



---

**Διερεύνηση του προφίλ του αθλητικού τουρίστα σε σχέση με τη υψηλή προτίμηση τουριστικού ρόλου/συμπεριφοράς στον Κλασικό μαραθώνιο της Αθήνας 2012**

**Βερνάδου Α.<sup>1</sup>, Υφαντίδου Γ<sup>1</sup>., Αποστολοπούλου Δ<sup>2</sup>., Κώστα Γ<sup>1</sup>., Τσίτσαρη Ε<sup>1</sup>.,  
Μιχαλοπούλου Μ<sup>1</sup>.**

1. Δημοκρίτειο Πανεπιστήμιο Θράκης, Τμήμα Επιστήμης Φυσικής Αγωγής & Αθλητισμού
2. Εθνικό Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών, Τμήμα Επιστήμης Φυσικής Αγωγής & Αθλητισμού

**Υπεύθυνη Επικοινωνίας:**

**Βερνάδου Άννα**

E-mail: [annavernadou@hotmail.com](mailto:annavernadou@hotmail.com)

*Περιοδικό Αθλητικού Τουρισμού και Αναψυχής, Vol.7, pp.1-9, 2012*

*© 2012 J.S.T.a.R. All rights reserved. ISSN: 1792-1686*

To link to this article: <http://www.jstar.gr/Contents.aspx?Y=2012&V=7&Is=a>

**Διερεύνηση του προφίλ του αθλητικού τουρίστα σε σχέση με τη υψηλή προτίμηση τουριστικού ρόλου/συμπεριφοράς στον Κλασικό μαραθώνιο της Αθήνας 2012**

**Περίληψη**

Ο αθλητικός τουρισμός έχει τις ρίζες του στην αρχαιότητα. Σήμερα ένα από τα σημαντικά αθλητικά γεγονότα που προσελκύει αθλητές και θεατές απ' όλο τον κόσμο είναι ο διεθνής Κλασικός Μαραθώνιος Αθηνών. Ο σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν η ανάλυση των δημογραφικών χαρακτηριστικών και η διερεύνηση των χαρακτηριστικών του αθλητικού τουρίστα σε σχέση με την υψηλή προτίμηση τουριστικού ρόλου/συμπεριφοράς, που συμμετείχαν ή/και παρακολούθησαν τον Κλασικό Μαραθώνιο της Αθήνας. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε στην Αθήνα στις 11 Νοεμβρίου του 2012. Απαντήθηκαν 200 ερωτηματολόγια από εγχώριους και ξένους αθλητικούς τουρίστες, που επισκέφτηκαν την Αθήνα με σκοπό την παρακολούθηση ή την συμμετοχή, στον Κλασικό Μαραθώνιο ή τα 5/10χλμ. Το ερωτηματολόγιο δόθηκε στην ελληνική, αγγλική, γερμανική και γαλλική γλώσσα. Για την ανάλυση των αποτελεσμάτων, πραγματοποιήθηκε ανάλυση διακύμανσης ως προς 1 ανεξάρτητο παράγοντα (one-way Anova) και t-test. Από την ανάλυση των συμπεριφορών των αθλητικών τουριστών, παρουσιάστηκαν οκτώ τουριστικοί ρόλοι, ο αναζητητής, ο τουρίστας υπαίθριων δραστηριοτήτων, ο τουρίστας υψηλής κατηγορίας, ο ανθρωπολόγος-αρχαιολόγος, ο εραστής του ήλιου, ο αναζητητής δράσης, ο οργανωμένος μαζικός τουρίστας και ο ενεργητικός αθλητικός τουρίστας. Τα συμπεράσματα της έρευνας θα βοηθήσουν στην εξέλιξη του αθλητικού τουρισμού, καθώς είναι σημαντική η διερεύνηση και η ανάλυση των χαρακτηριστικών και των προτιμήσεων του αθλητικού τουρίστα, για την ανάπτυξη προϊόντων που θα τους ικανοποιήσουν καλύτερα. Επίσης, μέσω της σκιαγράφησης του προφίλ τους, θα βρεθούν τρόποι για την προώθηση των αθλητικοτουριστικών προϊόντων με σκοπό την ανάπτυξη της κατανάλωσης τους.

**Λέξεις κλειδιά:** αθλητικός τουρισμός, τουριστικοί ρόλοι, μαραθώνιος.

**Διερεύνηση του προφίλ του αθλητικού τουρίστα σε σχέση με τη υψηλή προτίμηση τουριστικού ρόλου/συμπεριφοράς στον Κλασικό μαραθώνιο της Αθήνας 2012**

**Εισαγωγή**

Ο τουρισμός είναι μια από τις μεγαλύτερες βιομηχανίες του κόσμου, σχετίζεται με πολλούς από τους κύριους τομείς της παγκόσμιας οικονομίας. Η αυξανόμενη διεθνοποίηση του, το άνοιγμα νέων τουριστικών προορισμών, ο μεγάλος βαθμός ωριμότητας των τουριστών και η αναζήτηση νέων δραστηριοτήτων αναψυχής, οδήγησαν στην διαφοροποίηση της τουριστικής ζήτησης και στον κατακερματισμό της τουριστικής αγοράς σε μεγάλο αριθμό εξειδικευμένων μορφών του (Βελισσάριος, 2000).

Οι Standeven & DeKnor (1999) ως τουρισμό ορίζουν την προσωρινή μετακίνηση ανθρώπων πέρα από τον τόπο μόνιμης διαμονής τους η οποία συνεπάγεται εμπειρίες διαφορετικές από τις καθημερινές. Οι περισσότεροι διεθνείς οργανισμοί ορίζουν ως ελάχιστο χρόνο παραμονής, ώστε να χαρακτηριστεί μία δραστηριότητα ως τουριστική, τις 24 ώρες, ενώ αναφέρουν ότι πρέπει να λαμβάνεται υπόψη και η απόσταση που διένυσε από το σπίτι του/της και μιλούν για 100 χιλιόμετρα (Ηγουμενάκης, 1997). Για τον Huescar (2001), ο αθλητισμός και ο τουρισμός έχουν κοινούς στόχους όπως το χτίσιμο γεφυρών μεταξύ διαφορετικών πολιτισμών και τρόπων ζωής, την προώθηση-διατήρηση της ειρήνης, την ανάπτυξη σχέσεων μεταξύ των ανθρώπων, την κινητοποίηση των νέων ανθρώπων και την παροχή διασκέδασης. Ο τουρισμός και ο αθλητισμός είναι στενά συνδεδεμένες έννοιες στη θεωρία αλλά και στην πράξη.

Οι Gammon & Robinson (1998), διακρίνουν δυο άξονες διαχωρισμού της σχέσης αθλητισμού – τουρισμού και τους εκφράζουν με τις έννοιες «αθλητικός τουρισμός» και «τουριστικός αθλητισμός». Παράλληλα δίνουν ένα «στενό» και έναν «ευρύ» ορισμό για κάθε κατηγορία. Στον αθλητικό τουρισμό, η αθλητική δραστηριότητα αποτελεί το κύριο κίνητρο της μετακίνησης, ενώ το τουριστικό στοιχείο παίζει το ρόλο της ενίσχυσης της συνολικής εμπειρίας. Στο στενό του ορισμό αφορά τα άτομα που παρακολουθούν ή συμμετέχουν σε ένα ανταγωνιστικό αθλητικό γεγονός. Στον ευρύ του ορισμό, αφορά στα άτομα που ταξιδεύουν για να συμμετέχουν σε δραστηριότητες αθλητικής αναψυχής. Ο τουριστικός αθλητισμός περιλαμβάνει άτομα που ταξιδεύουν και συμμετέχουν ενεργά ή παθητικά σε κάποια αθλητική δραστηριότητα. Το ταξίδι σε αυτή την περίπτωση είναι το κύριο κίνητρο μετακίνησης. Στο στενό του ορισμό αφορά άτομα που ταξιδεύουν και ο αθλητισμός λειτουργεί ως δευτερεύον κίνητρο της μετακίνησης. Στον ευρύ του ορισμό

αφορά άτομα τα οποία συμμετέχουν σε αθλητικές δραστηριότητες σε εντελώς τυχαία ή περιστασιακή βάση κατά τη διάρκεια των διακοπών τους.

Ο αθλητικός τουρισμός περιγράφεται από την Gibson (2006), ως ο τουρισμός που έχει βάση του την αναψυχή και απομακρύνει τα άτομα προσωρινά από τις τοπικές τους κοινότητες, είτε για να συμμετέχουν σε αθλητικές δραστηριότητες (ενεργητικός αθλητικός τουρισμός), είτε για να παρακολουθήσουν αθλητικά γεγονότα (παθητικός αθλητικός τουρισμός), είτε για να αναπολήσουν στιγμές σχετικές με αθλητικά γεγονότα (νοσταλγικός αθλητικός τουρισμός).

Ο αθλητικός τουρίστας χαρακτηρίζεται από τους Standeven και De Knop (1999) εκείνος που συμμετέχει τυχαία με ενεργητική και παθητική ανάμειξη σε μία αθλητική δραστηριότητα, για εμπορικούς ή επαγγελματικούς λόγους, κατά την πραγματοποίηση ταξιδιών αναψυχής μακριά από τον τόπο διαμονής και εργασίας. Στο πλαίσιο της παθητικής ανάμειξης σε μια αθλητική δραστηριότητα εντάσσεται, ο τυχαίος παρατηρητής, δηλαδή ο θεατής που παρακολουθεί το γεγονός χωρίς να το έχει προσχεδιάσει και ο συνειδητοποιημένος παρατηρητής, δηλαδή ο παρατηρητής που σχεδιάζει το ταξίδι του με βάση το αθλητικό γεγονός και που συμμετέχει παθητικά αλλά συμμετέχει σε βάθος. Στην ενεργητική μορφή εντάσσεται ο τουρίστας που επιλέγει αθλητικές δραστηριότητες διακοπών (οργανωμένες – ατομικές) και διακοπές αθλητικής δραστηριότητας (διακοπές μονής ή πολλαπλής αθλητικής δραστηριότητας).

Οι Gammon και Robinson (1998), αναφέρουν ότι στη ραγδαία ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού συνεπικουρεί η κατακόρυφη αύξηση της δημοτικότητας των εθνικών και διεθνών αθλητικών γεγονότων. Κατανοήθηκε διεθνώς η αξία της ενασχόλησης με την αθλητική δραστηριότητα ως μέσου προαγωγής της υγείας. Οι κρατικές αρχές κάθε χώρας άρχισαν να αντιλαμβάνονται τη σπουδαιότητα του αθλητισμού, ως μέσου σύσφιξης των σχέσεων των λαών και άσκησης εξωτερικής πολιτικής, καθώς και η ύπαρξη καλά οργανωμένης προσφοράς αθλητικών εκδηλώσεων παγκοσμίως.

Ο αθλητικός τουρισμός είναι μια κερδοφόρα επιχείρηση πολλών δισεκατομμυρίων, που προσφέρει ευκαιρίες ανάπτυξης σε όλους ανεξαιρέτως τους παράγοντες που συμμετέχουν στην πραγματοποίηση μεγάλων αθλητικών εκδηλώσεων (Biddiscombe, 2004). Ένα από τα πιο σημαντικά γεγονότα αθλητικού τουρισμού είναι οι Μαραθώνιοι. Περισσότεροι από 700 Μαραθώνιοι οργανώνονται στο κόσμο κάθε χρόνο και περισσότερο από 5 εκατομμύρια άνθρωποι συμμετέχουν σε αυτούς ([www.aimsworldrunning.com](http://www.aimsworldrunning.com)). Η Ελληνική Ομοσπονδία Κλασικού Αθλητισμού (ΣΕΓΑΣ) διοργανώνει τα τελευταία 26 χρόνια, στις αρχές Νοεμβρίου, το διεθνές Κλασικό

Μαραθώνιο Αθηνών, ένα αθλητικό και τουριστικό γεγονός στο οποίο συμμετέχουν χιλιάδες δρομείς από την Ελλάδα και το εξωτερικό, αλλά και θεατές απ' όλο τον κόσμο (<http://www.athensclassicmarathon.gr>).

Για την επιβίωση και την εξέλιξη του αθλητικού τουρισμού, σημαντική είναι η διερεύνηση και η ανάλυση των δημογραφικών χαρακτηριστικών και της υψηλής προτίμησης τουριστικού ρόλου/συμπεριφοράς του αθλητικού τουρίστα, αφού αυτή η ανάλυση μπορεί να βοηθήσει στην κατανόηση των δυνητικών πελατών. Πρέπει να μελετηθεί ο τρόπος χειρισμού της εμπειρίας των τουριστών με παράλληλο σεβασμό και διατήρηση της σπουδαιότητας της, διότι κάθε τουρίστας έχει τις δικές του ανάγκες για τουριστική εμπειρία (Foo, Mcguiggan & Yannakis, 2004).

Ο σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν η διερεύνηση και η ανάλυση των χαρακτηριστικών του αθλητικού τουρίστα σε σχέση με την υψηλή προτίμηση τουριστικού ρόλου/συμπεριφοράς και των δημογραφικών χαρακτηριστικών τους, που συμμετείχαν ή/και παρακολούθησαν τον Κλασικό Μαραθώνιο της Αθήνας.

### **Μεθοδολογία**

#### **Δείγμα**

Στην έρευνα συμμετείχαν 200 αθλητικοί τουρίστες, αθλητές και θεατές, (n=200) που επισκέφθηκαν την Αθήνα με σκοπό την παρακολούθηση ή τη συμμετοχή στον Κλασικό Μαραθώνιο ή τα 5/10χλμ.

#### **Όργανο μέτρησης**

Για τη διερεύνηση της τυπολογίας των Ελλήνων και ξένων τουριστών στην Αθήνα χρησιμοποιήθηκε το ερωτηματολόγιο "Tourist Roles Preference Scale" (TRPS) των Gibson και Yiannakis (2002), μεταφρασμένο και προσαρμοσμένο σε Έλληνες, Βρετανούς, Γάλλους και Γερμανούς τουρίστες από τους Υφαντίδου, Κώστα και Μιχαλοπούλου (2007).

Το ερωτηματολόγιο αποτελείται από 94 μεταβλητές και χωρίζεται σε πέντε μέρη: α) τις δραστηριότητες του τουρίστα που αντανακλούν τα κίνητρά του (34 ερωτήσεις), β) τις δραστηριότητες που προσελκύουν τους αθλητικούς τουρίστες κατά τη διάρκεια των διακοπών ή μιας αθλητικής διοργάνωσης (28 ερωτήσεις), γ) τις σημαντικές ψυχολογικές ανάγκες (22 ερωτήσεις), δ) τα δημογραφικά και προσωπικά στοιχεία (7 ερωτήσεις) και ε) λόγο - πρόθεση επιλογής της Αθήνας για τουρισμό και μέσο ενημέρωσης τους (3 ερωτήσεις).

Αναλυτικότερα στο πρώτο μέρος χρησιμοποιήθηκε η πενταβάθμια κλίμακα Likert, 5 (πάντα μου αρέσει) έως το 1 (ποτέ δε μου αρέσει), στο δεύτερο μέρος χρησιμοποιήθηκε η πενταβάθμια κλίμακα Likert, 5 (πάρα πολύ) έως το 1 (καθόλου), στο τρίτο μέρος χρησιμοποιήθηκε η πενταβάθμια κλίμακα Likert, 5 (ικανοποιημένος/η) έως το 1 (μη ικανοποιημένος/η), στο τέταρτο μέρος χρησιμοποιήθηκε 7 κλειστές ερωτήσεις. Στο πέμπτο μέρος εξετάστηκε ο λόγος επίσκεψης της Αθήνας χρησιμοποιώντας 1 κλειστή ερώτηση, η πρόθεση επισκεψιμότητας της Αθήνας στο μέλλον χρησιμοποιώντας 1 ερώτηση πενταβάθμια κλίμακα Likert, 5 (ναι) έως το 1 (όχι) και τον τρόπο ενημέρωσης τους για την Αθήνα και τον Κλασικό Μαραθώνιο, χρησιμοποιώντας 1 κλειστή ερώτηση

### **Διαδικασία Μέτρησης**

Τα δεδομένα του ερωτηματολογίου συγκεντρώθηκαν στον Κλασικό Μαραθώνιο της Αθήνας στις 11 Νοεμβρίου 2012. Μοιράστηκαν 200 ερωτηματολόγια σε αθλητές και θεατές του Μαραθωνίου της Αθήνας, οι οποίοι κατοικούν εκτός Αττικής. Η συλλογή των ερωτηματολογίων για τους αθλητές, διεξάχθηκε στον εξωτερικό χώρο του Ζαππείου κατά τις ημέρες που παραλάμβαναν τα νούμερα συμμετοχής τους. Για τους θεατές διεξάχθηκε κατά την διάρκεια παρακολούθησης των αγώνων. Οι τουρίστες ενημερώθηκαν για το είδος της έρευνας και αποφάσιζαν εάν θέλουν να συμμετέχουν. Έπειτα δινόταν το ερωτηματολόγιο για συμπλήρωση. Επίσης το ερωτηματολόγιο μετατράπηκε σε ηλεκτρονική μορφή, δημοσιεύθηκε σε sites, forum και groups μαζί με τις οριοθετήσεις της έρευνας και με χρονικό περιθώριο απάντησης μέχρι την ημερομηνία διεξαγωγής του Μαραθωνίου.

### **Αποτελέσματα**

Η μέθοδος της ανάλυσης που χρησιμοποιήθηκε για τις 34 ερωτήσεις που αντανακλούν την υψηλή προτίμηση τουριστικού ρόλου/συμπεριφοράς, ήταν η ανάλυση διακύμανσης ως προς 1 ανεξάρτητο παράγοντα (one-way Anova). Από την ανάλυση και των συμπεριφορών των αθλητικών τουριστών, παρουσιάστηκαν οκτώ τουριστικοί ρόλοι, ο αναζητητής (28%), ο τουρίστας υπαίθριων δραστηριοτήτων (50,5%), ο τουρίστας υψηλής κατηγορίας (7,5%), ο ανθρωπολόγος-αρχαιολόγος (72,5%), ο εραστής του ήλιου (82%), ο αναζητητής δράσης (42%), ο οργανωμένος μαζικός τουρίστας (22,5%) και ο ενεργητικός αθλητικός τουρίστας (32,5%).

Από την ανάλυση διακύμανσης ως προς τον ανεξάρτητο παράγοντα «ηλικία», σε σχέση με τους οκτώ παράγοντες προτίμησης τουριστικού ρόλου/συμπεριφοράς προέκυψε ότι

στον παράγοντα «Αναζητητής Δράσης» υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά με  $F_{(3,196)}=(6,24)$ ,  $p<0.05$ , με την ηλικιακή κατηγορία 17-39 να εμφανίζει μεγαλύτερο μέσο όρο ( $M.O.=3,12$ ) από την ηλικιακή κατηγορία 40-59 ( $M.O.=2,70$ ) και την ηλικιακή κατηγορία 60+ ( $M.O.=1,91$ ).

Από την ανάλυση διακύμανσης ως προς τον ανεξάρτητο παράγοντα «χώρα μόνιμης κατοικίας» σε σχέση με τους οκτώ παράγοντες προτίμησης τουριστικού ρόλου/συμπεριφοράς προέκυψε ότι στον παράγοντα «Εραστής του Ηλίου» σε σχέση με τις χώρες μόνιμης κατοικίας διαπιστώθηκε ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά με  $F_{(5,194)}=(4,38)$ ,  $p<0.05$  με τις χώρες της Νότιας Ευρώπης να εμφανίζουν μεγαλύτερο μέσο όρο ( $M.O.=3,86$ ) σε σχέση με την Αμερική ( $M.O.=3,27$ ). Επίσης στατιστικά σημαντική διαφορά παρατηρήθηκε στον παράγοντα «Αναζητητή Δράσης» με  $F_{(5,194)}=(1,82)$ ,  $p<0.05$  με την Νότια Ευρώπη να εμφανίζει μεγαλύτερο μέσο όρο ( $M.O.=3,14$ ) από την Αμερική ( $M.O.=2,07$ ), και την Βόρεια Ευρώπη ( $M.O.=2,74$ ).

Από την ανάλυση διακύμανσης ως προς τον ανεξάρτητο παράγοντα, «οικογενειακή κατάσταση» σε σχέση με τους οκτώ παράγοντες προτίμησης τουριστικού ρόλου/συμπεριφοράς προέκυψε ότι στον παράγοντα «Εραστής του Ηλίου» διαπιστώθηκε ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά με  $F_{(3,196)}=(3,65)$ ,  $p>0.05$  με όσους συγκατοικούν να εμφανίζουν μεγαλύτερο μέσο όρο ( $M.O.=3,99$ ) από τους παντρεμένους ( $M.O.=3,55$ ). Επίσης στατιστικά σημαντική διαφορά παρατηρήθηκε στον παράγοντα «Αναζητητή Δράσης» με  $F_{(3,196)}=(5,27)$ ,  $p<0.05$  με τους ανύπαντρους να εμφανίζουν μεγαλύτερο μέσο όρο ( $M.O.=3,21$ ) σε σχέση με τους παντρεμένους ( $M.O.=2,78$ ) και τους χωρισμένους ( $M.O.=2,49$ ). Τέλος παρατηρήθηκε στατιστικά σημαντική διαφορά στον παράγοντα «Οργανωμένος Μαζικός Τουρίστας» με  $F_{(3,196)}=(5,66)$ ,  $p<0.05$ , με όσους είναι χωρισμένοι ( $M.O.=2,93$ ) να εμφανίζουν μεγαλύτερο μέσο όρο από όσους συγκατοικούν ( $M.O.=1,92$ ), τους παντρεμένους ( $M.O.=2,45$ ) και τους ανύπαντρους ( $M.O.=2,55$ ).

Με τη χρησιμοποίηση της στατιστικής ανάλυσης διακύμανσης για ανεξάρτητες μετρήσεις ως προς το φύλο σε σχέση με την προτίμηση τουριστικού ρόλου διαπιστώθηκε ότι στον παράγοντα «Τουρίστας Υπαίθριας Δραστηριότητας» διαπιστώθηκε η ύπαρξη στατιστικά σημαντικών διαφορών με  $t_{(198)}=(2,38)$ ,  $p<0.05$ , με τους άνδρες να εμφανίζουν υψηλότερο μέσο όρο διακύμανσης ( $M.O. = 3,24$ ) από τις γυναίκες ( $M.O. = 2,91$ ), όπως και στον παράγοντα Ενεργητικός Αθλητικός Τουρίστας διαπιστώθηκε η ύπαρξη στατιστικά σημαντικών διαφορών με  $t_{(198)}=(2,380)$ ,  $p<0.05$ , με



τους άνδρες να εμφανίζουν υψηλότερο μέσο όρο διακύμανσης ( $M.O. = 2,87$ ) από τις γυναίκες ( $M.O. = 2,50$ ).

Από την στατιστική ανάλυση t-test προέκυψε ότι οι αθλητικοί τουρίστες που συμμετείχαν ή παρακολούθησαν τον κλασικό Μαραθώνιο της Αθήνας, ήταν σε μεγαλύτερο ποσοστό άνδρες (67,5%), απόφοιτοι ΑΕΙ-ΤΕΙ (39%), πλήρης επαγγελματικής απασχόλησης (77,5%), ηλικίας 17-39 (66,5%), με ετήσιο συνολικό οικογενειακό εισόδημα κάτω από 20,000€, άγαμοι (41%), και κατοικούσαν στην Ελλάδα (66%).

### Συζήτηση - Συμπεράσματα

Από τα αποτελέσματα της παραγοντικής ανάλυσης παρατηρείται ότι ο αθλητικός τουρίστας παρουσιάζει κι άλλες συμπεριφορές κατά την επίσκεψη του σε ένα μέρος, γεγονός που φανερώνεται από τα ποσοστά που παρουσίασαν. Πρέπει να δοθεί έμφαση στο μάρκετινγκ των αθλητικών προορισμών/γεγονότων, το οποίο να καλύπτει αυτές τις συμπεριφορές ώστε να οδηγήσει τους τουρίστες αυτούς στην κατανάλωση/επιλογή.

Από την ανάλυση t-test παρατηρήθηκε ότι το δείγμα αποτελούταν κατά 67,5% από άνδρες ( $n=135$ ) και 32,5% από γυναίκες ( $n=65$ ). Επίσης από τα αποτελέσματα της ανάλυσης διακύμανσης των οκτώ παράγοντες προτίμησης τουριστικού ρόλου/συμπεριφοράς προέκυψε ότι στον παράγοντα «Αναζητητή Δράσης» η ηλικιακή κατηγορία 40-59, οι μόνιμοι κάτοικοι Αμερικής και Βόρειας Ευρώπης, όπως επίσης οι έγγαμοι και οι χωρισμένοι, εμφανίζουν χαμηλότερο μέσο όρο διακύμανσης. Τα παραπάνω φανερώνουν ότι πρέπει να δοθεί έμφαση στην προσέλκυση αυτών των ομάδων σε αυτά τα δρώμενα.

Προτείνεται να εκπονούνται συχνά έρευνες για τη διερεύνηση του προφίλ και των αναγκών των αθλητικών τουριστών, καθώς θα οδηγήσει σε νέες προτάσεις και τεχνικές μάρκετινγκ για την προσέγγιση αυτών των ομάδων-πληθυσμού. Επίσης θα βοηθήσει στο σχεδιασμό των κατάλληλων τουριστικών πακέτων και θα συμβάλει στην επιτυχή προώθηση των αθλητικών γεγονότων στο μέλλον.

### Βιβλιογραφία

- Aims Association of International Marathon and Distance Races. Ημερομηνία ανάκτησης 54-01-2013. <http://www.aimsworldrunning.com>
- Βελισσάριου, Ε. (2000). *Μάνατζμεντ Ειδικών και Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού*. Πάτρα: ΕΑΠ.
- Biddiscombe, R. (2004). *The business of sport tourism*. Chris Barnes, SBG.



- Foo, J.A., McGuiggan, R. & Yannakis, A. (2004). Roles tourists play: an Australian perspective. *Annals of Tourism Research*, 31(2), 408-427.
- Foot, D. K., (2002). Leisure Futures: A Change in Demography? Weiermair and Mathies, C. *Tourism and Leisure Industry: Shaping the Future*. Innsbruck, Haworth: 19-33.
- Gibson H. (2006). *Sport tourism concepts and theories*. Routledge Taylor and Francis Group.
- Hallmann, K., Wicker, P. (2012). Consumer profiles of runners at marathon races", *International Journal of Event and Festival Management*, Vol. 3 (2), pp.171 – 187.
- Ηγουμενάκης, Ν. (1999). *Εισαγωγή στον τουρισμό*. Αθήνα: Interbooks.
- Ηγουμενάκης, Ν. (1997). *Τουριστική οικονομία*. Τόμος Α΄. Αθήνα: Interbooks.
- Huescar, A. (2001). *Sport and leisure*. Olympic Review. April-May. Lausanne.
- Standeven J. & De Knop P. (1999). *Sport Tourism*. Champaign, IL: Human Kinetics.
- Τσάρτας, Π., (2000). *Τουριστική ανάπτυξη : Πολυεπιστημονικές προσεγγίσεις*. Εξάντας, Αθήνα.
- Yiannakis, Y. & Gibson, H. (1992). Roles tourists play. *Annals of Tourism Research*, 19, 287-303.
- Yfantidou, G., Matsouka, O., Costa, G. & Michalopoulos, M. (2010): Psychological needs as determinants of engagement in sports tourism. *Exercise and Quality of Life*, Vol.2(2): 1-11.
- Υφαντίδου Γ., Κώστα Γ. & Μιχαλοπούλου Μ. (2007). Πιλοτική Έρευνα για την αξιολόγηση ερωτηματολογίου τυπολογίας τουριστών. *Πρακτικά 2<sup>ου</sup> Πανελληνίου Συνεδρίου Αναψυχής – Ελεύθερου Χρόνου & Αθλητικού Τουρισμού*. Τρίκαλα, 80-82.
- Χρόνη Σ. (2001). Δραστηριότητες αθλητισμού αναψυχής στην Ελλάδα: Αντιλήψεις φοιτητών φυσικής αγωγής. *Φυσική Δραστηριότητα & Ποιότητα Ζωής*. Ειδικό τεύχος: Διοίκηση Δραστηριοτήτων Αναψυχής.
- 30<sup>ος</sup> Κλασικός Μαραθώνιος Αθηνών. Ημερομηνία ανάκτησης 1-12-2012.  
<http://www.athensclassicmarathon.gr>