovic, 2003).

Ο Gwinner (1997) παρουσίασε ένα πλαίσιο τριών παραγόντων που μπορεί να επηρεάσει την αντίληψη ενός ατόμου για μια συγκεκριμένη εκδήλωση. Επηρεάζεται δηλαδή από τον *τύπο εκδήλωσης*, αν δηλαδή αυτή έχει αθλητικό, μουσικό, καλλιτεχνικό, θρησκευτικό ή πολιτικό χαρακτήρα. Από τα *χαρακτηριστικά της εκδήλωσης*. Από το μέγεθος, την ιστορία της, την εμφάνιση ή το ήθος της (τι θέλει

δηλαδή να προωθήσει, ποιο μήνυμα πρεσβεύει και θέλει να περάσει στο ευρύ κοινό), καθώς επίσης και το παρελθόν της διοργάνωσης. Από την άλλη, η αντίληψη προς την εικόνα της διοργάνωσης επηρεάζεται και από τον *τύπο του αθλητικού καταναλωτή* (πχ θεατής/συμμετέχων).

Τα γεγονότα μικρής κλίμακας μπορεί να οδηγήσουν σε πιο θετικά αποτελέσματα, επειδή λειτουργούν εντός μιας ήδη υπάρχουσας υποδομής, απαιτούν μικρότερο προϋπολογισμό, δημιουργούν ένα πιο διαχειρίσιμο επίπεδο συμφόρησης του πλήθους, ενώ τα έσοδα στην τοπική κοινωνία από την διοργάνωση είναι υψηλά. Η διοργάνωση ενός αθλητικού γεγονότος έγινε πρόσφατα ένας από τους καλύτερους δυνατούς τρόπους για να κάνει μοναδική και ανταγωνιστική μια πόλη (Chalip, Green&Hill, 2003: Chalip & McGuirty, 2004: Jaro, Chalip, Brown, Mulew&Ali, 2003).

Οι αθλητικές εκδηλώσεις έρχονται σε διάφορα σχήματα και μεγέθη όπως για παράδειγμα, η τεράστια αθλητική διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων, έως μια μικρής κλίμακας διοργάνωση όπως ένα εθνικό, τοπικό ή περιφερειακό πρωτάθλημα.

Ανεξάρτητα από το μέγεθος της διοργάνωσης του αθλητικού γεγονότος, αποφέρει πολύτιμα οφέλη στην κοινωνία. Καλλιεργεί την ευαισθησία πολλών τουριστών για τους προορισμούς, βελτιώνει επίσης την εικόνα του προορισμού υποδοχής της διοργάνωσης και παράλληλα παρουσιάζει αύξηση των μελλοντικών εισερχόμενων ταξιδιών (Dimache, 2003).

Επιπρόσθετα, τα βασικά οφέλη της διοργάνωσης ενός αθλητικού γεγονότος είναι η παροχή της τοπικής ψυχαγωγίας, η ενίσχυση της υπερηφάνειας της κοινότητας και η τόνωση της οικονομίας. Το οικονομικό όφελος είναι ο πρωταρχικός ρόλος για την ανάληψη και διεξαγωγή ενός αθλητικού γεγονότος. Η ολοένα και πιο ανταγωνιστική αγορά στην οποία οι περισσότεροι μεγάλοι προορισμοί προσφέρουν κορυφαία αξιοθέατα, καταλύματα και υπηρεσίες, έχει δημιουργήσει πολλές προκλήσεις για τους εμπόρους και επιχειρηματίες. Τα μεγάλα γεγονότα ορίζονται ως βραχυπρόθεσμα γεγονότα που έχουν μακροπρόθεσμες συνέπειες που προσελκύουν μεγάλο ενδιαφέρον και δημιουργούν σημαντικό οικονομικό όφελος (Lee&Taylor, 2005).

Ενώ τα μεγάλα γεγονότα συμβάλλουν ουσιαστικά στην προώθηση του μάρκετινγκ και στην τοπική οικονομία και ανάπτυξη για την κάθε πόλη υποδοχής, ακόμα και οι διοργανώσεις μικρής κλίμακας μπορεί να προσφέρει οφέλη στον προορισμό υποδοχής. Το κύριο οικονομικό όφελος για μια περιοχή προέρχεται από την κατανάλωση των επισκεπτών κατά τη διάρκεια της διοργάνωσης ενώ η αύξηση του τουρισμού στην

περίοδο μετά την διεξαγωγή της διοργάνωσης.

Ο τουρισμός είναι μια αναπτυσσόμενη βιομηχανία με σημαντικές επιπτώσεις σε περιφερειακή οικονομία, ο οποίος θα μπορούσε να οριστεί ως ένα τμήμα της ταξιδιωτικής αγοράς που περιλαμβάνει «ελεύθερους» και ανεξάρτητους ταξιδιώτες. Τα άτομα που επηρεάζονται από την διοργάνωση είναι άτομα που προσελκύνονται από αυτή και τον χαρακτήρα της, αλλά και τα άτομα τα οποία αποφεύγουν την εκδήλωση αυτή. Οι θεατές είναι άτομα που παρευρίσκονται στις συνεδρίες της εκδήλωσης, είναι άτομα χωρίς δεσμεύσεις εργασίας. Μπορεί να είναι κάτοικοι της περιοχής, τουρίστες, ημερήσιοι ταξιδιώτες.

Το εθνικό μάρκετινγκ αποτελείται από εσκεμμένες προσπάθειες να επηρεάσει την εικόνα της χώρας σε ομάδες/στόχους. Εκείνοι που σχεδιάζουν ένα πετυχημένο μάρκετινγκ προορισμού μπορούν να καθοδηγήσουν τα κίνητρα των τουριστών. Ο προορισμός υποδοχής μπορεί επίσης να προωθηθεί με την διοργάνωση πρόσθετων αθλητικών ή πολιτιστικών εκδηλώσεων, εκθέσεων, πολιτιστικών φεστιβάλ ή συναυλιών που διοργανώνονται σε νέες εγκαταστάσεις πολλαπλών χρήσεων και σε συνεδριακά κέντρα. Τα παραπάνω ενισχύουν την εικόνα της πόλης, της διοργάνωσης, των υποδομών και του τουριστικού προϊόντος.

Οι αθλητικές εκδηλώσεις συμβάλλουν σημαντικά στην αύξηση της τουριστικής κίνησης και ώθηση της οικονομικής ανάπτυξης μιας περιοχής. Έτσι η φιλοξενία και η υποβολή προσφορών για διοργανώσεις, έχουν γίνει κεντρικό συστατικό στοιχείο του συνολικού τουριστικού προϊόντος πολλών χωρών. Τα μεγάλα αθλητικά γεγονότα επηρεάζουν διαφορετικές περιοχές και αστικές περιοχές. Η αστική λειτουργικότητα απαιτεί από τις πόλεις να εκπληρώσουν τέσσερις λειτουργίες: Στέγαση, εργασία, αναψυχή και μεταφορά (Siebel, 1994).

Τα μεγάλα αθλητικά γεγονότα έχουν τη δυνατότητα να αναπτύξουν την αστική δομή σε όλους τους τομείς. Ορισμένες πόλεις διαθέτουν υποδομές που τους επιτρέπουν να διοργανώνουν μεγάλες αθλητικές εκδηλώσεις με πολύ χαμηλό επίπεδο επενδύσεων, ενώ άλλες πόλεις πρέπει να επενδύσουν ουσιαστικά στην υποδομή τους. Κατά συνέπεια, η ζήτηση που δημιουργείται από τα αθλητικά γεγονότα μπορεί να δημιουργήσει διαφορετικές αναπτυξιακές πιέσεις.

Επομένως, είναι σημαντικό από τους πολιτικούς, να συγκρίνουν το μακροπρόθεσμο αναπτυξιακό τους σχέδιο με τις απαραίτητες σχετικές διαρθρωτικές απαιτήσεις των διοργανώσεων, πριν ξεκινήσουν μια προσφορά. Μια πόλη πρέπει να εξετάσει τρεις τομείς του αναπτυξιακού της σχεδίου κατά τη διοργάνωση ενός μεγάλου αθλητικού

γεγονότος. Την ανάπτυξη της πόλης που έχει προγραμματιστεί ανεξάρτητα από το αθλητικό γεγονός, την υποδομή που απαιτείται για το αθλητικό γεγονός και την υποδομή που απαιτείται για την αθλητική διοργάνωση η οποία δεν περιλαμβάνεται ακόμα στο μακροπρόθεσμο σχέδιο ανάπτυξης της πόλης.

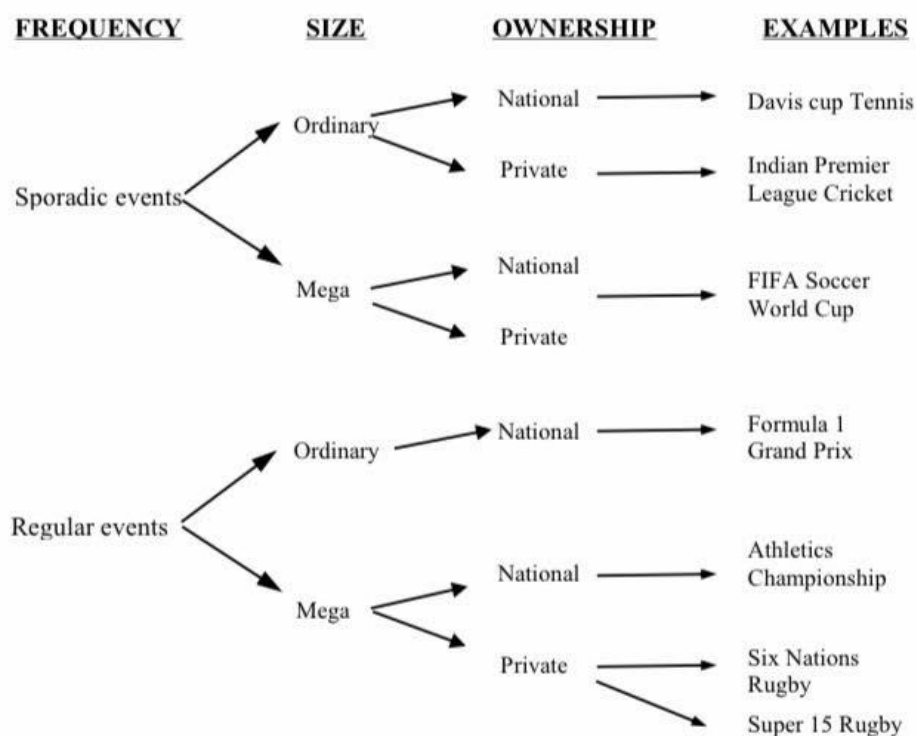
Διάγραμμα 7: Τυπολογία γεγονότων

TABLE 1. TYPOLOGY OF EVENTS

Category	Size	Frequency	Media coverage	Economic significance	Examples
Type A	Major international	Irregular, one-off	Significant	Large	Olympics, FIFA World Cup
Type B	Major international	Annual	Significant	Large	FA Cup, Grand Slam tennis, Golf Open
Type C	Major international	Irregular, one-off	Limited	Limited	IAAF Grand Prix, World championships
Type D	Major national	Annual	Limited	Limited	National championships

Source: Gratton *et al.* (2000:26)

Διάγραμμα 8: Επισκόπηση δομής διοργάνωσης αθλητικών γεγονότων.



Πηγή: Barget & Gouguet, 2007

Το παραπάνω διάγραμμα, παρουσιάζει μια επισκόπηση της δομής που απαιτείται για την διοργάνωση μεγάλων αθλητικών γεγονότων. Συχνά οι διοργανωτές έχουν ως μοναδικό στόχο την πραγματοποίηση ενός μεγάλου αθλητικού γεγονότος. Είναι όμως



σημαντικό να προγραμματιστεί και η μετέπειτα χρήση του. Οι σύγχρονες κατασκευές σταδίων ξεκίνησαν στις αρχές του 20<sup>ου</sup> αιώνα, γι' αυτό και πολλές μεγάλες πόλεις διαθέτουν από ένα μεγάλο στάδιο.

Πολλές πόλεις δεν διαθέτουν ειδικές αθλητικές εγκαταστάσεις που ικανοποιούν την χωρητικότητα και τα πρότυπα μεγάλων αθλητικών εκδηλώσεων όπως οι Ολυμπιακοί Αγώνες. Η ζήτηση για πρωτογενείς δομές, αποτελεί σημαντική προϋπόθεση για την ανάπτυξη των πόλεων. Οι σύγχρονες εγκαταστάσεις οι οποίες κατασκευάζονται για τις ανάγκες ενός αθλητικού γεγονότος, δημιουργούν ένα μνημείο αστικής διαβίωσης, ένα ζωντανό σύμβολο που κρατά τις αναμνήσεις των τουριστών του αθλητικού γεγονότος στο οποίο έλαβαν μέρος ή βρέθηκαν εκεί για να το παρακολουθήσουν ως θεατές.

#### Αθλητική διοργάνωση και οικονομία:

Ως αποτέλεσμα των επενδύσεων, νέες υποδομές και αθλητικές εγκαταστάσεις μπορούν να αναπτυχθούν. Παρατηρείται αναζωογόνηση και αναβάθμιση υφιστάμενων εγκαταστάσεων, θετικές επιπτώσεις στον τουρισμό όσον αφορά τα χρήματα που δαπανώνται για τη διαμονή, μετακίνηση και τις αγορές των τουριστών.

Δημιουργείται μια θετική τουριστική εικόνα μέσω των μέσων ενημέρωσης, χρησιμοποιώντας τις ευκαιρίες των μέσων για σκοπούς μάρκετινγκ προορισμού.

#### Αθλητική διοργάνωση και κοινωνία:

Ένα αθλητικό γεγονός μπορεί να χρησιμοποιηθεί για να ενθαρρύνει την τοπική κοινότητα, να ασκήσει σωματική δραστηριότητα και να καλλιεργήσει μια κουλτούρα υγείας και ευεξίας.

#### Αθλητική δραστηριότητα και περιβάλλον:

Οι αθλητικές εκδηλώσεις μπορούν να προσφέρουν την απαραίτητη χρηματοδότηση ξεκινώντας περιβαλλοντικά πολιτιστικά έργα.

Τα οφέλη των αθλητικών εκδηλώσεων είναι αλληλένδετα. Για παράδειγμα, οι βελτιώσεις στις υποδομές μπορούν να βελτιώσουν την ποιότητα ζωής και ως εκ τούτου ασκούν κοινωνικές επιρροές. Όσο μεγαλύτερη είναι η διοργάνωση, τόσο υψηλότερες είναι και οι προσδοκίες σχετικά με τα αναμενόμενα οφέλη. Τα οικονομικά έσοδα που προέρχονται στις τοπικές κοινωνίες από κάθε αθλητική δραστηριότητα είναι σημαντικά. Με αυτό τον τρόπο αναπτύσσεται οικονομικά η διοργανώτρια περιοχή, μαζί και το εμπόριο. Στον κοινωνικό τομέα, προσφέρει πολλές νέες θέσεις εργασίας. Επιπλέον, η περιοχή αναπτύσσεται και τουριστικά, διότι οι αθλητικές διοργανώσεις προσελκύουν πολλούς ανθρώπους, ντόπιους και διεθνείς. Έχει επίσης παρατηρηθεί ότι

όσο πιο επίπονος και κουραστικός είναι ο αγώνας (π.χ. Σπάρταθλο, Μαραθώνιος και Υπερμαραθώνιος), τόσο πιο μακράς διάρκειας είναι η παραμονή των δρομέων οι οποίοι συνήθως δεν ταξιδεύουν μόνοι, αλλά έχουν μαζί τους και κάποιους οικείους τους.

Ο τουρισμός είναι ένας κλάδος εργασίας με χαμηλό κόστος κεφαλαίου, ο οποίος δημιουργεί θέσεις εργασίας, ωθεί την οικονομική ανάπτυξη, βελτιώνει το δομημένο περιβάλλον μιας πόλης και παρέχει αναψυχή στους κατοίκους. Η εικόνα της πόλης έχει βαρύτητα στον τουρισμό διότι ο τουρίστας/καταναλωτής επιζητά ένα ευχάριστο τουριστικό προϊόν, μια ευχάριστη κατανάλωση. Κατά συνέπεια, πολλές βιομηχανικές πόλεις έχουν εργαστεί σε διαφημιστικές δραστηριότητες και αστικά θεάματα για την παρουσίαση μιας κατάλληλης για τον τουρίστα εικόνας.

Τα αθλητικά γεγονότα, τα οποία γίνονται στο πλαίσιο του αθλητικού τουρισμού, οδηγούν σε άνθηση της οικονομίας, δημιουργούν ευκαιρίες για τους ντόπιους και κατ' επέκταση στους φιλοξενούμενους επισκέπτες. Τα αθλητικά γεγονότα αλλάζουν την εικόνα της πόλης, δίνοντάς της χαρακτήρα. Οι συμμετέχοντες των δραστηριοτήτων του Δρομικού Κινήματος μοιράζονται κάτι κοινό, για το οποίο κοπιάζουν καθημερινά και συστηματικά διότι ενδιαφέρονται για την ψυχική και σωματική τους υγεία. Το Δρομικό Κίνημα και οι δραστηριότητές του δίνουν ποιότητα στη ζωή του ανθρώπου, η οποία επηρεάζει τον ίδιο θετικά, αλλά και τον ευρύ πληθυσμό.

Η ενεργή συμμετοχή των ανθρώπων σε τέτοιου είδους δραστηριότητες προσφέρει ευκαιρίες για κοινωνικοποίηση, προσωπική ανάπτυξη, περαιτέρω εμπλοκή με τη δραστηριότητα και αφορμή για νέες εμπειρίες που συνεισφέρουν στην ποιότητα ζωής των ατόμων (Alexandris, Theodorakis, Kaplanidou & Papadimitriou, 2017; Theodorakis, Kaplanidou & Karabaxoglou, 2015).

Οι αρμόδιοι για τον σχεδιασμό των πόλεων και οι υπεύθυνοι λήψης αποφάσεων, οι οποίοι ασχολούνται με τη σχεδίαση επιχειρήσεων για τους τουρίστες, ξοδεύουν εκατομμύρια δολαρίων στην αναδιάταξη των πόλεών τους. Οι πόλεις που επαναπροσδιορίζουν το brandname τους, δημιουργούν ένα πετυχημένο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα έναντι των άλλων πόλεων των οποίων η εικόνα τους είναι θολή και ασαφής.

Οι περισσότερες στρατηγικές επαναπροσδιορισμού στοχεύουν στην προσέλκυση τουριστών από άλλες περιοχές όπως για παράδειγμα το Ντουμπρόβνικ, η Βαρκελώνη, η Βενετία, που βασίζουν τις οικονομίες τους κυρίως στους τουρίστες, ενώ η Ιερουσαλήμ και το Νέο Δελχί απευθύνονται κυρίως σε τοπικούς τουρίστες).

Η εύρεση μιας νέας εικόνας για μία πόλη, αποτελεί βασικό παράγοντα ανάδειξής της,

γι' αυτό και πολλοί δήμαρχοι και πολεοδόμοι ασχολούνται με αυτό. Πολλές φορές όμως επιτυγχάνονται λανθασμένες προσπάθειες. Για παράδειγμα, η ακραία εικόνα μιας πόλης προσδίδει αρνητικά χαρακτηριστικά και κατ' επέκταση μια αρνητική εικόνα. Παρόλο που κάποιες πόλεις διακατέχονται από μια αρνητική εικόνα, δεν είναι εφικτό να την αντικαταστήσουν άμεσα.

Η αντικατάσταση της εικόνας μιας πόλης είναι μια σταδιακή και σχεδιασμένη διαδικασία, η οποία μπορεί να βοηθήσει μια πόλη να αποφορτιστεί από τα αρνητικά χαρακτηριστικά της εικόνας της με την πάροδο του χρόνου. Για το σχεδιασμό επαναπροσδιορισμού της εικόνας μιας πόλης, η πόλη πρέπει να επιλέξει την εικόνα που συμβολίζει/ταιριάζει με τα χαρακτηριστικά της (π.χ., κτήρια, κλίμα, θαλάσσιο περιβάλλον, ύφαλοι, δρόμοι, σύστημα μεταφοράς, εγκαταστάσεις και άυλη κληρονομιά).

Οι πόλεις που επαναπροσδιορίζονται με βάση τα αθλητικά γεγονότα πετυχαίνουν την προσέλκυση πολλών ανθρώπων και έχουν ισχυρό αντίκτυπο στο πλήθος, σε σχέση με άλλες εκδηλώσεις ανταγωνιστικού χαρακτήρα. Το δρομικό κίνημα, παρουσιάζει επιδράσεις και έχει θετική συνεισφορά στην κοινωνία. Μέσα από παραδείγματα διαφορετικών μορφών αγώνων που πραγματοποιούνται σε όλες τις ανεπτυγμένες πόλεις, φαίνεται πώς μέσω του τουρισμού, και συγκεκριμένα του αθλητικού τουρισμού, προσελκύνονται τουρίστες όχι μόνο εσωτερικοί αλλά και από άλλα μέρη του κόσμου. Παράλληλα, ο αθλητικός τουρισμός προσφέρει θετικές απολαβές στην κοινωνία και οικονομία του εκάστοτε προορισμού υποδοχής της εκάστοτε αθλητικής διοργάνωσης, αλλά και διαφημίζεται η περιοχή τουριστικά και αθλητικά, ως ένα μέρος δηλαδή στο οποίο θα μπορεί ο επισκέπτης να συνδυάζει μαζί με την αναψυχή του και τις αθλητικές δραστηριότητες.

Η διοργανώτρια πόλη αλλάζει όψη, σε μια πόλη ανοιχτή προς το κοινό η οποία προσφέρει ποιοτικό αθλητικό προϊόν και φιλοξενία. Αποτελεί πόλο έλξης πολλών ενδιαφερομένων οι οποίοι μέσω της συμμετοχής και φιλοξενίας τους στον προορισμό αυτό γνωρίζουν και την κουλτούρα αλλοεθνών, ενώ ταυτόχρονα απολαμβάνουν τις υπηρεσίες που προσφέρονται από τη αθλητική διοργάνωση με τη σημαντική προσφορά πολλών εθελοντών.

Η επιλογή του τουριστικού προορισμού διαφέρει από άλλες μορφές τουριστικού προϊόντος, διότι η τουριστική κατανάλωση βασίζεται στην εμπειρία και όχι σε ένα προϊόν. Ο ίδιος ο τουριστικός προορισμός αποτελεί βασικό συστατικό του τουριστικού προϊόντος καθώς χαρακτηρίζεται από μοναδικότητα, κάτι το οποίο τον διαφοροποιεί

από το πλήθος των τουριστικών προορισμών και αυτό αποτελεί κριτήριο επιλογής από τον τουρίστα.

Η εικόνα του προορισμού θα πρέπει να είναι μετρήσιμη και να έχει αξιολογηθεί. Για να «προβάλουν οι ασχολούμενοι με το μάρκετινγκ τους τουριστικούς προορισμούς πρέπει να εστιάσουν σε στρατηγικές ικανές να πείσουν τους τουρίστες ότι ο δικός τους προορισμός είναι ο καλύτερος. Η πίστη απέναντι σε ένα προϊόν ή μια υπηρεσία, είναι ο κύριος στόχος τους, μπορεί να υπάρξει τόσο σε ατομικό όσο και σε συλλογικό επίπεδο και αυτό φαίνεται από την συμπεριφορά των πελατών/τουριστών.

Ο αντίκτυπος των αθλητικών δραστηριοτήτων του Δρομικού Κινήματος έχει δυο αποδέκτες, τους συμμετέχοντες και την τοπική κοινωνία που φιλοξενεί τις διοργανώσεις. Οι επιπτώσεις έχουν διττό χαρακτήρα, θετικές π.χ. οικονομικές απολαβές για την τοπική κοινωνία και αρνητικές π.χ. περιβαλλοντικές συνέπειες στην τοποθεσία που λαμβάνει χώρα ο αγώνας. Στην Ελλάδα, το δρομικό κίνημα βρίσκεται σε τροχιά ανάπτυξης (Αλεξανδρής, 2018). Αν η κατασκευή μιας αθλητικής υποδομής δεν συνοδεύεται και με άλλες πολιτικές παρέμβασης για τη διαμόρφωση ενός νέου οικονομικού περιβάλλοντος, τα αναμενόμενα οφέλη μπορεί να μην έρθουν και μάλιστα η συνολική οικονομική επίπτωση μπορεί να είναι αρνητική. Συνεπώς, απαιτείται πολύ προσεκτικός σχεδιασμός, κυρίως στη χρήση αυτών των υποδομών στην περίοδο μετά τη διοργάνωση.

#### **4.4 Η σχέση του Δρομικού Κινήματος και του αθλητικού τουρισμού ταξιδιών:**

Ο αθλητισμός και ο τουρισμός είναι δυο δραστηριότητες που δημιουργήθηκαν από την αρχαιότητα. Οι προϊστορικοί άνθρωποι ταξίδεψαν μακριά από το περιβάλλον τους, κάνοντας ακόμη και σωματικές δραστηριότητες. Σήμερα, ο αθλητισμός και ο τουρισμός έχουν μια συμπληρωματική σχέση που επηρεάζει άμεσα την εθνική οικονομία. Ο αθλητικός τουρισμός θεωρείται η πιο επικερδής βιομηχανία παγκοσμίως, ο οποίος μπορεί να επηρεάσει όλα τα κοινωνικά στρώματα, οικονομικά και κοινωνικά. Ο αθλητικός τουρισμός από εννοιολογική άποψη, τοποθετείται στον ελεύθερο χρόνο και στην κατηγορία διακοπών αναψυχής.

Ο αθλητικός τουρισμός είναι εξειδικευμένος και οι αθλητικές δραστηριότητες αποτελούν βασικά κίνητρα των διακοπών πολλών τουριστών.

Ο τουρισμός αποτελεί εργαλείο οικονομικής ανάπτυξης μέσω των ευεργετικών του αποτελεσμάτων δηλαδή, δημιουργεί σημαντικά έσοδα για τις οικονομίες των

δικαιούχων χωρών/περιοχών, ενώ ενθαρρύνει τις επενδύσεις που απαιτούνται για την χρηματοδότηση άλλων τομέων, συμβάλλοντας έτσι, στην οικονομική ανάπτυξη.

Αυξάνει την προσφορά εργασίας αξιοποιώντας την πολιτιστική και φυσική κληρονομιά.

Δημιουργεί ευκαιρίες για διαφοροποίηση των τοπικών οικονομιών, κεφαλοποιώντας το τοπικό εισόδημα.

Ενθαρρύνει επίσης την ανάπτυξη των τοπικών επιχειρήσεων μετατρέποντας περιοχές με αδύναμη οικονομία, σε ανταγωνιστικές και ισχυρές επενδύσεις.

Μπορεί παράλληλα να δημιουργήσει συνεργατικές σχέσεις μεταξύ τοπικών επιχειρήσεων και επιχειρήσεων οι οποίες δραστηριοποιούνται στον οικονομικό τομέα. Ο αθλητικός τουρισμός δεν αποτελεί νέο φαινόμενο. Έχει λάβει μεγάλη προσοχή τα τελευταία χρόνια, ως στρατηγική οικονομικής ανάπτυξης (Compton 1999: Higham & Hinch 2002: Lee&Taylor 2005).

Τις τελευταίες δεκαετίες, ο τουρισμός έχει αποκτήσει μεγάλους ρυθμούς ανάπτυξης.

Πολλοί παράγοντες είναι αυτοί οι οποίοι ωθούν όλο και περισσότερους ανθρώπους στα ταξίδια και στον τουρισμό, αλλά ο πιο σημαντικός είναι ο αυξανόμενος αριθμός υπηρεσιών που σχετίζονται με τα ταξίδια και η αποτελεσματικότητα αυτών.

Από τα τέλη της δεκαετίας του 1970, η τουριστική βιομηχανία έχει αναπτυχθεί, όσον αφορά κυρίως τις τουριστικές επιχειρήσεις, οι οποίες φέρουν ως αποτέλεσμα το «άνοιγμα των αγορών» και την παγκοσμιοποίηση της οικονομίας».

Ο τουρισμός είναι μια οικονομική δραστηριότητα ικανή να δημιουργήσει παγκόσμια ανάπτυξη και να προσφέρει απασχόληση, ενώ παράλληλα συμβάλλει στην οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη των περιοχών, αγροτικών, ορεινών και νησιώτικων περιοχών.

Ο τουρισμός είναι ένας οικονομικός τομέας που μελετάται ευρέως από διαφορετικές απόψεις.

Το 1982, η τουριστική βιομηχανία προσδιόρισε δυο βασικά στοιχεία ως προς τον καθορισμό των τουριστικών δραστηριοτήτων.

Μια προσωρινή βραχυπρόθεσμη μετακίνηση προς προορισμούς εκτός του συνήθους τόπου κατοικίας και εργασίας. Από την άλλη, δραστηριότητες που πραγματοποιούνται από άτομα κατά τη διάρκεια της παραμονής τους σε προορισμό, για οποιονδήποτε λόγο.

Ένας στατικός ορισμός του τουρισμού είναι ότι η μετακίνηση ανθρώπων που αφήνουν τη συνήθη τοποθεσία διαμονής τους και τον τόπο εργασίας τους, σε κάποια άλλη τοποθεσία με πολλαπλούς στόχους που μπορεί να περιλαμβάνουν αναψυχή, πολιτισμό,

υγεία ή εργασία.

Έτσι ο τουρίστας είναι αυτός που περνά τουλάχιστον μια νύχτα μακριά από το σπίτι μόνιμης κατοικίας του.

Το 1993, ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού των Ηνωμένων Εθνών (UNWTO) όρισε τον τουρισμό ως «τις δραστηριότητες τουριστών που ταξιδεύουν και ζουν σε μέρη διαφορετικά από το συνηθισμένο για αναψυχή ή επαγγελματικούς κλπ. λόγους». Το πνεύμα του ταξιδιού ζει αιώνες και είναι διάχυτο στην ψυχοσύνθεση του ανθρώπου. Βλέποντας το παρελθόν, ο άνθρωπος αναγκάστηκε να ταξιδέψει λόγω του αθλητισμού. Τα τελευταία χρόνια, βλέπουμε την αυξανόμενη τάση των ανθρώπων για ταξίδια προκειμένου να λάβουν μέρος σε αθλητικές δραστηριότητες. Οι ταξιδιώτες είτε ως συμμετέχοντες, είτε ως θεατές ταξιδεύουν κυρίως για να απολαύσουν το αθλητικό γεγονός.

Ο ελεύθερος χρόνος αποτελεί ένα πολύ σημαντικό κεφάλαιο της ζωής του ανθρώπου. Στον ελεύθερο χρόνο του μπορεί να ασχοληθεί με δραστηριότητες οι οποίες συμβάλλουν στην καλλιέργεια του ως άτομο και στην πνευματική του ανύψωση μέσα από συζήτηση, μελέτη, σκέψη. Ακόμη, μπορεί να ασχοληθεί με δραστηριότητες αναψυχής, αθλητικές, φυσικές δραστηριότητες, όπως και με την ψυχαγωγία και το παιχνίδι.

Κοινό σημείο όλων αυτών είναι η ψυχαγωγία, η χαρά η ευχαρίστηση και η ικανοποίηση που προσφέρουν στον άνθρωπο συναισθήματα που έχει ανάγκη.

Στην ελληνική γλώσσα, το loisir/leisure έχει αποδοθεί άλλοτε ως «χρόνος αναψυχής» και άλλοτε ως «ελεύθερος χρόνος».

Ο Καρλ Μαρξ μίλησε για το χρόνο της ανθρώπινης ελευθερίας και τον συσχέτισε με τον ελεύθερο χρόνο της πλεονάζουσας εργασίας.

Με τον όρο «πλεονάζουσα εργασία» εννοούσε τον χρόνο μέσα στον οποίο αναπτύσσεται η ατομικότητα και αυξάνεται η καλλιτεχνική, επιστημονική συγκρότηση και ανάπτυξη ατόμων. Υποστήριξε επίσης ότι ο ελεύθερος χρόνος σαν κατανάλωση, παιχνίδι, αδιαφορία, δεν έχει πια έννοια.

Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού, αναφέρονται και ως ειδικές ή ήπιες, αφού αντιμετωπίζουν τις δυσμενείς περιβαλλοντικές και κοινωνικές επιπτώσεις του συμβατού τουρισμού. Βασικό του μέλημα αποτελεί η ιδέα της διαφύλαξης του περιβάλλοντος και των πόρων των τουριστικών προορισμών, με την ικανοποίηση των αναγκών του ντόπιου πληθυσμού από τη δυνατότητα που δίνεται στις χώρες προορισμών να καθορίζουν τους κανόνες τουριστικής ανάπτυξης με βάση τις δικές του

ανάγκες, ιδέες και προτιμήσεις και όχι των μεγάλων τουριστικών επιχειρήσεων. Εδώ περιλαμβάνονται οι μορφές τουρισμού οι οποίες έχουν ως βασικό χαρακτηριστικό τους την αντίθεση στο κλασικό πρότυπο του μαζικού τουρισμού. (Dixon, 1998, σσ. 38-90).

Ο τουρισμός είναι μια μορφή δραστηριότητας, που λαμβάνει χώρα πέρα από την μετακίνηση ενός ανθρώπου μακριά από τον τόπο μόνιμης κατοικίας (Heath&Wall, 1992). Περιλαμβάνει επίσης τα κίνητρα, εμπειρίες και προσδοκίες των ανθρώπων που ταξιδεύουν.

#### Ταξίδια ελεύθερου χρόνου:

Παραλία σε λίμνη, εκδρομή σε εξοχή ή βουνό, φεστιβάλ πολιτιστικού χαρακτήρα, παρακολούθηση κάποιας θεατρικής παράστασης, συμμετοχή σε μια αθλητική διοργάνωση, επίσκεψη σε 'spa', χρόνος για ψώνια και αγορές, διακοπές ανάπαυσης και χαλάρωσης.

#### **4.5 Η έννοια του ελεύθερου χρόνου και της φυσικής άσκησης:**

Ο τρόπος ζωής αποτελεί καθοριστικό παράγοντα στην υγεία, με μεγάλη επιρροή του ανθρώπου σχετικά με τη νοσηρότητα και θνησιμότητα, όπως για παράδειγμα το κάπνισμα, το οποίο αποτελεί έναν τρόπο ζωής, όπως και η «καθιστική» ζωή που συνηθίζονται στην Αμερική και συγκαταλέγονται στις δυο πιο σημαντικές αιτίες θανάτου. Ως εκ τούτου, η προώθηση της τακτικής άσκησης του ανθρώπινου πληθυσμού των ενηλίκων, θεωρείται ένα σημαντικό βήμα για την πρόληψη των χρόνιων ασθενειών όπως ο διαβήτης, η παχυσαρκία, η υπέρταση, η οστεοπόρωση, ο καρκίνος του μαστού, ψυχικές διαταραχές κ.ά.

Ο τουρισμός εννοείται ως «ειδική μορφή» αναψυχής. Ο όρος αθλητικός τουρισμός έχει υιοθετηθεί τα τελευταία χρόνια για να περιγράψει τα ταξίδια αναψυχής που σχετίζονται με τον αθλητισμό (Gibson, 1998).

Σε όλες τις πρακτικές τουρισμού / αναψυχής το άτομο περιβάλλεται από χώρο. Η συνάντηση με τον κόσμο μπορεί επίσης να είναι εκφραστική. Ο ελεύθερος χρόνος / ο τουρισμός είναι στιγμές έκφρασης μέσα από το σώμα που ενεργοποιεί μέρη. Οι χώροι αναψυχής / τουρισμού είναι χώροι φιλίας και κοινωνικής δέσμευσης και γίνονται σημαντικοί μέσω των τρόπων με τους οποίους συναντώνται οι άνθρωποι. Η αντίληψη του Harre (2019) για το «συναίσθημα του να κάνει» δείχνει αυτό το στοιχείο του ελεύθερου χρόνου / τουρισμού, όπου το άτομο έχει την αίσθηση να εφάπτεται σε έναν

περιβάλλοντα κόσμο και έτσι να εμπλέκει αυτόν τον κόσμο των ανθρώπων, της ύλης και ούτω καθεξής.

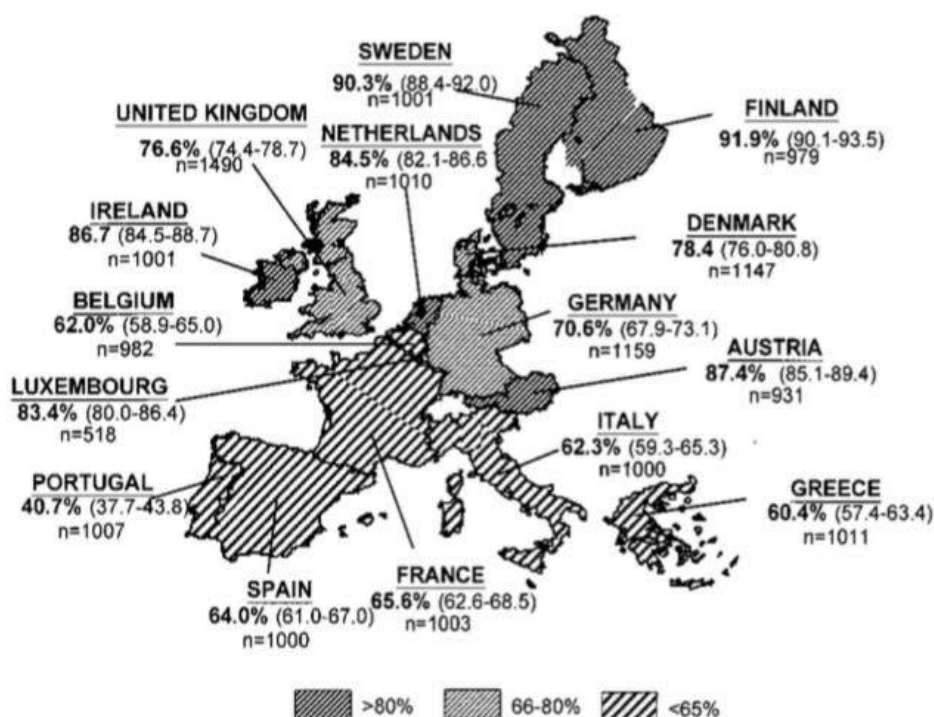
Οι Pearce και Lee (2005) προσδιόρισαν τα τέσσερα βασικά κίνητρα για την πραγματοποίηση αυτού του τύπου ταξιδιού ως: απόδραση και χαλάρωση, κοινωνική αλληλεπίδραση, αναζήτηση καινοτομίας και αυτο-ανάπτυξη. Οι άνθρωποι γνωρίζουν για μεγάλο χρονικό διάστημα ότι η υγεία και η ευεξία βελτιώνονται από δραστηριότητες αναψυχής σε φυσικά περιβάλλοντα (Prettyetal. 2005; Piesetal. 2013). Ο ελεύθερος χρόνος έχει μια κοινωνική διάσταση (Godbeyetal. 2005), καθώς οι άνθρωποι παρακινούνται από την κοινωνική αλληλεπίδραση και την προσωπική ικανότητα να ασχολούνται με δραστηριότητες αναψυχής (Ryan & Deci, 2000). Η κοινωνική αλληλεπίδραση που σχετίζεται με τον ελεύθερο χρόνο είναι μια σημαντική ιδέα με μεγάλη σχέση με την ενεργό ζωή (Freysinger, 1999). Πολλές δραστηριότητες αναψυχής και τουρισμού αναλαμβάνονται για την κοινωνική επαφή, έτσι η επιθυμία για κοινωνική επαφή μπορεί να αναγνωριστεί ως ένας από τους βασικούς κινητήριους παράγοντες για αυτές τις δραστηριότητες.

Ο Crouch (2000), υποστηρίζει ότι τα χαρακτηριστικά του τόπου και όχι της «νοσταλγίας» καθιερώνουν τη σχέση μεταξύ αναψυχής / τουρισμού και ταυτότητας. Οι υποκειμενικότητες είναι σημαντικές σε αυτούς τους συνδέσμους, μαζί με την ένδειξη του υλικού περιεχομένου των τόπων.

Διαφορετικά άτομα συμμετέχουν στις ίδιες δραστηριότητες, αλλά αυτές οι δραστηριότητες θα ταξινομηθούν ως δραστηριότητες αναψυχής ή τουρισμού, ανάλογα με τις ερμηνείες του «αναψυχής» και του «τουρισμού» που χρησιμοποιούνται (Hede & Hall, 2006). Οι Cohen και Cohen (2012) προτείνουν ότι μια μέθοδος καλύτερης κατανόησης της τουριστικής συμπεριφοράς είναι να την θεωρήσουμε μέρος του συνολικού τρόπου ζωής ενός ατόμου, με ιδιαίτερη έμφαση στη συμπεριφορά αναψυχής. Οι άνθρωποι συχνά συμμετέχουν σε δραστηριότητες παρόμοιες με τις καθημερινές τους δραστηριότητες αναψυχής όταν βρίσκονται σε διακοπές, πράγμα που σημαίνει ότι υπάρχει συνεκτική συμπεριφορά στη συμπεριφορά αναψυχής τους στο πλαίσιο του τουρισμού. Ο Ryan (1994) βρήκε έναν παράλληλο μεταξύ δραστηριοτήτων διακοπών και αναψυχής με βάση την ομοιότητα των συμπεριφορών τους, σε τομείς όπως χαλάρωση, απόκτηση δεξιοτήτων και αυτο-ανάπτυξη.

Εικόνα 7: Ποσοστά του πληθυσμού που ασκείται σωματικά.





Πηγή: Medicine & Science in Sports & Exercise, 2000.

Το παραπάνω σχέδιο, δείχνει έναν χάρτη με τα εκτιμώμενα ποσοστά του ενήλικου πληθυσμού που ασκεί οποιαδήποτε σωματική δραστηριότητα ελεύθερου χρόνου σε καθημία από τις δεκαπέντε χώρες της Ε.Ε.

Σύμφωνα με τις εκτιμήσεις, η Φινλανδία και η Σουηδία είχε το υψηλότερο ποσοστό φυσικής άσκησης

του ελεύθερου χρόνου, με αναλογίες που ξεπερνούν ελάχιστα το 90%.

Η Αυστρία, η Ιρλανδία και η Ολλανδία παρουσίασαν επίσης υψηλά ποσοστά που κυμαίνονται από 84.5% έως 87.4%. Ακολουθεί το Ηνωμένο Βασίλειο με 76.6% και η Γερμανία με 70.6%.

Το Βέλγιο και οι περισσότερες μεσογειακές χώρες είχαν εκτιμήσεις ενδιάμεσες μεταξύ 60 και 66%. Τέλος, η Πορτογαλία παρουσίασε το χαμηλότερο ποσοστό άσκησης ελεύθερου χρόνου με 40.7%.

(<http://www.acsm-msse.org>).

Η ψυχολογία αποτελεί βασικό παράγοντα πραγματοποίησης ενός ταξιδιού. Πολλοί άνθρωποι ταξιδεύουν για παραπάνω από έναν λόγο. Το ένα τους κίνητρο, ίσως να ενισχύεται από ένα δεύτερο κίνητρο.

Τα κίνητρα μπορεί να σχετίζονται με τη σωματική ανάπαυση, τη συμμετοχή σε αθλητική εκδήλωση, ή με την υγεία.

Άλλα κίνητρα μπορεί να αφορούν τον πολιτισμό, τη μουσική, την τέχνη, την κληρονομιά. Τα κίνητρα λειτουργούν όταν το άτομο θέλει να ικανοποιήσει μια ανάγκη (McIntosh, Goeldner&Ritchie, 1995).

Σήμερα, ο αθλητικός τουρισμός θεωρείται ως το μεγαλύτερο κοινωνικό φαινόμενο και ο τουρισμός προβλέπεται να γίνει η μεγαλύτερη βιομηχανία παγκοσμίως. Ο όρος «αθλητικός τουρισμός» έχει επινοηθεί για την καλύτερη κατανόηση του αθλητισμού ως τουριστική προσπάθεια.

Σε γενικές γραμμές, ο αθλητικός τουρισμός περιλαμβάνει ταξίδια μακρινά από τον μόνιμο τόπο κατοικίας, με σκοπό τη συμμετοχή του ατόμου σε κάποια αθλητική δραστηριότητα για λόγους αναψυχής, διαγωνισμού, για την παρακολούθηση ενός αθλητικού γεγονότος υψηλού επιπέδου ή για την επίσκεψη σε ένα τουριστικό αξιοθέατο. Στην Βόρεια Αμερική, ο αθλητικός τουρισμός, νοείται ως ένα ανταγωνιστικό παιχνίδι που περιλαμβάνει χωροχρονικά πλαίσια και κανόνες (Mullin, Hardy&Sutton, 1993).

Ο αθλητικός τουρισμός σήμερα, έχει αποκτήσει υποστηρικτές λόγω της ελκυστικότητάς του και πολλών ατόμων οι επιθυμίες εκπληρώνονται μέσω του αθλητικού τουρισμού.

Ο Mill και ο Morrison (1992), αναφέρουν ότι οι τουριστικοί προορισμοί αποτελούνται από αξιοθέατα, εγκαταστάσεις, υποδομές, μεταφορές και φιλοξενία.

Τα πρωτογενή στοιχεία που συμβάλλουν στην ελκυστικότητα ενός τουριστικού προορισμού είναι το κλίμα, η οικολογία, ο πολιτισμός και η παραδοσιακή αρχιτεκτονική.

Ενώ τα δευτερεύοντα στοιχεία, ειδικά για τις τουριστικές μονάδες, τα ξενοδοχεία, η τροφοδοσία, η μεταφορά και η ψυχαγωγία.

Για την ικανοποίηση του επισκέπτη έχουν διαμορφωθεί αξιοθέατα με φυσικούς πόρους, κλίμα, πολιτισμό, τροφοδοσία, ιστορία και προσβασιμότητα. Υποδομές με συστήματα νερού, δίκτυα επικοινωνίας, πηγές ενέργειας, περιοχές αποχέτευσης, δημόσια έργα, αυτοκινητόδρομων και συστήματα ασφάλειας.

Εγκαταστάσεις διαμονής, αεροδρόμια, σταθμοί λεωφορείων και τρένων, αθλητικές εγκαταστάσεις, ψυχαγωγικοί χώροι, εμπορικά κέντρα και εγκαταστάσεις τροφίμων και ποτών.

Τα θέρετρα αθλητικού τουρισμού αντιπροσωπεύουν ένα καλά σχεδιασμένο και

ολοκληρωμένο σύστημα με πρωταρχικό στόχο στρατηγικές μάρκετινγκ.

Αυτά τα θέρετρα διακοπών παρέχουν υψηλό επίπεδο εγκαταστάσεων και υπηρεσιών στον αθλητικό τουρίστα. Η κατηγορία θέρετρου, περιλαμβάνει προορισμό κατάλληλο για sra, θέρετρα γκολφ και τένις, θαλάσσια και χιονοδρομικά θέρετρα και καταφύγια στη φύση, με έμφαση στην υπαίθρια περιπέτεια και εξερεύνηση.

Οι περιηγήσεις του αθλητικού τουρισμού φέρνουν τους επισκέπτες στην αγαπημένη τους αθλητική διοργάνωση, εγκατάσταση ή προορισμό.

Πολλά πακέτα περιηγήσεων, παρέχουν αεροπορικά ταξίδια, διαμονή με λίγες νύχτες διανυκτέρευσης των τουριστών σε ξενοδοχεία.

Οι τύποι των επισκεπτών ποικίλουν ανάλογα με το αθλητικό γεγονός, όπως για παράδειγμα η διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων προσελκύει περισσότερους θεατές από ένα εθνικό πρωτάθλημα.

Διοργανώσεις οι οποίες έχουν σχεδιαστεί για να προσελκύσουν μεγάλο αριθμό θεατών, μπορούν να φέρουν χιλιάδες ακόμα εκατομμύρια σε μια τοπική οικονομία (Mules&Faulkner, 1996).

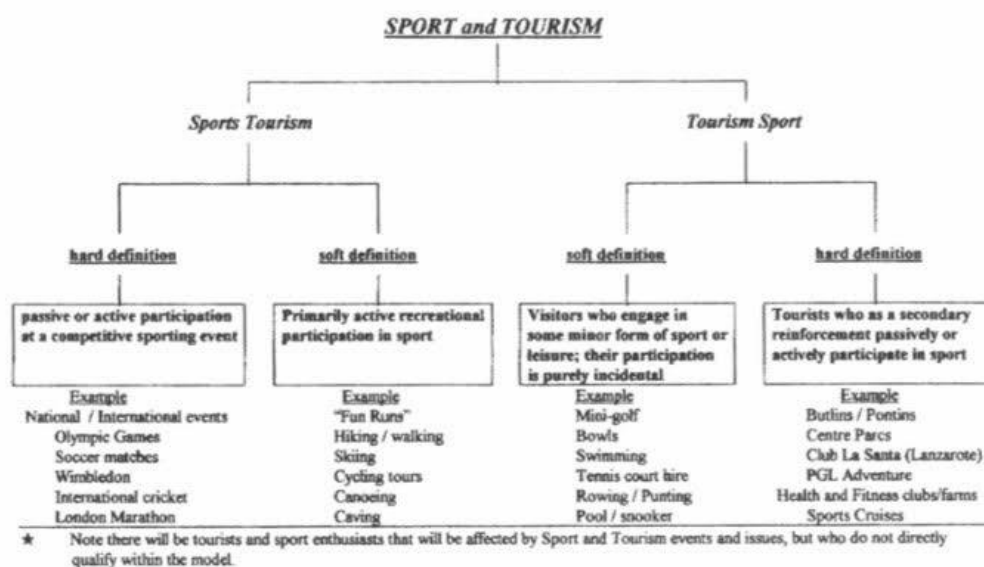


Figure 1 A consumer classification of sport and tourism.

Διάγραμμα 9: Η ταξινόμηση των σπορ και του τουρισμού. Πηγή: Journal of Sport Tourism, 2003.

Η αριστερή πλευρά του μοντέλου εστιάζει στον αθλητικό τουρισμό.

Ο τομέας αυτός αφιερώνεται στην ανάλυση ατόμων ή και ομάδων που συμμετέχουν ενεργά ή παθητικά.

### Hard Definition:

Ο ορισμός του «σκληρού τουρίστα» ποσοτικοποιείται με ενεργή ή παθητική συμμετοχή σε μια ανταγωνιστική αθλητική εκδήλωση.

Μπορούμε να χαρακτηρίσουμε έναν «σκληρό/(καθαρά) αθλητικό τουρίστα» ως κάποιον που ταξιδεύει συγκεκριμένα για κάθε ενεργή ή παθητική συμμετοχή σε ένα άθλημα. Το άθλημα είναι ο κύριος παρακινητικός λόγος για το ταξίδι.

Εδώ περιλαμβάνονται μεγάλα γεγονότα όπως οι Ολυμπιακοί Αγώνες, το Wimbledon και ο Μαραθώνιος του Λονδίνου.

### Soft Definition:

Ένας πιο απλός ορισμός του αθλητικού τουρίστα, είναι ότι κάποιος ο οποίος ταξιδεύει για να συμμετάσχει ή να παρακολουθήσει μια αθλητική εκδήλωση. Ο σκοπός του ταξιδιού του έχει κυρίως ψυχαγωγικό χαρακτήρα.

Αποτελέσματα του παραπάνω μοντέλου:

Δίνει έναυσμα για μελλοντική ανάπτυξη του τομέα του αθλητικού τουρισμού, τονώνει το εκπαιδευτικό ενδιαφέρον για συζήτηση και ανάπτυξη νέων προγραμμάτων στον αθλητισμό και τουρισμό και οι καταναλωτές κατανοούν τις ανάγκες με τις οποίες ικανοποιούνται μέσω του τουρισμού και αθλητισμού.

Ο αθλητικός τουρισμός φαίνεται να συνδέεται με τη νοσταλγία διότι έχει σχέση και με το αίσθημα της νοσταλγίας και της ταυτότητας του αθλητικού τουρίστα, η οποία ταυτίζεται και με τις καταναλωτικές συνήθειες.

Ο αθλητικός τουρίστας επιτρέπει στους συμμετέχοντες να μοιράζονται στιγμές και συναισθήματα με άλλους συμμετέχοντες και ενδιαφερόμενους. Η νοσταλγία μπορεί να παρακινήσει τους αθλητικούς τουρίστες να λάβουν μέρος ξανά στην ίδια διοργάνωση προκειμένου να ζήσουν ξανά αυτές τις εμπειρίες (Holbrook & Schindler, 1996: Pascal, Sportt & Muehling, 2002).

Η αίσθηση της νοσταλγίας στον αθλητικό τουρισμό, δεν επιτυγχάνεται μόνο μέσω της συμμετοχής του ατόμου σε μια δημοφιλή αθλητική διοργάνωση. Από την άλλη, μουσεία, αξιοθέατα και τοπικές παραδόσεις αποτελούν παράγοντες οι οποίοι επηρεάζουν τα συναισθήματα του ατόμου. Το ταξίδι δηλαδή και γενικότερα όλη η ταξιδιωτική εμπειρία παροτρύνουν τους συμμετέχοντες να επαναλάβουν τη συμμετοχή τους στο αθλητικό γεγονός. Οι φωτογραφίες, τα αναμνηστικά από το ταξίδι, αντιπροσωπεύουν αποδεικτικά στοιχεία από τις εμπειρίες που βίωσαν οι ταξιδιώτες, τα οποία κρατούν ζωντανές τις αναμνήσεις του παρελθόντος (Belk, 1990·Csikszentmihalyi & Rochberg-Halton, 1981).

#### **4.6 Οι επιπτώσεις του Δρομικού Κινήματος (οικονομικές/κοινωνικές) στις τοπικές κοινωνίες:**

Αν και οι οικονομικές επιπτώσεις είναι σημαντικές, η διερεύνηση των κοινωνικών επιπτώσεων μπορεί να έχει ακόμα πιο ουσιαστική επίδραση στην κοινότητα. Η κατανόηση της ανάγκης για ισορροπία μεταξύ των οικονομικών και κοινωνικών στόχων είναι ζωτικής σημασίας για τη δημιουργία επιτυχημένων δραστηριοτήτων στον αθλητικό τουρισμό.

Οι εκδηλώσεις και συγκεκριμένα οι αθλητικές διοργανώσεις, έχουν αυξηθεί παγκοσμίως, γεγονός που υποδηλώνει τη σημαντικότητά τους για τις κοινωνίες. Παράλληλα φαίνονται έντονα οι θετικές συνέπειες των διοργανώσεων όσον αφορά την οικονομία, τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας. Σε πολλούς προορισμούς η πραγματοποίηση ενός αθλητικού γεγονότος χαρακτηρίζεται και ως μέσο για την αντιμετώπιση της εποχικότητας. Επιπρόσθετα, θεωρείται εργαλείο οικονομικής αναγέννησης, ανακούφισης της φτώχειας, ενώ προσδίδει πολλά κοινωνικά και πολιτιστικά οφέλη (Saayman & Rossouw, 2008: Davies, 2010: Saayman, 2012: Li & Jago, 2013: Thomson κ.ά., 2013).

Η διοργάνωση αθλητικών εκδηλώσεων επηρεάζει άμεσα την ποιότητα ζωής των ανθρώπων που ζουν στις πόλεις υποδοχής.

Τα αθλητικά γεγονότα, μπορούν να προκαλέσουν ποικιλία βραχυπρόθεσμων ή μακροπρόθεσμων θετικών ή και αρνητικών χαρακτηριστικών, τα οποία οδηγούν σε θετικά ή αρνητικά αποτελέσματα.

Λόγω της μεταβαλλόμενης φύσης της παγκόσμιας αγοράς, από το 1970, ο αθλητισμός χρησιμοποιείται ως μέσο προώθησης του τουρισμού και τόνωσης της τοπικής οικονομικής ανάπτυξης, μέσω των αθλητικών γεγονότων που μπορούν να λειτουργήσουν ως «καταλύτης» της οικονομικής ανάπτυξης και αστικής ανάπλασης (Τμήμα Πολιτισμού, Μέσων Ενημέρωσης και Αθλητισμού, 2002).

Ο αθλητικός τουρισμός στον ανεπτυγμένο κόσμο, αποτελεί σημαντικό μέρος της συνολικής οικονομικής δραστηριότητας, η οποία περιλαμβάνει πολλούς καταναλωτές και παρόχους, ορισμένοι από τους οποίους δεν συνειδητοποιούν και αποτελούν μέρος ενός παγκόσμιου συστήματος αθλητικού τουρισμού.

Ο αθλητικός τουρισμός εξελίσσεται με τέτοιο ρυθμό που άνοιξε ένα «παράθυρο ευκαιριών» από άποψη τουρισμού και επιχειρήσεων.

Ο αθλητισμός και η οικονομία, συνδέονται με μια μακροχρόνια και αμοιβαία σχέση. Όταν ο αθλητισμός γίνεται ανταγωνιστικός, προσφέρει αθλητικό θέαμα το οποίο απαιτεί χρηματοδότηση για την οργάνωσή του, αλλά από την άλλη προσφέρει και πολλά έσοδα.

Η ανάπτυξη του αθλητισμού μαζί με τις αθλητικές διοργανώσεις, μεριμνούν τόσο για τις τοπικές – περιφερειακές κυβερνήσεις, οι οποίες διαθέτουν ένα μέρος του προϋπολογισμού τους για τη χρηματοδότηση του αθλητισμού.

Ο τουρισμός αναλαμβάνει σήμερα μια αυξανόμενη οικονομική και κοινωνική σημασία, ικανή να παρέχει πλούτο και να προωθήσει την κοινωνικοοικονομική ανάπτυξη των εμπλεκόμενων περιοχών.

Επίσης, ο τουρισμός συμβάλλει στην προώθηση της ευημερίας, συμβάλλοντας στην ποιότητα της ζωής των συμμετεχόντων (Mactavish, MacKay, Iwasaki & Betleridge, 2007).

Ήδη, από τη Ρωμαϊκή Αυτοκρατορία διοργανώνονταν υπερβολικά παιχνίδια σε συνδυασμό με δωρεές τροφίμων, με σκοπό την εξασφάλιση της ηρεμίας των πολιτών και τη μείωση της αστικής αναταραχής.

Εκτός αυτών, μέσω της διοργάνωσης ενός αθλητικού γεγονότος προκύπτει και η εθνική ή/και διεθνή έκθεση της πόλης υποδοχής.

Οι τηλεθεατές ενδέχεται να αποφασίσουν να ταξιδέψουν στην πόλη υποδοχής επηρεασμένοι από την εικόνα της πόλης που βλέπουν κατά τη διάρκεια της διεξαγωγής της διοργάνωσης.

Από την άλλη, οι υποδομές της διοργάνωσης έχουν αναμφίβολα επιπτώσεις στην οικονομία.

Οι δημόσιες δαπάνες που πραγματοποιούνται για αθλητικές υποδομές συνεπάγονται με μειώσεις σε κυβερνητικές υπηρεσίες, όπως την επέκταση του κυβερνητικού δανεισμού ή την φορολογική αύξηση, καταστάσεις που δημιουργούν οπισθοδρόμηση στην τοπική οικονομία (Matheson, 2006).

Σήμερα, έχει σημασία η απόδοση του προϋπολογισμού όχι μόνο στον ιδιωτικό αλλά και στον τοπικό δημόσιο τομέα. Η αποτελεσματική εξυπηρέτηση στην τοπική αυτοδιοίκηση παίζει σημαντικό ρόλο στην οικονομία της χώρας. Επομένως, κρίνεται απαραίτητη η ανάλυση του οφέλους και του κόστους των δραστηριοτήτων που χρηματοδοτούνται από τον προϋπολογισμό της τοπικής αυτοδιοίκησης.

Ο αθλητισμός εκτός από ζωτική σημασία, στα πλαίσια μιας σύγχρονης κοινωνίας, έχει και πολιτιστική σημασία καθώς έχει πλέον γίνει μια από τις μεγαλύτερες βιομηχανίες

στον κόσμο.

Πολλά κράτη χρησιμοποιούν αθλητικές εκδηλώσεις για να προωθήσουν την ίδια την πόλη και να αναπτύξουν τουριστική δυναμική και οικονομία (Gratton, Shibli & Coleman, 2016).

Οι δρομικοί αγώνες όπως ο μαραθόνιος, αποτελούν σημαντικό μέσο για προσέλκυση πολλών τουριστών από το εσωτερικό και εξωτερικό αλλά ενθαρρύνουν την οικονομική δραστηριότητα και δημιουργούν τουριστικά έσοδα (Paranikos, 2015:100-109).

Πολλές αθλητικές εκδηλώσεις χρηματοδοτούνται από το κράτος. Σε αυτή την περίπτωση υπάρχουν κριτικές σχετικά με το εάν οι δημόσιες δαπάνες είναι κατάλληλες για τον σκοπό της διοργάνωσης.

#### Συνέπειες των αθλητικών αγώνων:

Η διοργάνωση των μεγάλων αθλητικών διοργανώσεων αφενός δημιουργεί πολλές θέσεις εργασίας, αφετέρου παρουσιάζει κάποιες συνέπειες σε ορισμένους κλάδους. Οι κλάδοι αυτοί είναι οι ακόλουθοι:

#### Σε κοινωνικό επίπεδο:

Θετικές συνέπειες αποτελούν, η βελτίωση επιπέδου παροχής υπηρεσιών και των μέσων μαζικής μεταφοράς, οδικών δικτύων, συστημάτων τηλεπικοινωνιών και ασφάλειας, εγκαταστάσεων υγείας, ενώ η δημιουργία νέων σύγχρονων αθλητικών εγκαταστάσεων αποτελεί σημαντική κληρονομιά.

#### Σε περιβαλλοντικό επίπεδο:

Με τη διοργάνωση αθλητικής εκδήλωσης, η καθαριότητα της εκάστοτε περιοχής φτάνει στο βέλτιστο σημείο της, ενώ παρατηρείται αύξηση πρασίνου και μείωση της ρύπανσης. Από την άλλη όμως πλευρά έχουμε αύξηση των απορριμμάτων, καταπάτηση χώρων φυσικού κάλλους, αλλά και αύξηση οικοδομικής δραστηριότητας.

#### Σε οικονομικό επίπεδο:

Οι Ολυμπιακοί Αγώνες έχουν σημαντικές οικονομικές επιπτώσεις στο σύνολο της οικονομικής δραστηριότητας και στην οικονομική ευημερία των κατοίκων.

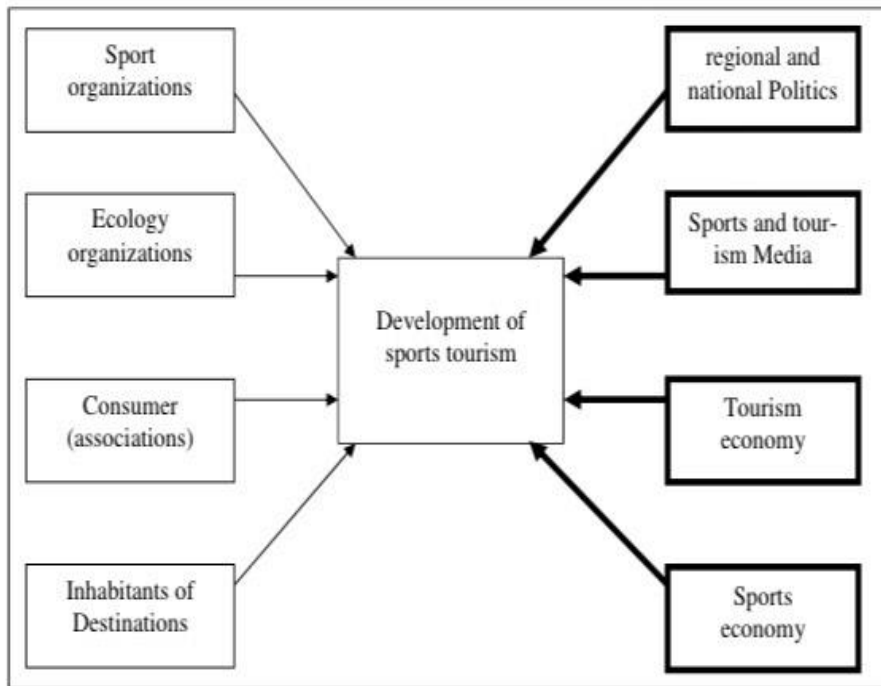
Οι επιδράσεις αυτές επηρεάζουν τόσο την περιοχή που γίνονται οι αγώνες όσο και στο σύνολο της χώρας.

Η οικονομική ανάλυση των Ολυμπιακών Αγώνων βασίζεται πάνω σε επιδράσεις τριών δραστηριοτήτων.

- Δραστηριότητες που λαμβάνουν χώρα κατά τη διάρκεια των αγώνων και σχετίζονται με την προβολή των αγώνων.

- Κατασκευαστικές δραστηριότητες που σχετίζονται με τη δημιουργία κατάλληλων έργων υποδομής.
- Δραστηριότητες που σχετίζονται με διεθνείς τουριστικές επισκέψεις είτε για την παρακολούθηση αγώνων, είτε γενικά για την επίσκεψη της πόλης.

Κοινωνικοί πρωταγωνιστές και αθλητική ανάπτυξη:



Διάγραμμα 10: Η ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού. (Πηγή: Schwark, 2004).

Στην αριστερή πλευρά του σχήματος εμφανίζονται οι ομάδες οι οποίες έχουν αδύναμη θέση και επιδρούν ελάχιστα στην ανάπτυξη του αθλητισμού. Αντίστοιχα, στη δεξιά πλευρά, εμφανίζονται οι ομάδες οι οποίες κατέχουν κυρίαρχη θέση επιρροής στον αθλητισμό.

#### **Συμβατικό μοντέλο για την πρόβλεψη των οικονομικών επιπτώσεων:**

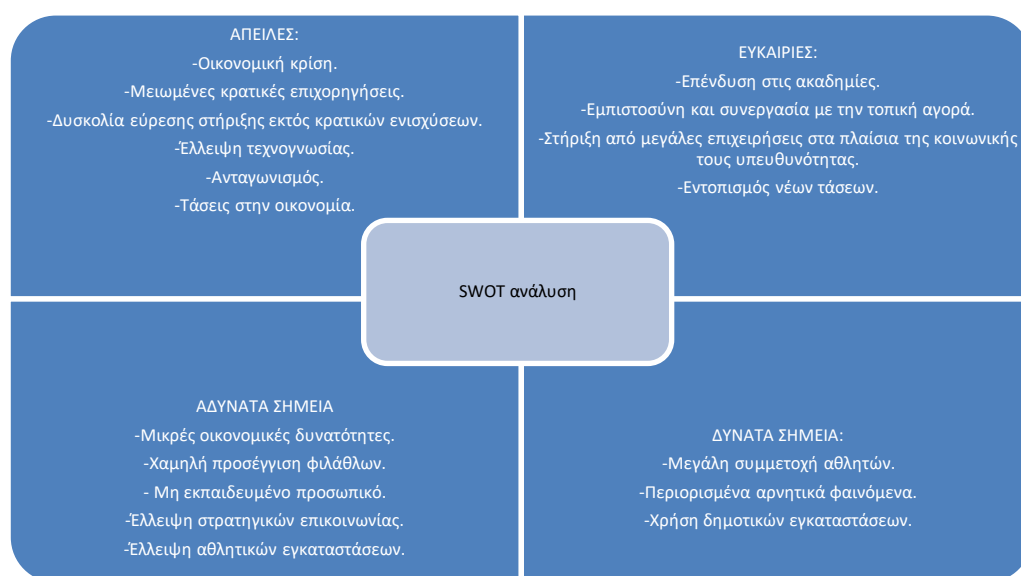
Το μοντέλο αυτό με δημιουργό τον Leontief, δημιουργήθηκε το 1986 και αποτελεί ένα από τα πιο ευρέως χρησιμοποιούμενα μοντέλα στην έρευνα οικονομικών επιπτώσεων. Ο αντίκτυπος του μοντέλου αυτού μπορεί να παρέχει μια ολοκληρωμένη εικόνα επενδυτών και διοργανωτών.



Αυτό το μοντέλο χρησιμοποιείται για την μέτρηση του κόστους συμμετοχής όπως δηλαδή τα έξοδα διαμονής από τους καταναλωτές και άλλα οικονομικά οφέλη που προκύπτουν από τη διοργάνωση.

Για παράδειγμα, ο μαραθώνιος της Κωνσταντινούπολης είναι ο μοναδικός μαραθώνιος στον κόσμο που περιλαμβάνει δυο Ηπείρους μεταξύ Ασίας και Ευρώπης και λαμβάνει χώρα κάθε χρόνο στην Τουρκία. Προσελκύει την προσοχή αθλητών από 106 διαφορετικές χώρες, ενώ περισσότεροι από 37.000 αθλητές συμμετείχαν στην διοργάνωση του 2019 (Πηγή: Frechtling & Horvach, 2016:327).

### Ανάλυση SWOT του Ερασιτεχνικού Αθλητισμού:



Διάγραμμα 11: Ανάλυση SWOT του Ερασιτεχνικού Αθλητισμού. Πηγή: Κουθούρης Χαρίλαος

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

### Ο ΜΑΡΑΘΩΝΙΟΣ

#### 5.1 Η κορωνίδα των αθλημάτων

Ο μαραθώνιος είναι η κορωνίδα όλων των αθλημάτων. Συνδυάζει τη θέληση, την πίστη και την υπέρμετρη προσπάθεια για να καταφέρει κανείς να φτάσει στον τερματισμό των 42,195μ. Ο αγώνας είναι εμπνευσμένος από τον αρχαίο οπλίτη Φειδιππίδη. Είναι ένας δρόμος ψυχής που μεταφέρει ο αρχαίος οπλίτης (Φειδιππίδης) το 490π.Χ μετά τη μάχη του Μαραθώνα.

Ο μαραθώνιος αποδεικνύει τις κρυμμένες ψυχικές δυνάμεις του ανθρώπου και τον ανεβάζει σε ανώτερα πνευματικά επίπεδα. Ο άνθρωπος τρέχοντας ένα τόσο σκληρό αγώνα καταφέρνει στο τέλος, όχι να παιδεύει το σώμα του, αλλά να τελειοποιεί την ψυχή του. Στον ελληνικό αθλητισμό, ο μαραθώνιος έχει ιδιαίτερη θέση λόγω της ιστορίας του.

Η συμμετοχή στον Μαραθώνιο είναι πιθανώς η πιο σημαντική πρόκληση που αντιμετωπίζουν οι δρομείς. Η συμμετοχή σε έναν μαραθώνιο είναι ένας στόχος ζωής ακόμα και αν πρόκειται να συμβεί μια φορά και ανεξάρτητα από το χρόνο που απαιτείται για την ολοκλήρωσή του. Στην πραγματικότητα, το 95% των συμμετεχόντων χρειάζονται περισσότερες από δυο ώρες για να ολοκληρώσουν τη μαραθώνια διαδρομή των 42.195μ. Ο Μαραθώνιος εκτός από ένα σημαντικό αθλητικό και κοινωνικό γεγονός για την πόλη/χώρα υποδοχής, διότι χιλιάδες άτομα, αθλητές και θεατές επισκέπτονται την περιοχή για να παρακολουθήσουν το αθλητικό γεγονός. Τα οφέλη της μεγάλης αθλητικής διοργάνωσης για την τοποθεσία υποδοχής είναι σημαντικά, όπως η προσέλκυση τουριστών υψηλού εισοδήματος για τη δημιουργία μια μόνιμης τουριστικής πελατείας.

(<http://visitmarathon.gr/index.php/el/marathon-race/klasikos-marathonios-athinon>).



Εικόνα 8: Ο τερματισμός του μαραθωνίου της Αθήνας, στον Καλλιμάρμαρο.

Πηγή: <https://www.athensauthenticmarathon.gr/site/index.php/en/>

Η δεύτερη Κυριακή του Νοεμβρίου είναι πάντα η αθλητική γιορτή της πόλης. Χιλιάδες δρομείς από όλο τον κόσμο συρρέουν στον Μαραθώνα και στις αθηναϊκές αφετηρίες των μικρότερων διαδρομών για να αναμετρηθούν με τη μαραθώνα απόσταση και τους αγώνες των 10 και 5 χιλιομέτρων, με επιβράβευση τον τερματισμό στο Παναθηναϊκό Στάδιο. Και οι 55.000 αθλητές που φέτος αναμένεται να λάβουν μέρος στον μεγαλύτερο αγώνα στην ιστορία της διοργάνωσης πιστοποιούν την έκρηξη του δρομικού κινήματος διεθνώς, αλλά και τη μοναδικότητα αυτής της δύσκολης διαδρομής. Η σκέψη για τη δημιουργία ενός τέτοιου αγώνα μετράει περισσότερο από έναν αιώνα. Γεννήθηκε στο μυαλό του Γάλλου φιλόλογου Μισέλ Μπρεάλ, ο οποίος έπεισε τον φίλο του Πιερ ντε Κουμπερντέν να συμπεριλάβει αυτό το απαιτητικό αγώνισμα στο πρόγραμμα των πρώτων σύγχρονων Ολυμπιακών Αγώνων της Αθήνας του 1896. Την έμπνευση έδωσε η ιστορία του Αθηναίου οπλίτη ημεροδρόμου που το 490π.Χ., τρέχοντας από τον Μαραθώνα ως την Αθήνα, έφερε το μήνυμα της νίκης πριν ξεψυχήσει από την προσπάθεια. Ο μαραθώνιος δεν είχε ιστορικό αθλητικό προηγούμενο, μα η ιστορία που τον ενέπνεε έμοιαζε ιδανική για να συνδέσει το νέο ολυμπιακό εγχείρημα με το παρελθόν.

Το 1896, στον αγώνα από τον Μαραθώνα ως το Παναθηναϊκό Στάδιο, σε χωμάτινη διαδρομή, συμμετείχαν αθλητές από μόλις πέντε χώρες. Το νήμα έκοψε πρώτος ο αθλητής Σπύρος Λούης με επίδοση 2.58.50, σε μια νίκη που έμεινε στην ιστορία συμβολίζοντας την προσπάθεια, την υπέρβαση των σωματικών και ψυχικών ορίων, καθώς και την αντοχή. Ο Λούης, μαζί με τον έμπειρο δρομέα Χαρίλαο Βασιλάκο που τερμάτισε δεύτερος, έγιναν οι δύο πρώτοι Ολυμπιονίκες στην ιστορία του μαραθωνίου δρόμου. Την ίδια χρονιά καταγράφηκε και η πρώτη γυναίκα μαραθωνοδρόμος, η Σταμάτα Ρεβύθη, η οποία έτρεξε τη διαδρομή ως την είσοδο του Παναθηναϊκού Σταδίου σε 5.30 ώρες, διεκδικώντας με αυτό τον τρόπο να μιλήσει δημόσια για το πρόβλημά της: την ανάγκη να βρει μια δουλειά για την ίδια και να αναζητήσει μια καλύτερη τύχη για το παιδί της.

Τριάντα έξι χρόνια μετά, οι αριθμοί μιλούν από μόνοι τους. Οι 800 αθλητές της πρώτης διοργάνωσης έδωσαν σήμερα τη θέση τους σε 18.500 συμμετοχές στην κλασική διαδρομή, αποδεικνύοντας με τον πιο εύγλωττο τρόπο πως η συγκίνηση του κορυφαίου αγώνα είναι διαχρονική. Παρόλο που σήμερα αφθονούν οι μαραθώνιοι σε όλα τα μέρη

του κόσμου, η πρόκληση της αυθεντικής διαδρομής και η προοπτική του μοναδικού τερματισμού σε έναν χώρο φορτισμένο συγκινησιακά για τους δρομείς παραμένουν αξεπέραστα ατού. Με σύγχρονο ορόσημο τη διεξαγωγή του Ολυμπιακού Μαραθωνίου του 2004, οι διοργανωτές του αγώνα αναζητούν τρόπους για τη βελτίωση και επέκτασή του, προσθέτοντας μικρότερες διαδρομές και συμπληρωματικές δράσεις. Καθώς οι συμμετοχές έχουν ήδη αγγίξει το όριο ασφαλείας, το στοίχημα στα επόμενα χρόνια θα είναι η διατήρηση του ενδιαφέροντος του κοινού, η βελτίωση του αγώνα στις λεπτομέρειες, αλλά και η σύνδεση με την ιστορία, τον πολιτισμό και το παρόν της πόλης η οποία μπορεί να βελτιωθεί, υπερβαίνοντας μαζικές επιλογές.

Ο Αυθεντικός Μαραθώνιος Αθηνών πραγματοποιείται στη σημερινή του μορφή από το 1983 και από τότε σημειώνει συνεχώς ανοδική πορεία. Οι συμμετοχές της 36ης διοργάνωσης έχουν ήδη κάνει το πρώτο ρεκόρ του γεγονότος, φτάνοντας τους 55.000 δρομείς, οι οποίοι προέρχονται από περισσότερες από 105 χώρες, σε όλους τους αγώνες. Η αναβάθμιση της διοργάνωσης από την Παγκόσμια ομοσπονδία, που το 2010 τη συμπεριέλαβε στους «Χρυσούς Μαραθώνιους» του πλανήτη, προνόμιο που μοιράζονται μόλις 25 από τους 700 που διεξάγονται σε όλο τον κόσμο, σε συνδυασμό με την ιστορική Επέτειο των 2.500 χρόνων από τη μάχη του Μαραθώνα που έγινε αφορμή για τη γέννηση του Μαραθωνίου, βοήθησαν στη μεγαλύτερη ανάπτυξη του γεγονότος σε σχέση με τις προηγούμενες χρονιές. Φέτος η εκκίνηση βρίσκει 18.750 αθλητές στην αφετηρία των 42.195 μέτρων, ωστόσο οι εκδηλώσεις δεν εξαντλούνται στον μαραθώνιο, καθώς περισσότεροι από 200.000 άνθρωποι όλων των ηλικιών και εθνικοτήτων θα δώσουν το δικό τους «παρών». Οι αριθμοί που συνθέτουν το προφίλ του 36ου AMA είναι εντυπωσιακοί.

Για να ζήσει κανείς την αυθεντική εμπειρία ενός μαραθωνίου δεν χρειάζεται απαραίτητα να είναι δρομέας. Υπάρχουν κι άλλοι τρόποι να συνεισφέρει κανείς στον αγώνα και να συμμετάσχει στη μεγάλη γιορτή. Ένας από αυτούς είναι ο εθελοντισμός. Κάθε χρόνο στον Αυθεντικό Μαραθώνιο της Αθήνας εκατοντάδες εθελοντές υποστηρίζουν τον αγώνα και με μεγάλη χαρά βοηθούν στην ομαλή πραγματοποίησή του. Το έργο τους ξεκινά πριν την εκκίνηση, όταν εθελοντές γεμίζουν την αίθουσα αφίξεων του αεροδρομίου για να υποδεχθούν τους ξένους δρομείς που καταφτάνουν σε κύματα.

Τα χαμόγελά τους είναι η πρώτη επαφή με τη διοργάνωση και η υποστήριξή τους σε κάθε βήμα ως τον τερματισμό είναι η απτή, μορφή της παραδοσιακής ελληνικής φιλοξενίας. Ο Αυθεντικός Μαραθώνιος της Αθήνας είναι αποτέλεσμα της ομαδικής

δουλειάς πολλών ανθρώπων, ανάμεσα στους οποίους και οι χιλιάδες εθελοντές που έρχονται από όλη την Ελλάδα και όχι μόνο, για να βοηθήσουν στην τέλεσή του. Και βρίσκονται παντού! Στις αφίξεις, στην υποδοχή των ελίτ αθλητών, στις μετακινήσεις, στους ενδιάμεσους σταθμούς, στον τερματισμό και στα μετάλλια, στην ανακύκλωση. Εργάζονται οργανωμένα, συντονισμένοι σε ομάδες, στηρίζοντας, εμπνυχώνοντας, βοηθώντας σε κάθε σημείο και, φυσικά, γιορτάζοντας μαζί με τους δρομείς. Αυτά που δίνουν στον αγώνα είναι αισθητά παντού και υπερβαίνουν τη δουλειά του καθενός. Αθροίζονται σε μια συλλογική προσφορά στην πόλη και στον αγώνα της, που βαθιάίνει την κουλτούρα του εθελοντισμού και ανοίγει τον δρόμο σε νέους μιμητές, μέσα από το παράδειγμα. Αυτό που οι ίδιοι παίρνουν ως «αντίδωρο» για τον χρόνο και τη φροντίδα τους μετριέται με τρόπους συμβατούς με την ανιδιοτέλειά τους: με τη χαρά της προσφοράς, τη συμμετοχή στη χαρά, την επαφή με υπέροχους ανθρώπους από όλο τον κόσμο και μια μοναδική εμπειρία ζωής.

Ο Ημιμαραθώνιος της Αθήνας, όταν πραγματοποιήθηκε για πρώτη φορά, στόχος της ήταν να εξελιχθεί όχι μόνο σε πανελλήνιο δρομικό γεγονός, αλλά και σε μια διοργάνωση που θα προσελκύσει δρομείς από το εξωτερικό. Ο Ημιμαραθώνιος της Αθήνας έχει γίνει πλέον θεσμός, με διεθνή απήχηση και τεράστια δυναμική. Ένα πολύχρωμο ποτάμι κυλάει στους αθηναϊκούς δρόμους και άνθρωποι όλων των ηλικιών γεύονται τη συναρπαστική εμπειρία του να λαμβάνουν μέρος σε μια άρτια διοργανωμένη αθλητική γιορτή στο κέντρο της πρωτεύουσας. Παράλληλα απολαμβάνουν τον δημόσιο χώρο ενώ μοιράζονται κάτι αισιόδοξο και θετικό. Με αφετηρία την πλατεία Συντάγματος (Μνημείο Αγνώστου Στρατιώτη), η κεντρική διαδρομή των 21 χιλιομέτρων περνάει μπροστά από σχεδόν όλα τα σημαντικά σημεία και τοπόσημα της πόλης.

Παράλληλα με τον Ημιμαραθώνιο πραγματοποιούνται και αγώνες των 5 και 10 χιλιομέτρων, καθώς και του ενός χιλιομέτρου για παιδιά και ΑΜΕΑ. Η Αθήνα γεμίζει κάθε χρονιά χαμόγελα-όχι μόνο των δρομέων, για τη συμμετοχή τους σε ένα αγώνισμα που δοκιμάζει τις σωματικές και ψυχικές αντοχές τους, αλλά και των χιλιάδων θεατών που χειροκροτούν τους συμμετέχοντες για την προσπάθειά τους. ([www.athinahalfmarathon.gr](http://www.athinahalfmarathon.gr)).

Το 1955, με τη συμμετοχή μόλις 21 αθλητών και νικητή τον Φιλανδό Βέικο Κάρβονεν, ο αγώνας πήρε τη σημερινή του μορφή το 1983 και έκτοτε διεξάγεται κανονικά κάθε χρόνο, στην κλασική διαδρομή, αφιερωμένος στο μεγάλο Έλληνα γιατρό, βαλκανιονίκη του στίβου και ειρηνιστή Γρηγόρη Λαμπράκη. Τριάντα έξι χρόνια μετά,

οι αριθμοί μιλούν από μόνοι τους. Οι 800 αθλητές της πρώτης διοργάνωσης έδωσαν σήμερα τη θέση τους σε 18.500 συμμετοχές στην κλασική διαδρομή, αποδεικνύοντας με τον πιο εύγλωττο τρόπο πως η συγκίνηση του κορυφαίου αγώνα είναι διαχρονική. Παρόλο που σήμερα αφθονούν οι μαραθώνιοι σε όλα τα μέρη του κόσμου, η πρόκληση της αυθεντικής διαδρομής και η προοπτική του μοναδικού τερματισμού σε έναν χώρο φορτισμένο συγκινησιακά για τους δρομείς παραμένουν αξεπέραστα ατού. Με σύγχρονο ορόσημο τη διεξαγωγή του Ολυμπιακού Μαραθωνίου του 2004, οι διοργανωτές του αγώνα αναζητούν τρόπους για τη βελτίωση και επέκτασή του, προσθέτοντας μικρότερες διαδρομές και συμπληρωματικές δράσεις. Καθώς οι συμμετοχές έχουν ήδη αγγίξει το όριο ασφαλείας, το στοίχημα στα επόμενα χρόνια θα είναι η διατήρηση του ενδιαφέροντος του κοινού, η βελτίωση του αγώνα στις λεπτομέρειες, αλλά και η σύνδεση με την ιστορία, τον πολιτισμό και το παρόν της πόλης η οποία, κατά την άποψή μου, μπορεί να βελτιωθεί, υπερβαίνοντας μαζικές επιλογές.

Ο αθλητισμός αφορά στα μικρά καθημερινά προσωπικά στοιχήματα, τις νίκες, τις ήττες και τις προσδοκίες, σχετίζεται όμως και με αυτά τα «μεγάλα» κατορθώματα από αθλητές που μας αποκαλύπτουν ότι τα ανθρώπινα όρια μπορούν και σπάνε. Συγκεκριμένα ο Μαραθώνιος βρίσκεται στην καλύτερή του περίοδο, καθώς παρατηρούμε παγκόσμια αύξηση των συμμετοχών πάνω από 50% και ετήσια βελτίωση 15 με 20 δευτερόλεπτα από το 1960 στους χρόνους των αθλητών μαραθωνίου.

Το 1960 ο καλύτερος χρόνος ήταν κοντά στις 2 ώρες και 15 λεπτά και τον Σεπτέμβριο που μας πέρασε έφθασε στις 2 ώρες, 1 λεπτό και 39 δευτερόλεπτα. Τι μεσολάβησε και έχουμε μια τέτοια σημαντική βελτίωση σε ένα αγώνισμα που είναι ιδιαίτερα απαιτητικό; Τις τελευταίες δεκαετίες αθλητές, προπονητές και επιστήμονες έχουν κατανοήσει πλέον ότι τα αποτελέσματα μιας καλής επίδοσης δεν οφείλονται μονομερώς σε ένα ταλέντο, σε μια εμπνευσμένη προπονητική καθοδήγηση ή στα νούμερα κάποιων μετρήσεων, αλλά περισσότερο στη γνώση και τη συνεργασία μεταξύ τους. Σήμερα υπάρχουν αρκετά δεδομένα σε αρκετές αγωνιστικές συνθήκες που μας δείχνουν πώς συμπεριφέρεται ο οργανισμός ενός αθλητή, ποια χαρακτηριστικά μπορούν να βελτιωθούν, πώς να φθάσουμε σε μια καλύτερη σωματική απόδοση.

#### Αρχαίοι Ολυμπιακοί Αγώνες:

Ο αθλητισμός χωρία αμφιβολία ήταν το σπουδαιότερο σύμβολο του αρχαίου ελληνικού πολιτισμού και ένα από τα πιο ζωντανά κληροδοτήματα του αρχαίου

κόσμου προς το σύγχρονο. Το καλύτερο αθλητικό γεγονός της ελληνικής αρχαιότητας, ήταν οι Ολυμπιακοί Αγώνες, οι οποίοι τελούνταν κάθε τέσσερα χρόνια στον ιερό χώρο της Ολυμπίας προς τιμήν του πατέρα των θεών, Δία.

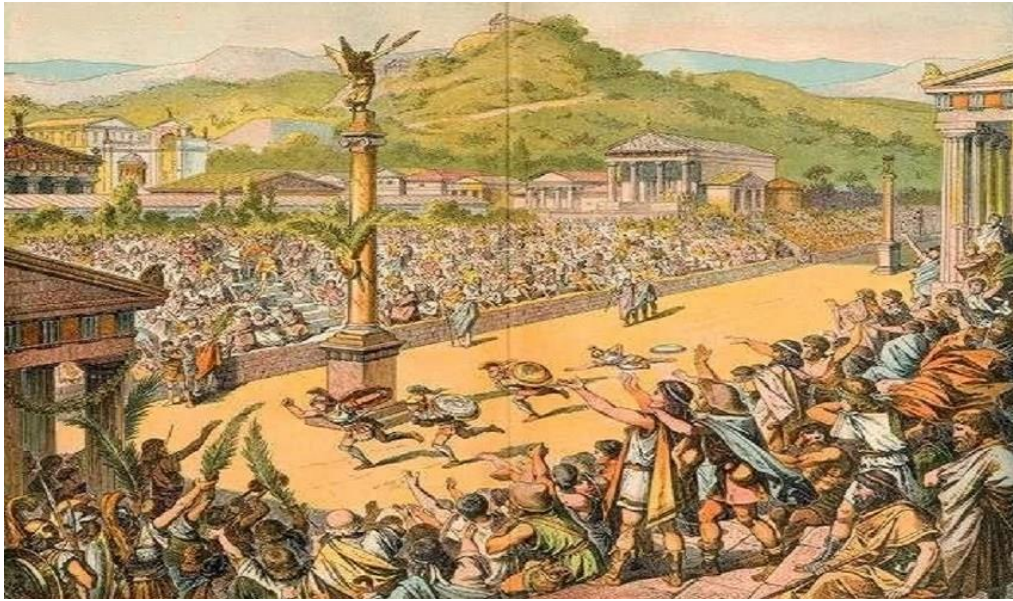
Η αρχή των αγώνων της Ολυμπίας χάνεται στο βάθος της προϊστορίας και συνδέεται με αγώνες θεών και ηρώων. Η θεϊκή καταγωγή που προσέδωσαν οι Έλληνες στους Ολυμπιακούς Αγώνες αλλά και το γεγονός ότι οι αγώνες αποτελούσαν μέρος των θρησκευτικών τελετών πιστοποιούν ότι ο θρησκευτικός χαρακτήρας ήταν το κυρίαρχο στοιχείο των αγώνων.

Ως αφητηρία των αγώνων θεωρείται το 776π.Χ. αφού τότε υπάρχουν τα πρώτα γραπτά στοιχεία. Από το 776π.Χ. οι αγώνες τελούνταν ανελλιπώς μέχρι το 392μ.Χ. οπότε και καταργήθηκαν από το Θεοδόσιο τον Α'. συνολικά τελέστηκαν 293 Ολυμπιακοί Αγώνες.

Από το 776π.Χ. και έως την 13<sup>η</sup> Ολυμπιάδα ο αγώνας δρόμου ήταν το μόνο αγώνισμα και η διάρκεια των αγώνων ήταν μόνο μια ημέρα. Μετά την 14<sup>η</sup> Ολυμπιάδα εισάγονται σταδιακά γυμνικά αγωνίσματα καθώς και αγωνίσματα του ιπποδρόμου με αποτέλεσμα την κλασική περίοδο ο αριθμός τους να φτάσει τα 18.

Το ολυμπιακό αγωνιστικό πρόγραμμα περιλάμβανε κατά χρονολογική σειρά εισαγωγής τα παρακάτω γυμνικά αγωνίσματα: στάδιος δρόμος, δίαυλος, δόλιχος, πένταθλο, πάλη, πυγμή, παγκράτιο και οπλίτης δρόμος για τους άνδρες. Τα παιδιά συναγωνίζονταν στο δρόμο, το πένταθλο, την πάλη, την πυγμή και το παγκράτιο.

Η διάρκεια των αγώνων διέφερε από εποχή σε εποχή. Η σταδιακή προσθήκη αγωνισμάτων, ο διαφορετικός αριθμός αθλητών κατά περιόδους και άλλοι παράγοντες, ανάγκαζαν τους Ελλαδονίκες να τροποποιούν το πρόγραμμα από εποχή σε εποχή. Κατά την κλασική όμως εποχή και μετά το 472π.Χ. το πρόγραμμα των αγώνων διαρκούσε πέντε μέρες.



Εικόνα 9: Απεικόνιση των πρώτων Αγώνων στην Αρχαία Ολυμπία. (Πηγή: <https://www.historyonthenet.com/olympics-timeline.com>)

## 5.2 Διαφορές μεταξύ αρχαίων και σύγχρονων Ολυμπιακών Αγώνων:

Μελετώντας κανείς το χαρακτήρα και το περιεχόμενο των σύγχρονων Ολυμπιακών Αγώνων διαπιστώνει ότι αυτοί είναι ένα καινούριο δημιούργημα, εμπνευσμένο βέβαια από τους αρχαίους ομώνυμους αγώνες, αλλά με σαφείς διαφοροποιήσεις.

Τα κυριότερα χαρακτηριστικά των σύγχρονων Ολυμπιακών Αγώνων είναι:

- *Η οικουμενικότητα.* Οι σύγχρονοι Ολυμπιακοί Αγώνες έχουν παγκόσμια διάσταση σε αντίθεση με τον ελληνικό χαρακτήρα των Ολυμπιακών Αγώνων της αρχαιότητας.
- *Η περιφερειακή τέλεση.* Οι αγώνες τελούνται κάθε τέσσερα χρόνια σε ένα διαφορετικό τόπο τέλεσης.
- *Η απουσία του θρησκευτικού στοιχείου.* Στους σύγχρονους Ολυμπιακούς Αγώνες έπαψε να υφίσταται ο θρησκευτικός χαρακτήρας των αρχαίων αγώνων.
- *Η συμμετοχή των γυναικών.*
- *Το πλούσιο αγωνιστικό πρόγραμμα* με ομαδικά, ατομικά αλλά και αγωνίσματα που κρίνονται με βάση την αισθητική.
- *Η απουσία του θεσμού της εκχειρίδας.*
- *Η εμπορευματοποίηση του θεσμού* και η έντονη οικονομική επιβάρυνση των



χωρών που τους διοργανώνουν.

Στη σύγχρονη εποχή οι Ολυμπιακοί Αγώνες είναι το σύνθετο πλέγμα αθλητισμού, ανταγωνισμού, πολιτικών σκοπιμοτήτων, μάρκετινγκ, χορηγιών και ελπίδων για κοινωνικές και θεσμικές αλλαγές, η επιτυχημένη προβολή του τουρισμού μέσα από τα αθλητικά γεγονότα δεν είναι προϊόν αυτοσχεδιασμού, αλλά προσεγγμένων μακροπρόθεσμων σχεδιασμών. Για την Ελλάδα οι ειδικές – εναλλακτικές μορφές τουρισμού, στις οποίες συγκαταλέγεται ο αθλητικός τουρισμός αναψυχής, προσφέρουν συγκριτικά πλεονεκτήματα όπως η προοπτική επιμήκυνσης της τουριστικής δραστηριότητας αλλά και η προσέλκυση όλο και περισσότερων τουριστών.

Ο μαραθώνιος έχει γίνει ένα δημοφιλές αγώνισμα σε σχέση με άλλα αγωνίσματα δρόμου και ψυχαγωγεί μεγάλο ποσοστό του παγκόσμιου πληθυσμού.

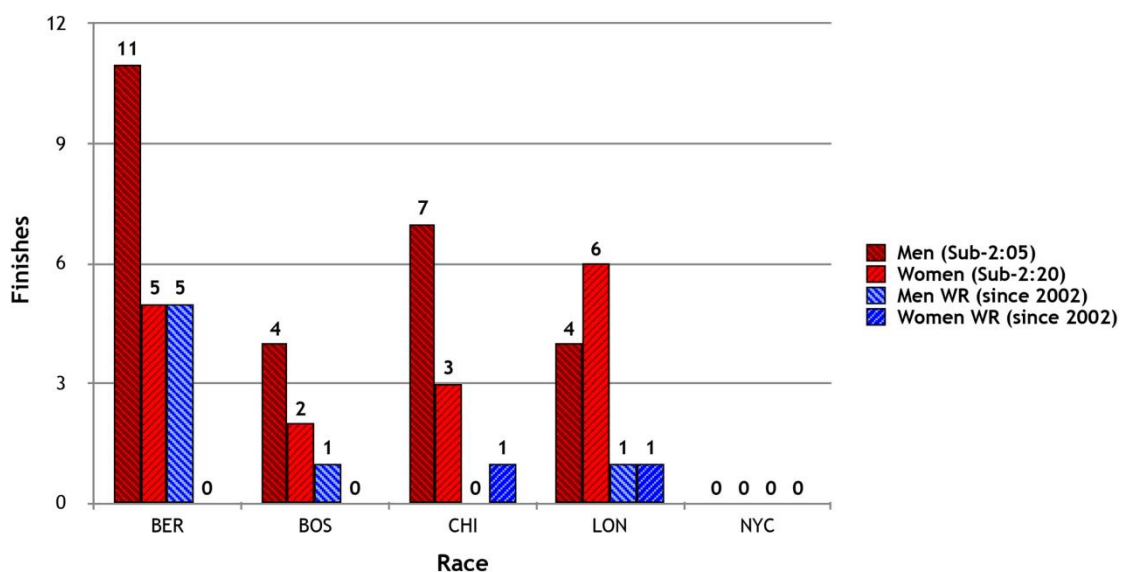
Στις Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής (Η.Π.Α.) ο αριθμός των συνολικών τερματισμών έφτασε το 2016 στους 507.600 δρομείς. Ελαφρώς χαμηλότερο το ποσοστό από το 2015 όπου τερμάτισαν 509.000 δρομείς.

Στα δυο έτη αυτά, πραγματοποιήθηκαν συνολικά 1.100 μαραθώνιοι αγώνες ([www.runningusa.org/marathon-report-2017](http://www.runningusa.org/marathon-report-2017)).

Στις Η.Π.Α., το ποσοστό των γυναικών δρομέων σε όλους τους αγώνες δρόμου αυξήθηκε από 15% το 1990, σε 57% το 2016, δείχνοντας ότι ο αριθμός των γυναικών δρομέων αυξάνονται με τον χρόνο περισσότερο από τον ανδρικό δρομικό πληθυσμό.

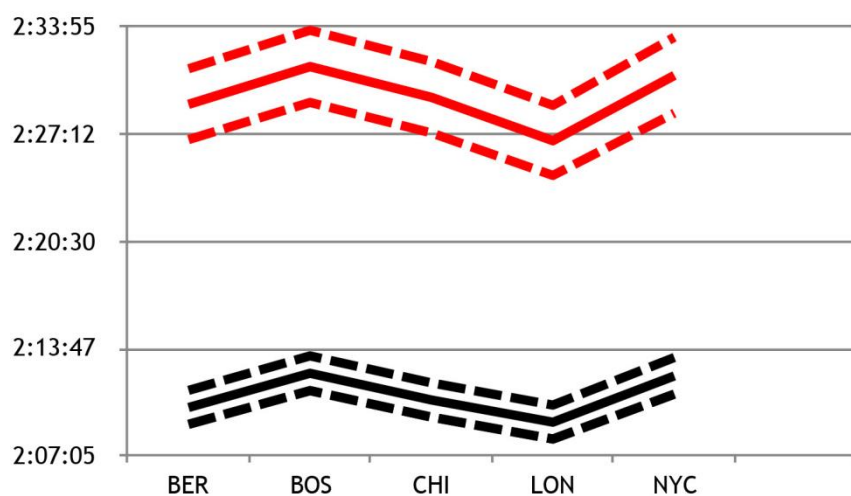
Ο μαραθώνιος δρόμος ξεκίνησε ως εκδήλωση μόνο για τον ανδρικό πληθυσμό στους Ολυμπιακούς Αγώνες του 1896.

([www.sports-reference.com/olympics/summer/1896/ATH/mens-marathon.html](http://www.sports-reference.com/olympics/summer/1896/ATH/mens-marathon.html)).



Διάγραμμα 12: Παγκόσμια ρεκόρ και ταχύτεροι χρόνοι. Πηγή: Maffetone κ.ά., 2017. Πηγή: Maffetone et al., 2017.

### Men and Women



Διάγραμμα 13: Εκτιμώμενος μέσος χρόνος αγώνων για τους πέντε μεγάλους χώρους μαραθωνίου. (Πηγή: Maggetone κ.ά., 2017)

Οι γυναίκες δεν μπορούσαν να τρέξουν στον Ολυμπιακό Μαραθώνιο, μέχρι το 1984. Άρχισαν να αγωνίζονται στην μαραθώνια διαδρομή δυο δεκαετίες πριν από το 1984. Η πρώτη γυναίκα που έτρεξε τον μαραθώνιο της Βοστώνης, η Ρομπέρτα Γκίμπ, ολοκλήρωσε την απόσταση ανεπίσημα το 1966 με χρόνο 03:21:40. Το 1972 οι γυναίκες δρομείς έγιναν αποδεκτές ως επίσημοι

διαγωνιζόμενοι στον μαραθώνιο της Βοστώνης, με την Νίνα Κούστικ (Nina Kuscsik) να οδηγεί πέντε γυναίκες στην γραμμή τερματισμού, με χρόνο 03:10:26.

Αφού άλλοι μαραθώνιοι σε όλο τον κόσμο έδειξαν ότι οι γυναίκες μπορούσαν να τρέξουν με ασφάλεια 42 χιλιόμετρα, η Διεθνής Ολυμπιακή Επιτροπή διοργάνωσε τον πρώτο μαραθώνιο για τις γυναίκες το 1984.

Από τότε ο Ολυμπιακός Μαραθώνιος ήταν το επίκεντρο των γυναικών.

Το 1984, η Joan Benoit κέρδισε τον πρώτο Ολυμπιακό Μαραθώνιο γυναικών, ενώ το 1996, η Fatuma Roba έγινε η πρώτη γυναίκα από την Αφρική που κέρδισε σε μαραθώνιο.

Οι μαραθώνιοι γυναικών του 2000 και 2004, ανέδειξαν Ιάπωνες δρομείς, καθιστώντας τη λίστα των νικητών μαραθωνίου γυναικών τόσο «πολύχρωμη» όσο και ο παγκόσμιος πληθυσμός.

### 5.3 Μαραθώνιος της Βοστώνης:

Μέλος και εναρκτήριοις διευθυντής της Ολυμπιακής Ομάδας των Ηνωμένων Πολιτειών της Αμερικής Τζον Γκράχαμ εμπνεύστηκε να οργανώσει και να διεξάγει μαραθώνιο στην περιοχή της Βοστώνης. Με τη βοήθεια του επιχειρηματία της Βοστώνης Χέρμπερτ Χ. Χόλτον, εξετάστηκαν διάφορες διαδρομές, προτού τελικά επιλεγεί μια μετρούμενη απόσταση 24,5 μιλίων από το Metcalf's Mill στο Άσλαντ έως το Irvington Oval στη Βοστώνη.

Το 1924, η πορεία επεκτάθηκε στα 26 μίλια, 385 μέτρα για να συμμορφωθεί με το Ολυμπιακό πρότυπο, και η γραμμή εκκίνησης μετακινήθηκε δυτικά από το Άσλαντ στο Χόπκιντον.



Εικόνα 10: Στιγμιότυπο από τον μαραθώνιο της Βοστώνης. (Πηγή: <http://trijake.com/bostons-new-start/>).

Εικόνα 14: Στιγμιότυπο από τον μαραθώνιο της Βοστώνης.

(Πηγή:<http://trijake.com/bostons-new-start/> ).

Η απόσταση του μαραθωνίου άλλαξε αργότερα ως αποτέλεσμα των Ολυμπιακών Αγώνων του 1908 στο Λονδίνο. Εκείνη τη χρονιά, ο βασιλιάς Έντουαρντ VII και η βασίλισσα Αλεξάνδρεια ήθελαν να ξεκινήσει ο αγώνας μαραθωνίου στο Κάστρο του Windsor έξω από την πόλη, έτσι ώστε η βασιλική οικογένεια να μπορεί να δει την εκκίνηση. Η απόσταση μεταξύ του κάστρου και του Ολυμπιακού Σταδίου στο Λονδίνο αποδείχθηκε 26 μίλια. Οι διοργανωτές πρόσθεσαν ένα επιπλέον κομμάτι, 385 γυαρδών για να είναι ακριβείς στην απόσταση και έτσι οι δρομείς θα τερματίσουν μπροστά από τον βασιλιά και τη βασίλισσα.

Για τους Ολυμπιακούς Αγώνες του 1912, το μήκος άλλαξε στα 40,2 χιλιόμετρα (24,98 μίλια) και ξανά στα 42,75 χιλιόμετρα (26,56 μίλια) για τους Ολυμπιακούς Αγώνες του 1920.

Μέχρι το 1924, η απόσταση τυποποιήθηκε για όλους τους μελλοντικούς Ολυμπιακούς μαραθώνιους στα 42 χιλιόμετρα (26 μίλια, 385 γιάρδες).

Από το 1897-1968, ο Μαραθώνιος της Βοστώνης πραγματοποιήθηκε την Ημέρα των Πατριωτών, στις 19 Απριλίου, μια γιορτή για την έναρξη του επαναστατικού πολέμου και αναγνωρίστηκε μόνο στη Μασαχουσέτη και στο Μάιν.

Ο Μαραθώνιος της Βοστώνης έγινε ο πρώτος μεγάλος μαραθώνιος που περιλάμβανε διαγωνισμό δρομέων με αναπηρικό καροτσάκι όταν έγινε αναγνωρίσιμος επίσημα στον αγώνα, ο Bob Hall το 1975.

(<https://www.baa.org>)



Εικόνα 11: Η στιγμή της έκρηξης κοντά στη γραμμή τερματισμού του αγώνα στην Βοστώνη, Μασαχουσέτη, 15 Απριλίου 2013. (Πηγή: [www.reuters.com](http://www.reuters.com))

Οι δρομείς τρέχουν προς τη γραμμή τερματισμού του Μαραθωνίου της Βοστώνης, καθώς ξεσπά μια έκρηξη κοντά στη γραμμή τερματισμού του αγώνα στη Βοστώνη, Μασαχουσέτη, 15 Απριλίου 2013. REUTERS / Dan Lampariello.

### Ο βομβαρδισμός του 117<sup>ου</sup> Μαραθωνίου της Βοστώνης το 2013:

Ο μαραθώνιος της Βοστώνης είναι ο παλαιότερος ετήσιος αγώνας μαραθωνίου στον κόσμο, με τον εναρκτήριο αγώνα του να πραγματοποιείται το 1897. Ενώ οι εκδηλώσεις μαραθωνίου περιορίζονταν σε μεγάλο βαθμό στους Ολυμπιακούς Αγώνες, στον μαραθώνιο της Βοστώνης και σε κάποιες άλλες διοργανώσεις όπως της Νέας Υόρκης το 1976 που φάνηκε και να σηματοδοτεί μια χρονική στιγμή στην οποία ο κόσμος γνώρισε μια δραματική αύξηση του συνολικού αριθμού των διοργανώσεων μαραθωνίου, κυρίως σε μεγάλες πόλεις οι οποίες αποτελούν συστατικά στοιχεία της παγκόσμιας έκρηξης του Δρομικού Κινήματος.

Ο μαραθώνιος της Βοστώνης αποτελεί μια ετήσια εκδήλωση στην πόλη η οποία προσελκύει μαραθωνοδρόμους αλλά και τουρίστες αλλά και τουρίστες από όλο τον κόσμο.

Η διοργάνωση του 2013, σηματοδότησε την 117ο έτος του μαραθωνίου, στο οποίο συμμετείχαν περίπου 24.000 δρομείς που εκπροσωπούσαν 92 χώρες (Appelbaum, 2013).

Η πρώτη έκρηξη σημειώθηκε κοντά στην γραμμή τερματισμού (617 Boylton Street) στις 2:49μ.μ.

Περίπου 12 δευτερόλεπτα αργότερα, 210 γιάρδες μετά του δρόμου Boylton (Boylton 755 Str.) ακολούθησε και η δεύτερη έκρηξη. Δυο Ρώσοι μετανάστες, ο Tamerlan Tsarnaev (29 ετών) και ο αδερφός του Dzhokhar Tsarnaev (19 ετών) είχαν κατασκευάσει αυτοσχέδιες βόμβες με ρουλεμάν τις οποίες είχαν κρυμμένες στα σακιά τους (Cruickhark & Lister 2013, FEMA 2013 a).

Οι αρχικές επιπτώσεις σημειώθηκαν στην οικονομία, η οποία κυμάνθηκε μεταξύ 255 και 333 εκατομμύρια δολάρια (Green & Winter, 2013).

Από την άλλη, από το δυστυχές αυτό γεγονός φάνηκε η ευαισθησία των πολιτών προς τους συμπολίτες τους που στάθηκαν άτυχοι και βρέθηκαν σε κίνδυνο.

Η κυβέρνηση είχε άμεση αντίδραση και πολλές κυβερνητικές υπηρεσίες και μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί είχαν ενεργό ρόλο με τη δράση τους στην αντιμετώπιση της καταστροφής.



Εικόνα 12: Μηνύματα από το Μνημείο του Μαραθωνίου, στη Δημόσια Βιβλιοθήκη της Βοστώνης. (Πηγή: [www.reuters.com](http://www.reuters.com)).

#### **5.4 Αγώνες υπεραποστάσεων:**

##### Σπάρταθλο:

Το Σπάρταθλο ξεκινά το 1982 και αποτελεί έναν αγώνα ασταμάτητο με συνολική απόσταση 246 χιλιομέτρων (152 μίλια) από την Αθήνα έως την Σπάρτη.

Από το 1983, ο αγώνας διεξάγεται συνεχώς κάθε Σεπτέμβριο. Η διαδρομή περιλαμβάνει υψόμετρα που κυμαίνονται από το επίπεδο της θάλασσας έως τα 1.200 μέτρα, σε ασφαλισμένο δρόμο, μονοπάτι ή ορεινό μονοπάτι.

Οι σταθμοί ενίσχυσης και τροφοδότησης τοποθετούνται κάθε 3 ή 5 χιλιόμετρα. Κάθε ένα από τα 75 σημεία ελέγχου αγώνων, έχει δικούς του χρονικούς περιορισμούς και οι αθλητές που φτάνουν αργότερα από τον καθορισμένο χρόνο κλεισίματος αποκλείονται από τον αγώνα. Σήμερα ο αριθμός των συμμετοχών για το Σπάρταθλο υπερβαίνει το όριο των 350 αθλητών.

##### Αγώνας Ironman:

Η εκδήλωση ironman του τριάθλου απαιτεί αντοχή εξαιτίας της μεγάλης διάρκειάς της. Το επίπεδο απόδοσης των αθλητών διαφέρει δραματικά, καθώς οι κορυφαίοι έχουν χρόνο τερματισμού τις 8 ώρες, ενώ οι ερασιτέχνες παρουσιάζουν χαμηλότερη επίδοση των 14 ή 15 ωρών.

Στους αγώνες αυτούς οι αθλητές καλούνται να καλύψουν αποστάσεις τριών αθλημάτων, κολύμβηση, ποδηλασία και τρέξιμο). Ο αγώνας ironman περιλαμβάνει κολύμβηση σε ανοιχτό νερό με απόσταση 3,9 χιλιομέτρων, 180 χιλιόμετρα ποδηλασία και 42,2 χιλιόμετρα τρέξιμο. Αυτή η διοργάνωση προσελκύει χιλιάδες συμμετοχές από αθλητές υψηλού επιπέδου κάθε χρόνο.

#### Τρέξιμο σε ορεινή/ανώμαλη διαδρομή (trailrunning):

Το τρέξιμο σε αυτή την κατηγορία αποτελεί ένα άθλημα αντοχής που αποτελείται από περπάτημα και τρέξιμο σε μονοπάτια σε φυσικό και μεταβαλλόμενο περιβάλλον, σε αποστάσεις από 80 έως 300 χιλιόμετρα (InternationalTrailrunningAssociation, 2013).

Οι αθλητές αυτοί χαρακτηρίζονται από πειθαρχία και εξαιρετικά μεγάλη αντοχή λόγω της απόστασης αλλά και των περιβαλλοντικών/μετεωρολογικών συνθηκών (SchmidtEasthopeet.al, 2010).

Επιπλέον, οι Nicholasetal. (2011), έδειξαν ότι οι αντιλήψεις των δρομέων όσον αφορά το άγχος και το στρες, αλλάζουν μετά από έναν 24ωρο μαραθώνιο καθώς και η ψυχολογία τους ανακάμπτει.

Το UltraTrail τρέξιμο απαιτεί μια πολύ καλή προετοιμασία, μέσα από την οποία οι αθλητές δοκιμάζουν ή/και πιέζουν καμιά φορά τα όρια και τις αντοχές τους.

Έτσι, για τον λόγο αυτό το τρέξιμο ultratrail, αποτελεί αναμφισβήτητα ένα συναρπαστικό άθλημα, μέσα από το οποίο ερευνάται και η αθλητική ψυχολογία (Roebucket.al., 2018).

Το τρέξιμο υπερ-μαραθωνίου γίνεται όλο και πιο δημοφιλές, παρά το κουραστικό της μεγάλης απόστασης και ορίζεται ως το τρέξιμο που περιλαμβάνει αποστάσεις μεγαλύτερες από το μήκος ενός παραδοσιακού μαραθωνίου των 42,195μ.

Οι πιο συνηθισμένοι αγώνες υπερ-μαραθωνίου έχουν απόσταση 50 ή 100 χιλιομέτρων. Υπάρχουν όμως και διάσημοι υπερ-μαραθωνιοί αγώνες με απόσταση μεγαλύτερη από 200 χιλιόμετρα, όπως το Σπάρταθλο ([www.spartathlon.gr](http://www.spartathlon.gr)), ([www.badwater.com](http://www.badwater.com)) .

Στους υπερ-μαραθωνίους διατίθεται χρόνος τερματισμού 6 ωρών, σε άλλους 12, 24 είτε και 48 ώρες ([www.ultramarathonrunning.com](http://www.ultramarathonrunning.com)) .

Τα τελευταία είκοσι (20) χρόνια, η δημοτικότητα των αγώνων υπερ-μαραθωνίου έχει αυξηθεί σε όλο τον κόσμο, μαζί με το ενδιαφέρον των ανθρώπων για υπαίθριες εκδηλώσεις κυρίως αθλητικού χαρακτήρα.



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

### ΤΟ ΔΡΟΜΙΚΟ ΚΙΝΗΜΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

#### 7.1 Η εξελικτική πορεία του Δρομικού Κινήματος:

Μετά από τρεις δεκαετίες ταχείας ανάπτυξης του τουρισμού, η Ελλάδα έχει διατηρήσει τον αριθμό της παρουσίας της, αλλά η ποιότητα του τουρισμού και τα χρήματα που ξοδεύονται ανά τουρίστα δεν είναι όπως αναμενόταν. Αυτό σχετίζεται προφανώς με την οικονομική πολιτική των ταξιδιωτικών πρακτόρων, με τον ανταγωνισμό των γειτονικών τουριστικών προορισμών και άλλους περίπλοκους λόγους (Glinia, 2002).

Εκτός από τη βελτίωση των υπηρεσιών και άλλων πολιτικών, ένα από τα φιλόδοξα σχέδια που έχουν ξεκινήσει οι ελληνικές τουριστικές αρχές για την περίοδο 2000-2010, είναι η ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Αυτή η ανταγωνιστική πολιτική έχει δώσει προτεραιότητα στον αθλητικό τουρισμό, καθώς οι Ολυμπιακοί Αγώνες του 2004 χαρακτήρισαν ενδιαφέρον για επενδύσεις και άλλες αθλητικές επιχειρήσεις.

Η Ελλάδα αναγνωρίζει τον προσωρινό χαρακτήρα των περισσότερων οικονομικών επιπτώσεων των Ολυμπιακών Αγώνων. Ωστόσο, η επένδυση σε εγκαταστάσεις και την υποδομή που έχει δομηθεί για να εξυπηρετήσει τις ανάγκες μιας τέτοιας εκδήλωσης είναι μεγάλα πλεονεκτήματα που περιλαμβάνουν άλλα κοινωνικά και οικονομικά οφέλη για τη χώρα. Υπάρχουν βραχυπρόθεσμες και μακροπρόθεσμες επιστροφές από τους Αγώνες στην Αθήνα και τέσσερις άλλες Ολυμπιακές πόλεις: Θεσσαλονίκη, Πάτρα, Ηράκλειο και Βόλος:

Βραχυπρόθεσμα: επισκέπτες από έξω από την πόλη, επενδύσεις, οικονομικός αντίκτυπος για τις επιχειρήσεις, παροχές απασχόλησης.

Μακροπρόθεσμα: αποδόσεις από επενδύσεις σε φυσικό κεφάλαιο (συμπεριλαμβανομένων τομέων φιλοξενίας και γαστρονομίας), αποδόσεις από επενδύσεις σε ανθρώπινο κεφάλαιο (αναβάθμιση), συνεχής επίσκεψη τουριστών, βελτιώσεις παραγωγικότητας, εσωτερικές επενδύσεις, ανάπτυξη επιχειρήσεων από υποδομές και συναφείς υπηρεσίες.

Στις 11 Ιανουαρίου του 1897 στο γυμναστήριο του «Πανελληνίου Γ.Σ.» οι εκπρόσωποι 28 σωματείων, από όλη τη χώρα συγκεντρώθηκαν, προκειμένου να οργανώσουν συνέδριο, στο οποίο θα συγκροτούνταν η αθλητική ομοσπονδία. Την επόμενη ημέρα έως και τις 15 Ιανουαρίου 1897 συνήλθε επίσημα το Συνέδριο στην αίθουσα του

Φιλολογικού Συλλόγου «Παρνασσός» και αποφασίστηκε η ίδρυση του ΣΕΓΑΣ και το καταστατικό του. Η απόφαση δημοσιεύθηκε στις 27 Φεβρουαρίου 1897 στην Εφημερίδα της Κυβέρνησης.

124 χρόνια πριν ο αθλητισμός στην Ελλάδα απέκτησε οργανωμένη μορφή με τη δημιουργία της πρώτης αθλητικής ομοσπονδίας, του ΣΕΓΑΣ. Μια ομοσπονδία που θα αναλάμβανε την οργάνωση του αθλητισμού σε όλα τα επίπεδα.

Η αρχή είχε γίνει στην Πάτρα στις 20 Φεβρουαρίου 1895, όταν ο «Παναχαϊκός Γ.Σ.» κάλεσε σε σύσκεψη τους αντιπροσώπους της «Γ.Ε. Πάτρας», του «Πανελληνίου Γ.Σ.», του «Εθνικού Γ.Σ.» και του «Παναιτωλικού» για να συζητήσουν την τέλεση προκριματικών αγώνων για την Α' Ολυμπιάδα της Αθήνας που θα ήταν πιο αντιπροσωπευτικοί και σε ευρεία κλίμακα. Στη σύσκεψη αυτή, οι πέντε υπέγραψαν πρακτικό που δήλωνε την συμφωνία τους για τη σύσταση Συνδέσμου, όλων των Ελληνικών συλλόγων, με σκοπό τη καλύτερη επικοινωνία και συνεννόηση μεταξύ τους. Μετά την πρώτη αυτή έγγραφη διατύπωση των συλλόγων (20/2/1895) για ίδρυση Συνδέσμου, σε διάφορες αθλητικές εκδηλώσεις γινόταν λόγος για το θέμα αλλά κανείς δεν αναλάμβανε την πρωτοβουλία για τον συντονισμό και την υλοποίηση της ιδέας.

Ο ΣΕΓΑΣ αποτελεί μέχρι και σήμερα τη μεγαλύτερη ελληνική ομοσπονδία και για χρόνια ήταν ο μοναδικός πυλώνας αθλητισμού στη χώρα μας, αφού για πολλές δεκαετίες από την ίδρυση του είχε την ευθύνη της ανάπτυξης όλων των αθλημάτων στη χώρα μας. Με την πάροδο των χρόνων, αυτό άλλαξε, αφού κάθε άθλημα απέκτησε τη δική του ομοσπονδία (<http://www.runningnews.gr>).



Πηγή: <http://www.segas.gr/index.php>

Στην χώρα μας στην ανάπτυξη τόσο του αριθμού των αγώνων όσο και των ποιοτικών παρεχόμενων υπηρεσιών προς τους συμμετέχοντες δρομείς (ιματισμός, ποιότητα μεταλλίων, αθλητικών ποτών κτλ) σημαντική είναι και η συμβολή συγκεκριμένων επιχειρηματικών στρατηγικών του ιδιωτικού τομέα που δραστηριοποιούνται σε τομείς που άμεσα ή έμμεσα σχετίζονται με το ερασιτεχνικό τρέξιμο. Έτσι μέσω των δρομικών αυτών διοργανώσεων με μαζικό και λαϊκό χαρακτήρα το ερασιτεχνικό τρέξιμο έγινε πιο προσιτό στο ευρύ κοινό, διαδίδοντας το μήνυμα ότι δε χρειάζεται να είναι κάποιος

πρωταθλητής ή παλιός αθλητής για να ασχοληθεί μ' αυτό, αλλά είναι μία δραστηριότητα με την οποία μπορούν να ασχοληθούν όλοι.

Σύμφωνα με τα στοιχεία της Ελληνικής Ομοσπονδίας Συλλόγων Λαϊκού Μαζικού Αθλητισμού Υπεραποστάσεων (ΕΟΣΛΜΑ-Υ) το 2013 στην Ελλάδα είχαμε 65 συλλόγους με δραστηριότητα στο ερασιτεχνικό τρέξιμο, με τους περισσότερους από αυτούς βάσει στοιχείων να έχουν ιδρυθεί μετά το 2000 (54,8%). Παρά τη συνεχόμενη αύξηση στους συλλόγους ερασιτεχνικού τρεξίματος, σχεδόν οι μισοί από τους συμμετέχοντες δεν είναι μέλη κάποιου συλλόγου (48,3%), το 43% είναι μέλη συλλόγου ερασιτεχνικού τρεξίματος, ενώ το 8,7% είναι μέλη συλλόγου του αγωνιστικού αθλητισμού (Πετρίδης - Μπατρακούλης 2013).  
(Πηγή: [https://www.alexpolisonline.com/2015/07/blog-post\\_0.html#ixzz6octBWv1x](https://www.alexpolisonline.com/2015/07/blog-post_0.html#ixzz6octBWv1x)).

## 7.2 Δρομικοί αγώνες προς τιμήν του Γρηγόρη Λαμπράκη (1983)

Ο Γρηγόρης Λαμπράκης γεννήθηκε στις 3 Απριλίου 1912 στην Κερασίτσα του Νομού Αρκαδίας και προερχόταν από αγροτική οικογένεια. Ταυτόχρονα με τις σπουδές του, εισήχθη ανάμεσα στους πρώτους τον Σεπτέμβριο του 1933 στην Ιατρική Σχολή του Πανεπιστημίου Αθηνών, ασχολείται από το 1931 και με τον κλασσικό αθλητισμό.

Στα 19 του χρόνια, αναδεικνύεται πρώτος πανελληνιονίκης στο τριπλούν με 13,62 μέτρα.

Το 1935 στην Κωνσταντινούπολη κερδίζει δυο χρυσά μετάλλια στους Βαλκανικούς Αγώνες στο μήκος (7,10μ.) και στο τριπλούν με (14,19μ.).

Αναδεικνύεται Πανελληνιονίκης και Βαλκανιονίκης και συμμετέχει στους Ολυμπιακούς Αγώνες του 1936.

Στην καριέρα του, πήρε μέρος σε 6 Βαλκανιάδες, ενώ έχει κατακτήσει συνολικά 12 χρυσά μετάλλια σε Βαλκανικούς Αγώνες και 10 τίτλους Πανελληνιονίκη.

Στους Ολυμπιακούς Αγώνες του Βερολίνου το 1936 βγαίνει 11ος και τπ 1937 καταλαμβάνει την 4η θέση στο παγκόσμιο φοιτητικό πρωτάθλημα.

Μαζί με άλλους αθλητές, ιδρύει το 1943 την Ένωση Ελλήνων Αθλητών (ΕΕΑ) η οποία είχε ως στόχο, την συνέχιση της αθλητικής κίνησης και την περίθαλψη των ασθενών αθλητών.

Μετέφερε την υγειονομική οργάνωση της κατοχής στον Σ.Ε.Γ.Α.Σ. στα πρώτα μετακατοχικά χρόνια όταν έγινε μέλος του Διοικητικού Συμβουλίου το 1946.

Δημιούργησε επίσης και έναν νέο αθλητικό οργανισμό, το Ταμείο Υγείας και Περίθαλψης Αθλητών (ΤΥΠΑ), στο οποίο είχε ενεργό ρόλο μέχρι τα τελευταία χρόνια της ζωής του.

Σημαντική πηγή σχετικά με την δράση της Ένωσης αποτελεί το βιβλίο-μαρτυρία του Ευάγγελου Ανδρέου: «Το αστέρι του πρωταθλητή άναψε» (Εκδοση: Ευρωπαϊκό Κέντρο Τέχνης, 2011).

Ο αθλητισμός δεν στάθηκε εμπόδιο στις σπουδές του. Πήρε κανονικά το πτυχίο του στην μαιευτική και την γυναικολογία. Έγραψε ιατρικά συγγράμματα και εξελέγη υφηγητής μαιευτικής στην Ιατρική Σχολή του Πανεπιστημίου Πειραιά, το 1959.

Το 1961 εκλέγεται βουλευτής της Ε.Δ.Α. στον Πειραιά. Μεγάλος ειρηνιστής, συμμετείχε στην ίδρυση της Ελληνικής Επιτροπής για την Ειρήνη και εκπροσωπεί την Ελλάδα σε πολλά Διεθνή Συνέδρια για τη Διεθνή Ύφεση και Ειρήνη.

Στις 21 Απριλίου του 1963, πραγματοποιεί μόνος του την πρώτη μαραθώνια πορεία ειρήνης, στη διάρκεια της οποίας συλλαμβάνεται και κακοποιείται.

Στις 22 Μαΐου 1963 σε συγκέντρωση ειρηνιστών στη Θεσσαλονίκη δέχεται επίθεση από παρακρατικούς και βαριά τραυματισμένος, υποκύπτει πέντε ημέρες αργότερα, στις 27 Μαΐου 1963.



Πηγή: <https://www.in.gr/2021/04/03/plus/grigoris-lamprakis-o-agonistis-tis-dimokratias-kai-tis-eirini/>



Εικόνα 13: Ο Γρηγόρης Λαμπράκης σε αγώνα δρόμου. Πηγή: <https://cityportal.gr/grigoris-lamprakis-o-agonistis-tis-dimokratias-tis-eirinis/>

Προς τιμήν του Γρηγόρη Λαμπράκη, πραγματοποιούνται δρομικοί αγώνες με το όνομα "Γρηγόρης Λαμπράκης" σε πολλές πόλεις της Ελλάδας.



Εικόνα 14: Στιγμιότυπο από τον 2<sup>ο</sup> αγώνα δρόμου Ειρήνης προς τιμή του Γρηγόρη Λαμπράκη.  
(Πηγή: <https://www.pna.gr/sport-asteras-kalamata/sports/item/26299-imimarathonios-agonas-dromou-pros-timi-tou-grigoris-lamprakis>)

## ΣΥΛΛΟΓΟΙ/ ΜΕΛΗΤΗΣ ΟΜΟΣΠΟΝΔΙΑΣ ΕΟΣΛΜΑ-Υ.

Πηγή: <http://eoslmay.org/omospondia/syllogoi-meli>

Αναγράφονται 71 σύλλογοι του Δρομικού Κινήματος από όλες τις περιοχές της Ελλάδας.

### Α' ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ & ΝΗΣΩΝ ΙΟΝΙΟΥ. ΣΩΜΑΤΕΙΑ

:

- ΣΥΛΛΟΓΟΣ ΜΑΡΑΘΩΝΟΔΡΟΜΩΝ ΑΧΑΪΑΣ «ΦΕΙΔΙΠΠΙΔΗΣ»
- ΣΥΛΛΟΓΟΣ ΔΡΟΜΕΩΝ ΥΓΕΙΑΣ ΠΑΤΡΑΣ
- ΑΘΗΝΟΔΩΡΟΣ ΑΙΓΙΕΥΣ
- Π.Α.Σ. ΠΥΡΓΟΥ ΚΟΡΙΝΘΙΑΣ
- ΣΥΛΛΟΓΟΣ ΔΡΟΜΕΩΝ ΜΑΡΑΘΩΝΟΔΡΟΜΩΝ ΑΡΓΟΛΙΔΑΣ
- ΣΕΒΑΣ ΝΑΥΠΛΙΟΥ
- ΣΥΛΛΟΓΟΣ ΔΡΟΜΕΩΝ ΥΓΕΙΑΣ ΤΡΙΠΟΛΗΣ
- ΣΥΛΛΟΓΟΣ ΑΡΚΑΔΩΝ ΔΡΟΜΕΩΝ -ΣΥΛΛΟΓΟΣ ΔΡΟΜΕΩΝ ΥΓΕΙΑΣ ΜΕΣΣΗΝΙΑΣ
- ΣΥΛΛΟΓΟΣ ΔΡΟΜΕΩΝ ΚΕΦΑΛΟ ΝΙΑΣ
- Α.Π.Σ. ΔΡΟΜΕΩΝ ΚΕΡΚΥΡΑΣ «ΑΡΧΙΛΟΧΟΣ»
- Α.Σ. ΛΕΥΚΑΔΑΣ «ΦΙΛΑΝΔΡΟΣ»
- Α.Σ. ΠΑΝΑΣ ΚΑΡΔΑΡΑ - ΚΑΝΔΗΛΑΣ ΕΔΡΑ ΤΡΙΠΟΛΗ
- ΣΥΛΛΟΓΟΣ ΔΡΟΜΕΩΝ & ΠΕΡΙΠΑΤΗΤΩΝ ΣΤΟ ΠΑΡΚΟ ΑΓΙΑΣ ΕΔΡΑ ΠΑΤΡΑ
- ΑΓΕΛΑΟΣ

#### **Β' ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΝΟΜΟΥ ΑΤΤΙΚΗΣ, ΒΟΙΩΤΙΑΣ, ΕΥΒΟΙΑΣ & ΝΗΣΩΝ ΑΙΓΑΙΟΥ. ΣΩΜΑΤΕΙΑ :**

- - ΣΥΛΛΟΓΟΣ ΔΡΟΜΕΩΝ ΥΓΕΙΑΣ ΑΘΗΝΑΣ
- - ΣΥΛΛΟΓΟΣ ΕΛΛΗΝΩΝ ΗΜΕΡΟΔΡΟΜΩΝ
- - ΣΥΛΛΟΓΟΣ ΔΡΟΜΕΩΝ ΚΟΡΥΔΑΛΟΥ-ΝΙΚΑΙΑΣ-ΚΕΡΑΤΣΙΝΙΟΥ
- - ΣΥΛΛΟΓΟΣ ΔΡΟΜΕΩΝ ΥΓΕΙΑΣ ΠΕΙΡΑΙΑ
- - Α.Σ. ΑΓΩΝ
- - ΣΥΛΛΟΓΟΣ ΔΡΟΜΕΩΝ ΥΓΕΙΑΣ ΕΛΕΥΣΙΝΑΣ
- - ΣΥΛΛΟΓΟΣ ΑΘΛΗΤΩΝ «ΤΟ ΤΡΟΚΑΝΤΕΡΟ»
- - Α.Σ. «ΜΥΡΩΝ» ΝΕΑ ΠΕΡΑΜΟ
- - ΣΥΛΛΟΓΟΣ ΔΡΟΜΕΩΝ ΥΓΕΙΑΣ ΑΙΓΙΝΑΣ
- - ΣΥΛΛΟΓΟΣ ΔΡΟΜΕΩΝ ΝΟΤΙΩΝ ΠΡΟΑΣΤΙΩΝ ΑΤΤΙΚΗΣ « ΕΥΚΛΗΣ»
- - Α.Π.Σ. ΑΠΟΛΛΩΝ ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ
- - ΤΕΛΜΗΣΣΟΣ ΜΑΡΑΘΩΝΟΣ
- - Α.Π.Σ. ΜΙΛΤΙΑΔΗΣ ΜΑΡΑΘΩΝΟΣ
- - ΓΥΜΝΑΣΤΙΚΟΣ ΣΥΛΛΟΓΟΣ «ΑΡΙΑΔΗΝΗ» ΙΛΙΣΙΩΝ
- - ΣΥΛΛΟΓΟΣ ΑΘΛΗΤΩΝ ΥΓΕΙΑΣ ΧΙΟΥ
- - ΣΥΛΛΟΓΟΣ ΔΡΟΜΕΩΝ ΥΓΕΙΑΣ & ΜΑΡΑΘΩΝΟΔΡΟΜΩΝ ΘΗΒΑΣ
- - ΕΚΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ-ΕΞΩΡΑΪΣΤΙΚΟΣ ΣΥΛΛΟΓΟΣ ΚΑΣΤΡΟΥ ΒΟΙΩΤΙΑΣ
- - ΣΥΛΛΟΓΟΣ ΔΡΟΜΕΩΝ & ΠΕΡΙΠΑΤΗΤΩΝ ΨΑΧΝΩΝ ΕΥΒΟΙΑΣ
- - Α.Σ. ΟΛΥΜΠΙΟΙ
- - Α.Ο.ΘΗΡΑΣ ΕΔΡΑ ΣΑΝΤΟΡΙΝΗ
- - ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ ΣΥΛΛΟΓΟΣ «ΑΘΗΝΑΙΟΙ ΔΡΟΜΕΙΣ» - ΑΘΗΝΑ
- - ΑΘΛΗΤΙΚΟ ΣΩΜΑΤΕΙΟ ΑΓΙΑΣ ΠΑΡΑΣΚΕΥΗΣ
- - ORIENTEERING
- - ΑΡΑΦΗΝΙΟΙ ΔΡΟΜΕΙΣ

#### **Γ' ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΚΕΝΤΡΙΚΗΣ-ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ-ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ & ΗΠΕΙΡΟΥ ΣΩΜΑΤΕΙΑ :**

- - ΣΥΛΛΟΓΟΣ ΔΡΟΜΕΩΝ «ΤΡΑΧΙΝΑ» ΦΘΙΩΤΙΔΑΣ
- - ΣΥΛΛΟΓΟΣ ΔΡΟΜΕΩΝ ΝΑΥΠΑΚΤΟΥ «ΛΕΠΑΝΤΟ»
- - Γ.Σ. «ΧΑΡΙΛΑΟΣ ΤΡΙΚΟΥΠΗΣ» ΜΕΣΟΛΟΓΓΙΟΥ (RANNERS)
- - ΣΥΛΛΟΓΟΣ ΔΡΟΜΕΩΝ ΥΓΕΙΑΣ ΑΓΡΙΝΙΟΥ
- - Α.Π.Σ. ΑΙΤΩΛΙΚΟΥ
- - ΣΥΛΛΟΓΟΣ ΜΑΡΑΘΩΝΟΔΡΟΜΩΝ ΝΟΜΟΥ ΛΑΡΙΣΑΣ
- - ΣΥΛΛΟΓΟΣ ΔΡΟΜΕΩΝ ΥΓΕΙΑΣ ΒΟΛΟΥ
- - ΣΥΛΛΟΓΟΣ ΔΡΟΜΕΩΝ ΤΡΙΚΑΛΩΝ
- - ΣΥΛΛΟΓΟΣ ΟΡΕΙΒΑΣΙΑΣ ΧΙΟΝΟΔΡΟΜΙΑΣ ΝΟΜΟΥ ΤΡΙΚΑΛΩΝ
- - ΟΡΕΙΒΑΤΙΚΟΣ ΠΕΡΙΗΓΗΤΙΚΟΣ ΟΜΙΛΟΣ ΠΥΛΗΣ
- - Α.Σ. ΛΟΥΤΡΟΠΗΓΗΣ «Η ΜΕΝΕΛΑΪΣ»
- - Π.Σ.ΜΑΥΡΟΜΜΑΤΙΟΥ «ΚΑΡΑΪΣΚΑΚΗΣ»
- - ΣΥΛΛΟΓΟΣ ΔΡΟΜΕΩΝ ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ
- - Α.Ο. ΠΟΣΕΙΔΩΝ ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ
- - ΣΥΛΛΟΓΟΣ ΔΡΟΜΕΩΝ Ι.Π.ΜΕΣΟΛΟΓΓΙΟΥ ΕΔΡΑ ΜΕΣΟΛΟΓΓΙ
- - ΣΥΛΛΟΓΟΣ ΔΡΟΜΕΩΝ ΑΡΤΑΣ
- - Ο ΕΥΧΙΔΑΣ

## Δ ' ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ & ΚΕΝΤΡΙΚΗΣ- ΑΝΑ ΤΟΛΙΚΗΣ- Δ ΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ. ΣΩΜΑΤΕΙΑ :

- ΣΥΛΛΟΓΟΣ ΔΡΟΜΕΩΝ ΥΓΕΙΑΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ
- ΣΥΛΛΟΓΟΣ ΜΑΡΑΘΩΝΟΔΡΟΜΩΝ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ
- ΣΥΛΛΟΓΟΣ ΔΡΟΜΕΩΝ ΠΕΖΟΠΟΡΩΝ ΚΟΥΦΑΛΙΩΝ
- ΣΥΛΛΟΓΟΣ ΔΡΟΜΕΩΝ ΟΔΟΙΠΟΡΩΝ ΕΟΡΔΑΙΑΣ
- Α.Π.Σ. ΔΡΟΜΕΩΝ ΠΙΕΡΙΑΣ ΖΕΥΣ -ΣΥΛΛΟΓΟΣ ΔΡΟΜΕΩΝ ΥΓΕΙΑΣ ΚΟΖΑΝΗΣ
- ΣΥΛΛΟΓΟΣ ΜΑΡΑΘΩΝΟΔΡΟΜΩΝ ΣΕΡΡΩΝ
- ΟΜΑΔΑ ΜΑΡΑΘΩΝΙΟΥ ΓΙΑΝΝΙΤΣΩΝ.
- ΠΑΝΕΥΡΩΠΑΙΚΟΣ ΣΥΛΛΟΓΟΣ ΑΘΛΗΤΩΝ ΣΤΙΒΟΥ ΔΡΑΜΑΣ
- Σ.Ε.Β.Α.Σ. ΝΑΟΥΣΑΣ ΕΔΡΑ ΝΑΟΥΣΑ
- ΔΡΟΜΕΙΣ ΥΓΕΙΑΣ ΓΡΕΒΕΝΩΝ ΕΔΡΑ ΓΡΕΒΕΝΑ

## ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΘΡΑΚΗΣ ΣΩΜΑΤΕΙΑ

- Α.Π.Σ. ΔΡΟΜΕΩΝ ΞΑΝΘΗΣ "ΧΑΝΘΙ RUNNERS"

## ΣΤ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΚΡΗΤΗΣ. ΣΩΜΑΤΕΙΑ

:

- - ΟΜΙΛΟΣ ΥΠΕΡΑΠΟΣΤΑΣΕΩΝ ΚΡΗΤΗΣ
- - ΣΥΛΛΟΓΟΣ ΜΑΡΑΘΩΝΟΔΡΟΜΩΝ ΚΡΗΤΗΣ
- - Α.Π.Σ. ΔΡΟΜΕΩΝ ΥΓΕΙΑΣ ΧΑΝΙΩΝ
- - ΣΥΛΛΟΓΟΣ ΔΡΟΜΕΩΝ ΥΓΕΙΑΣ ΡΕΘΥΜΝΟΥ

### 7.3 Σύλλογος Δρομέων Υγείας Βόλου (ΣΔΥΒ):

Το 1989 ιδρύεται ο αθλητικός σύλλογος ΣΔΥ Βόλου, ο οποίος απαριθμεί σήμερα 382 ενεργά μέλη. Είναι τρίτος σύλλογος στην Ελλάδα και πρώτος στην Περιφέρεια Θεσσαλίας. Ο ρόλος του είναι σημαντικός στην πόλη διότι διακρίνεται για τον κοινωνικό, ερασιτεχνικό αθλητικό και φιλανθρωπικό του χαρακτήρα. Ο σύλλογος διοργανώνει τον ημιμαραθώνιο του Βόλου, ενώ συνεχίζει τη δράση του με δρομικούς και ορεινούς αγώνες όλο τον χρόνο.

Από το 1992 πραγματοποιείται ετήσιος αγώνας 16 χιλιομέτρων, που το 2015 μετατράπηκε σε ημιμαραθώνιο (21

χλμ.), ενώ ο παράλληλος αγώνας των 3 χιλιομέτρων το 2017 μετατράπηκε σε αγώνα 5 χιλιομέτρων. Η ενεργή συμμετοχή των μελών του συλλόγου φαίνεται από τις συμμετοχές του σε πολλούς αγώνες δρόμου και βουνού.



Κάθε χρονιά το έργο του συλλόγου είναι σημαντικό και δράσεις του ασταμάτητες. Η διακοπή των περισσότερων αγώνων δρόμου και των εκδρομών, δημιούργησε νέες εναλλακτικές δράσεις για τον ΣΔΥΒ, που θα συνεχίζονται για πάντα στο μέλλον, ακόμη και όταν δεν θα υπάρχουν τα μέτρα για τον κορωνοϊό. Έτσι καθιερώθηκαν μέσα στο έτος οι ομαδικές προπονήσεις σε ατομικό επίπεδο, οι οποίες γίνονται κάθε Τρίτη και Παρασκευή σε δρόμο, και κάθε Πέμπτη trail. Παράλληλα κάθε Σαββατοκύριακο καιρού επιτρέποντος, διεξάγεται πεζοπορία στα εκπληκτικά μονοπάτια που προσφέρει το Πήλιο.

Ένας νέος αθλητικός σύλλογος γεννήθηκε το 2019 και εισήλθε στη μεγάλη αθλητική οικογένεια της Μαγνησίας και του Βόλου. Είναι ο Σύλλογος Δρομέων Υγείας Βόλου – Κένταυρος. «Με κοινή αγάπη τον αθλητισμό και δη το τρέξιμο, ξεκινάει μια νέα προσπάθεια που έχει ως στόχο να μεταδώσει τα ευεργετικά(σωματικά, πνευματικά και ψυχολογικά) οφέλη του αθλήματος. Στο νέο αυτό ερασιτεχνικό και μη κερδοσκοπικό σωματείο μπορούν να συμμετέχουν όλοι όσοι αγαπούν το τρέξιμο αλλά και όσοι θέλουν σιγά σιγά να ξεκινήσουν μια όμορφη συνήθεια που σίγουρα θα τους ανταμείψει. Καλούνται οι συμπολίτες μας, αθλούμενοι και μη, να αγκαλιάσουν τη νέα αυτή προσπάθεια γνωρίζοντας ότι μέσα από το τρέξιμο της παρέας, μέσα από την υποστήριξη των ανθρώπων του συλλόγου, μέσα από τις εκδρομές και τους αγώνες που θα συμμετέχει ο σύλλογος, καθώς και σε αυτούς που θα οργανώνονται από το σύλλογο, χωρίς το άγχος του ανταγωνισμού και της επίδοσης, θα τους δίνεται συνεχόμενα η ευκαιρία της όμορφης διάθεσης και του ευ ζην. Στόχος είναι η εσωτερική παρακίνηση και η αγάπη για τον αθλητισμό που θα αναπτύσσονται μέσα από τις δράσεις του νέου αυτού σωματείου».

(<https://www.thenewspaper.gr/2019/06/23/idrythike-neos-syllogos-dromeon-ygeias-voloy-kentayros/>).

## 7.4 Spetses Mini Marathon

Το Spetses Mini Marathon (SMM) ξεκίνησε το 2011, με ιδέα της Μαρίνας Κουταρέλλη.

Ο αγώνας έχει πάρει παγκόσμιες διαστάσεις, καθώς φιλοξενεί αθλητές από 42 διαφορετικές χώρες και έχει χαρακτηριστεί «σταθμός» στον Αθλητικό Τουρισμό.

Κάθε χρόνο, οι συμμετοχές του αγώνα όλο και αυξάνονται, με τον πιο πρόσφατο αριθμό συμμετοχών να φτάνει τους 18.000 ταξιδιώτες και ο αγώνας έχει γίνει πλέον θεσμός στην τοπική κοινότητα των Σπετσών.



Εικόνα 15: Στιγμιότυπο από το Spetses Mini Marathon (Πηγή: <http://spetsesmarathon.com/10-years/>).



Εικόνα 16: (Πηγή: Εφημερίδα 'ΤΑ ΝΕΑ' 20 Μαρτίου 2020, "Το σβήσιμο της 10όροφης επετειακής τούρτας Spetses Mini Marathon". <https://www.tanea.gr/2020/03/20/lifearts/trexo/to-spetses-mini-marathon-esvise-ta-10-tou-kerakia-2/> )

Στις 18 Φεβρουαρίου, στο κτίριο της Ελληνικής Ολυμπιακής Επιτροπής, πραγματοποιήθηκε ο εορτασμός της πρώτης δεκαετίας από την ίδρυση του Spetses Mini Marathon.

Με την παρουσία τους τίμησαν την εκδήλωση σημαντικά πρόσωπα της χώρας, όπως ο Υφυπουργός Λευτέρης Αυγενάκης, ο Πρόεδρος της Ελληνικής Ολυμπιακής Επιτροπής και μέλος της ΔΟΕ Σπύρος Καπράλος και ο Δήμαρχος Σπετσών Παναγιώτης Λυράκης, οι οποίοι υποστήριξαν ότι ο θεσμός του αγώνα έχει επίδραση στον τουρισμό και μέσω αυτού αναδεικνύει την περιοχή των Σπετσών.

#### Στοιχεία:

Η πρώτη διοργάνωση του SpetsesMiniMarathon έγινε στις 16 Οκτωβρίου 2011, με πολλή βροχή και 200 δρομείς.

Έχουν γίνει τέσσερις προτάσεις γάμου στην γραμμή τερματισμού του αγώνα των 25 χιλιομέτρων, ενώ ο μεγαλύτερος σε ηλικία συμμετέχοντας ήταν 92 ετών και ο μικρότερος μόλις 29 ημερών.

Παράλληλα, 360 εθελοντές αφοσιώνονται στο έργο τους και δίνουν την ψυχή τους κάθε χρονιά επί δέκα χρόνια στη διοργάνωση.

Τα αθλητικά ρολόγια έχουν καταγράψει 180.234.721 βήματα, ενώ 10.000 δέντρα έχουν φυτευτεί στις πλαγιές του νησιού των Σπετσών.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8**

### **ΤΟ ΔΡΟΜΙΚΟ ΚΙΝΗΜΑ ΚΑΙ Η ΠΑΝΔΗΜΙΑ**

#### **8.1 Η πανδημία**

Στις 30 Ιανουαρίου 2020, μετά από 213 παγκόσμιους θανάτους και 9800 μολύνσεις, ο Παγκόσμιος Οργανισμός Υγείας χαρακτήρισε τον COVID-19 ως έκτακτη ανάγκη διεθνούς ανησυχίας για τη δημόσια υγεία (PHEIC). Πέντε εβδομάδες αργότερα, στις 11 Μαρτίου έχουν καταγραφεί 118.000 κρούσματα και 4291 απώλειες σε 114 χώρες (Ghebreyesus, 2020). Το πρώτο σύμπλεγμα των περιπτώσεων καταγράφηκε στο Γουχάν της Κίνας. Στις 21 Δεκεμβρίου 2019 και ο πρώτος θάνατος στις 11 Ιανουαρίου 2020. Στη συνέχεια τα κρούσματα φανερώθηκαν στην Ιταλία, την Ισπανία, τη Γαλλία, τη Γερμανία και το Ηνωμένο Βασίλειο, γεγονός το οποίο οδήγησε τον Γενικό Διευθυντή του Παγκόσμιου Οργανισμού Υγείας (WHO) να δηλώσει ότι η Ευρώπη είχε γίνει το επίκεντρο του ιού.

Μια περαιτέρω παγκόσμια εξάπλωση, στη Βόρεια και Νότια Αμερική σήμαινε ότι οι χώρες σε κάθε ήπειρο σε όλο τον κόσμο, αντιμετωπίζουν έναν ιό για τον οποίο δεν υπήρχε εμβόλιο και θεραπεία (Worldometer, 2020).

Τον Ιούνιο του 2021 η πανδημία είχε εξαπλωθεί σε 186 χώρες, με 176.701.265 επιβεβαιωμένα κρούσματα κορωνοϊού, 3.818.937 θανάτους, ενώ εκείνοι που ανάρρωσαν φτάνουν τους 160.731.910 (<https://www.in.gr>), ενώ παρά την διάθεση εμβολίων αντιμετώπισης του covid-19 από τον Μάρτιο του ίδιου έτους, πολύ μικρό ποσοστό του παγκόσμιου πληθυσμού είχε εμβολιαστεί (ελάχιστο έως μηδενικό στις φτωχότερες χώρες), επιτρέποντας την ανάπτυξη μεταλλάξεων του ιού.

#### **8.2 Αθλητικοί αγώνες στην πανδημία: Η ακύρωση και αναβολή σημαντικών αθλητικών εκδηλώσεων**

Οι αθλητικές εκδηλώσεις και ο τουρισμός συνδέονται με στενούς δεσμούς και αποτελούν βιομηχανίες οι οποίες πλήττονται σοβαρά λόγω της τρέχουσας κρίσης η οποία προκλήθηκε από τον κορωνοϊό (covid-19).

Η πανδημία έδειξε ότι τα αθλητικά γεγονότα αναγνωρίστηκαν και ως «έλυκας» για την εξάπλωση της νόσου.

Σε σύντομο χρονικό διάστημα, η πανδημία έχει αλλάξει δραστικά την καθημερινότητα των ανθρώπων. Η κοινωνική απόσταση, οι ταξιδιωτικοί περιορισμοί, τα κλειστά σχολεία και υπηρεσίες, οι χαμένες θέσεις εργασίας και η αυξημένη ανάγκη για ιατρικές προμήθειες είναι κάποιες από τις συνέπειες οι οποίες προκλήθηκαν από την εξάπλωση του ιού (Nicola, M., Alsafi, Z., Sohrabi, C., Kerwan, A., Al-Jabir, A., Iosifidis, K., Agha, M., & Agha, R. (2020). The socioeconomic implications of the coronavirus pandemic (COVID-19): A new International Journal of Surgery (London, England) 78,185-193).

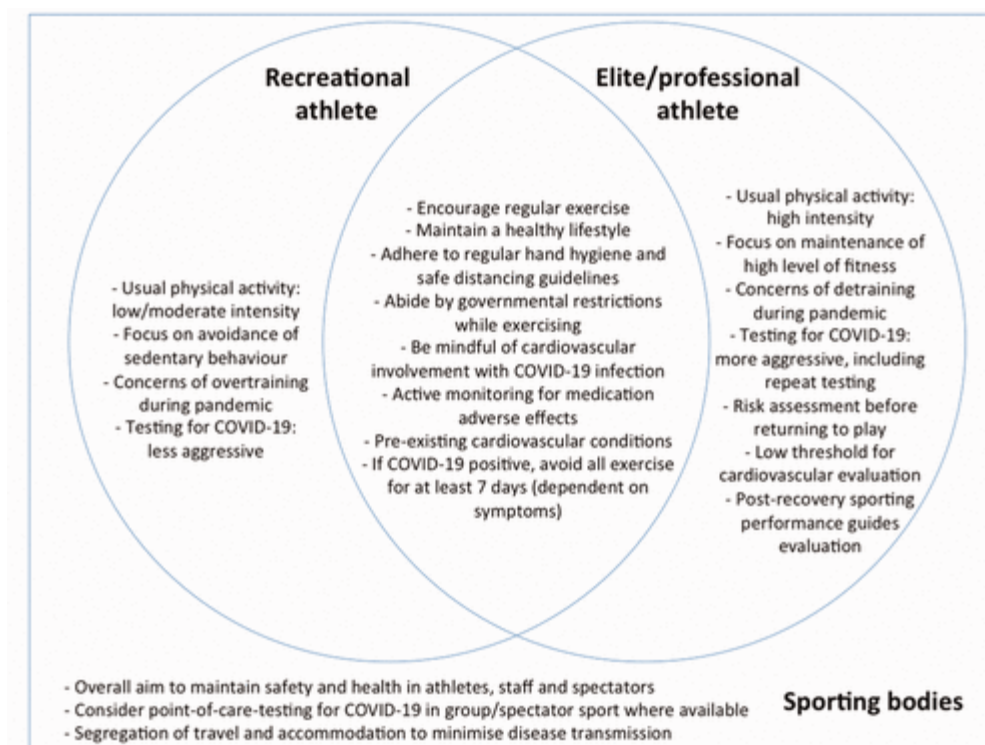
Η εξάπλωση του ιού αποδεικνύεται σοβαρή κατά τη διάρκεια της σωματικής άσκησης. Η συνεχιζόμενη πανδημία covid-19 αποτελεί παγκόσμια κρίση πρωτοφανούς κλίμακας στη σύγχρονη εποχή. Η γενική ανάγκη μείωσης της μετάδοσης ασθενειών είχε τεράστιο αντίκτυπο στον αθλητισμό και την άσκηση.

Οι ατομικές προπονήσεις των δρομέων γίνονται με τηρούμενα τα περιοριστικά μέτρα που υποβάλλει το Υπουργείο Υγείας. Στην αθλητική κοινότητα, όλες οι μορφές οργανωμένου αθλητισμού έχουν ακυρωθεί ή αναβληθεί. Η κατάσταση αυτή κυμαίνεται από διοργανώσεις μαζικού αθλητισμού, όπως αγώνες μαραθωνίου, έως οικονομικά προσδοφόρα πρωταθλήματα, ποδοσφαίρου αλλά και όπως τους θερινούς Ολυμπιακούς Αγώνες.

«Στον Σύλλογό μας Δρομέων Υγείας Βόλου έχουμε και μέλη δρομείς μαραθωνοδρόμους, πολλούς λιμενικούς, αστυνόμους, δημοτικούς αστυνόμους, στρατιωτικούς, πυροσβέστες, και φυσικά με όλους έχουμε απόλυτη συνεργασία. Εμείς σαν σύλλογος, και τα μέλη μας, αλλά και κάθε αθλητής που δεν είναι γραμμένος στον σύλλογο, έχουμε κοινούς στόχους με τις αρχές. Με υψηλό αίσθημα ευθύνης κάθε αθλητής, ειδικά όποιος γαλουχείται μέσα από τα επίτονα ατομικά αγωνίσματα όπως ο Μαραθώνιος όπου προσπαθεί να περάσει όχι τον συναθλητή αλλά τον εαυτό του, ο αθλητής καταλαβαίνει και εφαρμόζει κάθε κανονισμό κατά γράμμα, ακόμη περισσότερο στο πνεύμα του. Τον ίδιο κοινό στόχο αντιλαμβάνονται και πρέπει να έχουνε και οι αρχές, όμως περιστατικά όπως τα παραπάνω από μικρό μέρος των αρχών, και εκατοντάδες άλλα εναντίον αθλητών και πολιτών σε όλη την Ελλάδα, αμαυρώνουν την εικόνα και την εμπιστοσύνη που έχει ο πολίτης για τον κοινό στόχο. Αν κάποιος έκανε ή θα κάνει παράβαση καθήκοντος, μας υποχρεώνει να κινήσουμε τις προβλεπόμενες ενέργειες προς αυτόν, όσο και αν κοστίσουν υλικά και σε χρόνο. Όποιος υπόκειται κατάχρηση από τις αρχές, είτε είναι μέλος του συλλόγου μας είτε όχι, μπορεί να μας ενημερώνει για κάνουμε τις ανάλογες ενέργειες». Κωνσταντίνος

Παλάντζας, Πρόεδρος του αθλητικού συλλόγου ‘Σύλλογος Δρομέων Υγείας Βόλου’ (ΣΔΥΒ). (Πηγή: [www.runningnews.gr](http://www.runningnews.gr))

Το ακόλουθο διάγραμμα περιγράφει τη διαχείριση αθλητών και ανταγωνιστικού αθλητισμού κατά τη διάρκεια και μετά την πανδημία.



Διάγραμμα 14: Η διαχείριση αθλητικών και ανταγωνιστικού αθλητισμού κατά τη διάρκεια και μετά την πανδημία. Πηγή: Bhatiak.ά., 2000.



Εικόνα 17: ‘Kumamoto Castle Marathon’ (Πηγή: <https://english.kyodonews.net/news/japan> ).

### 8.3 Εικονικές αθλητικές διοργανώσεις:

#### *Ο Virtual Μαραθώνιος της Αθήνας*

Χιλιάδες δρομείς από όλα τα μήκη και πλάτη του πλανήτη έδωσαν δυναμικό παρόν στο Virtual Μαραθώνιο Αθήνας 2020, στέλνοντας μήνυμα νίκης απέναντι σε κάθε αντιξοότητα. Η διοργάνωση, η οποία πραγματοποιήθηκε με εικονική μορφή, έχοντας τον ΟΠΑΠ ως Μεγάλο Χορηγό για ακόμη μια χρονιά, συγκέντρωσε συνολικά 6.700 συμμετοχές από όλο τον κόσμο. Ανάμεσά τους ήταν δρομείς από τις Βερμούδες, το Εκουαδόρ, τη Γουατεμάλα, την Ιορδανία, την Ινδονησία, μέχρι και την Αυστραλία.

Οι συμμετέχοντες, παρότι δεν είχαν τη δυνατότητα να ταξιδέψουν στην Αθήνα για να διανύσουν την κλασική διαδρομή τις αποστάσεις των 5 και 10 χιλιομέτρων, έτρεξαν με ασφάλεια στη τόπο διαμονής τους τις αντίστοιχες αποστάσεις, κατέγραψαν την επίδοσή τους, αφού είχαν επιλέξει την επιθυμητή απόσταση, στην ειδική εφαρμογή "AthensMarathon and Half" και στη συνέχεια απέλαβαν ταχυδρομικά το Μετάλλιο του Virtual Μαραθωνίου Αθήνας 2020.

Ο Virtual Μαραθώνιος της Αθήνας ξεκίνησε στις 8 Νοεμβρίου και ολοκληρώθηκε στις 27 Νοεμβρίου. Οι δρομείς που πήραν μέρος στην εφετινή διοργάνωση προέρχονταν κυρίως από την Ευρώπη, αλλά και από Αμερική, Ασία, Αφρική και Ωκεανία, εκπροσωπώντας συνολικά 57 χώρες. Σύμφωνα με στοιχεία του ΣΕΓΑΣ, το 75% των δρομέων ήταν Έλληνες και το 25% ξένοι συμμετέχοντες. Δύο στους τρεις ξένους δρομείς ήταν Ευρωπαίοι και ένας στους τρεις από άλλες ηπείρους. Το 66% των συμμετεχόντων ήταν άνδρες και το 34% γυναίκες. Το 39% των συμμετεχόντων επέλεξε την απόσταση 5 χιλιομέτρων, το 36% δήλωσε τα 10 χιλιόμετρα, ενώ ένας στους τέσσερις μαραθωνοδρόμους έτρεξε την κλασική διαδρομή των 42.195 μέτρων. Πηγή: (<https://www.capital.gr/market-news/3501244/o-virtual-marathonios-athinas-enose-6-700-dromeis-apo-oli-tin-ufilio>).

*2021 Star Wars Rival Run Weekend Transition:*

Κατά τη διάρκεια αυτής της ασυνήθιστης περιόδου (εξάπλωση της πανδημίας covid-19), οι διοργανωτές αγώνων σε όλο τον κόσμο, δεν σταματούν να διοργανώνουν αθλητικούς αγώνες οι οποίοι προσελκύουν μεγάλο πλήθος ανθρώπων.

Στις 15-18 Απριλίου 2021,πραγματοποιήθηκε ο αγώνας StarWarsRivalRun στην DisneylandParis σε εικονική μορφή (virtual).

Εκτός από το αίσθημα της ικανοποίησης από την ολοκλήρωση του αγώνα, για τον οποίο οι δρομείς έχουν προπονηθεί αρκετά ώστε να καταφέρουν να ολοκληρώσουν με επιτυχία τη συγκεκριμένη απόσταση,κέρδισαν και το αντίστοιχο μετάλλιο μαζί με το τεχνικό μπλουζάκι του αγώνα. (<https://rundisneylandparis.com>).



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9

### ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Ο αθλητικός τουρισμός αποτελεί ένα σύγχρονο φαινόμενο με πολλές προεκτάσεις σε οικονομικό, πολιτιστικό, κοινωνικό και περιβαλλοντικό επίπεδο. Περιλαμβάνει τα ταξίδια που γίνονται τόσο για την παρακολούθηση αθλητικών διοργανώσεων, αλλά και για τη συμμετοχή σε αθλητικές δραστηριότητες. Στην ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού, σημαντικό ρόλο διαδραματίζουν οι αθλητικές εγκαταστάσεις, κατάλληλα διαμορφωμένες ώστε να υποστηρίζουν και να ανταποκρίνονται στις απαιτήσεις των αθλητών και των αθλημάτων. Έτσι, καθίσταται άμεση η ανάγκη ανάδειξης του αθλητικού τουρισμού για τις τοπικές κοινωνίες, με τον εκσυγχρονισμό των υπάρχουσών εγκαταστάσεων αλλά και τη δημιουργία νέων, για την απόκτηση νέων πόρων στις τοπικές κοινωνίες.

Το ερασιτεχνικό τρέξιμο στην Ελλάδα βιώνει μια συνεχόμενη αναπτυξιακή πορεία τα τελευταία χρόνια. Αυτό οφείλεται στην αύξηση των αγώνων τρεξίματος που πραγματοποιούνται κάθε χρόνο στη χώρα και στην επίσης αυξανόμενη πορεία του αριθμού των αθλητικών συλλόγων που δραστηριοποιούνται στο ερασιτεχνικό τρέξιμο. Τα γεγονότα αυτά γίνονται όλο και σημαντικότερα, τόσο για την τοπική, όσο και περιφερειακή οικονομική ανάπτυξη, αλλά και όσον αφορά την αύξηση του βιοτικού επιπέδου των κατοίκων της πόλης. Εκτός από τις υποδομές, μέσω των οποίων οι διοργανώτριες πόλεις ωφελούνται μεσοπρόθεσμα και μακροπρόθεσμα, οι πόλεις αυτές χρησιμοποιούν τα μεγάλα αθλητικά γεγονότα ως ευκαιρία προβολής στον κόσμο και στους πιθανούς μελλοντικούς επισκέπτες/τουρίστες.

Κάθε μεγάλη αθλητική διοργάνωση είναι μοναδική, κάτι που καθιστά δύσκολη την καθιέρωση ενός έγκυρου προτύπου διαχείρισης. Τα μεγάλα αθλητικά γεγονότα προωθούνται πιο συχνά από τα μέσα ενημέρωσης σε παγκόσμιο επίπεδο, λόγω του αντίκτυπου και της συμμετοχής μεγάλου αριθμού αθλητών από όλες τις Ηπείρους. Η συμμετοχή σε αυτού του είδους εκδηλώσεις έχει, εκτός από αθλητική και πολιτιστική διάσταση. Οι τουρίστες έχουν τη δυνατότητα, μέσω της διαμονής τους στην περιοχή υποδοχής να ανακαλύψουν την ιστορία των κατοίκων της και τις πολιτιστικές τους παραδόσεις.

Η διοργάνωση μιας μεγάλης αθλητικής διοργάνωσης χαρακτηρίζεται ως προνόμιο για την πόλη υποδοχής και είναι τιμή για τους διοργανωτές, καθώς η προσοχή του κόσμου

στρέφεται προς την διοργανώτρια πόλη. Παράλληλα, οι συνέπειες στην τοπική κοινωνία από τη διεξαγωγή ενός μεγάλου αθλητικού γεγονότος είναι ποικίλες και μπορούν να αναλυθούν είτε με οικονομικούς όρους, όπως αυτούς του ‘κόστους’ και ‘οφέλους’, ή είναι συνέπειες σχετικές με την εικόνα της πόλης από τη διοργάνωση ή μπορούν να αναλυθούν με όρους περιβαλλοντικούς με συνέπειες στο περιβάλλον.

Πιο συγκεκριμένα, για την Αθήνα, παρατηρούνται πολλές ευκαιρίες τουριστικής ανάπτυξης και βελτίωσης της ποιότητας ζωής των πολιτών, καθώς οι αθλητικές διοργανώσεις είναι πολλές και σημαντικές. Ξεχωρίζει η αναφορά στον Μαραθώνιο, μία διοργάνωση δρομικού αγωνίσματος, που θα μπορούσε να δώσει την ευκαιρία για παράλληλη διοργάνωση πολιτιστικών εκδηλώσεων που θα προσελκύσουν το ενδιαφέρον τουριστών, αλλά και των γηγενών, με σκοπό να αξιοποιηθεί ο πολιτιστικός πλούτος της πόλης, αναδεικνύοντας ταυτόχρονα στοιχεία υψηλής κουλτούρας. Εξάλλου, είναι χαρακτηριστικό ότι η πόλη της Αθήνας, κατά τη διάρκεια της διεξαγωγής του κλασικού Μαραθωνίου μπορεί εξωτερικεύσει μια θετική εικόνα με την ενίσχυση της ελληνικής φιλοξενίας, όπως είχε γίνει και το 2004 με τη διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων.

Παράλληλα, η διοργάνωση δρομικών αγωνισμάτων σε μία πόλη, όπως η Αθήνα, συμβάλλει στην ανάπτυξη και στη βελτίωση των υποδομών. Αθλητικές εγκαταστάσεις εκσυγχρονίζονται, κατασκευάζονται νέες και σε πολλές περιπτώσεις, γίνεται προσπάθεια σύνδεσης τους με αρχαιολογικούς χώρους για την ανάδειξη τους. Χαρακτηριστική περίπτωση είναι ο τερματισμός του κλασικού Μαραθωνίου στο Καλλιμάρμαρο στάδιο της Αθήνας. Με τον τρόπο αυτό, επιτυγχάνεται η αναβάθμιση και η προβολή των μνημείων και στοιχείων πολιτισμού, προωθώντας την τουριστική ανάπτυξη της χώρας. Επίσης, συνακόλουθη είναι και η ανάπτυξη άλλων υποδομών, απαραίτητων για την επιτυχημένη διοργάνωση εκδηλώσεων, όπως οι μεταφορές, οι αναπλάσεις δρόμων και πλατειών και η ανακαίνιση κτιρίων. Όλα τα παραπάνω εξωραΐζουν την εικόνα της πόλης και δημιουργούν τις κατάλληλες συνθήκες που θα προσελκύσουν το ενδιαφέρον των τουριστών.

Είναι σαφές ότι οι διοργανώσεις των δρομικών αγωνισμάτων δεν μπορούν από μόνες τους να συμβάλλουν στην τουριστική ανάπτυξη. Εξάλλου, κρίνεται απαραίτητο να γίνονται οι απαραίτητες έρευνες (και αγοράς) αναφορικά με τον αθλητικό τουρισμό, έτσι ώστε να υπάρχει συνεργασία όλων των αρμόδιων φορέων, δημόσιων και ιδιωτικών, προκειμένου να αναπτυχθεί και να ευημερήσει η τοπική οικονομία.

Ο αθλητισμός αυξάνεται συνεχώς και όλο και περισσότερες πόλεις/χώρες επιδιώκουν στην ανάληψη της διεξαγωγής αθλητικών διοργανώσεων, διότι μέσω αυτών επιτυγχάνεται η αναζωογόνησή τους. Επίσης, οι αθλητικές διοργανώσεις προσελκύουν πλήθος τουριστών προς την πόλη υποδοχής, γεγονός το οποίο προσδίδει πολλά ακόμα οφέλη πέραν των τουριστικών, όπως χρηματικά, κοινωνικά και άλλα.

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1

### ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΙΣ

- 1) **Μαρία Πολύζου**, κορυφαία Ελληνίδα μαραθωνοδρόμος. Κάτοχος Πανελληνίου ρεκόρ Μαραθωνίου Δρόμου και Αυθεντικής Διαδρομής. Η πρώτη Ελληνίδα που έτρεξε μαραθώνιο σε Ολυμπιακούς Αγώνες και αναβίωσε τον Φειδιππίδειο άθλο, στους Νίκο Αρμένη και Αντώνη Κίρικο [Ραδιόφωνο, 104.9, 17/10/2020].

*-Πως μπήκε το «μικρόβιο» του αθλητισμού μέσα σου, σε μια εποχή που δεν ήταν διαδεδομένο το τρέξιμο και ο μαραθώνιος;*

Το 1982 σε βαθμολογία γυμναστή μου, είχα 13 στο τρίμηνο. Αποφάσισα να ξεκινήσω γυμναστική στο στάδιο, ώστε να βελτιωθώ και να ανεβάσω τον βαθμό στο επόμενο τρίμηνο.

Μετά την δεύτερη, τρίτη, προπόνηση, άρχισα να νιώθω πολύ καλά με το τρέξιμο. Ακόμα θυμάμαι την αίσθηση της ελευθερίας, της χαράς και της καλής διάθεσης που είχα. Τελικά όμως είχε γίνει τυπογραφικό λάθος και το 13 της βαθμολογίας, ήταν 19. Αν δεν γινόταν αυτό, δεν θα γεννιόταν το πείσμα μου για τα τρέξιμο. Ξεκίνησα να τρέχω και να προπονούμαι με ό, τι εξοπλισμό είχα. Ο προπονητής μου με έβαλε στον πρώτο μου αγώνα σε αγώνα ανώμαλου δρόμου και βγήκα 5<sup>η</sup> στην περιφέρεια. Αργότερα έτρεξα και έναν σχολικό αγώνα τον οποίο κέρδισα.

Το 1984 είδα στην τηλεόραση τους Ολυμπιακούς Αγώνες του Λος Άντζελες. Ήταν η πρώτη φορά που έλαβαν μέρος και οι γυναίκες. Βλέποντας τον δύσκολο και επίπονο τερματισμό της Gabriela Andersen - Schiess, αποφάσισα πως ήθελα να το κάνω. Ήθελα να τρέξω μαραθώνιο. Στα 5 μου έτη, αποφάσισα να πάω στο στάδιο, να δω πόσα χιλιόμετρα άντεχα να τρέξω. Κατάφερα να ολοκληρώσω 25 χιλιόμετρα. Στα 17 μου, κατάφερα να κάνω ολοκληρωμένο μαραθώνιο. Δεν μπορούσα να τρέχω εντός σταδίου μόνο. Ήθελα να τρέχω πολύ και εκτός ορίων σταδίου. Ήθελα να τρέχω μαραθώνιο, κι ως είχα καλές επιδόσεις σε δρόμους 5 και 10 χιλιομέτρων. Στα 19 μου χρόνια, το 1988 έκανα Πανελλήνιο ρεκόρ μαραθωνίου στο Αγρίνιο, με χρόνο 02:44:49.

Για μένα ο μαραθώνιος είναι προσωπικό αγώνισμα. Μια προσωπική μάχη με τον εαυτό μου. Μια μάχη να κερδίσεις το μυαλό. Μια μάχη να κερδίσεις την προπόνηση. Μια μάχη να είσαι καλά. Μπορεί να έτρεχα με κόσμο γύρω μου, αλλά κυρίως κοιτούσα μέσα μου.

*Πως κρατιέται ζωντανό το αθλητικό αίσθημα από τους αθλητές, στην περίοδο του covid, που προετοιμάζονται και πειθαρχούν χωρίς να υπάρχουν διαθέσιμοι αγώνες;*

Ναι μεν δεν έχουμε αγώνες, αλλά οι καινούριοι στόχοι βοηθούν. Ο μαραθωνοδρόμος και ο κάθε δρομέας κτίζεται. Δεν σταματάει και τρέχει ξαφνικά μια διαδρομή με επίδοση. Κτίζεται με τα χιλιόμετρα. Όσον αφορά τις επιδόσεις, μιλάμε για καθημερινό χτίσιμο. Όλοι οι δρομείς πρέπει να σκεφτούν «Γιατί τρέχω;» και «Ποιος είναι ο στόχος μου;». π.χ.: να έχω υγεία. Να περνάω καλά καθώς τρέχω. Να έχω ευεξία. Τα οφέλη που έχει η άσκηση στη ζωή μου και στην καθημερινότητά μου. Μετά από αυτά έρχεται η επίδοση, τα ρεκόρ, οι αγώνες. Χρειάζεται υπομονή. Όλα έρχονται με την υπομονή. Οι virtual αγώνες, όπως αυτός των Αθηνών, μας κρατούν ζωντανούς. Στηρίζουμε τους διοργανωτές, τους εθελοντές και όλους τους ανθρώπους οι οποίοι βοηθούσαν στην διοργάνωση κάθε αγώνα, οι οποίοι ήταν δίπλα μας τόσα χρόνια και μας προσέφεραν τους αγώνες και το θέαμα.

Το εικονικό βέβαια δεν είναι καλύτερο από το πραγματικό, ούτε οι επιδόσεις, καθώς δεν θα υπάρχει η υποστήριξη από τους θεατές οι οποίοι ζητωκραυγάζουν και ενθαρρύνουν τους δρομείς.

Το 1985 μπήκε για πρώτη φορά αγώνας σε άσφαλτο με διαδρομή 15 χιλιομέτρων, ενώ το αγώνισμα του ημιμαραθωνίου μπήκε στο πρόγραμμα περίπου το 1990.

Τότε έτρεχαν 4-6 γυναίκες συνολικά. Τώρα χαίρομαι με τις αμέτρητες συμμετοχές και με την ανάπτυξη γενικότερα του δρομικού κινήματος.

Ήταν αναμενόμενο το γνωστό τώρα 'runningboom' το οποίο έγινε έντονο τα τελευταία δέκα χρόνια.

Σε όλο αυτό βοήθησε ο αυθεντικός μαραθώνιος Αθηνών, καθώς αποτέλεσε επιρροή λόγω της υψηλής οργάνωσης του αθλητικού γεγονότος. Βλέποντας την απήχηση και την μεγάλη ανάγκη των ανθρώπων για αγώνες, ξεκίνησαν και άλλες πόλεις της χώρας μας, έχοντας ως παράδειγμα, τον πετυχημένο μαραθώνιο της Αθήνας. Πάντα ονειρευόμουν μια μεγάλη διοργάνωση μαραθωνίου, όπως για παράδειγμα της Βοστώνης όπου και έτρεξα το 1998, της Βουδαπέστης, το 1993 ή του Βερολίνου.

Από την άλλη, στην Ελλάδα πραγματοποιούνταν μαραθώνιοι με 800 άτομα περίπου.

Οι δρομείς έτρεχαν μαζί με τα αυτοκίνητα. Είχε παραχωρηθεί η μικρή λωρίδα για τους 500-600 δρομείς του αγώνα. Ο Μαραθώνιος ήταν Κλασσικός, αργότερα έγινε Αυθεντικός. Υπήρχε άλλη νοοτροπία. Έχουν αλλάξει τα πράγματα από τότε. Υπάρχει πλέον σεβασμός προς τον κάθε δρομέα

*-Πόσα χιλιόμετρα διένυες κάθε μήνα;*

Έκανα 210 χιλιόμετρα την εβδομάδα. Τα περισσότερα έκανα στην Ανατολική Γερμανία, 238 χιλιόμετρα σε μια εβδομάδα.

*-Υπάρχουν σχολές μαραθωνοδρόμων;*

Υπάρχουν στην Κένυα, Αιθιοπία, Ολλανδία, Γερμανία και Αμερική.

Σχολές οι οποίες έχουν βγάλει διάφορα προπονητικά μοντέλα.

Οι επιδόσεις είναι αποτέλεσμα χρόνου από ανθρώπους που έχουν προϋπηρεσία.

*-Πιστεύεις ότι το δρομικό κίνημα είναι μόδα και θα σταματήσει;*

Το δρομικό κίνημα στην Ελλάδα και στον κόσμο θα αυξάνεται συνεχώς γιατί το όφελος του αθλούμενου είναι τεράστιο. Τον επηρεάζει θετικά στον ψυχικό, σωματικό και πνευματικό επίπεδο. Είναι κάτι που νιώθει ο κάθε δρομέας σε κάθε του προπόνηση και δεν πρόκειται να εγκαταλείψει το τρέξιμο ποτέ. Στην Ελλάδα τρέχουν συνέχεια άνθρωποι.

*-Πώς αποφάσισες να ασχοληθείς με την προπονητική και τη δημιουργία της ομάδας MarathonTeamGreeceByMariaPolyzou;*

Ήρθε ως επακόλουθο μιας μεγάλης πορείας μου στον Μαραθώνιο. Έτσι λοιπόν αποφάσισα να μοιράσω τις γνώσεις μου και να υποστηρίξω προπονητικά τους ανθρώπους να βιώσουν τον προσωπικό τους άθλο.

Η MarathonTeamGreece έχει 100+ δρομείς αυτή τη στιγμή όπου ο κάθε ένας ακολουθεί το δικό του πρόγραμμα βασισμένο πάνω στο δικό του στόχο.

Πιστεύω ότι αν κάποιος καταφέρει να τερματίσει έστω ένα Μαραθώνιο στη ζωή του, θα έχει καταφέρει κάτι μοναδικό και θα έχει γνωρίσει ένα κομμάτι του εαυτού του που ποτέ δεν είχε φανταστεί ότι είχε μέσα του.

Στον Μαραθώνιο ουσιαστικά ανακαλύπτεις από τι είσαι πλασμένος και πολλοί από αυτούς τους δρομείς λένε πως έχει αλλάξει η ζωή τους μετά από τον τερματισμό ενός Μαραθωνίου δρόμου. Με τον Μαραθώνιο ξαναγεννιέσαι σε μια άλλη κατάσταση. Όσο συνεχίζεις και τρέχεις θα βλέπεις ότι υπάρχουν τεράστια περιθώρια βελτίωσης όχι μόνο σε σωματικό επίπεδο, αλλά μεταφέρονται και στην ίδια σου ζωή. Απλά προβλήματα της καθημερινότητας ξεπερνιούνται πιο εύκολα ή τα θεωρούμε πλέον αμελητέα. Εκτός αυτού, η υγεία βελτιώνεται προς όφελος του ανθρώπου.

*-Πού πιστεύεις ότι οφείλεται η στασιμότητα στις μεσαίες και μεγάλες αποστάσεις στην Ελλάδα;*

Η προσπάθεια που γίνεται από πολλά παιδιά είναι εκπληκτική, αλλά δυστυχώς δεν υπάρχει βοήθεια και στήριξη. Επίσης πιστεύω ότι λείπει το πάθος.

Το δρομικό κίνημα θα βοηθήσει πιστεύεις στην προσέλκυση νέων ταλέντων;

Από τα σχολεία θα πρέπει να γίνει η προσέλκυση ταλέντων. Δεν θα βρεθούν από το δρομικό κίνημα τα νέα παιδιά. Για να γίνει κάποιος πρωταθλητής θα πρέπει ο προπονητής να έχει πολλές γνώσεις και η ομοσπονδία να βοηθά με τα αντίστοιχα προνόμια. Σήμερα, η Γενική Γραμματεία Αθλητισμού, δεν βοηθάει καθώς χρειάζονται οικονομικοί πόροι για να γίνουν διαφορετικά προγράμματα που να ανταποκρίνονται στις διαφορετικές ανάγκες κάθε πρωταθλητή.

*-Τι σημαίνει για σένα το τρέξιμο και η προπονητική;*

Το τρέξιμο είναι ψυχοθεραπεία στους σημερινούς έντονους και απαιτητικούς ρυθμούς της ζωής και η συμμετοχή και ο τερματισμός σε έναν Μαραθώνιο ανεβάζει τον άνθρωπο σε άλλο επίπεδο γιατί στην ουσία ξεπερνά τον εαυτό του και τα όριά του.

Ο αθλητισμός είναι μια προσφορά στην κοινωνία και στον συνάνθρωπό μας κι έτσι πρέπει να είναι και η καθημερινή μας ζωή.

2) **Κώστας Παναγόπουλος**, πρόεδρος ΣΕΓΑΣ [Έντυπο προβολής Μαραθωνίου Αθήνας, 03/09/2018]

*-Πείτε μας λίγα λόγια για το δρομικό κίνημα και την ανάπτυξή του στη χώρα μας.*

Το δρομικό κίνημα που στην Ελλάδα δημιουργήθηκε και αναπτύχθηκε από τους Συλλόγους Δρομέων, απέκτησε εντυπωσιακή δυναμική την τελευταία δεκαετία και θεωρώ ότι ακριβώς αυτό συνιστά μια πολύ θετική συνεισφορά του Μαραθωνίου της Αθήνας και του ΣΕΓΑΣ στην ελληνική κοινωνία.

Η ανάπτυξη του Αυθεντικού Μαραθωνίου, η διοργάνωση του Ημιμαραθωνίου της Αθήνας αλλά και των αγώνων της σειράς RunGreece, έδωσαν την αφορμή σε δεκάδες χιλιάδες Ελληνίδες και Έλληνες να βάλουν το τρέξιμο στην ζωή τους.

Οι αριθμοί είναι εντυπωσιακοί. Οι 4.300 συμμετοχές στους αγώνες του Μαραθωνίου Αθήνας το 2005, έφτασαν πάνω από τις 50.000 το 2017, ενώ οι περίπου 20.000

συμπατριώτες μας που δήλωναν συμμετοχές το 2006, έχουν φτάσει σήμερα τις περίπου 250.000.

*-Πώς συνεισφέρει στην κοινωνία ο Αυθεντικός Μαραθώνιος;*

Η συνεισφορά του Αυθεντικού Μαραθωνίου στην κοινωνία, αλλά και στην εικόνα και την προβολή της Ελλάδας, είναι ιδιαίτερος σημαντική.

Μέσω της επικοινωνιακής στρατηγικής του ΣΕΓΑΣ γίνεται παγκοσμίως γνωστή η σύνδεση του Μαραθωνίου δρόμου με την, ιστορικής σημασίας, μάχη του Μαραθώνα, ενώ μέσω της προσέλκυσης όλο και μεγαλύτερου αριθμού ξένων δρομέων, προβάλλεται μια ιδιαίτερος θετική εικόνα της Ελλάδας.

Την ίδια στιγμή, η παρουσία όλων αυτών των ξένων δρομέων, μαζί με εκείνη των χιλιάδων Ελλήνων δρομέων, ενισχύει σημαντικά την τοπική αγορά και την οικονομία. Θετική συνεισφορά συνιστούν τόσο το περιβαλλοντικό όσο και το εθελοντικό πρόγραμμα του αγώνα, ενώ το πρόγραμμα κοινωνικής ευθύνης του Μαραθωνίου της Αθήνας, οδηγεί στη συγκέντρωση πολύ σημαντικών ποσών (πάνω από 3,5 εκατομμύρια ευρώ το 2017), τα οποία κατευθύνονται σε δομές, φορείς και οργανώσεις που στηρίζουν συνανθρώπους μας που έχουν ανάγκη.



- 2) **Κώστας Παλάντζας**, πρόεδρος του Συλλόγου Δρομέων Υγείας Βόλου (ΣΔΥ-Β), συντάκτης ιστοσελίδας δρομικού κινήματος [runningnews](#), στην Δήμητρα Γιαταγάνα, [29/09/2020]

*Ποια είναι η ισχύουσα κατάσταση στο Δ.Κ.;*

Στο εξωτερικό έχει αναπτυχθεί αρκετές δεκαετίες πριν με μεγάλη μαζικότητα.

Στην Ελλάδα ήταν σχετικά χαμηλή η κατάσταση, αλλά ιδίως τα τελευταία χρόνια έχει αναβαθμιστεί σε πολύ μεγάλο βαθμό και συνεχίζει αυξητικά.



*Τι μπορεί να προσφέρει το Δ.Κ στον τομέα του τουρισμού; Πόσοι στην Ελλάδα ταξιδεύουν σε άλλες πόλεις στο πλαίσιο του ΔΚ για να συμμετάσχουν σε αγώνες ή συνοδεύοντάς τους;*

Είναι πενταψήφιος ο αριθμός των αθλούμενων και των δρομέων και πολλοί από αυτούς ταξιδεύουν με τις οικογένειές τους, με τα παιδιά τους, οπότε και ο αριθμός τριπλασιάζεται ακόμα για πολλούς από αυτούς. Λίγοι είναι αυτοί που πηγαίνουν μόνοι τους.

*Πόσες μετακινήσεις και πόσες διανυκτερεύσεις γίνονται το χρόνο στο πλαίσιο του ΔΚ;*

Όσοι βρίσκονται / μένουν σε κοντινή περιοχή, συνήθως κάνουν μια διανυκτέρευση . Αν η περιοχή δεν είναι πολύ τουριστική, μπορούν να πάνε και αυθημερόν. Οι συχνοί ταξιδιώτες / δρομείς ταξιδεύουν γύρω στα 30 φορές τον χρόνο για να πάνε σε αθλητικές διοργανώσεις, ενώ άλλοι ταξιδεύουν μια φορά τον μήνα.

*Οι συνολικές ελληνικές μετακινήσεις στο πλαίσιο του Δ.Κ.;*

10.000 (δέκα χιλιάδες)αθλούμενοι και δρομείς που κάνουν από 10 έως 30 μετακινήσεις, εκ των οποίων οι περισσότεροι από τους μισούς ταξιδεύουν οικογενειακά. Τα δεδομένα αυτά βέβαια ίσχυαν προ Covid - τώρα όλοι οι αγώνες και οι μετακινήσεις έχουν εμφανίσει μείωση πάνω από 90%. Ελπίζουμε αυτό να μην κρατήσει για πολύ ακόμη.

*Προτάσεις οι οποίες μπορούν να κατευθύνουν το ΔΚ ή να αξιοποιηθεί το ΔΚ από τον τουρισμό;*

Είναι πολλές πόλεις οι οποίες κάνουν καλή δουλειά για παράδειγμα τα Ιωάννινα, στα οποία όταν πρωτοξεκίνησε ο αγώνας (φέτος, το 2020, η 14η χρονιά), τα δύο-τρία πρώτα χρόνια, πρόσφερε μέχρι και διαμονή σε ξενοδοχείο σε όλους δωρεάν. Στη συνέχεια αυξήθηκαν πολύ οι συμμετοχές και ήταν αδύνατον να μπορέσει η διοργάνωση να προσφέρει στους συμμετέχοντες εκπώσεις. Αποδείχτηκε και φέτος ο ζήλος των διοργανωτών και η μεγάλη επιθυμία τους να πραγματοποιηθεί ο αγώνας. Έκαναν το πάν για τη διεξαγωγή του και, συμφωνήθηκε, με τις πιο αυστηρές προϋποθέσεις υγειονομικής ασφάλειας. Ενώ σε άλλες πόλεις τα πράγματα ήταν πολύ δύσκολα. Επίσης, σύμφωνα με στοιχεία, οι μετρήσεις για τον ιό πριν και μετά τον αγώνα δεν εμφάνισαν αύξηση. Τα Ιωάννινα αποτελούν πόλη παράδειγμα προς μίμηση και μακάρι να μπόρεσαν κι άλλες πόλεις τη μιμηθούν. Η πόλη στηρίζει και συμμετέχει στο δρομικό

γεγονός, διότι δεν υπήρξε καμία διαμαρτυρία εξαιτίας του κλεισίματος 30 χιλιομέτρων δρόμου και επιπλέον άλλα 10 χιλιόμετρα της επόμενης ημέρας που γίνεται η διεξαγωγή των αγώνων μικρότερων αποστάσεων.

Θα μπορούσαν κι άλλες πόλεις να δείξουν το ίδιο ενδιαφέρον, παρακινώντας τους πολίτες και να δώσουν κίνητρο στους αθλητές. Τα Ιωάννινα αποτελούν σταθμό για δρομείς καθώς ο αγώνας της Λίμνης είναι πλέον δημοφιλής. Αν κάποια άλλη πόλη είχε πρότυπο τα Ιωάννινα, θα είχε την ίδια ανταπόκριση από τον κόσμο. Έτσι και στην πόλη μας ο αγώνας του Απριλίου, ο Ημιμαραθώνιος Βόλου, πηγαίνει καλά στον τομέα αυτό, καθώς μας επισκέπτονται από πολλά μέρη της Ελλάδας, από τα νησιά αλλά και την Κύπρο (50 άτομα ήρθαν δύο φορές, το 2017 και το 2019, από την Κύπρο).

*Ποια θετικά στοιχεία έχετε αποκομίσει μέσω της ενασχόλησής σας με τον σύλλογο προσωπικά και τι προσφέρει το ΔΚ στους αθλούμενους;*

Γίνεται τρόπος ζωής για την πλειοψηφία των αθλούμενων. Δηλαδή, η ζωή τους προσαρμόζεται, με την καλή έννοια, πάνω σε αυτό. Η ψυχολογία τους βελτιώνεται πάρα πολύ, η φυσική τους κατάσταση, η υγεία τους, ακόμη και όταν κρυολογήσουν έχουν καλύτερη αντιμετώπιση λόγω του πιο δυνατού ανοσοποιητικού τους, για παράδειγμα, και δίνουν σε άτομα τα οποία δεν ασχολούνται με το τρέξιμο, το κίνητρο να ασχοληθούν. Βλέποντας για παράδειγμα κάποιος τον φίλο του να έχει αδυνατίσει, να είναι πιο χαρούμενος κλπ., θα ξεκινήσει και αυτός αργά η γρήγορα να κάνει το ίδιο.

*Ποια η γνώμη σας για το ΔΚ, το οποίο σε άλλες χώρες είναι αρκετά πιο ανεπτυγμένο;*

Στη χώρα μας διαπιστώνουμε την εξέλιξη που υπάρχει στο ΔΚ και από παράπλευρα πράγματα, όπως για παράδειγμα την υποδοχή που έτυχε η δρομέας Μαρί Λοκί που ήρθε από τη Γαλλία. Σε όλες τις πόλεις της Ελλάδας που πέρασε την υποδέχτηκαν οι Σύλλογοι Δρομέων, τη συνόδεψαν και αθλητές είτε μεμονωμένα, είτε ομαδικά, είτε σε κάποια χιλιόμετρα. είτε στα 40 χιλιόμετρα που έτρεχε κάθε μέρα. Στο τέλος, πριν φύγει από την Ελλάδα, έγραψε και ένα ευχαριστήριο σχετικά με την αντιμετώπιση που έλαβε στη χώρα μας, ενώ αργότερα που έφτασε στη Βουλγαρία κανείς δεν έτρεξε μαζί της. Δεν υπάρχει δηλαδή εκεί ενδιαφέρον.

*Σε κάποια χώρα που να είναι ανεπτυγμένο το ΔΚ, το οποίο να έχει φέρει άνοδο τουρισμού;*

Ιταλία, Ισπανία, Μ. Βρετανία έχουν αρκετή ανάπτυξη στον δρομικό τουρισμό. Και που δεχόταν ήδη αυξημένα τουριστικά ρεύματα αλλά αυξήθηκαν περισσότερο. Δέχονται δρομείς για να συμμετέχουν σε αθλητικές διοργανώσεις (π.χ. Μαραθώνιοι Βερολίνου, Λονδίνου).

Πολλές ευρωπαϊκές πόλεις έχουν σε μεγάλο βαθμό οργανωμένους τους τοπικούς αγώνες/μαραθωνίους της πόλης τους. Έχουν εντάξει τον μαραθώνιο πόλης τους στους IAAF (International Amateur Athletic Federation) και στην AIMS (Association of International Marathons and Distance Races), βρίσκονται στο περιοδικό της AIMS, πράγμα που αποτελεί μεγάλη διαφήμιση.

Κάποιες πόλεις στη διεξαγωγή ενός αγώνα ό, τι αποφασίσει η διοργάνωση το υλοποιούν π.χ. στην Αθήνα, δεν ισχυρίζονται πως κάτι είναι αδύνατο να πραγματοποιηθεί. Αν αποφασιστεί πραγματοποιείται. Ενώ, στον Βόλο, δύσκολο θεωρείται και ο καθορισμός της διαδρομής καθώς υπάρχουν διαφωνίες στην εύρεση 21 χλμ. Σημαντικό είναι να περνάει η διαδρομή από τα τοπόσημα, με σκοπό την ανάδειξη της πόλης.

- 2) **Γρηγόρης Σκουλαρίκης**, διευθυντής/αρχισυντάκτης της ιστοσελίδας δρομικού κινήματος [runningnews](#), στους Σταύρο Παπαδόπουλο και τον Κώστα Πατερόπουλο [ΘράκηNet, 08/02/2021].

Ο Γ.Σ. αναφέρει ότι το Δρομικό Κίνημα έχει τονωθεί τα τελευταία χρόνια. Οι συνθήκες είναι αυτές οι οποίες παρακινούν τους ανθρώπους να τρέξουν. Αποζητούν τον αθλητισμό. Ο τρόπος ζωής πλέον των ανθρώπων έχει αλλάξει. Η άθληση του λαού ξεκινά για την αναψυχή του, χωρίς να κάνουμε αναφορά για πρωταθλητισμό ή αγωνιστικό αθλητισμό.

Σιγά –σιγά με την ενασχόλησή του ανακαλύπτει τον εαυτό του, βάζει στόχους και δοκιμάζει τις δυνάμεις του.

Σ.Π.: *Σε ποια χρονική στιγμή πιστεύεις ότι αναπτύχθηκε στην ελληνική κοινωνία το Δρομικό Κίνημα; Τι έκανε το μεγάλο «μπαμ»;*

Γ.Σ.: ιστορικά υπήρξαν δυο πολύ σημαντικά στοιχεία τα οποία συνέλαβαν στην ανάδειξη του Δρομικού Κινήματος. Το πρώτο ήταν οι Ολυμπιακοί Αγώνες, οι οποίοι δεν είχαν σχέση με το δρομικό κίνημα αγωνιστικά, όμως τόνωσαν (οι Ο.Α.) σημαντικά το αίσθημα του εθελοντισμού και της κοινωνικής συμμετοχής. Δεν ενέπνευσε μια γενιά

πρωταθλητών, αλλά μια γενιά στο να συμμετέχει κανείς σε αθλητικές εκδηλώσεις, είτε ως θεατής είτε ως αθλούμενος.

Στη χρονική αυτή στιγμή έγινε το πρώτο «μπαμ» με τη διεξαγωγή του ολυμπιακού μαραθωνίου το 2004, που υπήρξε μια άνοδος συμμετοχών και από το εξωτερικό. Γεγονός το οποίο τόνωσε το ηθικό των Ελλήνων δρομέων οι οποίοι είδαν ότι ο μαραθώνιος δεν είναι ένα άθλημα στο οποίο συμμετέχουν μόνο πρωταθλητές, αλλά μπορούν λάβουν μέρος και ερασιτέχνες. Την ίδια χρονιά αναπτύχθηκε ο κλάδος της επικοινωνίας. Η ιστοσελίδα RunningNews ένωσε επικοινωνιακά όλους τους δρομείς στο διαδίκτυο. Το 2005 εκδόθηκε το πρώτο αθλητικό περιοδικό για το τρέξιμο με τίτλο “Runner” και έτσι όλοι οι ενδιαφερόμενοι δρομείς μπορούσαν να ενημερώνονται για το τρέξιμο. Ο σκοπός ο οποίος μας παρακινεί να βγούμε για τρέξιμο είναι η αυτοβελτίωση, το να αισθανόμαστε καλύτερα.

*Σ.Π.: Ποια είναι τα επόμενα βήματα του Δρομικού Κινήματος;*

*Γ.Σ.:* Για να κάνει το μεγάλο βήμα το δρομικό κίνημα, πρέπει αρχικά να επικεντρωθεί στην άμυνα με την πανδημία ώστε να συντηρήσουμε αυτά που ήδη έχουμε. Να κρατήσουμε να κρατήσουμε τον κόσμο ενεργό, ενωμένο στο όραμά μας ότι θα ξεπεράσουμε τις δυσκολίες της πανδημίας.

## **ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ:**

### **Ελληνόγλωσση**

Αλμπανίδης, Ε., (2004). *Ιστορία της Άθλησης στον Αρχαίο Ελληνικό Κόσμο*. Εκδοτικός Οργανισμός Λιβάνη.

Γιαλούρης, Ν., (2001). *Οι Αρχαίοι Ολυμπιακοί Αγώνες και η συμβουλή του στη διαμόρφωση της Ελληνικής Παιδείας*.

Γιαννόπουλος Κ. (2002) *Αθλητική Χορηγία* (σελ.11) Αθήνα:Αθλότυπο

Γκιόσος Ι., Παπαδημητρίου Δ. και Συναδινός Π., (2000). *Μεγάλες διοργανώσεις: Η περίπτωση των Ολυμπιακών Αγώνων*. ΕΑΠ, Πάτρα.

Γκουτζιούπας Γ., (2006). *Αθλητικός Τουρισμός: Τουρισμός, δεδομένα και ζητούμενα στην Ελληνική πραγματικότητα*.

Γκουτζιούπας Γ., (2008). *Το αθλητικό ελληνικό προϊόν*.

Γλαβιανού Δ., (2018). *Δημιουργία πολιτιστικών εργαλείων για την προώθηση του brand «ΜΑΡΑΘΩΝΑΣ» μέσω του Αυθεντικού Μαραθωνίου*.

Διαμαντέα Π., (2017). *Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και Ερασιτεχνικός Αθλητισμός*. Α.Ε.Ι. Πειραιά Τ.Τ. Τμήμα Λογιστικής & Χρηματοοικονομικής.

Καρλής Γ., (2000). *Ελεύθερος χρόνος, αναψυχή και αθλητισμός: Έννοιες και διοίκηση*. ΑΘΙΝΕΕ.

Κέλλης, Ε. (2015). *Βάδιση και τρέξιμο*. Αθλητική Βιομηχανική

Κοκκώσης Χ., Τσάρτας Π. και Γκρίμπα Ελ., (2011/2019). *Ειδικές & Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού*.

Κουρελά Χ.Ι., (2003). *Οι Ολυμπιακοί Αγώνες: από την Αθήνα του 1896 στην Αθήνα του 2004*, Αθήνα: Παπαζήσης.

Μπουτεράκος, Ν. (2020) *Διοργάνωση και σκοπιμότητα μεγάλων αθλητικών διοργανώσεων. Μελέτη περίπτωσης*. Αυθεντικός Μαραθώνιος Αθηνών Πανεπιστήμιο Αιγαίου. Διατμηματικό Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών: Σχεδιασμός Διοίκηση και Πολιτική του Τουρισμού.

Πατσίνης Κ. και Υφαντίδου Γ., (2015). *Η ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού*. Αθήνα.

Σφακιανάκης Μ., (2000) *Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού*. Αθήνα: Έλλην.

Πετρίδης, Α. και Μπατρακούλης, Α. (2013). «Το δρομικό κίνημα στην Ελλάδα: Διερευνώντας το προφίλ των σύγχρονων μαραθωνοδρόμων». *Ελληνικό Περιοδικό Διοίκησης Αθλητισμού & Αναψυχής*, 10 (2), 43 – 54.

Πολιζοΐδου Ε., (2019) *Η συμβολή του Δρομικού Κινήματος στην Ελλάδα*. Εφημερίδα “ThePresident”.

### **Ξενόγλωσση:**

Asimakopoulos M., Irwin K. and Richard L., (1992) *An approach to the evaluation and selection of sport sponsorship proposals*. Sport Marketing.

Belias D., (2017). *Greece as Sports Tourism Destination*.

Bitner, M.J., (1992). “The impact of physical surroundings on customers and employees”. *Journal of Marketing*. Vol. 56, pp. 57-71.

Borovcanin D., Cuk I., Lesjak M. and Juvan E., (2020) “The importance of sport event on Hotel Performance of Restarting Tourism after covid-19”. *Journal of Marketing*. Vol. 10, Issue 4, p.90.

Buhalis D., (2001). “Tourism in Greece: Strategic analysis and challenges”. *Journal of Marketing*. Vol.4, Issue5, pp. 440-480.

Burrfoot A., (2007). *The history of the Marathon 1976-2006*. *Runners’ World Magazine*, Emmaus, Pennsylvania, USA.

Byon K. και Baker T., (2014). Intergrating event image satisfaction and behavioral intention: small scale marathon event. *Sport Marketing Quarterly*

Cejka N., Rust, Capers, Romouald. Onywera, Vincent, Rosemann, Knechtle T., Beat (2014): “Participation and performance trends in 100km ultra-marathons worldwide”. *Journal of Sports Sciences*. Vol. 32, Issue 4, pp. 354-366.

Cohen, L., Manion, L. and Morrison, K. (2002). *Research methods in education*. London: Routledge.

Costa G., Glinia E., (2004) ‘Sport Tourism in Greece’. *Journal of Marketing*. Vol.9, Issue 3. Pp. 283-286.

Crawford D., Jackson E. and Godbey G., (1991) "An hierarchical model of leisure constraint". *Journal of Marketing*. Vol. 13, Issue 4, pp. 309-320.

Crompton J.L., (1995) "Economic impact analysis of sport facilities and events". *Journal of Marketing*. Vol. 130, Issue 6.

Dimanche F., (2003) *The role of sport events in destination marketing*.

Dongfeng Liu (2006) 'Social impact of major sports event perceived by host community'. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*. Vol. 17, Issue 1, pp. 78-91.

Donnelly, P., (1996) 'The local and the global Globalization in the sociology of sport'. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*. Vol. 20, Issues 3, pp. 239-257.

Felipe Campello Xavier da Costa και Scaletsky C., (2013) "Road Running as a Designed Experience, *Design Philosophy Papers*". Vol. 11. Issue 1 pp 51-54.

Frechtling, DC. και Horvath, E., (2016) "Estimating the multiplier effects of Tourism Expenditures on a local Economy through a Regional Input-Output". *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*. Vol. 37, Issue 4, pp. 324-332.

Gammon, S., και Robinson, T., (2003) "Sport and Tourism: A conceptual framework". *Journal of Marketing*. Vol. 8, pp. 21-26.

Gibson H., (1998a.) "Active sport tourism: Who participates?" *Leisure Studies*. Vol. 17, pp. 155-70.

Gibson H., (2003) 'Sport Tourism: An introduction to the special issue' *Journal of Sport Management*. Vol. 17, pp. 205-213.

Gkountoulas K., (2017) *Communication strategies of selected Greek running events, digital environment and sports tourism*. Aristotle University of Thessaloniki.

Gratton C., Shibli S., Coleman R., (2010) "Sport and Economic Regeneration incities". *Urban Studies* Vol. 42, Issue 5-6, pp. 985-999.

Hallmann K. και Breuer C., (2011) "International Journal of Event and Festival Management". *Journal of Marketing*. Vol. 2, No3, pp. 218-244.

Han, K. (2007) *Motivation and Commitment of volunteers in a Marathon Running Event*. Florida University.

Harper W.A., (2006) “The New Marathon” *The Official Journal of the Religious Education Association*. Vol.27. Issue 9, pp. 834-839.

Herstein Ram και Ron Berger (2013) ‘Much more than sports: Sports events as stimuli for city re-branding’. *Journal of Marketing*. Vol. 34, No2, pp. 38-44.

Hinch T. και Higham J., (2005) ‘Sports Tourism Theory and Method’ Vol. 5, Issue 3, pp.243-256. *European Sport Management Quarterly*.

Hu, Q., Knox C., Kapucu N., (2014) ‘What we have learned since September 2001?’ A network study of the Boston Marathon bombing response. *Journal of Marketing*. Vol. 74, Issue 6, pp.698-712.

Kaplan, G. A., W. J., Strawbridge, R. D., Cohen and L. R. Hungerford. (1996) ‘Natural history of leisure – time physical activity and its correlates: Associations with morality from all causes and cardiovascular disease over 28 years. *Am J. Epidemiol*. Vol. 144 pp. 793-397.

Kearney, J.M., Mcelhone S., και Gibney M.J., (1999) ‘Methods used to conduct the pan – European Union survey on consumer attitudes to physical activity, body weight and health’. *Public Health Nutr*. Vol.2, pp. 79-86.

Knechtle B., (2012) “Ultra marathon Runners: Nature or Nurture”.*International Journal of Sports Physiology and Performance*. Vol.7, pp.310-312.

Kozak M. και Rimmington M., (1998) “Destination attractiveness and small hospitality business performance”. pp. 184-188. *School of Leisure and food management*, Sheffield Hallam University, Sheffield, UK.

Kurtzman J., και Zouhar J., (2003) “Awake time – The Sports Tourism Phenomena”.*Journal of Marketing*. Pp. 35-47

Larissa E. και Davies (2002) “Measuring economic significance at the local level”.*Journal of Marketing*. Vol. 2, Issue 2, pp. 83-112.

Lenartz K., (1994) “Two women ran the Marathon in 1896”. *Journal of Marketing*. Vol. 2, Issue 1, pp. 19-20.

McNabb, D. E. (2015) *Research methods for political science: Quantitative and qualitative methods*. England, London: Routledge.

Milson F., (2019) *Has the second running boom democratized running?*.



Lenvin, S., Ainsworth B.E., Kwok, Addy C.L and Popkin, (1999) ‘Patterns of physical activity among Russian youth: The Russian Longitudinal Monitoring Survey. *European Journal of Public Health*: Vol. 9, pp. 166-173

Lieberman D., Bramble M., (2007) “The evolution of marathon running: Capabilities in human sports medicine”. *Journal of Public Health*. Vol.37, pp. 4-5.

Lieberman, Daniel E. and Dennis M., Brabmble (2007) ‘The education of marathon running: Capabilities in humans’. *Sports Medicine*, Vol. 37, Issue 4-5, pp.288-290.

Maffetone P.B., Malcara R., Caursen P.B., Rivera I., (2017) “The Boston Marathon versus the world Marathon Majors”. *Journal of Public Health*. Vol. 12, Issue 9.

Marijke T., καιCaurence C., (2015): “Impacts and strategic outcomes from non-mega sport events for local communities”.*Journal of Public Health*. Vol. 15, Issue 1, pp. 1-6.

Marten van Bottenburg ‘Chances and challenges of the second wave of running’. *Journal of Public Health*. Vol. 2, pp. 167-184.

Martin D.E., (2000) *The Olympic Marathon*. Georgia State University.

Martinez – Gonzalez, M.A., J.A. Martinez, F.B Hu. M.J. Gibney and J. Kearney, (1999), “Physical inactivity, sedentary lifestyle and obesity in the European Union”. Vol. 23, pp. 1192-1201.

Martinez – Gonzales, M.A, J.J. Varo, J.L. Santos, J. L. Santos, J. De Irala, M. Gibney, J. Kearneu and J.A Martinez (2001) ‘Prevalence of physical activity during leisure time in the European Union’. Vol. 33, No7, pp. 1142-1146.

Matleson V., *Mega-Events: The effect of the world’s biggest sporting events on local, regional and national economics*.

Maurizio B., (2018) *Enacting Phenomenological Gestalts in Ultra-Trail Running: An Inductive Analysis of Trail Runners course of experience*.

McClelland J., (2007) *Body and mind: Sport in Europe from the Roman Empire to the Renaissance*.

Melo R., (2014) *Sport Tourism: New challenges in a globalized world*.

Medicine, a science in sports exercise (2000) *Prevalence of physical activity during leisure time in the European Union*.

Nicola M., Alsafi Z., Sohrabi C., Kerwan A., Al- Jabir A., Iosifidis C., Agha M., Agha R.,(2020) “The socio-economic implications of the coronavirus pandemic (COVID-19): A review International Journal of surgery (London)”.*Journal of Public Health*. Vol. 78, pp.185-193.

Paffenbarger, R. S., A.L. Wing and R.T. Hyde. Paffenbarger“Physical activity questionnaire”. *Am J. Epidemiol.* Vol. 108, pp. 161-175.

Papanikos G. T. (2015) *The economic effects of a marathon as a sport tourism event.*

Pilsudski J., (2009) “Physical Culture and Sport Studies and Research”. *Journal of Public Health*. Vol.57, Issue 1.

Potsiou C.A.και P. Zentelis (2005) *Greece after the Gold Rush – Land Development impact Analysis and Sustainability of the 2004 Olympic Infrastructure* (pp.1-27). National Technical University of Athens, Greece.

Preuss H. (2005) ‘The economic Impact of Visitors at Major Multi – sport Events’ *European Sport Management Quarterly*. Vol. 5, No3, pp. 281-301.

Radiccihi E., (2013) ‘Tourism and Sport: Strategic Synergies to Enhance the Sustainable Development’. *European Sport Management Quarterly*. Vol. 57, Issue 1.

Reichert F., (2007) “The role of Perceived Personal Barriers to Engagement in Leisure Time Physical Activity”. Vol. 97, Issue 3.

Rockhill B., W. C., Willett, D.J., Hunter, J.E. Manson, S.E Hankinson and G.A. Colditz (1999) ‘A prospective study of recreational physical activity and breast cancer risk. Vol. 159, pp. 2290-2296.

Roger W.H. και Gym (2000) *Marathon Satisfaction*, Association of Track and Field Statistications.

Scheerder J., Breedveld K., Borgers J., (2015) *The growth and governance of one of Europe’s most popular sport activities.*

Shipway R., (2010) *Running free: Embracing a healthy lifestyle through distance running.*

Singh N.και Clark H., (2007) *Understanding strategic alignment for destination marketing and the 2004 Athens Olympic Games: Implication from extracted tacit knowledge.* pp. 929-939.

Smith A., (2005) *Conceptualizing city image change: The re-imagining of Barcelona*. Taylor & Francis.

Smith A., (2014) ‘Leveraging sport mega – events: New model or convenient justification?’ *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*. Vol.6, Issue 1, pp. 15-30.

Solberg H.A., (2007) “Major sport events and long-term tourism impacts”.*Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events* Vol. 21, pp. 215-236.

Steptoe, A.J. Wardle, R., Fuller, et.al. (1997) ‘Leisure – time physical exercise: Prevalence, attitudinal correlates and behavioral correlates among young Europeans from 21 countries’.*Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events* Vol. 26, pp. 845-854.

Sung Keun (SK) Koo, Kevin K., Byon and Thomas A, Behavioral Intention: Small – scale Marathon Event’. *European Sport Management Quarterly*.Vol. 23, pp. 127-137.

Taks M., (2013) ‘Social sustainability of non-mega sport events in a global world’ *.European Sport Management Quarterly*.Vol. 10, No. 2, pp. 121-141.

Tourism Management (2015) “Evaluating the perceived social impacts of hosting large-scale sport tourism events: Scale development and validation”.*Journal of Sport & Tourism* Vol. 48, pp. 21-32.

Wettan R. και Willis J., (2013) *Effect of New York’s Elite Athletic clubs on American Amateur Athletic Governance: 1870-1915*. pp. 499-505.

Weed M.E.(2020), ‘The role of the interface of sport and tourism in the response to the COVID-19 pandemic’.*Journal of Sport & Tourism* Vol.24, No.2, pp. 79-92.

Weed, M.E. (2020) ‘Sport fans and travel – is “being there” always important. *Journal of Sport & Tourism*. Vol. 15, Issue 2, pp. 103-109.

Wilson R., (2007): “The economic impact of local sport events”.*Journal of Sport & Tourism*. Vol. 11, pp. 57-70.

Worldometer (2020) *Covid-19 Corona virus Pandemic: Total deaths*.

Zunft, H. F.D., Friebe, B. Seppelt, et.al. (1999) ‘Perceived benefits and barriers to physical activity in a nationally representative sample in the European Union’. *Public Health* Vol. 2, pp. 153-160.

Zouni G. και Makrogiannaki I., (2020) *A strategic tourism marketing framework for sports mega events: The case of Athens Classic Authentic Marathon*. pp. 1-16.