ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΔΗΜΟΤΙΚΩΝ ΑΘΛΗΤΙΚΩΝ ΥΠΟΔΟΜΩΝ ΣΤΗΝ ΑΜ-Θ

ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΕΣ ΔΙΑΔΡΟΜΕΣ: ΜΙΑ ΝΕΑ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ

Γεωργία Υφαντίδου
Επίκουρη Καθηγήτρια, ΤΕΦΑΑ ΔΠΘ

Ο ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΕ 5 ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ:

1. Τα αθλητικά γεγονότα (π.χ., δρομικά γεγονότα, μαραθώνιοι, Ολυμπιακοί Αγώνες, παγκόσμια πρωταθλήματα, διεθνείς συναντήσεις).
2. Τα αθλητικά θεάματα (π.χ., συνέδρια, μουσεία).
3. Τις αθλητικές εκδρομές (π.χ., σαφάρι, εκδρομές περιπέτειας).
4. Τα αθλητικά καταφύγια (π.χ., προπονητικά κάμπινγκ, κατασκηνώσεις).
5. Τις κρουαζιέρες (π.χ., ιστιοπλοΐα, καταδύσεις, ψάρεμα) (**Kurtzman et al., 2005**).

- Ο αθλητικός τουρισμός θεωρείται ως η νέα εξέλιξη τόσο για τον αθλητισμό όσο και για τον τουρισμό, οι οποίοι αποτελούν σημαντικούς οικονομικούς παράγοντες για κάποιες περιοχές αφού δημιουργούν θέσεις εργασίας και δημιουργούν έσοδα για πολλές επιχειρήσεις και το κράτος.

- Οι **Felderer** και συν. (2006), συνόψισαν τα **πλεονεκτήματα** και τα **μειονεκτήματα** της οργάνωσης **αθλητικών γεγονότων** και ανέφεραν ότι ένα τέτοιο γεγονός αποτελεί για τους προορισμούς που το οργανώνουν σημαντικό εργαλείο **οικονομικής ανάπτυξης**.

ΠΡΑΣΙΝΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

- Ο ορισμός «πράσινη ανάπτυξη» ή «αειφόρος ανάπτυξη» ή «βιώσιμη ανάπτυξη» αναφέρεται στην **οικονομική ανάπτυξη** που σχεδιάζεται και υλοποιείται λαμβάνοντας υπόψη την προστασία του περιβάλλοντος.

ΠΡΑΣΙΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

- «Πράσινος τουρισμός» είναι ο τουρισμός ο οποίος αναβαθμίζει τα τοπικά **πολιτιστικά** στοιχεία,
- λειτουργεί κάτω από τον έλεγχο των **τοπικών κοινωνιών** παρέχοντας απασχόληση,
- αλλά και διατηρεί τα **οικονομικά** οφέλη **εντός** των τοπικών κοινωνιών.

- Η **Fredline (2005)**, υποστηρίζει ότι με την υιοθέτηση **κατάλληλων στρατηγικών** μπορούν να **μειωθούν** σε αρκετά μεγάλο βαθμό οι **αρνητικές συνέπειες** του αθλητικού τουρισμού για την κοινωνία υποδοχής.
- Πρέπει να δοθεί έμφαση στην εκτίμηση των **επιρροών του τουρισμού στην κοινωνία** και όχι μόνο στα οικονομικά οφέλη της από αυτόν.

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

- Ο Getz (2007), προτείνει στους μάνατζερ γεγονότων που ενδιαφέρονται για την ανάπτυξη του τουρισμού να δεσμευτούν ιδεολογικά με τη διαδικασία σχεδιασμού του τουρισμού του προορισμού.

- Η αξιολόγηση ενός προορισμού μπορεί να γίνει με βάση το **Consumer Based Brand Equity Tourism Destination (CBBETD)**, το οποίο έχει τις εξής διαστάσεις:

1) την αναγνωρισιμότητα,
2) την εικόνα,
3) την ποιότητα και
4) την πίστη.

Οι Gomezelj και συν. (2007), τονίζουν πως ένα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα μπορεί να δημιουργηθεί βελτιώνοντας:

- αρχικά την υπευθυνότητα απέναντι στις ανάγκες και προτιμήσεις των πελατών,
- τη δυνατότητα παραγωγής καινοτομιών,
- την παροχή ποιοτικών υπηρεσιών,
- την κοστολόγηση και
- τους «ανεκτίμητους» παράγοντες.

ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

- Ο πολιτιστικός τουρισμός ενδιαφέρεται για τα έργα τέχνης, τη γλώσσα, την αρχιτεκτονική, τη γαστρονομία, την τεχνολογία του παρελθόντος, τα είδη ένδυσης και τις δραστηριότητες αναψυχής και τέρψης.
- Ο πολιτιστικός τουρισμός αναγνωρίζεται ως ειδική κατηγορία που αποσκοπεί στην κατανόηση του πολιτισμού και της πολιτισμικής κληρονομιάς του τόπου/προορισμού.

- Ο πολιτισμός, ο τουρισμός και η τοπική ανάπτυξη είναι έννοιες που σχετίζονται άμεσα μεταξύ τους.
- Οι αναπτυξιακές διαστάσεις της αξιοποίησης της **πολιτιστικής κληρονομιάς** και της **σύγχρονης πολιτιστικής δραστηριότητας** συνδέονται άμεσα με την αναζωογόνηση των περιοχών και την τουριστική ανάπτυξη.

ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΕΣ ΔΙΑΔΡΟΜΕΣ

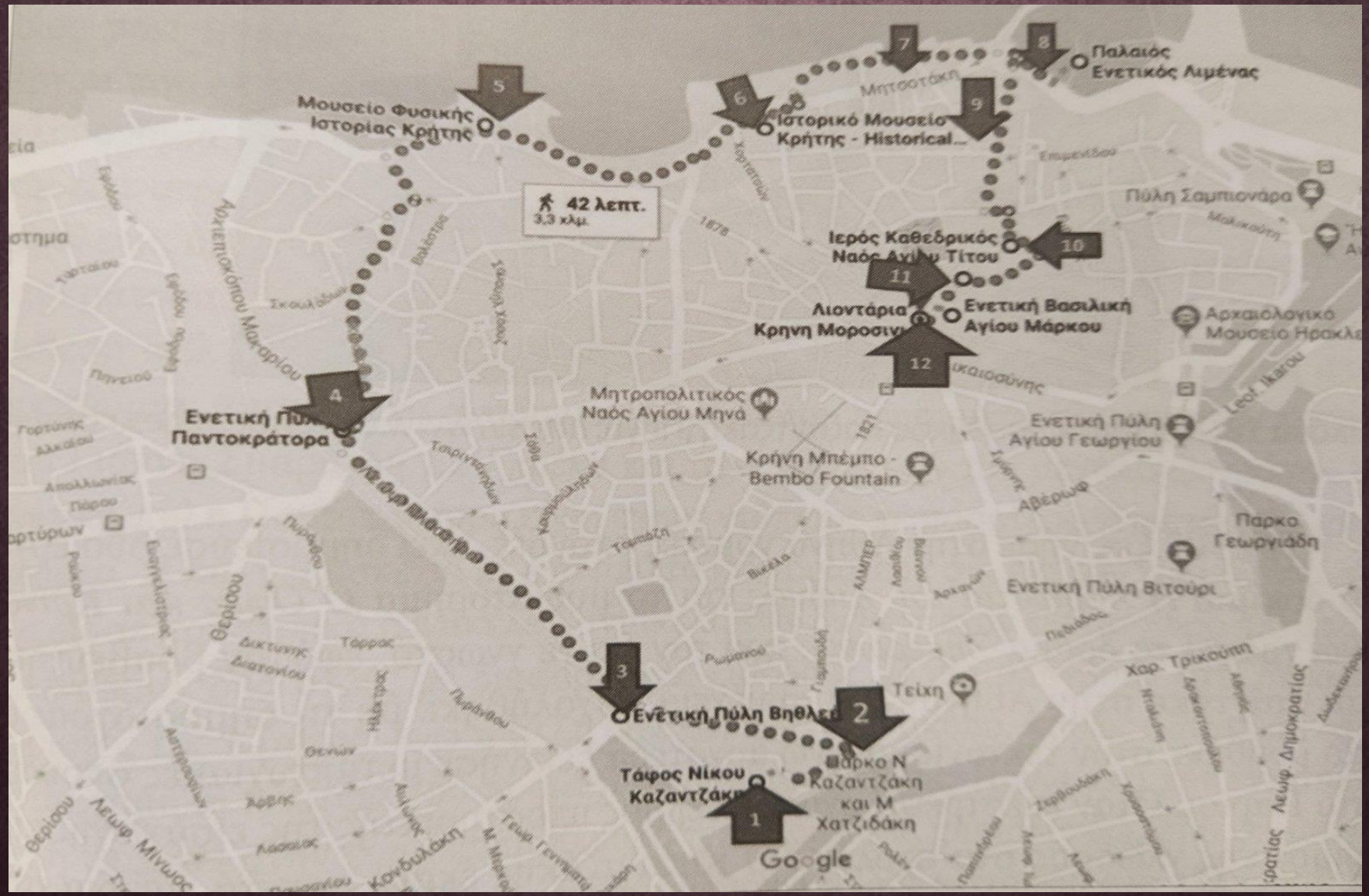
- Ένα από τα βασικότερα διαχειριστικά εργαλεία ανάπτυξης του πολιτιστικού τουρισμού και της τουριστικής ανάπτυξης μιας περιοχής αποτελούν οι πολιτιστικές διαδρομές.
- Συγκεκριμένα, αφορούν περιηγήσεις δομημένες γύρω από έναν κεντρικό θεματικό πυρήνα.
- Κατά το σχεδιασμό των πολιτιστικών διαδρομών πρέπει να δίνεται ιδιαίτερη βαρύτητα στη θεματική, την ποιητική και τη ρητορική του «κειμένου» της διαδρομής.



- Η επιλογή της θεματικής μιας πολιτιστικής διαδρομής προϋποθέτει σύσταση μιας διεπιστημονικής ομάδας και
- συνακόλουθα μια προσέγγιση που μελετά σε βάθος την ιστορία και την αρχαιολογία ενός τόπου, το ιστορικό γίγνεσθαι του πολιτισμού, τη φυσιογνωμία του τόπου και τη χωροθέτηση των επιλεχθέντων «σημείων».

- Ο σχεδιασμός ενός πλέγματος πολιτιστικών διαδρομών σε μια περιοχή, στο πλαίσιο της διαδικασίας ανάπτυξης, οφείλει να λαμβάνει υπόψη και να **καθιστά ενεργό την τοπική κοινωνία και τις παραγωγικές της διαδικασίες.**
- Ένα καλοσχεδιασμένο πρόγραμμα ανάπτυξης μιας περιοχής μέσα από τον τουρισμό δύναται να συμβάλει στην ανάπτυξη **πρωτοβουλιών από τοπικούς φορείς** για τη διατήρηση του **τοπικού πολιτισμού**, την ενίσχυση της **προστασίας των πολιτιστικών και φυσικών πόρων** και τη **βιώσιμη τοπική ανάπτυξη.**

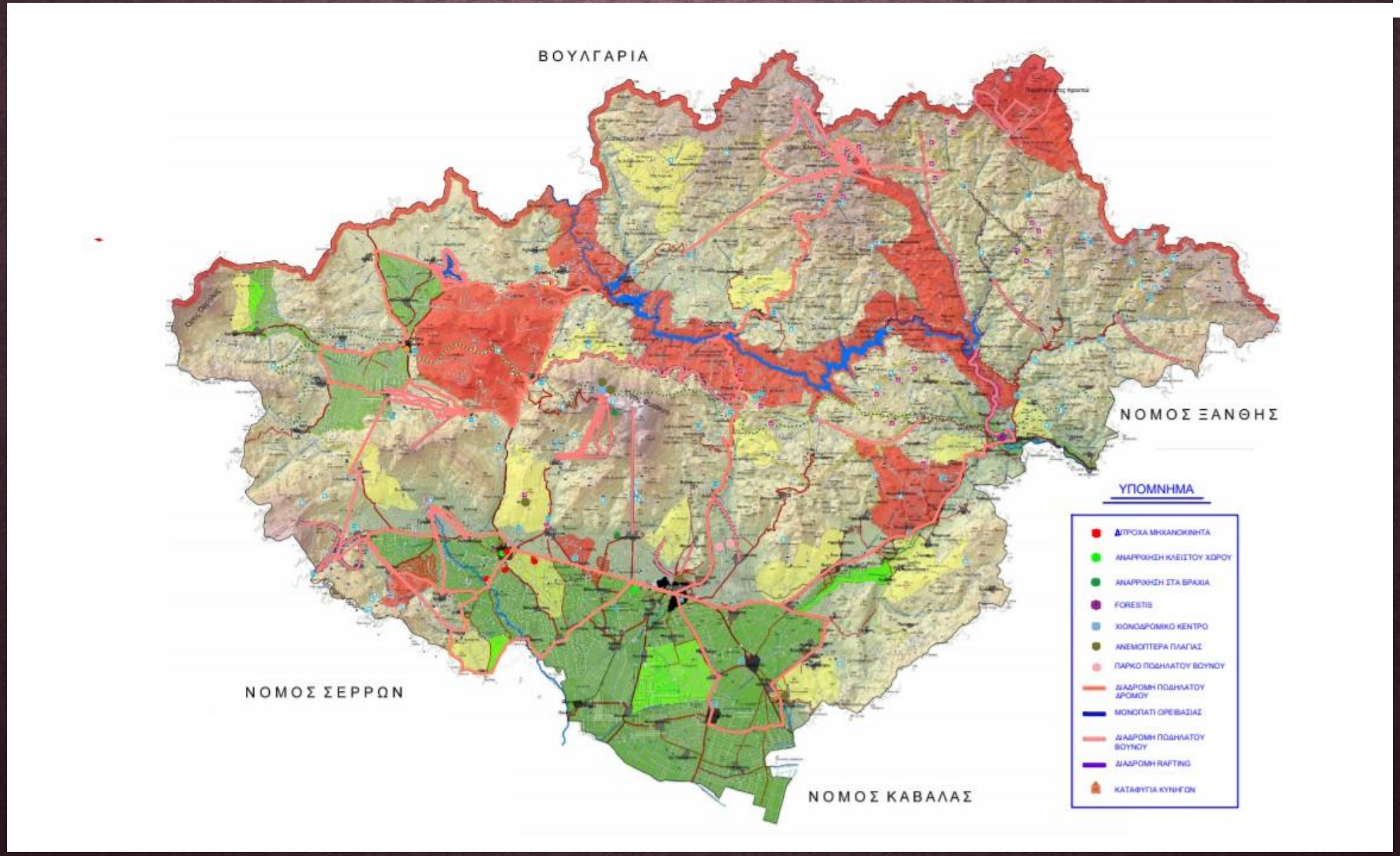
ΠΡΟΤΑΣΗ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΔΙΑΔΡΟΜΗΣ ΣΤΗΝ ΠΟΛΗ ΤΟΥ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ



https://www.google.com/maps

9/6/2022

ΧΑΡΤΑ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΤΟΥ Ν. ΔΡΑΜΑΣ



AUTOCAD

- Αναφορά στοιχείων για την περιοχή
- Παρουσίαση διαδρομής
- Γεωγραφικός προσδιορισμός της
- Αξιοθέατα
- Μνημεία
- Πολιτιστικοί χώροι και χώροι αναψυχής

- Ένα επαναλαμβανόμενο αθλητικό γεγονός περνάει μια περίοδο **εξέλιξης και προσαρμογής** μέσα στην κοινότητα της διοργανώτριας πόλης ή χώρας,
- κερδίζει την πίστη των συμμετεχόντων
- και ενισχύει τον επαναλαμβανόμενο τουρισμό, ο οποίος συμβάλλει στην εξέλιξη και στη βελτίωση της ντόπιας τουριστικής αγοράς.

- Οι μελέτες έδειξαν ότι για τη διοργάνωση τέτοιων γεγονότων έχουν μεγάλη σημασία το μάρκετινγκ και η προωθητική στρατηγική.

- Οι Molina και συν. (2006), αναφέρουν πως η ανάγκη των τουριστικών επιχειρήσεων και των δημόσιων φορέων να παρέχουν πληροφόρηση στους τουρίστες καλύπτεται από πληροφοριακά φυλλάδια, τα οποία δεν λαμβάνουν υπόψη τις ανάγκες και τις προτιμήσεις των τουριστών.
- Είναι, λοιπόν, ανάγκη να υιοθετηθούν κριτήρια για τη δημιουργία:

➢ Cultural Mapping

➢ Participatory Mapping

➢ Story Mapping

➢ Android εφαρμογές διαδρομών

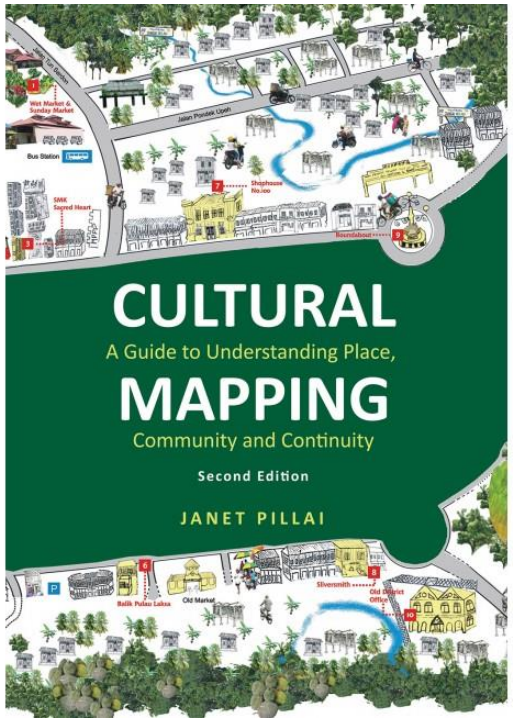
που να ικανοποιούν τις τουριστικές-αθλητικές προτιμήσεις.

CULTURAL MAPPING



- Η πολιτιστική χαρτογράφηση, επίσης γνωστή ως χαρτογράφηση πολιτιστικών πόρων ή χαρτογράφηση πολιτιστικών τοπίων, αναφέρεται σε ένα ευρύ φάσμα τεχνικών και εργαλείων έρευνας που χρησιμοποιούνται για τη "χαρτογράφηση" των ενσώματων και άυλων πολιτιστικών αγαθών διακριτών ανθρώπων σε τοπικά τοπία σε όλο τον κόσμο.







HTTPS://CULTURALMAPPINGOFEUROPE.BLOGSPOT.COM/?M=0

Μεθοδολογία που χρησιμοποιεί διαφορετικές τεχνικές για να συλλάβει όχι μόνο

- τους πολιτιστικούς πόρους, αλλά και
- τις τοπικές ιστορίες, μνήμες και μύθους,
- χρησιμοποιείται στον αστικό σχεδιασμό,
- τη βιώσιμη πολιτιστική ανάπτυξη και
- την κοινωνική ανάπτυξη.



PARTICIPATORY MAPPING

- Η συμμετοχική χαρτογράφηση είναι μια διαδικασία δημιουργίας χάρτη που προσπαθεί να καταστήσει ορατή τη σχέση μεταξύ χερσαίων και τοπικών κοινοτήτων χρησιμοποιώντας την κοινά κατανοητή και αναγνωρισμένη γλώσσα της χαρτογραφίας.
- Όπως συμβαίνει με κάθε τύπο χάρτη, οι συμμετοχικοί χάρτες παρουσιάζουν χωρικές πληροφορίες σε διάφορες κλίμακες.
- Συμβάλλουν στην ενίσχυση και εμπλοκή της κοινωνίας.





HTTPS://WWW.YOUTUBE.COM/WATCH?V=SDSINVXJCSY

HTTPS://GRAHAMPROJECTS.COM/PROJECTS/BMA-VISIONING-HOME-MAPPING/

Αναφέρονται σε

- Public Participatory Geographic Information Systems (PPGIS),
- Participatory Geographic Information Systems (PGIS),
- Volunteered Geographic Information (VGI).

9/6/2022



STORY MAPPING

6/9/2022

- Χωρική μορφή ψηφιακής αφήγησης που συνδυάζει διάφορα μέσα επικοινωνίας (γραπτή, οπτική, ακουστική), με διαδραστικούς διαδικτυακούς χάρτες.
- Η χαρτογράφηση ιστοριών δεν είναι μόνο η διαδικασία δημιουργίας ψηφιακών χαρτών βασισμένων σε διαγράμματα, αλλά αναφέρεται επίσης στη διαδικασία και τη μέθοδο της δημιουργίας αφηγηματικών έργων, μεριμνώντας για την κατασκευή και την αναπαράσταση χωρικής γνώσης μεταξύ ερευνητή και συμμετέχοντα.

Social

- Increased need for Mobility
- Want it Now, Can't Wait (Gen Y)
- Increased Gamification
- Reduction in Happiness (Increase Materialism)
- Increase Focus on Health + Wellness
- MORE Anxiety
- MORE ONLINE Communities
- New Augment Social Experiences
- Increases in Experience Seekers (Gen Y, Z)
- Live stream Wearables
- more Fast Pace Lives
- Increased Personalization
- Focus on Health + Wellness
- DIY Movement
- Experience Seeking Generation
- Nostalgic Experience Seekers

Technology

- More Product MOVing toward SMART
- Moves toward AR / Lenses/Film
- Increased Automation
- More Tactical Feedback
- Increase Drone Usage
- Increase in AI
- Rise of 3D Printing
- Improved Spacial Awareness (Sensors)
- MORE AR/MR/VR Products
- Increased Connectivity
- MORE Iot Product
- More Live streaming
- Push toward Autonomous Vehicles
- Increases In Video
- VR/AR Auto Interior Design
- New Drone Technologies

Ecology

- Focus on Climate Change
- Increases in Solar Energy
- Increased Urbanization
- MORE Support Locally
- More Population Dense Cities/Areas
- Increases in Human Mobility (Big Data tracking)
- Moves toward Electric Vehicles
- Increase in Wind Energy
- Businesses Around Life Sustainability
- Increases in Air Pollution Worldwide
- New Artifical Leaf tech (storing Solar)
- New Bio Fuel Production
- New Battery Advancements (Lithium-Air Batteries)
- Focus on Fossil Fuel Impact on Environment

Economic

- + Increase Shared Economy
- Increases in Geographic Changes
- Increase in Sharing Cars
- rise in Middle Class
- Increased Student LOAN Debt
- MORE People Living SMALLER
- Rise in Remote Work
- Rise of gig Economy
- Independently Made Employers (Patch work of Contr, Experimg)
- Increased HOME Prices
- More (Increase in) Digital Currency
- gig economy
- Higher Education expense
- Housing Expenses on the Rise

Political

- Increases in Autonomous Vehicle Safety
- Increase Need for Privacy + Security
- New Boundries Drawn for [redacted] TRAVEL (Immigration)

KEY TRENDS

- + Health + Wellness
- + Kidulting (others)
- + Experiences over Product push
- + Autonomous Vehicles
- + Smart Iot Packed
- + Drone technology
- + Geo Caching
- + Wearables
- + Peer to Peer Rentals + Economics
- + Increase Housing Costs
- + Digital Jagged life
- + gig Economy Jobs
- + New Virtual Travel experience
- + Toward Living SMALL
- + DIY / MAKE Culture
- + Education Expenses
- + AR/MR/VR Experiences

+

#VANLIFE

- rise in group Travel
- Sharing Travel Experience online
- 72% of Millennials Spend Money on Experiences
- Group Travel on the Rise
- No #Vanlife Hub
- Surge in Extended Business Travel
- Company Campervan
- Millennials Want Customized Travel
- Hostel are on the RISE + More appealing
- Alternative Living?
- Vanlife is an Escape
- Return of Hostels
- Culture Experience Seekers
- Tiny House movement + #Vanlife
- New Books about Vanlife
- RV Financing (Longer terms) (Better Rates)
- Commercial Camper Van offering (Winnebago)
- Mobile homes for the Outdoors
- DIY Camper Van Buildouts
- #Vanlife is Home
- Contemporary Camper styles
- Key driver of change?
- Life is Simple in A VAN
- Trends towards Nostalgic Glamping
- Trends in Geo caching Games (Geocaching.com)
- Surge in bleisure Travel
- Hip Camp (Camping Booking site)
- Mobility Living Rentals (Jucy, Hippie Camper, Outside Van)
- Increase Number of Camper Van Rentals in
- Getting Campsities is difficult (Hip camp)
- Mobile Office Spaces in Vans
- Modular Camper Van Companies
- Contemporary Designs of Van Buildouts
- Trend Youthful Camper Trailer Designs (Hipster Camper)
- "Kidulting" (Camps + Hotels)
- Digital Detoxing
- Merrit Badges of Experiences (AKA Meaningful)











John

Wendy

		Storyteller: hitchhiked to Florence and Pisa and organised our best Christmas.
		Storyteller: For the eve he asked me to pick one thing in a toy store which I would like as a gift, so he bought me a walkie-talkie.
		Storyteller: He also surprised me with a huge can of pineapple in syrup which was a kind of favourite of mine.
		Storyteller: In the Christmas eve, when the street were a bit less crowded, we found a branch of pine tree on the corner of the Campo dei Fiori,
		Storyteller: and we brought home as a tree. For decoration we hang some bus tickets and bottle caps on it,



“In person interviews and thought exercises help me understand what people really feel, think, and desire.”

I spent months doing intensive research with this new type of traveler, and early user interviews gave me a broad understanding of the topic. After that, I employed several analysis tools to find meaningful insights and opportunities. The tools include the KJ method, POEMS + A&I Framework, User Experience framework, User Experience framework, Ethnographer Questions, and PINSTO (problem, need, system challenges, themes, insights, and opportunities) (Evan Howard, https://evanhoward.com/portfolio-posts/wanderlustselfdrivinghotelroom/).



Wanderlust: Travel Stories is a bridge between literature and gaming. Step into the shoes of modern travelers—explore their desires, hopes and fears, and shape how their stories unfold. Make this journey your own.

https://store.steampowered.com/app/1051410/Wanderlust_Travel_Stories/

- Είναι χρήσιμο να περιέχονται θέματα που αξιολογήθηκαν θετικά από τους τουρίστες στο παρελθόν και με καλή ποιότητα φωτογραφιών, ώστε να τους προκαλούν ενδιαφέρον και να τους δημιουργούν μια υπέροχη εικόνα του προορισμού.
- Έτσι, θα έχουν τη δυνατότητα να συλλέγουν πληροφορίες και να αξιολογούν προορισμούς, αλλά και να ονειρεύονται που και πως θα πάνε, επηρεάζοντας τα μελλοντικά τους σχέδια.

- Η χρήση της εικόνας έχει το πλεονέκτημα ότι οι τουρίστες μπορούν να καταλάβουν και να περιγράψουν τον τουριστικό προορισμό καλύτερα από ότι αν τους δίνονταν ένα απλό κείμενο με τα χαρακτηριστικά της τοποθεσίας (Naoi et al., 2007).

- Οι νέες τεχνολογίες και το διαδίκτυο διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην έρευνα των τουριστών για τους προορισμούς και το ταξίδι γενικότερα, όμως το αντιλαμβανόμενο κόστος που αφορά στο χρόνο για την έρευνα αποτελεί αρνητικό σημείο.

- Για παράδειγμα, όταν ένας τουρίστας επισκεφτεί μια ιστοσελίδα ή μια εφαρμογή ενός προορισμού και οι πληροφορίες είναι ανεπαρκείς, ή η ιστοσελίδα/εφαρμογή δε λειτουργεί σωστά και χρειάζεται πολύ χρόνο για να φορτώσει, τότε ο τουρίστας θα κοιτάξει άλλη σελίδα/εφαρμογή.
- Μάλιστα, όσες περισσότερες πληροφορίες υπάρχουν για έναν προορισμό τόσο αυξάνεται η πιθανότητα της εύρεσής του από τους τουρίστες είτε τυχαία, είτε με πρόθεση.

- Συνεπώς, στην ανταγωνιστική τουριστική αγορά, οι τουριστικοί προορισμοί πρέπει να αποκτήσουν
- μια θετική και δυνατή «σήμα κατατεθέν» εικόνα, που προέρχεται από έναν μοναδικό και αποτελεσματικό συνδυασμό εικόνων βασισμένο
- στη γνώση όλων των παραγόντων που θα συμβάλουν
- στην αύξηση των επαναλαμβανόμενων τουριστών
- και στην προσέλκυση νέων τουριστών στον προορισμό.

ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

- Ονομασίες διαδρομών από πολιτιστικά/ιστορικά/αρχαιολογικά στοιχεία
- Συνδυασμός πολιτισμού και αθλητισμού

Ανάπτυξη:

- Cultural Mapping
- Participatory Mapping
- Story Marring
- Android εφαρμογές μονοπατιών-διαδρομών

ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΔΗΜΟΤΙΚΩΝ ΑΘΛΗΤΙΚΩΝ ΥΠΟΔΟΜΩΝ ΣΤΗΝ ΑΜ-Θ



ΣΚΟΠΟΙ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

- Καταγραφή των αδειοδοτημένων και μη αθλητικών εγκαταστάσεων των δήμων που υπάρχουν στην Περιφέρεια Αν. Μακεδονίας - Θράκης.
- Εντοπισμός ελλείψεων και διερεύνηση των δυνατοτήτων των αθλητικών εγκαταστάσεων.
- Δημιουργία / βελτίωση των κανονισμών λειτουργίας των αθλητικών εγκαταστάσεων κάθε δήμου.
- Δημιουργία προτάσεων για την καλύτερη αξιοποίησή τους.
- Εκπαίδευση στελεχών για την οργάνωση / διοίκηση των αθλητικών εγκαταστάσεων.
- Ανάπτυξη μοντέλων διοίκησης αθλητικών εγκαταστάσεων.
- Αναζήτηση συνεργασιών με φορείς για την αθλητική ανάπτυξη της περιοχής.
- Δημιουργία προτύπου υλοποίησης αθλητικού event.

Επικοινωνία

Επιστημονικά Υπεύθυνη Έργου
Γεωργία Υφαντίδου, Επίκουρη Καθηγήτρια ΤΕΦΑΑ ΔΠΘ gifantid@phyed.duth.gr

Αναπληρωτής Επιστημονικά Υπεύθυνος Έργου
Δημήτριος Γαργαλιάνος, Καθηγητής ΤΕΦΑΑ ΔΠΘ dimitris_gargalianos@hotmail.com

9/6/2022

ΣΕΦΑΑ-ΔΠΘ
Σχολή Επιστήμης Φυσικής Αγωγής & Αθλητισμού, ΤΕΦΑΑ
Δημοκρίτειο Πανεπιστήμιο Θράκης

ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΑΝΑΨΥΧΗΣ
ΤΕΦΑΑ ΔΠΘ

ΔΗΜΟΚΡΙΤΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΡΑΚΗΣ | DEMOCRITUS UNIVERSITY OF THRACE

ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΔΗΜΟΤΙΚΩΝ ΑΘΛΗΤΙΚΩΝ ΥΠΟΔΟΜΩΝ ΣΤΗΝ ΑΜ-Θ

Π.Ε.Δ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΩΣΗ ΔΗΜΩΝ
ΑΝΑΤΟΛΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ ΘΡΑΚΗΣ





Σας ευχαριστώ

DR. GEORGIA YFANTIDOU
ASSISTANT PROFESSOR, SPORT RECREATION & SPORT TOURISM
gifantid@phyed.duth.gr