



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΠΑΤΡΩΝ
UNIVERSITY OF PATRAS

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΑΤΡΩΝ

**ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**Μελέτη της επίδρασης της κρίσης της
πανδημίας στον κλάδο των ταξιδιωτικών
γραφείων αναφορικά με αθλητικά γεγονότα**

Γεωργοπούλου Αλεξία

Στριφτού Φρειδερίκη

Επιβλέπων: Κουτσονίκος Ιωάννης, Αναπληρωτής Καθηγητής

ΠΑΤΡΑ, ΑΠΡΙΛΙΟΣ 2022

Περιεχόμενα

Πρόλογος.....	2
Περίληψη.....	3
Abstract	4
Λέξεις - κλειδιά.....	5
Keywords.....	6
Εισαγωγή	7
1. Τουριστικά πρακτορεία	9
1.1. Εισαγωγή	9
1.2. Κατηγορίες τουριστικών πρακτορείων	11
1.3. Καταγραφή τουριστικών πρακτορείων σε Πάτρα, Λάρισα, Λαμία	14
2. Αθλητικός τουρισμός και Αθλητικά γεγονότα.....	17
2.1. Εισαγωγή	17
2.2. Η έννοια «Αθλητικός Τουρισμός»	19
2.3. Ιστορική αναδρομή των Event και των Φεστιβάλ	21
2.4. Αθλητικά γεγονότα.....	23
2.4.1. Ορισμός Event	23
2.4.2. Επιπτώσεις των Event στον τουρισμό	24
2.4.3. Mega Events	25
2.4.4. UEFA Champions League 2015-16.....	28
2.4.5. UEFA Champions League 2016-17	35
3. Επιπτώσεις COVID-19 στον τουριστικό κλάδο	42
3.1. Εισαγωγή	42
3.2. Ανασκόπηση ερευνών.....	44
3.3. Υπουργικές αποφάσεις σχετικά με τα γραφεία γενικού τουρισμού	45
4. Έρευνα	47
4.1. Σχεδιασμός και Μεθοδολογία έρευνας	47
4.2. Παρουσίαση και Ερμηνεία των Αποτελεσμάτων της Έρευνας	49
4.3. Συμπεράσματα - Προτάσεις.....	61
Βιβλιογραφία	65
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι. Μέτρα στήριξης εργαζομένων και επιχειρήσεων στον Τουριστικό κλάδο ...	70
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙ. Ερωτηματολόγιο έρευνας.....	78

Πρόλογος

Η πανδημία Covid-19 επέφερε πολλές ζημίες, απώλειες και αλλαγές τόσο σε κοινωνικό επίπεδο όσο και σε οικονομικό. Ο κλάδος που δέχτηκε το μεγαλύτερο πλήγμα ήταν η βιομηχανία του τουρισμού λόγω των μέτρων που είχαν ληφθεί από τις κυβερνήσεις ανά χώρα. Σκοπός της συγκεκριμένης πτυχιακής εργασίας είναι να αναλυθούν αφενός οι επιπτώσεις του κορονοϊού στη λειτουργία των ταξιδιωτικών γραφείων ειδικά σε σχέση με τα αθλητικά γεγονότα, αφετέρου οι πεποιθήσεις των ιδιοκτητών των ταξιδιωτικών πρακτορείων για την αποτελεσματικότητα των μέτρων που λήφθηκαν από την κυβέρνηση της χώρας μας για τη λειτουργία τους την περίοδο της πανδημίας.

Περίληψη

Στην παρούσα πτυχιακή εργασία πραγματοποιείται η ανάλυση των επιπτώσεων της πανδημίας Covid-19 για τη λειτουργία των ταξιδιωτικών γραφείων αναφορικά με τα αθλητικά γεγονότα. Για την εν λόγω έρευνα επιλέχθηκαν ταξιδιωτικά γραφεία διαφόρων πόλεων της Ελλάδας και, ειδικότερα, αυτών της Πάτρας, της Λαμίας, της Λάρισας, του Βόλου, των Ιωαννίνων, του Αγρινίου και των Τρικάλων. Έτσι, η εργασία διαρθρώνεται σε πέντε μέρη.

Στην Εισαγωγή ορίζεται το γενικό πλαίσιο της πτυχιακής εργασίας και περιγράφεται η εκδήλωση της πανδημίας και ορισμένες επιπτώσεις σε μεγάλα αθλητικά γεγονότα και στον τουρισμό γενικότερα.

Στο πρώτο Κεφάλαιο, ορίζονται τα ταξιδιωτικά γραφεία και οι κατηγορίες τους και καταγράφεται η διασπορά τους στον ελληνικό χώρο.

Στο δεύτερο Κεφάλαιο, αναφέρονται οι έννοιες του αθλητικού τουρισμού και των αθλητικών γεγονότων και προσδιορίζονται οι διακρίσεις και οι δραστηριότητες που υπάρχουν στον αθλητικό τουρισμό. Επίσης, ορίζονται τα Events και τα Φεστιβάλ και γίνεται μία ιστορική αναδρομή σε αυτά σε σχέση με τα αθλητικά γεγονότα. Επιπλέον, αναφέρονται μερικά δημοφιλή Mega Events όπως είναι οι Ολυμπιακοί Αγώνες για τα έτη 2012 και 2016 και το UEFA Champions League για τα έτη 2015-16 και 2016-17.

Στο επόμενο, τρίτο, Κεφάλαιο παρουσιάζονται οι επιπτώσεις του Covid-19 στον κλάδο του τουρισμού και οι αποφάσεις που πάρθηκαν από την κυβέρνηση για τα γραφεία γενικού τουρισμού.

Στο τέταρτο Κεφάλαιο παρουσιάζεται έρευνα που εκπονήθηκε στα ταξιδιωτικά γραφεία για την επίδραση της πανδημίας στη λειτουργία τους. Περιγράφεται η μεθοδολογία της έρευνας και τα αποτελέσματά της, καθώς και τα συμπεράσματα της έρευνας. Στο πλαίσιο της έρευνας, διατυπώθηκαν ερωτήματα σχετικά με την αποτελεσματικότητα των μέτρων στήριξης που λήφθηκαν από τους αρμόδιους φορείς αναφορικά με την οικονομική στήριξη των τουριστικών επιχειρήσεων και των εργαζομένων σε αυτές και δόθηκε η ευκαιρία στους ερωτώμενους να προτείνουν κάποια επιπλέον, κατά τη γνώμη τους, πιο αποδοτικά μέτρα.

Τέλος, στο πέμπτο Κεφάλαιο παρουσιάζονται τα γενικά συμπεράσματα της πτυχιακής εργασίας και κατατίθενται προτάσεις για περαιτέρω μελέτη και μέτρα στήριξης των ταξιδιωτικών πρακτορείων.

Abstract

In this thesis the analysis of the impact of the Covid-19 pandemic on the operation of travel agencies in relation to sporting events is carried out. For this research, travel agencies of various cities in Greece were selected, in particular those of Patras, Lamia, Larissa, Volos, Ioannina, Agrinio and Trikala. Thus, the paper is structured in five parts.

The Introduction defines the general context of the thesis and describes the pandemic and some of its effects on major sporting events and tourism in general.

In the second chapter, the concepts of sports tourism and sports events are mentioned and the distinctions and activities that exist in sports tourism are identified. Events and Festivals are also defined and a historical review of them in relation to sporting events is provided. In addition, some popular Mega Events such as the Olympic Games for the years 2012 and 2016 and the UEFA Champions League for the years 2015-16 and 2016-17 are mentioned.

The next, third, chapter presents the impact of Covid-19 on the tourism industry and the decisions taken by the government on general tourism offices.

Chapter four presents a survey of travel agencies on the impact of the pandemic on their operations. The methodology of the research and its results are described, as well as the conclusions of the research. The survey asked questions about the effectiveness of the support measures taken by the competent bodies in terms of financial support for tourism businesses and their employees and gave respondents the opportunity to suggest some additional measures which they considered to be more effective.

Finally, the fifth chapter presents the general conclusions of the thesis and makes proposals for further study and measures to support travel agencies.

Λέξεις - κλειδιά

Τουρισμός

Ταξιδιωτικά πρακτορεία

Πανδημία / Covid-19

Events

Mega events

Αθλητικές διοργανώσεις

Μεταφορά

Αθλητισμός

Επιπτώσεις πανδημίας

Keywords

Tourism

Travel agencies

Pandemic / Covid-19

Events

Mega events

Sports events

Transportation

Sports

Impact of pandemic

Εισαγωγή

Ο SARS εκδηλώθηκε για πρώτη φορά το 2003 στη Νότια Κίνα και πιο συγκεκριμένα σε μια επαρχία της Γκουανγκντόνγκ και εξαπλώθηκε και σε άλλες χώρες (Βόρεια Αμερική, Ευρώπη). Όπως είναι φυσικό, ο συγκεκριμένος ιός δημιούργησε άγχος σε διεθνές επίπεδο, επειδή ήταν πολύ μεταδοτικός, και είχε ως αποτέλεσμα να υπάρξουν απώλειες στην οικονομία παγκοσμίως, ιδιαίτερα στη βιομηχανία του τουρισμού. Δεκαεφτά χρόνια μετά εμφανίστηκε ένας νέος ιός, πάλι στην Κίνα, και πιο συγκεκριμένα στο Γιουχάν, ο οποίος είχε παρόμοια χαρακτηριστικά και ονομάστηκε SARS-CoV-2. Ο ιός αυτός ήταν πιο μεταδοτικός και προκαλούσε αναπνευστική ασθένεια και είχε ονομαστεί, όπως το γνωρίζουμε και σήμερα, Covid-19. Στις αρχές του έτους 2020, ξεσπά η νόσος Covid-19 με αποτέλεσμα οι προβλέψεις αναφορικά με τη βιομηχανία του τουρισμού να αναιρούνται, διότι το θέμα άρχισε να συζητιέται σε διάφορα μέσα ενημέρωσης. Στις αρχές του Απριλίου 2020, η νόσος χαρακτηρίστηκε και επισήμως πανδημία, καθώς είχε προκαλέσει θανάτους και πολλά κρούσματα σε παγκόσμιο επίπεδο. Όπως είναι φυσικό, ένα τέτοιο γεγονός προκάλεσε πολλές και σημαντικές απώλειες και ζημίες στην τουριστική αγορά και στην οικονομία παγκοσμίως, αφού τα μέτρα που λήφθηκαν από τις κυβερνήσεις των χωρών αφορούσαν το κλείσιμο, την αναβολή ή ακόμη και την ακύρωση μεγάλων συγκεντρώσεων.

Ένα από αυτά τα γεγονότα είναι οι Ολυμπιακοί Αγώνες 2020 στο Τόκιο, οι οποίοι αναβλήθηκαν για το 2021. Μετά από συμφωνία του προέδρου της Διεθνούς Ολυμπιακής Επιτροπής με τον Ιάπωνα πρωθυπουργό, ανακοινώθηκε στις 30 Μαρτίου 2021 πως οι αγώνες θα διεξαχθούν το καλοκαίρι και πιο συγκεκριμένα στις 23 Ιουλίου έως τις 8 Αυγούστου 2021 (Lang, Dockterman, Chow, Hoffman, McClyskay & Greenspan, 2020). Όσο αφορά τους Παραολυμπιακούς Αγώνες, η ημερομηνία που τελικά διεξάχθηκαν ήταν από τις 24 Αυγούστου έως τις 4 Σεπτεμβρίου 2021.

Μία άλλη αθλητική διοργάνωση που αναβλήθηκε ήταν οι αγώνες της διοργάνωσης Champions League που είχαν προγραμματιστεί για τις 17 και 18 Μαρτίου 2020 και της διοργάνωσης Europa League οι οποίοι ήταν να διεξαχθούν στις 19 Μαρτίου 2020 (Thielen, 2021). Αναβολή είχαμε και στο Ευρωπαϊκό πρωτάθλημα, το οποίο, ενώ είχε προγραμματιστεί για τη 12η Ιουνίου μέχρι τη 12η Ιουλίου 2020, μεταφέρθηκε ένα χρόνο αργότερα και διεξήχθη στις 11 Ιουνίου έως 11 Ιουλίου 2021. Τέλος, άλλες δύο μεγάλες διοργανώσεις στις οποίες παρουσιάστηκαν ακυρώσεις και αναβολές ήταν τα τουρνουά τένις της Μαδρίτης και του Αυστραλιανού Open, καθώς και οι αγώνες της Formula 1. Στην πρώτη διοργάνωση παρατηρήθηκαν μετακινήσεις των ημερομηνιών

διεξαγωγής κάποιων τουρνουά, αντιθέτως στη δεύτερη οι αγώνες διακόπηκαν εντελώς.

Οι επιπτώσεις της πανδημίας στον τουριστικό κλάδο σε όλο τον κόσμο ήταν καταστροφικές, καθώς τον Ιανουάριο μέχρι τον Φεβρουάριο 2020 σημειώθηκε μείωση κατά 72% στα ταξίδια παγκοσμίως. Οι αερομεταφορές, τα ταξιδιωτικά πρακτορεία και οι μονάδες φιλοξενίας υπέστησαν μεγάλο οικονομικό πλήγμα, διότι τα μέτρα που λήφθηκαν από τις κυβερνήσεις είχαν ως αποτέλεσμα την αναστολή της λειτουργίας τους και την πτώση των εσόδων τους άνω του 70%. Πιο συγκεκριμένα, τα ταξιδιωτικά πρακτορεία είχαν μείωση στα συνολικά έσοδά τους άνω του 50%.

1. Τουριστικά πρακτορεία

1.1. Εισαγωγή

Με τον όρο τουριστικό γραφείο, σύμφωνα με τον νόμο, ορίζεται μια νόμιμα οργανωμένη επιχείρηση, η οποία με τα μέσα που διαθέτει και τις υπηρεσίες που παρέχει, αναλαμβάνει τη μεταφορά, διακίνηση και διαμονή μεμονωμένων ατόμων ή ομάδων ταξιδιωτών εντός ή εκτός της ελληνικής επικράτειας. Οι επιχειρήσεις αυτές αποτελούν αναπόσπαστο κομμάτι της βιομηχανίας του τουρισμού της χώρας μας και σκοπός τους είναι η παροχή υψηλού επιπέδου τουριστικών υπηρεσιών στους ταξιδιώτες (Παπαγεωργίου, 2018).

Στις 5 Ιουλίου του 1841, ο Thomas Cook οργάνωσε μια ημερήσια εκδρομή για 540 άτομα με τρένο από το Leicester στο Loughborough με αντίτιμο 1 στερλίνα, το οποίο σήμερα θα αντιστοιχούσε σε 70 Ευρώ (Παπαγεωργίου, 2018). Ο Thomas Cook, εκμεταλλευόμενος κάθε ευκαιρία και πουλώντας το συγκεκριμένο πακέτο καταφέρνει να πάρει ποσοστά για τις υπηρεσίες του. Έτσι, ιδρύεται το πρώτο ταξιδιωτικό πρακτορείο με την επωνυμία Cook, το οποίο δημιουργεί και κάνει διαθέσιμο προς το ευρύ κοινό το πρώτο πακέτο εκδρομής. Το 1855 ο Thomas Cook πραγματοποιεί το πρώτο οργανωμένο ταξίδι στην Ευρώπη. Το πρώτο ταξίδι στην Αμερική γίνεται το 1866, ενώ λειτουργεί από το 1864 ταξιδιωτικό γραφείο στο Λονδίνο. Η Thomas Cook & Son το 1872 κάνει πραγματικότητα τον πρώτο γύρο του κόσμου. Μέχρι και τον Σεπτέμβριο του 2019 όπου ο επικεφαλής Πίτερ Φανκχάουζερ ανακοίνωσε την πτώχευση της εταιρείας, λόγω έλλειψης κεφαλαίων, ήταν ο δεύτερος ταξιδιωτικός οργανισμός στην Ευρώπη και τρίτος στον κόσμο. Επιπλέον, προσέφερε πακέτα διακοπών σε περισσότερους από 1000 προορισμούς σε ολόκληρο τον κόσμο και θεωρούνταν από τους πετυχημένους και αναγνωρισμένους ταξιδιωτικούς οργανισμούς στον κόσμο (όπ. προηγ.).

Με την πάροδο των χρόνων, το ταξίδι και η έννοιά του έχουν διαφοροποιηθεί. Αν και παρουσιάζονται ταξίδια από την εποχή της Αρχαίας Αθήνας τα οποία πραγματοποιούνταν από φιλόσοφους στοχαστές, οι οποίοι ήθελαν να γνωρίσουν νέους τόπους, τα πρώτα ταξίδια παρατηρούνται να γίνονται από εμπόρους σε διάφορες περιοχές του τότε γνωστού κόσμου. Τα ταξίδια της τότε εποχής διεξάγονταν αποκλειστικά και μόνο για διακίνηση αγαθών. Από τον 19ο αιώνα και μετά βλέπουμε την πρώτη αλλαγή στα ταξίδια, αφού τα ταξιδιωτικά πρακτορεία ξεκινούν να γίνονται οι διαμεσολαβητές των ταξιδιωτών και προσφέρουν υπηρεσίες μεταφοράς, διαμονής, εστίασης, ξενάγησης σε συγκεκριμένη τιμή και τόπο. Στην

Ελλάδα τα πρώτα ταξιδιωτικά γραφεία λειτούργησαν κυρίως ως μεταναστευτικά κέντρα μετά το τέλος του δεύτερου παγκοσμίου πολέμου (όπ. προηγ., 2018).

Σήμερα, απαριθμούμε συνολικά 3.072 αναγνωρισμένα ταξιδιωτικά πρακτορεία σε όλη την Ελλάδα. Τα περισσότερα από αυτά αναλαμβάνουν την οργάνωση πακέτων εκδρομών εσωτερικού και εξωτερικού, αλλά και την έκδοση εισιτηρίων. Κυρίως στα νησιά συναντάμε ταξιδιωτικά γραφεία τα οποία ασχολούνται εξολοκλήρου με την έκδοση εισιτηρίων.

Ακολουθεί μια καταγραφή των ταξιδιωτικών γραφείων ανά νομό:

ΝΟΜΟΣ	ΠΛΗΘΟΣ ΓΡΑΦΕΙΩΝ
Αιτωλοακαρνανίας	35
Αργολίδας	22
Αρκαδίας	15
Άρτας	4
Αττικής	166
Αχαΐας	76
Βοιωτίας	19
Γρεβενών	7
Δράμας	13
Δωδεκανήσου	211
Έβρου	23
Ευβοίας	32
Ζακύνθου	45
Ηλείας	30
Ημαθίας	19
Ηρακλείου	200
Θεσπρωτίας	29
Θεσσαλονίκης	317
Ιωαννίνων	20
Καβάλας	35
Καρδίτσας	9
Καστοριάς	6
Κέρκυρας	131
Κεφαλληνίας	45
Κοζάνης	24

Κορινθίας	29
Κυκλάδων	223
Λακωνίας	11
Λάρισας	48
Λασιθίου	41
Λέσβου	39
Λευκάδας	17
Μαγνησίας	69
Μεσσηνίας	41
Ξάνθης	15
Πέλλας	15
Πιερίας	37
Πρέβεζας	15
Ρεθύμνης	58
Ροδόπης	15
Σάμου	25
Σερρών	21
Τρικάλων	26
Φθιώτιδας	22
Φλώρινας	6
Φωκίδας	2
Χαλκιδικής	53
Χανίων	101
Χίου	19

1.2. Κατηγορίες τουριστικών πρακτορείων

Τα τουριστικά πρακτορεία ανάλογα με τις υπηρεσίες που προσφέρουν χωρίζονται στις ακόλουθες κατηγορίες (Παπαγεωργίου, 2018):

1. Σύμφωνα με τον νόμο

- Γραφεία Εσωτερικού τουρισμού

Τα γραφεία εσωτερικού τουρισμού έχουν τη δυνατότητα από τον νόμο να προσφέρουν υπηρεσίες μόνο σε Έλληνες τουρίστες στα όρια της ελληνικής επικράτειας. Οι αρμοδιότητες των γραφείων αυτών είναι περιορισμένες και δεν μπορούν να παρέχουν υπηρεσίες στους Έλληνες που θέλουν να ταξιδέψουν εκτός

της χώρας. Οι υπηρεσίες που μπορούν να προσφέρουν τα γραφεία εσωτερικού τουρισμού είναι:

- ✓ Η κατάρτιση και εκτέλεση προγραμμάτων εκδρομών και περιηγήσεων εντός της χώρας, με μισθωμένο ή ιδιόκτητο μέσο.
- ✓ Η διαμεσολάβηση για την εξασφάλιση διαμονής, διατροφής, αναψυχής, ψυχαγωγίας και μεταφοράς πελατών.
- ✓ Η μεσολάβηση για έκδοση εισιτηρίων οποιουδήποτε μεταφορικού μέσου.

- Γραφεία γενικού τουρισμού

Τα γραφεία γενικού τουρισμού έχουν τη δυνατότητα εκ του νόμου να προσφέρουν όλο το φάσμα των υπηρεσιών, σε ημεδαπούς αλλά και αλλοδαπούς πελάτες, εντός ή εκτός της ελληνικής επικρατείας. Τέτοιου είδους γραφεία έχουν τη δυνατότητα να δραστηριοποιούνται στον εισερχόμενο, τον εξερχόμενο και τον επαγγελματικό τουρισμό. Ανάλογα με τη χώρα προέλευσης και προορισμού των ταξιδιωτών διακρίνονται στις εξής κατηγορίες:

- ✓ Γραφεία εξερχόμενου τουρισμού (outgoing travel agencies)
- ✓ Τα γραφεία εξερχόμενου τουρισμού ειδικεύονται στη διακίνηση ημεδαπών τουριστών προς το εξωτερικό (Outgoing travel agencies).
- ✓ Γραφεία εισερχόμενου τουρισμού (incoming travel agencies)
- ✓ Τα γραφεία εισερχόμενου τουρισμού ειδικεύονται στη διακίνηση τουριστών από τη χώρα μόνιμης κατοικίας τους στη χώρα μας όπου και εδρεύουν τα γραφεία αυτά.
- ✓ Γραφεία εγχώριου τουρισμού
- ✓ Ειδικεύονται στη διακίνηση ημεδαπών τουριστών στο εσωτερικό της χώρας τους.

2. Σύμφωνα με τη δυνατότητα έκδοσης αεροπορικών εισιτηρίων

- Τουριστικά γραφεία IATA travel agencies

Τα γραφεία αυτά διαθέτουν συγκεκριμένο κωδικό αριθμό και λαμβάνουν ειδικό σήμα εγκεκριμένου πράκτορα IATA, πληρούν συγκεκριμένες προϋποθέσεις και κριτήρια. Είναι τα γραφεία τα οποία μπορούν να εκδίδουν εισιτήρια και για διεθνείς πτήσεις εκτός των εισιτηρίων εσωτερικού.

- Non-IATA travel agencies

Στην περίπτωση που αναφερόμαστε σε γραφεία non-IATA, η εκτύπωση των αεροπορικών εισιτηρίων θα πρέπει να γίνει από γραφείο αναγνωρισμένο, το οποίο είναι μέλος της IATA.

3. Σύμφωνα με την εξειδίκευση των γραφείων

- Γραφεία επαγγελματικού τουρισμού (business travel agencies)

Ο επαγγελματικός τουρισμός περιλαμβάνεται στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Παρατηρείται μια αρκετά μεγάλη αγορά στη συγκεκριμένη κατηγορία αφού περιλαμβάνει τον τουρισμό κινήτρων, τον τουρισμό εκθέσεων, τα επαγγελματικά ταξίδια και τα συνέδρια. Αυτές οι μορφές αποτελούν ειδικές και πολύ απαιτητικές μορφές τουρισμού. Για τον λόγο αυτό, τα τουριστικά γραφεία αναπτύσσουν ειδικά τμήματα επαγγελματικού τουρισμού με εξειδικευμένο και κατάλληλα εκπαιδευμένο και έμπειρο προσωπικό.

- Γραφεία Εναλλακτικού τουρισμού (Alternative travel agencies)

Οι μορφές του εναλλακτικού τουρισμού έχουν αναπτυχθεί τα τελευταία χρόνια και διαφοροποιούνται από το κλασικό πρότυπο του τουρισμού. Στις μορφές αυτές περιλαμβάνονται μεταξύ άλλων ο τουρισμός δράσης, ο αγροτουρισμός, ο οικοτουρισμός, ο τουρισμός υγείας, ο θρησκευτικός τουρισμός και ο υποβρύχιος τουρισμός. Οι απαιτήσεις του εναλλακτικού τουρίστα είναι εξειδικευμένες, ενώ οι ανάγκες ανάπτυξης, εξοπλισμού και συντήρησης των εγκαταστάσεων είναι μεγάλες. Απαιτείται λοιπόν ειδική γνώση του αντικειμένου και απόλυτη εξειδίκευση εκ μέρους του τουριστικού γραφείου.

4. Σύμφωνα με τη μορφή των γραφείων

- Γενικοί πράκτορες πωλήσεων (General sales agent, GSA - Τουριστικά γραφεία αντιπροσώπευσης)

Ένας προμηθευτής τουριστικών προϊόντων για την πώληση και προώθηση των προϊόντων του χρειάζεται έναν αντιπρόσωπο σε μια άλλη πόλη ή σε άλλη χώρα. Για να το επιτύχει αυτό, ο προμηθευτής επιλέγει έναν μικρό ταξιδιωτικό πράκτορα ή έναν μεγάλο ταξιδιωτικό οργανισμό, ως αντιπρόσωπο. Οι GSAs εκπροσωπούν κυρίως αεροπορικές εταιρίες και συνήθως αντιπροσωπεύουν περισσότερους από έναν προμηθευτές τουριστικών προϊόντων. Έχουν τη δυνατότητα να χειρίζονται το τμήμα του μάρκετινγκ, των κρατήσεων, της έκδοσης εισιτηρίων αλλά και της παροχής πληροφοριών.

- Τουριστικά γραφεία Δικαιόχρησης (franchised travel agencies)

Η σύμβαση δικαιόχρησης αναφέρεται στη συμφωνία που γίνεται μεταξύ δύο εταιρειών. Η κύρια εταιρεία δίνει το δικαίωμα στην άλλη να χρησιμοποιήσει το όνομά της, το λογότυπό της, τα προϊόντα της και τις μεθόδους εργασίας της, με οικονομικό αντάλλαγμα. Τα 5 στάδια της διαδικασίας του συστήματος αυτού αποτελούν α) η επιλογή, β) η υποστήριξη, γ) η αποκλειστικότητα, δ) η αγορά τουριστικών προϊόντων και ε) ο έλεγχος ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών.

- Διαδικτυακά τουριστικά γραφεία (internet travel agencies)

Τα διαδικτυακά τουριστικά γραφεία δραστηριοποιούνται στον χώρο του διαδικτύου και του ηλεκτρονικού εμπορίου. Σύμφωνα με επιστημονικές μετρήσεις που έχουν πραγματοποιηθεί, ο τουρισμός σήμερα είναι ο δεύτερος μεγαλύτερος κλάδος ηλεκτρονικών πωλήσεων και αυτό μας φανερώνει ότι η πίεση της παραδοσιακής τουριστικής αγοράς από το διαδίκτυο είναι πολύ μεγάλη. Ιδιαίτερα σημαντικό κομμάτι είναι η ανάπτυξη των ηλεκτρονικών Sites αλλά και η ισχυρή δραστηριότητα των αεροπορικών εταιρειών παγκοσμίως και των μεγάλων Tour Operators, οι οποίοι δραστηριοποιούνται σε μεγάλο βαθμό από το διαδίκτυο.

1.3. Καταγραφή τουριστικών πρακτορείων σε Πάτρα, Λάρισα, Λαμία

Το χρονικό διάστημα που διεξήχθη η έρευνα μέσω ερωτηματολογίων, πραγματοποιήθηκε και μία άλλη έρευνα μέσω διαδικτύου η οποία αφορούσε τα ταξιδιωτικά γραφεία των πόλεων της Πάτρας, της Λάρισας και της Λαμίας ώστε να καταγραφούν οι δραστηριότητες των πρακτορείων, οι αθλητικές δραστηριότητες καθώς και οι υπηρεσίες που προσφέρουν μέσω της ιστοσελίδας τους. Στη συνέχεια, αποστείλαμε ερωτηματολόγια στα πρακτορεία των παραπάνω πόλεων με σκοπό να γίνει περαιτέρω έρευνα των επιπτώσεων του Covid-19 σε αυτά.

Παρακάτω παρατίθενται πίνακες με τα παραπάνω στοιχεία.

Κατανομή ταξιδιωτικών πρακτορείων ανά πόλη		
Πάτρα	Λάρισα	Λαμία
51	21	12

Δραστηριότητες ταξιδιωτικών πρακτορείων		
Πάτρα	Λάρισα	Λαμία
Εκδόσεις αεροπορικών και ακτοπλοϊκών εισιτηρίων	Οργανωμένες εκδρομές εσωτερικού - εξωτερικού	Κρουαζιέρες
Κρατήσεις ξενοδοχείων στην Ελλάδα και στο Εξωτερικό	Γαμήλια ταξίδια	Γαμήλια ταξίδια
Οργανωμένα πακέτα για παρακολούθηση συναυλιών, καλλιτεχνικών εκδηλώσεων	Κρουαζιέρες	Μισθώσεις λεωφορείων και αυτοκινήτων
Μεμονωμένες εκδρομές	Κρατήσεις ξενοδοχείων	Μεταφορές
Κρουαζιέρες	Εκδόσεις αεροπορικών και ακτοπλοϊκών εισιτηρίων	Έκδοση αεροπορικών και ακτοπλοϊκών εισιτηρίων
Εισερχόμενος Τουρισμός (Θρησκευτικός- Εναλλακτικός - Αρχαιολογικός - Γευσιγνωσίας)	Ενοικιάσεις αυτοκινήτων	Εκδρομές σε εσωτερικό και εξωτερικό
Μεταφορές - Ενοικιάσεις Τουριστικών Λεωφορείων	Γαμήλια ταξίδια	Ομαδικά και ατομικά ταξίδια σε όλο τον κόσμο
Εκδρομές	Πακέτα εκδρομών εσωτερικού και εξωτερικού	VIP μεταφορές
Ενοικίαση αυτοκινήτων	Κρουαζιέρες	Οργανωμένες εκδρομές
VIP Ταξιδιωτικές Υπηρεσίες	Ναυλώσεις λεωφορείων	Ψυχαγωγικές και εκπαιδευτικές εκδρομές
Εταιρικά/ επαγγελματικά ταξίδια	Οδικές εκδρομές	Spa Wellness
Εταιρικές/ ιδιωτικές μισθώσεις	Εναλλακτικός τουρισμός	
Έκδοση VISA και WESTERN UNION	Επαγγελματικά ταξίδια	
Μεταφορές σε λιμάνια - αεροδρόμια - ξενοδοχεία		
MINI BUS (Α.Μ.Ε.Α, τουρισμός, μεταφορές προσωπικού εταίρων, σύλλογοι, οργανισμοί)		
Οργανωμένα ταξίδια/ εκδρομές		
Υπηρεσίες MICE		
Υπηρεσίες πρακτόρευσης Yachting		
Θεματικά ταξίδια και οργανωμένες εκδρομές σε αγώνες Grand Prix σε όλο τον κόσμο		
Αγώνες μηχανοκίνητου αθλητισμού (Rally Legent, WRC αγώνες & Moto GP)		
Γαμήλια ταξίδια		

Αθλητικές δραστηριότητες πρακτορείων		
Πάτρα	Λάρισα	Λαμία
Οργανωμένα πακέτα για παρακολούθηση αθλητικών συναντήσεων	Ταξίδια Σωματείων - Ομάδων	Ομαδικά ταξίδια συλλόγων, ομάδων και σωματείων
Μεταφορά προσώπων αθλητικών σωματείων		Ταξίδια αναψυχής ειδικού ενδιαφέροντος (π.χ. rafting, ιστιοπλοΐα, κλπ.)
Οργάνωση αθλητικών εκδηλώσεων		
Μεταφορές Σκαφών για το yachting		
Μεταφορά ομάδων, αθλητικών συλλόγων και φιλάθλων με πούλμαν		
Εισιτήρια αθλητικών αγώνων και FORMULA 1		
Μισθώσεις πούλμαν σε αθλητικά σωματεία, ομάδες		
Εκδρομές/ ταξίδια για σπορ		

Υπηρεσίες ιστοσελίδας πρακτορείων		
Πάτρα	Λάρισα	Λαμία
Εγγραφή στην λίστα αλληλογραφίας	Πληροφόρηση	Κράτηση ξενοδοχείου
Επικοινωνία με email, skype, fax και τηλέφωνο	Επικοινωνία μέσω φόρμας	Αεροπορικά και ακτοπλοϊκά εισιτήρια
Επιλογή γλώσσας σελίδας	Σελίδα στο Facebook	Ενοικιάσεις αυτοκινήτων και λεωφορείων/mini bus
Χάρτης τοποθεσίας πρακτορείου	Υπηρεσία αναζήτησης εκδρομών βάσει προορισμού και περιόδου	
Αποστολή μηνύματος στο πρακτορείο	Newsletter	
Κρατήσεις μέσω της ιστοσελίδας	Υπηρεσία αναζήτησης πακέτων εκδρομών	
Επιλογή γλώσσας σελίδας	Ενημέρωση για μέτρα, διαδικασίες σε COVID-19	
Φόρμα επικοινωνίας για αεροπορικά εισιτήρια, κρατήσεις ξενοδοχείων και ενοικιάσεις αυτοκινήτων		
Ενημερώσεις και χρήσιμα έντυπα σχετικά με τον Covid 19		
Αποστολή βιογραφικού		
Επικοινωνία με τους υπεύθυνους κάθε τμήματος μέσω email		
Εγγραφή στο newsletter		
Δρομολόγια και προσφορές		

2. Αθλητικός τουρισμός και Αθλητικά γεγονότα

2.1. Εισαγωγή

Ο τουρισμός τα τελευταία χρόνια υπόκειται σε σημαντικές εξελίξεις (Αποστολόπουλος & Σδράλη, 2016). Το καινούριο σύνθετο τουριστικό προϊόν δεν συνδυάζει μόνο το σύνολο των λειτουργιών ως μια μορφή τουρισμού αλλά περιλαμβάνει και όλα εκείνα τα στοιχεία από διάφορες δραστηριότητες ενός πλέγματος τουριστικών μορφών (π.χ. αθλητικός τουρισμός, τουρισμός υγείας, συνεδριακός τουρισμός).

Οι αναλύσεις έχουν δείξει πως στον χώρο του τουρισμού υπάρχει μια ανάδειξη ενός σύγχρονου τύπου τουρίστα, ο οποίος έχει περισσότερο ελεύθερο χρόνο, έχει οικονομική ευχέρεια, μεγαλύτερη και καλύτερη πληροφόρηση, ώστε να επιλέξει τον κατάλληλο προορισμό για αυτόν, και περισσότερες επιλογές αναφορικά με τις δραστηριότητες που θα επιλέξει να κάνει στις διακοπές του για να αξιοποιήσει τον χρόνο του. Παράλληλα, όμως, οι συνθήκες που επικρατούν αναφορικά με τις συνθήκες εργασίας και διαβίωσης στις πόλεις έχουν δημιουργήσει την ανάγκη για επιστροφή στη φύση, την αναζήτηση ηρεμίας και γαλήνης (όπ. προηγ.).

Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται σταδιακή άνοδος στις ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού εξαιτίας της ανάγκης των ανθρώπων που διαμένουν στις πόλεις να έρθουν σε επαφή με τη φύση, να λάβουν μέρος σε κάποιες αγροτικές, αθλητικές και πολιτισμικές δραστηριότητες. Μία τέτοια μορφή είναι ο αθλητικός τουρισμός, ο οποίος αναπτύσσεται παγκοσμίως και έχει σημασία σε πολλά επίπεδα (όπ. προηγ.).

Για την ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού (sports tourism) βοηθά το κλίμα, η γεωμορφολογία, καθώς και οι περιβαλλοντικές συνθήκες της χώρας μας. Επιπλέον, η άσκηση διατηρεί και προάγει τη σωματική, πνευματική και ψυχική υγεία και χρησιμοποιείται ως ένα μέσο αξιοποίησης και ανάδειξης του αθλητικού τουρισμού (όπ. προηγ.).

Ο αθλητικός τουρισμός έχει τις εξής κατηγορίες:

1. Τουρισμός μετακίνησης φιλάθλων
2. Τουρισμός αθλητών για αγώνες και προπονήσεις εκτός έδρας
3. Άθληση τουριστών που δραστηριοποιούνται ευκαιριακά

Σύμφωνα με τους Κ.Δ. Αποστολόπουλο και Δ.Β. Σδράλη (2016), οι δραστηριότητες με τις οποίες μπορεί να ασχοληθεί ένας τουρίστας είναι:

1. Τα «κλασικά» σπορ τα οποία είναι το μπάσκετ, βόλεϊ, τένις, ποδόσφαιρο και το γκολφ τα τελευταία χρόνια.
2. Οι δραστηριότητες του βουνού οι οποίες είναι η πεζοπορία, ορειβασία, ιππασία, βάδισμα στη φύση, σκοποβολή, ποδήλατο βουνού, τοξοβολία, αναρρίχηση, έλκηθρο, σκι ανώμαλου δρόμου, ορειβατικό σκι.
3. Οι δραστηριότητες στο νερό οι οποίες είναι το ράφτινγκ, διάσχιση ή κατάβαση φαραγγιού, καγιάκ.
4. Οι δραστηριότητες στον αέρα οι οποίες είναι το παραπέντε (αλεξίπτωτο πлагιάς), αιωροπτερισμός.

Επιπλέον, στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού περιλαμβάνονται και οι αθλητικές δραστηριότητες που έχουν επαγγελματικό χαρακτήρα και σχετίζονται με τον τουρισμό, τα μεγάλα αθλητικά γεγονότα γνωστά και ως Mega Events και οι αθλητικές δραστηριότητες με ερασιτεχνικό χαρακτήρα που υλοποιούνται στα ταξίδια (όπ. προηγ.).

Υπάρχουν διάφοροι τύποι κατηγοριοποίησης των διοργανώσεων του αθλητικού τουρισμού, οι οποίοι διαχωρίζονται με βάση το μέγεθος, τη μορφή και το περιεχόμενό τους (Getz, 2005:19-30):

- ο Με βάση το μέγεθος διακρίνουμε:
 - Τις μεγάλες διοργανώσεις (Mega Events), όπως για παράδειγμα οι Ολυμπιακοί Αγώνες και τα Παγκόσμια Κύπελλα,
 - Τις διοργανώσεις «Σήμα-Κατατεθέν» (hallmark events), όπως είναι το Euro League,
 - Τις εξέχουσες διοργανώσεις (major events), όπως είναι οι ετήσιες διοργανώσεις Australian Open Tennis Tournament
- ο Με βάση τη μορφή και το περιεχόμενό τους διακρίνουμε:
 - Τις επιχειρηματικές διοργανώσεις (corporate events ή meetings incentives conventions exhibitions events- MICE ή Business Events), όπως είναι τα ταξίδια κινήτρων
 - Τις πολιτισμικές διοργανώσεις, όπως είναι οι συναυλίες
 - Τις αθλητικές διοργανώσεις, όπως είναι οι αγώνες γκολφ

2.2. Η έννοια «Αθλητικός Τουρισμός»

Σύμφωνα με τους Hinch & Higham, 2001, ο αθλητισμός είναι μια σημαντική δραστηριότητα στο πλαίσιο του τουρισμού που αποτελεί θεμελιώδες χαρακτηριστικό του αθλητισμού. Μέσα από έρευνες που έγιναν τα τελευταία δέκα χρόνια ορίστηκαν τα χαρακτηριστικά του αθλητισμού και αναδείχθηκε η σημασία του. Μάλιστα, σύμφωνα με τους Moore κ.α. (1995), ο αθλητισμός και ο τουρισμός έχουν μία αλληλένδετη σχέση. Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (UNWTO) σε μία συνδιάσκεψη που έγινε τον Φεβρουάριο του 2001 στην Ισπανία αναγνώρισε τη σχέση που υπάρχει μεταξύ του τουρισμού και του αθλητισμού.

Ως αθλητικός τουρισμός νοείται «κάθε ανάμειξη, ενεργητική ή/και παθητική, σε αθλητικές δραστηριότητες εντασσόμενες στο πλαίσιο του τουρισμού ως επιλογή και με πρωτεύοντα στόχο την ψυχαγωγία και την ήπια άθληση και όχι τη συμμετοχή σε αθλητικά δρώμενα ή την προετοιμασία τους για αυτά» (Υπουργείο Τουρισμού, 2018).

Οι αθλητικές δραστηριότητες σε σχέση με τον τουρισμό περιέχουν (όπ. προηγ.):

1. Την ενεργητική (μεμονωμένα ή σε ομάδα) συμμετοχή ενός επισκέπτη ή τουρίστα σε κάποιο άθλημα ή ακόμη σε κάποιες αθλητικές εκδηλώσεις.
2. Την προσωπική εξέλιξη ή αλλιώς τη βελτίωση κατάρτισης σε κάποιο άθλημα είτε μεμονωμένα είτε ομαδικά.
3. Την παρακολούθηση ενός αθλήματος είτε ως θεατής είτε ως υποστηρικτής μιας ομάδας, ενός αθλήματος ή μιας αθλητικής διοργάνωσης.
4. Την επίσκεψη σε διάφορα μέρη και τοποθεσίες που έχουν σχέση με την πολιτισμική κληρονομιά, την ιστορία, την κουλτούρα κάποιου αθλήματος ή ακόμη και ενός αθλητικού μύθου (π.χ. Ολυμπία).
5. Τη βελτίωση τόσο της φυσικής κατάστασης και της υγείας όσο και της ευεξίας μέσω της δραστηριότητας του αθλητισμού (π.χ. ορειβασία).

Οι κατηγορίες στις οποίες διακρίνεται ο αθλητικός τουρισμός είναι οι εξής (όπ. προηγ.):

1. Ο Τουρισμός Αθλητικών Διοργανώσεων, στον οποίο περιλαμβάνονται οι τουρίστες που ταξιδεύουν με σκοπό να παρακολουθήσουν ως θεατές αθλητικούς αγώνες σε συνδυασμό με τις διακοπές τους και οι ομάδες αθλητών, οι δημοσιογράφοι, οι μεμονωμένοι αθλητές, οι αποστολές και οι

τεχνικοί που έχουν σκοπό να ταξιδέψουν για να συμμετάσχουν σε αγώνες σε σχέση με τον αθλητισμό.

2. Ο Τουρισμός Αθλητικής Αναψυχής - Περιπέτειας, ο οποίος έχει ως αναφορά τον τουρίστα που στις διακοπές του αποβλέπει στο να βελτιώσει τη φυσική του κατάσταση, την υγεία και την ευεξία ή αυτόν που επισκέπτεται έναν χώρο ο οποίος γι' αυτόν μπορεί να είναι ασυνήθιστος, απομονωμένος, εξωτικός, δυσπρόσιτος με σκοπό τη διεξαγωγή δραστηριοτήτων αναψυχής.

Οι δραστηριότητες αυτές είναι οι ακόλουθες (Υπουργείο Τουρισμού, 2018):

1. Προγράμματα υπαίθριων αθλητικών δραστηριοτήτων, οι οποίες διακρίνονται σε ήπιες, όπως πεζοπορία, ιππασία, τρέξιμο, τοξοβολία αναψυχής, ιστιοπλοΐα, έντονες, όπως κατάβαση με φουσκωτή βάρκα (rafting), θαλάσσιο σκι, ποδηλασία βουνού, αυτόνομη κατάδυση (scuba diving), αναρρίχηση, ιστιοσανίδα (windsurfing), κυματοδρομία (surfing), και αυξημένης επικινδυνότητας (extreme sports) όπως bungee jumping, cliff diving, ελεύθερη πτώση (skydiving).
2. Χειμερινός - χιονοδρομικός τουρισμός. Με τον όρο αυτό νοείται η ενασχόληση με το σύνολο των δραστηριοτήτων που διενεργούνται κατά τη χειμερινή περίοδο και υπό συγκεκριμένες κλιματολογικές συνθήκες.
3. Αεροπορικός Τουρισμός: αφορά την επίσκεψη του τουρίστα με ιδιόκτητο ή μισθωμένο πτητικό μέσο (αεροσκάφος, ελικόπτερο κ.ά.). Περιλαμβάνει τις εξής δραστηριότητες:
 - i. Αεροπεριήγηση: αεροπορική ξενάγηση τουριστών πάνω από ενδιαφέροντες τουριστικούς προορισμούς με αεροπλάνο, ελικόπτερο, αερόστατο κ.ά.
 - ii. Πτήση με αλεξίπτωτο πλαγιάς, ανεμόπτερο ή δελταπλάνο (ατομική ανεμοπορία): Πτήση με ειδικό αλεξίπτωτο ή πτητική συσκευή, με απογείωση από πλαγιά σε ύψος, κάνοντας χρήση των ανοδικών ρευμάτων αέρα που βρίσκονται μπροστά στην πλαγιά. Απαιτεί την ύπαρξη ειδικού εξοπλισμού, σύμφωνα με εξειδικευμένα πρότυπα ασφαλείας, και τη συνοδεία έμπειρων και εκπαιδευμένων πιλότων.

Με κοινή απόφαση των καθ' ύλην αρμόδιων Υπουργών καθορίζεται ο εξοπλισμός των συμμετεχόντων και οι προδιαγραφές του, ο αριθμός των οδηγών - συνοδών ανά ομάδα συμμετεχόντων, καθώς και τα προσόντα, οι υποχρεώσεις και η πιστοποίησή τους.

4. Προγράμματα αθλητικής αναψυχής από τις ομάδες εμψυχωτών και τους προπονητές/γυμναστές των ξενοδοχείων με ειδική υποδομή (γυμναστήρια, spa, γήπεδα, πισίνες, μαρίνα, κέντρο θαλάσσιων σπορ κ.ά.) ή και σε θεματικά πάρκα και αθλητικές κατασκηνώσεις.
5. Οι αθλητικές δραστηριότητες αναψυχής - περιπέτειας, όπως αυτές παρατίθενται ενδεικτικά στο Παράρτημα του παρόντος, μπορούν να αναπτύσσονται:
 - i. στη θάλασσα (ενδεικτικά καταδύσεις, kite surfing, ιστιοσανίδα, ιστιοπλοΐα, κ.ά.),
 - ii. σε λίμνες και ποτάμια (ενδεικτικά κανόε καγιάκ, rafting κ.ά.),
 - iii. σε ορεινές, ημιορεινές, πεδινές ή/και αστικές, ημιαστικές περιοχές (ενδεικτικά ορειβασία, αναρρίχηση, ποδηλασία βουνού/εξοχής/πόλης, ιππασία, γκολφ για αρχαίους, δραστηριότητες με βάση το τρέξιμο, περιπατητικές εκδρομές (ενδεικτικά hiking, trekking) σε φυσικά και τεχνητά μονοπάτια στην ύπαιθρο, τα δάση, τα χωριά,
 - iv. στον αέρα (ενδεικτικά το ανεμόπτερο, τον αετό ή το αλεξίπτωτο πλαγιάς)
 - v. σε θεματικά πάρκα και αθλητικές κατασκηνώσεις, χιονοδρομικά κέντρα, παγοδρόμια και αναρριχητικά πεδία
6. Προπονητικός Τουρισμός, ο οποίος αφορά στην επίσκεψη επαγγελματιών ή και ερασιτεχνικών ομάδων σε έναν τόπο με βασικό κίνητρο τη συμμετοχή τους σε προγράμματα προετοιμασίας και αποθεραπείας που πραγματοποιούνται ιδίως σε Κέντρα Προπονητικού Αθλητικού Τουρισμού, κατά την έννοια της υπ' αριθμ. 12061/2007 (Β' 1393).

2.3. Ιστορική αναδρομή των Event και των Φεστιβάλ

Τα Φεστιβάλ ως μία γιορτή των ηθών και των εθίμων αποτέλεσαν ένα σημαντικό κομμάτι του πολιτισμού για όλες τις κοινωνίες ανεξάρτητα από τη γεωγραφική περιοχή και την εποχή. Από την αρχαιότητα, οι γιορτές και τα φεστιβάλ χρησιμοποιούνταν ως ένα μέσο έκφρασης για διάφορες κοινωνίες και πολιτισμούς. Τα event ουσιαστικά αποτελούν μία σύγχρονη έκφανση μιας πανάρχαιας πρακτικής έκφρασης των ανθρώπινων σχέσεων και δραστηριοτήτων (Bladen κ.ά. 2012:9 όπ. αν.

στο Σκούλτσος, 2014). Σε όλες τις περιόδους που γνωρίζουμε από την ιστορία οι άνθρωποι από διάφορες κοινωνίες γιόρταζαν σε συγκεκριμένες ημερομηνίες και περιόδους γεγονότα με λαμπρότητα.

Ο βασικός ρόλος των γιορτών - φεστιβάλ στο παρελθόν ήταν ο εορτασμός των εθίμων και ηθών καθώς και η διατήρηση των παραδόσεων στις επόμενες γενιές (Σκούλτσος, 2014). Για παράδειγμα, στην Αρχαία Ελλάδα υπήρχαν οι Ολυμπιακοί Αγώνες, οι οποίοι συνεχίζονται μέχρι σήμερα. Τα Ολύμπια είναι ακόμη ένα παράδειγμα τέτοιου είδους γιορτών που αποτελούν τους προγόνους των λεγόμενων σήμερα φεστιβάλ. Το πρώτο «φεστιβάλ», όπως αναφέρεται, ήταν οι γιορτές προς τιμήν του θεού Διονύσου το 534 π.Χ. (HLND FSTV, 2002). Όπως είναι φυσικό αυτές οι γιορτές ήταν προσαρμοσμένες στις κοινωνίες που υπήρχαν εκείνες τις εποχές και δεν σχετίζονται με αυτό που σήμερα ονομάζουμε φεστιβάλ (Σκούλτσος, 2014). Όπως αναφέρει και ο Arnold (2000), οι κοινωνίες επινοούσαν και χρησιμοποιούσαν το φεστιβάλ με στόχο την προβολή του πλούτου, την κοινωνική και οικονομική ανταλλαγή και τη βασιλική στρατιωτική εξουσία.

Σύμφωνα με την εγκυκλοπαίδεια «Britannica» (2009), ο όρος φεστιβάλ χρησιμοποιήθηκε για πρώτη φορά το 1655 στην Αγγλία με τη σημερινή έννοια στην πραγματοποίηση του φεστιβάλ «Sons of the Clergy» στο Λονδίνο.

Εκτός από τους εορτασμούς που πραγματοποιούνταν και σχετίζονται με τα σημερινά φεστιβάλ πραγματοποιούνταν και διάφορες εκδηλώσεις, οι οποίες ήταν αντίστοιχες με τις σημερινές εκθέσεις (εμπορικές) και με τα event (Σκούλτσος, 2014). Επισημαίνεται πως στην ανάπτυξη των εμπορικών εκθέσεων συνέβαλε η έναρξη της βιομηχανικής περιόδου. Όπως αναφέρει και η επιτροπή Exhibition Liaison Committee: «Οι έμποροι και οι παραγωγοί παρουσίαζαν τα προϊόντα τους στο αγοραστικό κοινό πριν από τη Βιβλική εποχή. Παρόλα αυτά η βιομηχανία των εκθέσεων της Μεγάλης Βρετανίας έχει τις ρίζες της στις πρώτες βιομηχανικές εκθέσεις του Λονδίνου το 1760 και το 1791...» (Exhibition Liaison Committee, 1995: 2-3; όπ. αν. στο Σκούλτσος 2014).

Κατά τη διάρκεια του 19ου αιώνα με την ανάπτυξη που υπήρχε στις πόλεις τα φεστιβάλ παίρνουν ένα διαφορετικό χαρακτήρα και έχουν σχέση με τις υψηλές τέχνες (Basset, 1993). Με το πέρασμα του χρόνου πολλά φεστιβάλ αναπτύσσονται και εγκαθιδρύονται στον πολιτισμό της Ευρώπης και σε μεγάλες πόλεις αυτής. Την ίδια στιγμή άρχισαν να πραγματοποιούνται και φεστιβάλ σε περιφέρειες και αυτό αποτέλεσε ένα σημαντικό ερέθισμα (Σκούλτσος, 2014).

Στον 20ο αιώνα, μετά το τέλος του Δεύτερου Παγκοσμίου Πολέμου, τα φεστιβάλ άρχισαν να παρουσιάζουν μία ανοδική πορεία. Το γεγονός που προκάλεσε τη ραγδαία αύξηση των φεστιβάλ και των event ήταν οι κοινωνικές αλλαγές που επέφερε τότε η παγκοσμιοποίηση (De Bres & Davis, 2001).

Καταλήγοντας στη σημερινή εποχή, εξαιτίας της ραγδαίας ανάπτυξης της τεχνολογίας, των μέσων μεταφοράς και επικοινωνίας και της ανάπτυξης στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, τα φεστιβάλ καθώς και τα events απέκτησαν καθοριστικό ρόλο στις κοινωνίες των μεγάλων πόλεων ή των περιφερειών (Σκούλτσος, 2014). Αρκετές είναι οι περιπτώσεις όπου υπάρχει σύνδεση μεταξύ των τουριστικών πακέτων και του τουριστικού προϊόντος του τόπου. Χαρακτηριστικά παραδείγματα είναι το καρναβάλι του Ρίο, η πόλη του Εδιμβούργου κ.ά. Ο διεθνής οργανισμός «International Festivals and Events Association» (IFEA, 2009) ανακοίνωσε πως πάνω από 4,5 εκατομμύρια φεστιβάλ και event πραγματοποιούνται κάθε χρόνο σε παγκόσμιο επίπεδο.

2.4. Αθλητικά γεγονότα

2.4.1. Ορισμός Event

Οι διοργανώσεις αθλητικού χαρακτήρα καλύπτουν ένα μεγάλο μέρος του αθλητικού τουρισμού και ιδίως τα μεγάλα γεγονότα, γνωστά και ως Mega Events. Πριν ορίσουμε όμως τι είναι mega event θα ορίσουμε για αρχή τι είναι το event. Οι Jago and Shaw (1998: 29) όρισαν το event ως ένα συμβάν ως «ένα περιστασιακό ή σπάνια συμβάν περιορισμένης διάρκειας που παρέχει στον καταναλωτή μια ψυχαγωγική και κοινωνική ευκαιρία πέρα από την καθημερινή εμπειρία».

Όταν αναφερόμαστε στα μεγάλα γεγονότα πρέπει να έχουμε υπόψη μας το μέγεθος, τον αριθμό των παρευρισκόμενων, τη διάσταση της προσοχής των μέσων ενημέρωσης που προσελκύει το γεγονός, το κόστος και τις επιπτώσεις τόσο στο περιβάλλον όσο και στον πληθυσμό (Σκούλτσος, 2014).

Στη διεθνή βιβλιογραφία, ο όρος «Event» περιλαμβάνει πολλές έννοιες. Η ετυμολογία της αναφέρεται σε ένα «γεγονός», δηλαδή σε κάτι που έχει συμβεί. Ο όρος χρησιμοποιείται από αρκετές επιστήμες, όπως είναι η Ψυχολογία, η Ιατρική κ.ά., οι οποίες τα προσεγγίζουν ως γεγονότα που έχουν συμβεί χωρίς όμως την ανθρώπινη θέληση και θα πρέπει με κάποιο τρόπο να αντιμετωπιστούν, να εξηγηθούν και να μελετηθούν (Σκούλτσος, 2014).

Επιπλέον ο όρος χρησιμοποιείται και για να περιγράψει «γεγονότα», τα οποία πραγματοποιούνται με την ανθρώπινη θέληση και έχουν σχεδιαστεί από τον ίδιο τον άνθρωπο για προσωπικό όφελος. Η δυσκολία που υπάρχει για τον ορισμό των events έγκειται στο γεγονός πως υπάρχουν πολλές πτυχές και πολλά είδη events (Σκούλτσος, 2014).

Μία από τις πιο αποδεκτές προσεγγίσεις είναι εκείνη του Donald Getz, ο οποίος βασίστηκε στον ορισμό που είχε δοθεί από τον οργανισμό “National Task Force on Tourism Data” στον Καναδά που όριζε τα Event ως: «μια γιορτή ή έκθεση με συγκεκριμένο θέμα όπου προσκαλείται το κοινό για ορισμένο χρονικό διάστημα, ετησίως ή και λιγότερο συχνά.» (Getz, 1989).

2.4.2. Επιπτώσεις των Event στον τουρισμό

Όπως είναι φυσικό, οποιαδήποτε διοργάνωση επηρεάζει είτε άμεσα είτε έμμεσα την οικονομία, την κοινωνία, τον πολιτισμό και τον τουρισμό. Έτσι και τα Event επηρεάζουν άμεσα την κίνηση του τουρισμού αναφορικά με τον τόπο υποδοχής. Οι επιπτώσεις που εμφανίζονται στον τουρισμό είναι πολλές και διαφορετικές και έχουν σχέση με την αύξηση της τουριστικής κίνησης, την προβολή του τόπου όπου γίνεται η διοργάνωση και με τον εμπλουτισμό του τουριστικού προϊόντος που προσφέρεται. Για τους εν δυνάμει επισκέπτες στην περιοχή, τα events λειτουργούν ως ένας πόλος έλξης και προσφέρουν διάφορες εμπειρίες, οι οποίες αποτελούν θέλγητρα για τους τουρίστες (Σκούλτσος, 2014). «Ένα δυνατό πλεονέκτημα των events είναι ότι έχουν τη δυνατότητα να προσελκύσουν τουρίστες σε περιόδους χαμηλής επισκεψιμότητας...» (Allen κ.ά. 2002:36). Επιπλέον, τα event δίνουν τη δυνατότητα στους επισκέπτες να επεκτείνουν τη διάρκεια παραμονής τους στον τόπο όπου γίνεται η διοργάνωση (Hall 1989, Bowdin κ.ά. 2011).

Όπως είναι γνωστό, το τουριστικό προϊόν επηρεάζεται από την εποχικότητα, η οποία οφείλεται στους εξής παράγοντες: κλιματικές συνθήκες, κοινωνικούς θεσμούς και πεποιθήσεις (ελεύθερος χρόνος, συνήθειες, κουλτούρα κ.ά.) (Σκούλτσος, 2014).

Η συμβολή των event έγκειται στο να ξεπεραστούν οι παραπάνω περιορισμοί και να αυξηθεί η τουριστική περίοδος μέσω της επέκτασης της υψηλής περιόδου ή της ενίσχυσης της χαμηλής περιόδου ή ακόμη με το να προσφερθεί τουριστικό προϊόν καθ' όλη τη διάρκεια του έτους. Συνεπώς, τα event λειτουργούν ως ένας κατασταλτικός παράγοντας για την καταπολέμηση της εποχικότητας του τουριστικού φαινομένου (όπ. προηγ.).

Το πιο σημαντικό είναι πως τα event λειτουργούν ως “image-makers” αναφορικά με τον τουρισμό της περιοχής. Δηλαδή, τα event είτε δημιουργούν είτε ανακατασκευάζουν την εικόνα της περιοχής. Επίσης, συμβάλλουν στο πώς θα τοποθετηθεί ο προορισμός στην τουριστική αγορά (destination branding) και φυσικά προσφέρουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στο τουριστικό προϊόν που προσφέρεται (Getz 2005; Raj κ.ά. 2009; Bowdin κ.ά. 2011).

2.4.3. Mega Events

Ολυμπιακοί Αγώνες 2012

Οι Ολυμπιακοί Αγώνες είναι ένα από τα πιο διαδεδομένα και γνωστά mega event και συμβαίνει κάθε τέσσερα χρόνια σε διαφορετική τοποθεσία κάθε φορά. Το 2012 διοργανώθηκαν στο Λονδίνο, το 2016 στο Ρίο Ντε Τζανέιρο και το 2020 διεξάχθηκαν στο Τόκιο. Οι αγώνες προσελκύουν κόσμο από διάφορες χώρες, καθώς και το ενδιαφέρον των μέσων ενημέρωσης (Brazao, χ.χ.).

Σύμφωνα με τη Διεθνή Ολυμπιακή Επιτροπή το 2012 στο Λονδίνο συμμετείχαν 10.568 αθλητές. Η Βρετανική κυβέρνηση είχε φτιάξει μία αναφορά χιλίων λέξεων, στην οποία αναφερόταν πως η Βρετανία έχει κερδίσει 16 δισεκατομμύρια δολάρια από τους Ολυμπιακούς Αγώνες, με τις μελλοντικές προβλέψεις να δείχνουν ότι η Βρετανία θα λάβει δεκάδες δισεκατομμύρια δολάρια στο μέλλον από τη διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων του 2012 στο Λονδίνο (www.olympic.org).

Οι τουρίστες που προσέλκυσε η διοργάνωση στη Βρετανία ήταν πάνω από τρία εκατομμύρια επισκέπτες τον Αύγουστο του 2012. Οι 590.000 επισκέπτες των Αγώνων ξόδεψαν κατά μέσο όρο στα £1,290 στην επίσκεψή τους σε σχέση με τον μέσο τουρίστα που ξόδευε £650 (Telegraph Staff, 2012). Αυτή η επιτυχία επέφερε ωστόσο μία μείωση κατά πέντε τοις εκατό στο σύνολο των επισκεπτών σε σχέση με το προηγούμενο χρόνο (www.olympic.org).

Τα συνολικά άμεσα έσοδα, σύμφωνα με την αναφορά του Συμβουλίου της Οικονομικής και Κοινωνικής Έρευνας για την Οργανωτική Επιτροπή των Ολυμπιακών Αγώνων του Λονδίνου, ήταν £ 2.314 δισεκατομμυρίων λιρών και αποτελούνταν από £971 εκατομμύρια τα οποία ήταν από χορηγίες, £673 χιλιάδες από πωλήσεις εισιτηρίων και από τις κρατήσεις που έγιναν στις υπηρεσίες φιλοξενίας (hospitality income), £378 χιλιάδες από το IOC, £111 χιλιάδες χορηγήθηκαν από τους Παραολυμπιακούς, £84 χιλιάδες από τη χορήγηση άδειας των ομάδων για τη συμμετοχή τους στους αγώνες (licensing) και τα υπόλοιπα προήλθαν από άλλες ποικίλες πηγές (www.olympic.org).

Μία άλλη αναφορά από το Ηνωμένο Βασίλειο του Εμπορίου και Επενδύσεων αναφέρει πως το 2012 οι Αγώνες στο Λονδίνο παρήγαγαν συνολικά £9.9 δισεκατομμύρια στην οικονομία ως όφελος από τους Ολυμπιακούς (UK Trade & Investment 2013/14, χ.χ). Επίσης, έρευνα της Οξφόρδης εκτίμησε πως οι Αγώνες στο μέλλον θα έχουν δημιουργήσει συνολικά £16.5 δισεκατομμύρια λίρες ως οικονομικό όφελος στο Ηνωμένο Βασίλειο, τα οποία θα έχουν δημιουργηθεί από την κατασκευαστική δραστηριότητα πριν τους Αγώνες και όλες τις οικονομικές δραστηριότητες κατά τη διάρκεια των αγώνων (www.olympic.org).

Η αναφορά από το Ηνωμένο Βασίλειο του Εμπορίου και των Επενδύσεων προέβλεπε πως οι εταιρείες θα κερδίσουν χιλιάδες λίρες από την κατασκευή των δημοσίων έργων στο πλαίσιο της διοργάνωσης των Ολυμπιακών Αγώνων (Overmyer M.P, 2017). Στην ουσία, η συγκεκριμένη αναφορά υποστηρίζει πως οι Ολυμπιακοί Αγώνες βοήθησαν να αυξηθούν οι ξένες εσωτερικές άμεσες επενδύσεις, στο σύνολο των 31.000 θέσεων εργασίας που προστέθηκαν στο Ηνωμένο Βασίλειο (όπ. προηγ.).

Είναι πολύ πιθανό οι Ολυμπιακοί Αγώνες να βοήθησαν στη μείωση του δείκτη της παραγωγής λόγω του αριθμού των έργων που σχετίζονται με την υποδομή, με τη βιομηχανία παραγωγής να πέφτει στο 2.3% στο Ηνωμένο Βασίλειο το έτος 2012 και να ανέρχεται κατά 1.5% στο Λονδίνο (όπ. προηγ.).

Κατά τη διάρκεια των Αγώνων προσλήφθηκαν συνολικά 46.000 άνθρωποι την περίοδο εκείνη για να κατασκευαστούν το Ολυμπιακό Πάρκο και το Ολυμπιακό Χωριό (www.olympic.org).

Σύμφωνα με τους οικονομολόγους, η Βρετανική λίρα θα αναπτυσσόταν κατά 0.4% και θα κατέληγε να είναι στο 0.6%, δηλαδή μία θετική αύξηση +0.2% στη Βρετανική λίρα. Επιπλέον, η βιομηχανία υπηρεσιών την ίδια περίοδο αναπτύχθηκε και έφτασε στο 1.3% (Overmyer M.P, 2017).

Αναφορικά με το κόστος των προ Ολυμπιακών Αγώνων, εκτιμάται πως ήταν £3 δισεκατομμύρια αρχικά και στη συνέχεια αυξήθηκε και έφτασε στα £9 δισεκατομμύρια (The Olympics and Economics 2012, χ.χ.).

Τα συνολικά έξοδα για τους Ολυμπιακούς Αγώνες ήταν £9.3 δισεκατομμύρια και τα έξοδα για τον τεχνολογικό εξοπλισμό, την ασφάλεια και το μάρκετινγκ ήταν £2.61 δισεκατομμύρια (The Oxford Olympics Study 2016: Cost and Cost Overrun at the Game, 2016).

Οι επισκέπτες τον Αύγουστο του 2012 στο θέατρο Adelphi στο Λονδίνο ήταν 137.000 λιγότεροι από την προηγούμενη χρονιά την ίδια εποχή (Appelbaum, 2014).

Ολυμπιακοί Αγώνες 2016

Σύμφωνα με την ανάλυση που έγινε από το The Associated Press (AP) για τους Ολυμπιακούς αγώνες το 2016 στο Ρίο Ντε Τζανέιρο, το κόστος ανήλθε στα 13,1 δισεκατομμύρια δολάρια και πληρώθηκε από δημόσιους και ιδιωτικούς φορείς.

Οι Αξιωματούχοι της Δημόσιας Αρχής Ολυμπιακής Κληρονομιάς της Βραζιλίας σε μία συνέντευξη Τύπου δήλωσαν πως το κόστος που σχετιζόταν με χώρους του αθλητισμού ήταν 2,06 δισεκατομμύρια δολάρια. Αναφορικά με το κόστος της διοργάνωσης των Αγώνων η οργανωτική επιτροπή του Ρίο είχε δηλώσει πως ήταν 2,8 δισεκατομμύρια δολάρια (Britto & Wade, 2017).

Το κόστος που αφορά μια γραμμή μετρό, ένα ανακαινισμένο λιμάνι, ένα εργαστήριο ντόπινγκ και τον καθαρισμό του κόλπου Guanabara, ο οποίος ήταν μολυσμένος ανήλθε στα 8,2 δισεκατομμύρια δολάρια (όπ. προηγ.).

Η ομοσπονδιακή κυβέρνηση πλήρωσε το εργαστήριο ντόπινγκ, το οποίο κόστισε 50 εκατομμύρια δολάρια. Το μετρό που κατασκευάστηκε με σκοπό να συνδέσει τους οπαδούς με το Ολυμπιακό Πάρκο κόστισε 2,98 δισεκατομμύρια δολάρια (όπ. προηγ.).

Η ανακαίνιση της υποβαθμισμένης περιοχής Porto Maravilha στο Ρίο είχε κόστος για την πόλη 4,2 δισεκατομμύρια δολάρια (όπ. προηγ.)

Σύμφωνα με δηλώσεις του Υπουργείου Τουρισμού ο αριθμός των τουριστών στη Βραζιλία αυξήθηκε σε πολύ μεγάλο βαθμό για την ίδια την πόλη. Περίπου 6,6 εκατομμύρια ήταν οι ξένοι τουρίστες οι οποίοι επισκέφτηκαν τη Βραζιλία για τους Ολυμπιακούς Αγώνες (Olympics boosted Brazil to tourism record, χ.χ.).

Τα έσοδα του τουρισμού το 2016 αυξήθηκαν κατά 6,2 δισεκατομμύρια δολάρια σε σχέση με το προηγούμενο έτος. Οι περισσότεροι τουρίστες προέρχονταν από την Αργεντινή και τις Ηνωμένες Πολιτείες (όπ. προηγ.).

Η τουριστική βιομηχανία της Βραζιλίας, σε σχέση με τις προηγούμενες χώρες υποδοχής των Ολυμπιακών Αγώνων των προηγούμενων χρόνων, παρουσίασε τη μεγαλύτερη ανάκαμψη (όπ. προηγ.).

Σύμφωνα με έρευνα του υπουργείου Τουρισμού, οι τουρίστες που επισκέφτηκαν τη Βραζιλία ανέφεραν σε ποσοστό 95% πως θα την επισκεφθούν ξανά στο μέλλον (όπ. προηγ.).

Η χώρα εξακολουθεί να βρίσκεται σε ύφεση μετά τους Ολυμπιακούς Αγώνες, να έχει υψηλά επιτόκια και να υπάρχει πληθωρισμός και ανεργία (όπ. προηγ.).

2.4.4. UEFA Champions League 2015-16

Σύμφωνα με την uefa.com, την περίοδο 2015-16 έλαβαν μέρος στη φάση των ομίλων του UEFA Champions League 32 σύλλογοι. Οι δέκα από αυτούς που αποκλείστηκαν στα πλέι οφ μοιράστηκαν πάνω από 1,345 δισεκατομμύρια Ευρώ, εκ των οποίων τα 4,17 εκατομμύρια Ευρώ διατέθηκαν στην Ευρωπαϊκή Ένωση Συλλόγων (ECA) σύμφωνα με το μνημόνιο συμφωνίας που υπάρχει με την UEFA (2015/16 Champions League revenue distribution, 2016).

Κάθε σύλλογος είχε δικαίωμα να λάβει μια ελάχιστη αμοιβή για τη συμμετοχή στο διαγωνισμό. Επιπλέον, κάθε νίκη ή ισοπαλία στη φάση των ομίλων έφερνε μπόνους απόδοσης. Οι σύλλογοι έλαβαν επίσης μπόνους για κάθε γύρο νοκ-άουτ που έφτασαν. Τα χρήματα που αντλήθηκαν από την αγορά (δικαιώματα, διαφημίσεις κλπ.) μοιράστηκαν ανάλογα με την τηλεοπτική αγορά στη χώρα κάθε ομάδας (όπ. προηγ.).

Τα υψηλότερα κέρδη ήταν για τις εξής ομάδες (Financial Report 2015/16, 2016):

- Manchester City FC (83,8 εκατ. Ευρώ)
- Real Madrid CF (80 εκατ. Ευρώ)
- Juventus (76,2 εκατ. Ευρώ)
- Paris Saint-Germain (70,8 εκατ. Ευρώ)

Το 2015-16 ήταν μια χρονιά με μεγάλη οικονομική επιτυχία, καθώς τα συνολικά έσοδα ανήλθαν στα 4,58 δισεκατομμύρια Ευρώ, διπλάσια σε σχέση με την προηγούμενη σεζόν (όπ. προηγ.).

Οι συμμετέχουσες ομάδες αυξήθηκαν το 2016 από 16 σε 24, πράγμα το οποίο σήμαινε περισσότερους αγώνες και περισσότερους οπαδούς. Αυτή η αύξηση είχε θετικό αντίκτυπο στα έσοδα, τα οποία αυξήθηκαν κατά 500 εκατομμύρια Ευρώ και έφτασαν τα 1,92 δισεκατομμύρια Ευρώ με τα καθαρά έσοδα να φτάνουν τα 847,3 εκατομμύρια Ευρώ. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα την εξασφάλιση της χρηματοδότησης του τέταρτου κύκλου HatTrick (όπ. προηγ.).

Οι πωλήσεις των εισιτηρίων για την περίοδο 2015-2018 επέφεραν αύξηση εσόδων κατά 38% συγκριτικά με την προηγούμενη τριετία. Τα 1,36 δισεκατομμύρια Ευρώ διατέθηκαν για τους Ομίλους της UEFA Champions League και τα 411,2 εκατομμύρια Ευρώ διατέθηκαν για τους συλλόγους που συμμετείχαν στο UEFA Europa League (όπ. προηγ.).

Η UEFA επένδυσε 33,4 εκατομμύρια Ευρώ σε έργα ποδοσφαίρου, όπως είναι η ανάπτυξη τουρνουά και η εκπαίδευση (όπ. προηγ.).

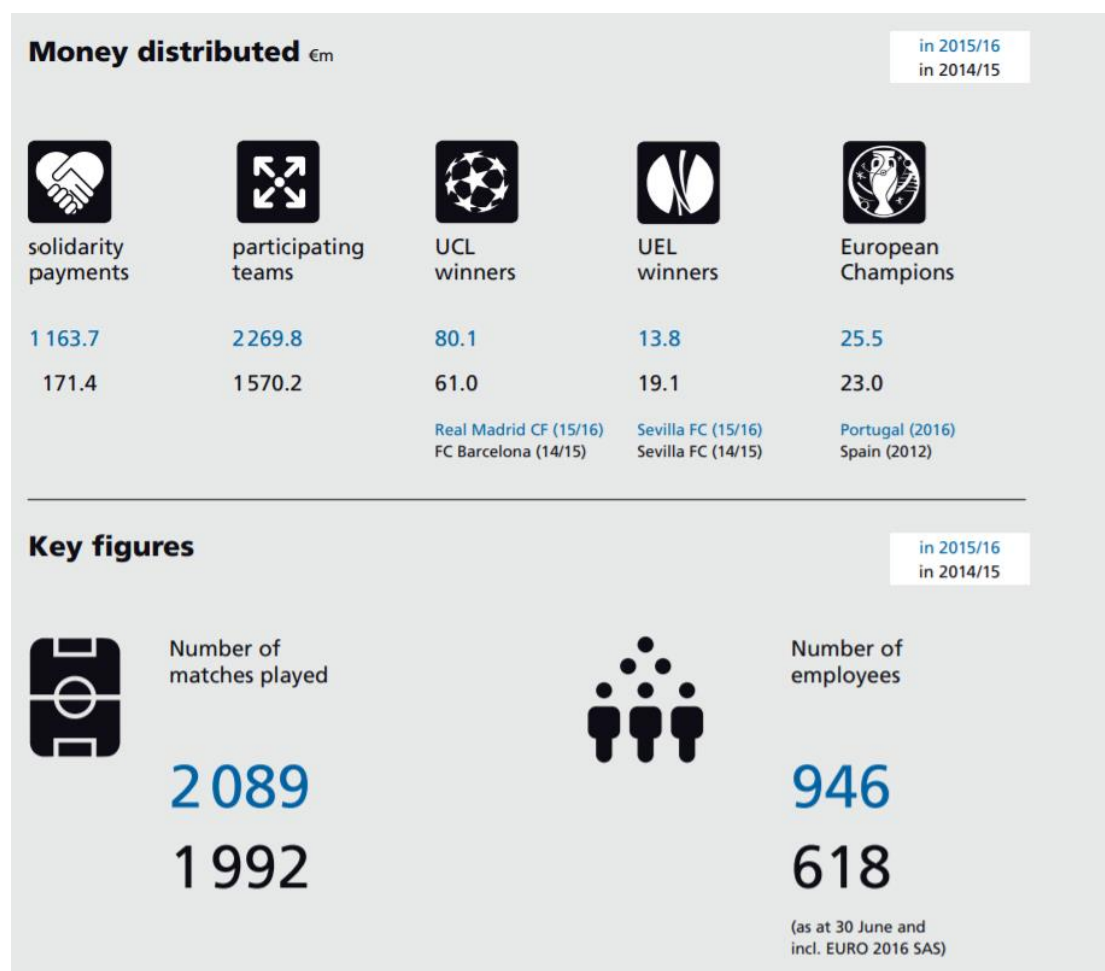
Τα καθαρά έσοδα έφτασαν τα 102,1 εκατομμύρια Ευρώ και χρησιμοποιήθηκαν για τη συγχρηματοδότηση του επόμενου Ευρωπαϊκού Πρωταθλήματος Ποδοσφαίρου (EURO) (όπ. προηγ.).



Εικόνα 1. Έσοδα Διοργάνωσης της UEFA για τα έτη 2011-2016

Πηγή: https://editorial.uefa.com/resources/0238-0f842c842efc-3e95e7aaf3d9-1000/2015_16_uefa_financial_report.pdf

Στην παραπάνω εικόνα απεικονίζονται τα έσοδα της διοργάνωσης UEFA Champions League για τα έτη 2011-2016. Παρατηρούμε πως τα έσοδα διαφέρουν από χρονιά σε χρονιά. Συγκεκριμένα, για το έτος 2011-12 τα έσοδα ήταν 2.795,7 Ευρώ, το έτος 2012-13 έφτασαν τα 1.698,7 Ευρώ, το έτος 2013-14 άγγιξαν τα 1.730,4 Ευρώ, ενώ κατά το έτος 2014-15 συγκεντρώθηκαν 2.099,4 Ευρώ. Σημειώνεται ότι τα έσοδα το 2015-16 ήταν τα υψηλότερα από κάθε άλλη χρονιά και έφτασαν τα 4.579,8 Ευρώ.



Εικόνα 2. Κατανομή χρημάτων και αριθμός εργαζομένων

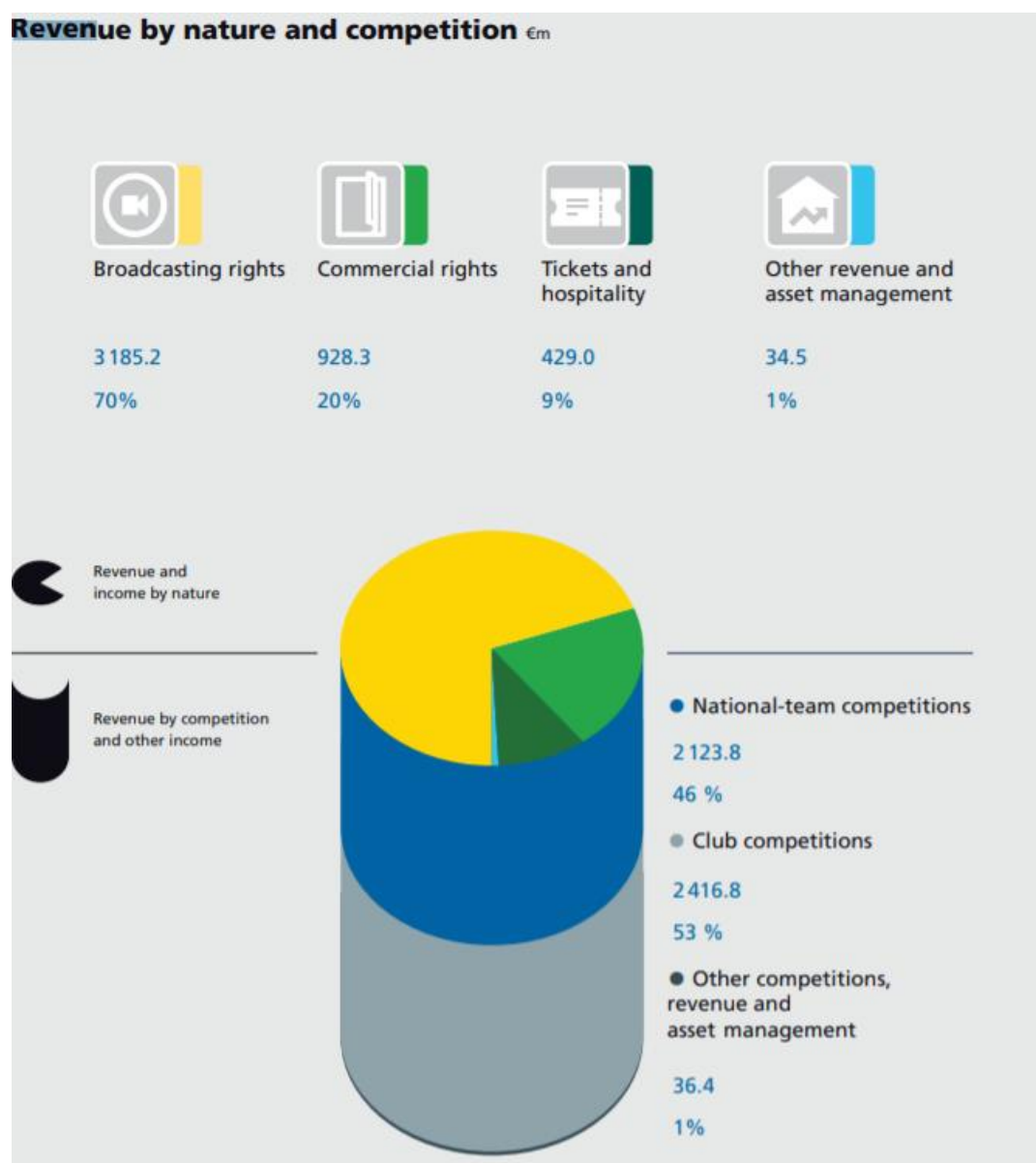
Πηγή: https://editorial.uefa.com/resources/0238-0f842c842efc-3e95e7aaf3d9-1000/2015_16_uefa_financial_report.pdf

Στο πάνω μέρος της δεύτερης εικόνας απεικονίζονται τα διανεμημένα χρήματα, δηλαδή η κατανομή των χρημάτων.

Τα solidarity payments αναφέρονται στις πληρωμές αλληλεγγύης. Παρατηρούμε, λοιπόν, πως το 2015-16 το χρηματικό ποσό έφτασε τα 1.163,7 Ευρώ, ενώ το 2014-15 ανέρχονταν στα 171,4 χιλιάδες Ευρώ. Όσον αφορά τις ομάδες που πήραν μέρος στους αγώνες, το 2015-16 δόθηκαν σε αυτές 2.269,8 εκατ. Ευρώ σε αντίθεση με το 2014-15 που το ποσό αποτελούνταν από 1.570,2 εκατομμύρια Ευρώ. Στο νικητή του UEFA Champions League (UCL) τα χρήματα που δόθηκαν το 2015-16 ήταν 80,1 εκατομμύρια Ευρώ, ενώ το 2014-15 61 εκατομμύρια Ευρώ. Αναφορικά με τον νικητή του UEFA Europa League (UEL), το 2015-16 χορηγήθηκαν σε αυτόν 13.8 Ευρώ, ενώ το 2014-15 πολύ περισσότερα (19,1 εκατομμύρια Ευρώ). Τέλος, στη νικήτρια εθνική ομάδα του Ευρωπαϊκού πρωταθλήματος το 2015-16 δόθηκαν 25,5 εκατομμύρια

Ευρώ σε αντίθεση με το 2014-15 που μειώθηκαν κατά 2 περίπου εκατομμύρια. Οι διαφορές που υπήρχαν στη διαμοίραση των χρημάτων στις τρεις κατηγορίες των νικητών οφείλεται στο γεγονός ότι οι νικήτριες ομάδες δεν ήταν οι ίδιες.

Στο κάτω μέρος της δεύτερης εικόνας απεικονίζονται ο αριθμός των αγώνων που διεξήχθησαν και ο αριθμός των εργαζομένων που απασχολήθηκαν. Αναφορικά με τον αριθμό των αγώνων που έγιναν, το 2015-16 έφτασαν τους 2.089, ενώ το 2014-15 μειώθηκαν με αποτέλεσμα να πραγματοποιηθούν 1.992 αγώνες. Τέλος, σχετικά με τους εργαζόμενους που προσλήφθηκαν, το 2015-16 ο αριθμός τους ανερχόταν στους 946, ενώ το 2014-15 μόνο στους 618.



Εικόνα 3. Έσοδα αγώνων ανάλογα με τη φύση και τον τύπο διαγωνισμών (2015-16)

Πηγή: https://editorial.uefa.com/resources/0238-0f842c842efc-3e95e7aaf3d9-1000/2015_16_uefa_financial_report.pdf

Στη συγκεκριμένη εικόνα απεικονίζονται τα έσοδα από τους αγώνες ανάλογα με τη φύση και τον τύπο των διαγωνισμών για το έτος 2015-2016. Έτσι, στο πρώτο μέρος της εικόνας παρουσιάζονται τα έσοδα από τη φύση των αγώνων, στα οποία συμπεριλαμβάνονται τα δικαιώματα μετάδοσης, τα δικαιώματα διαφήμισης, τα έσοδα από τα εισιτήρια και τη φιλοξενία, καθώς και λοιπά έσοδα και η διαχείριση περιουσιακών στοιχείων. Στην πρώτη κατηγορία τα έσοδα ανήλθαν στα 3.185,2 εκατομμύρια Ευρώ, στη δεύτερη 928,3 εκατομμύρια Ευρώ, στην τρίτη 429 εκατομμύρια Ευρώ και στην τέταρτη 34,5 εκατομμύρια Ευρώ.

Στο δεύτερο μέρος της εικόνας απεικονίζονται τα έσοδα από τους ανταγωνιστές, καθώς και από άλλες πηγές εσόδων. Οι διοργανώσεις των εθνικών ομάδων συγκέντρωσαν έσοδα 2.123,8 Ευρώ και οι διοργανώσεις των ομίλων 2.416,7 εκατομμύρια Ευρώ, ενώ οι λοιπές διοργανώσεις και η διαχείριση των περιουσιακών στοιχείων έφτασαν τα 36,4 χιλιάδες Ευρώ. Να σημειωθεί πως τα στοιχεία αυτά αφορούν το έτος 2015-16 και ότι υπήρξε ποσοστιαία αύξηση 100% από το έτος 2014-15 στα παραπάνω έσοδα.

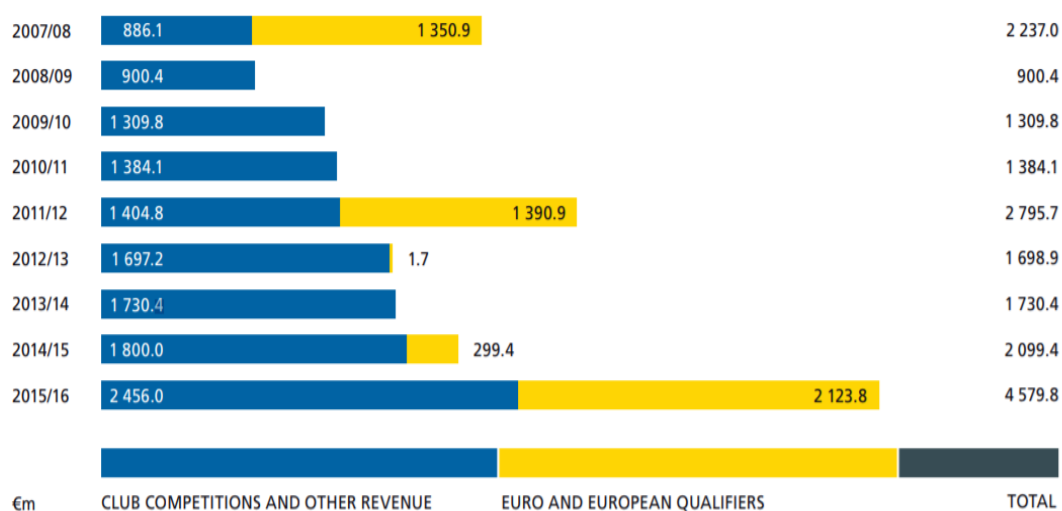
Η διανομή χρημάτων στις ομάδες που συμμετείχαν στους αγώνες που γίνονται στην UEFA αντιστοιχεί στα 2,27 δισεκατομμύρια Ευρώ, δηλαδή στο 50% των συνολικών εσόδων (Financial Report 2015/16, 2016).

Τα έξοδα της διοργάνωσης της UEFA ήταν στα 537,7 εκατομμύρια Ευρώ (όπ. προηγ.).

Το λειτουργικό αποτέλεσμα πριν από τις πληρωμές αλληλεγγύης ήταν στα 1,27 δισεκατομμύρια Ευρώ και το ακαθάριστο συνολικό οικονομικό εισόδημα έφτασε τα 5,7 εκατομμύρια Ευρώ (όπ. προηγ.).

Τα καθαρά έσοδα ανήλθαν στα 102,1 εκατομμύρια Ευρώ και χρησιμοποιήθηκαν για την κάλυψη των αναγκών που σχετίζονται με τη χρηματοδότηση της UEFA για τα επόμενα τρία χρόνια και τη διασφάλιση των προγραμμάτων αλληλεγγύης (όπ. προηγ.).

Total revenue



Εικόνα 4. Συνολικά έσοδα 2007-2016

Πηγή: https://editorial.uefa.com/resources/0238-0f842c842efc-3e95e7aaf3d9-1000/2015_16_uefa_financial_report.pdf

Στο συγκεκριμένο σχεδιάγραμμα απεικονίζονται τα συνολικά έσοδα από το 2007 έως το 2016. Παρατηρούμε πως τα έσοδα από τους διαγωνισμούς των ομίλων και τα λοιπά έσοδα με το πέρασμα των χρόνων έχουν μία αυξητική τάση με αποκορύφωμα το 2015-16 να φτάνουν τα 2.456 εκατομμύρια Ευρώ.

Όσον αφορά τα έσοδα από το EURO και των Ευρωπαϊκών Προκριματικών, παρατηρούμε πως το 2011-12 τα έσοδα ήταν 1.390,9 εκατομμύρια Ευρώ και το 2015-16 ήταν 2.123,8 εκατομμύρια Ευρώ. Είναι τα έτη στα οποία σημειώθηκαν τα μεγαλύτερα έσοδα σε σχέση με τα υπόλοιπα χρόνια των προκριματικών.

Τα συνολικά έσοδα το 2015-16 ήταν τα υψηλότερα από τις προηγούμενες χρονιές και ήταν στα 4.579,8 εκατομμύρια Ευρώ. Από τα συνολικά έσοδα το 50% διατίθεται στη διανομή των αγώνων.

Οι πληρωμές αλληλεγγύης χρησιμοποιήθηκαν για τους εξής λόγους (Financial Report 2015/16, 2016):

- Πληρωμές αλληλεγγύης: ποδόσφαιρο εθνικής ομάδας

Το πρόγραμμα HatTrick III από το έτος 2012-13 μέχρι το 2015-16 ήταν ένας τετραετής κύκλος, ο οποίος προέβλεπε ότι η πληρωμή αλληλεγγύης θα είναι 3 εκατομμύρια Ευρώ σε κάθε μέλος της UEFA και θα χρησιμοποιηθεί σε επενδύσεις για την υποδομή των αγώνων ποδοσφαίρου.

Επιπλέον, το συγκεκριμένο πρόγραμμα προβλέπει και τις πληρωμές αλληλεγγύης κάθε έτους και αποτελείται από τα εξής στοιχεία (Financial Report 2015/16, 2016):

- 600.000 € ως πληρωμή αλληλεγγύης προς αυτούς που συμβάλλουν στο τρέχον λειτουργικό κόστος
- 1.025.000 € ως μέγιστο κίνητρο πληρωμής, διαιρούμενη ως εξής:
 - i. 250.000 Ευρώ το μέγιστο για τη συμμετοχή στους διαγωνισμούς των νέων της UEFA (γυναικείους διαγωνισμούς και ποδόσφαιρο της σάλας)
 - ii. 250.000 Ευρώ το μέγιστο για την εφαρμογή των αδειών της UEFA
 - iii. 100.000 Ευρώ το μέγιστο για εφαρμογή της σύμβασης για προγύμναση της UEFA
 - iv. 100.000 Ευρώ το μέγιστο για εφαρμογή του Καταστατικού/Χάρτη της βάσης της UEFA
 - v. 100.000 Ευρώ μέγιστο την εφαρμογή του γυναικείου προγράμματος ανάπτυξης ποδοσφαίρου της UEFA
 - vi. 100.000 Ευρώ το μέγιστο για την εφαρμογή του προγράμματος διακυβέρνησης της UEFA
 - vii. 250.000 Ευρώ το μέγιστο για τον διορισμό ακεραιότητας των αξιωματικών
- Πληρωμές αλληλεγγύης: όμιλοι ποδοσφαίρου (όπ. προηγ.)

Ένα ποσό των 32,4 εκατομμυρίων Ευρώ διοχετεύθηκαν σε ενώσεις-μέλη για τη συνεισφορά στις ετήσιες πληρωμές αλληλεγγύης HatTrick από την UEFA Champions League. Το συνολικό ποσό που ήταν διαθέσιμο για αυτές τις πληρωμές ήταν στα 1,625 εκατομμύρια Ευρώ.

Το σύνολο του ισολογισμού αυξήθηκε κατά 29% συγκριτικά με το προηγούμενο έτος. Αυτή η αύξηση προκλήθηκε λόγω της υψηλής εισροής μετρητών από τους συνεργάτες της UEFA. Επίσης, τα διατηρημένα κέρδη αυξήθηκαν με αποτέλεσμα να αυξηθεί και ο ισολογισμός.

Την περίοδο που εκδόθηκε ο ισολογισμός, τα μετρητά και διάφορα άλλα χρηματοοικονομικά περιουσιακά στοιχεία ανήλθαν στα 2,25 δισεκατομμύρια Ευρώ (Financial Report 2015/16, 2016).

Τα αναβαλλόμενα έσοδα και τα προεισπραγμένα έσοδα στις 30 Ιουνίου του 2016 ανήλθαν στα 1,61 δισεκατομμύρια Ευρώ (1,72 δισεκατομμύρια Ευρώ στις 30 Ιουνίου 2015) (όπ. προηγ.).

Το μη κυκλοφορούν ενεργητικό και οι υποχρεώσεις έφτασαν τα 318,2 εκατομμύρια Ευρώ ενώ το 2015 ήταν στα 92,6 εκατομμύρια Ευρώ. Η αύξηση αυτή έγινε λόγω της δημιουργίας μια ετήσιας διάταξης αλληλεγγύης σχετικά με το πρόγραμμα HatTrick IV για τα έτη 2017/18 και μετά (όπ. προηγ.).

2.4.5. UEFA Champions League 2016-17

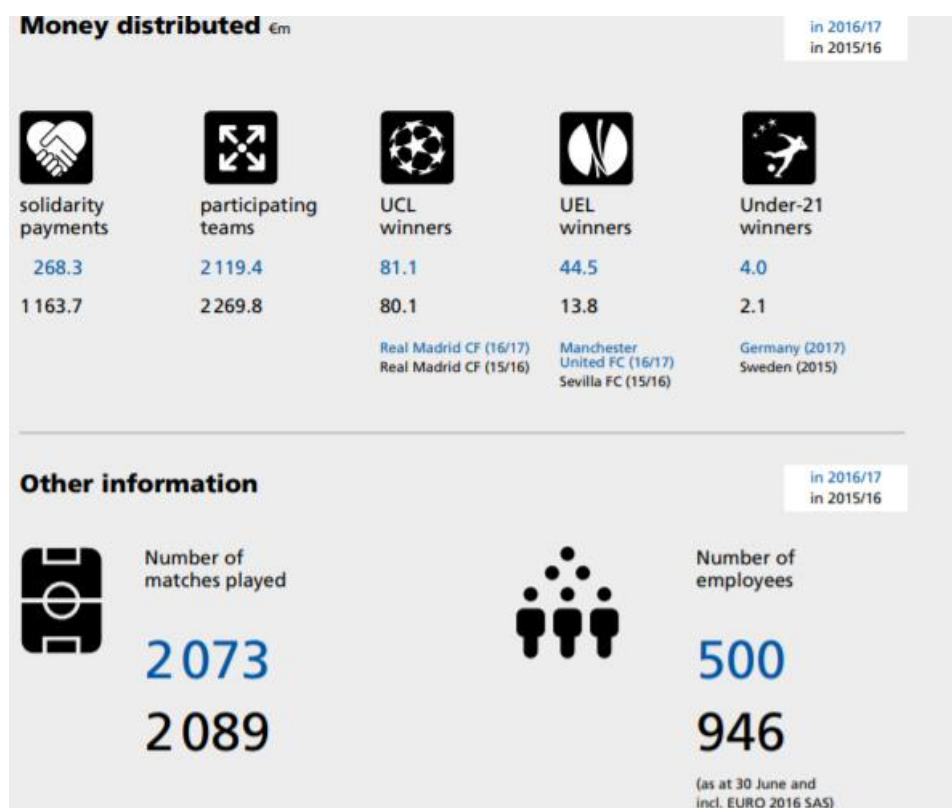
Σύμφωνα με την οικονομική αναφορά της UEFA CL, οι επενδύσεις που έγιναν σχετικά με ποδοσφαιρικά προγράμματα, όπως το τουρνουά ανάπτυξης και εκπαίδευσης, έφτασαν τα 36,7 εκ. Ευρώ (Financial Report 2016/17, 2018).



Εικόνα 5. Έσοδα διοργάνωσης UEFA Champions League για τα έτη 2011-2017

Πηγή: https://editorial.uefa.com/resources/0242-0f842d5e003a-4e3672bf50c5-1000/2016_17_uefa_financial_report.pdf

Στην Εικόνα 5 απεικονίζονται τα έσοδα της διοργάνωσης UEFA Champions League για τα έτη 2011-2017. Παρατηρούμε πως τα έσοδα από τη διοργάνωση UEFA Champions League διαφέρουν από χρονιά σε χρονιά και ότι το 2015-16 τα έσοδα ήταν πολύ περισσότερα συγκριτικά με τις υπόλοιπες χρονιές.



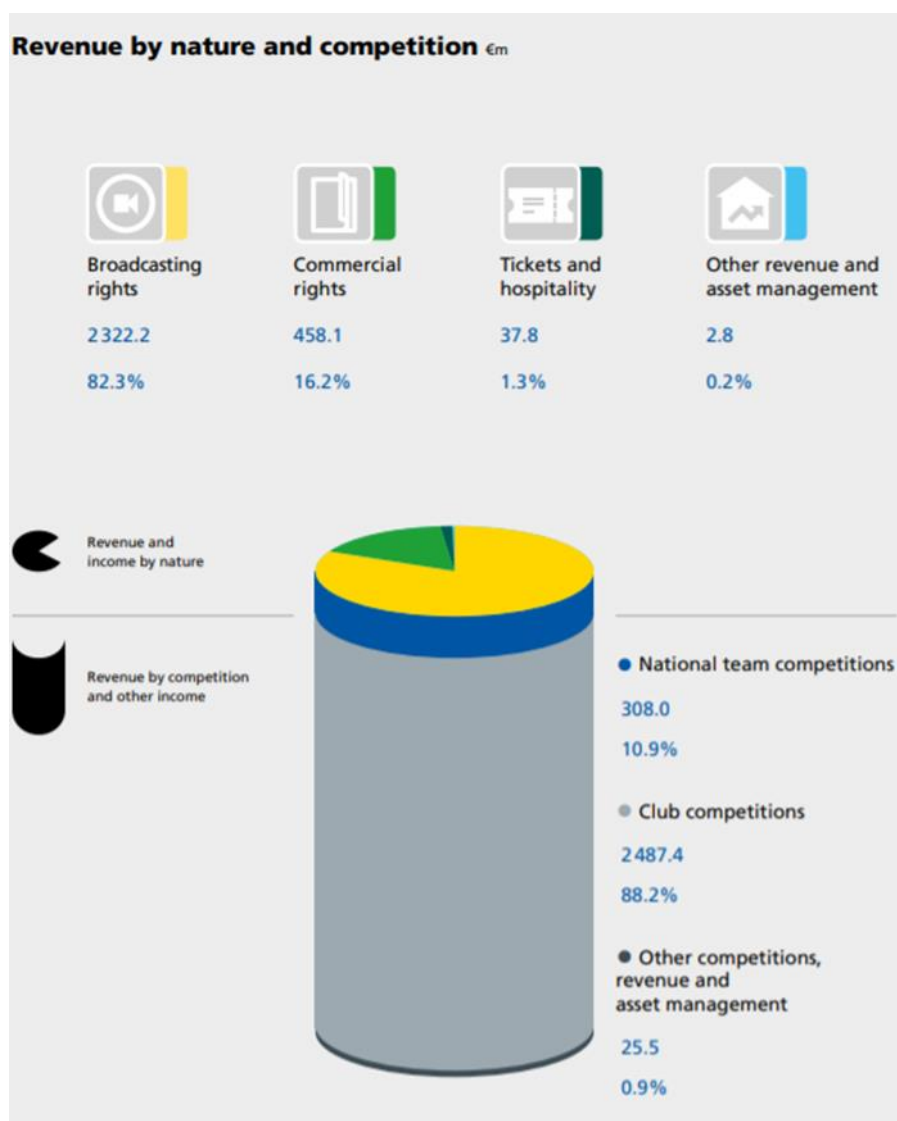
Εικόνα 6. Κατανομή χρημάτων, αριθμός αγώνων και εργαζομένων

Πηγή: https://editorial.uefa.com/resources/0242-0f842d5e003a-4e3672bf50c5-1000/2016_17_uefa_financial_report.pdf

Στο πρώτο μέρος της Εικόνας 6 απεικονίζονται τα διανεμημένα χρήματα, δηλαδή ο τρόπος με τον οποίο έγινε η κατανομή των χρημάτων στους νικητές και στους συμμετέχοντες. Τα solidarity payments αναφέρονται στις πληρωμές αλληλεγγύης και παρατηρείται πως το 2015-16 ήταν 1.163,7 εκατ. Ευρώ, ενώ το 2016-17 ήταν 268.300 χιλιάδες Ευρώ. Όσον αφορά το χρηματικό ποσό που δόθηκε στις ομάδες που πήραν μέρος στους αγώνες, αυτό έφτασε τα 2.269,8 εκατ. Ευρώ το 2015-16, σε αντίθεση με το 2016-17 που δόθηκαν 2.119,4 εκατ. Ευρώ. Στους νικητές του UEFA Champions League (UCL) τα χρήματα που δόθηκαν το 2015-16 ήταν 80.1 χιλιάδες Ευρώ, ενώ το 2016-17 ήταν περισσότερα και έφτασαν τα 81.1 χιλιάδες Ευρώ. Οι νικητές του UEFA Europa League (UEL) εισέπραξαν 13.8 χιλιάδες Ευρώ, ενώ το 2016-17 τα έσοδά τους αυξήθηκαν κατακόρυφα στα 44.5 χιλιάδες Ευρώ. Τέλος, στους νικητές κάτω των 21 το 2015-16 δόθηκαν 2.1 χιλιάδες Ευρώ σε αντίθεση με το 2016-17 που δόθηκαν 4.0 χιλιάδες Ευρώ. Οι διαφορές που υπήρχαν στη διαμοίραση των χρημάτων στις τρεις κατηγορίες των νικητών προήλθε από το γεγονός ότι άλλαξαν οι νικήτριες ομάδες.

Στο κάτω μέρος της Εικόνας 6 απεικονίζεται ο αριθμός των αγώνων που έλαβαν χώρα, καθώς και των ατόμων που προσλήφθηκαν για τη διεξαγωγή της διοργάνωσης. Οι

αγώνες που πραγματοποιήθηκαν το 2015-16 ήταν 2.089, ενώ το 2016-17 μειώθηκαν ελάχιστα, με τον αριθμό τους να φτάνει τους 2.073. Σχετικά με τις προσλήψεις, το 2016-17 παρατηρείται μείωση κατά 446 εργαζόμενους.



Εικόνα 7. Έσοδα αγώνων ανάλογα με τη φύση και τον τύπο του κάθε διαγωνισμού για τα έτη 2016-17

Πηγή: https://editorial.uefa.com/resources/0242-0f842d5e003a-4e3672bf50c5-1000/2016_17_uefa_financial_report.pdf

Στην Εικόνα 7 απεικονίζονται τα έσοδα από τους αγώνες ανάλογα με τη φύση και τον τύπο του κάθε διαγωνισμού για τα έτη 2016-17. Στο πρώτο μέρος της εικόνας παρουσιάζονται τα έσοδα που προκύπτουν από τη φύση των αγώνων. Σε αυτά περιλαμβάνονται τα δικαιώματα μετάδοσης, τα οποία ήταν 2.322.2 εκατ. Ευρώ, τα δικαιώματα διαφήμισης που ανήλθαν στα 458.1 χιλιάδες Ευρώ, τα έσοδα από την

πώληση των εισιτηρίων και τον κλάδο της φιλοξενίας που έφτασαν τα 37.8 χιλιάδες Ευρώ, αλλά και λοιπά έσοδα και η διαχείριση περιουσιακών στοιχείων που άγγιξαν τα 2.8 χιλιάδες Ευρώ.

Στο δεύτερο μέρος της εικόνας απεικονίζονται τα έσοδα από την κάθε κατηγορία των διαγωνισμών. Οι διαγωνισμοί των εθνικών ομάδων συγκέντρωσαν έσοδα 308.8 χιλιάδες Ευρώ, οι διαγωνισμοί των ομίλων 2.487.4 εκατ. Ευρώ και οι λοιποί διαγωνισμοί και η διαχείριση των περιουσιακών στοιχείων 25.5 χιλιάδες Ευρώ.

Η UEFA γνώρισε αύξηση εσόδων άνω του 6% σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος, εξαιτίας των υψηλότερων δικαιωμάτων μετάδοσης. Τα έσοδα των εισιτηρίων και οι κρατήσεις στις υπηρεσίες φιλοξενίας αυξήθηκαν λόγω της υψηλότερης χωρητικότητας στα γήπεδα και των sold out αγώνων για τους τελικούς UEFA Champions League και UEFA Europa League στο Κάρντιφ και τη Στοκχόλμη. Τα «λοιπά έσοδα» για το έτος 2015-16 μειώθηκαν εξαιτίας της αναβολής του προγράμματος FIFA Forward. Οι δύο βασικές διοργανώσεις της UEFA και οι Ευρωπαίοι Προκριματικοί συνέβαλαν στα υψηλότερα έσοδα, με τον υψηλότερο αριθμό των αγώνων να διεξάγονται κατά το πρώτο έτος των Ευρωπαϊκών προκριματικών για το Παγκόσμιο Κύπελλο της FIFA στη Ρωσία την προηγούμενη σεζόν, η οποία ήταν η τελευταία σεζόν για τους Ευρωπαϊκούς Προκριματικούς του EURO 2016 (Financial Report 2016/17, 2018).

Η διανομή των ομάδων που συμμετείχαν στους αγώνες της UEFA ήταν ως επί το πλείστον ο μεγαλύτερος παράγοντας κόστους με τις δαπάνες να ξεπερνούν τα 2 δισ. Ευρώ (Financial Report 2016/17, 2018).

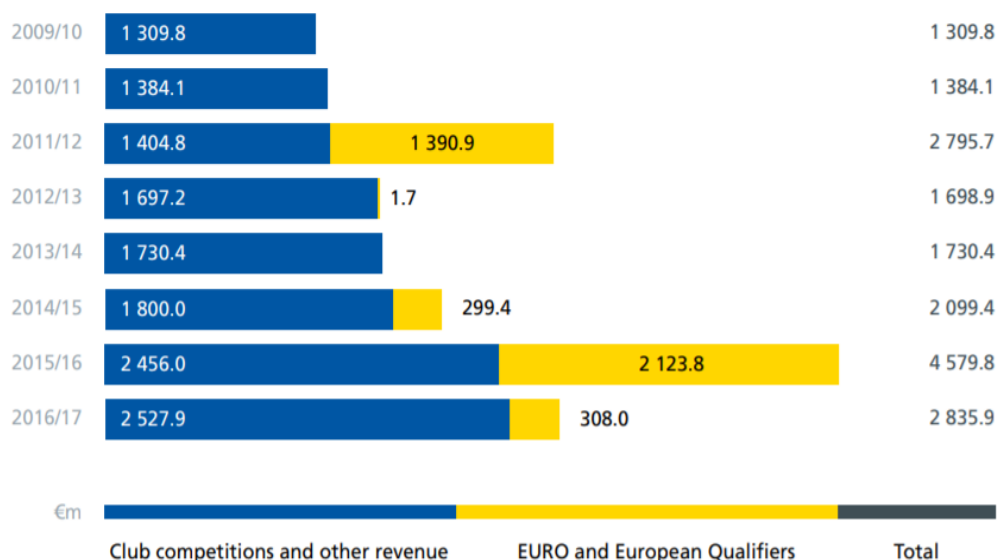
Όσο αφορά τα έξοδα των εκδηλώσεων, ανήλθαν στα 177,1 εκατομμύρια Ευρώ. Οι μισθοί και οι παροχές των εργαζομένων αυξήθηκαν σε ποσοστό 4% διότι το Ελβετικό φράγκο ενισχύθηκε σε σχέση με το περασμένο έτος. Επιπλέον, η αύξηση αυτή οφείλεται και στην απόφαση που είχε ληφθεί με το να διατηρηθεί ο υψηλότερος αριθμός του προσωπικού στο EURO 2016, ώστε να επωφεληθούν από την εμπειρία τους και για τις επόμενες διοργανώσεις (όπ. προηγ.).

Η συνολική αλληλεγγύη έφτασε στα 268,3 εκατομμύρια Ευρώ και η ποσοστιαία αύξηση για το 2016-17 ήταν στο 2% λόγω των υψηλότερων εσόδων από τους αγώνες των ομάδων (όπ. προηγ.).

Χάρη στα υψηλότερα συνολικά έσοδα και παρά την απογοητευτική απόδοση διαχείρισης περιουσιακών στοιχείων, οι ελεγμένες οικονομικές καταστάσεις για την περίοδο 2016-17 δείχνουν καθαρό αποτέλεσμα 6,7 εκατ. € (2015-16: 3,8 εκατ. €), το

οποίο εξακολουθεί να είναι μία σημαντική εξέλιξη βασιζόμενοι στον προϋπολογισμό ύψους 16 εκατομμυρίων Ευρώ που εγκρίθηκε από το Έκτακτο Συνέδριο της UEFA στη Ζυρίχη τον Φεβρουάριο 2016 (όπ. προηγ.).

Total revenue | graph



Εικόνα 8. Συνολικά έσοδα 2009-2017

Πηγή: https://editorial.uefa.com/resources/0242-0f842d5e003a-4e3672bf50c5-1000/2016_17_uefa_financial_report.pdf

Στο διάγραμμα της Εικόνας 8 απεικονίζονται τα συνολικά έσοδα από το 2009 μέχρι το 2017. Παρατηρείται πως τα έσοδα από τους διαγωνισμούς των ομίλων και τα λοιπά έσοδα, με το πέρασμα των χρόνων έχουν μία αυξητική τάση με αποκορύφωμα το 2016-17 να φτάνουν τα 2.527.9 εκατ. Ευρώ.

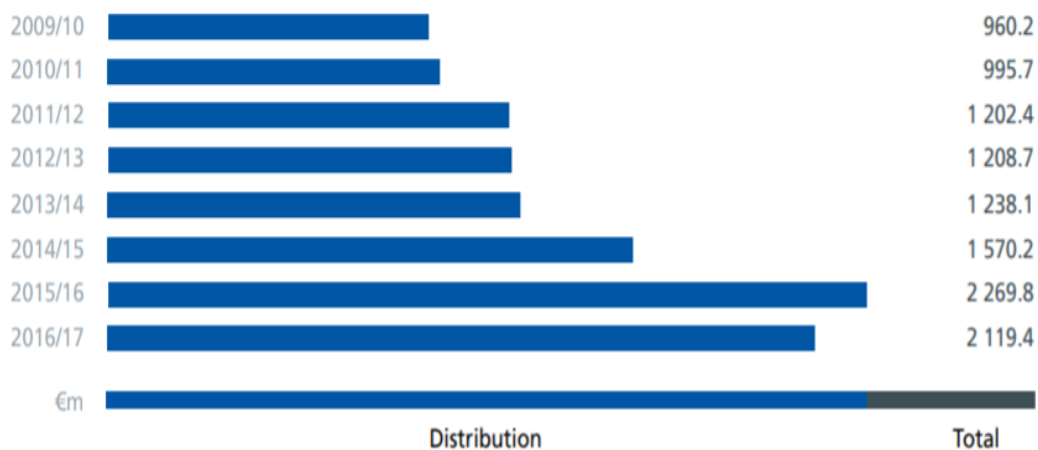
Σχετικά με τα έσοδα από το EURO και τους Ευρωπαϊκούς Προκριματικούς, διαπιστώνεται πως το 2011-12 τα έσοδα ήταν 1.390.9 εκατ. Ευρώ και το 2015-16 έφτασαν τα 2.123.8 εκατ. Ευρώ. Είναι τα έτη κατά τα οποία σημειώθηκαν τα μεγαλύτερα έσοδα σε σχέση με τα υπόλοιπα χρόνια των προκριματικών. Αντιθέτως, το 2016-17 τα έσοδα περιορίστηκαν στα 308 χιλιάδες Ευρώ.

Συνεπώς, τα συνολικά έσοδα το 2016-17 ανήλθαν στα 2.835,9 εκατ. Ευρώ σε σύγκριση με το 2015-16 που έφτασαν στα 4.579,8 εκατ. Ευρώ.

Αναφορικά με την κατανομή του ποσού σε διάφορες ενώσεις και συλλόγους μελών, η συμμετοχή στους διαγωνισμούς της UEFA τη συγκεκριμένη χρονιά (2016-17) ήταν 7% χαμηλότερη σε σχέση με την προηγούμενη σεζόν. Από τα συνολικά ακαθάριστα

έσοδα του διαγωνισμού των συλλόγων, το 73% ήταν αυτό που διανεμήθηκε στους ομίλους (Financial Report 2016/17, 2018).

Distribution to participating teams | graph



Εικόνα 9. Κατανομή χρημάτων για ομάδες για τα έτη 2009-2017

Πηγή: https://editorial.uefa.com/resources/0242-0f842d5e003a-4e3672bf50c5-1000/2016_17_uefa_financial_report.pdf

Στο διάγραμμα της Εικόνας 9 απεικονίζεται για κάθε χρονιά η κατανομή χρημάτων στις ομάδες που συμμετείχαν. Το 2016-17 παρατηρείται μείωση σε σχέση με το 2015-16. Το 2016-17 η κατανομή άγγιξε τα 2.119,4 εκατ. Ευρώ, ενώ την προηγούμενη χρονιά ανήλθε στα 2.269,8 εκατ. Ευρώ.

Οι πληρωμές αλληλεγγύης στις εθνικές ομάδες ποδοσφαίρου και τα ποδοσφαιρικά σωματεία έχουν ως εξής (Financial Report 2016/17, 2018):

- Πληρωμές αλληλεγγύης: ποδόσφαιρο εθνικής ομάδας

Το πρόγραμμα HatTrick IV για την περίοδο 2016-17 μέχρι και το 2019-20, ένας τετραετής κύκλος, παρέχει μία αλληλεγγύη εφάπαξ των 3,5 εκατομμυρίων Ευρώ ως πληρωμή σε κάθε μέλος της UEFA. Αυτή η πληρωμή ενδείκνυται για τη χρήση επενδύσεων σε ποδοσφαιρικές υποδομές.

Επιπλέον το πρόγραμμα HatTrick παρέχει και ετήσιες πληρωμές που είναι υπέρ των ενώσεων των μελών και αποτελούνται από τα παρακάτω στοιχεία (όπ. προηγ.):

- 750.000 Ευρώ δίνονται ως πληρωμή αλληλεγγύης αναφορικά με τα λειτουργικά έξοδα των μελών της ένωσης και των σχεδίων της διακυβέρνησης.

- 1.150.000 Ευρώ στις μέγιστες ετήσιες πληρωμές κινήτρων διαιρούμενες ως εξής:
 - i. 250.000 Ευρώ για τη συμμετοχή των νέων της UEFA (γυναικείους διαγωνισμούς και ποδόσφαιρο της σάλας)
 - ii. 250.000 Ευρώ για εφαρμογή των νέων της UEFA (γυναικείους διαγωνισμούς και ποδόσφαιρο της σάλας)
 - iii. 150.000 Ευρώ για εφαρμογή του Καταστατικού/Χάρτη της βάσης της UEFA
 - iv. 100.000 Ευρώ για εφαρμογή της Σύμβασης της Προγύμνασης της UEFA
 - v. 100.000 Ευρώ για την εφαρμογή της Σύμβασης Διαιτητών της UEFA
 - vi. 100.000 Ευρώ για την εφαρμογή του γυναικείου προγράμματος ανάπτυξης ποδοσφαίρου της UEFA
 - vii. 100.000 Ευρώ για την εφαρμογή του προγράμματος ανάπτυξης του ελίτ παίκτη νέων της UEFA
 - viii. 50.000 Ευρώ για την εφαρμογή του ποδοσφαίρου της UEFA και του προγράμματος κοινωνικής ευθύνης
 - ix. 50.000 Ευρώ για τις δραστηριότητες ακεραιότητας

Συνολικά ο κάθε σύλλογος/όμιλος λαμβάνει ένα μέγιστο ποσό των 1,3 εκατομμυρίων Ευρώ κάθε χρόνο από το ποδόσφαιρο της εθνικής ομάδας (όπ. προηγ.).

- Πληρωμές αλληλεγγύης: ποδοσφαιρικά σωματεία (Financial Report 2016/17, 2018)

Ένα ποσό των 33 εκατομμυρίων Ευρώ διοχετεύθηκαν στις ενώσεις μελών από την UEFA Champions League με σκοπό να συμβάλλουν στις ετήσιες πληρωμές αλληλεγγύης που αναφέρθηκαν παραπάνω (HatTrick).

Το διαθέσιμο ποσό για τη συνολική πληρωμή των αλληλεγγυών ήταν 1,9 εκατομμύρια Ευρώ.

Ο ισολογισμός στις 30 Ιουνίου 2017 έφτασε στα 2,37 δισεκατομμύρια Ευρώ. Αυτό αντιπροσωπεύει μία μείωση του 40% σε σχέση με το προηγούμενο έτος και αποτέλεσε συνέπεια μιας φυσικής μείωσης στις πληρωμές του 2016 των συμμετεχόντων συλλόγων και των προμηθευτών, καθώς και των πρώτων πληρωμών HatTrick.

3. Επιπτώσεις COVID-19 στον τουριστικό κλάδο

3.1. Εισαγωγή

Στις 30 Ιανουαρίου 2020 ο Παγκόσμιος Οργανισμός Υγείας (WHO) ανακοίνωσε μια παγκόσμια κρίση υγείας, η οποία ξεκίνησε από τις περιοχές της Κίνας. Τον Φεβρουάριο του 2020, η Κίνα φέρει το μεγαλύτερο ποσοστό θνησιμότητας και νοσηρότητας χωρίς να πραγματοποιείται εξάπλωση του ιού στις υπόλοιπες ηπείρους. Λίγα χρόνια νωρίτερα, ο SARS ήταν μια ασθένεια η οποία είχε σχέση με την αναπνοή. Εντοπίστηκε για πρώτη φορά στη Νότια Κίνα και πιο συγκεκριμένα στην επαρχία της Γκουανγκντόνγκ το 2003. Στη συνέχεια εξαπλώθηκε στη Βόρεια Αμερική και την Ευρώπη. Ο αριθμός των ατόμων που μολύνθηκαν και πέθαναν από τη συγκεκριμένη ασθένεια σε παγκόσμιο επίπεδο εκτιμάται πως ήταν 8.096 στη Βόρεια Αμερική και 774 στην Ευρώπη (Πολύζος & Σάμιτας & Σπυρίδου, 2020). Το ξέσπασμα που υπήρξε το 2003 προκάλεσε σύγχυση, λόγω της υψηλής μεταδοτικότητας και της εξάπλωσής της λόγω των αεροπορικών ταξιδιών (Wenzel & Edmond, 2003) και είχε ως αποτέλεσμα οικονομικές απώλειες στην παγκόσμια βιομηχανία του τουρισμού. Άμεση συνέπεια της επιδημίας ήταν η μείωση του αριθμού των διεθνών τουριστών κατά το δεύτερο και τρίτο τρίμηνο του 2003 κατά 42,83% και 7,24%, αντίστοιχα (Feng-Yuan & Feng-Jie, 2013).

Μετά από 17 χρόνια σχεδόν, εμφανίστηκε ένας νέος ιός, ο οποίος είχε παρόμοια χαρακτηριστικά και ονομάστηκε SARS-CoV-2. Εντοπίστηκε στο Γιουχάν της Κίνας για πρώτη φορά και θεωρήθηκε περισσότερο μεταδοτικός σε σχέση με τον SARS, καθώς προσέβαλε το αναπνευστικό σύστημα. Στις αρχές του 2020, λοιπόν, ξέσπασε η νόσος COVID-19, όπως ονομάστηκε, και άρχισε να αναιρεί όλες τις προβλέψεις σχετικά με την τουριστική βιομηχανία, αφού το θέμα συζητούνταν από όλα τα μέσα μαζικής ενημέρωσης (Πολύζος & Σάμιτας & Σπυρίδου, 2020). Στις 31 Ιανουαρίου του 2020, ο Παγκόσμιος Οργανισμός Υγείας χαρακτήρισε την εξέλιξη του COVID-19 στην Κίνα ως έκτακτη ανάγκη για τη δημόσια υγεία (ABC News, 2020). Στις αρχές του Απριλίου του 2020, η νόσος COVID-19 χαρακτηρίστηκε και επισήμως ως πανδημία, καθώς είχε προκαλέσει 36.571 θανάτους και 754.948 επιβεβαιωμένα κρούσματα σε παγκόσμιο επίπεδο (WHO, 2020). Στα τέλη Μαΐου του 2020, οι νεκροί είχαν φτάσει τους 342.029 και τα επιβεβαιωμένα κρούσματα παγκοσμίως τα 5.304.772, εκ των οποίων το 30% είχε εντοπιστεί στις Ηνωμένες Πολιτείες (WHO, 2020).

Τις τελευταίες δεκαετίες, η τουριστική βιομηχανία σε παγκόσμιο επίπεδο αντιμετωπίζει σημαντικές απώλειες και ζημίες, οι οποίες οφείλονται σε μία ακολουθία ατυχών γεγονότων και περιλαμβάνουν φυσικές καταστροφές, όπως είναι

το τσουνάμι, ο τυφώνας και ο σεισμός, επιδημικές κρίσεις και ανθρωπογενείς κινδύνους όπως για παράδειγμα η τρομοκρατία (Cohen, 2012, Hall et al., 2017, Ritchie, 2009, Samitas et al., 2018, Ying et al., 2020). Η ύπαρξη όλων των παραπάνω προκαλεί σημαντικές απώλειες, είτε άμεσες είτε έμμεσες, σε ολόκληρο το οικονομικό σύστημα των χωρών που έχουν πληγεί και κυρίως εκείνων που εξαρτώνται σε μεγάλο βαθμό από τον τουρισμό (Fotiadis & Huan, 2014, Huan et al., 2004, Séraphin et al., 2019). Σύμφωνα με τους Scott & Laws (2005), οι δραστηριότητες που έχουν σχέση με τον τουρισμό περιλαμβάνουν και κάποιες αλληλεπιδράσεις μεταξύ οργανισμών από βιομηχανίες, ανθρώπους και εκδηλώσεις σε διάφορα υποσυστήματα της βιομηχανίας του τουρισμού. Το ξέσπασμα του συνδρόμου του οξέος αναπνευστικού (SARS) και του COVID-19 είναι από τις κρίσεις οι οποίες επηρεάζουν την παγκόσμια οικονομία σε βάθος και κυρίως την τουριστική αγορά (Ying et al., 2020).

Ο αντίκτυπος της πανδημίας ήταν αισθητός από την πρώτη στιγμή στην παγκόσμια οικονομία και τη βιομηχανία του τουρισμού, καθώς η κινεζική κυβέρνηση απαγόρευσε τα ταξίδια σε ολόκληρη τη χώρα με σκοπό να περιοριστεί η διάδοση του ιού. Ως αποτέλεσμα των δραστικών μέτρων της κινεζικής κυβέρνησης για τον περιορισμό της εξάπλωσης του ιού, σχεδόν 200.000 πτήσεις από και προς την Κίνα έχουν ακυρωθεί σύμφωνα με έκθεση του CNBC (2020). Ο αντίκτυπος της πανδημίας είχε μεγάλη επίδραση στις μετακινήσεις, καθώς οι χώρες άρχισαν να περιορίζουν τους ταξιδιώτες από τις περιοχές που είχαν πληγεί από τον ιό. Στη συνέχεια, ακολούθησε προσωρινό κλείσιμο ορισμένων προορισμών και αναβλήθηκαν ή ακυρώθηκαν μεγάλες συγκεντρώσεις. Σε αυτές συμπεριέλαβαν και τις μεγάλες αθλητικές διοργανώσεις, όπως ήταν οι Ολυμπιακοί Αγώνες του 2020 (Πολύζος & Σάμιτας & Σπυρίδου, 2020).

Οι προβλέψεις έδειξαν πως η μείωση που θα υπάρξει στις τουριστικές δραστηριότητες θα κυμανθεί μεταξύ 20 και 30% και θα οδηγήσει σε μείωση των εσόδων από τον τουρισμό διεθνώς (Πολύζος & Σάμιτας & Σπυρίδου, 2020). Η μείωση εκτιμάται μάλιστα ότι θα φτάσει τα 300-450 δισεκατομμύρια δολάρια, που αποτελεί σχεδόν το ένα τρίτο της αγοράς των 1,5 τρισεκατομμυρίων δολαρίων (UNWTO, 2020). Επιπλέον, σύμφωνα με τον UNWTO ο αντίκτυπος του Covid-19 σε σχέση με τον τουρισμό θα είναι υψηλότερος από την ύφεση που σημειώθηκε από τη Μεγάλη Οικονομική Κρίση το 2008. Σχετική έρευνα κατέδειξε πως κινδύνευσαν 50 εκατομμύρια θέσεις εργασίας που αφορούν στον τουρισμό.

Γίνεται φανερό λοιπόν πως μιλάμε για μια πρωτόγνωρη πανδημία, η οποία έχει επηρεάσει την παγκόσμια υγεία, την κοινωνικοοικονομική λειτουργία των κρατών και τη διεθνή οικονομία.

Σύμφωνα με μελέτες και στατιστικά στοιχεία, θα χρειαστούν από δυόμιση έως τέσσερα χρόνια για να επανέλθει η τουριστική αγορά στα επίπεδα του 2019. Από τον Ιανουάριο έως τον Φεβρουάριο του 2020 καταγράφηκαν οι εξής μειώσεις στις αφίξεις τουριστών:

- Αμερική: -68% σε σχέση με το 2019
- Ευρώπη: -68% σε σχέση με το 2019
- Αφρική: -69% σε σχέση με το 2019
- Μέση Ανατολή: -73% σε σχέση με το 2019
- Ασία & Ειρηνικός: -82% σε σχέση με το 2019

3.2. Ανασκόπηση ερευνών

Το ερευνητικό πεδίο γύρω από τις επιπτώσεις της πανδημίας στον κλάδο του τουρισμού είναι περιορισμένο, καθώς πρόκειται για ένα πρόσφατο γεγονός. Ωστόσο, υπάρχουν έρευνες που καταδεικνύουν την επίδραση του Covid-19 σε διάφορους τομείς της τουριστικής βιομηχανίας και σε επιχειρήσεις, όπως είναι παραδείγματος χάρη η εστίαση και οι ξενοδοχειακές μονάδες. Από την άλλη, από τη σχετική βιβλιογραφία δεν προκύπτουν ερευνητικά δεδομένα αναφορικά με τον αντίκτυπο της πανδημίας στη λειτουργία των τουριστικών πρακτορείων, ζήτημα που πραγματεύεται η εν λόγω εργασία. Για τον λόγο αυτό, επιλέγονται να παρουσιαστούν έρευνες οι οποίες εντάσσονται στο γενικό πλαίσιο του τουρισμού.

Αρχικά, η έρευνα των Lorson και Connell (2021) είχε ως στόχο να καταδείξει το πώς ο κορονοϊός επηρέασε τα έσοδα πολλών ευρωπαϊκών και άλλων χωρών που συγκεντρώθηκαν από τον τουρισμό. Τα αποτελέσματα έδειξαν πως το έτος 2020 σημειώθηκε ύφεση, ενώ ανοδική πορεία σημειώνεται για το έτος 2021. Το γεγονός αυτό μπορεί να εξηγηθεί από το χρονικό σημείο έναρξης της πανδημίας για τις παραπάνω χώρες, κατά το οποίο δεν παρατηρήθηκαν μετακινήσεις λόγω του αυξημένου φόβου των ταξιδιωτών. Επιπλέον, η έρευνα κατέδειξε πως οι τελευταίοι προτίμησαν τα εγχώρια ταξίδια και όχι τα διεθνή, καθώς πολλές κυβερνήσεις είχαν αποφασίσει το κλείσιμο των συνόρων. Τέλος, η έρευνα προβαίνει σε ενθαρρυντικές προβλέψεις για την ανάπτυξη του τουρισμού τόσο σε εγχώριο όσο και σε διεθνές επίπεδο.

Σε παρόμοια συμπεράσματα κατέληξε και η έρευνα του Lock (2022), σύμφωνα με την οποία τα κρατικά έσοδα από τον τουρισμό υποδιπλασιάστηκαν παγκοσμίως λόγω της πανδημίας κατά το έτος 2020. Το μεγαλύτερο εμπόδιο για την πραγματοποίηση των ταξιδιών, μεταξύ άλλων, φάνηκε πως ήταν οι περιορισμοί που υπέβαλαν οι εκάστοτε κυβερνήσεις. Επιπλέον, στην έρευνα παρουσιάζονται δεδομένα αναφορικά με τον αριθμό των εργαζομένων που λόγω των συγκυριών σταμάτησαν να απασχολούνται σε τομείς που σχετίζονται με τον τουριστικό κλάδο. Η μείωση, λοιπόν, εμφανίζεται δραματική ιδιαίτερα σε χώρες όπως η Κίνα, από την οποία ξεκίνησε η πανδημία. Επιπρόσθετα, μεγάλο πλήγμα υπέστη και η εστίαση, καθώς ο αριθμός των κρατήσεων περιορίστηκε σε πολύ υψηλό ποσοστό.

Ενδιαφέρον επίσης παρουσιάζει ακόμη μία έρευνα του Lock (2022), η οποία ανέδειξε τις επιπτώσεις του κορονοϊού στη λειτουργία των ξενοδοχείων των Η.Π.Α. Από τα αποτελέσματα φάνηκε πως η επισκεψιμότητα σε αυτά μειώθηκε αισθητά, με αποτέλεσμα τα συνολικά κέρδη να μειωθούν. Ακόμη, οι ταξιδιώτες περιόρισαν τις διανυκτερεύσεις και δεν δαπανούσαν πολλά χρήματα για δραστηριότητες που σχετίζονται με τον τουρισμό. Κλείνοντας, οι περισσότεροι προτιμούσαν να διαμένουν σε κάμπινγκ ή σε φιλικά σπίτια παρά σε ξενοδοχειακές μονάδες ή σε Airbnb.

Από τα παραπάνω γίνεται αντιληπτό πως η πανδημία επηρέασε αρνητικά τη λειτουργία πολλών επιχειρήσεων σε διεθνές επίπεδο, με μείωση των κρατικών εσόδων λόγω των περιορισμένων ταξιδιών που πραγματοποιούνταν. Η συγκεκριμένη εργασία λαμβάνοντας υπόψη το κενό που συναντάται στη βιβλιογραφία φιλοδοξεί να αναδείξει τα αποτελέσματα του Covid-19 στη λειτουργία των τουριστικών γραφείων, τα οποία αποτελούν τον κατεξοχήν αρμόδιο φορέα για την πραγματοποίηση των εγχώριων και διεθνών μετακινήσεων. Κλείνοντας, αποσκοπεί στο να αναδείξει και μια άλλη πτυχή, αυτή της μετακίνησης για αθλητικά γεγονότα μέσω των ταξιδιωτικών γραφείων, στο γενικότερο πλαίσιο της ζημίας που υπέστη και ο αθλητισμός.

3.3. Υπουργικές αποφάσεις σχετικά με τα γραφεία γενικού τουρισμού

Το μεγαλύτερο οικονομικό πλήγμα έχει βιώσει ο κλάδος του τουρισμού, αφού κατά το διάστημα Ιανουαρίου- Φεβρουαρίου 2020, σημειώθηκε μείωση κατά 72% των ταξιδιών παγκοσμίως (www.hatta.gr).

Πιο συγκεκριμένα, επλήγησαν οι τρεις βασικοί κλάδοι του τουρισμού, δηλαδή οι αερομεταφορές, τα ταξιδιωτικά πρακτορεία και οι μονάδες φιλοξενίας καθώς αναγκάστηκαν να αναστείλουν τη λειτουργία τους λόγω των μέτρων που λήφθηκαν από τις εκάστοτε κυβερνήσεις.

Η αναστολή της λειτουργίας των επιχειρήσεων είχε ως αποτέλεσμα μεγάλη οικονομική ζημία με πτώση των εσόδων άνω του 70%.

Όσον αφορά τα ταξιδιωτικά πρακτορεία η μείωση στα συνολικά έσοδα που επέφερε η πανδημία ήταν μεγαλύτερη του 50%. Η κυβέρνηση της χώρας για την αποφυγή της οριστικής διακοπής λειτουργίας κάποιων ταξιδιωτικών γραφείων, λόγω αδυναμίας να ανταπεξέλθουν στις υποχρεώσεις, έλαβε διάφορα μέτρα στήριξης προς αυτές και τους εργαζομένους τους (www.hatta.gr).

Το είδος των μέτρων που λήφθηκαν είναι κατά κύριο λόγο πράξεις νομοθετικού περιεχομένου, νόμοι και κοινές υπουργικές αποφάσεις. Εκδόθηκαν από την κυβέρνηση και το Υπουργείο Οικονομικών. Οι αποφάσεις αυτές απευθύνονται κυρίως στις επιχειρήσεις τουρισμού, τα τουριστικά γραφεία και τους εργαζομένους (όπ. προηγ.).

Σύμφωνα με τον σύνδεσμο των ελληνικών τουριστικών και ταξιδιωτικών γραφείων (HATTA.GR), εκδόθηκαν μέτρα στήριξης τα οποία αναφέρονταν στα ενοίκια των επιχειρήσεων, την καταβολή εισφορών και του ΦΠΑ αλλά και την οικονομική εργαζομένων και επιχειρήσεων.

Στο Παράρτημα Ι παρατίθεται σχετικός πίνακας, όπου παρουσιάζονται αναλυτικά όλα τα στοιχεία αναφορικά με τις αποφάσεις.

4. Έρευνα

Το κεφάλαιο αυτό παρέχει πληροφορίες που αφορούν στη μεθοδολογία που χρησιμοποιήθηκε στην έρευνα της εργασίας, καθώς και τα αποτελέσματα που εξήχθησαν από αυτή. Ειδικότερα, περιγράφει τον σκοπό της έρευνας, την ερευνητική μεθοδολογία και τη μέθοδο με την οποία συλλέχθηκαν τα δεδομένα, τη δειγματοληψία, το πλαίσιο της δεοντολογίας με βάση το οποίο πραγματοποιήθηκε, τους περιορισμούς της και τα ευρήματα της έρευνας σε διαγραμματική μορφή.

4.1. Σχεδιασμός και Μεθοδολογία έρευνας

Σκοπός έρευνας

Η έρευνα πραγματοποιήθηκε με σκοπό να διερευνηθούν οι επιπτώσεις της πανδημίας Covid-19 στη λειτουργία των ταξιδιωτικών γραφείων και συγκεκριμένα σε σχέση με τα αθλητικά γεγονότα, καθώς και να αναδειχθούν οι απόψεις των ιδιοκτητών των τουριστικών πρακτορείων αναφορικά με τα μέτρα ενίσχυσης που λήφθηκαν από την κυβέρνηση της χώρας.

Ερευνητική μεθοδολογία και ερευνητικό εργαλείο

Η μέθοδος που καλείται να επιλέξει κανείς (ποσοτική ή ποιοτική) για τη διερεύνηση ενός θέματος εξαρτάται από το αντικείμενο της έρευνάς του (Νόβα - Καλτσούνη, 2006). Στην παρούσα ερευνητική εργασία επιλέγεται η ποσοτική μέθοδος, καθώς με τη συγκεκριμένη μέθοδο επιτυγχάνεται η τυποποίηση των στοιχείων που συλλέγονται και η προσέγγιση των απόψεων ενός μεγάλου μέρους του υπό εξέταση πληθυσμού (Κυριαζή, 2002).

Σχετικά με το εργαλείο που επιλέχθηκε για τη συλλογή των δεδομένων, κρίθηκε ως καταλληλότερο το ερωτηματολόγιο, αφού δίνει τη δυνατότητα να συλλεχθεί μεγάλος όγκος ερευνητικού υλικού σε πολύ σύντομο χρονικό διάστημα (Νόβα - Καλτσούνη, 2006). Πρόκειται για ένα μέσο το οποίο περιλαμβάνει μια σειρά ερωτήσεων, τις οποίες ο ερωτώμενος καλείται να διαβάσει και να απαντήσει ο ίδιος.

Οι ερωτήσεις του ερωτηματολογίου θα πρέπει να είναι διατυπωμένες με τέτοιο τρόπο, ώστε να μην δημιουργούν στον ερωτώμενο απορίες ή παρερμηνείες. Τα είδη των ερωτήσεων που καταγράφονται στο συγκεκριμένο εργαλείο έρευνας είναι δύο: α) ερωτήσεις κλειστού τύπου, β) ερωτήσεις ανοικτού τύπου. Για την καλύτερη συλλογή στοιχείων χρησιμοποιήθηκαν και τα δύο είδη ερωτήσεων.

Τα ερωτήματα που διατυπώθηκαν αφορούν σε γενικά στοιχεία των επιχειρήσεων όπως είναι η επωνυμία, η τοποθεσία και οι δραστηριότητες αυτών πριν και μετά την εμφάνιση της πανδημίας. Επίσης, παρατίθενται ερωτήσεις που αφορούν σε κάποια οικονομικά στοιχεία, αλλά και τον στόλο που διαθέτουν οι επιχειρήσεις, δηλαδή το εργατικό δυναμικό και τον εξοπλισμό (λεωφορεία). Ακόμη, οι ερωτώμενοι κλήθηκαν να απαντήσουν σχετικά με τη φύση των μετακινήσεων που επιλέγουν να κάνουν οι πελάτες τους πριν και μετά την πανδημία, αλλά και σε ερωτήματα που αφορούν στη μετακίνησή τους για αθλητικές διοργανώσεις. Κλείνοντας, θέτονται ερωτήματα αναφορικά με τα μέτρα στήριξης για την καταπολέμηση της αρνητικής επίδρασης της πανδημίας στις επιχειρήσεις και για την αποτελεσματικότητά τους.

Μέθοδος ανάλυσης δεδομένων

Αξίζει να σημειωθεί ότι τα ερωτηματολόγια δεν είναι σε έντυπη μορφή, αλλά δημιουργήθηκαν μέσω του Google Forms και αποστάλθηκαν μέσω του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου στα αντίστοιχα πρακτορεία. Τα δεδομένα που συγκεντρώθηκαν αναλύθηκαν μέσω του Google Forms.

Δειγματοληψία

Για την εκπόνηση της έρευνας απευθυνθήκαμε σε ταξιδιωτικά γραφεία γενικού τουρισμού της Ελλάδας και πιο συγκεκριμένα σε πρακτορεία της Πάτρας, της Λαμίας, της Λάρισας, του Βόλου, των Ιωαννίνων, του Αγρινίου και των Τρικάλων. Τα ταξιδιωτικά γραφεία αυτά ασχολούνται με έκδοση εισιτηρίων, κρατήσεις ξενοδοχείων, οργάνωση εκδρομών, προσφορά οργανωμένων πακέτων για διακοπές σε διάφορες πόλεις και νησιά της Ελλάδας, αλλά και στο εξωτερικό. Μάλιστα κάποια γραφεία διαθέτουν το δικό τους στόλο για τη μεταφορά των πελατών ή συνεργάζονται με εταιρείες που ενοικιάζουν αυτοκίνητα, λεωφορεία κλπ. Οι εν λόγω επιχειρήσεις δεν είναι μεγάλες σε μέγεθος και το προσωπικό που απασχολείται κυμαίνεται από 1 μέχρι 10 άτομα. Φυσικά, επιλέξαμε και ταξιδιωτικά γραφεία που ασχολούνται με τα αθλητικά γεγονότα μέσω της μεταφοράς φιλάθλων, την οργάνωση αθλητικών γεγονότων και πακέτων για παρακολούθηση αθλητικών συναντήσεων, τη μεταφορά ομάδων και αθλητικών συλλόγων κ.ά.

Δεοντολογία

Τα τουριστικά γραφεία που έλαβαν μέρος στην έρευνα δέχθηκαν να συμμετάσχουν σε αυτήν, αφού πρώτα τους διευκρινίστηκε ο σκοπός της και ότι τα αποτελέσματά της θα αξιοποιηθούν αποκλειστικά για ερευνητικούς λόγους. Επιπλέον, διατηρήθηκε

η ανωνυμία των συμμετεχόντων, ενώ δόθηκε σε αυτούς το δικαίωμα να διακόψουν την έρευνα οποιαδήποτε στιγμή το επιθυμούν.

Περιορισμοί

Βασικός περιορισμός της έρευνας αποτελεί το μικρό δείγμα που ανταποκρίθηκε σε αυτή, καθώς από τα 100 ταξιδιωτικά γραφεία στα οποία στάλθηκαν τα ερωτηματολόγια, ανταποκρίθηκαν μόνο 23. Επίσης, το χρονικό διάστημα που διεξήχθη η έρευνα ήταν περιορισμένο, καθώς πραγματοποιήθηκε εντός 3 μηνών, δηλαδή από τον Οκτώβριο του 2021 έως τον Ιανουάριο του 2022.

4.2. Παρουσίαση και Ερμηνεία των Αποτελεσμάτων της Έρευνας

Στην παρούσα ενότητα παρουσιάζονται τα αποτελέσματα που προκύπτουν από την έρευνα που υλοποιήσαμε καθώς και η ανάλυση των δεδομένων που ερευνήσαμε.

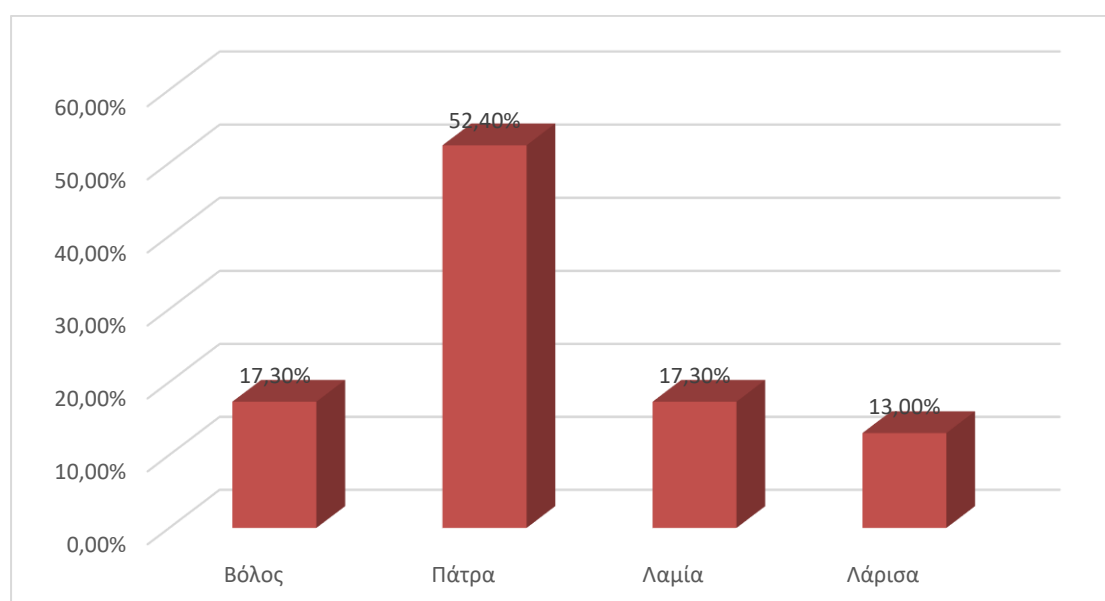
Τα πρακτορεία που απάντησαν στην έρευνα είναι τα ακόλουθα:

1. KOLIMENOS TRAVEL
2. PATRAS TRAVEL
3. TITANAS TRAVEL
4. MALAVETAS TRAVEL
5. GEORGADAS TRAVEL
6. MOREAS TRAVEL
7. Ferry center
8. L.A. travel
9. OPIZONTEΣ TRAVEL
10. ΑΓΓΕΛΑΚΟΠΟΥΛΟΣ ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ
11. ROSE TRAVEL
12. Ferry & Yachting Services
13. Aqua Shipping
14. MARI TRAVEL
15. Raftopoulos travel
16. PELOPPONNISOS TRAVEL UNION
17. KAVALLIERATOS TOURS
18. Karanasios travel
19. Fragoulis Tours
20. Aristeia Travel
21. FOUR WAYS TRAVEL

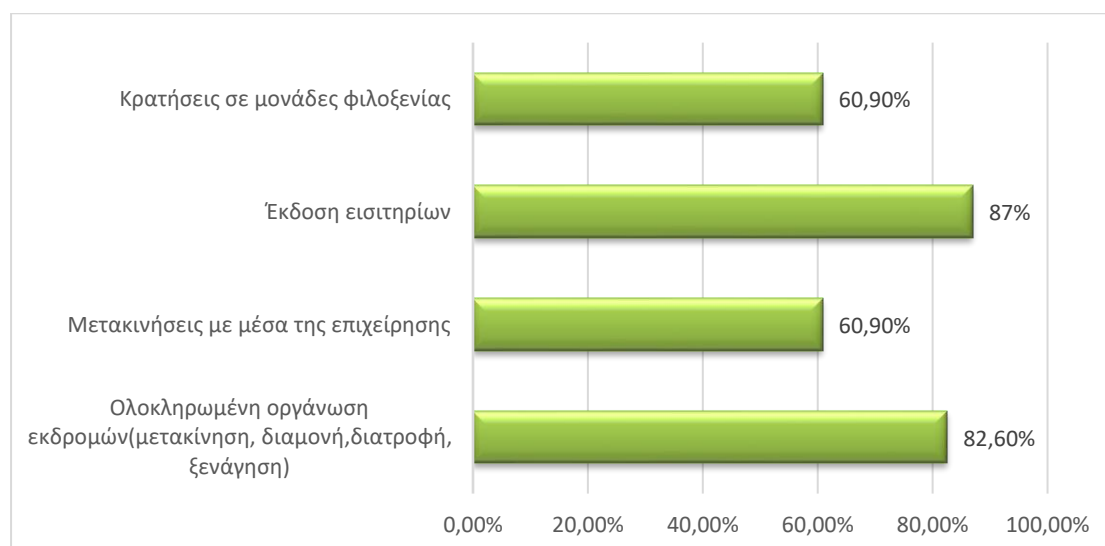
22. MAGNESIA TRAVEL

23. IONIS TOURS

Στο παρακάτω γράφημα απεικονίζονται οι πόλεις που εδρεύουν τα ταξιδιωτικά γραφεία. Τα περισσότερα από αυτά βρίσκονται στην Πάτρα με ποσοστό 52,4%. Ακολουθούν η Λαμία και ο Βόλος με ποσοστό 17,3%. Τέλος, το 13% αφορά τα ταξιδιωτικά γραφεία που βρίσκονται στη Λάρισα (3 απαντήσεις).



1η Ερώτηση: Σε ποιες δραστηριότητες εμπλεκόταν το ταξιδιωτικό σας γραφείο πριν την εμφάνιση της πανδημίας;

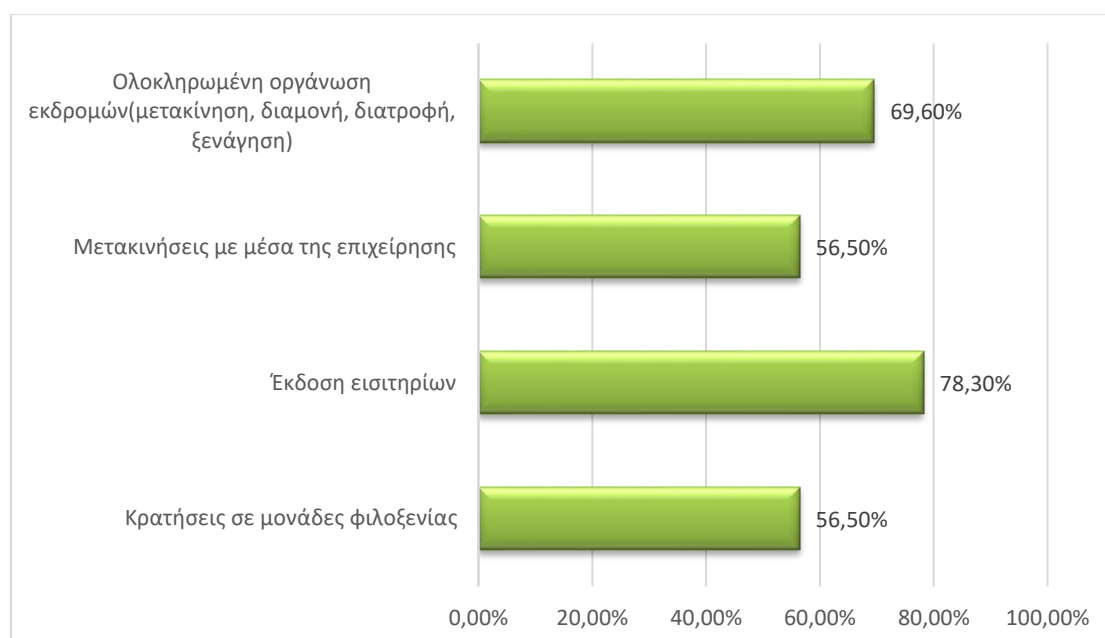


Στο γράφημα απεικονίζονται οι δραστηριότητες με τις οποίες εμπλεκόταν το κάθε ταξιδιωτικό πρακτορείο πριν την εμφάνιση του Covid-19. Έτσι, τα πρακτορεία που ασχολούνταν με κρατήσεις σε μονάδες φιλοξενίας ανέρχονται στα 14 με ποσοστό

60,90%, ενώ αυτά που προχωρούν στην έκδοση εισιτηρίων φτάνουν το 87%. Επίσης, τα ταξιδιωτικά πρακτορεία που πραγματοποιούν μετακινήσεις με δικά τους μέσα είναι δεκατέσσερα και καλύπτουν το 60,9%. Τέλος, όσον αφορά στην ολοκληρωμένη οργάνωση εκδρομών, διαπιστώνουμε πως τα γραφεία που ασχολούνται με τη συγκεκριμένη δραστηριότητα είναι δεκαεννιά (82,6%).

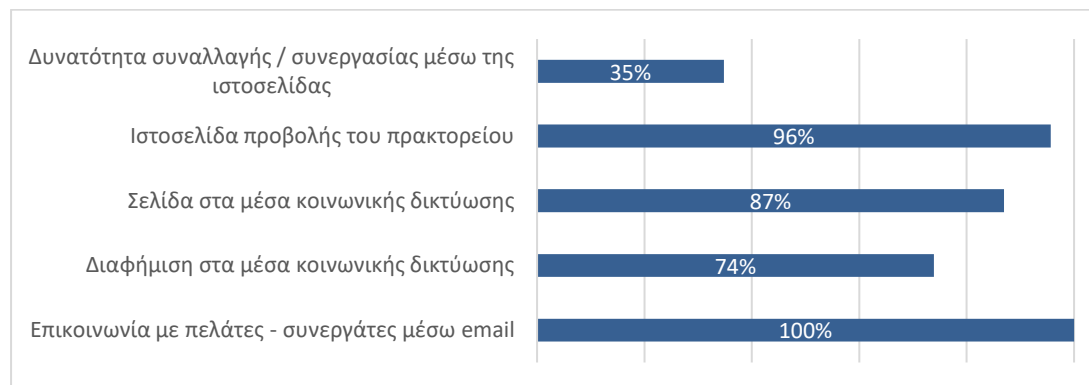
Όπως παρατηρούμε, η κάθε επιχείρηση δεν ασχολείται με μία δραστηριότητα και μόνο αλλά προσπαθεί να συνδυάσει κάποιες από αυτές, ώστε να έχει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα σε σχέση με τις υπόλοιπες.

2η Ερώτηση: Με ποιες δραστηριότητες ασχολείται το ταξιδιωτικό σας γραφείο μετά την εμφάνιση της πανδημίας;



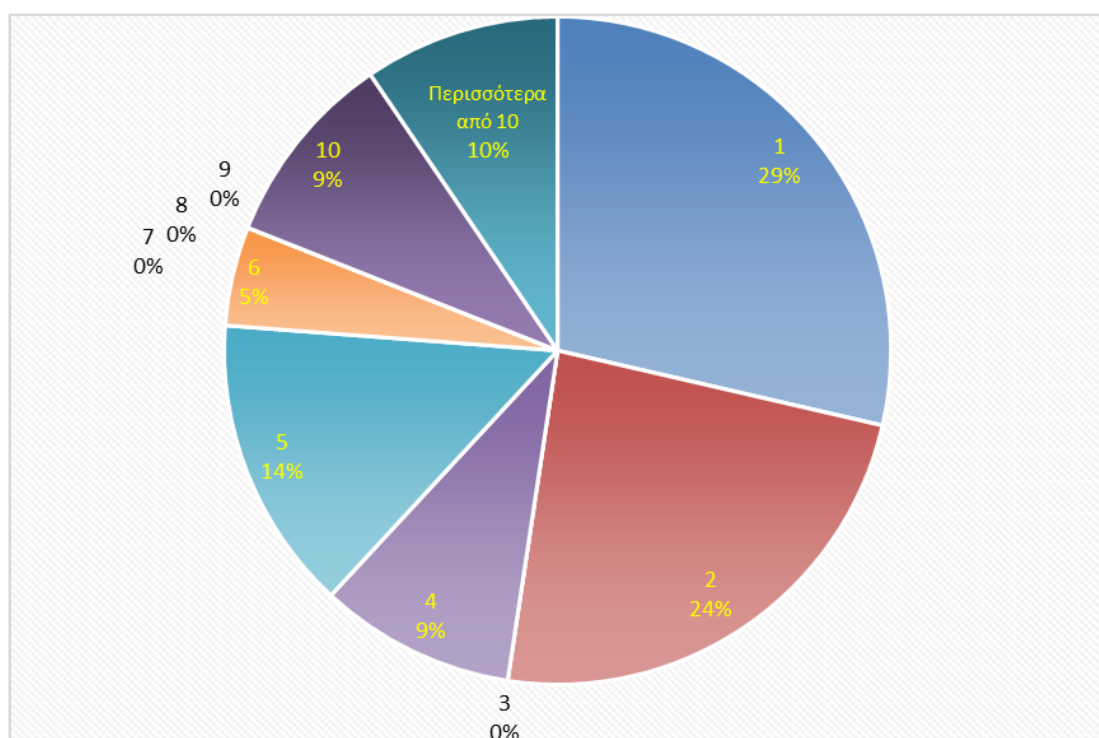
Το παραπάνω γράφημα παρουσιάζει τις δραστηριότητες με τις οποίες εμπλέκονται τα ταξιδιωτικά γραφεία μετά την εμφάνιση της πανδημίας. Εκείνο που διαπιστώνεται είναι ότι σε κάθε δραστηριότητα υπάρχει μία μείωση από 4%-13%. Πιο αναλυτικά, η δραστηριότητα που αφορά την ολοκληρωμένη οργάνωση εκδρομών από 82,6% μειώθηκε στο 69,6%, οι μετακινήσεις με μέσα των ταξιδιωτικών πρακτορείων από 60,9% μειώθηκαν φτάνοντας το 56,5%, η έκδοση των εισιτηρίων από 87% άγγιξε το 78,3% και οι κρατήσεις σε μονάδες φιλοξενίας από 60,9 έπεσαν στο 56,5%. Τα στοιχεία αυτά δείχνουν ότι υπάρχει μείωση όλων των δραστηριοτήτων στα ταξιδιωτικά γραφεία, με σημαντικότερη μείωση την ολοκληρωμένη οργάνωση εκδρομών.

3η Ερώτηση: Ποιες από τις παρακάτω δραστηριότητες ασκεί η επιχείρησή σας μέσω του διαδικτύου;



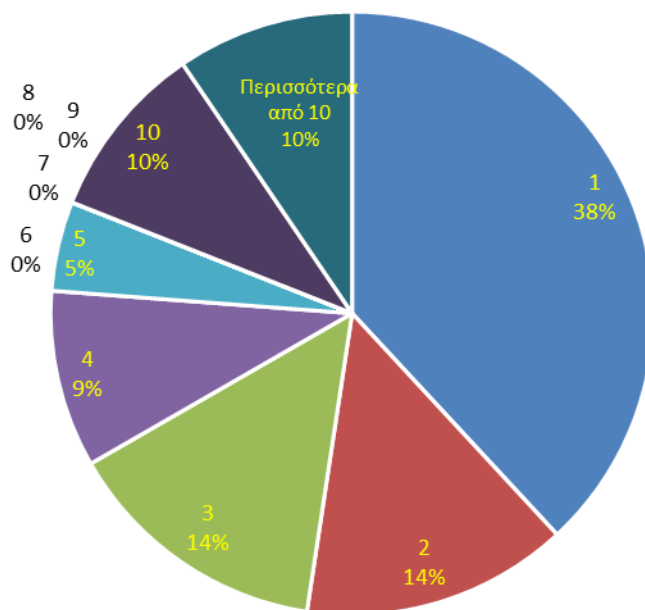
Όσον αφορά τις δραστηριότητες που ασκούνται από κάθε ταξιδιωτικό γραφείο μέσω του διαδικτύου, παρατηρούμε πως όλα τα ταξιδιωτικά γραφεία επικοινωνούν με τους πελάτες - συνεργάτες τους μέσω email (100%). Η διαφήμιση που πραγματοποιείται για την επιχείρησή τους μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης είναι υψηλή με ποσοστό 74%. Το 87% μάλιστα των γραφείων έχουν σελίδα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και ιστοσελίδα για να προβάλλουν το πρακτορείο τους (96%). Ωστόσο, μόνο οχτώ πρακτορεία έχουν τη δυνατότητα να προβαίνουν σε συναλλαγές/συνεργασίες μέσω της ιστοσελίδας.

4η Ερώτηση: Πόσο προσωπικό απασχολούσε η επιχείρησή σας πριν την εμφάνιση της πανδημίας;



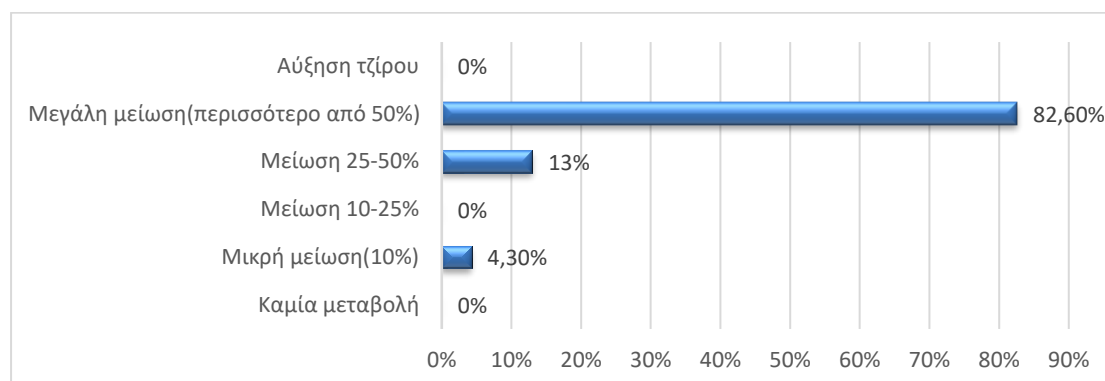
Από τα στοιχεία που δίνονται παραπάνω, γίνεται φανερό πως τα άτομα που απασχολούνταν σε κάθε επιχείρηση κατά κύριο λόγο, πριν την εμφάνιση της πανδημίας, ήταν 1-5. Αναλυτικότερα, το 28,6% των επιχειρήσεων απασχολούσε 1 άτομο, το 23,8% 2 άτομα, το 14,3% 5 άτομα, το 4,8% απασχολούσε 6 άτομα, ενώ το υπόλοιπο 28,5 % από 4 και άνω. Σημειώνεται ότι στη συγκεκριμένη ερώτηση δεν ανταποκρίθηκαν 2 ταξιδιωτικά γραφεία.

5η Ερώτηση: Πόσο προσωπικό απασχολεί η επιχείρησή σας τώρα;



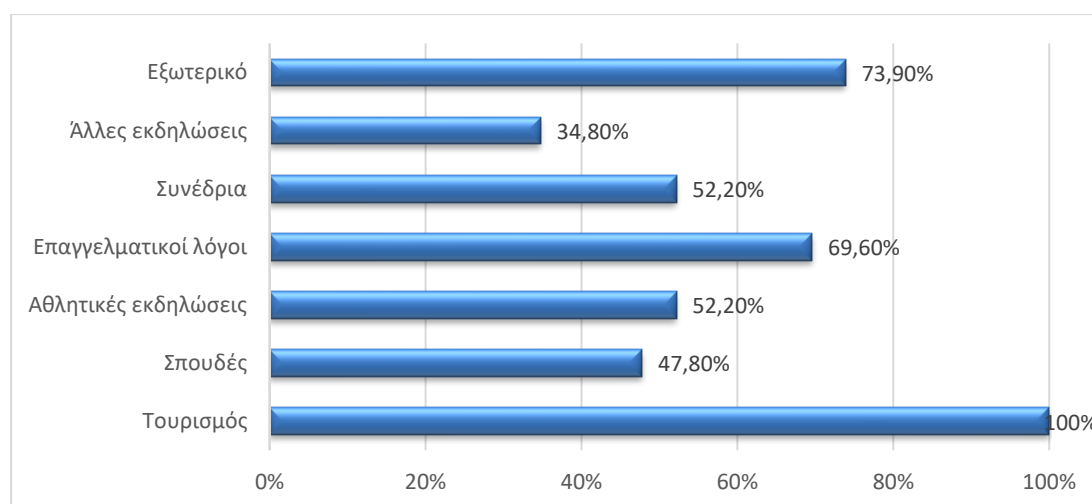
Μετά την εμφάνιση της πανδημίας, τα περισσότερα ταξιδιωτικά γραφεία προχώρησαν σε μείωση του προσωπικού που απασχολούσαν, με αποτέλεσμα το 38,1% να απασχολεί μόνο 1 άτομο. Συνολικά έξι επιχειρήσεις απασχολούν από 2 και 3 άτομα (28,6%) ενώ το 4,8%, που αντιστοιχεί σε μία επιχείρηση απασχολεί 5 άτομα. Τα υπόλοιπα έξι τουριστικά πρακτορεία, δηλαδή το 28,5%, απασχολούν από τέσσερα άτομα και άνω. Δύο πρακτορεία δεν έδωσαν απαντήσεις για το συγκεκριμένο ερώτημα.

6η Ερώτηση: Ποια ήταν η ποσοστιαία μεταβολή των δραστηριοτήτων σας, με οικονομικούς όρους, που επέφερε η εκδήλωση της πανδημίας;



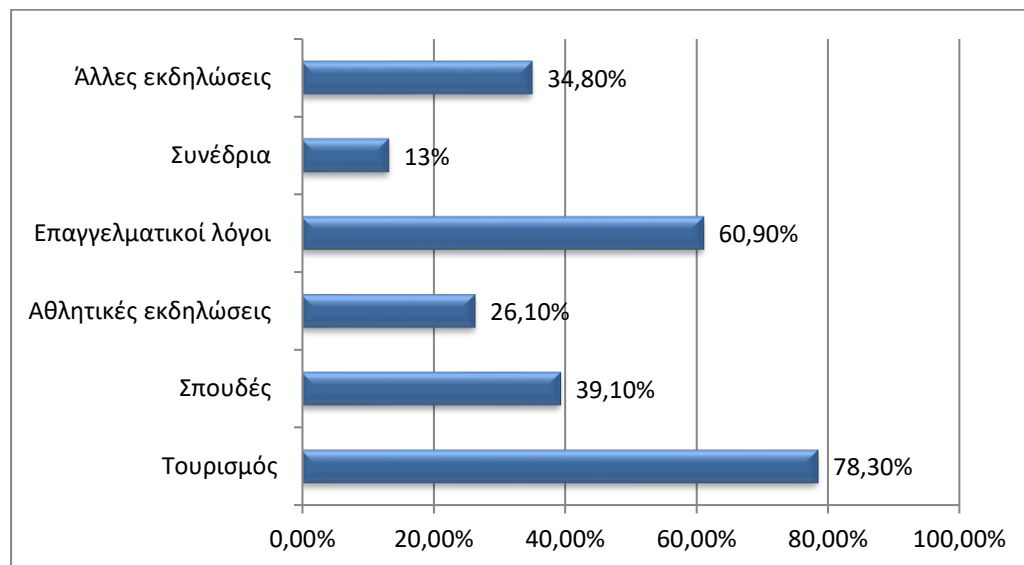
Στο παραπάνω γράφημα παρουσιάζεται η μεταβολή των δραστηριοτήτων των ταξιδιωτικών γραφείων ύστερα από την εκδήλωση της πανδημίας. Έτσι, η μείωση που επέφερε η εκδήλωση της πανδημίας στις περισσότερες επιχειρήσεις ήταν μεγάλη (>50%) με το ποσοστό να ανέρχεται στο 82,6%. Μικρή μείωση 25-50% παρατηρείται σε τρεις επιχειρήσεις, ενώ μόνο μία από αυτές σημείωσε μικρή μείωση της τάξης του 10%.

7η Ερώτηση: Σε σχέση με τις μετακινήσεις των ταξιδιωτών, ποιοι ήταν οι λόγοι για τους οποίους μετακινούνταν οι πελάτες σας πριν την εμφάνιση της πανδημίας;



Αναφορικά με τις μετακινήσεις των ταξιδιωτών κάθε ταξιδιωτικού πρακτορείου πριν την εκδήλωση της πανδημίας, παρατηρούμε πως ο τουρισμός αποτελούσε τον κύριο λόγο με ποσοστό 100%. Το 73,9% αφορούσε δραστηριότητες στο εξωτερικό, το 69,6% αφορούσε επαγγελματικούς λόγους και το 52,2% διάφορα συνέδρια (52,2%) και εκδηλώσεις (52,2%) που σχετίζονται με τον αθλητισμό. Τέλος, το 47,8% αφορούσε μετακινήσεις σπουδών και το 34,8% εκδηλώσεις μη σχετικές με τον αθλητισμό.

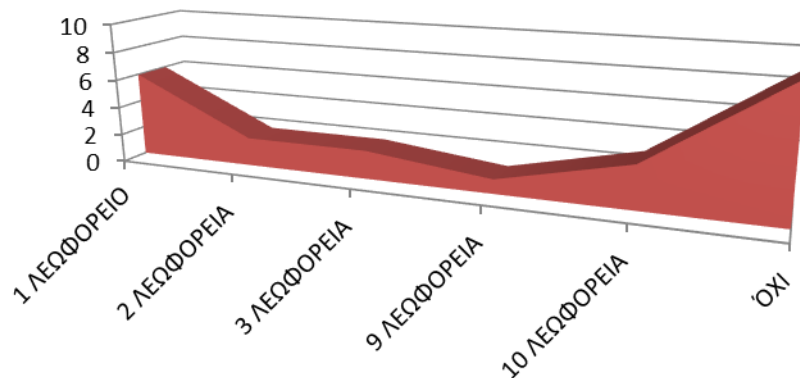
8η Ερώτηση: Ποιοι είναι οι λόγοι για τους οποίους μετακινούνται οι πελάτες σας μετά την εμφάνιση της πανδημίας;



Μετά την εκδήλωση της πανδημίας οι λόγοι για τους οποίους ταξιδεύουν οι πελάτες των ταξιδιωτικών πρακτορείων διαφοροποιήθηκαν με αποτέλεσμα να μειωθεί ο τουρισμός αρκετά (78,3%). Το ίδιο ακριβώς συνέβη και με τις μετακινήσεις που αφορούν τις σπουδές (39,1%), τις αθλητικές εκδηλώσεις (26,1%), τις επαγγελματικές μετακινήσεις (60,9%) και τα συνέδρια (13%). Σημειώνεται ότι οι μετακινήσεις που σχετίζονται με τις άλλες εκδηλώσεις (πλην των αθλητικών) παρέμειναν σταθερές (34,8%). Όπως διαπιστώνουμε λοιπόν οι μετακινήσεις που δέχτηκαν το μεγαλύτερο πλήγμα (μείωση 21,7% -26,1%) είναι ο τουρισμός και οι εκδηλώσεις σε σχέση με τον αθλητισμό.

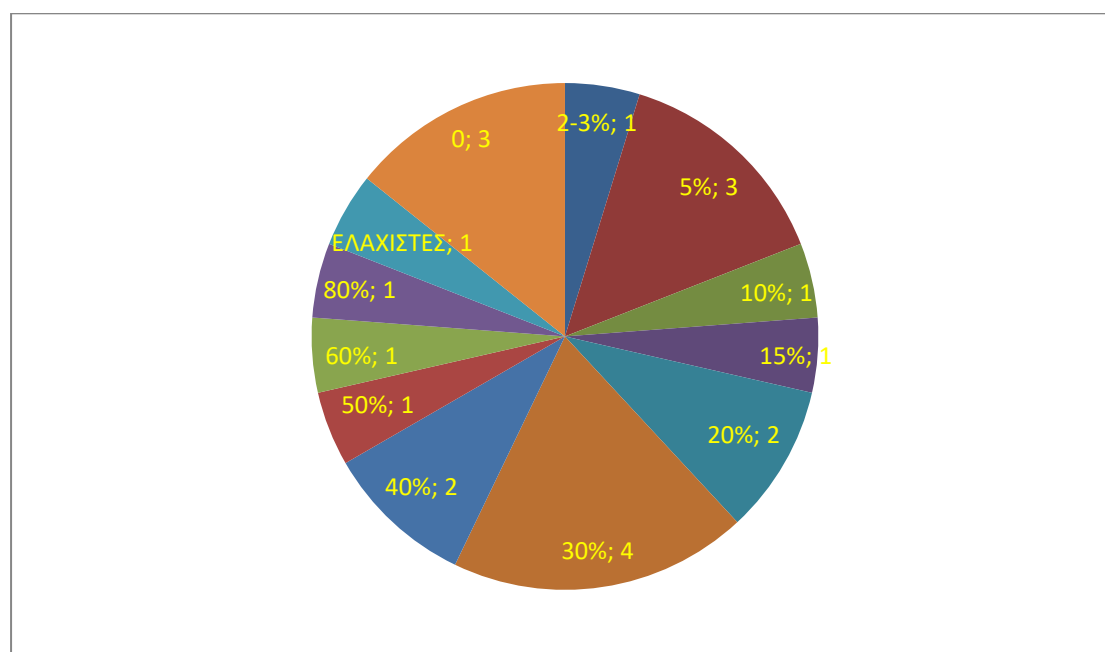
9η Ερώτηση: Διαθέτει το ταξιδιωτικό σας πρακτορείο δικά του μέσα για τη μετακίνηση των πελατών του; Ποια είναι αυτά τα μέσα και πόσα από κάθε είδος;

Μέσα επιχείρησης για τις μετακινήσεις των πελατών της



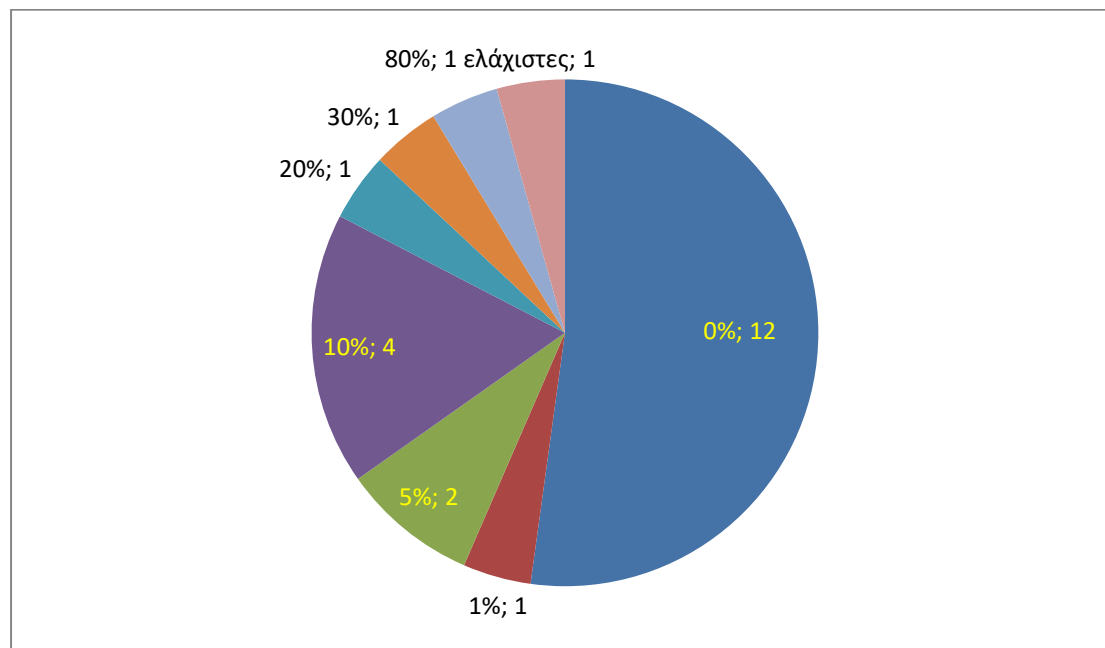
Στο παραπάνω γράφημα απεικονίζονται τα λεωφορεία που διαθέτουν τα ταξιδιωτικά γραφεία για τη μετακίνηση των πελατών. Πιο συγκεκριμένα, έξι επιχειρήσεις διαθέτουν από 1 λεωφορείο, δύο επιχειρήσεις διαθέτουν από 2 λεωφορεία, ακόμη δύο επιχειρήσεις διαθέτουν από 3 λεωφορεία, μία επιχείρηση διαθέτει 9 λεωφορεία και τρεις επιχειρήσεις 10 λεωφορεία. Βέβαια, υπάρχουν και ταξιδιωτικά γραφεία τα οποία δεν διαθέτουν κανένα δικό τους μέσο για μετακινήσεις.

10η Ερώτηση: Ποιο ήταν το ποσοστό της δραστηριότητας της επιχείρησης σε μετακινήσεις για αθλητικές δραστηριότητες πριν την εκδήλωση της πανδημίας;



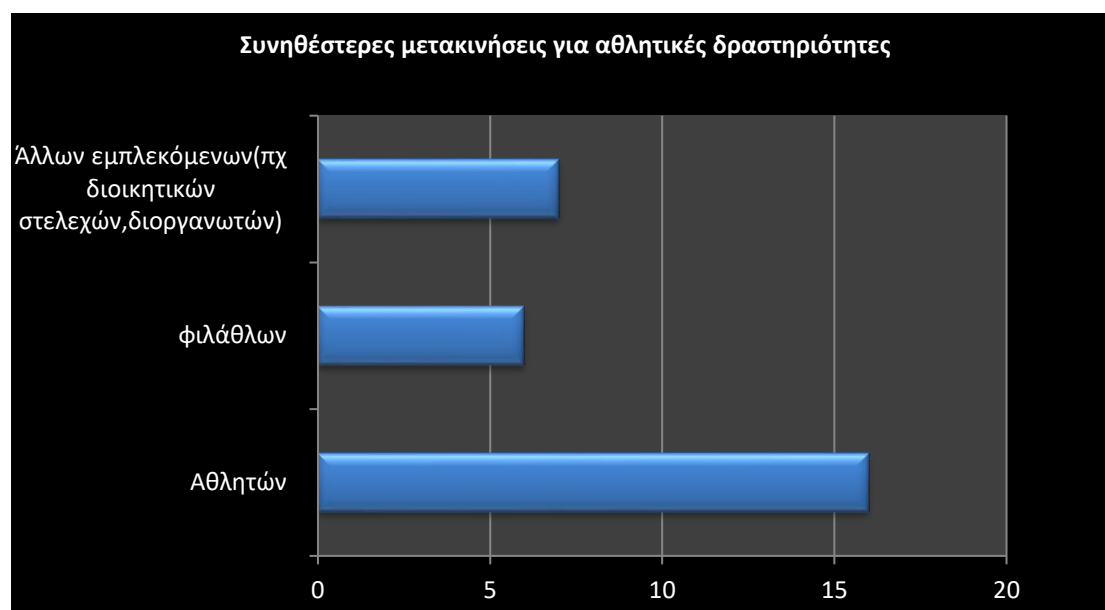
Στο παραπάνω διάγραμμα απεικονίζεται η δραστηριότητα των επιχειρήσεων σχετικά με τις μετακινήσεις για αθλητικά γεγονότα. Τέσσερις επιχειρήσεις σημείωσαν ποσοστό μετακινήσεων 30%. Σε δύο από αυτές παρατηρήθηκε κίνηση σε ποσοστό 40% και σε άλλες δύο 20%. Επιπλέον για τρεις εξ αυτών οι μετακινήσεις για αθλητικά γεγονότα φτάνει μονάχα το 5%, ενώ για ακόμη τρεις το 0%. Όπως διαπιστώνεται, τα υπόλοιπα επτά τουριστικά πρακτορεία διαφοροποιούνται στις απαντήσεις τους σχετικά με το ποσοστό δραστηριότητας. Το κάθε ένα δήλωσε διαφορετικό ποσοστό μετακινήσεων. Ειδικότερα, καταγράφεται μία απάντηση για ποσοστό 2-3% και ακόμη μία για την κατηγορία 'ΕΛΑΧΙΣΤΕΣ'. Επίσης, μία επιχείρηση πραγματοποιούσε μετακινήσεις για αθλητικές διοργανώσεις σε ποσοστό 10% και ακόμη μία σε ποσοστό 15%. Τέλος, καταγράφεται μία απάντηση για μετακινήσεις της τάξης του 50%, μία του 60% και μία του 80%.

11η Ερώτηση: Ποιο είναι το ποσοστό της δραστηριότητας της επιχείρησης σε μετακινήσεις για αθλητικές δραστηριότητες μετά την εκδήλωση της πανδημίας;



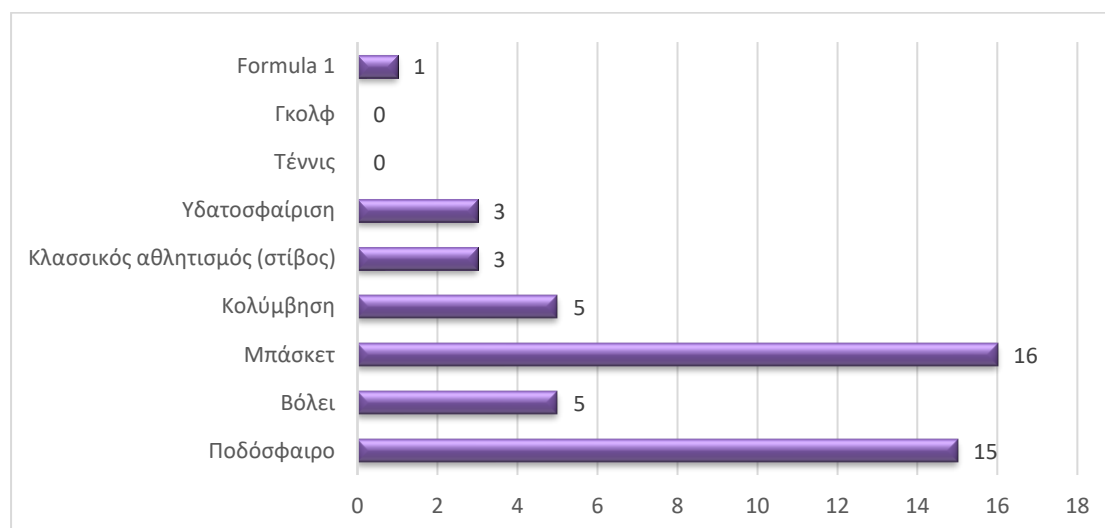
Όσον αφορά τις μετακινήσεις σχετικά με τις αθλητικές διοργανώσεις μετά την εκδήλωση της πανδημίας, διαπιστώνουμε μια αύξηση του μηδενικού ποσοστού (52%), δηλαδή μείωση των μετακινήσεων. Πιο αναλυτικά, 12 από τα 23 ταξιδιωτικά πρακτορεία δήλωσαν μηδενικό ποσοστό στις μετακινήσεις για αθλητικές διοργανώσεις. Επιπλέον, τέσσερις επιχειρήσεις δήλωσαν μετακινήσεις για τον συγκεκριμένο λόγο σε ποσοστό μόλις 10% και ακόμη δύο σε ποσοστό 5%. Πέντε από τις 23 σημείωσαν διαφορετικά ποσοστά μετακινήσεων. Ειδικότερα, μία επιχείρηση δήλωσε «Ελάχιστες», ενώ μία άλλη σημείωσε μετακινήσεις σε ποσοστό μόλις 1%. Για το τρίτο ταξιδιωτικό γραφείο καταγράφηκε ποσοστό μετακινήσεων 20% και για το τέταρτο 30%. Τέλος, το μεγαλύτερο ποσοστό δραστηριότητας για τις αθλητικές διοργανώσεις καταγράφηκε στην πέμπτη επιχείρηση η οποία έφτασε το 80%.

12η Ερώτηση: Αν στις δραστηριότητες της επιχείρησής σας περιλαμβάνονταν μετακινήσεις για αθλητικές δραστηριότητες, ποιες από τις παρακάτω μετακινήσεις ήταν οι συνηθέστερες πριν την εκδήλωση της πανδημίας;



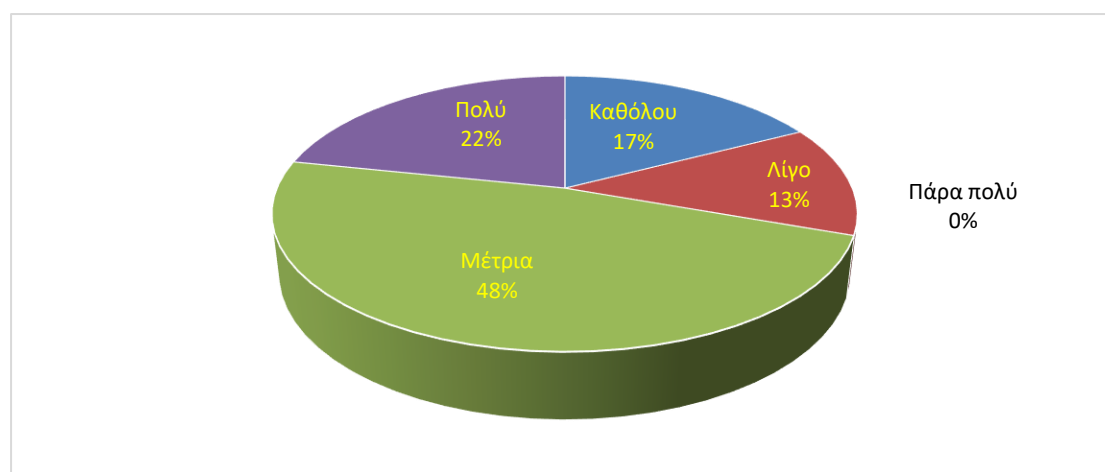
Στο παραπάνω γράφημα παρουσιάζονται τα είδη των μετακινήσεων αναφορικά με τις αθλητικές δραστηριότητες πριν την εκδήλωση της πανδημίας. Από τα 23 ταξιδιωτικά γραφεία, τα 19 ασχολούνται με τις συγκεκριμένες μετακινήσεις, επομένως τα 4 από αυτά δεν εμπλέκονται καθόλου με τη συγκεκριμένη δραστηριότητα. Πιο αναλυτικά, το 83,3% των πρακτορείων εμπλέκονται σε μετακινήσεις αθλητών (16 απαντήσεις), το 33,3% ασχολείται με μετακινήσεις φιλάθλων (6 απαντήσεις) και το 38,9% ασχολείται με μετακινήσεις όπως είναι αυτές των διοικητικών στελεχών και των διοργανωτών (7 απαντήσεις). Γίνεται λοιπόν φανερό πως τα ταξιδιωτικά γραφεία της έρευνάς μας δεν απασχολούνται αποκλειστικά με ένα είδος μετακίνησης αθλητικών δραστηριοτήτων, αλλά καταπιάνονται και με τις τρεις μετακινήσεις.

13η Ερώτηση: Ποια ήταν τα βασικότερα αθλήματα για τα οποία μετακινούνταν οι αθλητές, φίλαθλοι και οι άλλοι εμπλεκόμενοι; (επιλέξτε μέχρι 3 αθλήματα)



Παραπάνω απεικονίζονται τα συνηθέστερα αθλήματα για τα οποία μετακινούνται οι ενδιαφερόμενοι. Πιο αναλυτικά, παρατηρούμε ότι τα δημοφιλέστερα αθλήματα είναι το ποδόσφαιρο και το μπάσκετ, για τα οποία καταγράφηκαν ποσοστά 78,9% και 84,2% αντίστοιχα. Ακολουθούν το βόλεϊ και η κολύμβηση, για τα οποία το ποσοστό μετακίνησης είναι ίδιο, δηλαδή 26,3%. Ίδιες τιμές καταγράφηκαν και για δύο ακόμα αθλήματα, όπως είναι ο κλασσικός αθλητισμός (στίβος) και η υδατοσφαίριση με ποσοστό 15,8%. Μηδενικό ποσοστό παρατηρείται στο τένις και το γκολφ και μόλις ένα τουριστικό πρακτορείο δήλωσε μετακίνηση για Formula-1 (5,3%). Σημειώνεται ότι τα 4 από τα 23 πρακτορεία δεν ασχολούνται με τη μετακίνηση αθλητών για κανένα από τα παραπάνω αθλήματα.

14η Ερώτηση: Πόσο ικανοποιημένοι είστε από τα μέτρα που λήφθηκαν για την αντιμετώπιση των αρνητικών επιπτώσεων της πανδημίας;



Το παραπάνω γράφημα πίτας αναπαριστά σε ποσοστό επί τοις % τον βαθμό ικανοποίησης των ταξιδιωτικών πρακτορείων σχετικά με τα μέτρα στήριξης που λήφθηκαν από την κυβέρνηση. Όπως φαίνεται, το 47,80% συμφωνεί με τη δήλωση «Μέτρια». Ακολουθεί η απάντηση «Πολύ» με ποσοστό 21,70% και έπεται η επιλογή «Καθόλου» με ποσοστό 17,40%. Τελευταία έρχεται η επιλογή «Λίγο» με ποσοστό 13%. Μηδενικές απαντήσεις καταγράφονται για τη δήλωση «Πάρα Πολύ», γεγονός που καταδεικνύει ότι τα μέτρα που έλαβαν οι αρμόδιοι για τον συγκεκριμένο κλάδο δεν κάλυψαν κανέναν στον υπέρτατο βαθμό.

15η Ερώτηση: Ποια επιπλέον μέτρα θα προτείνατε να ληφθούν από την κυβέρνηση για τον τουριστικό κλάδο για την αντιμετώπιση των αρνητικών επιπτώσεων της πανδημίας;

Απαντήσεις

Οικονομική στήριξη, περισσότεροι εμβολιασμοί για την ασφάλεια των ταξιδιωτών.
Επιπλέον μέτρα δεν προτείνονται. Τήρηση αυτών που ήδη υπάρχουν.
Οικονομική στήριξη.
Επιδότησεις.
Μείωση φορολογίας, επιδότηση επιχειρήσεων με μεγαλύτερο ποσοστό, κάλυψη ασφαλιστικών εισφορών εργοδοτών.
Μείωση τιμών, προσφορές για τουρισμό για όλους, εκπτώσεις για ειδικές κατηγορίες ατόμων, διευκόλυνση όσον αφορά το κόστος και τον χρόνο των τεστ, απλοποίηση στα έγγραφα που απαιτούνται για να ταξιδέψεις.
Τήρηση των μέτρων.
Οικονομική στήριξη για τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας πλήρους απασχόλησης.
Ξεκάθαρη πολιτική για ταξίδια εντός και εκτός Ελλάδας / εμβολιασμός - τεστ.
Ενίσχυση ρευστότητας.
Τεστ με QR Code.

Δεν θα είχα να προτείνω επιπλέον μέτρα, διότι πολύ απλά τα μέτρα που σχεδιάστηκαν με διάφορους τρόπους κατέληξαν επιλεκτικά σε ορισμένες τουριστικές επιχειρήσεις και όχι στο σύνολο των επιχειρήσεων.
Δεν έχω κάποια πρόταση.
Παράταση του πλαισίου στήριξης.
Μεγαλύτερη οικονομική ενίσχυση και μείωση στους φόρους και τις ασφαλιστικές εισφορές.
Μεγαλύτερος έλεγχος στα αεροδρόμια και τα λιμάνια.
Οικονομική στήριξη των τουριστικών γραφείων και αυτοαπασχολούμενων.
Οικονομική στήριξη.
Ο Τουρισμός δεν μπορεί να λειτουργήσει όταν υπάρχει ενεργή μια πανδημία στο πλανήτη, οπότε φυσικά θα έπρεπε να υπάρχει περαιτέρω οικονομική στήριξη στις μικρές επιχειρήσεις! Το κράτος για ακόμα μια φορά βοήθησε τις μεγάλες επιχειρήσεις.
Διαφορετική προσέγγιση.
Οικονομική στήριξη των τουριστικών γραφείων.
Συνέχιση μέτρου αναστολής σύμβασης εργασίας εργαζομένων.

4.3. Συμπεράσματα - Προτάσεις

Ο τουρισμός είναι ένας κλάδος, ο οποίος με το πέρασμα των χρόνων εξελίχθηκε σε μεγάλο βαθμό είτε όσον αφορά στα μέσα μετακίνησης των ταξιδιωτών είτε τους λόγους για τους οποίους μετακινούνται σήμερα οι ενδιαφερόμενοι. Ιδιαίτερα για την Ελλάδα, ο τουρισμός αποτελεί τη σημαντικότερη πηγή εσόδων, γι' αυτό και οι σχετικές έρευνες παρουσιάζουν μεγάλο ενδιαφέρον. Παρ' όλα αυτά, η εμφάνιση της πανδημίας COVID-19 επέφερε σημαντικές αλλαγές σε κάθε έκφανση της κοινωνικής ζωής, αλλά και στην οικονομία της κάθε χώρας.

Στην έρευνα που εκπονήσαμε προσπαθήσαμε να αναλύσουμε το πώς η πανδημία επηρέασε τα ταξιδιωτικά πρακτορεία και ειδικότερα τη λειτουργία τους αναφορικά με τα αθλητικά γεγονότα. Οι απαντήσεις που λάβαμε δεν ήταν οι επιθυμητές, καθώς τα ευρήματα που προέκυψαν δεν ήταν αρκετά ενθαρρυντικά.

Για την έρευνα επιλέχθηκαν ταξιδιωτικά γραφεία στη Λαμία, στην Πάτρα, στη Λάρισα, στον Βόλο, στο Αγρίνιο, στα Τρίκαλα και στα Ιωάννινα. Παρ' όλα αυτά, δεν υπήρξε ανταπόκριση από γραφεία των τελευταίων τεσσάρων πόλεων.

Πριν την εμφάνιση της πανδημίας, τα ταξιδιωτικά γραφεία ασχολούνταν με δραστηριότητες που αφορούσαν την έκδοση εισιτηρίων, οργανωμένα πακέτα εκδρομών (μετακίνηση, διαμονή, διατροφή, ξενάγηση), τις κρατήσεις σε μονάδες φιλοξενίας και τις μετακινήσεις των ταξιδιωτών με μέσα που μπορεί να διέθετε το κάθε γραφείο. Φυσικά και μετά την εκδήλωση της πανδημίας οι δραστηριότητες αυτές εξακολουθούσαν να υφίστανται, ωστόσο το ποσοστό για την καθεμία από αυτές ξεχωριστά μειώθηκε.

Όσον αφορά τις δραστηριότητες που ασκεί η κάθε επιχείρηση μέσω του διαδικτύου, η επικοινωνία με τους πελάτες - συνεργάτες μέσω email είναι αυτή που πραγματοποιείται από όλες τις επιχειρήσεις. Από την άλλη, η προβολή του κάθε ταξιδιωτικού γραφείου μπορεί να γίνει με ποικίλους τρόπους, όπως όμως προκύπτει και από την έρευνα, οι πιο συνηθισμένοι και οι πιο αποτελεσματικοί είναι μέσω της διαφήμισης στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, της σελίδας που διαθέτει το κάθε γραφείο στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και της δικής του ιστοσελίδας.

Οι λόγοι για τους οποίους μετακινούνταν οι ταξιδιώτες πριν την εκδήλωση της πανδημίας κατά κύριο λόγο ήταν ο τουρισμός, οι μετακινήσεις στο εξωτερικό, οι επαγγελματικοί λόγοι και οι αθλητικές εκδηλώσεις που διεξάγονταν σε διάφορες χώρες ανά τον κόσμο. Για να εκπληρωθούν αυτές οι μετακινήσεις, κάποια από τα ταξιδιωτικά γραφεία απέκτησαν με τα χρόνια δικά τους μέσα (λεωφορεία) ενώ κάποια άλλα είτε δεν διαθέτουν είτε ναυλώνουν μέσα μετακίνησης από γραφεία με τα οποία συνεργάζονται.

Αναφορικά με τις μετακινήσεις για αθλητικές δραστηριότητες, η πλειοψηφία των τουριστικών γραφείων σημείωσε μετά την εμφάνιση της πανδημίας μεγάλη μείωση στις μετακινήσεις για τον συγκεκριμένο σκοπό. Οι μετακινήσεις αφορούσαν κατά κύριο λόγο μετακινήσεις αθλητών, μετακινήσεις φιλάθλων και άλλων εμπλεκόμενων (π.χ. διοργανωτών, διοικητικών στελεχών). Τα δημοφιλέστερα αθλήματα για τα οποία μετακινούνταν οι ενδιαφερόμενοι ήταν το μπάσκετ και το ποδόσφαιρο. Το βόλεϊ, η κολύμβηση, η υδατοσφαίριση, ο κλασσικός αθλητισμός (στίβος) και η Formula-1 ήταν αθλήματα τα οποία δεν είχαν μεγάλη απήχηση.

Επίσης, λαμβάνοντας υπόψη ότι για την εύρυθμη λειτουργία των ταξιδιωτικών γραφείων, θα πρέπει να απασχολείται και ο κατάλληλος αριθμός υπαλλήλων, διερευνήθηκε το πώς η πανδημία μετέβαλε τα προσωπικό που απασχολείται σε

τέτοιες επιχειρήσεις. Σημαντικό είναι να διευκρινιστεί πως οι εργαζόμενοι διαχωρίζονται σε αυτούς που πλαισιώνουν την εξυπηρέτηση πελατών αλλά και τις γενικές αρμοδιότητες στον φυσικό χώρο ενός γραφείου και σε αυτούς που χρησιμοποιούν τα μεταφορικά μέσα της επιχείρησης (οδηγοί) για την πραγματοποίηση διάφορων μετακινήσεων (π.χ. πακέτα εκδρομών). Γι' αυτό και οι περισσότερες επιχειρήσεις απασχολούσαν κατά κύριο λόγο από έναν έως πέντε εργαζόμενους πριν την εμφάνιση της πανδημίας. Η μείωση ωστόσο των μετακινήσεων των ταξιδιωτών είχε ως αντίκτυπο τη μείωση του προσωπικού που απασχολούσε το κάθε πρακτορείο, αφού τα γραφεία εν μέρει άρχισαν να υπολειτουργούν.

Παράλληλα, η πανδημία επέφερε μείωση στον συνολικό τζίρο της κάθε επιχείρησης, η οποία ήταν μεγαλύτερη του 50%, όπως και στις μετακινήσεις των ταξιδιωτών. Πιο συγκεκριμένα, ο τουρισμός μειώθηκε αρκετά με αποτέλεσμα να επηρεάσει τη λειτουργία των ξενοδοχείων, της εστίασης, των ταξιδιωτικών γραφείων κλπ. Οι μετακινήσεις για αθλητικές διοργανώσεις μειώθηκαν στο 26,6% από 52,2% που καταγράφηκε πριν την εκδήλωση της πανδημίας.

Αναφορικά με τα μέτρα που λήφθηκαν από την κυβέρνηση για τη στήριξη των ταξιδιωτικών πρακτορείων εν μέσω πανδημίας, οι ιδιοκτήτες απάντησαν πως δεν ικανοποιήθηκαν αρκετά. Παρ' όλα αυτά, τα μέτρα τα οποία προτείνουν τα ταξιδιωτικά γραφεία δεν διαφέρουν σημαντικά με αυτά που πάρθηκαν από τους αρμόδιους.

Όπως διαπιστώνεται από τα τελικά ευρήματα της μελέτης, η πανδημία επηρέασε με αρνητικό τρόπο τα γραφεία τουρισμού, η λειτουργία των οποίων παρουσιάζει μεγάλη διαφορά σε σχέση με προηγούμενα χρόνια.

Παρ' όλα αυτά, επειδή η έρευνά μας χαρακτηρίζεται από κάποιους περιορισμούς, προτείνουμε τη διεξαγωγή μελλοντικής έρευνας με αρκετά μεγαλύτερη διάρκεια και με μεγαλύτερο δείγμα, προκειμένου να είναι δυνατή η γενίκευση των αποτελεσμάτων. Επιπλέον, θα ήταν πολύ πιο αποτελεσματική η επανάληψη μιας ποιοτικής έρευνας, για να κατανοηθούν σε βάθος οι αλλαγές που επέφερε ο κορονοϊός στα ταξιδιωτικά πρακτορεία.

Ακόμη, λαμβάνοντας υπόψη ότι οι έρευνες που σχετίζονται με την επίδραση της πανδημίας στον τουρισμό είναι περιορισμένες, κρίνεται αναγκαία η διερεύνηση περαιτέρω ζητημάτων προκειμένου να σχηματιστεί μια πληρέστερη εικόνα για τις διάφορες συνιστώσες που επιδρούν στον τρόπο λειτουργίας των συγκεκριμένων επιχειρήσεων.

Για παράδειγμα, θα ήταν πολύ ενδιαφέρον να διερευνηθεί, μια και που δεν φαίνεται να συναντάται κάπου στη βιβλιογραφία, το πώς ο κορονοϊός επηρέασε τον αγροτουρισμό, δεδομένου ότι η Ελλάδα ως χώρα μπορεί να προσφέρει στους επισκέπτες της μία τέτοια εμπειρία. Με άλλα λόγια, θα μπορούσε να διερευνηθεί εάν ο αγροτουρισμός ως εναλλακτική μορφή τουρισμού ενισχύθηκε και το αν βοήθησε τις τουριστικές επιχειρήσεις να επιβιώσουν στο πλαίσιο της ευρύτερης οικονομικής κρίσης που σημειώθηκε.

Μία άλλη πρόταση που εμπίπτει στα ενδιαφέροντα της παρούσας έρευνας είναι να πραγματοποιηθεί μια συγκριτική μελέτη των μέτρων που έλαβαν διάφορες χώρες για την αποτελεσματική λειτουργία των ταξιδιωτικών γραφείων, αλλά και σε ποιο βαθμό αυτά βοήθησαν τις επιχειρήσεις του συγκεκριμένου κλάδου. Τα ευρήματα μιας τέτοιας έρευνας θα μπορούσε να λειτουργήσουν ανατροφοδοτικά τόσο για τις αρμόδιες αρχές όσο και για τις ίδιες τις επιχειρήσεις, καθώς θα μπορούσαν κάποια από αυτά να εφαρμοστούν και στη δική μας χώρα. Η εφαρμογή των μέτρων μπορεί να προκύψει ύστερα από πρωτοβουλία της ίδιας της κυβέρνησης ή μέσω πιέσεων που μπορούν να ασκήσουν οι επιχειρήσεις σε αυτήν.

Τέλος, σε ένα ευρύτερο πλαίσιο προτείνεται η διεξαγωγή ερευνών που να αναδεικνύουν τις επιπτώσεις του κορονοϊού στις μεταφορές, δηλαδή στον τρόπο με τον οποίο επιλέγουν οι ταξιδιώτες να μετακινηθούν.

Βιβλιογραφία

Ελληνόγλωσση

Κυριαζή, Ν. (2002). *Η Κοινωνιολογική Έρευνα, Κριτική Επισκόπηση των Μεθόδων και των Τεχνικών*. Αθήνα: Ελληνικά Γράμματα.

Νόβα - Καλτσούνη, Χ. (2006). *Μεθοδολογία εμπειρικής έρευνας στις κοινωνικές επιστήμες*. Αθήνα: Gutenberg.

Παπαγεωργίου, Α. (2018). *Οργάνωση και λειτουργία τουριστικών γραφείων*. Αθήνα: Φαίδιμος.

Σδράλλη, Κ. Δ. (2016). *Εναλλακτικός και ήπιος τουρισμός υπαίθρου, Θεωρητική προσέγγιση και εφαρμογές*. Αθήνα: Δ.Β. Ελληνοεκδοτική Α.Ε.Ε.Ε.

Σοφοκλής Σκούλτσος. (2014) *Τα Event / εκδηλώσεις ως τουρισμός ειδικού ενδιαφέροντος και ως δραστηριότητα ελεύθερου χρόνου: χαρακτηριστικά της αγοράς και σχεδιασμός* (Διδακτορική διατριβή), Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων, Πανεπιστήμιο Αιγαίου, Χίος Ανακτήθηκε 12 Οκτωβρίου 2021 από: <https://thesis.ekt.gr/thesisBookReader/id/34754#page/1/mode/2up>.

Υπουργείο Τουρισμού. (2018). *Άρθρο 05 - Αθλητικός Τουρισμός*. Ανακτήθηκε 21 Οκτωβρίου 2021 από: <http://www.opengov.gr/tourism/?p=1447>

Ξενόγλωσση

ABC News. (2020). *World Health Organization declares coronavirus a 'pandemic'*. Available from: <https://abcnews.go.com/Health/coronavirus-cases-surpass-1000-us-tsa-agents-test/story?id=69525688> [Google Scholar].

Appelbaum, B. (2014). *Does Hosting the Olympics Actually Pay Off?*. Nytimes.com. Available from: https://www.nytimes.com/2014/08/10/magazine/does-hosting-theolympics-actually-pay-off.html?_r=0 (Accessed October 2021).

Arnold, N., (2000). *Festival Tourism: Recognizing the challenges - linking multiple pathways between global villages of the new century* στο Picard D. & Robinson, M., *Remaking Worlds: Festivals, Tourism and Change*, Chapter in Picard, D., & Robinson, M. (Eds.) 2006. *Festivals, tourism and social change: Remaking worlds*, Channel View, Clevedon.

Bassett, K. (1993). *Urban cultural strategies and urban regeneration: a case study and critique*, *Environment and Planning A*, 25, 1773-1788 στο Quinn, B. 2005, *Arts, Festivals and the City*, *Urban Studies*, 42(5), 927-943.

Brazao, A. (χ.χ) *Mega-Events, A journey to a PHD* [online]. Available from: <https://alicebrazao.com/what-is-a-mega-event/> (Accessed October 2021).

Britannica, (2009). The Encyclopedia Britannica στο Bowdin, G., Allen, J., O'Toole, W., Harris, R. & McDonnell, I. 2011, *Events Management* (3rd edn), Elsevier Ltd, Oxford.

Brito, R. & Wade, S. (2017). *AP Analysis: Rio de Janeiro Olympics cost \$13.1 billion*. Accessed from: <https://apnews.com/article/d1662ddb3bae4d2984ca4ab65012be78>.

CNBC. (2020). *Coronavirus flight cancellations top 200,000, sending jet fuel prices to more than 2-year lows*: <https://www.cnbc.com/2020/02/21/coronavirus-flight-cancellations-top-200000-sending-jet-fuel-lower.html> [Google Scholar].

Cohen, E. (2012). Globalization, global crises and tourism. *Tourism Recreation Research*, 37(2), 103-111: <https://doi.org/10.1080/02508281.2012.11081695> [Taylor & Francis Online], [Google Scholar].

De Bres, K. & Davis, J. (2001). Celebrating group and place identity: A case study of a new regional festival, *Tourism Geographies* 3 (3), 326-337 στο Picard D. & Robinson M., *Remaking Worlds: Festivals, Tourism and Change*, Channel View, Clevedon.

Exhibition Liaison Committee, (1995). The Exhibition Industry Explained, London, Exhibition Liaison Committee στο Bowdin, G., Allen, J., O'Toole, W., Harris, R. & McDonnell, I. 2011, *Events Management* (3rd edn), Elsevier Ltd, Oxford.

Feng-Yuan, X., & Feng-Jie, X. (2013). Research note: A study of outliers of international tourism statistics. *Tourism Economics*, 19(5), 1215-1227. <https://doi.org/10.5367/te.2013.0233> [Crossref], [Web of Science], [Google Scholar].

Fotiadis, A. K., & Huan, T.-C. (2014). Disaster, tourism. In J. Jafari, & H. Xiao (Eds.), *Encyclopedia of tourism* (pp. 1-2). Springer International Publishing. [Crossref], [Google Scholar].

Getz, D. (2005). *Event Management and Event Tourism* (2d ed.), Cognizant, New York.

Moore K., Cushman G. & Simmons D. (1995). *Behavioral conceptualization of tourism and leisure*. *Annals of Tourism Research*, 22 (1), 67-85.

Hall, C. M., Prayag, G., & Amore, A. (2017). *Tourism and resilience: Individual, organisational and destination perspectives*. Channel View Publications. [Crossref], [Google Scholar].

Hinch, T. & Higham, J. (2001). Sport tourism: A framework for research. *International Journal of Tourism Research*, 3(1). Accessed 20 December 2021 from:

https://www.researchgate.net/publication/228357218_Sport_tourism_A_framework_for_research

HOLND FSTVL, (2002). Future of Festival Formulae, Amsterdam: Holland Festival στο Quinn, B. 2005, Arts, Festivals and the City, *Urban Studies*, 42 (5), 927-943.

Huan, T.C., Beaman, J., & Shelby, L. (2004). No-escape natural disaster: Mitigating impacts on tourism. *Annals of Tourism Research*, 31(2), 255-273. Available from: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2003.10.003> [Crossref], [Web of Science®], [Google Scholar].

Hellenic Association of Travel and Tourist Agencies (χ.χ). Available at: <http://www.hatta.gr/>.

IFEA, (2009). "The Power of Celebration" (online), Available at: http://www.ifea.com/joomla1_5/index.php?option=com_contentandview=articleanddid=180andItemid=306. Accessed 10 October 2021 in Bladen, C., Kennel, J., Abson, E. & Wilde, N. (2012), *Events Management, An Introduction*, Routledge, New York.

Inward Investment Report 2013/14 (χ.χ). Available from: https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/341601/UKTI_Inward_Investment_Report_2013-2014.pdf (Accessed November 2021).

Jago, L. & Shaw, R. (1998). A Conceptual and different framework, *Festival Management and Event Tourism*, 5 (1-2), 21-32.

Lang, C., Dockterman, E., Chow, A.R., Hoffman, A., Mcclyskey, M., & Greenspan, R.E., (2020). *Here's Your Comprehensive Guide to All the Events Canceled Because of the Coronavirus* Available from: <https://time.com/5801956/events-canceled-coronavirus/> (Accessed January 2022).

Lock, S. (2022). *Travel and tourism in the U.S.* Available at: <https://www.statista.com/study/10115/us-travel-and-tourism-statista-dossier/>.

Lorson, L. & Connell, M. (2021). *Luxury Travel and tourism in Europe amid the Pandemic: A statista dossierplus European Luxury Tourism and the Impact of Covid-19, with future outlooks.* Accessed 12 March 2022 from: <https://www.statista.com/study/70914/luxury-travel-and-tourism-in-europe/>.

Ritchie, B. W. (2009). *Crisis and disaster management for tourism*. Channel View Publication. [Crossref], [Google Scholar].

Samitas, A., Asteriou, D., Polyzos, S., & Kenourgios, D. (2018). Terrorist incidents and tourism demand: Evidence from Greece. *Tourism Management Perspectives*, 25, 23-28. Available from: <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.10.005> [Crossref], [Web of Science®], [Google Scholar].

Scott, N., & Laws, E. (2005). Tourism crises and disasters: Enhancing understanding of system effects. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 19(2-3), 149-158. Available from: doi: 10.1300/J073v19n02_12 [Taylor & Francis Online], [Google Scholar].

Séraphin, H., Zaman, M., & Fotiadis, A. (2019). Challenging the negative image of postcolonial, post-conflict and post-disaster destinations using events. *Caribbean Quarterly*, 65(1), 88-112. Available from [Taylor & Francis Online]: <https://doi.org/10.1080/00086495.2019.1565223> [Google Scholar].

Thielen, M. (2021). All Champions League and Europa League matches have been temporarily canceled: <https://www.si.com/soccer/liverpool/news/champions-league-and-europa-league-updates> (Accessed January 2022).

2015/16 Champions League revenue distribution. (2016). Available from: <https://www.uefa.com/uefachampionsleague/news/0233-0e958dde0098-c42d0dccfb9d-1000--2015-16-champions-league-revenue-distribution/> (Accessed October 2021).

Financial Report 2015/2016. (2016). Available from: https://editorial.uefa.com/resources/0238-0f842c842efc-3e95e7aaf3d9-1000/2015_16_uefa_financial_report.pdf (Accessed October 2021).

Polyzos, S., Samitas, A., & Spyridou A.E (2020). *Tourism demand and the COVID-19 pandemic: an LSTM approach*. Available from: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/02508281.2020.1777053> (Accessed November 2021).

The Olympics and Economics 2012. (2012). Available from: <https://www.goldmansachs.com/insights/archive/archive-pdfs/olympics-and-economics-.pdf> (Accessed November 2021).

Overmyer, M.P. (2017). *Economic Impact Analysis on Olympic Host - Cities*: <https://scholarworks.gvsu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1646&context=honorsprojects> (Accessed October 2021).

Olympics boosted Brazil to tourism record (χ.χ). Available from: <https://www.dw.com/en/olympics-boosted-brazil-to-tourism-record/a-37017537> (Accessed January 2022).

UNWTO. (2020). *International tourist arrivals could fall by 20-30% in 2020*. Available from: <https://www.unwto.org/news/covid-19-international-tourist-numbers-could-fall-60-80-in-2020> [Google Scholar].

Wenzel, R. P., & Edmond, M. B. (2003). Managing SARS amidst uncertainty. *New England Journal of Medicine*, 348(20), 1947-1948. Available from: <https://doi.org/10.1056/NEJMp030072> [Crossref], [PubMed], [Web of Science ®], [Google Scholar].

WHO. (2020). *Coronavirus disease (COVID-2019) situation report 98*. Available from: https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reports/20200427-sitrep-98-covid-19.pdf?sfvrsn=90323472_4 [Accessed October 2021]. [Google Scholar].

Ying, T., Wang, K., Liu, X., Wen, J., & Goh, E. (2020). Rethinking game consumption in tourism: A case of the 2019 novel coronavirus pneumonia outbreak in China. *Tourism Recreation Research*, 1-6. Available from: <https://doi.org/10.1080/02508281.2020.1743048> [Taylor & Francis Online], [Web of Science ®], [Google Scholar].

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι. Μέτρα στήριξης εργαζομένων και επιχειρήσεων στον Τουριστικό κλάδο

Καταγραφή υπουργικών αποφάσεων σχετικά με τα γραφεία γενικού τουρισμού							
Απόφαση (είδος)	Αριθμός	Εκδότης	Αριθμός ΦΕΚ	Ημερομηνία	Σε τι αναφέρεται	Περιεχόμενο (τι προβλέπει)	Ποιους αφορά
Πράξη Νομοθετικού Περιεχομένου (Π.Ν.Π.)		Π.τ.Δ. - Κυβέρνηση	Α' 55	11/3/2020	Καταβολή ΦΠΑ	Τετράμηνη αναστολή καταβολής του ΦΠΑ και οφειλών από τον ΦΠΑ	
Πράξη Νομοθετικού Περιεχομένου (Π.Ν.Π.)		Π.τ.Δ. - Κυβέρνηση	Α' 64	14/3/2020	Αποζημίωση εργαζομένων	Λήψη αποζημίωσης 800€ εργαζομένων σε επιχειρήσεις, των οποίων ανεστάλη η λειτουργία	
Πράξη Νομοθετικού Περιεχομένου (Π.Ν.Π.)		Π.τ.Δ. - Κυβέρνηση	Α' 68	20/3/2020	Ενοίκιο κύριας κατοικίας	Μείωση ενοικίου κύριας κατοικίας κατά 40% για εργαζόμενους επιχειρήσεων, των οποίων ανεστάλη προσωρινά η λειτουργία	
Πράξη Νομοθετικού Περιεχομένου (Π.Ν.Π.)		Π.τ.Δ. - Κυβέρνηση	Α' 68	20/3/2020	Ενοίκιο επαγγελματικής στέγης	Μείωση καταβαλλομένου μισθώματος επαγγελματικής στέγης	
Κοινή Υπουργική Απόφαση (Κ.Υ.Α.)	13226/325	Υπουργεία Οικονομικών, Εργασίας και Κοινωνικών Υποθέσεων	Β' 1044	26/3/2020	Ασφαλιστικές εισφορές	Παράταση καταβολής ασφαλιστικών εισφορών ή δόσεων Φεβρουαρίου και Μαρτίου 2020 για 3 μήνες	

Απόφαση (είδος)	Αριθμός	Εκδότης	Αριθμός ΦΕΚ	Ημερομηνία	Σε τι αναφέρεται	Περιεχόμενο (τι προβλέπει)	Ποιους αφορά
Κοινή Υπουργική Απόφαση (Κ.Υ.Α.)	12998/232	Υπουργεία Οικονομικών, Εργασίας και Κοινωνικών Υποθέσεων	Β' 1078	28/3/2020	Αποζημίωση εργαζομένων	Λήψη αποζημίωσης 800€ εργαζομένων σε επιχειρήσεις, των οποίων ανεστάλη η λειτουργία	
Υπουργική Απόφαση (Υ.Α.)	A.1064	Υπουργείο Οικονομικών	Β' 1079	28/3/2020	Καταβολή οφειλών	Παράταση για 4 μήνες καταβολής ή έκπτωση 25% βεβαιωμένων οφειλών	
Εγκύκλιος	21496/1099	Υπουργείο Υποδομών και Μεταφορών		31/3/2020	Άδεια κυκλοφορίας τουριστικών λεωφορείων	Παρέχεται η δυνατότητα να καταθέσουν προσωρινά την άδεια κυκλοφορίας και τις πινακίδες των οχημάτων ιδιοκτησίας τους	Επιχειρήσεις που διαθέτουν Τουριστικά Λεωφορεία
Εγκύκλιος	24937/1323	Υπουργείο Υποδομών και Μεταφορών		28/4/2020	Απόσυρση λεωφορείων	Παρατείνονται έως 31/12/2020 οι προθεσμίες για την απόσυρση από την κυκλοφορία όλων των οχημάτων των τουριστικών γραφείων	Τουριστικά γραφεία
Υπουργική Απόφαση (Υ.Α.)	B.17788/346	Υπουργεία Οικονομικών, Εργασίας και Κοινωνικών Υποθέσεων	Β' 1779	10/5/2020	Μέτρα στήριξης εργαζομένων και επιχειρήσεων	Διατήρηση αναστολής των συμβάσεων εργασίας για το σύνολο των εργαζομένων στα τουριστικά γραφεία, όχι μόνο σε ποσοστό μέχρι το 60% αυτών που έχει ήδη τεθεί σε αναστολή, όπως ισχύει για άλλους κλάδους	Όλες οι επιχειρήσεις
Νόμος (Ν.)	4690/2020	Κυβέρνηση	Α' 104	30/5/2020	Μέτρα στήριξης επιχειρήσεων	Κύρωση Υπουργικών Αποφάσεων για Μέτρα αντιμετώπισης των συνεπειών της πανδημίας	

Απόφαση (είδος)	Αριθμός	Εκδότης	Αριθμός ΦΕΚ	Ημερομηνία	Σε τι αναφέρεται	Περιεχόμενο (τι προβλέπει)	Ποιους αφορά
Νόμος (Ν.)	4714/2020	Υπουργείο Οικονομικών	Α' 148	31/7/2020	Επιβράβευση εργαζομένων	Επιβράβευση ανθρώπινου δυναμικού ελληνικών επιχειρήσεων με διατακτικές εσωτερικού τουρισμού, έως 300€ ετησίως αφορολόγητα ανά εργαζόμενο	Όλες οι επιχειρήσεις
Υπουργική Απόφαση (Υ.Α.)	Α.1200	Υπουργείο Οικονομικών	Β' 3612	31/8/2020	Καταβολή οφειλών	Παρατείνεται και αναστέλλεται μέχρι τις 30/04/2021 η είσπραξη βεβαιωμένων στις Δ.Ο.Υ. και στα Ελεγκτικά Κέντρα οφειλών	Όλες οι επιχειρήσεις
Νόμος (Ν.)	4722/2020, άρθρο 1	Κυβέρνηση	Α' 177	15/9/2020	Συμβάσεις εργασίας	Αναστολή συμβάσεων εργασίας εργαζομένων κατά τον Αύγουστο και τον Σεπτέμβριο 2020	
Νόμος (Ν.)	4722/2020, άρθρο 3	Κυβέρνηση	Α' 177	15/9/2020	Ενοίκιο επαγγελματικής στέγης	Απαλλαγή καταβολής του 40% του μισθώματος Σεπτεμβρίου 2020	
Νόμος (Ν.)	4722/2020, άρθρα 15-25	Κυβέρνηση	Α' 177	15/9/2020	Επιδότηση ανεργίας	Επιδότηση ανεργίας εποχικά εργαζομένων σε τουριστικά και επισιτιστικά επαγγέλματα	
Υπουργική Απόφαση (Υ.Α.)	Α.1214	Υπουργείο Οικονομικών	Β' 4181	28/9/2020	Ενοίκιο επαγγελματικής στέγης	Προσδιορίζονται τα τουριστικά γραφεία ως πληττόμενες επιχειρήσεις, που απαλλάσσονται από την υποχρέωση καταβολής του 40% του μισθώματος για τον μήνα Σεπτέμβριο 2020	Τουριστικά γραφεία

Απόφαση (είδος)	Αριθμός	Εκδότης	Αριθμός ΦΕΚ	Ημερομηνία	Σε τι αναφέρεται	Περιεχόμενο (τι προβλέπει)	Ποιους αφορά
Υπουργική Απόφαση (Υ.Α.)	A.1251	Υπουργείο Οικονομικών	B' 5204	24/11/2020	Ενοίκιο επαγγελματικής στέγης	Προσδιορίζονται τα τουριστικά γραφεία ως πληττόμενες επιχειρήσεις, που απαλλάσσονται από την υποχρέωση καταβολής του 40% του μισθώματος για τον μήνα Νοέμβριο 2020	Τουριστικά γραφεία
Κοινή Υπουργική Απόφαση (Κ.Υ.Α.)	6995/231	Υπουργεία Οικονομικών, Εργασίας και Κοινωνικών Υποθέσεων	B' 607	16/2/2021	Μέτρα στήριξης εργαζομένων	Ειδική αποζημίωση για τους μήνες Ιανουάριο και Φεβρουάριο 2021	Εργαζόμενοι στον κλάδο του Τουρισμού
Εγκύκλιος	50934	Υπουργείο Υποδομών και Μεταφορών		26/2/2021	Άδεια κυκλοφορίας τουριστικών λεωφορείων	Παράταση της προθεσμίας κατάθεσης άδειας κυκλοφορίας και κρατικών πινακίδων τουριστικών λεωφορείων από 1/1/2021 έως και 31/5/2021	Επιχειρήσεις που διαθέτουν ειδικά τουριστικά λεωφορεία δημόσιας χρήσης
Νόμος (Ν.)	4781/2021, άρθρο 480	Υπουργείο Οικονομικών	A' 31	28/2/2021	Καταβολή οφειλών	Αναστολή προθεσμιών λήξης, εμφάνισης και πληρωμής αξιογράφων	Επιχειρήσεις που έχουν αναστείλει τη λειτουργία τους ή έχουν πληγεί από την πανδημία
Νόμος (Ν.)	4781/2021, άρθρο 481	Υπουργείο Οικονομικών	A' 31	28/2/2021	Τέλη κυκλοφορίας	Μείωση τελών κυκλοφορίας τουριστικών λεωφορείων	Τουριστικά λεωφορεία

Απόφαση (είδος)	Αριθμός	Εκδότης	Αριθμός ΦΕΚ	Ημερομηνία	Σε τι αναφέρεται	Περιεχόμενο (τι προβλέπει)	Ποιους αφορά
Νόμος (Ν.)	4781/2021, άρθρο 482	Υπουργείο Οικονομικών	Α' 31	28/2/2021	Μέτρα στήριξης επιχειρήσεων	Μέτρα στήριξης χερσαίων επιβατικών μεταφορών	Επιχειρήσεις που διαθέτουν ειδικά τουριστικά λεωφορεία δημόσιας χρήσης
Νόμος (Ν.)	4781/2021, άρθρο 486	Υπουργείο Οικονομικών	Α' 31	28/2/2021	Μέτρα στήριξης επιχειρήσεων	Καταβολή εργοδοτικών εισφορών από τον κρατικό προϋπολογισμό	Επιχειρήσεις που έχουν αναστείλει τη λειτουργία τους ή έχουν πληγεί από την πανδημία
Υπουργική Απόφαση (Υ.Α.)	Α.1041	Υπουργείο Οικονομικών	Β' 796	28/2/2021	Τέλη κυκλοφορίας	Παράταση καταβολής τελών κυκλοφορίας 2021 μέχρι την 1-3-2021	
Απόφαση	Α.1043	Α.Α.Δ.Ε. / Υπουργείο Οικονομικών	Β' 803	1/3/2021	Ενοίκιο επαγγελματικής στέγης	Παράταση προθεσμίας υποβολής δήλωσης στοιχείων μίσθωσης	Τουριστικά πρακτορεία, Εκμισθωτές, Μισθωτές
Κοινή Υπουργική Απόφαση (Κ.Υ.Α.)	ΓΔΟΥ 232	Υπουργεία Οικονομικών, Ανάπτυξης και Επενδύσεων	Β' 804	1/3/2021	Μέτρα στήριξης επιχειρήσεων	Χορήγηση επιστρεπτέας προκαταβολής σε επιχειρήσεις	Επιχειρήσεις που έχουν αναστείλει τη λειτουργία τους ή έχουν πληγεί από την πανδημία

Απόφαση (είδος)	Αριθμός	Εκδότης	Αριθμός ΦΕΚ	Ημερομηνία	Σε τι αναφέρεται	Περιεχόμενο (τι προβλέπει)	Ποιους αφορά
Κοινή Υπουργική Απόφαση (Κ.Υ.Α.)	7078/323	Υπουργεία Οικονομικών, Εργασίας και Κοινωνικών Υποθέσεων	Β' 819	2/3/2021	Ασφαλιστικές εισφορές	Παράταση προθεσμίας καταβολής δόσεων ασφαλιστικών εισφορών	Επιχειρήσεις που έχουν αναστείλει τη λειτουργία τους ή έχουν πληγεί από την πανδημία
Κοινή Υπουργική Απόφαση (Κ.Υ.Α.)	9500/32	Υπουργεία Οικονομικών, Εργασίας και Κοινωνικών Υποθέσεων	Β' 821	2/3/2021	Συμβάσεις εργασίας	Αναστολή συμβάσεων εργασίας εργαζομένων για τον μήνα Μάρτιο 2021	Επιχειρήσεις που έχουν αναστείλει τη λειτουργία τους ή έχουν πληγεί από την πανδημία
Νόμος (Ν.)	4790/2021, άρθρο 47	Κυβέρνηση	Α' 48	31/3/2021	Επίδομα εορτών Πάσχα 2021	Επίδομα εορτών Πάσχα 2021	Επιχειρήσεις που έχουν αναστείλει τις συμβάσεις εργασίας
Νόμος (Ν.)	4790/2021, άρθρα 64-77	Κυβέρνηση	Α' 48	31/3/2021	Επιχειρηματικά δάνεια	Συνεισφορά Δημοσίου για την αποπληρωμή επιχειρηματικών δανείων	Επιχειρήσεις που έχουν αναστείλει τη λειτουργία τους ή έχουν πληγεί από την πανδημία
Νόμος (Ν.)	4790/2021, άρθρο 78	Κυβέρνηση	Α' 48	31/3/2021	Καταβολή οφειλών	Αναστολή προθεσμιών οφειλών	
Νόμος (Ν.)	4790/2021, άρθρα 105-106	Κυβέρνηση	Α' 48	31/3/2021	Ασφαλιστικές εισφορές	Ενίσχυση επιχειρήσεων, Ασφαλιστικές εισφορές	

Απόφαση (είδος)	Αριθμός	Εκδότης	Αριθμός ΦΕΚ	Ημερομηνία	Σε τι αναφέρεται	Περιεχόμενο (τι προβλέπει)	Ποιους αφορά
Κοινή Υπουργική Απόφαση (Κ.Υ.Α.)	5534	Υπουργεία Οικονομικών, Τουρισμού	Β' 1398	8/4/2021	Μέτρα στήριξης επιχειρήσεων	Επιδότηση τουριστικών γραφείων που διαθέτουν δημόσιας χρήσης τουριστικά λεωφορεία και τρένα - επανυποβολή μόνο των αιτήσεων με βάση το επανεκτυπωμένο ΦΕΚ	Τουριστικά πρακτορεία
Κοινή Υπουργική Απόφαση (Κ.Υ.Α.)	6632	Υπουργεία Οικονομικών, Υγείας, Τουρισμού	Β' 1632	21/4/2021	Πρωτόκολλα υγειονομικού περιεχομένου	Λήψη μέτρων έναντι του COVID-19, υγειονομικά πρωτόκολλα που ισχύουν για τις τουριστικές επιχειρήσεις	Τουριστικά πρακτορεία και εργαζόμενοι
Υπουργική Απόφαση (Υ.Α.)	A.1091	Υπουργείο Οικονομικών	Β' 1663	23/4/2021	Καταβολή οφειλών	Παράταση προθεσμίας αναστολής είσπραξης και παράταση καταβολής βεβαιωμένων στις Δ.Ο.Υ. και τα Ελεγκτικά Κέντρα οφειλών έως και τις 31/12/2021	
Κοινή Υπουργική Απόφαση (Κ.Υ.Α.)	26380	Κυβέρνηση	Β' 1682	24/4/2021	Πρωτόκολλα υγειονομικού περιεχομένου	Προβλέπεται η υποχρεωτική πληρότητα των τουριστικών λεωφορείων στο 85% της συνολικής τους ικανότητας, μέχρι τις 3 Μαΐου 2021	Κάτοχοι τουριστικών λεωφορείων
Υπουργική Απόφαση (Υ.Α.)	22547	Υπουργεία Οικονομικών, Εργασίας και Κοινωνικών Υποθέσεων	Β' 1683	24/4/2021	Συμβάσεις εργασίας	Αναστολή συμβάσεων εργασίας εργαζομένων του ιδιωτικού τομέα κατά τον Απρίλιο 2021	Επιχειρήσεις και εργοδότες ιδιωτικού τομέα

Απόφαση (είδος)	Αριθμός	Εκδότης	Αριθμός ΦΕΚ	Ημερομηνία	Σε τι αναφέρεται	Περιεχόμενο (τι προβλέπει)	Ποιους αφορά
Κοινή Υπουργική Απόφαση (Κ.Υ.Α.)	ΓΔΟΥ 420	Υπουργεία Οικονομικών, Ανάπτυξης και Επενδύσεων	Β' 1689	25/4/2021	Μέτρα στήριξης επιχειρήσεων	Διαδικασία και προϋποθέσεις χορήγησης ενίσχυσης με τη μορφή επιστρεπτέας προκαταβολής σε επιχειρήσεις που επλήγησαν οικονομικά μετά την εμφάνιση covid- 19 για τους μήνες Ιανουάριο, Φεβρουάριο και Μάρτιο 2021	Επιχειρήσεις που επλήγησαν οικονομικά
Υπουργική Απόφαση (Υ.Α.)	47481	Υπουργείο Ανάπτυξης και Επενδύσεων	Β' 1693	26/4/2021	Επιχειρηματικά δάνεια	Β' κύκλος επιδότησης τόκων υφισταμένων δανείων μικρομεσαίων επιχειρήσεων	Τουριστικά πρακτορεία, εργαζόμενοι και πελάτες
Υπουργική Απόφαση (Υ.Α.)	Α.1101	Υπουργείο Οικονομικών	Β' 1761	28/4/2021	Ενοίκιο επαγγελματικής στέγης	Προσδιορίζονται οι πληττόμενες επιχειρήσεις που απαλλάσσονται υποχρεωτικά από την υποχρέωση καταβολής συνολικού μισθώματος ή του 40% του συνολικού μισθώματος τον μήνα Απρίλιο 2021	Τουριστικά πρακτορεία, επιχειρήσεις
Κοινή Υπουργική Απόφαση (Κ.Υ.Α.)	24064	Υπουργεία Οικονομικών, Ανάπτυξης και Επενδύσεων, Εργασίας και Κοινωνικών Υποθέσεων	Β' 1796	29/4/2021	Μηχανισμός ενίσχυσης ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ	Καθορισμός του πλαισίου εφαρμογής του μηχανισμού Συνεργασία για τους μήνες Απρίλιο, Μάιο και Ιούνιο 2021	Τουριστικά πρακτορεία

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ II. Ερωτηματολόγιο έρευνας

Μελέτη της επίδρασης της κρίσης πανδημίας στον κλάδο των ταξιδιωτικών γραφείων αναφορικά με αθλητικά γεγονότα

Η παρούσα μελέτη απευθύνεται στον κλάδο των ταξιδιωτικών γραφείων και έχει σκοπό την καταγραφή και ανάλυση των επιπτώσεων της πανδημίας Covid-19 αναφορικά με τις αθλητικές δραστηριότητες.

Στις ερωτήσεις με ένδειξη * απαιτείται απάντηση

Ποια είναι η επωνυμία του ταξιδιωτικού σας γραφείου;

Σε ποια πόλη βρίσκεται η επιχείρησή σας;

Ερώτηση 1: Σε ποιες δραστηριότητες εμπλεκόταν το ταξιδιωτικό σας γραφείο πριν την εμφάνιση της πανδημίας; *

Ολοκληρωμένη οργάνωση εκδρομών (μετακίνηση, διαμονή, διατροφή, ξενάγηση)	☐
Μετακινήσεις με μέσα της επιχείρησης	☐
Έκδοση εισιτηρίων	☐
Κρατήσεις σε μονάδες φιλοξενίας	☐

Ερώτηση 2: Με ποιες δραστηριότητες ασχολείται το ταξιδιωτικό σας γραφείο μετά την εμφάνιση της πανδημίας; *

Ολοκληρωμένη οργάνωση εκδρομών (μετακίνηση, διαμονή, διατροφή, ξενάγηση)	☐
Μετακινήσεις με μέσα της επιχείρησης	☐
Έκδοση εισιτηρίων	☐
Κρατήσεις σε μονάδες φιλοξενίας	☐

Ερώτηση 3: Ποιες από τις παρακάτω δραστηριότητες ασκεί η επιχείρησή σας μέσω του διαδικτύου; *

Επικοινωνία με πελάτες - συνεργάτες μέσω email	☐
Διαφήμιση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης	☐
Σελίδα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης	☐
Ιστοσελίδα προβολής του πρακτορείου	☐

Ερώτηση 4: Πόσο προσωπικό απασχολούσε η επιχείρησή σας πριν την εμφάνιση της Πανδημίας;

Ερώτηση 5: Πόσο προσωπικό απασχολεί η επιχείρησή σας τώρα;

Ερώτηση 6: Ποια ήταν η ποσοστιαία μεταβολή των δραστηριοτήτων σας, με οικονομικούς όρους (συνολικός τζίρος), που επέφερε η εκδήλωση της πανδημίας;

Καμία μεταβολή	☐
Μικρή μείωση (10%)	☐
Μείωση 10-25%	☐
Μείωση 25-50%	☐
Μεγάλη μείωση (περισσότερο από 50%)	☐
Αύξηση τζίρου	☐

Ερώτηση 7: Σε σχέση με τις μετακινήσεις ταξιδιωτών, ποιοι ήταν οι λόγοι για τους οποίους μετακινούνταν οι πελάτες σας πριν την εμφάνιση της πανδημίας; *

Τουρισμός	☐
Σπουδές	☐
Αθλητικές εκδηλώσεις	☐
Επαγγελματικοί λόγοι	☐
Συνέδρια	☐
Άλλες εκδηλώσεις	☐
Εξωτερικό	☐

Ερώτηση 8: Ποιοι είναι οι λόγοι για τους οποίους μετακινούνται οι πελάτες σας μετά την εμφάνιση της πανδημίας; *

Τουρισμός	☐
Σπουδές	☐
Αθλητικές εκδηλώσεις	☐
Επαγγελματικοί λόγοι	☐
Συνέδρια	☐
Άλλες εκδηλώσεις	☐

Ερώτηση 9: Διαθέτει το ταξιδιωτικό σας πρακτορείο δικά του μέσα για τη μετακίνηση των πελατών του; Αν ναι, ποια είναι αυτά τα μέσα και πόσα είναι από κάθε είδος; *

Ερώτηση 10: Ποιο ήταν το ποσοστό της δραστηριότητας της επιχείρησής σε μετακινήσεις για αθλητικές δραστηριότητες πριν την εκδήλωση της πανδημίας; *

Ερώτηση 11: Ποιο είναι το ποσοστό της δραστηριότητας της επιχείρησής σε μετακινήσεις για αθλητικές δραστηριότητες μετά την εκδήλωση της πανδημίας; *

Ερώτηση 12: Αν στις δραστηριότητες της επιχείρησής σας περιλαμβάνονταν μετακινήσεις για αθλητικές δραστηριότητες, ποιες από τις παρακάτω μετακινήσεις ήταν οι συνηθέστερες πριν την εκδήλωση της πανδημίας;

Αθλητών	☐
Φιλάθλων	☐
Άλλων εμπλεκόμενων (π.χ. διοικητικών στελεχών, διοργανωτών)	☐

Ερώτηση 13: Ποια ήταν τα βασικότερα αθλήματα για τα οποία μετακινούνταν οι αθλητές, φίλαθλοι και οι άλλοι εμπλεκόμενοι; (επιλέξτε μέχρι 3 αθλήματα)

Ποδόσφαιρο	☐
Βόλεϊ	☐
Μπάσκετ	☐
Κολύμβηση	☐
Κλασικός αθλητισμός (στίβος)	☐
Τένις	☐
Υδατοσφαίριση	☐
Γκολφ	☐
Άλλο:	<input type="text"/>

Ερώτηση 14: Πόσο ικανοποιημένοι είστε από τα μέτρα που λήφθηκαν για την αντιμετώπιση των αρνητικών επιπτώσεων της πανδημίας; *

Καθόλου	☐
Λίγο	☐
Μέτρια	☐
Πολύ	☐
Πάρα πολύ	☐

Ερώτηση 15: Ποια επιπλέον μέτρα θα προτείνατε να ληφθούν από την κυβέρνηση για τον τουριστικό κλάδο για την αντιμετώπιση των αρνητικών επιπτώσεων της πανδημίας; *