



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ  
**UNIVERSITY OF PIRAEUS**

**ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ**

**ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

**ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ – MANAGEMENT  
ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

## **ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

**«ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΓΚΟΛΦ: ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ  
ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ»**

**ΚΑΡΒΟΥΝΙΔΗ ΜΑΡΙΑ**

**ΔΕΜΤ 1512**

**ΠΕΙΡΑΙΑΣ, 2017**



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ  
ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ  
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ  
ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ-MANAGEMENT ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ


**ΒΕΒΑΙΩΣΗ ΕΚΠΟΝΗΣΗΣ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ**  
(περιλαμβάνεται ως ξεχωριστή (δεύτερη) σελίδα στο σώμα της διπλωματικής  
εργασίας)

«Δηλώνω υπεύθυνα ότι η διπλωματική εργασία για τη λήψη του μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών, του Πανεπιστημίου Πειραιώς, στη Διοίκηση Επιχειρήσεων –Μάνατζμεντ Τουρισμού: MBA-Tourism Management» με τίτλο:

.....  
ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΚΡΑΔΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΓΚΟΦ:  
ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ  
.....

έχει συγγραφεί από εμένα αποκλειστικά και στο σύνολό της. Δεν έχει υποβληθεί ούτε έχει εγκριθεί στο πλαίσιο κάποιου άλλου μεταπτυχιακού προγράμματος ή προπτυχιακού τίτλου σπουδών, στην Ελλάδα ή στο εξωτερικό, ούτε είναι εργασία ή τμήμα εργασίας ακαδημαϊκού ή επαγγελματικού χαρακτήρα.

Δηλώνω επίσης υπεύθυνα ότι οι πηγές στις οποίες ανέτρεξα για την εκπόνηση της συγκεκριμένης εργασίας, αναφέρονται στο σύνολό τους, κάνοντας πλήρη αναφορά στους συγγραφείς, τον εκδοτικό οίκο ή το περιοδικό, συμπεριλαμβανομένων και των πηγών που ενδεχομένως χρησιμοποιήθηκαν από το διαδίκτυο. Παράβαση της ανωτέρω ακαδημαϊκής μου ευθύνης αποτελεί ουσιώδη λόγο για την ανάκληση του πτυχίου μου».

Υπογραφή Μεταπτυχιακού Φοιτητή/ τριας.....

Όνοματεπώνυμο.....ΚΑΡΒΟΥΝΙΔΗ ΜΑΡΙΑ.....

Ημερομηνία.....20/10/17.....

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

<b>ΠΕΡΙΛΗΨΗ</b> .....	<b>4</b>
<b>ΚΑΤΑΤΑΞΗ ΠΙΝΑΚΩΝ</b> .....	<b>8</b>
<b>ΚΑΤΑΤΑΞΗ ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ</b> .....	<b>8</b>
<b>ΕΙΣΑΓΩΓΗ</b> .....	<b>9</b>
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΑΓΟΡΑ</b> .....	<b>11</b>
1.1 ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ .....	11
1.2 Η ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΖΗΤΗΣΗ .....	13
1.3 Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ .....	17
1.3.1 ΒΑΣΙΚΟ ΠΡΟΙΟΝ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ- ΠΡΟΦΙΛ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ .....	17
1.3.2 ΒΑΣΙΚΑ ΜΕΓΕΘΗ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΤΑ ΤΟ ΔΙΑΣΤΗΜΑ 2010-2016 .....	19
1.3.3 ΟΙ ΚΥΡΙΕΣ ΑΓΟΡΕΣ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ .....	23
1.3.4 Η ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΚΙΝΗΣΗΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ .....	25
1.3.5 ΤΟ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ .....	27
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ- ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΓΚΟΛΦ</b> .....	<b>30</b>
2.1 ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ .....	30
2.2 ΤΟ ΓΚΟΛΦ ΚΑΙ Η ΑΓΟΡΑ ΓΚΟΛΦ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ .....	34
2.2.1 Η ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΑΙΚΗ ΑΓΟΡΑ .....	37
2.2.2 Η ΖΗΤΗΣΗ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΑΙΚΗ ΑΓΟΡΑ .....	38
2.2.3 ΣΥΝΔΙΑΣΜΟΣ ΖΗΤΗΣΗΣ - ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ ΚΑΙ ΠΡΟΦΙΛ ΕΥΡΩΠΑΙΟΥ ΠΑΙΚΤΗ ΓΚΟΛΦ .....	40
2.2.4 ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΓΙΑ ΤΟ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΓΚΟΛΦ .....	41
2.3 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΓΚΟΛΦ- ΓΕΝΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ .....	43
2.3.1 ΚΟΡΥΦΑΙΟΙ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΙ ΓΚΟΛΦ ΠΑΓΚΟΣΜΙΩΣ ΚΑΙ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ .....	49
2.3.2 Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ ΙΣΠΑΝΙΑΣ .....	51
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΓΚΟΛΦ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ – ΑΝΑΛΥΣΗ ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΗΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ</b> .....	<b>54</b>
3.1 ΤΟ ΓΚΟΛΦ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ .....	54
3.2 ΝΟΜΟΘΕΣΙΑ- ΚΑΘΟΡΙΣΜΟΣ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΩΝ ΓΗΠΕΔΩΝ ΓΚΟΛΦ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ .....	59
3.3 ΟΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΔΙΑΣΤΑΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΓΚΟΛΦ .....	75
3.4 ΑΝΑΛΥΣΗ ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ .....	80
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΓΚΟΛΦ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ – ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ</b> .....	<b>88</b>
4.1 ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΓΕΝΙΚΕΥΜΕΝΟΥ Ή ΜΑΚΡΟ- ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΓΚΟΛΦ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ .....	88

4.1.1 ΑΝΑΛΥΣΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ.....	88
4.1.2 ΑΝΑΛΥΣΗ ΠΟΛΙΤΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ .....	90
4.1.3 ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ .....	92
4.1.4 ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ.....	93
4.2 Η ΕΛΛΑΔΑ ΩΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΓΚΟΛΦ – SWOT ANALYSIS .....	95
4.2.1 ΔΥΝΑΜΕΙΣ (STRENGTHS) .....	95
4.2.2 ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ (WEAKNESSES) .....	96
4.2.3 ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ (OPPORTUNITIES) .....	97
4.2.4 ΑΠΕΙΛΕΣ (THREATS) .....	98
4.3 ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΓΚΟΛΦ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	99
<b>ΑΝΑΚΕΦΑΛΑΙΩΣΗ - ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ .....</b>	<b>103</b>
<b>ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ .....</b>	<b>104</b>

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Ο κλάδος του τουρισμού είναι πλέον ένας από τους ταχύτερα αναπτυσσόμενους κλάδους παγκοσμίως. Αποτελεί ζωτικό παράγοντα και βασικό πυλώνα ανάπτυξης για την οικονομία πολλών χωρών. Συχνά εμφανίζεται ευάλωτος σε οικονομικές και πολιτικές αναταραχές αλλά και σε φυσικές καταστροφές, ωστόσο, γνωρίζει συνεχή ανάπτυξη και διαφοροποίηση, με αποτέλεσμα να αυξάνεται ταχύτερα από το παγκόσμιο εμπόριο τα τελευταία πέντε χρόνια. Το 2016 αποτέλεσε την έβδομη συνεχή χρονιά σταθερής ανάπτυξης έπειτα από την παγκόσμια οικονομική και χρηματοπιστωτική κρίση του 2009, με τις διεθνείς αφίξεις τουριστών να φτάνουν τα 1,235 εκατομμύρια παγκοσμίως.

Ο τουρισμός στη Ελλάδα αποτελεί αναμφισβήτητα έναν από τους βασικότερους κλάδους της οικονομίας της χώρας. Συνεισφέρει σημαντικά στο ΑΕΠ, κάθε χρόνο και με υψηλότερα ποσοστά, όπως επίσης υψηλό είναι και το επίπεδο απασχόλησης των ατόμων στον κλάδο αυτό σε σχέση με το συνολικό επίπεδο απασχόλησης στην χώρα. Συνεισφέρει επίσης άμεσα ή έμμεσα στην ανάπτυξη άλλων κλάδων της οικονομίας όπως είναι η ναυτιλία, οι αερομεταφορές και το εμπόριο. Η Ελλάδα κατάφερε να εδραιωθεί στην παγκόσμια αγορά τουρισμού, προσελκύνοντας ταξιδιώτες από κάθε γωνιά της γης. Κύρια δύναμη του χαρτοφυλακίου προϊόντων του ελληνικού τουρισμού, αποτελεί το προϊόν «Ηλιος και Θάλασσα», δυο λέξεις συνώνυμες με το Ελληνικό στοιχείο που καθιέρωσαν την χώρα μας ως έναν από τους πιο δημοφιλείς προορισμούς για καλοκαιρινές διακοπές

Ο τουρισμός εμφανίζεται με τις εξής τρεις μορφές: μαζικός τουρισμός, που περιλαμβάνει την πλειοψηφία των τουριστών που αναζητούν στο ταξίδι ξεκούραση και διασκέδαση, τουρισμός ειδικών ενδιαφερόντων, που σχετίζεται με ένα πλήθος επιμέρους μορφών τουρισμού που επιλέγουν τα άτομα ανάλογα με τα ειδικά ενδιαφέροντα και κίνητρα που έχουν και τέλος με τη μορφή του εναλλακτικού τουρισμού, που επίσης περιλαμβάνει ένα πλήθος επιμέρους μορφών τουρισμού, μία εκ των οποίων είναι και ο αθλητικός τουρισμός.

Ο αθλητικός τουρισμός συνδυάζει τον αθλητισμό με την επιθυμία για διακοπές. Ο αθλητισμός έχει τεράστιο παγκόσμιο αντίκτυπο. Πάνω από 80 παγκόσμια πρωταθλήματα και παιχνίδια πολλαπλών σπορ πραγματοποιήθηκαν το 2015, με τη συμμετοχή εκατομμύρια θεατών και δισεκατομμύρια ώρες κάλυψης από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης. Κατά

συνέπεια, ο αθλητικός τουρισμός εξελίσσεται με γρήγορους ρυθμούς και αποτελεί πλέον κύρια θέση στην στρατηγική πολλών χωρών.

Ο τουρισμός γκολφ κατατάσσεται στον αθλητικό τουρισμό. Το γκολφ θεωρείται παιχνίδι της αριστοκρατίας περισσότερο κι από το τένις, επειδή αφενός απαιτεί πολύ χρόνο και αφετέρου τόσο ο εξοπλισμός για το παιχνίδι όσο και η διαμόρφωση των χώρων που αυτό διεξάγεται είναι αρκετά δαπανηρά. Επιπλέον, αποτελεί παγκόσμιο άθλημα, με το παιχνίδι να παίζεται σε περισσότερες από 200 χώρες. Ο τουρισμός του γκολφ έχει αυξηθεί τα τελευταία τέσσερα χρόνια και τα σημάδια είναι θετικά ότι αυτή η ανάπτυξη θα αντέξει όσο περισσότεροι προορισμοί εισέρχονται στην αγορά με νέα προϊόντα γκολφ. Σήμερα, η παγκόσμια αγορά του τουρισμού γκολφ αξίζει πάνω από 17 δισεκατομμύρια δολάρια, σύμφωνα με την Διεθνής Ένωση Τουριστικών Επιχειρηματιών Γκολφ (IAGTO). Με περίπου 56 εκατομμύρια παίκτες, 32.000 γήπεδα ανά τον κόσμο και περισσότερα από 6.300 γήπεδα στην Ευρώπη, ο τουρισμός γκολφ εκτιμάται ότι συνεισφέρει άμεσα ετησίως στην ευρωπαϊκή οικονομία περί τα 14,5 δισ. ευρώ. Τις τελευταίες δεκαετίες, η επιτυχία του τουρισμού γκολφ έχει αυξηθεί αισθητά. Πολλοί ταξιδιωτικοί πράκτορες γκολφ σε όλο τον κόσμο προσαρμόζουν τις προσφορές τους στις ειδικές ανάγκες των παικτών του γκολφ.

Είτε ως κύριο κίνητρο για διακοπές είτε απλώς ως δευτερεύουσα δραστηριότητα, το γκολφ προσελκύει εκατομμύρια τουρίστες παγκοσμίως. Για τρίτη συνεχή χρονιά, η Πορτογαλία κέρδισε το πρώτο βραβείο στην κατηγορία "Καλύτερος προορισμός γκολφ στον κόσμο" στα Παγκόσμια Βραβεία Γκολφ (World Golf Awards 2016). Η Πορτογαλία κέρδισε επίσης τον τίτλο του "Καλύτερου Ευρωπαϊκού Προορισμού Γκολφ", κερδίζοντας παραδοσιακούς προορισμούς που ανταγωνίζονται στην ίδια κατηγορία όπως η Αγγλία, η Σκωτία, η Ιρλανδία, η Βόρεια Ιρλανδία, η Ουαλία, η Γαλλία, η Γερμανία, η Ισπανία, η Τουρκία και η Ιταλία. Ωστόσο, η χώρα η οποία κερδίζει συνεχώς έδαφος στην προσέλκυση τουριστών γκολφέρ ιδιαίτερα στην περίοδο Οκτωβρίου – Απριλίου είναι η Ισπανία. Αποτελεί την πιο αξιοπρόσεκτη περίπτωση γκολφικού τουρισμού στην Ηπειρωτική Ευρώπη. Εξελίσσεται η χώρα σε Σκωτία του Νότου χωρίς να έχει την παράδοση και την ιστορία του γκολφ της τελευταίας.

Η ιστορία του γκολφ στην Ελλάδα αρχίζει το 1960 με το πρώτο γήπεδο γκολφ 18 οπών να λειτουργεί στην Γλυφάδα. Πλέον λειτουργούν εφτά γήπεδα γκολφ διεθνών προδιαγραφών (18 οπών), που βρίσκονται στην Αθήνα (Γλυφάδα), την Κέρκυρα, τη Ρόδο, τη Χαλκιδική, τη

Χερσόνησο Κρήτης και την Μεσσηνία, καθώς και ένα γήπεδο 9 οπών στην Ελούντα Κρήτης, στα οποία εξασκούνται συστηματικά περισσότεροι από 1.300 παίκτες. Βλέποντας τις προοπτικές του τουρισμού γκολφ, πολλές είναι οι επενδύσεις που βρίσκονται σε εξέλιξη.

Ο τουρισμός γκολφ, όπως όλες οι μορφές τουρισμού, βασίζει την λειτουργία του σε ένα σύμπλεγμα οικονομικών κλάδων και δραστηριοτήτων. Στην συγκεκριμένη περίπτωση, εκτός από τον ξενοδοχειακό κλάδο, τους κλάδους διεθνών και τοπικών μεταφορών, γενικών και ειδικών υπηρεσιών και αναψυχής, σημαντικοί είναι οι κλάδοι της αγροτο-βιομηχανίας, λόγω της υποδομής των γηπέδων και της συντήρησής τους (γκαζόν, λιπάσματα, αγρο-χημικά, συστήματα άρδευσης και στράγγισης εδαφών), ο κατασκευαστικός κλάδος, αλλά και των οχημάτων, του εξοπλισμού του αθλήματος και των μελετών.

Σημαντική είναι η συνεισφορά της Aegean Airlines στην ανάπτυξη του γκολφ και την προσέλκυση τουρισμού γκολφ στην χώρα μας. Τα τελευταία δέκα χρόνια αποτελεί τον «επίσημο αερομεταφορέα» της PGAs of Greece, στηρίζοντας ετησίως το Aegean Mini Tour και μεταφέροντας τους επαγγελματίες παίκτες της χώρας μας, δωρεάν, προκειμένου να συμμετάσχουν σε αγώνες και προπονήσεις. Επιπλέον, τα τελευταία χρόνια, σε συνεργασία με τη PGAs of Europe έχει δημιουργήσει ένα διεθνές τουρνουά γκολφ, με σκοπό να στηρίξει δυναμικά την ανάπτυξη του γκολφ στην χώρα μας. Πρόκειται για μία από τις σημαντικότερες συνεργασίες στον Ευρωπαϊκό χώρο του γκολφ, καθώς και οι δύο φορείς έχουν ως στόχο την ανάπτυξη του γκολφ στην Ελλάδα και στην Ευρώπη, αντίστοιχα, με οφέλη για την τουριστική αγορά και τον αθλητισμό.

Η Ελλάδα διαθέτει πολλά χαρακτηριστικά τα οποία μπορούν να αποτελέσουν πηγή ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος έναντι των ανταγωνιστικών χωρών στην ανάπτυξη του τουρισμού γκολφ. Αρχικά, βρίσκεται σε κεντρική τοποθεσία, στο σταυροδρόμι τριών ηπείρων, γεγονός που επιτρέπει την εύκολη και άμεση πρόσβαση από τα περισσότερα μέρη του κόσμου. Το κλίμα είναι ιδανικό για τους λάτρεις του γκολφ με θερμοκρασία κατά μέσο όρο στους 16°C κατά τη διάρκεια όλου του έτους. Τα φυσικά και πολιτιστικά αξιοθέατα, το μοντέλο «ήλιος- θάλασσα», ο τρόπος ζωής και το φιλόξενο κλίμα, η μεσογειακή- ελληνική κουζίνα καθώς και η γεωγραφική ποικιλομορφία, έχουν ξεχωρίσει ήδη τη χώρα ως έναν από τους κορυφαίους τουριστικούς προορισμούς παγκοσμίως. Σημαντικό είναι επίσης ότι η Ελλάδα κατέχει ένα από τα χαμηλότερα ποσοστά εγκληματικότητας στην Ευρώπη, παράγοντας που επηρεάζει σε μεγάλο βαθμό την επιλογή προορισμού όχι μόνο από τους

παίκτες του γκολφ αλλά γενικότερα από το σύνολο των τουριστών. Τέλος, το Costa Navarino αποτελεί ένα δυνατό στοιχείο για την προσέλκυση τουρισμού γκολφ στη χώρα, καθώς έχει βραβευτεί με τον περίφημο τίτλο του 2017 Ευρωπαϊκό Golf Resort της χρονιάς στην τελετή απονομής των βραβείων IAGTO. Και τα δύο γήπεδα γκολφ έχουν χαρακτηριστεί ως Best Newcomers το 2014 και ως Best Service το 2015 από το θεσμό «World of Leading Golf».

Παρά τα όσο θετικά χαρακτηριστικά διαθέτει η Ελλάδα για να ανταγωνιστεί τις υπόλοιπες χώρες στο κλάδο αυτό, το πρόβλημα της έλλειψης σε ειδικές τουριστικές υποδομές και εγκαταστάσεις ειδικών μορφών τουρισμού σε συνδυασμό με έλλειψη στρατηγικού σχεδίου, την αυξημένη φορολογία και την γραφειοκρατία για την ανάπτυξη και εφαρμογή νέων επενδυτικών προγραμμάτων, καθιστούν αδύνατη την ανάπτυξη τουρισμού γκολφ στη χώρα. Βασικό κριτήριο επιλογής προορισμού από τους ταξιδιώτες του γκολφ, είναι η προσφερόμενη ποικιλία σε γήπεδα και μαθήματα. Η Ελλάδα με μόνο επτά γήπεδα γκολφ βρίσκεται σε μειονεκτική θέση έναντι των υπολοίπων ανταγωνιστικών χωρών.



## ΚΑΤΑΤΑΞΗ ΠΙΝΑΚΩΝ

### Σελίδα

<b>ΠΙΝΑΚΑΣ 1:</b> Οι 10 κορυφαίοι τουριστικοί προορισμοί στον κόσμο για το 2016 .....	11
<b>ΠΙΝΑΚΑΣ 2:</b> Βασικά μεγέθη του Ελληνικού τουρισμού, 2010-2016.....	16
<b>ΠΙΝΑΚΑΣ 3:</b> Οι χώρες προέλευσης του εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα.....	19
<b>ΠΙΝΑΚΑΣ 4:</b> Υποχρεωτικές εγκαταστάσεις λέσχης γκολφ.....	67
<b>ΠΙΝΑΚΑΣ 5:</b> Υποχρεωτικές αποστάσεις γηπέδων γκολφ από γειτονικές χρήσεις.....	70

## ΚΑΤΑΤΑΞΗ ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ

### Σελίδα

<b>ΓΡΑΦΗΜΑ 1:</b> Κύριες αγορές Ελληνικού προϊόντος σε αφίξεις και εισπράξεις για το 2015.....	19
<b>ΓΡΑΦΗΜΑ 2:</b> Η εξέλιξη της εποχικότητας στον Ελληνικό τουρισμό, 2013- 2016.....	21
<b>ΓΡΑΦΗΜΑ 3:</b> Κατανομή ξενοδοχείων με βάση την κατηγορία, 2010-2016.....	22
<b>ΓΡΑΦΗΜΑ 4:</b> Κατανομή ξενοδοχείων με βάση το μέγεθος, 2016.....	22
<b>ΓΡΑΦΗΜΑ 5:</b> Δείκτης ποιότητας Ελληνικών ξενοδοχείων.....	23
<b>ΓΡΑΦΗΜΑ 6:</b> Κατανομή γηπέδων γκολφ στις χώρες της Ευρώπης, 2015.....	28
<b>ΓΡΑΦΗΜΑ 7:</b> Κατανομή εγγεγραμμένων παικτών γκολφ στην Ευρώπη, 2015.....	29
<b>ΓΡΑΦΗΜΑ 8:</b> Η ανάπτυξη του Γκολφ στην Ευρώπη, 1985- 2015.....	29
<b>ΓΡΑΦΗΜΑ 9:</b> Προσφορά της Ευρωπαϊκής Αγοράς. Πληθυσμός ανά γήπεδο γκολφ, 2015.....	30
<b>ΓΡΑΦΗΜΑ 10:</b> Η μεταβολή στο ποσοστό συμμετοχής των εγγεγραμμένων παικτών γκολφ στην Ευρώπη, 2015.....	31
<b>ΓΡΑΦΗΜΑ 11:</b> Η ζήτηση την Ευρωπαϊκής αγοράς γκολφ. Ποσοστό συμμετοχής 2015...32	
<b>ΓΡΑΦΗΜΑ 12:</b> Συνδυασμός προφοράς και ζήτησης γκολφ της ευρωπαϊκής αγοράς. Παίκτες γκολφ ανά γήπεδο γκολφ, 2015.....	33

## **ΕΙΣΑΓΩΓΗ**

Η παρούσα διπλωματική εργασία πραγματοποιείται στα πλαίσια του μεταπτυχιακού προγράμματος MBA – Tourism Management και αφορά την ανάλυση του κλάδου του τουρισμού γκολφ, σε παγκόσμιο επίπεδο και πιο συγκεκριμένα στην Ελλάδα καθώς και τις προοπτικές ανάπτυξης του κλάδου αυτού στη χώρα μας.

Ο αθλητικός τουρισμός και ειδικότερα ο τουρισμός γκολφ μπορεί να αποτελέσει αναμφίβολα μια αξιόλογη πηγή εσόδων και ένα αξιοπρεπές πεδίο δράσης, με πολλές προοπτικές εξέλιξης για τον ελληνικό τουρισμό. Σκοπός της παρούσας εργασίας, λοιπόν, είναι να παρουσιάσει τον συγκεκριμένο κλάδο σε διεθνή επίπεδο αλλά και την υφιστάμενη κατάσταση και τις προοπτικές ανάπτυξής του στον ελλαδικό χώρο.

Πιο ειδικά, η δομή της παρούσας διπλωματικής εργασίας, αποτελείται από τέσσερα κεφάλαια. Στο πρώτο κεφάλαιο αναφέρονται οι βασικές έννοιες και τα χαρακτηριστικά του κλάδου του τουρισμού γενικότερα, καθώς και η εξέλιξη της παγκόσμιας τουριστικής ζήτησης, πώς επηρεάζεται διαχρονικά από κοινωνικοπολιτικές αναταράξεις και φυσικά φαινόμενα, αλλά και τα οικονομικά της οφέλη. Στη συνέχεια αναλύεται η εξέλιξη του ελληνικού τουρισμού, τα χαρακτηριστικά του και τα βασικά μεγέθη του κλάδου για την ελληνική οικονομία.

Στο δεύτερο κεφάλαιο της εργασίας, πραγματοποιείται ανάλυση του αθλητικού τουρισμού, περιλαμβάνοντας ορισμούς και γενικά χαρακτηριστικά, καθώς και τις μορφές που προκύπτουν και συναντώνται στον ελλαδικό χώρο. Η ανάλυση περνά στο γκολφ και την αγορά γκολφ παγκοσμίως καθώς και στην ανάπτυξη του αθλήματος στην Ευρώπη με στοιχεία που αφορούν την ζήτηση και την προσφορά όπως και διάφορες πρωτοβουλίες για την ανάπτυξη του ευρωπαϊκού γκολφ. Στη συνέχεια, αναφέρονται τα χαρακτηριστικά του κλάδου του τουρισμού γκολφ και οι τάσεις που επηρεάζουν την ανάπτυξή του. Παρουσιάζονται οι κορυφαίοι προορισμοί γκολφ παγκοσμίως και ειδικότερα η περίπτωση της Ισπανίας η οποία αποτελεί πλέον την πιο αξιοπρόσεκτη περίπτωση γκολφικού τουρισμού στην Ευρώπη.

Το τρίτο κεφάλαιο αφορά την ανάπτυξη του τουρισμού γκολφ στην Ελλάδα και την υφιστάμενη κατάσταση. Αρχικά γίνονται αναφορές στην ιστορία του γκολφ στη χώρα και

παρατίθεται το ισχύον νομοθετικό πλαίσιο που αφορά τον καθορισμό των προδιαγραφών των γηπέδων γκολφ. Έπειτα, εστιάζει στις οικονομικές και περιβαλλοντικές διαστάσεις του και γίνεται ανάλυση της προσφοράς στην ελληνική αγορά.

Στο τέταρτο και τελευταίο κεφάλαιο αναφέρονται οι προοπτικές ανάπτυξης του τουρισμού γκολφ στην Ελλάδα. Αρχικά, γίνεται ανάλυση του εξωτερικού περιβάλλοντος στο οποίο δραστηριοποιούνται οι επιχειρήσεις γκολφ της χώρας, μέσω της καθιερωμένης τεχνικής της PEST, που σχετίζεται με το πολιτικό, το οικονομικό, το κοινωνικό και το τεχνολογικό περιβάλλον. Μετέπειτα αναλύονται όλα εκείνα τα εσωτερικά χαρακτηριστικά της χώρας μας που θα μπορούσαν να αποτελέσουν πηγή ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος έναντι των ανταγωνιστικών χωρών στην ανάπτυξη του τουρισμού γκολφ αλλά και τις αδυναμίες που μπορούν να την θέσουν σε ανταγωνιστικό μειονέκτημα. Τα χαρακτηριστικά αυτά σε συνδυασμό με τις ευκαιρίες και τις απειλές που προκύπτουν από το γενικευμένο περιβάλλον στο οποίο δραστηριοποιείται η χώρα εφαρμόζονται στην «SWOT Analysis». Τέλος, το κεφάλαιο αυτό κλείνει με τις προοπτικές ανάπτυξης του τουρισμού γκολφ στην Ελλάδα.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: Η ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΑΓΟΡΑ

### 1.1 ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ο τουρισμός αποτελεί μια ιδιαίτερα σύνθετη δραστηριότητα, για την οποία κατά καιρούς, πολλοί ήταν εκείνοι που προσπάθησαν να δώσουν έναν επακριβή ορισμό. Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (WTO), περιλαμβάνει τις δραστηριότητες μεμονωμένης ή ομαδικής μετακίνησης ανθρώπων που ταξιδεύουν και διαμένουν σε προορισμούς και περιοχές άλλες, διαφορετικές από αυτές που αποτελούν το συνηθισμένο περιβάλλον τους, επί τουλάχιστον ένα 24ωρο και για χρονικό διάστημα που δεν ξεπερνά τον έναν χρόνο, με σκοπό την ικανοποίηση των ψυχαγωγικών τους αναγκών.

Ο Τουρισμός εμφανίζεται με τις εξής μορφές<sup>1</sup>:

- Ο Μαζικός Τουρισμός που είναι η πιο «παραδοσιακή» μορφή και η οποία περιλαμβάνει την πλειοψηφία των τουριστών που αναζητούν στο ταξίδι κυρίως ξεκούραση και διασκέδαση, σε ηλιοτροπικούς κατά βάση προορισμούς.
- Ο Τουρισμός Ειδικών Ενδιαφερόντων, που σχετίζεται με ένα πλήθος επιμέρους μορφών τουρισμού που επιλέγουν τα άτομα ανάλογα με τα ειδικά ενδιαφέροντα και κίνητρα που έχουν (θρησκευτικός τουρισμός, επαγγελματικός, συνεδριακός, υγείας, θεματικός, εκπαιδευτικός, κοινωνικός, αστικός, κινήτρων).
- Ο Εναλλακτικός Τουρισμός που επίσης περιλαμβάνει ένα πλήθος επιμέρους μορφών τουρισμού (αγροτουρισμός, αθλητικός τουρισμός, θαλάσσιος, ορεινός, χειμερινός), τις οποίες επιλέγουν άνθρωποι που αναζητούν ένα διαφορετικό τρόπο διακοπών. Αυτή η μορφή τουρισμού, συνδέεται με την αειφόρο τουριστική ανάπτυξη· ειδικότερα συνδέεται με την προστασία του φυσικού και ανθρωπογενούς περιβάλλοντος, την προστασία της τοπικής κουλτούρας και την αναζήτηση νέων αξιών και τρόπων ζωής.

Ο τουρισμός έχει αναγνωριστεί ως μια δραστηριότητα ζωτικής σημασίας για την οικονομία πολλών χωρών παγκοσμίως, καθώς η ύπαρξη ενός ισχυρού τουριστικού κλάδου σε μια χώρα

---

<sup>1</sup> Πηγή: Λαγός Δ. (2005), Τουριστική Οικονομική, σπ.π σελ. 62.

μπορεί να επιφέρει μεγάλα οικονομικά οφέλη, αύξηση του εθνικού εισοδήματός της και καταπολέμηση της ανεργίας. Συνδέεται άμεσα ή έμμεσα με πολλούς κλάδους της οικονομίας, όπως με αυτόν της φιλοξενίας και τις εστίασης (ξενοδοχειακά καταλύματα, εστιατόρια κτλ) με τη ναυτιλία, τις αερομεταφορές, την κρουαζιέρα αλλά και το λιανικό εμπόριο.

Για τον λόγο αυτό οι δύο βασικές οικονομικές έννοιες του τουριστικού φαινομένου, η προσφορά και η ζήτηση, αποτελούν συχνά αντικείμενο μελέτης με σκοπό τη βελτίωση και αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος που προσφέρει η κάθε χώρα.

Η Τουριστική ζήτηση αναφέρεται στο συνολικό αριθμό των ατόμων που ταξιδεύουν ή επιθυμούν να ταξιδέψουν, να χρησιμοποιήσουν τις τουριστικές εγκαταστάσεις και υπηρεσίες σε σημεία μακριά από τους τόπους εργασίας και κατοικίας τους<sup>2</sup>. Η ζήτηση μπορεί να προέρχεται είτε από εγχώριους τουρίστες (οι κάτοικοι μίας χώρας όταν ταξιδεύουν εντός αυτής) είτε από εισερχόμενους (αλλοδαποί τουρίστες οι οποίοι ταξιδεύουν σε δεδομένη χώρα). Το κίνητρο του ταξιδιού, οι ανάγκες των τουριστών και τα καταναλωτικά πρότυπα, είναι κάποιοι από τους παράγοντες που διαμορφώνουν τη ζήτηση ενός προορισμού. Η εμφάνιση και ανάπτυξη των ειδικών μορφών τουρισμού έχει στόχο την καλύτερη τμηματοποίηση της τουριστικής αγοράς ώστε να πραγματοποιηθεί μια πιο στοχευμένη προσέγγιση στον τουρίστα και να ικανοποιηθούν με τον καλύτερο δυνατό τρόπο συγκεκριμένες ανάγκες και επιθυμίες του.

Με τον όρο τουριστική προσφορά εννοούμε την παροχή όλων των περιουσιακών στοιχείων, των υπηρεσιών και των αγαθών που πρέπει να απολαμβάνουν ή να αγοράζονται από τους επισκέπτες και προκαλείται από τις μετακινήσεις των επισκεπτών<sup>3</sup>.

Η ανάλυση της προσφοράς του τουριστικού προϊόντος βασίζεται στον συγκεκριμένο προορισμό ο οποίος μελετάτε. Αφορά όλα εκείνα τα στοιχεία που διαμορφώνουν μια ολοκληρωμένη εικόνα για τον προορισμό, από την στιγμή που θα φτάσει ο τουρίστας μέχρι τη στιγμή που θα αποχωρήσει. Περιλαμβάνει επομένως την ποσότητα, ποιότητα και ποικιλία των τουριστικών προϊόντων, αγαθών και υπηρεσιών που προσφέρονται στον προορισμό

---

<sup>2</sup>Mathieson and Wall, 1982

<sup>3</sup>EUROSTAT, Concepts and Definitions Database, 2008

αυτό. Τα κύρια στοιχεία που επηρεάζουν την προσφορά είναι οι ξενοδοχειακές μονάδες και τα λοιπά καταλύματα που προσφέρονται, οι επιχειρήσεις παροχής φαγητού και ψυχαγωγίας, οι λοιπές παρεχόμενες υπηρεσίες, τα αξιοθέατα και οι δραστηριότητες στον προορισμό αυτό, αλλά και οι επιχειρήσεις που λειτουργούν ως μεσάζοντες (tour operators, τα τουριστικά γραφεία και τις επιχειρήσεις μέσω μεταφοράς).

## 1.2 Η ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΖΗΤΗΣΗ

Σε παγκόσμιο επίπεδο, ο τουρισμός παρουσιάζεται συχνά ευάλωτος σε οικονομικές και πολιτικές αναταράξεις, ενώ παράλληλα επηρεάστηκε από φυσικές καταστροφές. Ισχυρά παραδείγματα αποτελούν η τρομοκρατική επίθεση της 11<sup>ης</sup> Σεπτεμβρίου το 2001, η οποία επηρέασε οριστικά το διεθνές τουριστικό σκηνικό και το τσουνάμι του 2004 στον Ινδικό Ωκεανό, το οποίο αποτέλεσε τη χειρότερη φυσική καταστροφή στην σύγχρονη ιστορία. Φυσικά, σημαντικός παράγοντας στην πτωτική πορεία στην παγκόσμια τουριστική κίνηση αποτέλεσε η διεθνής χρηματοπιστωτική κρίση στα τέλη της δεκαετίας του 2000, μεταξύ του δεύτερου εξαμήνου του 2008 και του τέλους του 2009, και της εκδήλωσης του ιού της γρίπης H1N1. Ο τουρισμός ανέκαμψε σε σχετικά σύντομο χρονικό διάστημα και έτσι, παρά τις επιμέρους διακυμάνσεις, η διεθνής τουριστική κίνηση εμφάνισε ξανά ανοδική πορεία από το 2010 έως σήμερα.

Ο σύγχρονος τουρισμός συνδέεται στενά με την ανάπτυξη και περιλαμβάνει έναν αυξανόμενο αριθμό νέων προορισμών. Αυτή η δυναμική έχει μετατρέψει τον τουρισμό σε βασικό παράγοντα για την κοινωνικοοικονομική πρόοδο.

Σήμερα, ο επιχειρηματικός όγκος του τουρισμού ισούται ή και ξεπερνά εκείνο των εξαγωγών πετρελαίου, των τροφίμων ή των αυτοκινήτων. Ο τουρισμός έχει καταστεί ένας από τους σημαντικότερους παράγοντες του διεθνούς εμπορίου και αντιπροσωπεύει ταυτόχρονα μία από τις κύριες πηγές εισοδήματος για πολλές αναπτυσσόμενες χώρες. Η ανάπτυξη αυτή συμβαδίζει με την αυξανόμενη διαφοροποίηση και τον ανταγωνισμό μεταξύ των προορισμών.

Αυτή η παγκόσμια εξάπλωση του τουρισμού στις βιομηχανικές και ανεπτυγμένες χώρες έχει αποφέρει οικονομικά οφέλη και οφέλη απασχόλησης σε πολλούς συναφείς τομείς - από την κατασκευή έως τη γεωργία ή τις τηλεπικοινωνίες.

Με το πέρασμα των χρόνων, ο τουρισμός γνώρισε συνεχή επέκταση και διαφοροποίηση με αποτέλεσμα να αποτελέσει έναν από τους μεγαλύτερους και ταχύτερα αναπτυσσόμενους οικονομικούς τομείς στον κόσμο. Αναδείχτηκαν πολλοί νέοι προορισμοί εκτός από τους παραδοσιακά αγαπημένους της Ευρώπης και της Βόρειας Αμερικής. Ο τουρισμός έχει επιτύχει ουσιαστικά αδιάλειπτη ανάπτυξη, παρά τις περιστασιακές κρίσεις, γεγονός που αποδεικνύει τη δυναμική και την ανθεκτικότητα στον τομέα αυτό.

Οι διεθνείς αφίξεις τουριστών έχουν αυξηθεί από 25 εκατομμύρια σε παγκόσμιο επίπεδο το 1950 σε 278 εκατομμύρια το 1980, και από 674 εκατ. το 2000 σε 1,235 εκατ. το 2016. Παρομοίως, οι διεθνείς εισπράξεις από τον τουρισμό σε παγκόσμιο επίπεδο έχουν αυξηθεί από 2 δισεκατομμύρια US δολάρια το 1950 σε 104 δισεκατομμύρια US δολάρια το 1980, και από 495 δισεκατομμύρια US δολάρια το 2000 σε 1.220 δισεκατομμύρια US δολάρια το 2016.

Ο τουρισμός αποτελεί μια σημαντική κατηγορία του διεθνούς εμπορίου υπηρεσιών. Εκτός από τα έσοδα που κερδίζονται στους προορισμούς, ο διεθνής τουρισμός δημιούργησε επίσης εξαγωγές ύψους 216 δισεκατομμύρια δολαρίων κατά τις διεθνείς μεταφορές επιβατών που παραχωρήθηκαν σε μη κατοίκους το 2016, με αποτέλεσμα η συνολική αξία των τουριστικών εξαγωγών να ανέλθει σε 1,4 τρισεκατομμύρια δολάρια ή 4 δισεκατομμύρια US δολάρια ανά ημέρα κατά μέσο όρο.

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (UNWTO), ο διεθνής τουρισμός αντιπροσωπεύει το 7% των παγκόσμιων εξαγωγών αγαθών και υπηρεσιών για το 2016. Ο τουρισμός αυξήθηκε ταχύτερα από το παγκόσμιο εμπόριο τα τελευταία πέντε χρόνια. Ως παγκόσμια κατηγορία εξαγωγών, ο τουρισμός βρίσκεται στην τρίτη θέση μετά από χημικά και καύσιμα και μπροστά από τα προϊόντα και τα αυτοκίνητα τροφή. Σε πολλές αναπτυσσόμενες χώρες, ο τουρισμός είναι η πρώτη κατηγορία εξαγωγών.

Οι διεθνείς αφίξεις τουριστών (διανυκτερεύσεις) το 2016 αυξήθηκαν κατά 3,9% και έφτασαν συνολικά τα 1,235 εκατομμύρια παγκοσμίως, αύξηση 46 εκατομμυρίων συγκριτικά με το

προηγούμενο έτος. Ήταν η έβδομη συνεχής χρονιά σταθερής ανάπτυξης μετά την παγκόσμια οικονομική και χρηματοπιστωτική κρίση του 2009. Η ζήτηση για διεθνή τουρισμό παρέμεινε ισχυρή για το έτος αυτό παρά τις προκλήσεις που εμφανίστηκαν κατά τη διάρκεια. Περίπου 46 εκατομμύρια περισσότεροι τουρίστες ταξίδεψαν διεθνώς πέρυσι σε σύγκριση με το 2015.

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού αναφέρει τους ακόλουθους δέκα προορισμούς ως τους πιο επισκέψιμους από την άποψη του αριθμού των διεθνών ταξιδιωτών το 2016.

Rank ↕	Country ↕	UNWTO Region <sup>[22]</sup> ↕	International tourist arrivals (2016) <sup>[23]</sup> ▼
1	 France	Europe	84.6 million
2	 United States	North America	80.3 million
3	 Spain	Europe	75.5 million
4	 China	Asia	70.6 million
5	 Italy	Europe	50.7 million
6	 Germany	Europe	36.2 million
7	 United Kingdom	Europe	35.8 million
8	 Russia	Europe and Asia	34.0 million
9	 Thailand	Asia	32.8 million
10	 Greece	Europe	32.7 million

**ΠΙΝΑΚΑΣ 1:** Οι 10 κορυφαίοι τουριστικοί προορισμοί στον κόσμο για το 2016  
( Πηγή: UNWTO με επεξεργασία από Wikipedia)

Τα αποτελέσματα στην Ευρώπη για το 2015 και το 2016 ήταν αναμειγμένα με ορισμένους προορισμούς που επηρεάστηκαν από προκλήσεις ασφάλειας. Για το 2015 οι διεθνείς αφίξεις τουριστών στην Ευρώπη αυξήθηκαν κατά 5% φθάνοντας συνολικά τα 608 εκατομμύρια. Οι διεθνείς εισπράξεις από τον τουρισμό αυξήθηκαν κατά 3% που αναλογεί σε πραγματικό επίπεδο σε 406 δισ. Ευρώ (451 δισ. Δολάρια), ποσό που αντιπροσωπεύει το 36% των παγκόσμιων εσόδων. Εν τω μεταξύ, ο συναγερμός που είχε σημάνει στην Ευρώπη μετά τα τρομοκρατικά χτυπήματα στο Παρίσι, καθώς και το πολυήμερο «lock down» στις Βρυξέλλες, επηρέασαν αρκετά την τουριστική ανάπτυξη στη Δυτική Ευρώπη, η οποία



εμφανίζει μια αύξηση 3% συγκριτικά με το 2014, με την Γαλλία στο +1% και το Βέλγιο στο +2%.

Για το 2016 οι διεθνείς αφίξεις έφθασαν τα 620 εκατομμύρια, 12 εκατομμύρια (+2%) περισσότερο από το 2015. Η αύξηση αυτή προέρχεται κυρίως από χώρες της Βόρειας Ευρώπης η οποία σημείωσε αύξηση + 6% και της Κεντρικής Ευρώπης με αύξηση +4%. Στη Νότια Μεσόγειο οι αφίξεις αυξήθηκαν κατά 1 % ενώ τα αποτελέσματα της Δυτικής Ευρώπης ήταν επίπεδα.<sup>4</sup>

Προορισμοί σε όλο τον κόσμο έλαβαν 369 εκατομμύρια διεθνείς τουρίστες κατά τη διάρκεια των πρώτων τεσσάρων μηνών του έτους 2017, 21 εκατομμύρια περισσότερους από τους ίδιους μήνες του 2016 (+ 6%), σύμφωνα με το τελευταίο Παγκόσμιο Βαρόμετρο Τουρισμού UNWTO. Η περίοδος Ιανουαρίου-Απριλίου αντιπροσωπεύει συνήθως το 28% του ετήσιου συνόλου και καλύπτει, μεταξύ άλλων, τη χειμερινή περίοδο του Βόρειου Ημισφαιρίου και την καλοκαιρινή περίοδο του νότιου ημισφαιρίου, καθώς και τις διακοπές της κινεζικής Πρωτοχρονιάς και του Πάσχα. Οι διεθνείς αφίξεις που αναφέρθηκαν από προορισμούς σε όλο τον κόσμο ήταν θετικές συνολικά, με ελάχιστες εξαιρέσεις.

«Οι προορισμοί που επηρεάστηκαν από τα αρνητικά γεγονότα κατά το 2016 παρουσιάζουν σαφή σημάδια ανάκαμψης σε πολύ σύντομο χρονικό διάστημα και αυτό αποτελεί πολύ καλή είδηση για όλους, αλλά ιδιαίτερα για εκείνους των οποίων τα μέσα διαβίωσης εξαρτώνται από τον τουρισμό σε αυτούς τους προορισμούς. Ο τουρισμός έχει δείξει εξαιρετική δύναμη και ανθεκτικότητα τα τελευταία χρόνια, παρά τις πολλές προκλήσεις, ιδιαίτερα εκείνες που σχετίζονται με την ασφάλεια και την φύλαξη. Ωστόσο, τα διεθνή ταξίδια συνεχίζουν να αυξάνονται έντονα και να συμβάλλουν στη δημιουργία θέσεων εργασίας και στην ευημερία των κοινοτήτων σε όλο τον κόσμο », δήλωσε ο Γενικός Γραμματέας του UNWTO Taleb Rifai.

---

<sup>4</sup> Πηγή: UNWTO

## 1.3 Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

### 1.3.1 ΒΑΣΙΚΟ ΠΡΟΪΟΝ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ- ΠΡΟΦΙΛ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ

Με περίπου 16,000 χιλιόμετρα ακτογραμμής, περισσότερα από 6000 νησιά και με το μεσογειακό της κλίμα, η Ελλάδα κατάφερε να εδραιωθεί στην παγκόσμια αγορά τουρισμού, προσελκύοντας ταξιδιώτες από κάθε γωνιά της γης. Κύρια δύναμη του χαρτοφυλακίου προϊόντων του ελληνικού τουρισμού, αποτελεί το προϊόν «Ήλιος και Θάλασσα», δυο λέξεις συνώνυμες με το Ελληνικό στοιχείο που καθιέρωσαν την χώρα μας ως έναν από τους πιο δημοφιλείς προορισμούς για καλοκαιρινές διακοπές.

Η Ελλάδα έχει χαρακτηριστεί ως θαύμα της φύσης και του πολιτισμού. Η πλούσια πολιτισμική κληρονομιά, η φυσική ομορφιά του τόπου και η γεωγραφική ποικιλομορφία αποτελούν ανταγωνιστικά πλεονεκτήματά της, και προσφέρουν ελκυστικές προτάσεις για θεματικό τουρισμό όλο τον χρόνο, ενισχύοντας την εικόνα της Ελλάδας ως τουριστικό προορισμό παγκόσμιου φήμης.

Σύμφωνα με την έρευνα *‘Ποιος είναι ο πελάτης μας; Χαρακτηριστικά εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα για «Ήλιος και Θάλασσα», «City Break», «Πολιτισμός και Θρησκεία»*, η οποία πραγματοποιήθηκε από το Ινστιτούτο ΣΕΤΕ τον Οκτώβριο 2015, «Ήλιος και Θάλασσα», «Πολιτισμός και Θρησκεία» και «City Break» αποτελούν τις κύριες προϊόντικές αγορές του Ελληνικού τουρισμού.

Η αγορά «Ήλιος και Θάλασσα» καλύπτει το 60,1% του εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα, «Πολιτισμός και Θρησκεία» ακολουθεί με ποσοστό 13,4%, ενώ τρίτο με ποσοστό 4% φαίνεται ότι προτιμούν οι διεθνείς ταξιδιώτες το προϊόν «City Break».

Σύμφωνα με τα στοιχεία της έρευνας, που αφορούν το έτος 2013, το μερίδιο αγοράς της Ελλάδας στον Ευρωπαϊκό τουρισμό «Ήλιος και Θάλασσα» είναι πολύ σημαντικό και ανέρχεται σε 8,5% των ταξιδιών, 8,9% των διανυκτερεύσεων και 8,9% της δαπάνης. Το 95% των τουριστών Η&Θ που επισκέπτονται την χώρα μας προέρχονται από την Ευρώπη ενώ υπάρχει ένας σημαντικός αριθμός (466.000) επισκεπτών εκτός Ευρώπης που παρουσιάζουν υψηλότερες καταναλωτικές δαπάνες (€ 1.942 και € 221 έναντι € 1.011 και € 94, ανά ταξίδι και ανά ημέρα).

Σχετικά με τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των τουριστών Η&Θ από την έρευνα προκύπτει ότι:

- όπως και για τον Ευρωπαϊκό τουρισμό Η&Θ - οι γυναίκες είναι περισσότερες από τους άνδρες με το φαινόμενο αυτό να είναι ιδιαίτερα έντονο στους τουρίστες από Γερμανία και Ρωσία και σε μικρότερο βαθμό από Σκανδιναβία, Σερβία και Ιταλία. Εξαιρέση αποτελούν οι τουρίστες από Βρετανία, Γαλλία και Ολλανδία που υπερτερούν σε αριθμό οι άνδρες.
- το 82% των τουριστών στην Ελλάδα είναι 25-64 ετών κατανέμεται ισομερώς στις επιμέρους ηλικιακές ομάδες.
- σε ποσοστό 57% οι τουρίστες είναι ανώτερου οικογενειακού εισοδήματος (έναντι 51% Ευρωπαϊκού Μ.Ο.) και 28% μέσου-ανώτερου, δηλαδή, το 85% του εισερχόμενου τουρισμού Η&Θ στην Ελλάδα έχει εισόδημα άνω του μέσου όρου της χώρας από την οποία προέρχεται. Εντυπωσιακά υψηλά είναι τα ποσοστά από τις ανώτερες εισοδηματικές τάξεις από Γαλλία (71%), Τουρκία (71%), Σκανδιναβία (64%), Ρωσία (62%) και Βρετανία (62%).
- σε επίπεδο εκπαίδευσης το 54% των τουριστών Η&Θ στην Ελλάδα έχει ανώτερη εκπαίδευση έναντι 51% Ευρωπαϊκού Μ.Ο.
- ο μέσος όρος διάρκειας διανυκτερεύσεων στην Ελλάδα για διακοπές «Ηλιος & Θάλασσα» είναι μεγαλύτερος από τον αντίστοιχο Ευρωπαϊκό μέσο όρο (10,7 έναντι 10,3 διανυκτερεύσεις). Οι σημαντικότερες διαφορές παρατηρούνται στις πολύ μικρής διάρκειας διακοπές 1-3 νύχτες, με 10% Ευρωπαϊκό Μ.Ο. έναντι 5% των εισερχόμενων στην Ελλάδα και στις διακοπές 2 εβδομάδων (12-15 νύχτες), με 23% και 29% αντίστοιχα. Επίσης, οι διακοπές Η&Θ στην Ελλάδα με την μεγαλύτερη συχνότητα (36%) είναι διάρκειας 4 – 7 νύχτες έναντι 35% στην Ευρώπη.
- η συνολική δαπάνη ανά ταξίδι για διακοπές Η&Θ στην Ελλάδα είναι € 1.057, ενώ ανά ημέρα είναι € 99. Η Ευρωπαϊκή αγορά εισερχόμενου τουρισμού Η&Θ στην Ελλάδα στο σύνολό της έχει υψηλότερη δαπάνη ανά ταξίδι (€ 1.011) σε σχέση με τον

Ευρωπαϊκό Μ.Ο. (€ 970). Εξετάζοντας τη δαπάνη ανά ημέρα παρατηρούμε ότι ο Μ.Ο. του Ευρωπαϊκού εισερχόμενου τουρισμού Η&Θ στην Ελλάδα σε σύγκριση με τον αντίστοιχο Ευρωπαϊκό Μ.Ο. εμφανίζει την ίδια δαπάνη με € 94.

### **1.3.2 ΒΑΣΙΚΑ ΜΕΓΕΘΗ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΤΑ ΤΟ ΔΙΑΣΤΗΜΑ 2010-2016**

Ο τουρισμός αποτελεί αναμφισβήτητα έναν από τους σημαντικότερους κλάδους της Ελληνικής οικονομίας. Συνεισφέρει σημαντικά στο ΑΕΠ της χώρας μας κάθε χρόνο και με υψηλότερα ποσοστά, όπως επίσης υψηλό είναι και το επίπεδο απασχόλησης των ατόμων στον κλάδο αυτό σε σχέση με το συνολικό επίπεδο απασχόλησης στην Ελλάδα.

Εξετάζοντας διαχρονικά την τουριστική κίνηση στην χώρα μας, παρατηρείται περίοδος κρίσης του Ελληνικού Τουρισμού πριν ακόμη αρχίσει η ελληνική οικονομία να βυθίζεται στην ύφεση. Μετά την ανάπτυξη που προήλθε από την διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων στην Αθήνα, ο ελληνικός τουρισμός, πέρασε σε μια φάση στασιμότητας από το 2007<sup>5</sup>. Κατά την περίοδο της Διεθνούς Χρηματοπιστωτικής Κρίσεως το 2008-2009, ο Ελληνικός Τουρισμός επηρεάστηκε σημαντικά, καθώς μειώθηκαν τα ταξίδια σε διεθνές επίπεδο. Το 2010, φαίνεται να ανακάμπτει με τις αφίξεις στην Ελλάδα να φτάνουν τα 15 εκ, ενώ το 2011 τα 16,9 εκ ταξιδιώτες.

Το 2012, οι τουριστικές αφίξεις παρουσιάζουν μικρή πτώση με 15,5 εκ. τουρίστες να επισκέπτονται την χώρα μας. Με βάση τα στοιχεία που δημοσιοποιούν τα αεροδρόμια και η Υπηρεσία Πολιτικής Αεροπορίας, οι αεροπορικές αφίξεις αλλοδαπών τουριστών το 2012 κατέγραψαν μείωση της τάξης του 3,1%. Για την καλύτερη κατανόηση του ποσοστού αυτού, αξίζει να αναφερθεί ότι το 2011, έτος ανάκαμψης για την τουριστική αγορά της Ελλάδας, είχε καταγραφεί αύξηση των αεροπορικών αφίξεων κατά 8% περίπου<sup>6</sup>. Το μεγαλύτερο ποσοστό μείωσης για το έτος το έτος 2012 προήλθε κατά κύριο λόγο από το αεροδρόμιο “Ελ. Βενιζέλος”, όπου οι αφίξεις μειώθηκαν κατά 14,6%. Η μείωση αυτή οφείλεται στο γεγονός ότι το διάστημα εκείνο η Αθήνα βίωσε έντονα τις συνέπειες της αρνητικής πολιτικής συγκυρίας. Τα προβλήματα της μεταπολεμικής περιόδου, η αύξηση της εγκληματικότητας

<sup>5</sup> Πηγή: Τάσεις της Τουριστικής Κίνησης 2008 - 2015 - ΕΟΤ

<sup>6</sup> Πηγή: Έρευνα ΙΤΕΠ : Εξελίξεις στον Τουρισμό και στα Βασικά Μεγέθη της Ελληνικής Ξενοδοχίας το 2012

και οι συχνές εκδηλώσεις διαμαρτυρίας οργανωμένων ομάδων, οδήγησαν στην υποβάθμιση μεγάλου τμήματος του ιστορικού κέντρου της πόλης. Οι απεργίες στα μέσα μαζικής μεταφοράς, το κλείσιμο των δρόμων και η γενικότερη κοινωνική αταξία που επικράτησε, δημιούργησαν αρνητική εικόνα για την πόλη σε θέματα ασφαλείας και εύκολης προσπελασιμότητας. Παρά το γεγονός ότι η Αθήνα διαθέτει όλα τα φυσικά και ανθρωπογενή χαρακτηριστικά που θα μπορούσαν να την καταστήσουν τον πιο ελκυστικό τουριστικό προορισμό στην Ανατολική Μεσόγειο, οι πολιτικές και κοινωνικές αναταράξεις της στοίχισαν ένα μεγάλο ποσοστό τουριστών το οποίο δεν άφησε ανεπηρέαστες ούτε τις τουριστικές εισπράξεις, οι οποίες, σύμφωνα με τα στοιχεία της Τράπεζας της Ελλάδος, κατέγραψαν μείωση 4,6% το 2012.

Στο διάστημα 2013-2014, οι αφίξεις ταξιδιωτών και οι ταξιδιωτικές εισπράξεις παρουσίασαν θεαματική άνοδο, με τις αφίξεις να φθάνουν στα 17,9 και 22 εκατομμύρια ταξιδιώτες τον κάθε χρόνο αντίστοιχα. Πιο συγκεκριμένα, οι αφίξεις παρουσίασαν αύξηση 15,5% και 23% το 2013 και το 2014 αντίστοιχα, ενώ οι ταξιδιωτικές εισπράξεις αυξήθηκαν κατά 17,9% και 12,4% το 2013 και το 2014 αντίστοιχα.

Η συμβολή του τουρισμού στο ΑΕΠ και στην απασχόληση από το 2010 μέχρι και το 2016 εμφανίζει ανοδική τάση. Η σημαντική βελτίωση της τουριστικής βιομηχανίας της χώρας τα τελευταία χρόνια ανέδειξε την Ελλάδα σε έναν από τους βασικούς τουριστικούς προορισμούς της ευρωπαϊκής αλλά και της παγκόσμιας αγοράς με συνεχώς βελτιούμενες επιδόσεις και με αξιοσημείωτες δυνατότητες περαιτέρω ανάπτυξης.

Το 2015, το σύνολο των τουριστικών αφίξεων εκτιμάται ότι ξεπέρασε 26 εκατομμύρια, ενώ τα συνολικά έσοδα από τον τουρισμό αγγίζουν τα 14,4 δις. Η αύξηση αυτή προήλθε από την σημαντική αύξηση των αφίξεων από τις παραδοσιακές αγορές της χώρας (Γερμανία, Ην. Βασίλειο, Ιταλία, Γαλλία, λοιπές χώρες της ΕΕ-28, ΗΠΑ, κ.ά.), αλλά σε μεγάλο βαθμό και από τις γειτονικές χώρες (ΠΓΔΜ, Βουλγαρία, Σερβία, Τουρκία) με σημαντική αύξηση και του οδικού τουρισμού.

Με βάση τα στοιχεία που δημοσιοποίησε το Ινστιτούτο του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ) από τις διεθνείς αεροπορικές και οδικές αφίξεις στη χώρα το 2016, οι αεροπορικές αφίξεις κινήθηκαν με άνοδο 9%. Το 2016 σε απόλυτα νούμερα οι αεροπορικές αφίξεις ανήλθαν στα 16,87 εκατομμύρια έναντι 15,47 το 2015. Την ίδια

στιγμή οι οδικές αφίξεις διαμορφώθηκαν στα 12,047 εκατομμύρια, γεγονός που σημαίνει αύξηση 0,6% σε σχέση με τα 11,97 εκατ. του 2015.

Τα βασικά μεγέθη του Ελληνικού Τουρισμού για το διάστημα 2010-2016, απεικονίζονται στο στον πίνακα που ακολουθεί.

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
<b>Μέση κατά κεφαλήν δαπάνη</b>	640 €	616 €	646 €	653 €	590 €	580 €	514 €
<b>Συνεισφορά στο ΑΕΠ</b>	16%	16,4%	16,4%	16,3%	17,3%	18,5%	18,6%
<b>Αφίξεις Αλλοδαπών σε εκατ.</b>	15	16,9	15,5	17,9	22	26	29
<b>Συμμετοχή στην Απασχόληση</b>	17,8%	18,3%	18,3%	18,2%	17,3%	23,1%	23,4%
<b>Εισπράξεις σε δισ. €</b>	9,6	10,4	10	11,8	13,2	14,4	17,5

**ΠΙΝΑΚΑΣ 2:** Βασικά μεγέθη του Ελληνικού τουρισμού, 2010-2016  
(Πηγή: Sete Intelligence)

Αξίζει να αναφερθεί ότι η υπηρεσία Structural Reform Support Service (SRSS) της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, ανακοίνωσε σε ειδική εκδήλωση με όλους τους παραγωγικούς φορείς παρόντες, ότι τα έσοδα από τον τουρισμό το 2016 έφτασαν τα 17,5 δις ευρώ, εκ των οποίων τα 15,6 δις € προέρχονται από εισερχόμενο τουρισμό (διεθνείς επισκέπτες) και τα 1,9 δις € από εσωτερικό (Ελληνες τουρίστες εντός Ελλάδος).

Ο ελληνικός τουριστικός τομέας συνέβαλε 18,6% (32,8 δις. Ευρώ) στο ΑΕΠ της χώρας το 2016, σύμφωνα με έκθεση του Παγκόσμιου Συμβουλίου Ταξιδιών και Τουρισμού (WTTC).

Τα στοιχεία έδειξαν ότι η οικονομική ανάπτυξη ως αποτέλεσμα του τουρισμού οδήγησε στο άνοιγμα 860.500 θέσεων εργασίας που αντιστοιχεί σε 23,4% του συνολικού ποσοστού απασχόλησης.

Οι επενδύσεις στον τουρισμό ανήλθαν σε 3,2 δις. ευρώ, αποτελώντας το 15,7% των συνολικών επενδύσεων της χώρας, ενώ αυτό αναμένεται να αυξηθεί κατά 6,6% το 2017 και κατά 5,1% ετησίως για τα επόμενα δέκα χρόνια.

Παρά την συνεχή αύξηση των αφίξεων και των διανυκτερεύσεων, διαπιστώνεται ότι οι τουριστικές εισπράξεις δεν είναι οι αναμενόμενες. Από το 2010 μέχρι το 2016 παρατηρείτε

αύξηση της τάξεως του 64,6% στις αφίξεις των αλλοδαπών τουριστών, ωστόσο οι εισπράξεις από τις τουριστικές δραστηριότητες δεν επιφέρουν μεγάλα νούμερα, γεγονός που οφείλεται στη μείωση της μέσης δαπάνης του κάθε τουρίστα που επισκέπτεται τη χώρα μας.

Σύμφωνα με έρευνα του Ινστιτούτου Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων που αφορούν το έτος 2015, από το σύνολο των ταξιδιωτικών εισπράξεων, το 84.3% δαπανάται για λόγους αναψυχής, ενώ μικρότερο μερίδιο κατέχουν οι εισπράξεις από τα επαγγελματικά ταξίδια και τις σπουδές. Η μέση δαπάνη ανά ταξίδι στην Ελλάδα μη κατοίκων μειώθηκε κατά 2% το 2015 σε σχέση με το 2014 και διαμορφώθηκε στα 580 €. Παράλληλα, η δαπάνη ανά διανυκτέρευση διαμορφώθηκε στα 75 € από 72 € που ήταν το 2014, ενώ η μέση διάρκεια παραμονής για 4η συνεχή χρονιά κατέγραψε μείωση (-6,5%) και περιορίστηκε στις 7,2 διανυκτερεύσεις. Η εξέλιξη αυτή οφείλεται στη σημαντική αύξηση των αφίξεων ταξιδιωτών από ορισμένες χώρες εκτός ευρωζώνης, αλλά και από όμορες χώρες, των οποίων η μέση διάρκεια παραμονής είναι σημαντικά μικρότερη από το μέσο όρο.

### 1.3.3 ΟΙ ΚΥΡΙΕΣ ΑΓΟΡΕΣ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Στον Πίνακα 3, παρουσιάζονται οι κυριότερες χώρες προέλευσης των ξένων τουριστών στην Ελλάδα, η αύξηση των αφίξεων από αυτές τις χώρες το 2014 και το 2015 και η συμβολή τους στις συνολικές αφίξεις τουριστών στην Ελλάδα με βάση της Έρευνα Συνόρων που διενεργεί η Τράπεζα της Ελλάδος<sup>7</sup>. Από τον Πίνακα αυτό προκύπτουν τα ακόλουθα:

- Το 2014 και το 2015 σημειώθηκε σημαντική αύξηση των αφίξεων από τις κύριες χώρες προέλευσης του ελληνικού τουρισμού στην Ευρώπη, δηλαδή από τη Γερμανία (2015: +14,7%, 2014: +8,5%), το Ην. Βασίλειο (2015: +14,7%, 2014:13,2%), τη Γαλλία (2015: +4,0%, 2014: +27,0%), την Ιταλία (2015: +21,3%, 2014: +15,9%) και την Ολλανδία (2015: -2,8%, 2014: +13,2%).
- Επίσης σημειώθηκε σημαντική αύξηση των αφίξεων από τις μακρινές και μεγάλες χώρες ΗΠΑ (2015: +26,8%, 2014: +26,9%), Καναδά (2015: +25,1%, 2014: -21,9%) και Αυστραλία (2015: 0,0%, 2014: +41,8%).
- Ακόμη πιο εντυπωσιακή ήταν η αύξηση των αφίξεων από τις χώρες της Κεντρικής Ευρώπης και από τις γειτονικές Βαλκανικές χώρες, σε μεγάλο βαθμό οδικώς, όπως από την ΠΓΔΜ (2015: +28,8%, 2014: +46,7%), με εντυπωσιακή αύξηση της συμβολής της χώρας αυτής στις συνολικές αφίξεις ξένων τουριστών στην Ελλάδα στο 12,8% το 2015 (1η θέση), από 10,7% το 2014 και 8,9% το 2013, από τη Βουλγαρία (2015:+23,9%, 2014: +121,8%), με επίσης εντυπωσιακή αύξηση της συμβολής της στο 8,1% το 2015 (4η θέση), από 7,0% το 2014 και 3,9% το 2013 και από τη Σερβία (2015: -26,2%, 2014: +26,6%), την Τουρκία (2015: +17,5%, 2014: +18,0%), την Πολωνία: (2015: 28,1%, 2014: +52,7%) και την Τσεχία: (2015: +25,6%, 2014: +21,1%).
- Μεγάλη πτώση των αφίξεων από τη Ρωσία (2015: -59,0%, 2014: -7,6%), με συμβολή το 2015 κατά 2,2%, από 5,7% το 2014 και 7,5% το 2013.

---

<sup>7</sup> Περιοδική Μελέτη ΣΕΤΕ : «Ελληνικός Τουρισμός: Εξελίξεις και Προοπτικές»



### Οι χώρες προέλευσης του εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα

	2013	2014	2015			Συμβολή		
				2014 %Δ	2015 %Δ	2013 %	2014 %	2015 %
Γερμανία	2,267,546	2,459,228	2,810,350	8.5	14.3	12.7	11.2	11.9
Π.Γ.Δ.Μ.	1,600,000	2,346,580	3,023,059	46.7	28.8	8.9	10.7	12.8
Ην. Βασίλειο	1,846,333	2,089,529	2,397,169	13.2	14.7	10.3	9.5	10.2
Βουλγαρία	691,874	1,534,565	1,900,642	121.8	23.9	3.9	7.0	8.1
Γαλλία	1,152,217	1,463,157	1,522,100	27.0	4.0	6.4	6.6	6.4
Ρωσία	1,352,901	1,250,174	512,789	-7.6	-59.0	7.5	5.7	2.2
Ιταλία	964,314	1,117,712	1,355,327	15.9	21.3	5.4	5.1	5.7
Σερβία	778,765	985,661	727,831	26.6	-26.2	4.3	4.5	3.1
Τουρκία	831,113	976,758	1,153,046	17.5	18.0	4.6	4.4	4.9
Ολλανδία	580,867	657,339	639,108	13.2	-2.8	3.2	3.0	2.7
Η.Π.Α.	466,520	591,853	750,250	26.9	26.8	2.6	2.7	3.2
Πολωνία	385,474	588,712	754,402	52.7	28.1	2.2	2.7	3.2
Λοιπά Κράτη Ευρώπης	403,784	530,336	348,585	31.3	-34.3	2.3	2.4	1.5
Ρουμανία	278,873	543,360	540,289	94.8	-0.6	1.6	2.5	2.3
Αλβανία	504,809	488,099	491,381	-3.3	0.7	2.8	2.2	2.1
Κύπρος	399,008	448,342	470,091	12.4	4.9	2.2	2.0	2.0
Βέλγιο	344,554	409,198	482,524	18.8	17.9	1.9	1.9	2.0
Ελβετία	346,518	377,077	391,249	8.8	3.8	1.9	1.7	1.7
Τσεχία	286,974	347,624	436,703	21.1	25.6	1.6	1.6	1.9
Σουηδία	368,834	337,771	351,573	-8.4	4.1	2.1	1.5	1.5
Αυστρία	236,476	285,132	327,123	20.6	14.7	1.3	1.3	1.4
Νορβηγία	264,816	246,136	244,859	-7.1	-0.5	1.5	1.1	1.0
Δανία	202,477	240,419	237,655	18.7	-1.1	1.1	1.1	1.0
Ισραήλ	212,466	197,009	115,868	-7.3	-41.2	1.2	0.9	0.5
Αυστραλία	129,112	183,080	183,165	41.8	0.0	0.7	0.8	0.8
Φινλανδία	139,341	166,251	149,894	19.3	-9.8	0.8	0.8	0.6
Καναδάς	186,701	145,720	182,299	-21.9	25.1	1.0	0.7	0.8
Ισπανία	91,988	136,232	93,624	48.1	-31.3	0.5	0.6	0.4
Ουγγαρία	80,623	89,064	146,380	10.5	64.4	0.4	0.4	0.6
Λοιπά Κράτη	524,301	801,348	860,120	52.8	7.3	2.9	3.6	3.6
<b>Σύνολο</b>	<b>17,919,580</b>	<b>22,033,463</b>	<b>23,599,455</b>	<b>23</b>	<b>7.1</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

**ΠΙΝΑΚΑΣ 3:** Οι χώρες προέλευσης του εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα  
(Πηγή: Sete Intelligence)

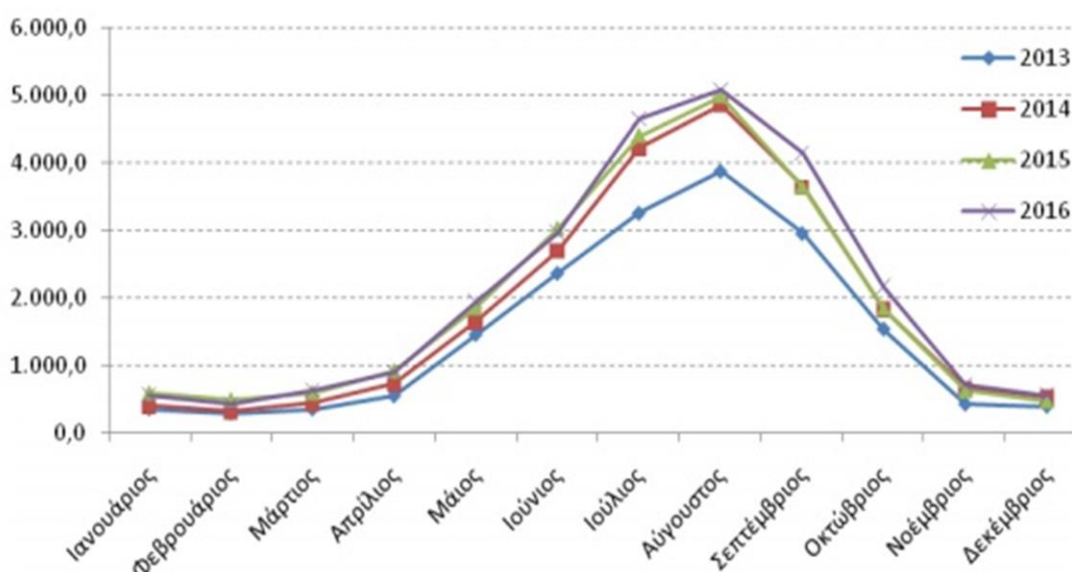
### 1.3.4 Η ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΚΙΝΗΣΗΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Χαρακτηριστικό του ελληνικού τουρισμού που αποτελεί ταυτόχρονα μεγάλη του αδυναμία είναι τα έντονα φαινόμενα εποχικότητας που παρουσιάζει. Με άλλα λόγια, η συγκέντρωση των τουριστών κατά τους θερινούς μήνες είναι αρκετά υψηλή, ενώ κατά τους μήνες Νοέμβριο- Μάρτιο η τουριστική κίνηση είναι ιδιαίτερα χαμηλή. Με την έναρξη της άνοιξης, αρχίζουν οι πρώτες επισκέψεις, με πρώτο σε αφίξεις προορισμό την Αθήνα, για να εκτοξευθούν τον Ιούνιο- Σεπτέμβρη στην νησιωτική Ελλάδα και να ακολουθήσουν πάλι καθοδική πορεία. Κατά καιρούς έχουν γίνει αξιόλογες προσπάθειες για την αντιμετώπιση του φαινομένου της εποχικότητας από τους αρμόδιους φορείς με την επανατοποθέτηση και ανάδειξη του ελληνικού τουριστικού προϊόντος στην διεθνή αγορά αλλά οι προσπάθειες ήταν άκαρπες, καθώς ο ελληνικός προορισμός παραμένει τόπος θερινών διακοπών.

Το φαινόμενο της εποχικότητας αναγνωρίζεται ως ένα από τα πιο εμφανή χαρακτηριστικά του ελληνικού τουρισμού. Σύμφωνα με τα στοιχεία της ΕΛ.ΣΤΑΤ. κατά το 2010, το 70,4% των συνολικών διανυκτερεύσεων (ημεδαπών και αλλοδαπών) σε καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου πραγματοποιήθηκε κατά το διάστημα Ιουνίου-Σεπτεμβρίου. Το ποσοστό αυτό εμφάνισε αυξητική τάση μέχρι το 2013, οπότε διαμορφώθηκε στο 72,6%, για να παρουσιάσει μια κάμψη από το 2014 και μετά και να διαμορφωθεί στο 70,7% το 2015. Μάλιστα, σε πρόσφατη μελέτη του Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων (ΙΤΕΠ), προέκυψε ότι η εποχικότητα του τουρισμού στην Ελλάδα είναι πιο έντονη σε σχέση με ανταγωνίστριες χώρες Ιταλία, Ισπανία, Πορτογαλία, Κύπρος.

Όπως αποτυπώνεται και στο διάγραμμα που ακολουθεί, το μερίδιο των τουριστών που επισκέπτεται τη χώρα μας κατά τη θερινή περίοδο (Ιούν.-Σεπτ.) παραμένει αμετάβλητο και κυμαίνεται γύρω στο 70% κατά την 4ετία 2013-2016. Οι διακυμάνσεις που παρατηρούνται στον δείκτη εποχικότητας των αφίξεων κατά την περίοδο αυτή είναι οριακές και δείχνουν ότι η εποχικότητα στη χώρα μας εξακολουθεί να αποτελεί δομικό πρόβλημα του ελληνικού τουρισμού.

## ΕΞΕΛΙΞΗ ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑΣ 2013-2016



**ΓΡΑΦΗΜΑ 1:** Η εξέλιξη της εποχικότητας στον Ελληνικό τουρισμό, 2013- 2016  
(Πηγή: ΕΛ.ΣΤΑΤ. Έρευνα Συνόρων ΤτΕ, Έρευνα ΞΕΕ. Επεξεργασία ΙΤΕΠ)

Οι επισκέπτες με την υψηλότερη εποχικότητα στην χώρα μας προέρχονται από την Τσεχία, την Πολωνία, τη Νορβηγία, την Αυστρία, την Ιταλία και τη Δανία, ενώ τη χαμηλότερη εμφανίζουν οι τουρίστες από την Κύπρο, την Ιαπωνία, την Τουρκία, την Κίνα, τη Βουλγαρία και τις ΗΠΑ. Επιπρόσθετα, οι χώρες Γερμανία, Βρετανία, Γαλλία και Ιταλία, οι οποίες αποτελούν τους καλύτερους “πελάτες” του ελληνικού προϊόντος σε καταλύματα (ως σύνολο αντιπροσωπεύουν το 39,4% των αφίξεων), εμφανίζουν εποχικότητα πιο υψηλή σε σχέση με τη μέση εποχικότητα του εισερχόμενου τουρισμού<sup>8</sup>.

Οι περιφέρειες με την εντονότερη εποχικότητα είναι τα Ιόνια Νησιά, το Νότιο Αιγαίο και η Κρήτη ενώ οι Περιφέρειες Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης, Ηπείρου και Αττικής εμφανίζουν τη χαμηλότερη.

Παρά την αύξηση των αφίξεων που πραγματοποιήθηκαν τα έτη 2015 και 2016, ο ελληνικός τουρισμός δεν εμφάνισε σημάδια εξάλειψης της εποχικότητας, αντιθέτως, παρέμεινε έντονη και αμετάβλητη, επηρεάζοντας ταυτόχρονα την εποχικότητα των εισπράξεων. Συμπεραίνουμε λοιπόν ότι η αύξηση της τουριστικής ζήτησης στο ήδη υπάρχον τουριστικό

<sup>8</sup> Πηγή: Έρευνα ΙΤΕΠ: Η Εποχικότητα του Τουρισμού στην Ελλάδα

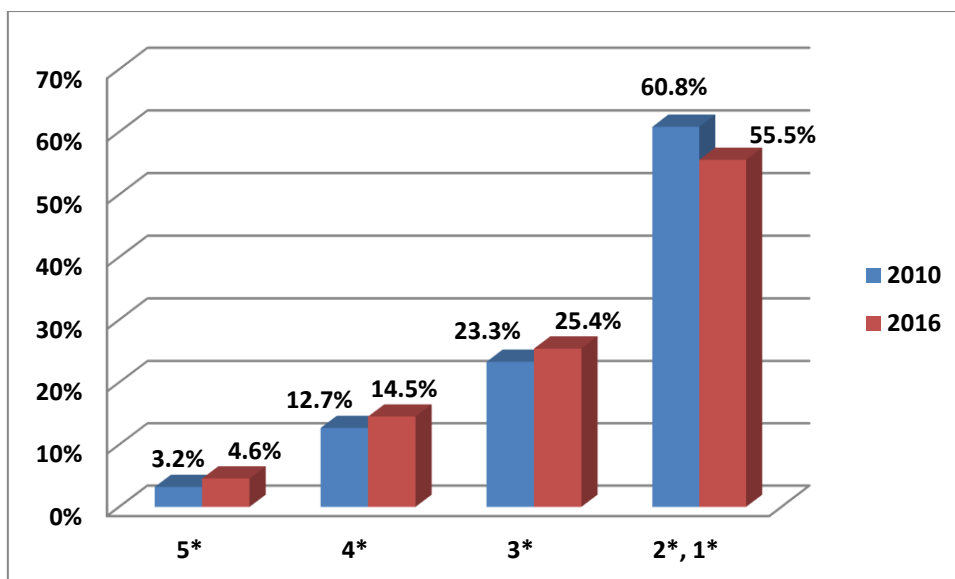
μοντέλο της χώρας, το λεγόμενο “ήλιος και θάλασσα”, δεν επιφέρει θετικά αποτελέσματα στην αντιμετώπιση του φαινομένου αυτού.

Η ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού μπορεί να αποτελέσει μια λύση στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και στην ενίσχυση του τουριστικού προϊόντος αλλά όχι σε τέτοιο βαθμό, ώστε να εξαλείψει το «αγκάθι» της εποχικότητας και να επαναπροσδιορίσει την ταυτότητα του ελληνικού προϊόντος. Η ενίσχυση του τουρισμού, κατά τους χειμερινούς μήνες, είναι έργο δύσκολο και απαιτεί μεγάλη προσπάθεια, καθώς η Ελλάδα, δεν είναι μέρος που ενδείκνυται για χειμερινό τουρισμό.

### **1.3.5 ΤΟ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ**

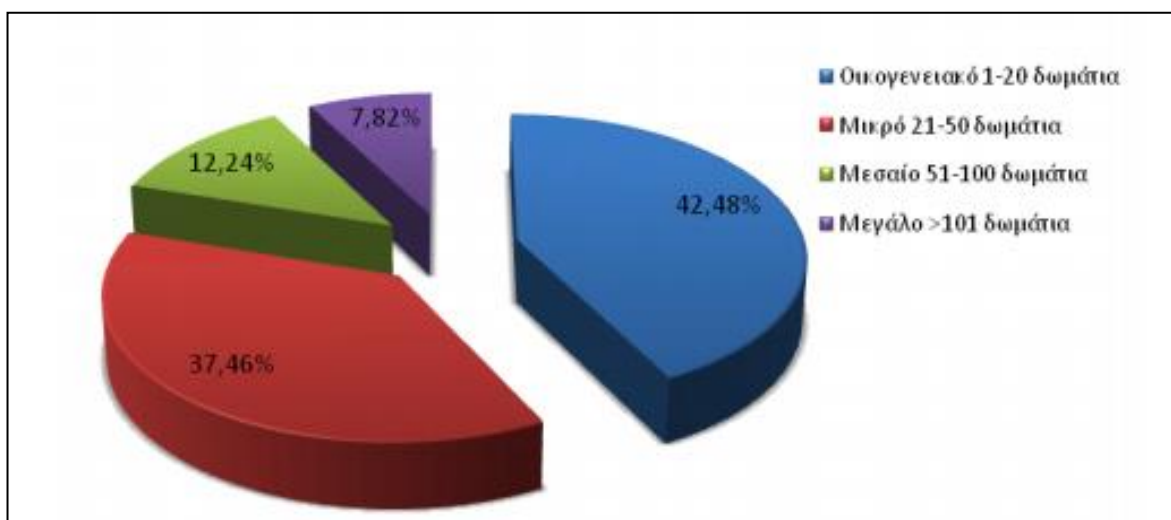
Το ξενοδοχειακό δυναμικό της χώρας για το έτος 2016, σύμφωνα με το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος, αντιστοιχεί σε 9730 μονάδες και 788.553 κλίνες. Παρατηρείται ωστόσο ένα μεγάλο ποσοστό συγκέντρωσης της προσφοράς σε μόνο 4 περιοχές της χώρας. Έτσι, το 70% της συνολικής προσφοράς κατέχουν η περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου (24,5%), η Κρήτη (22,1%) η Κεντρική Μακεδονία(11,8%) και τα Ιόνια Νησιά (11%).

Από το 2010 μέχρι το 2016, η ξενοδοχειακή υποδομή δεν έχει αλλάξει ποσοτικά. Αλλαγές παρατηρούμε στην ποιότητα των μονάδων η οποία αναβαθμίστηκε σημαντικά καθώς αυξήθηκε ο αριθμός των ξενοδοχείων που κατατάσσονται στις κατηγορίες των πέντε, τεσσάρων και τριών αστέρων. Ανά την επικράτεια ανακαινίστηκαν πολλές μονάδες, ενώ νέες μονάδες υψηλού επιπέδου υπηρεσιών ξεκίνησαν την λειτουργία τους. Παράλληλα σημειώνεται μείωση σε εκείνα των χαμηλότερων προδιαγραφών. Το ξενοδοχειακό δυναμικό της χώρας έχει αναβαθμιστεί θεαματικά ενώ παράλληλα και το μέσο μέγεθος των ξενοδοχείων παρουσιάζει μια σταθερά αυξητική πορεία. Οι εξελίξεις αυτές δείχνουν ότι το ξενοδοχειακό δυναμικό της χώρας, όχι μόνο ανανεώνεται αλλά αναβαθμίζεται σημαντικά, προσαρμοζόμενο στις απαιτήσεις των καιρών και των πελατών του.



**ΓΡΑΦΗΜΑ 2:** Κατανομή ξενοδοχείων με βάση την κατηγορία, 2010-2016 (Πηγή: Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος)

Όπως φαίνεται και στο Γράφημα 3 που ακολουθεί, περίπου το 80% των ξενοδοχειακών μονάδων αφορούν οικογενειακά ή μικρά ξενοδοχεία με δυναμικότητα μέχρι 50 δωμάτια. Η γενική αναβάθμιση, όμως, που παρατηρείται στο ξενοδοχειακό δυναμικό της χώρας, εμφανίζεται και στο αυξανόμενο ποσοστό των οικογενειακών ξενοδοχείων (1-20 δωμάτια) που ανήκουν στην κατηγορία των 5 αστερών<sup>9</sup>.



**ΓΡΑΦΗΜΑ 3:** Κατανομή ξενοδοχείων με βάση το μέγεθος, 2016 (Πηγή: Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος 2016, Επεξεργασία ΙΤΕΠ)

<sup>9</sup> Πηγή: Μελέτη Ινστιτούτου Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων (ΙΤΕΠ) : Διάρθρωση και Χαρακτηριστικά του Ξενοδοχειακού Κλάδου στην Ελλάδα, 2016

Με βάση τα στοιχεία της έρευνας πεδίου του Ινστιτούτου Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων (ΙΤΕΠ), για το 2016, προκύπτει ότι περίπου το 95% των ξενοδοχείων πέτυχαν πληρότητες μέχρι 90% το Μάιο μήνα και μόνο το 5% των ξενοδοχείων πέτυχε πληρότητες από 91%-100%. Αντίθετα, τον Αύγουστο, το ποσοστό των ξενοδοχείων που πέτυχαν πληρότητες από 91%-100% ανέρχεται σε 43% περίπου.

Όσον αφορά την ποιότητα της παρεχόμενης τουριστικής υπηρεσίας και την ικανοποίηση των τουριστών από τα ελληνικά ξενοδοχεία, όπως φαίνεται στο παρακάτω γράφημα, διαχρονικά εμφανίζεται σημαντικά υψηλότερη από την αντίστοιχη σε διεθνώς ανταγωνιστικούς προορισμούς.



**ΓΡΑΦΗΜΑ 4:** Δείκτης ποιότητας Ελληνικών ξενοδοχείων (Πηγή: ReviewPro, επεξεργασία SETE Intelligence)

Τέλος, σύμφωνα με έκθεση του 2015 από το World Economic Forum, η Ελλάδα βρίσκεται στη λίστα των 30 «ακριβότερων» προορισμών και συγκεκριμένα κατέχει την 29η θέση. Με αφορμή την ανάλυση του ανταγωνισμού στον τουριστικό κλάδο αξιολογήθηκαν 141 χώρες με κριτήρια το κόστος διαμονής, το κόστος παραμονής, τους φόρους αεροδρομίων και λοιπές χρεώσεις συγκριτικά με το επίπεδο των παροχών που προσφέρεται από την κάθε χώρα. Σε επίπεδο τιμών, η μέση τιμή των δωματίων παρουσιάζει σταθερές αυξήσεις τα τελευταία χρόνια, με μόνη εξαίρεση το 2013, όπου σημειώνεται μείωση. Η μείωση αυτή είχε ως αποτέλεσμα την αύξηση της πληρότητας σε όλες τις κατηγορίες των καταλυμάτων. Σε γενικές γραμμές, η μέση τιμή των δωματίων διαφέρει από μήνα σε μήνα. Ως προορισμό θερινών διακοπών είναι αναμενόμενο να παρατηρείται μεγάλη διαφορά από το Μάιο έως τον Σεπτέμβριο συγκριτικά με τους υπόλοιπους μήνες του έτους. Ειδικότερα τους μήνες Ιούλιο-Αύγουστο οι τιμές φτάνουν στο μέγιστό τους, όπως άλλωστε και η τουριστική ζήτηση, γι' αυτό και θεωρείται η 'high season' για τον τουρισμό στη χώρα μας.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ- ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΓΚΟΛΦ

### 2.1 ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Μία μορφή του εναλλακτικού τουρισμού αποτελεί ο αθλητικός τουρισμός ο οποίος συνδυάζει τον αθλητισμό με την επιθυμία για διακοπές. Κίνητρο ενός αθλητικού τουρίστα είναι η συμμετοχή ή παρατήρηση αθλητικών γεγονότων όπως για παράδειγμα είναι η ιππασία, το τένις, το γκολφ ή και η συμμετοχή σε διάφορα προγράμματα γυμναστικής και πεζοπορίας.

Ο όρος αθλητικός τουρισμός άρχισε να χρησιμοποιείται λίγο μετά το 1970 με σκοπό να περιγράψει την ειδική μορφή τουρισμού που συνδυάζεται με την αθλητική δραστηριότητα. Σύμφωνα με τους Standeven & De Knop (1999) αποτελεί: «την ενεργητική και παθητική ανάμειξη με αθλητική δραστηριότητα, τη συμμετοχή σε τυχαία ή οργανωμένη δραστηριότητα, τις εμπειρίες για μη εμπορικούς ή επαγγελματικούς/εμπορικούς λόγους, και τα ταξίδια αναψυχής μακριά από το σπίτι και την εργασία».

Ο αθλητικός τουρισμός κατηγοριοποιείται ως εξής<sup>10</sup>:

- I. τον ενεργό αθλητικό τουρισμό (συμμετοχή σε φυσικές δραστηριότητες),
- II. τον αθλητικό τουρισμό θεάματος (παρακολούθηση αθλητικών δραστηριοτήτων) και
- III. το νοσταλγικό αθλητικό τουρισμό (επίσκεψη μνημείων που σχετίζονται με την αθλητική δραστηριότητα).

Μετάπειτα, σε έρευνα που πραγματοποιήθηκε από τους Gammon & Robinson<sup>11</sup>, επισημαίνεται ότι αυτός ο διαχωρισμός δεν είναι αποκλειστικός και είναι απαραίτητες περαιτέρω έρευνες που θα αφορούν την εξέταση των κινήτρων των τουριστών αυτών με περισσότερες κατηγορίες-ομάδες. Στην ίδια έρευνα πρότειναν επίσης επιπλέον δύο διαχωρισμούς αυτής της μορφής τουρισμού, το “σκληρό” αθλητικό τουρισμό και το “μαλακό” αθλητικό τουρισμό (Hard and Soft Sport Tourism).

Ο "σκληρός" ορισμός του αθλητικού τουρισμού αναφέρεται στα άτομα εκείνα που συμμετέχουν σε ανταγωνιστικές αθλητικές εκδηλώσεις. Οι Ολυμπιακοί Αγώνες, το

---

<sup>10</sup> Gibson et al., 1998

<sup>11</sup> Gammon & Robinson, 2003

Παγκόσμιο Κύπελλο της FIFA και το Grand Prix F1 θα μπορούσαν να περιγραφούν ως σκληρός αθλητικός τουρισμός.

Ο "μαλακός" ορισμός του αθλητικού τουρισμού χρησιμοποιείται όταν ο τουρίστας ταξιδεύει για να συμμετάσχει σε αθλητικές δραστηριότητες. Η πεζοπορία, το σκι και το κανό μπορεί να χαρακτηριστεί ως μαλακός αθλητικός τουρισμός. Ίσως η πιο κοινή μορφή μαλακού αθλητικού τουρισμού περιλαμβάνει το γκολφ σε σχέση με προορισμούς στην Ευρώπη και τις Ηνωμένες Πολιτείες. Πολλοί άνθρωποι ενδιαφέρονται να παίξουν σε γήπεδα με τις υψηλότερες βαθμολογίες στον κόσμο.

Ο αθλητικός τουρισμός θεωρείται σύγχρονο φαινόμενο και μόλις τα τελευταία χρόνια άρχισε να αντιμετωπίζεται ως αυτόφωτο κομμάτι της τουριστικής και της αθλητικής βιομηχανίας αλλά και να αποκτά ακαδημαϊκή οντότητα<sup>12</sup>.

Ο αθλητισμός έχει τεράστιο παγκόσμιο αντίκτυπο. Πάνω από 80 παγκόσμια πρωταθλήματα και παιχνίδια πολλαπλών σπορ πραγματοποιήθηκαν το 2015, με τη συμμετοχή εκατομμύρια θεατών και δισεκατομμύρια ώρες κάλυψης από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης. Η εταιρία Sportcal<sup>13</sup> μέσω της έρευνας που πραγματοποίησε κατέγραψε 83 παγκόσμιες αθλητικές διοργανώσεις που φιλοξενήθηκαν σε 118 πόλεις και 38 χώρες. Μόνο σε αυτές, συμμετείχαν πάνω από 70000 αθλητές και 13 εκατομμύρια θεατές και δημιούργησαν τεράστιο οικονομικό αντίκτυπο στις πόλεις τους. Σύμφωνα με ορισμένες αναφορές, το Παγκόσμιο Κύπελλο Ράγκμπι παρήγαγε οικονομικό αντίκτυπο πάνω από 3 δισεκατομμύρια δολάρια. Σύμφωνα με την ανάλυση της, αυτές οι 83 εκδηλώσεις δημιούργησαν πιθανή καθαρή επίδραση ύψους 400 εκατομμυρίων δολαρίων και ενίσχυσαν τον τουρισμό κατά 2 δισεκατομμύρια δολάρια.

Στον ελληνικό χώρο, ο αθλητικό τουρισμούς εμφανίζεται με τις εξής μορφές<sup>14</sup>:

1. Προπονητικός τουρισμός/ επαγγελματικές ομάδες. Εδώ συγκαταλέγονται οι επαγγελματίες, ομάδες ή αθλητές και όλοι οι παράγοντες - συνοδοί κ.λ.π. που

---

<sup>12</sup> Ατσαλάκης, 2007

<sup>13</sup> Η Sportcal παρέχει λεπτομερή αθλητικά δεδομένα, αναλύσεις και πληροφορίες που καλύπτουν πάνω από 190 χώρες, καλύπτοντας το 97% του πλανήτη.

<sup>14</sup> Πηγή: «ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΑΝΑΨΥΧΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ», Ελένη Γλυνιά, Υποψήφια Διδάκτωρ ΔΠΘ- Διδάσκουσα ΤΕΦΑΑ/Α.Π.Θ, Εισήγηση στο πλαίσιο του Αναπτυξιακού Συνεδρίου Νομού Σερρών 2003



έρχονται για εγκλιματισμό ή προπόνηση σε έναν προορισμό και δημιουργούν τουριστική κίνηση. Αυτό συμβαίνει συνήθως 1 χρόνο πριν από ένα σημαντικό αθλητικό γεγονός στον προορισμό όπου έχει προγραμματιστεί ένα μεγάλο αθλητικό γεγονός ή σε άλλο προορισμό με παρόμοιες συνθήκες.

2. Παρακολούθηση - θέαση γεγονότων. Στην κατηγορία αυτή συγκαταλέγονται οι φίλαθλοι επισκέπτες που με κεντρικό άξονα την παρακολούθηση του αθλητικού γεγονότος, δημιουργούν τουριστική δραστηριότητα. Χρησιμοποιούν πρακτορεία επισκέπτονται φιλοξενούσες πόλεις και περιοχές, τουριστικά λεωφορεία, καταναλώνουν σε εστιατόρια, αγοράζουν ενθύμια
3. Συμμετοχή σε μεγάλα γεγονότα. Στην κατηγορία αυτή ανήκουν μικρότερης έκτασης αθλητικά γεγονότα, όπως οι μαραθώνιοι πόλεων, τα τοπικά αθλητικά τουρνουά, οι πολυήμερες εκδηλώσεις υπαίθριων δραστηριοτήτων, οι δρόμοι προσανατολισμού στα δάση, όπου η συμμετοχή είναι συνήθως ανοιχτή και μαζική, κ.α.
4. Υπαίθριες δραστηριότητες. Αφορά σε εκδρομείς ρημέρου- Σαββατοκύριακου συνήθως άνθρωποι της πόλης, που εξορμούν για πολλαπλά σπορ και οικοπολιτιστικές δραστηριότητες. Που; συνήθως σε προστατευόμενες ή φυσικές περιοχές, ή για σκι και ορειβασία σε χειμερινά θέρετρα το χειμώνα ή για μπάνιο, σερφ κλπ. σε παραθαλάσσια θέρετρα το καλοκαίρι.
5. Άθληση - ψυχαγωγία ξενοδοχείων. Ο αθλητισμός αναψυχής ή αθλητική αναψυχή αφορά στις ειδικές δραστηριότητες που διοργανώνουν οι μεγάλες κυρίως ξενοδοχειακές μονάδες. Στην Ελλάδα συνδυάζεται σε μεγάλο ποσοστό με πολιτιστικές, επιμορφωτικές αλλά και περιβαλλοντικές δραστηριότητες. Δραστηριότητες στις οποίες συμμετέχουν ενεργητικά άτομα διάφορων ηλικιών, των οποίων όμως η ενασχόληση δεν εμπίπτει στις κατηγορίες του επαγγελματικού και ερασιτεχνικού αθλητισμού .

Οι εταιρίες που αναπτύσσονται και ασχολούνται με τον αθλητικό τουρισμό στην Ελλάδα κατατάσσονται στις εξής κατηγορίες:<sup>15</sup>

α) Εταιρείες υπαίθριων δραστηριοτήτων, με μεγάλη πρόοδο και υιοθέτηση συστημάτων συνεργασίας franchising. Επίσης εταιρείες που ειδικεύονται σε ταξίδια κινήτρων και σε εταιρικά ταξίδια για στελέχη επιχειρήσεων.

β) Εταιρείες θαλάσσιων σπορ και αθλημάτων περιπέτειες (λειτουργούν εποχικά με άδεια από το Λιμεναρχείο και εξυπηρετούν τις ανάγκες των παραθεριστών και πελατών ξενοδοχείων).

γ) Λουτροπόλεις και ξενοδοχεία με κέντρα θαλασσοθεραπείας, όπου λειτουργούν εξοπλισμένα γυμναστήρια με ειδικευμένο προσωπικό.

δ) Εταιρείες που εκπονούν προγράμματα φιλοξενίας και προετοιμασίας ομάδων και αθλητών. Επίσης προπονητικά κέντρα, κ.α.

Ο αθλητισμός εξελίσσεται σε έναν από τους ταχύτερα αναπτυσσόμενους τομείς του τουρισμού, παρουσιάζει μεγάλες δυνατότητες εξέλιξης και μπορεί να επιφέρει σημαντικά οφέλη στους προορισμούς που διοργανώνουν αθλητικά γεγονότα. Κατά συνέπεια, κύρια θέση στην στρατηγική πολλών χωρών πλέον, καταλαμβάνει η προσέλκυση αθλητικών γεγονότων όπως οι Ολυμπιακοί Αγώνες ή το Παγκόσμιο Κύπελλο Ποδοσφαίρου. Εμάς ωστόσο, θα μας απασχολήσει ως πτυχή του αθλητικού τουρισμού ο τουρισμός γκολφ.

---

<sup>15</sup> Πηγή: «ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΑΝΑΨΥΧΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ», Ελένη Γλυσιά, Υποψήφια Διδάκτωρ ΔΠΘ- Διδάσκουσα ΤΕΦΑΑ/Α.Π.Θ, Εισήγηση στο πλαίσιο του Αναπτυξιακού Συνεδρίου Νομού Σερρών 2003

## 2.2 ΤΟ ΓΚΟΛΦ ΚΑΙ Η ΑΓΟΡΑ ΓΚΟΛΦ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ

Η προέλευση του γκολφ, ανεξάρτητα από τον τόπο ή τους τόπους όπου παιζόταν για πρώτη φορά, σχετίζεται με τη Σκωτία και το έτος 1522, όταν ιδρύθηκε η Βασιλική και η Αρχαία Λέσχη του St. Andrews<sup>16</sup>. Αναγνωρίστηκε ως άθλημα και κοινωνική πρακτική από τα μέσα του 16ου αιώνα, ακόμη και αν ήταν αρκετά περιορισμένη σε πλουσιότερες κοινωνικές τάξεις. Στην Ευρώπη και την Ασία το γκολφ επεκτάθηκε μέσω της αποικιοκρατίας και των μεταναστών από Σκωτία και Αγγλία. Μέχρι το τέλος του 19ου αιώνα το άθλημα ήταν ήδη γνωστό σε όλο τον κόσμο, εκτός από τις Ηνωμένες Πολιτείες, όπου η αναγνώριση έφτασε στον 20ο αιώνα. Μεγάλος σταθμός στην εξέλιξη του γκολφ ήταν η διάδοσή του στις Ηνωμένες Πολιτείες, με μαζική κατασκευή γηπέδων γκολφ στη χώρα αυτή. Ήταν ο John Reid<sup>17</sup> από την Σκωτία ο οποίος ήταν υπεύθυνος για την εισαγωγή και προώθηση του γκολφ στις Ηνωμένες Πολιτείες.

Θεωρείται παιχνίδι της αριστοκρατίας περισσότερο κι από το τένις, επειδή αφενός απαιτεί πολύ χρόνο και αφετέρου τόσο ο εξοπλισμός για το παιχνίδι όσο και η διαμόρφωση των χώρων που αυτό διεξάγεται είναι αρκετά δαπανηρά<sup>18</sup>.

Το γκολφ αποτελεί παγκόσμιο άθλημα, με το παιχνίδι να παίζεται σε περισσότερες από 200 χώρες. Επιπλέον, η εισαγωγή του γκολφ στους Ολυμπιακούς Αγώνες του 2016 στη Βραζιλία προκάλεσε αναμφίβολα ενδιαφέρον για το παιχνίδι παγκοσμίως. Το γκολφ υπήρξε ολυμπιακό άθλημα μόνο σε δύο Ολυμπιάδες: το 1900 στο Παρίσι και το 1904 στο Σεντ Λούις των ΗΠΑ. Στη συνέχεια αφαιρέθηκε από το ολυμπιακό πρόγραμμα, ως επαγγελματικό άθλημα. Ωστόσο το γκολφ επέστρεψε στους Ολυμπιακούς Αγώνες του Ρίο ύστερα από 112 χρόνια, θα διεξαχθεί και το 2020 στο Τόκιο). Διεξάγεται επίσης σε διοργανώσεις, όπως η Πανεπιστημιάδα, οι Μεσογειακοί Αγώνες και οι Αγώνες της Κοινοπολιτείας

Το 2016 η KPMG<sup>19</sup> Golf Advisory Practice πραγματοποίησε πανευρωπαϊκή έρευνα για την καλύτερη κατανόηση της ζήτησης στο γκολφ και της προσφοράς γηπέδων για το

---

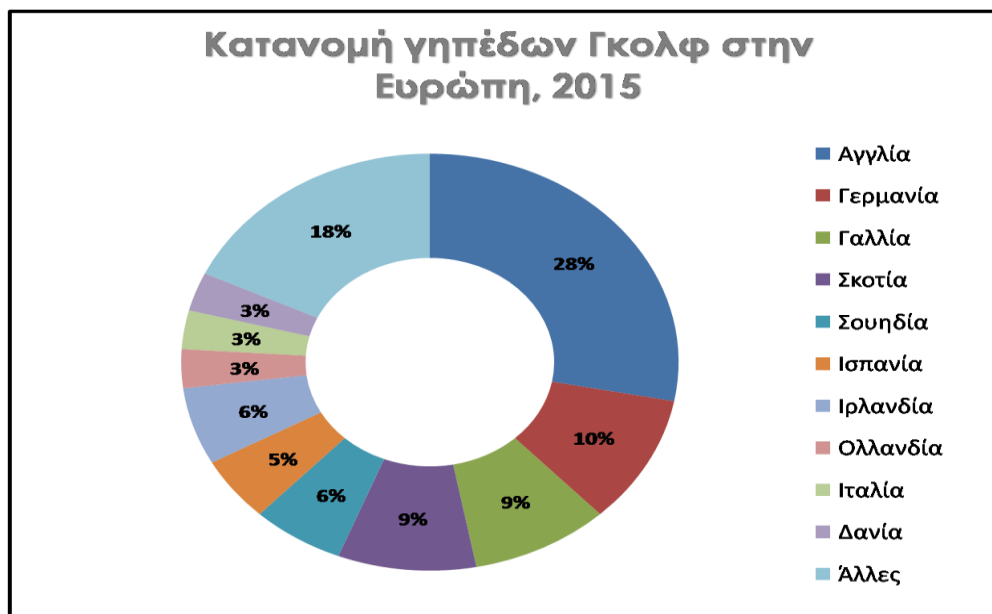
<sup>16</sup>Πηγή: <https://el.wikipedia.org/wiki/Γκολφ>

<sup>17</sup> Σκωτσέζος επαγγελματίας παίκτης γκολφ

<sup>18</sup>Πηγή: <https://el.wikipedia.org/wiki/Γκολφ>

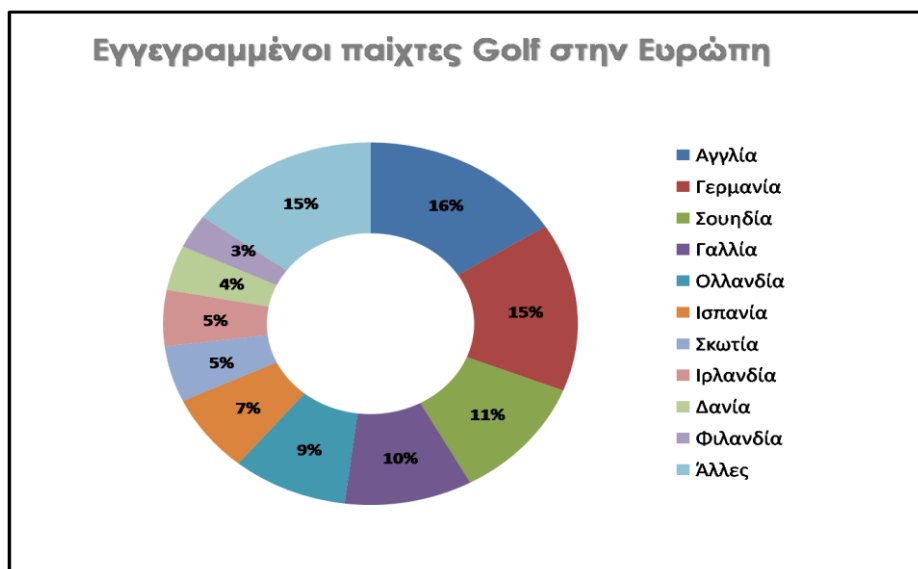
2015. Τα στοιχεία που παρουσιάζονται στην έρευνα αφορούν τα έτη 2014- 2015, συλλέχθηκαν σε συνεργασία με ενώσεις και οργανισμούς γκολφ και παρέχουν πληροφορίες σχετικά με την ζήτηση από εγγεγραμμένους παίκτες. Όσον αφορά τις δεδομένα σχετικά με την προσφορά φορούν γήπεδα γκολφ με τουλάχιστον 9 τρύπες.

Στην Ευρώπη υπάρχουν πάνω από 4.1 εκατομμύρια εγγεγραμμένοι παίκτες γκολφ και περίπου 7000 γήπεδα. Στα διαγράμματα που ακολουθούν παρουσιάζονται οι 10 μεγαλύτερες ευρωπαϊκές αγορές που εκπροσωπούν το 85% του συνόλου των εγγεγραμμένων παικτών γκολφ και το 82% των γηπέδων. Και στις δύο περιπτώσεις η Αγγλία είναι η χώρα με τα μεγαλύτερα ποσοστά, 16% και 28% της συνολικής ζήτησης και προσφοράς στην Ευρώπη αντίστοιχα, και ακολουθεί η Γερμανία με 15% και 10% αντίστοιχα.



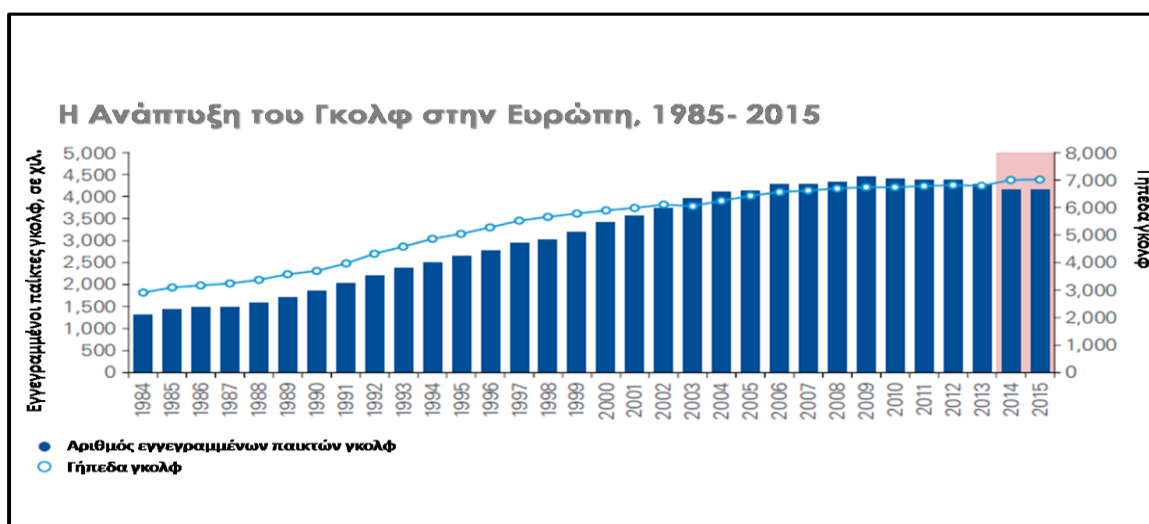
**ΓΡΑΦΗΜΑ 5:** Κατανομή γηπέδων γκολφ στις χώρες της Ευρώπης, 2015 (Πηγή: Τοπικές ενώσεις γκολφ με την επεξεργασία της KPMG)

<sup>19</sup> Η KPMG είναι μια επαγγελματική εταιρεία παροχής υπηρεσιών. Παρέχει Ελεγκτικές, Φορολογικές και Συμβουλευτικές υπηρεσίες



**ΓΡΑΦΗΜΑ 6:** Κατανομή εγγεγραμμένων παικτών γκολφ στην Ευρώπη, 2015 (Πηγή: Τοπικές ενώσεις γκολφ με την επεξεργασία της KPMG)

Η ευρωπαϊκή αγορά γκολφ γνώρισε σταθερή ανάπτυξη για 25 χρόνια μέχρι την αιχμή της, που συνέβη το 2009 κατά τη διάρκεια της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης. Μέχρι εκείνη τη χρονιά, η μέση ετήσια αύξηση του αριθμού των παικτών γκολφ ήταν περίπου 5%, ενώ η προσφορά αυξανόταν κατά μέσο όρο κατά 3% ετησίως. Στο χρονικό διάστημα μεταξύ του 2009 και του 2013, η συμμετοχή μειώθηκε κατά 4% ενώ ανάμεσα στο 2014 και 2015 εμφανίζεται μια ελάχιστη πτώση της τάξεως του 0.3%. Οι μεταβολές αυτές εμφανίζονται στο παρακάτω γράφημα.



**ΓΡΑΦΗΜΑ 7:** Η ανάπτυξη του Γκολφ στην Ευρώπη, 1985- 2015 (Πηγή: Τοπικές ενώσεις γκολφ με την επεξεργασία της KPMG<sup>20</sup>)

<sup>20</sup> Για την περίοδο 1985-2013 τα δεδομένα προήλθαν από τον Ευρωπαϊκό Σύνδεσμο Γκολφ (European Golf Association)

## 2.2.1 Η ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΑΙΚΗ ΑΓΟΡΑ

Σύμφωνα με την έρευνα, η προσφορά γηπέδων γκολφ το 2015 αυξήθηκε κατά 0.2% από το 2014, ποσοστό που αντιστοιχεί σε 16 καταστάσεις. Μια διακύμανση που φαίνεται ελάχιστη ωστόσο πιθανότατα προκύπτει από τον αριθμό των νέων γηπέδων σε συνδυασμό με τα γήπεδα που κλείνουν ή διακόπτουν την συνεργασία με τις τοπικές οργανώσεις γκολφ. Η Αγγλία εξακολουθεί να αποτελεί τη μεγαλύτερη αγορά παρόλο που το 2015 η Αγγλική Ένωση Γκολφ ανακοίνωσε μείωση των γηπέδων. Οι χώρες που σημείωσαν την μεγαλύτερη αύξηση την περίοδο 2014- 2015 ήταν η Ολλανδία (+8), η Σλοβακία (+4) και η Λιθουανία (+4).

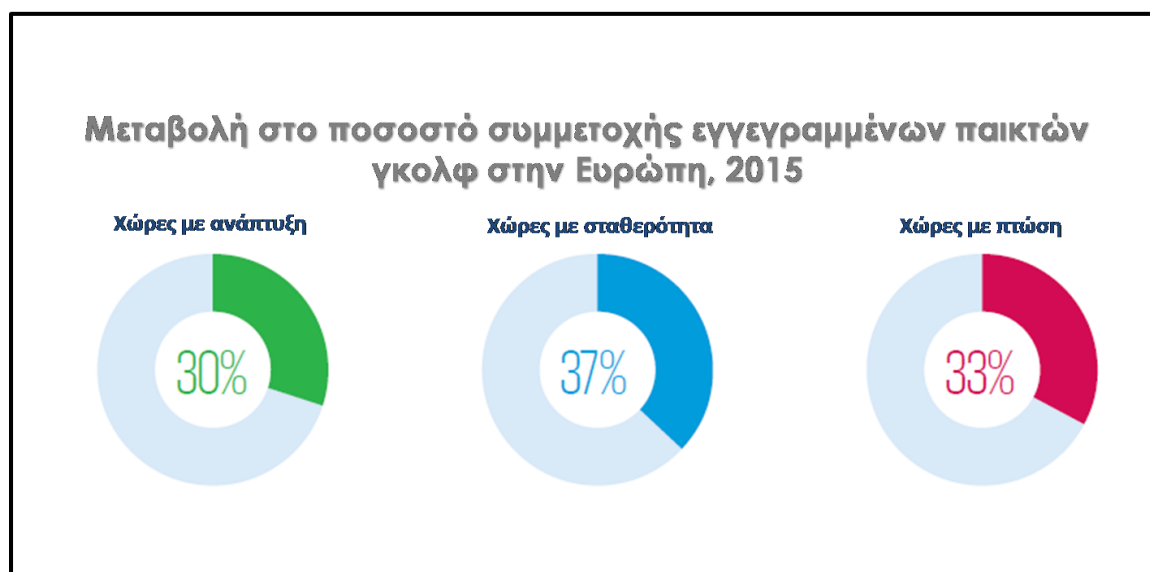
Παρακάτω εμφανίζεται η προσφορά στην Ευρώπη σύμφωνα με τον πληθυσμό που αναλογεί σε κάθε γήπεδο γκολφ ανά χώρα. Οι ώριμες αγορές γκολφ τείνουν να έχουν λιγότερα από 25.000 άτομα ανά γήπεδο γκολφ. Ωστόσο, η Αγγλία με τα περισσότερα γήπεδα γκολφ στην Ευρώπη, βρίσκεται εκτός αυτής της κατηγορίας για μόλις 3000 άτομα. Η Ισλανδία και η Σκωτία είναι οι μόνες ευρωπαϊκές αγορές που έχουν λιγότερα από 10.000 άτομα ανά γήπεδο γκολφ αντίστοιχα.



**ΓΡΑΦΗΜΑ 8:** Προσφορά της Ευρωπαϊκής Αγοράς. Πληθυσμός ανά γήπεδο γκολφ, 2015 (Πηγή: Τοπικές ενώσεις γκολφ, European Golf Association και Economist Intelligence με την επεξεργασία της KPMG)

## 2.2.2 Η ΖΗΤΗΣΗ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΑΙΚΗ ΑΓΟΡΑ

Όσον αφορά την εξέλιξη της ζήτησης, η ευρωπαϊκή αγορά γκολφ εμφανίζει σημάδια σταθερότητας και ανάπτυξης για το 2015. Το 30% της συνολικής αγοράς παρουσιάζει ανάπτυξη στα ποσοστά συμμετοχής σε σύγκριση με την προηγούμενη χρονιά και το 37% παρέμεινε σταθερό.



**ΓΡΑΦΗΜΑ 9:** Η μεταβολή στο ποσοστό συμμετοχής των εγγεγραμμένων παικτών γκολφ στην Ευρώπη, 2015 (Πηγή: Τοπικές ενώσεις γκολφ με την επεξεργασία της KPMG)

Σύμφωνα με την έρευνα, η μείωση στη συμμετοχή σε κάποιες αγορές, δεν είναι συνδεδεμένη με την οικονομική κρίση, παρόλο που, όπως έχει ήδη αναφερθεί, το παιχνίδι είναι αρκετά δαπανηρό και θεωρείται ακριβό άθλημα, αλλά οφείλεται κυρίως σε τεχνικές δυσκολίες του παιχνιδιού.

Στη συνέχεια εμφανίζεται η ζήτηση στην ευρωπαϊκή αγορά όπου τα μεγαλύτερα ποσοστά συμμετοχής γκολφ έχουν η Ισλανδία, η Σουηδία, η Ιρλανδία, η Σκωτία, η Δανία, η Φιλανδία, η Ολλανδία, η Νορβηγία, η Ουαλία και η Αγγλία.

Η Ισλανδία με ποσοστό συμμετοχής 5% είναι η μόνη χώρα με μια ώριμη αγορά στην κατηγορία αυτή. Παρόλο που η Γερμανία είναι η δεύτερη μεγαλύτερη αγορά γκολφ στην Ευρώπη (τόσο από την άποψη του αριθμού των παικτών όσο και των γηπέδων), το ποσοστό συμμετοχής στο γκολφ είναι το τρίτο χαμηλότερο στις 10 κορυφαίες ευρωπαϊκές αγορές

γκολφ στο 0,8%. Η Τσεχική Δημοκρατία, η Εσθονία, η Σλοβακία και η Σλοβενία είναι οι μόνες χώρες της Κεντρικής και Ανατολικής Ευρώπης που εμφανίζουν αύξηση του ποσοστού συμμετοχής.



**ΓΡΑΦΗΜΑ 10:** Η ζήτηση την Ευρωπαϊκής αγοράς γκολφ. Ποσοστό συμμετοχής 2015 (Πηγή: Τοπικές ενώσεις γκολφ, European Golf Association και Economist Intelligence με την επεξεργασία της KPMG)

Σε αυτό το σημείο πρέπει να σημειωθεί και πάλι ότι τα παραπάνω ποσοστά προέρχονται από εγγεγραμμένους παίκτες γκολφ. Σύμφωνα με τις τοπικές οργανώσεις, η εγγραφή μελών εξακολουθεί να γίνεται λιγότερο ελκυστική για τους μη ανταγωνιστικούς παίκτες του γκολφ. Επί του παρόντος, παίκτες στην Μεγάλη Βρετανία, στην Ιρλανδία και τη Γαλλία, μεταξύ άλλων αξιοσημείωτων αγορών, δεν αισθάνονται την ανάγκη να είναι εγγεγραμμένοι στο παιχνίδι. Η ένωση γκολφ της Ουαλίας εκτιμά ότι υπάρχουν περίπου διπλάσιοι αριθμοί μη εγγεγραμμένων παικτών από εκείνους που είναι καταχωρημένοι.

Διάφορες τοπικές οργανώσεις γκολφ σημειώνουν μειώσεις στους εγγεγραμμένους παίκτες σε συγκεκριμένες ομάδες, για παράδειγμα παίκτες με ειδικές ανάγκες και αυτούς που παίζουν για λιγότερο από 5 χρόνια. Αυτή η ομάδα νεοεισερχόμενων, όπως περιγράφεται, τείνει να έχει λιγότερο διαθέσιμο χρόνο για να εξασκηθεί και να αντιμετωπίζει μεγαλύτερες δυσκολίες κατά το παιχνίδι, προκαλώντας τους να είναι πιο πιθανό να εγκαταλείψουν το άθλημα.



### 2.2.3 ΣΥΝΔΙΑΣΜΟΣ ΖΗΤΗΣΗΣ - ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ ΚΑΙ ΠΡΟΦΙΛ ΕΥΡΩΠΑΙΟΥ ΠΑΙΚΤΗ ΓΚΟΛΦ

Η Ολλανδία και η Σουηδία είναι οι μόνες Ευρωπαϊκές χώρες που έχουν περισσότερους από 1.000 παίκτες ανά γήπεδο γκολφ αντίστοιχα. Ακολουθούν η Ελβετία και η Φινλανδία με 933 και 918 παίκτες γκολφ ανά γήπεδο γκολφ αντίστοιχα. Η Ουαλία και η Ιρλανδία είναι οι μόνες από τις ώριμες αγορές σε όρους πληθυσμού ανά γήπεδο γκολφ για να έχουν ένα μοναδικό γήπεδο γκολφ διαθέσιμο σε λιγότερους από 300 παίκτες του γκολφ. Ακολουθεί η απεικόνιση των παραπάνω στατιστικών.



**ΓΡΑΦΗΜΑ 11:** Συνδυασμός προφοράς και ζήτησης γκολφ της ευρωπαϊκής αγοράς. Παίκτες γκολφ ανά γήπεδο γκολφ, 2015 (Πηγή: Τοπικές ενώσεις γκολφ, European Golf Association και Economist Intelligence με την επεξεργασία της KPMG)

Ο τελικός αριθμός των εγγεγραμμένων παικτών γκολφ στην Ευρώπη για το 2015 είναι 4.142.661. Ο αριθμός αυτός μειώθηκε ποσοστιαία κατά 0.3% συγκριτικά με το 2014 ποσοτό που αναλογεί στους 12.202 παίκτες. Το 66% του αριθμού αυτού αντιστοιχεί σε άντρες παίκτες ενώ το 25% σε γυναίκες και το 9% σε παιδιά (junior golfers).

Η Αυστρία, η Σλοβενία, η Γερμανία, η Σλοβακία και η Ελβετία είναι οι ηγετικές χώρες όσον αφορά τη συμμετοχή των ενήλικων γυναικών, με το ένα τρίτο ή περισσότερο όλων των παικτών γκολφ στις χώρες αυτές να είναι γυναίκες.

Όπως και τα προηγούμενα χρόνια, οι αναδυόμενες αγορές του γκολφ εξακολουθούν να έχουν το υψηλότερο ποσοστό σε junior παίκτες. Στις κορυφαίες πέντε αγορές της κατηγορίας αυτής βρίσκεται πρώτη η Τουρκία με ποσοστό 44% επί του συνόλου των παικτών και δεύτερη η Ελλάδα με αντίστοιχο ποσοστό στο 37%. Ακολουθούν η Ρωσία (20%), η Ισλανδία και η Ουγγαρία (από 15% και οι δύο). Η Ισπανία, η έκτη μεγαλύτερη αγορά γκολφ στην Ευρώπη, είναι επίσης η πέμπτη μεγαλύτερη αγορά junior γκολφ στην Ευρώπη, ξεπερνώντας την Ολλανδία σχεδόν 20.000 κατώτεροι παίκτες γκολφ.

#### **2.2.4 ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΓΙΑ ΤΟ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΓΚΟΛΦ**

Οι χώρες της Βόρειας Ευρώπης παρουσίασαν θετικές αλλαγές μετά από μια δύσκολη περίοδο το 2014. Η Σουηδία και η Φινλανδία κατέγραψαν ένα καλύτερο έτος το 2015, γεγονός που μπορεί να αποδοθεί εν μέρει στη στόχευση παικτών με ειδικές ανάγκες και ομάδων για αρχάριους. Η Φινλανδική Ένωση Γκολφ έχει αναπτύξει ένα εργαλείο έρευνας για την εμπειρία του πελάτη που ονομάζεται "Players First", το οποίο προωθεί την άμεση ανατροφοδότηση από τους φορείς, στους φορείς εκμετάλλευσης προκειμένου να βοηθήσει τα γήπεδα γκολφ στην προσαρμογή στις ανάγκες των πελατών. Στη Νορβηγία, η Νορβηγική Ομοσπονδία Γκολφ, προκειμένου να αντιμετωπίσει την τάση των παικτών με ειδικές ανάγκες να εγκαταλείψουν το άθλημα, έχει λάβει μέτρα για να ενθαρρύνει αυτή την ομάδα προκειμένου να διατηρήσει το ενδιαφέρον τους για τον αθλητισμό. Ως αποτέλεσμα, η Ομοσπονδία δεν παρατηρεί καμία απώλεια συμμετοχής μεταξύ των παικτών αυτής της κατηγορίας.

Ορισμένες χώρες, συμπεριλαμβανομένης της Γαλλίας, ενθαρρύνουν τα κλαμπ γκολφ να προσαρμοστούν και να προσαρμόσουν τα μαθήματά τους στις ανάγκες των σύγχρονων παικτών του γκολφ. Για παράδειγμα, μία πρωτοβουλία ήταν να προστεθούν επιπλέον προγράμματα για τους αρχάριους και τους ηλικιωμένους, προκειμένου να εμπνευστούν ευκολότερα και ταχύτερα. Επιπλέον, στη Γαλλία, καθώς το Ryder Cup 2018 πλησιάζει, η χώρα αναπτύσσει βραχύτερα μαθήματα (9 τρύπες ή λιγότερα) για να ικανοποιήσει την αυξανόμενη ζήτηση γκολφ με γρηγορότερο ρυθμό. Την άνοιξη του 2016, η Αγγλική Ένωση Γκολφ ξεκίνησε τη δική της εκστρατεία, "Golf Express", για να ενθαρρύνει γρήγορους γύρους γκολφ και διαγωνισμούς σε μαθήματα με 9 τρύπες ή λιγότερες.

Στην Ιρλανδία, η πρόσφατα διαμορφωμένη Συνομοσπονδία Γκολφ έχει ενώσει την Ιρλανδική Ένωση Γκολφ Γυναικών, την Ένωση Γκολφ της Ιρλανδίας και την PGA<sup>21</sup>, για να σχηματίσει ένα νέο διοικητικό όργανο. Η αποστολή του περιλαμβάνει, μεταξύ άλλων πρωτοβουλιών, την επιδίωξη του συντονισμού της ανάπτυξης του γκολφ και της αύξησης των μελών, καθώς και τη συνέχιση της ανάπτυξης του προγράμματος "Women in Golf".

Το 2014, ο Σύνδεσμος Ευρωπαίων Ιδιοκτητών Γηπέδων Γκολφ (EGCOA) στην προσπάθειά του να κατανοήσει καλύτερα τις κοινωνικές τάσεις που επηρεάζουν το Ευρωπαϊκό γκολφ, ανέπτυξε ένα συνεργατικό έργο, το «Vision 20/20». Το πρόγραμμα στοχεύει στην ανάπτυξη νέων ιδεών για την ενθάρρυνση και τη διατήρηση των παικτών του γκολφ, με βάση μια μελέτη των αναγκών των παικτών του αθλήματος, εστιάζοντας ιδιαίτερα στους παράγοντες ευελιξία, διασκέδαση, φιλία και οικογένεια.

Ορισμένες εγκαταστάσεις γκολφ φαίνεται να λαμβάνουν υπόψη αυτούς τους παράγοντες, υποστηρίζοντας επί του παρόντος το έργο «Vision 20/20», δίνοντας προτεραιότητα και επενδύοντας στους παράγοντες και τις κοινωνικές εμπειρίες που συμβάλλουν στην αποτελεσματική διατήρηση και δίνουν κίνητρο στους παίκτες του γκολφ. Μία πρόσφατη επιτυχημένη πρωτοβουλία από τους επαγγελματίες του γκολφ ήταν να προωθήσουν ομαδικά μαθήματα αντί για ατομικά μαθήματα ως μέσο για την ενθάρρυνση των κοινωνικών συνδέσεων και την αίσθηση των παικτών ότι ανήκουν στο άθλημα. Σύμφωνα με την EGCOA, στο παρελθόν, βασική μέθοδος προσέλκυσης παικτών γκολφ ήταν η προώθηση των εγκαταστάσεων και η απλούστευση των πρακτικών εγγραφής. Σήμερα, στο επίκεντρο βρίσκεται ένα βιώσιμο μοντέλο οικοδόμησης και διατήρησης μόνιμης σύνδεσης μεταξύ ανθρώπων και αθλημάτων.

Με την εισαγωγή του γκολφ στους καλοκαιρινούς Ολυμπιακούς Αγώνες του 2016 στο Ρίο ντε Τζανέιρο, η σημασία της ανάπτυξης των "junior" παικτών είναι πλέον ένα ζήτημα που απασχολεί το ευρωπαϊκό γκολφ. Οι περισσότεροι, αν όχι όλοι, τοπικοί σύλλογοι γκολφ έχουν εκφράσει ότι βρίσκονται σε φάση έναρξης είτε στην ενοποίηση αναθεωρημένων προγραμμάτων που στοχεύουν στην αύξηση των νέων ηλικιακά παικτών.

---

<sup>21</sup> Η PGA της Αμερικής ιδρύθηκε το 1916 και αποτελεί το μεγαλύτερο αθλητικό οργανισμό στον κόσμο.

Στην Κεντρική και Ανατολική Ευρώπη, ένας δημοφιλής τρόπος για να βοηθηθούν οι νέοι να αναπτυχθούν ήταν η εισαγωγή του προγράμματος «Start for New Golf» (SNG) στο σχολικό πρόγραμμα με το οποίο διδάσκεται το γκολφ σε διάφορα επίπεδα. Για παράδειγμα, η Τσεχική Δημοκρατία, η Λιθουανία και η Σερβία έχουν εισαγάγει όλα αυτά το πρόγραμμα στα σχολεία και τώρα προσφέρουν δασκάλους φυσικής αγωγής γκολφ για να τους δώσουν τη δυνατότητα να διδάξουν καλύτερα στους μαθητές τους.

Ο περιορισμένος ελεύθερος προσωπικός χρόνος, η φύση του παιχνιδιού, οι ανταγωνιστικές δραστηριότητες και το αίσθημα αποκλειστικότητας στο άθλημα, εξακολουθούν να δημιουργούν δυσκολίες στην προσέλκυση νέων παικτών να εγγραφούν ως μέλη. Το γκολφ ωστόσο βρίσκεται σε καλά χέρια με τη σκληρή δουλειά τόσο των τοπικών ενώσεων γκολφ όσο και των ενδιαφερομένων του αθλήματος, οι οποίοι δείχνουν πραγματικό ενδιαφέρον για την ανάπτυξη του παιχνιδιού και την οικοδόμηση κοινοτήτων στον αθλητισμό.

### **2.3 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΓΚΟΛΦ- ΓΕΝΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ**

Γκολφ τουρισμός είναι ο όρος που χρησιμοποιείται για να περιγράψει ταξίδια από ανθρώπους των οποίων κύριος σκοπός τους είναι να παίξουν γκολφ. Το γκολφ μπορεί επίσης να επιδιωχθεί ως δευτερεύουσα δραστηριότητα (για παράδειγμα, κάποιος σε μια παραθεριστική παραλία παίζει ένα γύρο γκολφ κατά τη διάρκεια των διακοπών).

Με 56 εκατομμύρια παίκτες γκολφ παγκοσμίως, το γκολφ είναι ένα από τα πιο δημοφιλή αθλήματα του κόσμου. Ο τουρισμός του γκολφ έχει αυξηθεί τα τελευταία τέσσερα χρόνια και τα σημάδια είναι θετικά ότι αυτή η ανάπτυξη θα αντέξει όσο περισσότεροι προορισμοί εισέρχονται στην αγορά με νέα προϊόντα γκολφ.<sup>22</sup>

Ενώ το γκολφ αναμφισβήτητα εξαπλώνεται σε όλο τον κόσμο, η παγκόσμια προσφορά παραμένει ιδιαίτερα συγκεντρωμένη μεταξύ των κορυφαίων 20 εθνών γκολφ. Από το τέλος του 2014, έχουν εντοπιστεί 34.011 εγκαταστάσεις γκολφ σε 206 χώρες. Η μεγάλη πλειοψηφία (79%) της εν λόγω προσφοράς βρίσκεται στις 10 πρώτες χώρες γκολφ,

---

<sup>22</sup> Πηγή: Mintel: Global Market Research & Market Insight | Mintel.com

συμπεριλαμβανομένης της Αυστραλίας, του Καναδά, της Αγγλίας, της Ιαπωνίας και των Ηνωμένων Πολιτειών.

Ακόμη και όταν η ανάπτυξη του γκολφ αποκτά δυναμική σε πρώην υποανάπτυκτες περιοχές όπως η Ασία, η Αφρική και η Καραϊβική, το μεγαλύτερο μέρος της προσφοράς παραμένει σε μεγάλο βαθμό συγκεντρωμένο. Στην πραγματικότητα, υπάρχουν περισσότερες χώρες που έχουν μόνο ένα γήπεδο γκολφ σε σύγκριση με τα έθνη που έχουν πάνω από 100 και ακόμη λιγότερα είναι αυτά με 500 ή περισσότερα.

Η πλειονότητα της παγκόσμιας προσφοράς βρίσκεται στο δυτικό Ημισφαίριο. Βόρεια και Νότια Αμερική φιλοξενούν το 55% της παγκόσμιας προσφοράς (οι ΗΠΑ αντιπροσωπεύουν το 45% των εγκαταστάσεων του κόσμου). Η Ευρώπη έχει τη δεύτερη μεγαλύτερη προσφορά με το 22% του παγκόσμιου συνόλου, ακολουθούμενη από την Ασία με 14% και Ωκεανία με 6%.

Τις τελευταίες δεκαετίες, η επιτυχία του τουρισμού γκολφ έχει αυξηθεί αισθητά. Πολλοί ταξιδιωτικοί πράκτορες γκολφ σε όλο τον κόσμο προσαρμόζουν τις προσφορές τους στις ειδικές ανάγκες των παικτών του γκολφ. Είτε ως κύριο κίνητρο για διακοπές είτε απλώς ως δευτερεύουσα δραστηριότητα, το γκολφ προσελκύει εκατομμύρια τουρίστες παγκοσμίως.

Η δραστηριότητα του τουρισμού γκολφ δεν αποτελεί αποκλειστική πηγή εσόδων για τις εγκαταστάσεις του γκολφ, οι ίδιοι οι παίκτες μέσω της δαπάνης για πράσινες χρεώσεις, εξοπλισμό γκολφ και ενοικίαση καλαθιού, αλλά και για μια ευρεία ποικιλία υπηρεσιών ταξιδιού, αναψυχής και φιλοξενίας, συνεισφέρουν και σε άλλους οικονομικούς κλάδους της χώρας που επισκέπτονται.

Πρέπει να αναφερθεί ότι το γκολφ ως άθλημα εμφανίζει κάποιες ιδιαιτερότητες και ορισμένα χαρακτηριστικά που το διαφοροποιούν από τα υπόλοιπα και επηρεάζουν τον τουρισμό που προκύπτει από αυτό<sup>23</sup>. Στο άθλημα αυτό ο ρόλος του οπαδού-θεατή είναι δευτερεύων διότι σχεδόν όλοι οι θεατές είναι ταυτόχρονα και παίκτες. Αλλά και όσων αφορά τον τουρισμό του γκολφ, ο παίκτης είναι και τουρίστας. Επομένως, από αθλητική αλλά και οικονομική πλευρά,

---

<sup>23</sup>Πηγή: «Γκολφικός Τουρισμός: Μία Αναξιοποίητη Πηγή Πλουτισμού», Ευθύμιος Πουρναράκης (Ομότιμος Καθηγητής Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών)

ο παίκτης αποτελεί τον κυριότερο παράγοντα. Στη σύγχρονη αγχωτική κοινωνία, το γκολφ δίνει την ευκαιρία για ένα συνδυασμό άθλησης και αναψυχής ενώ παράλληλα ο παίκτης έρχεται σε επαφή με την φύση. Επιπλέον, το γκολφ είναι άθλημα για όλες τις ηλικίες. Ένας γύρος γκολφ διαρκεί περίπου 4,5 ώρες, ωστόσο, παρά την απαίτηση σε χρόνο, το γκολφ δεν προϋποθέτει την άριστη φυσική κατάσταση του παίκτη. Σημαντικό παράγοντα αποτελεί μονάχα ο παλμός (swing) ο οποίος απαιτεί αυτοσυγκέντρωση και πειθαρχία διότι είναι δύσκολος από πλευράς συντονισμού μιας περιστροφικής κίνησης του σώματος. Ο συνδυασμός γκολφ και διακοπών της οικογένειας προσφέρεται πολύ και χρησιμοποιείται σε μεγάλη έκταση αφού τα σύγχρονα συγκροτήματα γκολφ διαθέτουν εγκαταστάσεις και άλλων αθλημάτων και εξυπηρετήσεων για το σύνολο της οικογένειας.

Το 2015 η KPMG Golf Advisory Practice πραγματοποίησε έρευνα για τους τουριστικούς πράκτορες γκολφ ώστε να γνωστοποιήσει τις πρόσφατες τάσεις του τουρισμού του γκολφ σε όλο τον κόσμο. Τα στοιχεία της έρευνας του 2015 συγκεντρώθηκαν από περίπου 50 ταξιδιωτικούς πράκτορες γκολφ και αντικατοπτρίζουν κυρίως την κατάσταση του έτους 2014.

Σύμφωνα με την έρευνα αυτή, ο όγκος των τουριστικών ταξιδιών γκολφ αυξήθηκε σε σύγκριση με το έτος 2013. Το 80% όλων των ερωτηθέντων φορέων δήλωσαν ότι είχαν σημειώσει αύξηση στον αριθμό των κρατήσεων από το 2013 έως το 2014. Αυτά τα αποτελέσματα και η αυξανόμενη ζήτηση για διακοπές γκολφ υποδηλώνουν συνεχή ανάκαμψη της βιομηχανίας ταξιδιών του γκολφ μετά τη μακρά οικονομική κρίση.

Η πλειοψηφία των ταξιδιών που πραγματοποιήθηκαν μέσω τουριστικών πρακτορείων γκολφ ήταν διάρκειας τεσσάρων έως επτά ημερών. Το ποσοστό των μακρύτερων κρατήσεων ξεκίνησε να αυξάνεται το 2014 σε σύγκριση με τα προηγούμενα έτη, γεγονός που υποδηλώνει την αυξανόμενη προθυμία των ταξιδιωτών του γκολφ να ξοδεύουν περισσότερο χρόνο και χρήμα στις διακοπές τους για γκολφ.

Επιπλέον, σύμφωνα με το 43% όλων των ερωτηθέντων της έρευνας, οι τιμές των πακέτων γκολφ αυξήθηκαν το 2014, ενώ το 50% ανέφερε ότι οι τιμές παρέμειναν γενικά σε παρόμοιο επίπεδο σε σύγκριση με το προηγούμενο. Η Ισπανία και η Πορτογαλία είναι οι προορισμοί με τις πιο σημαντικές αυξήσεις των τιμών για το 2014. Ομοίως, τα Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα και οι ΗΠΑ σημείωσαν επίσης κάποιες αυξήσεις τιμών.

Κατά την επιλογή ενός προορισμού διακοπών γκολφ, σημαντικοί παράγοντες αποτελούν:

- Προσβασιμότητα (για παράδειγμα άμεσες πτήσεις)
- Τιμές πακέτων
- Ποιότητα του γηπέδου γκολφ
- Εγκαταστάσεις και ποιότητα των γηπέδων (τουλάχιστον 4 με 5 αστέρια).
- Ασφάλεια

Η ασφάλεια είναι σημαντική για τους ευρωπαίους ταξιδιώτες, ιδίως επειδή ορισμένες αναπτυσσόμενες χώρες είναι πολιτικά ασταθείς. Οι περισσότεροι ταξιδιωτικοί πράκτορες δεν προσφέρουν διακοπές σε χώρες που το Υπουργείο Εξωτερικών τους έχει κηρύξει ανασφαλείς. Αυτό οδήγησε σε πτώση των αφίξεων στον τουρισμό σε χώρες όπως η Αίγυπτος και η Κένυα. Αυτό ισχύει και για τους προορισμούς του γκολφ στις αναπτυσσόμενες χώρες. Οι πρόσφατες εξελίξεις στην Τουρκία οδήγησαν σε απότομη μείωση των κρατήσεων των διακοπών, συμπεριλαμβανομένων των διακοπών για γκολφ.

Ο μέσος πληθυσμός των εγγεγραμμένων παικτών γκολφ στην Ευρώπη αποτελείται από: 66% άνδρες 25% γυναίκες 9% junior golfers (παίκτες κάτω των 18 ετών). Ωστόσο, υπάρχουν μεγάλες διαφορές ανά χώρα. Για παράδειγμα, η Γερμανία έχει σχεδόν διπλάσιο αριθμό ενηλίκων γυναικών τουριστών γκολφ από άλλες ευρωπαϊκές χώρες. Περίπου το 70% των ανδρών τουριστών γκολφ ταξιδεύουν με τη σύντροφο ή την σύζυγό τους.

Τα γενικότερα χαρακτηριστικά των τουριστών που επιθυμούν να ταξιδέψουν σε άλλους προορισμούς για να παίξουν γκολφ είναι τα εξής:

- Έχουν υψηλότερο κοινωνικοοικονομικό υπόβαθρο
- Ανήκουν σε μια ομάδα υψηλού εισοδήματος
- Σημαντικό κριτήριο η πολυτέλεια
- Έχουν ελαφρώς συντηρητικό χαρακτήρα
- Συχνά ταξιδεύουν με τους συνεργάτες τους και / ή με ομάδες φίλων.

Οι πιο συνηθισμένοι ταξιδιώτες του γκολφ εξακολουθούν να είναι οι Βρετανοί και οι Βορειοαμερικανοί, αν και συχνά επιλέγουν και εγχώρια ταξίδια. Οι Σκανδιναβοί (κυρίως

σουηδικοί), οι Γερμανοί και οι Δανοί ταξιδιώτες βρίσκονται επίσης στην κορυφή της λίστας, με έντονο ενδιαφέρον για ταξίδια στο εξωτερικό για γκολφ.

Περίπου το 9% των εγγεγραμμένων παικτών γκολφ στην Ευρώπη είναι juniors. Οι junior παίκτες ταξιδεύουν συχνά με τους γονείς ή τους παππούδες τους. Είναι μια ιδιαίτερα ενδιαφέρουσα αγορά, καθώς οι νεότεροι ηλικιακά παίκτες γκολφ του σήμερα μπορούν να γίνουν πιστοί πελάτες στο μέλλον.

Περίπου το 56% των Ευρωπαίων παικτών γκολφ είναι πάνω από 50 ετών. Σύμφωνα με το «VISION 2020»<sup>24</sup>, το ποσοστό αυτό μπορεί να ανέλθει στο 66% μέχρι το 2020. Είναι συχνά οικονομικά εύποροι και έχουν την επιθυμία να ταξιδέψουν. Αυτό κάνει τους ανώτερους ηλικιακά παίκτες γκολφ μια σημαντική και ελπιδοφόρα αγορά. Εκτιμούν ιδιαίτερα την καλή εξυπηρέτηση, την άνεση και την καλή ποιότητα των τροφίμων.

Ένας παραδοσιακός γύρος γκολφ μπορεί να διαρκέσει μερικές ώρες, αλλά για κάποιους ορισμένους παίκτες αυτό είναι πολύ κουραστικό. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα την αυξανόμενη ζήτηση γκολφ με γρηγορότερο ρυθμό, με μέγιστο αριθμό εννέα τρυπών. Για παράδειγμα, η Γαλλία αναπτύσσει βραχυπρόθεσμα μαθήματα και στο Ηνωμένο Βασίλειο η εκστρατεία «Golf Express» ενθαρρύνει γρήγορους γύρους γκολφ. Καθώς το γρήγορο γκολφ διαρκεί δύο ώρες το πολύ, είναι ιδανικό για άτομα με πολυάσχολα προγράμματα ή για ταξιδιώτες με γκολφ ως δευτερεύουσα δραστηριότητα. Αυτό κάνει μια ισχυρή τάση για τα επόμενα χρόνια.

Πολλοί Ευρωπαίοι ταξιδιώτες γκολφ αναζητούν κοινωνικές δραστηριότητες κατά τη διάρκεια των διακοπών τους. Τους αρέσει να συνεργάζονται και να συναντούν νέους ανθρώπους στην πορεία και αργότερα στο κλαμπ ή στο θέρετρο. Αυτό επίσης ωφελεί τους προμηθευτές γκολφ, καθώς αυτές οι προσωπικές σχέσεις δημιουργούν πίστη. Οι ταξιδιώτες του γκολφ επιθυμούν επίσης να περάσουν ποιοτικό χρόνο με τους φίλους και την οικογένεια που ταξιδεύουν μαζί τους. Δεδομένου ότι η κοινωνικοποίηση είναι ένα σημαντικό στοιχείο στο παιχνίδι γκολφ, αυτή η τάση είναι εδώ για να μείνει.

Ενώ πριν από λίγα χρόνια οι περισσότεροι φορείς εκμετάλλευσης δεν βρήκαν το διαδίκτυο ως βιώσιμη επιλογή για κρατήσεις γκολφ, η κύρια τάση που αναφέρθηκε στην έρευνα ήταν η

---

<sup>24</sup> βλ. κεφάλαιο 2.2.4. σελ. 42



εμφάνιση βελτιωμένων συστημάτων κρατήσεων σε απευθείας σύνδεση, καθώς και διάφορες εφαρμογές smartphone και tablet. Με τις μεταβαλλόμενες ανάγκες των πελατών, αυτή η κατεύθυνση αναμένεται να αποκτήσει σημασία τα επόμενα χρόνια.

Όσον αφορά το χρονοδιάγραμμα των κρατήσεων, περίπου τα μισά ταξίδια είναι κρατημένα 1-6 μήνες πριν από την ημερομηνία του ταξιδιού, ενώ περίπου το 40% κρατείται περισσότερο από έξι μήνες εκ των προτέρων (αυτές είναι κατά κανόνα ομαδικές κρατήσεις).

Το 2014, το 46% των κρατήσεων τουριστικού γκολφ (μέσω ταξιδιωτικού πράκτορα) έγιναν τηλεφωνικά, 32% μέσω του διαδικτύου και 22% αυτοπροσώπως. Αυτό δείχνει ότι οι παίκτες του γκολφ εξακολουθούν να βρίσκουν σημαντικό να αναζητούν προσωπική επαφή με πράκτορες. Η κύρια τάση ήταν η εμφάνιση βελτιωμένων συστημάτων κρατήσεων και διαφόρων εφαρμογών smartphone και tablet. Αυτά τα κανάλια κράτησης αναμένεται να αποκτήσουν σημασία τα επόμενα χρόνια. Ωστόσο, είναι προφανές ότι οι ταξιδιωτικοί πράκτορες κατέχουν μεγάλη διαπραγματευτική δύναμη στην επιλογή του προορισμού.

Οι ευρωπαίοι ταξιδιωτικοί πράκτορες δεν είναι ανοικτοί σχετικά με τις τιμές αγοράς των τουριστικών προϊόντων τους. Σύμφωνα με τους ειδικούς της βιομηχανίας, τα περιθώρια τους κυμαίνονται μεταξύ 10-25%. Οι τιμές των πακέτων διακοπών ποικίλλουν ευρέως καθώς εξαρτώνται από πολλούς παράγοντες, όπως είναι η διαθεσιμότητα, ο προορισμός, οι τρόποι μεταφοράς, η περίοδος του ταξιδιού, ο αριθμός των ταξιδιωτών, η διάρκεια της παραμονής, το είδος διαμονής, συμπεριλαμβανόμενες δραστηριότητες κ.τ.λ.

Όπως δείχνουν τα αποτελέσματα της έρευνας, το 2014 ήταν ένα επιτυχημένο έτος για τους tour operators του γκολφ. Σε όλο τον κόσμο, ο αριθμός των κρατήσεων αυξήθηκε παράλληλα με την αυξανόμενη διάρκεια ταξιδιού και τις μεγαλύτερες δαπάνες. Οι ταξιδιώτες του γκολφ εξερευνούν περισσότερους προορισμούς για τις διακοπές τους στο γκολφ και τώρα είναι πιο ενεργητικοί για να ταξιδέψουν πέρα από τους παραδοσιακούς προορισμούς γκολφ. Εκτός αυτού, οι πιο δραστήριοι ταξιδιώτες γκολφ εξακολουθούν να προέρχονται από τα πιο εύπορα έθνη με μακρόχρονες παραδόσεις γκολφ, δηλαδή Βρετανοί, Αμερικανοί, Καναδοί, Σκανδιναβοί και Γερμανοί. Με αυτό το σκεπτικό, αναμένουμε ότι οι σημερινές θετικές τάσεις στη βιομηχανία του τουρισμού γκολφ θα συνεχιστούν τα επόμενα χρόνια.

### 2.3.1 ΚΟΡΥΦΑΙΟΙ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΙ ΓΚΟΛΦ ΠΑΓΚΟΣΜΙΩΣ ΚΑΙ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ

Σύμφωνα με μελέτες, την τελευταία πενταετία ο τουρισμός γκολφ καταγράφει σημαντική ανάπτυξη της τάξης του 40%, ενώ οι προβλέψεις για την περίοδο 2017-2021 κάνουν λόγο για ετήσια ανάπτυξη 15%. Για το 2016 σημείωσε ανάπτυξη 5,5%, σε διεθνές επίπεδο, έναντι ανάπτυξης 10,7% το 2015. Οι προορισμοί γκολφ σε όλο τον κόσμο παρήγαγαν ανάπτυξη 5,3% στις διεθνείς τουριστικές αφίξεις το 2016. Η Ευρώπη είχε τους μεγαλύτερους αριθμούς με αύξηση 7,9%.

Για τρίτη συνεχή χρονιά, η Πορτογαλία κέρδισε το πρώτο βραβείο στην κατηγορία "Καλύτερος προορισμός γκολφ στον κόσμο" στα Παγκόσμια Βραβεία Γκολφ (World Golf Awards 2016). Η Πορτογαλία κέρδισε επίσης τον τίτλο του "Καλύτερου Ευρωπαϊκού Προορισμού Γκολφ", κερδίζοντας παραδοσιακούς προορισμούς που ανταγωνίζονται στην ίδια κατηγορία όπως η Αγγλία, η Σκωτία, η Ιρλανδία, η Βόρεια Ιρλανδία, η Ουαλία, η Γαλλία, η Γερμανία, η Ισπανία, η Τουρκία και η Ιταλία.

Σήμερα υπάρχουν 91 γήπεδα γκολφ στην Πορτογαλία, εκ των οποίων τα 66 είναι 18 ή 27 τρύπα. Το Αλγκάρβε είναι η περιοχή με το μεγαλύτερο αριθμό γηπέδων γκολφ στην Πορτογαλία (44%), ακολουθούμενη από την ευρύτερη περιοχή της Λισαβόνας (17,58%). Η πολιτιστική πτυχή της χώρας, η γαστρονομία και τα κρασιά, οι παραλίες, η ιστορία, η ποικιλία των τοπίων και, κυρίως, η φιλοξενία του πορτογαλικού λαού, σίγουρα διακρίνουν στοιχεία που καθιστούν την Πορτογαλία έναν εξαιρετικό προορισμό γκολφ. Η Πορτογαλία στο σύνολό της και διάφορες περιοχές της χώρας έχουν κερδίσει πολλά βραβεία τα τελευταία χρόνια, μεταξύ των οποίων:

- Καλύτερος προορισμός γκολφ στον κόσμο - το 2014, το 2015 και το 2016 από τα Παγκόσμια Βραβεία Γκολφ.
- Καλύτερος προορισμός γκολφ στην Ευρώπη - το 2014 και το 2015 από τα Παγκόσμια Βραβεία Γκολφ.
- Καλύτερος προορισμός γκολφ στον κόσμο - το 2013 από τα βραβεία World Travel Awards
- Καλύτερος προορισμός γκολφ στην Ευρώπη - το 2013 από τα βραβεία World Travel Awards

- Λισαβόνα Γκολφ Coast, Καλύτερος προορισμός γκολφ στην Ευρώπη το 2016 από IAGTO - Διεθνής Ένωση Τουριστικών Επιχειρήσεων Γκολφ
- Αλγκάρβε, ο καλύτερος προορισμός γκολφ στην Ευρώπη για το 2014 από την IAGTO - Διεθνής Ένωση Τουριστικών Επιχειρήσεων Γκολφ.
- Αλγκάρβε, ο καλύτερος προορισμός γκολφ στην Ευρώπη το 2015, το 2013 και το 2012 - το περιοδικό "Today's Golfer"

Τα Παγκόσμια Βραβεία Γκολφ στοχεύουν στην τόνωση της τουριστικής βιομηχανίας γκολφ. Τα αποτελέσματα συγκεντρώνονται από τις ηλεκτρονικές ψηφοφορίες των επαγγελματιών του τομέα, των εξειδικευμένων ταξιδιωτικών πρακτορείων, των μέσων ενημέρωσης για το γκολφ και του ευρύτερου κοινού. Στόχος είναι η επιβράβευση της αριστείας του τουρισμού γκολφ, των παγκόσμιας κλάσης μαθημάτων και των προορισμών γκολφ.

Το World Golf Awards είναι μέρος του World Travel Awards.

Οι προορισμοί, τα γήπεδα γκολφ και τα θέρετρα γκολφ από τη Φλόριντα, το Μεξικό, τη Νότια Αφρική, την Ισπανία, την Ταϊλάνδη, την Ελλάδα, το Βιετνάμ και την Αυστρία επαινέθηκαν στα 17ο ετήσια βραβεία IAGTO (International Association of Golf Tour Operators) που πραγματοποιήθηκαν στην Πάλμα της Μαγιόρκα.

Τα βραβεία ψηφίζονται από τους ταξιδιωτικούς πράκτορες του κόσμου και τους συγγραφείς ταξιδιού του γκολφ και ως εκ τούτου έχουν μεγάλη σημασία στον κλάδο.

Οι νικητές των βραβείων IAGTO για το 2017:

- Γκολφ προορισμός της χρονιάς - Βόρεια Αμερική: Βόρεια Φλόριντα, ΗΠΑ
- Γκολφ προορισμός της χρονιάς - Λατινική Αμερική & Καραϊβική: Los Cabos, Μεξικό
- Γκολφ προορισμός της χρονιάς - χώρες της Αφρικής και του Κόλπου: Δυτικό Ακρωτήριο, Νότια Αφρική
- Γκολφ προορισμός της χρονιάς - Ευρώπη: Ανδαλουσία, Ισπανία
- Γκολφ Προορισμός της Χρονιάς - Ασία & Αυστραλασία: Επαρχία Τσιάνγκ Μάι, Ταϊλάνδη
- Golf Resort της Χρονιάς - Ευρώπη: Costa Navarino, Ελλάδα

- Golf Resort της Χρονιάς - Βόρεια Αμερική: Barefoot Resort & Golf, Νότια Καρολίνα, ΗΠΑ
- Γκολφ Resort της Χρονιάς - Υπόλοιπος κόσμος: Laguna Golf Lăng Cò, Βιετνάμ
- Άγνωστος προορισμός γκολφ του έτους: Kärnten (Καρινθία), Αυστρία

### 2.3.2 Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ ΙΣΠΑΝΙΑΣ

Η χώρα η οποία κερδίζει συνεχώς έδαφος στην προσέλκυση τουριστών γκολφέρ ιδιαίτερα στην περίοδο Οκτωβρίου – Απριλίου είναι η Ισπανία. Αποτελεί την πιο αξιοπρόσεκτη περίπτωση γκολφικού τουρισμού στην Ηπειρωτική Ευρώπη. Εξελίσσεται η χώρα σε Σκωτία του Νότου χωρίς να έχει την παράδοση και την ιστορία του γκολφ της τελευταίας.

Στην Ισπανία, το γκολφ έχει γίνει το τρίτο άθλημα σε αριθμό μελών με 80% αύξηση τα τελευταία 10 χρόνια και περισσότερα από 180 νέα γήπεδα γκολφ που έχουν κατασκευαστεί σε αυτή τη χώρα. Επιπλέον, ο τουρισμός γκολφ στην Ισπανία συνεχίζει να αυξάνεται καθώς έχει γίνει η δεύτερη χώρα προορισμού του γκολφ στον κόσμο. Εκτιμάται ότι πάνω από ένα εκατομμύριο τουρίστες ταξιδεύουν στην Ισπανία κάθε χρόνο για να παίξουν γκολφ, μόνο με επικεφαλής τις Ηνωμένες Πολιτείες και τα εκτιμώμενα έξοδα από κάθε χώρα υπερβαίνουν κατά μέσο όρο τα 1.000 ευρώ. Ως εκ τούτου, οι διακοπές γκολφ παράγουν περισσότερα από 1.000 εκατομμύρια ευρώ ετησίως στην Ισπανία.

Ο γκολφ τουρισμός στην Ισπανία αντιπροσωπεύει ένα εκατομμύριο τουρίστες από το 2012, σύμφωνα με έκθεση της Διεθνής Ένωση Τουριστικών Επιχειρηματιών Γκολφ (IAGTO). Η ένωση αυτή τοποθετεί την Ισπανία ως δεύτερο προορισμό στον κόσμο για να λάβει ξένους τουρίστες για διακοπές με κίνητρο το γκολφ. Αυτά τα ταξίδια δημιουργούν δαπάνη περίπου 1,200 εκατομμυρίων ευρώ. Είναι ένας εποχιακός τουρισμός με κύριους μήνες για αφίξεις στην Ισπανία τον Μάιο και τον Ιούνιο, καθώς και τον Σεπτέμβριο και τον Οκτώβριο. Επιπλέον, σύμφωνα με την Διεθνή Ένωση Τουριστικών Επιχειρήσεων Γκολφ, το 2015 παρουσιάστηκε μια αύξηση σε αυτά τα ταξίδια πάνω από 4%.

Στην Ισπανία, οι παίκτες του γκολφ μπορούν σίγουρα να βρουν ήλιο και θερμές θερμοκρασίες ανά πάσα στιγμή του χρόνου. Η υψηλή ορατότητα, η έλλειψη ανέμων και το ευχάριστο κλίμα είναι ιδανικά για το άθλημα αυτό. Υπάρχουν γήπεδα γκολφ σε όλη τη χώρα,

είτε πρόκειται για βουνά, είτε στις ακτογραμμές ή κοντά σε μεγάλες πόλεις. Υπάρχει ένα τεράστιο ποσό προσφοράς, προσαρμοσμένο σε όλα τα επίπεδα και σε όλες τις ανάγκες, σε πολύ ανταγωνιστικές τιμές, όπου οι παίκτες του γκολφ όλων των δυνατοτήτων και προτιμήσεων θα έχουν, χωρίς αμφιβολία, μια ευχάριστη εμπειρία. Είτε πρόκειται για παίκτες υψηλού επιπέδου, είτε για όσους κάνουν τα πρώτα τους βήματα και εξερευνούν ακόμα το άθλημα. Προσφέρεται μια ατελείωτη ποικιλία μαθημάτων σε ακτίνα μόλις λίγων χιλιομέτρων. Μεγάλο πλεονέκτημα της χώρας αποτελεί το ανεπτυγμένο δίκτυο μεταφορών της. Ο παίκτης μπορεί να μεταφέρεται εύκολα από μια περιοχή σε κάποια άλλη και υπάρχουν πολλά γήπεδα γκολφ σε απόσταση μόλις λίγων χιλιομέτρων από τα κύρια διεθνή αεροδρόμια. Το ευρύ φάσμα των υπηρεσιών, καθώς και η ποιότητα των ξενοδοχείων και των αθλητικών εγκαταστάσεων, μετατρέπουν την Ισπανία στην ιδανική χώρα για τουρισμό γκολφ.

Σύμφωνα με τη μελέτη «Ευρωπαϊκό επίκεντρο για τον τουρισμό του γκολφ στην Ισπανία», η οποία δημιουργήθηκε από τις έρευνες του Sports Marketing το 2013 και αφορά τους Ευρωπαίους παίκτες του γκολφ, προκύπτει ότι η Ισπανία παραμένει ο νούμερο ένα ταξιδιωτικός προορισμός για τους επισκέπτες από το Ηνωμένο Βασίλειο, τη Γαλλία, τη Γερμανία και τη Σκανδιναβία, με περισσότερα από το 28% των ερωτηθέντων να παίζουν γκολφ στη χώρα.

Από το 28,5% των παικτών που ταξίδεψαν στην Ισπανία για να παίξουν γκολφ, το 12,7% πήγε στην Costa del Sol, το 3,9% πήγε στην περιοχή της Costa Brava, το 3,2% επισκέφθηκε τις Καναρίους Νήσους και το 8,7% πήγε σε άλλες περιοχές. Είναι ενδιαφέρον να σημειωθεί ότι η εθνικότητα του επισκέπτη φαίνεται να έχει μια συσχέτιση σε ποια περιοχή προτιμούν να επισκέπτονται στα ταξίδια γκολφ. Φαίνεται ότι οι παίκτες της Βρετανίας και της Σκανδιναβίας προτιμούν την Κόστα ντελ Σολ, ενώ οι γάλλοι παίκτες γκολφ προτιμούν την Costa Brava και οι Γερμανοί παίκτες γκολφ διαφοροποιούν τις θέσεις τους στις Κανάριες Νήσους.

Η εις βάθος έρευνα επίσης δείχνει μια εικόνα των στατιστικών στοιχείων του Ευρωπαϊκού παίκτη του γκολφ που επισκέπτεται την Ισπανία, με τη μέση διάρκεια ενός ισπανικού ταξιδιού Γκολφ να φτάνει τις επτά νύχτες. Επισημαίνει επίσης το γεγονός ότι οι παίκτες του γκολφ συνήθως μένουν σε διαμονή τεσσάρων και πέντε αστέρων. Η έρευνα μάλιστα φτάνει μέχρι και να αποκαλύψει τη συνήθεια των επισκεπτών αυτών, με τις μέσες ημερήσιες

δαπάνες να φθάνουν περίπου τα 200 ευρώ την ημέρα, ενώ οι Σκανδιναβοί επισκέπτες δείχνουν ότι είναι οι υψηλότεροι που καταβάλλουν μέχρι και τα 230 ευρώ την ημέρα.

Σύμφωνα με τα Παγκόσμια Βραβεία Γκολφ (World Golf Awards), Γκολφ προορισμός της χρονιάς στην Ευρώπη για το 2017 αποτελεί η Ανδαλουσία. Η Μάλαγα διαθέτει περίπου 70 γήπεδα γκολφ αποτελώντας το 67% της συνολικής προσφοράς γηπέδων της Ανδαλουσίας. Ο τουρισμός του γκολφ παράγει 1,410 εκατομμύρια ευρώ στη Μάλαγα με άμεση παραγωγή 760 εκατομμυρίων και έμμεση παραγωγή 650 εκατομμυρίων. Το γκολφ είναι επίσης πηγή απασχόλησης, υπάρχουν 17.680 θέσεις εργασίας, εκ των οποίων οι 10.580 είναι άμεσες και 7.100 έμμεσες. Για αυτό το λόγο το Costa del Sol είναι επίσης γνωστό ως Costa del Golf. Λίγα μέρη, όπως η επαρχία της Μάλαγα, συγκεντρώνουν σε ένα προορισμό τόσα πολλά αξιοθέατα: μια υπέροχη υποδομή για την άσκηση αυτού του αθλητισμού, μια ποικίλη προσφορά αναψυχής και ένα προνομιούχο κλίμα που επιτρέπει το γκολφ όλο το χρόνο. Η Μάλαγα είναι η τρίτη επαρχία, μετά τη Μαδρίτη και τη Βαρκελώνη, η οποία έχει περισσότερες άδειες γκολφ, με 18.000 παίκτες. Το μέσο κόστος του ταξιδιού ενός παίκτη γκολφ ξεπερνά τα 1.800 ευρώ, η μέση διαμονή του είναι 12.3 ημέρες και διαμένει σε ξενοδοχεία τεσσάρων και πέντε αστέρων, με αποτέλεσμα μεγαλύτερο οικονομικό αντίκτυπο. Η χειμερινή περίοδος γκολφ ξεκινά από την Costa del Sol, με εμπιστοσύνη που περιείχαν οι τουριστικοί πράκτορες. Η προώθηση αυτού του τομέα, τόσο από τους εργοδότες όσο και από τα θεσμικά όργανα, αρχίζει να αποδίδει καρπούς, δημιουργώντας μια ιδιαίτερα γλυκιά στιγμή για γκολφ στη Μάλαγα και την Ανδαλουσία.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΓΚΟΛΦ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ – ΑΝΑΛΥΣΗ ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΗΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ

### 3.1 ΤΟ ΓΚΟΛΦ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Στην Ελλάδα τα πρώτα γήπεδα γκολφ λειτούργησαν στον Άγιο Κοσμά και την Βαρυμπόμπη με 9 οπές τα οποία όμως δεν λειτουργούν σήμερα. Το πρώτο γήπεδο γκολφ με 18 οπές λειτούργησε στην Γλυφάδα, και εξακολουθεί να λειτουργεί μέχρι σήμερα, από το 1966. Στη συνέχεια αναφέρονται κάποια γεγονότα τα οποία αντλήθηκαν από την ιστοσελίδα του Γκολφ Γλυφάδας «Κ. Καραμανλής».<sup>25</sup>

- Η ιστορία του Γκόλφ της Γλυφάδας αρχίζει το 1960, όταν ο δήμος Γλυφάδας εκμίσθωσε στον ΕΟΤ μια έκταση 530 στρεμμάτων, για την κατασκευή γηπέδου γκολφ στην παραθαλάσσια περιοχή όπου υπήρχαν πεύκα, αμμοθίνες και χαμηλή πυκνή δασώδης βλάστηση. Έως τότε ο τόπος αυτός ήταν γνωστός ως κυνηγότοπος την εποχή των τρυγονιών. Τη δεκαετία του '50 χρησιμοποιούνταν ως στρατόπεδο, εξ ου και η ύπαρξη του Ναού του Αγίου Δημητρίου, ο οποίος είχε κτισθεί για τον εκκλησιασμό των στρατιωτών. Εκμεταλλευόμενος την φυσική ομορφιά του τοπίου, ο αρχιτέκτονας γηπέδων γκολφ Donald Harradine, κατασκεύασε ένα γήπεδο γκολφ 18 οπών, που υπάρχει ακόμη και σήμερα. Ο Harradine φύτεψε πολλά δέντρα κατά μήκος των διαδρομών, κυρίως πεύκα, που ήταν το χαρακτηριστικό δέντρο της περιοχής. Χαρακτηριστικά ήταν και τα ξύλινα γεφυράκια επάνω από το ρυάκι στην 1η, 9η, 15η και 16η τρύπα, από όπου οι παίκτες μετέφεραν τα καρτσάκια τους. Το γήπεδο λειτούργησε με 9 τρύπες στην αρχή του 1962 και έξι μήνες αργότερα ολοκληρώθηκαν και οι 18 τρύπες του γηπέδου.
- Το 1965 ο ΕΟΤ λόγω αδυναμίας του να διατηρήσει και να συντηρήσει το γήπεδο, παραχώρησε την λειτουργία του στα ιδρυτικά μέλη του Ομίλου Γκολφ Γλυφάδας, μέχρι και την λήξη της σύμβασης με τον Δήμο Γλυφάδας το 1992.
- Από το 1993 το γήπεδο επανήλθε στο Δήμο Γλυφάδας, λειτουργώντας σαν δημοτική επιχείρηση, κάνοντας πλέον το γκολφ προσιτό για όλο τον κόσμο.

---

<sup>25</sup> Πηγή: <http://glyfadagolf.gr>

Εκτός από την καθημερινή άθληση επαγγελματιών και ερασιτεχνών το Γκολφ της Γλυφάδας έγινε ένα κέντρο για την ανάπτυξη του γκολφ σε όλη την Ελλάδα και φιλοξένησε σπουδαία γεγονότα και προσωπικότητες του κόσμου του γκολφ.

- Στις 20 Απριλίου του 1966, 198 άνθρωποι της Αθηναϊκής κοινωνίας υπογράφουν την ίδρυση του ιστορικού σωματείου με την επωνυμία «Όμιλος Γκολφ Γλυφάδας Αθηνών». Οι περισσότεροι ήταν παίκτες του γκολφ που πριν την δημιουργία του γηπέδου της Γλυφάδας από τον ΕΟΤ, έπαιζαν στο μικρό γήπεδο της Βαρυμπόμπης ή στο εξωτερικό.

Στις 2 Αυγούστου του ίδιου έτους συνεδριάζει το πρώτο ΔΣ με πρόεδρο τον Τζώνη Σερπιέρη, έχοντας στην σύνθεση του συμβουλίου εκπρόσωπο του ΕΟΤ.

Διασημότεροι γκόλφερ-μέλη του Ομίλου υπήρξαν επί σειρά ετών οι Κωνσταντίνος Καραμανλής και Γεώργιος Ράλλης οι οποίοι βοήθησαν πολύ στην ανάπτυξη του Ομίλου.

- Το 1966 ο Tony Lima<sup>26</sup> και ο Roberto Dovincenzo<sup>27</sup> πήραν μέρος στο τουρνουά της Shell's Wonderful World of Golf, προσελκύοντας το ενδιαφέρον του κόσμου του αθλήματος στο μοναδικό τότε στην Ελλάδα γήπεδο του γκολφ.
- Το 1979, 45 χώρες έστειλαν παίκτες γκολφ στο Παγκόσμιο Κύπελλο στη Γλυφάδα-ένας θρίαμβος για την Ελλάδα.
- Το 1991, οι καλύτεροι ερασιτέχνες του γκολφ στην περιοχή της Μεσογείου πήραν μέρος στους XI Μεσογειακούς Αγώνες Γκολφ. Ο Γιώργος Νικηταΐδης χάρισε τότε στην Ελλάδα το πρώτο μετάλλιο στο άθλημα αυτό.
- Το 1999-2002 φιλοξενήθηκαν στη Γλυφάδα οι αγώνες "European Seniors golf" με τη συμμετοχή πολλών θρύλων του επαγγελματικού γκολφ.

---

<sup>26</sup> Αμερικανός επαγγελματίας παίκτης γκολφ που απέκτησε μεγάλη φήμη στα μέσα της δεκαετίας του '60 και το 1964 κέρδισε τον τίτλο στο Open Championship στο Old Course στο St Andrews στη Σκωτία.

<sup>27</sup> Επαγγελματίας παίκτης γκολφ από την Αργεντινή. Κέρδισε πάνω από 230 τουρνουά παγκοσμίως στην καριέρα του, συμπεριλαμβανομένων οκτώ στην PGA Tour και με πιο γνωστό το 1967 Open Championship.



- Το 2004 η Ελληνική Ομοσπονδία Γκολφ φιλοξένησε το Ευρωπαϊκό κύπελλο Ομίλων.
- Το 2011 πραγματοποιήθηκαν οι αγώνες των “SPECIAL OLYMPICS” στο άθλημα του γκολφ, με τεράστια συμμετοχή αθλητών και συνοδών.
- Τον Ιούλιο του 2012, και για 4 συνεχόμενα χρόνια ο Όμιλος Γκόλφ Γλυφάδας Αθηνών διοργάνωσε το διεθνές τουρνουά για παιδιά έως 18 ετών Faldo Series Greece Championship, που ήταν αφορμή να επισκεφθεί την χώρα μας ο διασημότερος Ευρωπαίος παίκτης του γκολφ εν ζωή ο Βρετανός Sir Nick Faldo μετά από πρόσκληση του Ομίλου. Κάθε χρόνο , τα μεγαλύτερα πρωταθλήματα και διαγωνισμοί γίνονται στο γήπεδο του γκολφ, εμπλουτίζοντας και βελτιώνοντας το άθλημα.
- Το σωματείο σήμερα με ιστορία 50 χρόνων συνεχίζει την αθλητική και κοινωνική του δραστηριότητα, διατηρώντας την ίδια έδρα, τις ίδιες αρχές και τα ίδια ιδεώδη που οραματίστηκαν οι ιδρυτές του. Την ανάπτυξη δηλαδή του γκόλφ στην Ελλάδα. Όλα αυτά τα χρόνια ήταν και είναι ο πολυνίκης σύλλογος σε όλες τις κατηγορίες ανδρών και γυναικών από juniors μέχρι seniors στα εθνικά πρωταθλήματα, τροφοδοτώντας την Εθνική ομάδα με αθλητές και αθλήτριες για τις εγχώριες και διεθνείς διοργανώσεις.
- Παράλληλα αναπτύσσει πλούσια δράση συνδυάζοντας τον αθλητισμό με κοινωνικές εκδηλώσεις. Επίσης είναι το ζωντανό φυτώριο στη παραγωγή νέων ταλαντούχων γκόλφερ διατηρώντας ακαδημία που στελεχώνεται από μικρά παιδιά κορίτσια και αγόρια.

Στην Ελλάδα λειτουργούν πλέον επτά γήπεδα γκολφ διεθνών προδιαγραφών (18 οπών), που βρίσκονται στην Αθήνα (Γλυφάδα), την Κέρκυρα, τη Ρόδο, τη Χαλκιδική, τη Χερσόνησο Κρήτης και την Μεσσηνία, καθώς και ένα γήπεδο 9 οπών στην Ελούντα Κρήτης, στα οποία εξασκούνται συστηματικά περισσότεροι από 1.300 παίκτες.

Σημαντική είναι η συνεισφορά της Aegean Airlines στην ανάπτυξη του γκολφ και την προσέλκυση τουρισμού γκολφ στην χώρα μας. Ενισχύει το έργο της Ελληνικής Ομοσπονδίας Γκολφ, της Κυπριακής Ομοσπονδίας Γκολφ, και των Ακαδημιών των Ομίλων Γκολφ της χώρας μας, ενώ αποτελεί βασικό υποστηρικτή της Aegean Crete Golf Academy με

σύγχρονες και πλήρεις εγκαταστάσεις στο γκολφ Χερσονήσου Κρήτης. Τα τελευταία δέκα χρόνια αποτελεί τον «επίσημο αερομεταφορέα» της PGAs of Greece, στηρίζοντας ετησίως το Aegean Mini Tour και μεταφέροντας τους επαγγελματίες παίκτες της χώρας μας, δωρεάν, προκειμένου να συμμετάσχουν σε αγώνες και προπονήσεις.

Από το 2005, σε συνεργασία με τη PGAs of Europe έχει δημιουργήσει ένα διεθνές τουρνουά γκολφ, με σκοπό να στηρίζει δυναμικά την ανάπτυξη του γκολφ στην χώρα μας. Πρόκειται για μία από τις σημαντικότερες συνεργασίες στον Ευρωπαϊκό χώρο του γκολφ, καθώς και οι δύο φορείς έχουν ως στόχο την ανάπτυξη του γκολφ στην Ελλάδα και στην Ευρώπη, αντίστοιχα, με οφέλη για την τουριστική αγορά και τον αθλητισμό. Το Airlines Pro-Am<sup>28</sup> έχει καθιερωθεί ως ένα από τα σημαντικότερα γεγονότα του γκολφ στην Ευρώπη και χαίρει μεγάλης επιτυχίας και υψηλής αναγνωρισιμότητας. Το τουρνουά τελεί για 12η χρονιά υπό την αιγίδα του ανώτατου φορέα επαγγελματιών και υπό την πλήρη υποστήριξη του PGA Ελλάδας, της Ελληνικής Ομοσπονδίας Γκολφ και της Κυπριακής Ομοσπονδίας Γκολφ. Διεξήχθη μεταξύ 7 και 10 Ιουνίου στα δύο γήπεδα γκολφ υψηλών προδιαγραφών του Costa Navarino, στη Μεσσηνία. Στο τουρνουά συμμετείχαν 60 ομάδες, αποτελούμενες από έναν επαγγελματία και τρεις ερασιτέχνες, από 18 χώρες, από Ευρώπη, Ασία, Αμερική και Νότια Αφρική.<sup>29</sup>

Η Aegean Airlines αποτελεί πλέον τον “Preferred Carrier” της PGAs of Europe.

Εκτός από την ενίσχυση και προώθηση του τουρισμού γκολφ στη χώρα μας, το Aegean Airlines Pro-Am, κάθε χρόνο προσφέρει μέρος των εσόδων του τουρνουά σε φιλανθρωπικά ιδρύματα που στηρίζουν ευπαθείς ομάδες. Σε αυτό το πλαίσιο, το φετινό τουρνουά προσέφερε το συνολικό ποσό των 8.000 ευρώ στην «Κιβωτό του Κόσμου»<sup>30</sup>.

Βλέποντας τις προοπτικές του τουρισμού γκολφ, πολλές είναι οι επενδύσεις που βρίσκονται στα «σκαριά». Αυτές είναι οι πιο σημαντικές από αυτές που βρίσκονται σε διάφορα στάδια υλοποίησης<sup>31</sup>:

---

<sup>28</sup> [www.aegeanproam.com](http://www.aegeanproam.com)

<sup>29</sup> Πηγή: [www.huffingtonpost.gr](http://www.huffingtonpost.gr)

<sup>30</sup> Η «Κιβωτός του Κόσμου» είναι Εθελοντικός Μη Κερδοσκοπικός Οργανισμός Ειδικής Μέριμνας και Προστασίας Μητέρας και Παιδιού.

<sup>31</sup> Πηγή από άρθρο: Πάνω από 1 εκατ. «πλούσιους» τουρίστες μπορεί να φέρει το γκολφ στην Ελλάδα, Κώστας Κετσειτζής, 17 Ιουν. 2017, <http://www.insider.gr>

Kilada Hills : Πρόκειται για πεντάστερο θέρετρο στην Αργολίδα με ένα επαγγελματικό γήπεδο γκολφ που έχει σχεδιαστεί από τον επαγγελματία παίκτη Τζακ Νικλάους και το οποίο θα διαχειρίζεται η Trophy Golf & Resorts. Το έργο προϋπολογισμού ύψους 420 εκατ. ευρώ αναπτύσσει η Dolphin Capital Investors, η οποία έχει ανακοινώσει ότι θα πουλήσει όλα τα περιουσιακά της στοιχεία.

Atalanti Hills : Το έργο της Λοκρός ΑΕ στην Αταλάντη της Φθιώτιδας περιλαμβάνει τρεις πεντάστερες ξενοδοχειακές μονάδες, 5.000 bungalows, τρία γήπεδα γκολφ 18-οπών καθώς και έναν ιππικό όμιλο. Εφόσον ολοκληρωθεί θα γίνει η δεύτερη Περιοχή Ολοκληρωμένης Τουριστικής Ανάπτυξης (ΠΟΤΑ) που θα αναπτυχθεί στην Ελλάδα μετά το Costa Navarino και έχει προϋπολογισμό 1,2 δισ. ευρώ. Αναμένεται η έγκριση της υπουργικής απόφασης που θα δώσει το «πράσινο φως» για το έργο από το Συμβούλιο της Επικρατείας (ΣτΕ).

Itanos Gaia : Πρόκειται για ένα τουριστικό θέρετρο που θα αναπτυχθεί στη Σητεία της Κρήτης (Κάβο Σίδερο) από την Loyalward Hellas (θυγατρική της Minoan Group). Εφόσον προχωρήσει το έργο, προϋπολογισμού 300 εκατ. ευρώ, θα περιλαμβάνει μεταξύ άλλων ξενοδοχεία, γήπεδα γκολφ, συνεδριακό κέντρο και spa. Η Minoan αναμένει την απόφαση του Συμβουλίου της Επικρατείας.

Pravita Estate : Το έργο προϋπολογισμού 800 εκατ. ευρώ που αναπτύσσεται στον Πολύγυρο της Χαλκιδικής από την Pravita Development θα διαθέτει τρία ξενοδοχειακά συγκροτήματα, τέσσερα γήπεδα γκολφ, τουριστικές κατοικίες, συνεδριακό κέντρο και spa.

Τα νέα projects του Killada Hills, του Atalanti Hills και του Itanos Gaia έχουν προχωρήσει αδειοδοτικά.

## **3.2 ΝΟΜΟΘΕΣΙΑ- ΚΑΘΟΡΙΣΜΟΣ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΩΝ ΓΗΠΕΔΩΝ ΓΚΟΛΦ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ**

Ακολουθούν τα σημαντικότερα σημεία της ΦΕΚ Β 2905/29.10.2014<sup>32</sup>

### **Άρθρο 1**

#### **Ορισμός**

Γήπεδο γκολφ καλείται η οριοθετημένη έκταση, με τις προβλεπόμενες από τις παρούσες προδιαγραφές αθλητικές και κτιριακές εγκαταστάσεις, για την άσκηση του αθλήματος του γκολφ, κατόπιν έκδοσης Ειδικού Σήματος Λειτουργίας από την αρμόδια υπηρεσία του Υπουργείου Τουρισμού, σύμφωνα με την ισχύουσα διαδικασία.

Τα γήπεδα γκολφ αποτελούν εγκατάσταση ειδικής τουριστικής υποδομής της παραγράφου 3 του άρθρου 2 του ν. 2160/1993.

#### **Είδη γηπέδων γκολφ.**

Τα γήπεδα γκολφ διακρίνονται στις εξής κατηγορίες:

- α. Γήπεδα γκολφ 9 οπών.
- β. Γήπεδα γκολφ 18 οπών.
- γ. Γήπεδα γκολφ 27 οπών.
- δ. Γήπεδα γκολφ 36 οπών.

Γήπεδα γκολφ όλων των παραπάνω κατηγοριών είναι δυνατό να ανεγείρονται είτε αυτοτελώς είτε ως τμήμα σύνθετου τουριστικού καταλύματος της περίπτωσης Γ της παραγράφου 1 του άρθρου 2 του ν. 2160/1993, είτε σε συνδυασμό με κύρια ξενοδοχειακά καταλύματα των υποπεριπτώσεων α έως δ της περίπτωσης Α της παραγράφου 1 του άρθρου 2 του ν. 2160/1993, τα οποία διαθέτουν τον ελάχιστο αριθμό υπνοδωματίων που προβλέπεται ανά λειτουργική μορφή στο π.δ. 43/2002 και τα οποία διαθέτουν ήδη, ή μπορούν να αποκτήσουν Ειδικό Σήμα Λειτουργίας.

---

<sup>32</sup> Πηγή : <https://www.taxheaven.gr/>

## **Άρθρο 2**

### **Ενιαία έκταση**

Το γήπεδο γκολφ δημιουργείται σε ενιαία έκταση η οποία νοείται ως ενιαίο σύνολο. Η έκταση μπορεί να ανήκει ολόκληρη ή εν μέρει σε έναν ή περισσότερους ιδιοκτήτες εξ αδιαιρέτου ή και να είναι μισθωμένη, να έχει συσταθεί επί αυτής δικαίωμα επιφάνειας ή και να έλκονται επί αυτής δικαιώματα εξ άλλης σύμβασης.

Η γνωμοδότηση για την καταλληλότητα της έκτασης για τη δημιουργία γηπέδου γκολφ, η έγκριση και η άδεια δόμησης και το Ειδικό Σήμα Λειτουργίας γηπέδου γκολφ εκδίδονται στο όνομα του εκάστοτε φορέα εκμετάλλευσης του γηπέδου γκολφ, ο οποίος είναι κύριος, ή/και μισθωτής, ή/και επιφανειούχος, ή/και έλκει εξ άλλης σύμβασης δικαιώματα επί του γηπέδου ή των γηπέδων από τα οποία αποτελείται η έκταση. Σε περίπτωση αλλαγής του φορέα εκμετάλλευσης, υποβάλλονται τα απαραίτητα δικαιολογητικά, ωστόσο δεν απαιτείται εκ νέου γνωμοδότηση για την καταλληλότητα.

Σε περίπτωση εξ αδιαιρέτου ιδιοκτησίας, δεν χορηγείται έγκριση δημιουργίας γηπέδου γκολφ σε με μονωμένο ή μεμονωμένους κυρίους ποσοστών εξ αδιαιρέτου ιδιοκτησίας. Το σύνολο των ποσοστών ιδιοκτησίας των αιτούντων θα πρέπει να καλύπτει το 100% της ιδιοκτησίας. Όπου υπάρχει κτηματολόγιο, προσκομίζεται θεωρημένο απόσπασμα κτηματολογίου.

Σε περίπτωση μίσθωσης η ελάχιστη διάρκεια της ορίζεται σε δέκα (10) τουλάχιστον έτη, εφόσον το γήπεδο γκολφ ανεγείρεται είτε αυτοτελώς είτε ως τμήμα σύνθετου τουριστικού καταλύματος. Στην περίπτωση που το γήπεδο γκολφ ανεγείρεται σε συνδυασμό με κύριο ξενοδοχειακό κατάλυμα, η ελάχιστη διάρκεια της μίσθωσης ή υπομίσθωσης ορίζεται σύμφωνα με τα προβλεπόμενα στο π.δ. 43/2002.

Στην έκταση επί της οποίας δημιουργείται το γήπεδο γκολφ μπορούν να περιλαμβάνονται και ρέματα, δρόμοι, γενικότερα φυσικά εμπόδια και τεχνικά έργα, εφόσον τα εκατέρωθεν τμήματα μπορούν να ενοποιηθούν λειτουργικά. Σε κάθε περίπτωση για τη διατήρηση του ενιαίου της έκτασης πρέπει να εξασφαλίζεται η δυνατότητα γεφύρωσης του ρέματος ή του δρόμου ή ενοποίησης του/των γηπέδου/ων με τεχνικό έργο και να προσκομίζεται βεβαίωση της αρμόδιας υπηρεσίας περί εγκρίσεως κατασκευής του σχετικού έργου, το οποίο θα πρέπει πραγματοποιηθεί με δαπάνη του φορέα εκμετάλλευσης του έργου. Πριν την εκτέλεση

οποιαδήποτε εργασιών, να έχει προηγηθεί η οριοθέτησή του σύμφωνα με τις κείμενες διατάξεις

Για τη δημιουργία ενός γηπέδου γκολφ, η ελάχιστη συνολική και ενιαία κατά την έννοια της παραγράφου 2.1 του άρθρου αυτού, ορίζεται ως ακολούθως:

α. Γήπεδο 9 οπών: 260.000 τ.μ., λαμβάνοντας υπόψη το ανάγλυφο του εδάφους.

β. Γήπεδο 18 οπών: 500.000 τ.μ., λαμβάνοντας υπόψη το ανάγλυφο του εδάφους.

γ. Γήπεδο 27 και 36 οπών: για τον υπολογισμό της ελάχιστης απαιτούμενης επιφάνειας των γηπέδων 27 και 36 οπών, λογίζεται κατ' αναλογία ποσοστό προσαύξησης της συνολικής επιφάνειας γηπέδου γκολφ 18 οπών (500.000 τ.μ.), κατ' ελάχιστο 40 % ανά 9 επιπλέον οπές.

Ένα γήπεδο γκολφ περιλαμβάνει τους αθλητικούς χώρους και τους συμπληρωματικούς χώρους προπόνησης και εκμάθησης, τις εγκαταστάσεις της Λέσχης γκολφ και τις βοηθητικές κτιριακές εγκαταστάσεις.

Οι προδιαγραφές δημιουργίας γηπέδων γκολφ της παρούσας απόφασης αφορούν σε :

α. Προδιαγραφές αθλητικού χώρου γηπέδου γκολφ και συμπληρωματικών χώρων προπόνησης

β. Προδιαγραφές κτιριακών εγκαταστάσεων Λέσχης γκολφ (Golf Clubhouse)

γ. Προδιαγραφές βοηθητικών κτιριακών εγκαταστάσεων

δ. Προδιαγραφές συστήματος άρδευσης

### **Άρθρο 3**

#### **Προδιαγραφές αθλητικού χώρου γηπέδου γκολφ και συμπληρωματικών χώρων προπόνησης και εκμάθησης:**

Ο αθλητικός χώρος του γηπέδου γκολφ, ανάλογα με το μέγεθός του, περιλαμβάνει ένα συγκεκριμένο αριθμό διαδρομών (FAIRWAYS). Κάθε διαδρομή περιλαμβάνει, ανάλογα με το σχεδιασμό του γηπέδου τρεις τουλάχιστον αφετηρίες (TEES) και καταλήγει σε ένα χώρο απόληξης (GREEN). Οι διαδρομές περιλαμβάνουν παγίδες άμμου (BUNKERS) καθώς και άλλα εμπόδια (π.χ. λίμνες, υδάτινα στοιχεία) που ανεβάζουν τη δυσκολία της διαδρομής

επιτείνοντας το ενδιαφέρον του παιχνιδιού, ενώ στην έκταση του γηπέδου και μεταξύ των διαδρομών, αναπτύσσονται φυτεύσεις που εντάσσονται λειτουργικά στο σχεδιασμό του γηπέδου (ROUGH AREAS).

### **Αφετηρίες (TEES)**

Εκάστη εξ αυτών είναι ελαχίστης επιφανείας 70τ.μ.. Τα διαφορετικά TEES της ίδιας οπής θα πρέπει να είναι διατεταγμένα μεταξύ τους, έτσι ώστε το άθλημα να διεξάγεται με ασφάλεια. Δυνητικά συνενώνονται μεταξύ τους σε μία ενιαία επιφάνεια αναλόγου συνολικής εκτάσεως. Η απόσταση ασφαλείας εκάστου TEE από το προηγούμενο GREEN θα πρέπει να είναι τουλάχιστον 20 μέτρα.

Τα TEES αριθμούνται κατά την αντίστοιχη διαδοχική αρίθμηση των διαδρομών. Το υπ' αριθμό 1 TEE υποχρεωτικά και το υπ' αριθμό 10 δυνητικά, βρίσκονται στις πλησιέστερες θέσεις προς τη λέσχη του γηπέδου.

Κάθε TEE φέρει τις ενδείξεις εκκινήσεως (TEE MARKERS) με τα ακόλουθα χρώματα ανά κατηγορία:

- α. λευκό για τους επαγγελματίες παίκτες (PRO),
- β. κίτρινο για τους άνδρες (MEN),
- γ. γαλάζιο για άνδρες άνω των 50 ετών (SENIORS),
- δ. κόκκινο για τις γυναίκες (LADIES),

Σε κάθε TEE τοποθετείται πινακίδα (TEE PLATE), όπου αναγράφεται το μήκος της διαδρομής σε μέτρα ή υάρδες, ο ιδανικός αριθμός κτυπημάτων που απαιτούνται για την κάλυψή της (PAR) και δυνητικά ο βαθμός δυσκολίας της διαδρομής (STROKE INDEX).

### **Διαδρομές (FAIRWAYS)**

Διαδρομή (FAIRWAY) ονομάζεται η επιφάνεια που συνδέει τα TEES με τα GREENS. Οι διαδρομές καλύπτουν περίπου το 30% της συνολικής επιφάνειας του γηπέδου. Κάθε διαδρομή, ανάλογα με το μήκος της (PAR) περιλαμβάνει μία ή δύο περιοχές όπου αναμένεται να προσγειωθεί το μπαλάκι μετά από ένα μακρινό χτύπημα (LANDING AREAS). Το ελάχιστο πλάτος της διαδρομής, στην περιοχή των LANDING AREAS δεν δύναται να είναι μικρότερο των 45 μέτρων.

Η διάταξη των διαδρομών είναι τέτοια, ώστε ειδικά στην περιοχή των LANDING AREAS να υφίσταται μεταξύ των κεντρικών αξόνων σχεδιασμού τους, (CENTRE LINES), απόσταση ασφαλείας περίπου 45 μέτρων, λαμβάνοντας πάντα υπόψη και το ανάγλυφο του εδάφους.

Η ελάχιστη απόσταση ασφαλείας του κεντρικού άξονα μιας διαδρομής από παρακείμενους δρόμους, ιδιοκτησίες, περιφράξεις, κτίρια κλπ. καθορίζεται στα 45 μέτρα, λαμβάνοντας υπόψη και τη μορφολογία του εδάφους.

Οι διαδρομές αριθμούνται από τον αριθμό 1 έως τον αριθμό 9, 18, 27 ή 36 ανάλογα με το μέγεθος του γηπέδου και, ανάλογα προς τον ιδανικό αριθμό χτυπημάτων που απαιτούνται για την κάλυψή τους, χαρακτηρίζονται ως PAR 3, PAR 4 ή PAR 5.

Ένα γήπεδο 18 οπών περιλαμβάνει συνήθως:

α. 4 διαδρομές PAR 3 κυμαινόμενου μήκους 100–200 μ.

(απόσταση μετρούμενη από το ανδρικό TEE).

β. 10 διαδρομές PAR 4 κυμαινόμενου μήκους 280–430μ.

(απόσταση μετρούμενη από το ανδρικό TEE).

γ. 4 διαδρομές PAR 5 κυμαινόμενου μήκους 450–550 μ.

(απόσταση μετρούμενη από το ανδρικό TEE).

Οι πιο πάνω διαδρομές μοιράζονται κατά ισομοιρία ανά 9 οπές, για γήπεδα 9, 27 και 36.

### **Χώροι απόληξης (GREEN)**

Ονομάζονται οι περιοχές απολήξεως των διαδρομών και χαρακτηρίζονται από την σχεδόν επίπεδη ή ομαλής κλίσεως επιφάνεια που περιβάλλει την οπή.

Η επιφάνεια αυτή είναι καλυμμένη από χλοοτάπητα ειδικής ποικιλίας και υποδομής.

Η ελάχιστη επιφάνεια κάθε GREEN είναι 450 τ.μ. Τα GREENS διατάσσονται με τέτοιο τρόπο, ώστε το GREEN της διαδρομής υπ' αριθμ. 18 να είναι υποχρεωτικά πλησίον της λέσχης και το GREEN της διαδρομής υπ' αριθμ. 9 να είναι δυνητικά πλησίον αυτής.

Σε κάθε GREEN υπάρχει ειδική πλαστική υποδοχή, επί της οποίας στερεώνεται ο ειδικός ενδεικτικός ιστός σημαίας κάθε GREEN, σύμφωνα με τους διεθνείς κανονισμούς.



## **Παγίδες άμμου (BUNKER)**

Οι παγίδες άμμου είναι διάσπαρτες σε διάφορα στρατηγικά, κατά τη σχεδίαση του γηπέδου, σημεία και αποσκοπούν στην αύξηση του ενδιαφέροντος και της δυσκολίας του παιχνιδιού. Η επιφάνειά τους είναι κυμαινόμενη και συνιστάται να είναι κατ' ελάχιστο 50 τ.μ., κυκλικού ή ελεύθερου περιγράμματος και ελαχίστου βάθους 0,30 μ.. Εντός των παγίδων τοποθετείται άμμος, κατά προτίμηση ποτάμιας προελεύσεως.

## **Φυτεύσεις (ROUGH AREAS)**

Στο σχέδιο Γενικής Διάταξης των εγκαταστάσεων του γηπέδου γκολφ (MASTER PLAN) εντάσσεται και το ειδικότερο σχέδιο φυτεύσεως των ελεύθερων χώρων που ευρίσκονται μεταξύ των διαδρομών (ROUGH AREAS). Οι ελεύθεροι χώροι μεταξύ των διαδρομών (ROUGH AREAS) καλύπτουν περίπου το 60% της συνολικής επιφάνειας του γηπέδου.

Η επιλογή των φυτών θα πρέπει να γίνεται βάσει κηποτεχνικής μελέτης, συντασσόμενης από ειδικό Γεωπόνο ή Δασολόγο, ώστε τα είδη των φυτών που θα χρησιμοποιηθούν να είναι προσαρμοσμένα στο περιβάλλον και τις κλιματολογικές συνθήκες της περιοχής και να συνδυάζονται βοτανολογικά με τη χλωρίδα του ευρύτερου χώρου. Η θέση φυτεύσεως, αλλά και τα είδη που θα επιλεγούν, θα πρέπει να δημιουργούν τα λιγότερα δυνατά προβλήματα στη λειτουργία και συντήρηση του γηπέδου (παρενόχληση δια των ριζών,σκίαση, πτώση φύλλων κ.λπ.). Η φύτευσή τους γίνεται κατά προτίμηση κατά θέσεις, ώστε η άρδευσή τους να είναι δυνατή χωρίς δημιουργία λάκκων ποτίσματος.

Η τελική διάταξη, διαμόρφωση και σύνθεση των φυτεύσεων σε συνδυασμό με την τοποθέτηση των BUNKERS, αλλά και άλλων εμποδίων, όπως περιγράφονται στην παράγραφο 3.7 του άρθρου αυτού αποτελεί αντικείμενο αρχιτεκτονικής μελέτης τοπίου, η οποία συντάσσεται είτε αποκλειστικά από τον αρχιτέκτονα του γηπέδου γκολφ, είτε από τον αρχιτέκτονα του γηπέδου γκολφ σε συνεργασία με αρχιτέκτονα τοπίου.

## **Λοιπά εμπόδια**

Επιτρέπεται, για λόγους ποικιλίας στη σύνθεση ή και αμέσου σχέσεως με το άθλημα, η τοποθέτηση και άλλων εμποδίων κυρίως υδάτινης μορφής (ρυάκι, τεχνητή λίμνη κ.λπ.), υπό την προϋπόθεση ότι θα υπάρχει επάρκεια νερού στην περιοχή ανάπτυξης του

γηπέδου, αντικείμενο που εξετάζεται στο στάδιο της περιβαλλοντικής αδειοδότησης του έργου.

### **Συμπληρωματικοί αθλητικοί χώροι προπόνησης και εκμάθησης**

Για κάθε είδος γηπέδου της παραγράφου 1.2 του άρθρου 1, στα στοιχεία που προβλέπονται αναφορικά με τις αθλητικές δραστηριότητες του γηπέδου, θα πρέπει να υπάρχει Γήπεδο Προπονήσεως (Practice Ground), σκοπός του οποίου είναι η προπόνηση, διδασκαλία και εξάσκηση των παικτών. Η διαμόρφωσή του γίνεται κατά προτίμηση πλησίον της λέσχης του γηπέδου γκολφ, ώστε να είναι ευχερής και σύντομη η πρόσβαση προς αυτό. Το ελάχιστο μήκος του Practice Ground θα πρέπει να είναι 280 μ, ενώ το ελάχιστο πλάτος 90 μ.. Προαιρετικά, πλησίον του Practice Ground μπορεί να κατασκευαστεί αποθήκη ελάχιστου εμβαδού 30 τ.μ. για τη φύλαξη των υλικών του Practice Ground.

Σε κάθε είδος γηπέδου της παραγράφου 1.2 του άρθρου 1, μπορούν προαιρετικά να προστεθούν:

α. Green ασκήσεως (Putting Green) για εξάσκηση σε μικρά κτυπήματα, που κατασκευάζεται όπως τα GREEN, αλλά είναι μικρότερης επιφάνειας και τοποθετείται δυνητικώς στο χώρο γύρω από το κτίριο της λέσχης. Η επιφάνειά του δεν είναι δυνατόν να είναι μικρότερη των 300 τ.μ..

β. Green ασκήσεως (Pitch and Putt Green), για εξάσκηση σε κοντινά κτυπήματα με αντίστοιχες παγίδες άμμου.

## **Άρθρο 4**

### **Προδιαγραφές κτηριακών εγκαταστάσεων λέσχης γκολφ**

Η λέσχη γκολφ αποτελεί το σημείο υποδοχής παικτών και επισκεπτών, καθώς και το κέντρο ελέγχου των δραστηριοτήτων εντός του γηπέδου. Η επιλογή της θέσης και ο σχεδιασμός των εγκαταστάσεων της λέσχης γκολφ θα πρέπει να είναι τέτοιος ώστε:

- να διασφαλίζεται ο άμεσος έλεγχος και η επαρκής υποστήριξη των αθλητικών δραστηριοτήτων του γηπέδου
- να παρέχει όλες της απαραίτητες υποδομές στους παίκτες του γκολφ για την άρτια διεξαγωγή του αθλήματος,

- να διαθέτει υποδομές αναψυχής όπως εστιατόριο, καφέ μπαρ, κ.λπ., για την ψυχαγωγία τόσο των παικτών του γκολφ όσο και των ανεξάρτητων επισκεπτών.

Το μέγεθος των εγκαταστάσεων της λέσχης γκολφ και ο επιμέρους σχεδιασμός τους, πληροί της ανάγκες της λειτουργίας του αντίστοιχου γηπέδου.

Διακρίνονται τρεις κατηγορίες λεσχών γκολφ με τα ακόλουθα μεγέθη εγκαταστάσεων:

- α. Μικρή λέσχη γκολφ, συνολικής μικτής επιφάνειας 950 τ.μ.
- β. Μεσαία λέσχη γκολφ, συνολικής μικτής επιφάνειας 1.350 τ.μ.
- γ. Μεγάλη λέσχη γκολφ, συνολικής μικτής επιφάνειας 1.750 τ.μ.

Σε γήπεδα γκολφ 9 οπών κατασκευάζεται τουλάχιστον μικρή λέσχη γκολφ. Σε γήπεδα γκολφ 18 οπών κατασκευάζεται τουλάχιστον μεσαία λέσχη γκολφ και σε γήπεδα γκολφ 27 ή 36 κατασκευάζεται μεγάλη λέσχη γκολφ. Σημαντικός παράγοντας για τη διαστασιολόγηση των εγκαταστάσεων της λέσχης γκολφ είναι η δυνατότητα παροχής υπηρεσιών εστίασης σε εσωτερικό χώρο για το σύνολο των συμμετεχόντων σε ένα διεθνές τουρνουά γκολφ (κατά μέσο όρο 140 άτομα).

Στη μικρού μεγέθους λέσχη γκολφ δεν υπάρχει η δυνατότητα παροχής υπηρεσιών εστίασης σε εσωτερικό χώρο για το σύνολο των συμμετεχόντων σε ένα τουρνουά γκολφ. Στην περίπτωση αυτή θα πρέπει να χρησιμοποιηθούν και εξωτερικοί χώροι.

Στη μεσαίου μεγέθους λέσχη γκολφ μπορεί να παρέχονται υπηρεσίες εστίασης σε εσωτερικό χώρο για το σύνολο των συμμετεχόντων σε ένα τουρνουά γκολφ, με την προϋπόθεση ότι θα χρησιμοποιηθούν και εσωτερικοί χώροι που στην κανονική λειτουργία δεν χρησιμοποιούνται ως χώροι εστίασης.

Στην περίπτωση της μεγάλης μεγέθους λέσχης γκολφ είναι δυνατή η παροχή υπηρεσιών εστίασης σε εσωτερικό χώρο για το σύνολο των συμμετεχόντων σε ένα τουρνουά γκολφ με παράλληλη λειτουργία εστιατορίου για επισκέπτες.

### **Υποχρεωτικές εγκαταστάσεις λέσχης γκολφ.**

Υποχρεωτικές εγκαταστάσεις λέσχης γκολφ. Οι εγκαταστάσεις που κατ' ελάχιστον θα πρέπει να περιλαμβάνονται, καθώς και η ελάχιστη απαιτούμενη συνολική καθαρή επιφάνεια αυτών,

ορίζονται στον πίνακα που ακολουθεί (Πίνακας 1), για κάθε μια από τις λειτουργίες της λέσχης γκολφ. Οι εγκαταστάσεις κάθε λειτουργίας μπορεί να αναπτύσσονται είτε σε διακεκριμένους χώρους είτε όχι, ανάλογα με τον αρχιτεκτονικό σχεδιασμό, διασφαλίζοντας τη βέλτιστη λειτουργικότητα της λέσχης γκολφ.

Για τον υπολογισμό της συνολικής μικτής επιφάνειας για κάθε τύπο λέσχης γκολφ, εκτιμάται ότι η συνολική επιφάνεια τοίχων, διαδρόμων, μηχανολογικών, ηλεκτρολογικών, τηλεπικοινωνιακών και λοιπών συναφών εγκαταστάσεων αποτελεί ποσοστό περίπου 35% επί της συνολικής καθαρής επιφάνειας. Το ποσοστό αυτό είναι ενδεικτικό και δεν αποτελεί δέσμευση για το σχεδιασμό της λέσχης γκολφ.

Για τις λειτουργίες «Υποδοχή / Κατάστημα γκολφ» και «Εστίαση/Εκδηλώσεις», ένα ποσοστό μέχρι 25% των απαιτούμενων επιφανειών για τις εγκαταστάσεις του Πίνακα 4, μπορεί να καλύπτεται από ημιυπαίθριους χώρους.

Σε εγκαταστάσεις γηπέδων γκολφ που ανεγείρονται σε συνδυασμό με κύρια ξενοδοχειακά καταλύματα των περιπτώσεων α έως δ της περίπτωσης Α της παραγράφου 1 του άρθρου 2 του ν. 2160/1993 ή αποτελούν τμήμα σύνθετου τουριστικού καταλύματος της περίπτωσης Γ της παραγράφου 1 του άρθρου 2 του ν. 2160/1993, οι κοινόχρηστοι χώροι που απαιτούνται, βάσει προδιαγραφών, για το σύνολο των εγκαταστάσεων (κύριο ξενοδοχειακό κατάλυμα, γήπεδο γκολφ, σύνθετο τουριστικό κατάλυμα), μπορούν είτε να κατανέμονται μεταξύ των επιμέρους εγκαταστάσεων, με την προϋπόθεση να διασφαλίζεται η λειτουργικότητά τους και να υλοποιείται το σύνολο των απαιτούμενων, από τις ισχύουσες διατάξεις, κοινόχρηστων χώρων, είτε να ενσωματώνονται σε ένα κτίριο που θα εξυπηρετεί συνολικά τις ανάγκες του γηπέδου γκολφ και του ξενοδοχειακού καταλύματος ή του σύνθετου τουριστικού καταλύματος, σύμφωνα με τις ισχύουσες προδιαγραφές.

**Πίνακας 1. Υποχρεωτικές εγκαταστάσεις λέσχης γκολφ**

		Επιφάνεια (τ.μ.)		
		Μικρή λέσχη γκολφ	Μεσαία λέσχη γκολφ	Μεγάλη λέσχη γκολφ
<b>Λειτουργία</b>	<b>Εγκαταστάσεις</b>			
Υποδοχή / Κατάστημα γκολφ	Χώρος Υποδοχής, Χώρος Starter, Χώρος προετοιμασίας έναρξης παιχνιδιού, Κατάστημα ειδών γκολφ, Αποθήκη καταστήματος / Χώρος παραλαβών καταστήματος	125	180	220
Διοίκηση	Γραφεία διοίκησης & διοργάνωσης εκδηλώσεων, Γραφείο Δ/ντή	25	35	50
Εστίαση / Εκδηλώσεις	Αίθουσες εστίασης & εκδηλώσεων, Αποθήκες εξοπλισμού εκδηλώσεων	150	215	290
Αποθήκευση / προετοιμασία τροφίμων	Χώρος σερβιρίσματος, Παρασκευαστήριο, Αποθήκες τροφίμων, Ψυγεία / Καταψύκτες, χώροι πλύσης σκευών, χώρος παραλαβής / ιωυρριμμάτων	100	130	160
Βοηθητικοί χώροι	Αποδυτήρια / Ερμάρια / WC, Αποθήκες, Χώρος φύλαξης σάκων, ιατρείο	100	140	180
Χώροι αυτοκινήτων γκολφ	Στεγασμένοι χώροι στάθμευσης και φόρτισης μπαταριών ηλεκτροκινήτων αυτοκινήτων γκολφ, Πλυντήριο αυτοκινήτων γκολφ	200	300	400
Τοίχοι, διάδρομοι, μηχανολογικά, ηλεκτρολογικά, τηλεπικοινωνίες κ.λπ.	<b>Σύνολο επιφανειών (καθαρών)</b>	<b>700</b>	<b>1000</b>	<b>1300</b>
	Ποσοστό % επί της καθαρής επιφάνειας (προσέγγιση)	35%		
<b>Σύνολο επιφανειών (μικτών)</b>		<b>950</b>	<b>1.350</b>	<b>1.750</b>

**ΠΙΝΑΚΑΣ 4: Υποχρεωτικές εγκαταστάσεις λέσχης γκολφ**

(Πηγή: <https://www.taxheaven.gr/>)

**Προαιρετικές εγκαταστάσεις**

Σε λέσχη γκολφ ανεξαρτήτου μεγέθους μπορούν να συμπεριληφθούν και επιπλέον εγκαταστάσεις ανά λειτουργία όπως σαλόνι μελών λέσχης γκολφ, εστιατόριο προσωπικού, επισκευαστήριο για τα μπαστούνια.

## **Άρθρο 6**

### **Προδιαγραφές συστήματος άρδευσης**

Ο σχεδιασμός του αρδευτικού συστήματος του γηπέδου γκολφ αποτελεί τμήμα της γενικότερης μελέτης του γηπέδου και απαιτείται για όλα τα γήπεδα τις παραγράφου 1.2 του άρθρου 1.

Το αρδευτικό σύστημα ελέγχεται από κέντρο ελέγχου (π.χ. προγραμματιστή ή ηλεκτρονικό υπολογιστή), που συντονίζει μια σειρά από δορυφορικά κέντρα ελέγχου εντός του γηπέδου, ώστε να εξασφαλίζεται ο προγραμματισμός αρδεύσεως επί ημερησίας και εβδομαδιαίας βάσεως. Το αρδευτικό σύστημα περιλαμβάνει κατ' ελάχιστο τα ακόλουθα:

- Αντλιοστάσιο καταθλίψεως εντός ιδιαίτερου οικίσκου, το οποίο συντίθεται από αντλίες, πιεστικά δοχεία, κ.λπ. όργανα αυτοματισμού και ελέγχου.
- Υπόγειες σωληνώσεις διανομής του νερού.
- Τηλεελεγχόμενες δικλείδες (βάννες).
- Ηλεκτρονικά ελεγχόμενοι εκτοξευτήρες νερού, αναδυομένου τύπου (POP-UPS).
- Δορυφορικά κέντρα ελέγχου των εκτοξευτήρων νερού.
- Σημεία λήψεως νερού με δικλείδες ταχείας συνδέσεως.
- Αυτόνομο σύστημα πυρασφάλειας γηπέδου συνδεδεμένο με το δίκτυο άρδευσης.

## **Άρθρο 7**

### **Προορισμοί γκολφ**

Εφόσον σε μία περιοχή λειτουργούν τουλάχιστον δύο γήπεδα γκολφ δεκαοκτώ (18) οπών, η δε απόσταση εκάστου γηπέδου από το αμέσως γειτονικό του δεν είναι μεγαλύτερη των δεκαπέντε (15) χιλιομέτρων και η χρονοαπόσταση όχι μεγαλύτερη των τριάντα (30) λεπτών, η περιοχή αυτή χαρακτηρίζεται ως προορισμός γκολφ (golf destination ή golf cluster) με απόφαση του Υπουργού Τουρισμού.

Για τα εν λόγω γήπεδα, εφόσον αυτά ανήκουν στην ίδια επιχείρηση ή σε επιχειρήσεις που λειτουργούν ως ενιαίο σύνολο, δυνάμει μακροχρόνιων συμφωνητικών συνεργασίας και

αλληλοεξυπηρέτησης ισχύος τουλάχιστον 15 ετών από την ημερομηνία κατάθεσης της αίτησης έκδοσης άδειας δόμησης, ισχύουν τα ακόλουθα:

- Σε κάθε περίπτωση, για το δεύτερο γήπεδο, θα πρέπει να υπάρχουν εγκαταστάσεις μικρής λέσχης γκολφ, ανεξαρτήτως του είδους του γηπέδου.
- Για το δεύτερο γήπεδο, οι συνολικές ελάχιστες απαιτήσεις σε επιφάνειες για τις βοηθητικές κτιριακές εγκαταστάσεις του άρθρου 5 μπορούν να μειώνονται κατά 50%.

## **Άρθρο 8**

### **Κριτήρια καταλληλότητας γηπέδου**

Τα γήπεδα γκολφ αδειοδοτούνται από την κατά περίπτωση αρμόδια υπηρεσία σύμφωνα με τις οικείες διατάξεις. Η υπηρεσία αυτή, αφού εξετάσει τα δικαιολογητικά του άρθρου 9, γνωμοδοτεί στην αρμόδια περιβαλλοντική αρχή ως προς την καταλληλότητα του γηπέδου γκολφ στο πλαίσιο της περιβαλλοντικής αδειοδότησης του γηπέδου γκολφ σύμφωνα με την παράγραφο 11 του άρθρου 2 του ν. 4014/2011. Κατά την γνωμοδότησή της εξετάζονται και αξιολογούνται τα ακόλουθα κριτήρια:

Η έκταση του γηπέδου ή των γηπέδων στα οποία πρόκειται να δημιουργηθεί το γήπεδο γκολφ πρέπει να είναι ενιαία, κατά την έννοια της παραγράφου 2.1. του άρθρου 2 της παρούσας απόφασης και να ανήκει σε έναν ή περισσότερους ιδιοκτήτες εξ αδιαιρέτου, επιπλέον δε το σύνολο των ποσοστών ιδιοκτησίας να καλύπτει το 100% της έκτασης.

Ελάχιστη επιφάνεια ενιαίου γηπέδου γκολφ σύμφωνα με τα όσα αναφέρονται στην παράγραφο 2 του άρθρου 2 της παρούσας, ανάλογα με την κατηγορία του γηπέδου γκολφ.

Οι υποχρεωτικές αποστάσεις από γειτονικές χρήσεις προκύπτουν από τον εξής πίνακα:

#	ΧΡΗΣΗ	ΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΗ ΑΠΟΣΤΑΣΗ
1	ΟΧΛΟΥΣΑ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ-ΒΙΟΤΕΧΝΙΑ (μέσης και υψηλής όχλησης)	500 μέτρα. Επιτρέπεται να μειώνεται η απαιτούμενη απόσταση σύμφωνα με τις προϋποθέσεις που θα τεθούν στην ΜΠΕ
2	ΠΕΡΙΟΧΕΣ ΜΕ ΑΣΥΜΒΙΒΑΣΤΗ ΧΡΗΣΗ	1000 μέτρα ή 700 μέτρα, εφόσον δεν είναι σε οπτική επαφή με το γήπεδο γκολφ. Ως περιοχές με ασυμβίβαστη χρήση νοούνται αυτές που δημιουργούν μεγαλύτερη όχληση, όπως εγκαταστάσεις επεξεργασίας στερεών αποβλήτων, σταθμοί, θερμοκήπια κλπ. Επιτρέπεται να μειώνεται η απαιτούμενη απόσταση σύμφωνα με τις προϋποθέσεις που θα τεθούν στην ΜΠΕ
3	ΒΙΟΛΟΓΙΚΟΙ ΚΑΘΑΡΙΣΜΟΙ ΠΟΛΕΩΝ	200 μέτρα. Επιτρέπεται να μειώνεται η απαιτούμενη απόσταση σύμφωνα με τις προϋποθέσεις που θα τεθούν στην ΜΠΕ

**ΠΙΝΑΚΑΣ 5:** Υποχρεωτικές αποστάσεις γηπέδων γκολφ από γειτονικές χρήσεις

(Πηγή: <https://www.taxheaven.gr/>)

Ως ελάχιστη υποχρεωτική απόσταση από γειτονικές χρήσεις θεωρείται η απόσταση μεταξύ του ακραίου σημείου της πλησιέστερης προς τη γειτονική χρήση δομημένης επιφάνειας του γηπέδου γκολφ και του ακραίου σημείου της δομημένης επιφάνειας ή εγκατάστασης της γειτονικής χρήσης.

Η δημιουργία γηπέδων γκολφ σε εκτάσεις που έχουν χαρακτηριστεί εν όλων ή εν μέρει ως δάση ή δασικές εκτάσεις ή δημόσιες εκτάσεις των περιπτώσεων α και β της παραγράφου 5 του άρθρου 3 του ν. 998/1979, όπως ισχύει, επιτρέπεται σύμφωνα με την διαδικασία και τους περιορισμούς των άρθρων 45, 48 και 49 του ν.998/1979, όπως ισχύει.

Σε περίπτωση που το γήπεδο γκολφ έχει πρόσωπο σε αιγιαλό και παραλία ή σε περίπτωση που εντός του γηπέδου υφίσταται λίμνη ή μεγάλη λίμνη, θα πρέπει για την έγκριση της δημιουργίας γηπέδου γκολφ και την εκτέλεση οποιωνδήποτε εργασιών στο γήπεδο να έχει



προηγηθεί ο καθορισμός της οριογραμμής του αιγιαλού, της παραλίας, της όχθης ή της παρόχθιας ζώνης αντιστοίχως κατά τις οικείες διατάξεις.

Αν το γήπεδο έχει προσπέλαση από Εθνικό, Επαρχιακό δίκτυο ή δημοτική οδό θα πρέπει να έχει το απαιτούμενο «πρόσωπο» επ' αυτού, ώστε να μπορεί να κατασκευαστεί ο κόμβος κυκλοφοριακής σύνδεσης σύμφωνα με το από 5.11.84 Π.Δ. (ΦΕΚ Α'/181). Η κατασκευή της κυκλοφοριακής σύνδεσης αποτελεί προϋπόθεση για την έκδοση της αδείας λειτουργίας του συγκροτήματος. Κατά το στάδιο των εγκρίσεων θα πρέπει να έχει εξασφαλιστεί προέγκριση από την αρμόδια Υπηρεσία σχετικά με τη δυνατότητα κατασκευής της κυκλοφοριακής σύνδεσης.

Η προσπέλαση στο γήπεδο γκολφ πρέπει να γίνεται από κοινόχρηστο δρόμο καλής βατότητας υπό όλες τις καιρικές συνθήκες. Το πλάτος του δρόμου ορίζεται σε 5,50 μ. τουλάχιστον, τελικού οδοστρώματος με αμμοχάλικο ή από σκυροσύντριμμα σε όλο του το μήκος μέχρι την συμβολή του με την κύρια ασφαλτοστρωμένη οδική αρτηρία

Οι μετεωρολογικές συνθήκες που επικρατούν στην περιοχή του γηπέδου θα πρέπει να καθιστούν δυνατή τη χρήση του γηπέδου το μέγιστο δυνατό ετήσιο χρονικό διάστημα. Στην εν λόγω περιοχή δεν θα πρέπει να υφίσταται μετεωρολογικό στοιχείο που να επιδρά καθοριστικά αρνητικά στη διεξαγωγή του αθλήματος (π.χ. έντονοι άνεμοι, υπερβολική βροχόπτωση και χιονόπτωση).

Εξασφάλιση απαιτούμενης ποσότητας νερού άρδευσεως και υδρεύσεως, όπως αναλυτικότερα θα εμφανίζεται και θα τεκμηριώνεται στην Μελέτη Περιβαλλοντικών Επιπτώσεων. Στο πλαίσιο της Μελέτης Περιβαλλοντικών Επιπτώσεων οι αναμενόμενες καταναλώσεις σε νερό ύδρευσης και άρδευσης θα πρέπει να εκτιμηθούν από το γενικό μελετητή του έργου βάσει επιστημονικών υπολογισμών, που συνεκτιμούν παραμέτρους που αφορούν το σχεδιασμό του γηπέδου και τα ειδικά χαρακτηριστικά της περιοχής (είδος χλοοτάπητα, κλίσεις εδάφους, εδαφοκλιματικά στοιχεία, υδρογεωλογικά στοιχεία περιοχής, διαθεσιμότητα υδατικών πόρων, υφιστάμενες χρήσεις κ.λπ.). Εφόσον στην υπό εξέταση περιοχή παρατηρείται έλλειμμα υδατικών πόρων, γίνονται αποδεκτές διάφορες μέθοδοι εξασφάλισης του απαιτούμενου σε ποσότητα νερού για την υδροδότηση (ύδρευση/ άρδευση) της μονάδας, όπως δημιουργία ταμιευτήρων, χρήση ανακυκλωμένου νερού, αφαλάτωση,

μέθοδος μεταφοράς νερού από άλλη περιοχή κλπ., γεώτρηση ή υδρομάστευση από άλλη περιοχή, μετά από κατάλληλη επιστημονική τεκμηρίωση.

Σε περίπτωση, που το γήπεδο γκολφ ανεγείρεται σε συνδυασμό με κύριο ξενοδοχειακό κατάλυμα ή αποτελεί στοιχείο σύνθετου τουριστικού καταλύματος, απαιτείται, επιπλέον της ελάχιστης προβλεπόμενης για γήπεδο γκολφ επιφάνειας, πρόσθετη επιφάνεια γηπέδου επαρκής για τη συνολική δυναμικότητα σε κλίνες του ξενοδοχειακού καταλύματος ή του σύνθετου τουριστικού καταλύματος, με βάση τις εκάστοτε επιτρεπόμενες, από τις ισχύουσες χωροταξικές και πολεοδομικές διατάξεις και προδιαγραφές τουριστικών εγκαταστάσεων, πυκνότητες. Στην περίπτωση αυτή, ο ισχύων συντελεστής δόμησης εφαρμόζεται επί της συνολικής έκτασης, στην οποία περιλαμβάνεται και η έκταση του γκολφ. Η δόμηση των πάσης φύσεως κτιριακών εγκαταστάσεων εντός του συνολικού γηπέδου και η τοποθέτηση των κατασκευών γίνεται με βάση, αφενός τις γενικές ή ειδικές πολεοδομικές διατάξεις, που ισχύουν εκάστοτε για τις τουριστικές εγκαταστάσεις και αφετέρου τις απαιτούμενες αποστάσεις ασφαλείας εκατέρωθεν των κεντρικών αξόνων σχεδιασμού (center lines) των διαδρόμων του γηπέδου, όπως προκύπτουν από τον σχεδιασμό του γηπέδου γκολφ.

Επιθυμητές εξυπηρετήσεις στην περιοχή:

- Τράπεζα, Ταχυδρομείο.
- Σταθμός Α' Βοηθειών, Γενικό Νοσοκομείο ή Κέντρο Υγείας.
- Σταθμός Πυροσβεστικής Υπηρεσίας.
- Πρακτορείο ταξιδιών.
- Γραφείο ενοικίασεως αυτοκινήτων.
- Εμπορικά καταστήματα.
- Αθλητικές εγκαταστάσεις (παραθαλάσσιες περιοχές), σκι, τένις, κ.λ.π.
- Κέντρα εστίασης και αναψυχής.

Από την έναρξη ισχύος της απόφασης αυτής καταργείται η υπ' αριθμ. 520010/6/26.1.1994 απόφαση του Υπουργού Τουρισμού «Καθορισμός προδιαγραφών δημιουργίας Γηπέδων Γκολφ, Προδιαγραφές κτιριακών εγκαταστάσεων Γηπέδων Γκολφ» (ΦΕΚ Β'/42/26.1.1994), όπως έχει τροποποιηθεί με την υπ' αριθμ. Γ/15802/17.12.2003 απόφαση του Υφυπουργού Ανάπτυξης «Τροποποίηση της 520010/6/26.1.1994 υπουργικής απόφασης "Καθορισμός προδιαγραφών δημιουργίας Γηπέδων Γκολφ, Προδιαγραφές κτιριακών εγκαταστάσεων

Γηπέδων Γκολφ»» (ΦΕΚ Β΄/1927/24.12.2003) και την υπ’ αριθμ 2748/13.2.2012 απόφαση του Υφυπουργού Πολιτισμού και Τουρισμού «Τροποποίηση της αριθμ. 520010/6/26.1.1994 απόφασης του Υπουργού Τουρισμού «Καθορισμός προδιαγραφών δημιουργίας Γηπέδων Γκολφ, Προδιαγραφές κτιριακών εγκαταστάσεων Γηπέδων Γκολφ» (ΦΕΚ Β΄/42), όπως τροποποιήθηκε με την Τ/15802/17.12.2003 απόφαση του Υφυπουργού Ανάπτυξης (ΦΕΚ Β΄/1927)» (ΦΕΚ Β΄/532/1.3.2012), καθώς και κάθε γενική ή ειδική διάταξη που είναι αντίθετη ή ρυθμίζει διαφορετικά τα θέματα που ρυθμίζονται με της διατάξεις της παρούσας απόφασης.

Η ισχύς της παρούσας απόφασης αρχίζει από τη δημοσίευσή της στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως.

Η απόφαση αυτή να δημοσιευθεί στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως.  
Αθήνα, 16 Οκτωβρίου 2014

### **3.3 ΟΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΔΙΑΣΤΑΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΓΚΟΛΦ**

Κανένας δεν μπορεί να αμφισβητήσει το ότι το γκολφ ως μορφή αθλητικού τουρισμού, αποφέρει οφέλη στους ίδιους τους παίκτες και φυσικά οικονομικά οφέλη στη χώρα που τους υποδέχεται. Τα τελευταία χρόνια προωθείται όλο και πιο έντονα η ανάπτυξη υποδομών τουρισμού γκολφ ως στρατηγικός σχεδιασμός χωρών με σκοπό την αύξηση των τουριστικών τους εσόδων. Η θεωρία ότι με την δημιουργία γηπέδων γκολφ ενισχύεται η τουριστική ζήτηση μιας χώρας μέσω της αύξησης του αριθμού τουριστών υψηλού εισοδήματος και την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, έχει επιφέρει μεγάλη αύξηση γηπέδων γκολφ παγκοσμίως. Η θεωρία αυτή επιβεβαιώνεται από στατιστικές που δείχνουν ότι αυξάνεται σημαντικά το τμήμα της τουριστικής αγοράς που προτιμά το γκολφ.

Σήμερα, η παγκόσμια αγορά του τουρισμού γκολφ αξίζει πάνω από 17 δισεκατομμύρια δολάρια, σύμφωνα με την Διεθνή Ένωση Τουριστικών Επιχειρηματιών Γκολφ (IAGTO). Με περίπου 56 εκατομμύρια παίκτες, 32.000 γήπεδα ανά τον κόσμο και περισσότερα από 6.300 γήπεδα στην Ευρώπη, ο τουρισμός γκολφ εκτιμάται ότι συνεισφέρει άμεσα ετησίως στην ευρωπαϊκή οικονομία περί τα 14,5 δισ. ευρώ.

Τα ποσοστά συμμετοχής στο γκολφ στην Ευρώπη είναι χαμηλά αλλά αυξάνονται σταθερά. Η Γαλλία αποτελεί την αγορά με το μεγαλύτερο ρυθμό ανάπτυξης όσον αφορά τον τουρισμό γκολφ, με τα ποσοστά συμμετοχής να αυξάνονται μεταξύ 5-8% ετησίως. Η κορυφαία αγορά όσον αφορά το γκολφ ως άθλημα είναι οι Ηνωμένες Πολιτείες όπου πιστεύεται ότι συμβάλλουν πάνω από 60 δισεκατομμύρια δολάρια στην οικονομία. Ο πολλαπλασιασμός του τομέα των αεροπορικών εταιρειών χαμηλού κόστους στην Ευρώπη είχε σημαντικό αντίκτυπο σχετικά με την αύξηση των γκολφ διακοπών στην Ευρώπη, ιδίως από το Ηνωμένο Βασίλειο, αλλά και από όλο και περισσότερο από άλλες χώρες. Στην Ισπανία και την Πορτογαλία, χώρες ανταγωνιστικές της Ελλάδας στην τουριστική αγορά, αντιστοιχεί ένα γήπεδο γκολφ για 200.000 κατοίκους.

Ο τουρισμός γκολφ, όπως όλες οι μορφές τουρισμού, βασίζει την λειτουργία του σε ένα σύμπλεγμα οικονομικών κλάδων και δραστηριοτήτων. Όπως αναφέρθηκε και σε προηγούμενο κεφάλαιο, συμβάλει στον ξενοδοχειακό κλάδο, στους κλάδους διεθνών και τοπικών μεταφορών, γενικών και ειδικών υπηρεσιών και αναψυχής. Στην περίπτωση του

τουρισμού γκολφ, λόγω της υποδομής των γηπέδων και γενικότερα των εγκαταστάσεων, σημαντικός είναι επίσης ο κλάδος της αγροτο-βιομηχανίας, λόγω της χρήσης συστημάτων άρδευσης και στράγγισης των εδαφών και της χρήσης γκαζόν και διαφόρων ειδών λιπασμάτων, ο κατασκευαστικός κλάδος, αλλά και αυτός των οχημάτων και του εξοπλισμού του αθλήματος καθώς και των μελετών.

Αξίζει να σημειωθεί ότι η τουριστική ανάπτυξη μιας περιοχής λόγω του γκολφ προωθεί και την οικιστική ανάπτυξη για παραθεριστική ή μόνιμη κατοικία. Το φαινόμενο αυτό είναι πιο έντονο στις περιφέρειες της Νότιας Ευρώπης και βασικοί ενδιαφερόμενοι είναι συνταξιούχοι Βόρειο- Ευρωπαίοι υψηλών εισοδημάτων. Σχετική έρευνα που πραγματοποίησε η εταιρεία παροχής υπηρεσιών συμβούλων ακινήτων Algean Property, επισημαίνει τα σημαντικά πλεονεκτήματα που θα μπορούσαν να εξασφαλίσουν ο ελληνικός τουρισμός και η αγορά εξοχικών κατοικιών, εφόσον κατορθώσουν να προσελκύσουν περισσότερους ξένους επισκέπτες, που ενδιαφέρονται να συνδυάσουν το γκολφ και τις διακοπές τους. Στην τελευταία της έρευνα καταγράφει τις τιμές πώλησης και ενοικίασης για ακριβά εξοχικά κοντά στα γήπεδα γκολφ στην Ελλάδα. Για παράδειγμα, ως προς τις τιμές των εξοχικών κατοικιών κοντά στις υφιστάμενες εγκαταστάσεις, για την αγορά ενός εξοχικού προδιαγραφών στην Αττική Ριβιέρα (για πρόσβαση στο γκολφ της Γλυφάδας) μία μέση τιμή κινείται στα περίξ των 5.000 ευρώ ανά τ.μ., ενώ για ενοικίαση με την εβδομάδα κοντά στα 3.500 ευρώ. Μέχρι πρόσφατα στην αγορά των νοτίων προαστίων της Αθήνας υπήρχε ενδιαφέρον από Έλληνες κυρίως, ωστόσο το τελευταίο διάστημα υπάρχει επίσης ενδιαφέρον από υποψήφιους αγοραστές από τη Μέση Ανατολή, την Τουρκία, το Ισραήλ», όπως αναφέρεται.

Η Μεσσηνία (συγκρότημα Costa Navarino), οι περισσότεροι ενδιαφερόμενοι προέρχονταν κυρίως από τη Γερμανία και τις σκανδιναβικές χώρες, από αγοραστές οι οποίοι είναι συνταξιούχοι και επιζητούν καλό κλίμα τις περισσότερες εποχές του χρόνου. Τώρα, με το δεδομένο ότι και το πολυτελές συγκρότημα έχει "ανοιχθεί" στις πωλήσεις, οι τιμές στην περιοχή είναι για πώληση κοντά στα 3.500 ευρώ ανά τ.μ. και για ενοικίαση στα 2.500 ευρώ την εβδομάδα.

Στην Κέρκυρα (Corfu Golf Club), η οποία παραδοσιακά είναι αγαπημένος προορισμός για Βρετανούς και Σκανδιναβούς, οι τιμές για μία καινούρια κατοικία, υψηλών προδιαγραφών, ανεβαίνουν στα 4.750 ευρώ ανά τ.μ. για την πώληση και στα 4.000 ευρώ την εβδομάδα για ενοικίαση.

Στη Χαλκιδική, η οποία, πέραν των Βαλκανίων, ειδικά όσον αφορά τους ακριβούς τουρίστες προσελκύει ως γνωστόν πολλούς Ρώσους, τα νούμερα είναι στα 4.000 ευρώ ανά τ.μ. για την πώληση και στα 4.000 ευρώ επίσης την εβδομάδα για τη μίσθωση, με την περιοχή να έχει εμπλουτιστεί σε ξενοδοχειακές υποδομές τον τελευταίο καιρό.

Στην Κρήτη Ελούντα και Ηράκλειο κυριαρχούν με τις τιμές στην Ελούντα να κυμαίνονται στα περίξ των 5.000 ευρώ ανά τ.μ. κατά μέσο όρο και στα περίξ των 5.500 ευρώ την εβδομάδα για τη μίσθωση.

Πιο χαμηλά είναι τα νούμερα για τη Ρόδο, με πολλούς ενδιαφερόμενους από τη Μεγάλη Βρετανία και τη Γερμανία, φθάνοντας κοντά στα 3.000 ευρώ για την πώληση και στα 3.500 ευρώ για τη μίσθωση ανά εβδομάδα.

Αναμφίβολα η “βιομηχανία γκολφ” είναι μεγάλη και ισχυρή. Διαφημιστικές καμπάνιες παρουσιάζουν το γκολφ ως την απόλυτη λύση στο στρες και πηγή ενέργειας και ευελιξίας. Οι επιχειρηματίες και τα σωματεία γκολφ, όπως η Επαγγελματική Ένωση Γκολφ (Professional Golf Association) και ο Ευρωπαϊκός Σύνδεσμος Γκολφ (European Golf Association) προβάλλουν ένα έντονα φιλοπεριβαλλοντικό πρόσωπο. Διαθέτουν καλά οργανωμένες περιβαλλοντικές υπηρεσίες, εκδίδουν οδηγίες για τη σχεδίαση περιβαλλοντικά φιλικών γηπέδων, και υποστηρίζουν ότι μπορούν να κατασκευάσουν ‘ασφαλή’ γήπεδα ακόμα και σε περιβαλλοντικά αντίξοα περιβάλλοντα.

Ωστόσο, έρευνες δείχνουν ότι στον ελλαδικό χώρο, η επιλογή της θέσης των γηπέδων γκολφ, δεν βασίζεται σε κάποιο συνολικό σχεδιασμό που να φανερώνει την σκοπιμότητα της επένδυσης, αλλά γίνεται αποκλειστικά με κριτήρια προσέλκυσης των συνήθως υψηλού εισοδήματος ασχολούμενων με το άθλημα. Οι περισσότερες ενστάσεις που ανέφεραν μερικοί ειδικοί, έχουν να κάνουν με τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις, αλλά και επιπτώσεις που αφορούν περισσότερο την τοπική ανάπτυξη των περιοχών στις οποίες υπάρχουν εγκαταστάσεις γκολφ, καθώς και στην ανθρώπινη υγεία.

Οι υποδομές γηπέδων γκολφ δεν είναι απαραίτητα φιλικές στο περιβάλλον. Οι υψηλές απαιτήσεις στη χρήση φυσικών πόρων όπως το έδαφος, το νερό, η ενέργεια κ.α., ενδέχεται να είναι σοβαρές και να υποβαθμίσουν την ποιότητα του περιβάλλοντος.

### Σύμφωνα με την WWF Ελλάς:

- ένα γήπεδο γκολφ έχει μεγάλες απαιτήσεις άρδευσης, έστω και εποχικές, γεγονός που συνεπάγεται μεγάλη κατανάλωση νερού. Κατά μέσο όρο, ένα γήπεδο γκολφ (18 οπών) καταναλώνει ετησίως περίπου 1.000.000 μ<sup>3</sup> νερό, το ισοδύναμο του νερού που απαιτείται για 370 πισίνες ολυμπιακών διαστάσεων ή της κατανάλωσης νερού μίας πόλης πληθυσμού 11.000 κατοίκων. Σε άνυδρες από τη φύση τους περιοχές οι πιέσεις είναι ακόμα πιο σημαντικές, ενώ το πότισμα του γηπέδου γκολφ εξελίσσεται σε ανταγωνιστική δραστηριότητα που έρχεται σε αντιπαράθεση με άλλες ανάγκες για νερό στην περιοχή.
- ένα γήπεδο γκολφ καταλαμβάνει έκταση ανάλογα με τη δυναμικότητά του. Για παράδειγμα, ένα γήπεδο 18 οπών απαιτεί 500-1500 στρέμματα έκτασης, έκταση προσαυξημένη κατά 50-60% για τις εκτάσεις που καταλαμβάνουν βοηθητικές εγκαταστάσεις, οδικά δίκτυα κ.λ.π. Στις περισσότερες περιπτώσεις, η δημιουργία γηπέδου γκολφ έχει ως απαραίτητη προϋπόθεση την αποψίλωση δασικών εκτάσεων και την καταστροφή των μικρών βιοτόπων για πολλά είδη χλωρίδας και πανίδας που φιλοξενούνται σε αυτές.
- για τη συντήρηση του χλοοτάπητα των γηπέδων απαιτείται εντατική χρήση φυτοφαρμάκων, τα οποία είναι κυρίως χημικά και όχι οργανικά. Έτσι, προκαλείται ρύπανση και αλάτωση του εδάφους, ρύπανση των επιφανειακών και υπογείων υδάτων καθώς και της τοπικής ατμόσφαιρας. Η έκθεση σε αυτά τα χημικά προκαλεί σοβαρές επιπτώσεις τόσο στο περιβάλλον όσο και στην υγεία των ανθρώπων που δραστηριοποιούνται στον χώρο των γηπέδων. Επίσης η εντατική χρήση χημικών καταστρέφει τη δομή του εδάφους και τους μικροοργανισμούς που το διατηρούν και το αναζωογονούν. Γι' αυτό άλλωστε η αποκατάσταση των γηπέδων γκολφ θεωρείται εξαιρετικά δύσκολη διαδικασία.

Η κύρια μέριμνα της βιομηχανίας γκολφ είναι να περιορίσει τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις και να αντιστρέψει την αρνητική εικόνα του γκολφ. Νέες τεχνικές για μείωση της κατανάλωσης του νερού και των αγροχημικών δοκιμάζονται και εφαρμόζονται, νέα υβρίδια γκαζόν αναπτύσσονται και χρησιμοποιούνται και τεχνικές σχεδίασης περιβαλλοντικά ασφαλών γηπέδων επινοούνται.

Από τα μέσα της δεκαετίας του 1980 άρχισαν να μελετούνται και να δημοσιοποιούνται οι επιπτώσεις του γκολφ στην ανθρώπινη υγεία. Οι μελέτες αυτές πραγματοποιήθηκαν κυρίως σε ΗΠΑ, Ιαπωνία και Δυτική Ευρώπη όπου θάνατοι και σημαντικά κρούσματα καρκίνου σε παίκτες και εργαζομένους στα γήπεδα, αποτελούσαν τα αποτελέσματα των μελετών. Ναυτία, πονοκέφαλοι, διαταραχές ακοής, δερματοπάθειες, ξαφνικοί θάνατοι από αλλεργικό σοκ, αναπνευστικά και πνευμονικά νοσήματα, καρκίνος, ακόμα και κρούσματα ηπατίτιδας, προκαλούνται από εισπνοές των αγροχημικών που ψεκάζονται και παραμένουν σε σημαντικές ποσότητες στον αέρα ή από επαφή με το γρασίδι και τις μπάλες γκολφ. Σε κάποιες περιοχές της Ευρώπης έχει απαγορευθεί ο ψεκασμός όταν φυσά δυνατός αέρας επειδή μεταφέρονται τα εντομοκτόνα σε μεγάλες εκτάσεις. (Καπετανάκη-Μπριασούλη, 2005) Αξιοσημείωτο είναι ότι η US Ladies professional Golf Association από το 1991 προσφέρει δωρεάν μαστογραφίες στα μέλη της λόγω αυξημένων περιστατικών καρκίνου του στήθους μεταξύ των μελών της.

Σε επίπεδο τοπικής οικονομίας οι επενδύσεις αυτές δεν αποτελούν πάντα κινητήριο δύναμη. Οι θέσεις εργασίας που δημιουργούνται για την κατασκευή του έργου δεν είναι μόνιμες. Δεν ενισχύεται, άρα, ουσιαστικά η απασχόληση. Επιπλέον ο μηχανικός εξοπλισμός του γηπέδου, και τυχόν εγκαταστάσεων ανακύκλωσης ή αφαλάτωσης νερού, τα ανταλλακτικά αλλά και ο απαραίτητος εξοπλισμός για την παροχή των υπηρεσιών, δεν παράγονται ή δεν παρέχονται τοπικά με αποτέλεσμα ένα σημαντικό μέρος των τουριστικών εσόδων να 'εξάγεται' ξανά για την αγορά τους.

Οι ανάγκες σε προσωπικό που απαιτούνται για τη λειτουργία των εγκαταστάσεων γκολφ είναι σε μεγάλο βαθμό εξειδικευμένες και συχνά καλύπτονται από συμβούλους που εδρεύουν σε άλλες περιοχές ή από «εισαγόμενα» εξειδικευμένα στελέχη. Οι θέσεις απασχόλησης που απομένουν για τον πληθυσμό της περιοχής, λοιπόν, είναι αυτές που αφορούν ανειδίκευτο και χαμηλόμισθο προσωπικό. Σαν αποτέλεσμα, και η συνεισφορά στην οικονομική ενίσχυση των περιοχών είναι μικρή, τουλάχιστον. Ο τουρισμός του γκολφ κυριαρχείται από τα “all inclusive” πακέτα που έχουν αποδεδειγμένα αρνητικές επιπτώσεις στις μικρές τουριστικές επιχειρήσεις ενός τόπου. Είναι φανερό ότι οι δυνατότητες ανάπτυξης της τοπικής οικονομίας κάθε άλλο παρά ενισχύονται με την εγκατάσταση και λειτουργία γηπέδων γκολφ.



### 3.4 ΑΝΑΛΥΣΗ ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ

Όπως αναφέρθηκε και σε προηγούμενη ενότητα, στην Ελλάδα λειτουργούν επτά γήπεδα γκολφ διεθνών προδιαγραφών (18 οπών), στην Αθήνα (Γλυφάδα), την Κέρκυρα, τη Ρόδο, τη Χαλκιδική, τη Χερσόνησο Κρήτης και την Μεσσηνία, καθώς και ένα γήπεδο 9 οπών στην Ελούντα Κρήτης.

- *Costa Navarino*

Το Costa Navarino, στην Νοτιοδυτική Πελοπόννησο, έχει βραβευτεί με τον περίφημο τίτλο του 2017 Ευρωπαϊκό γήπεδο γκολφ της χρονιάς στην τελετή απονομής των βραβείων IAGTO που πραγματοποιήθηκε τις 17 Νοεμβρίου 2016.

Το βραβείο του Ευρωπαϊκού Golf Resort της χρονιάς ψηφίζεται από περίπου 640 εξειδικευμένους Tour Operators, οι οποίοι είναι μέλη της Διεθνούς Ένωσης Τουριστικών Επιχειρήσεων Γκολφ και εδρεύουν σε περισσότερες από 61 χώρες παγκοσμίως. Στη δημιουργία της λίστας, μέσω εκτενούς ερωτηματολογίου, συνέβαλαν γνωστοί παίκτες και συντάκτες γκολφ με διεθνή εμπειρία, που αξιολόγησαν τόσο τις παροχές γκολφ όσο και τη διαμονή. Η αξιολόγηση και των 300 κορυφαίων θέρετρων αφορούσε τις ακόλουθες κατηγορίες: γήπεδα γκολφ, προπονητικές εγκαταστάσεις, διαμονή, παροχές για non-golfers και προσβασιμότητα. Η κατάταξη του Costa Navarino ήταν υψηλή σε όλες τις κατηγορίες, τόσο για τα εκπληκτικά γήπεδα γκολφ, όσο και για το σύνολο των εγκαταστάσεων που διαθέτει.

Το Costa Navarino περιλαμβάνει δύο γήπεδα γκολφ 18 οπών, το "The Dunes Course" και το "The Bay Course". Το "The Dunes", το πρώτο signature γήπεδο γκολφ, είναι σχεδιασμένο από τον Bernhard Langer (πρώην πρωταθλητή του US Masters και αρχηγό της ομάδας Ryder Cup) και σε συνεργασία με την European Golf Design<sup>33</sup>. Το "The Dunes " διαθέτει γήπεδο γκολφ 3.500 τετραγωνικών μέτρων, καθώς και ακαδημία γκολφ. Το "The Bay Course", είναι

---

<sup>33</sup> Η εταιρία European Golf Design ιδρύθηκε το και έχει κερδίσει τη φήμη της για την παραγωγή επιτυχημένων θέρετρων και γηπέδων γκολφ, σύμφωνα με το χρονοδιάγραμμα και μέσα στον προϋπολογισμό. Τα γήπεδά τους κατέχουν υψηλό βαθμό αξιολόγησης από τους παίκτες του γκολφ και τον τύπο. Τρία από τα γήπεδα έχουν ψηφιστεί ως το καλύτερο νέο γήπεδο στην Ευρώπη και δύο από τα 100 κορυφαία γήπεδα στον κόσμο.

ένα παραθαλάσσιο γήπεδο γκολφ 18 οπών, σχεδιασμένο από τον Robert Trent Jones Jr.<sup>34</sup> δίπλα στον ιστορικό κόλπο του Ναβαρίνο το οποίο στο παρελθόν έχει βραβευτεί ως «Best of the Best Golf Courses» από το Robb Report<sup>35</sup>. Και τα δύο γήπεδα γκολφ έχουν χαρακτηριστεί ως Best Newcomers το 2014 και ως Best Service το 2015 από το θεσμό «World of Leading Golf»<sup>36</sup>.

Αξίζει να αναφερθεί ότι στο Costa Navarino, μεταξύ 7 και 10 Ιουνίου του 2017, πραγματοποιήθηκε με μεγάλη επιτυχία το διεθνές τουρνουά γκολφ υπό τη διοργάνωση της Aegean Airlines Pro- Am. Στο 12ο “Aegean Airlines Pro-Am”, που τελεί υπό την αιγίδα του ανώτατου φορέα επαγγελματιών, της PGAs of Europe και υπό την πλήρη υποστήριξη του PGA Ελλάδας, της Ελληνικής Ομοσπονδίας Γκολφ και της Κυπριακής Ομοσπονδίας Γκολφ, συμμετείχαν 60 ομάδες, αποτελούμενες από έναν επαγγελματία και τρεις ερασιτέχνες, από 18 χώρες, από Ευρώπη, Ασία, Αμερική και Νότια Αφρική. Οι 60 επαγγελματίες παίκτες που βρέθηκαν στα πολλάκις βραβευμένα ως ανάμεσα στα καλύτερα του κόσμου γήπεδα της Costa Navarino (The Dunes & The Bay Course) διεκδίκησαν σε επαγγελματικό επίπεδο 70.000 ευρώ, το υψηλότερο χρηματικό έπαθλο της Ευρώπης σε αγώνα Pro-Am για επαγγελματίες.

Κατά τη διάρκεια της τελετής απονομής επάθλων ο κ. Θεόδωρος Βασιλάκης, πρόεδρος της Aegean και πρόεδρος της Οργανωτικής επιτροπής του Aegean Airlines Pro-Am, στην ομιλία του, μεταξύ άλλων, ανέφερε: *“Πιστεύουμε ότι κατά τη διάρκεια των 12 ετών των επιτυχημένων διοργανώσεων, το γκολφ αναπτύχθηκε προσφέροντας εξαιρετικές ευκαιρίες στις γκολφικές επιχειρήσεις. Αναμφισβήτητα η συνεισφορά και η επένδυση της οικογένειας Κωνσταντακόπουλου ξεπερνά κάθε μέτρο! Έχουν επενδύσει χρόνο, χρήματα και πάθος προκειμένου να δημιουργήσουν την Costa Navarino σε αυτόν τον μαγευτικό τόπο, τη Μεσσηνία, και να προάγουν την περιοχή αυτή εντός των ανώτερων γκολφικών προορισμών του*

---

<sup>34</sup> Ο Robert Trent Jones Jr. είναι ένας σημαντικός αρχιτέκτονας γηπέδου γκολφ. Έχει σχεδιάσει ή αναμορφώσει πάνω από 250 γήπεδα γκολφ κατά τη διάρκεια της καριέρας του. Έχει διατελέσει επίσης πρόεδρος της Αμερικανικής Εταιρείας Αρχιτεκτόνων Γήπεδα Γκολφ, και έχει εκδώσει ένα βιβλίο με τίτλο Golf by Design, σχεδιασμένο για να βοηθήσει τους παίκτες να κατανοήσουν τη διάταξη του γηπέδου γκολφ

<sup>35</sup> Το Robb Report είναι ένα Αμερικάνικο περιοδικό πολυτελείας που περιλαμβάνει προϊόντα συμπεριλαμβανομένων αυτοκινήτων, αεροπλοΐας, βαρκών, ακινήτων και ρολογιών - για εύπορους καταναλωτές.

<sup>36</sup> Το World of Leading Golf είναι μια εταιρεία που αντιπροσωπεύει τα πιο ξεχωριστά κλαμπ γκολφ στην Ευρώπη. Ταυτόχρονα, είναι ένα brand που αναγνωρίζει και γνωστοποιεί αυτά τα κλαμπ γκολφ τους παίκτες και το ενδιαφερόμενο κοινό.

κόσμου”.

- ***The Crete Golf Club***

Το “The Crete Golf Club” στη Χερσόνησο, είναι ένα γήπεδο γκολφ 18 οπών που σχεδιάστηκε αρχικά το 2003 από τον αρχιτέκτονα γηπέδου γκολφ Bob Hunt. Κατέχει μια στρατηγική και γοητευτική τοποθεσία, 15 λεπτά από το Διεθνές Αεροδρόμιο του Ηρακλείου, μια σημαντική πύλη προς την Κρήτη από πολλές ευρωπαϊκές πόλεις μέσω κατευθυντήριων πτήσεων. Επιπλέον, οι παίκτες του γκολφ απέχουν μόνο τρία λεπτά από τις πιο κοσμοπολίτικες παραλίες και τα πολυτελή θέρετρα της Χερσονήσου. Είναι ένα από τα σημαντικότερα έργα υποδομής στην Κρήτη και αποτελεί επένδυση ύψους 5 δισ. δρχ. Καταλαμβάνει συνολική έκταση 720 στρεμμάτων. Είναι τύπου «Desert Golf», δηλ. σε φυσικό περιβάλλον, σχεδιασμένο σε διεθνή πρότυπα της PGA, ώστε να πληρεί τις υψηλότερες προδιαγραφές και απαιτήσεις των παικτών και να είναι κατάλληλο για τη διεξαγωγή διεθνών τουρνουά. Η εκτεταμένη ανακαίνιση του “The Crete Golf Club” το 2015 αποτελεί το πρώτο σημαντικό βήμα προς την καθιέρωση ολόκληρου του νησιού της Κρήτης ως διεθνή προορισμό γκολφ. Γεγονός που μεταφράζεται σε μια επέκταση της τουριστικής περιόδου και μια περαιτέρω συμβολή στην οικονομική ανάπτυξη του νησιού. Το γήπεδο διαθέτει ένα driving range με 38 θέσεις παικτών και σύγχρονη Ακαδημία Γκολφ διοικούμενη από την German Golf Academy .

Στο The Crete Golf Club λειτουργεί η Aegean Golf Academy, που διδάσκει σε παιδιά ηλικίας 5-16 ετών τις βασικές αρχές του αθλήματος, με στόχο να εκπαιδεύσει αθλητές με αξίες και να δημιουργήσει μελλοντικούς πρωταθλητές.

- ***Porto Elounda Golf Club***

Στην Κρήτη βρίσκεται επίσης το Elounda S.A. Hotels & Resorts, ένα συγκρότημα πέντε αστέρων που προσφέρει μια σειρά από εγκαταστάσεις αναψυχής συμπεριλαμβανομένου και ενός γηπέδου γκολφ 9-οπών, το Porto Elounda Golf Club. Το Porto Elounda Golf Club φιλοξενεί μια ακαδημία γκολφ, με μια ομάδα επαγγελματιών PGA, προσφέροντας την ευκαιρία στους ενδιαφερόμενους, είτε να μάθουν να παίζουν γκολφ κατά την διάρκεια των διακοπών τους, είτε να ενισχύσουν τις τεχνικές τους. Ειδικά για τους αρχάριους τα μαθήματα γίνονται με τέτοιο τρόπο ώστε να αποκτάται επαρκής γνώση ακόμη

και κατά την διάρκεια σύντομης παραμονής στο συγκρότημα. Το Pro Shop που βρίσκεται στο εμπορικό κέντρο του ξενοδοχείου, μπορεί να παρέχει όλο τον απαραίτητο εξοπλισμό. Το συγκρότημα συνεργάζεται με το “The Crete Golf Club” στη Χερσόνησο, το οποίο βρίσκεται μόλις 30 λεπτά μακριά, παρέχοντας ειδικές τιμές για τους πελάτες τους.

- ***Corfu Golf Club***

Το γήπεδο γκολφ της Κέρκυρας έχει χαρακτηριστεί από πολλούς ως ένα από τα καλύτερα κρυμμένα μυστικά στην Ευρώπη. Είναι 18 οπών καταλαμβάνει 668 στρέμματα και έχει τις υποδομές και τις ανέσεις που θα χρειαστεί ένας παίκτης γκολφ, αλλά και ένα μοναδικό περιβάλλον που γοητεύει. Σχεδιασμένο από τον διάσημο Βρετανό αρχιτέκτονα Donald Harradine στο λιβάδι του Ρόπα στους Έρμονες, σε απόσταση μόλις 30 λεπτών οδήγησης από τα ξενοδοχεία Corfu Imperial, Eva Palace, Dalphina Bay Thalasso, το Corfu Golf Club είναι ανοιχτό από το Μάρτιο μέχρι το Νοέμβριο. Ο Harradine κατάφερε να συνδυάσει τους φυσικούς πόρους της περιοχής, τις λίμνες, τα ρυάκια και το ποτάμι της Ναυσικάς με τεχνητά εμπόδια και να φτιάξει ένα γήπεδο μέσα σε ένα μαγευτικό σκηνικό, ευχάριστο τόσο στον έμπειρο παίκτη αλλά και στον αρχάριο.

Για πάνω από σαράντα χρόνια το Corfu Golf Club αποτελεί στολίδι αλλά και πολύτιμο περιουσιακό στοιχείο για το νησί. Προσέδωσε αίγλη και φήμη ενώ παράλληλα προσελκύει τουρισμό υψηλής εισοδηματικής στάθμης γεγονός που ωφελεί όλους τους τομείς της τουριστικής αλυσίδας του νησιού (ξενοδοχεία, εστιατόρια, γραφεία ενοικίασης αυτοκινήτων, καταστήματα, κέντρα διασκέδασης κλπ.). Κατάφερε να επιμηκύνει την τουριστική περίοδο κατά τουλάχιστον 4 μήνες αφού το γκολφ είναι ένα άθλημα που δεν θέλει υψηλές θερμοκρασίες. Οι μήνες με την υψηλότερη ζήτηση είναι ο Απρίλιος, ο Μάιος, ο Σεπτέμβριος και ο Οκτώβριος.

Ο Όμιλος Γκολφ Κέρκυρας φιλοξενεί στις εγκαταστάσεις του γηπέδου και λειτουργεί ακαδημία για παιδιά από 8 έως 18 ετών. Οι υπηρεσίες του περιλαμβάνουν ένα club house, μπαρ, εστιατόριο, αποδυτήρια και κατάστημα με είδη γκολφ.

- ***Golf Club Γλυφάδας***

Το Γήπεδο Γκολφ Γλυφάδας βρίσκεται στην παραλιακή πόλη της Γλυφάδας η οποία είναι προάστιο της Αθήνας. Το γήπεδο είναι ένα 18 οπών, 530 περίπου στρεμμάτων, διεθνών

προδιαγραφών, και σχεδιάστηκε από τον Donald Harradine. Περιλαμβάνει Ακαδημία Γκολφ για νέους αθλητές, επιπλέον γήπεδα προπόνησης και κατάστημα αγοράς και ενοικίασης εξοπλισμού (Pro-Shop). Διαθέτει driving range για προπόνηση, practice greens, ένα club house με εγκαταστάσεις που μπορούν να προσφέρουν υπηρεσίες για συνέδρια και κοινωνικές εκδηλώσεις για περισσότερους από 2000 ανθρώπους.

Το Γήπεδο Γκολφ Γλυφάδας είναι το παλιότερο γήπεδο της Ελλάδας. Άνοιξε το 1966 και σηματοδοτεί καθημερινή συμμετοχή στην Ελληνική και διεθνή δημιουργία θεσμικών διοργανώσεων.

Είναι εύκολα προσβάσιμο από το κέντρο της πόλης (12 χιλιόμετρα) με αυτοκίνητο, λεωφορείο και τραμ, αποτελεί το τέλειο μέρος απόδρασης για όλη την οικογένεια. Σε συνδυασμό με την περίφημη αγορά της Γλυφάδας, πλούσια σε εστιατόρια και καφέ, ένα βήμα από την πανέμορφη θάλασσα του Σαρωνικού αποτελεί για όλους μία αξέχαστη εμπειρία.

- ***Afandou Golf Club***

Το Γήπεδο Γκολφ Αφάντου βρίσκεται στον Κόλπο Αφάντου στο νησί της Ρόδου που εξυπηρετείται από τακτικές και charter αεροπορικές πτήσεις από όλη την Ευρώπη. Ένα γήπεδο γκολφ 18 οπών, σχεδιασμένο από τον παγκοσμίως διάσημο αρχιτέκτονα γηπέδων γκολφ, Donald Harradine. Από τον Μάιο του 1973 οι 18 τρύπες έχουν διατεθεί στους παίκτες του γκολφ. Τα τακτικά μαθήματα αποτελούν πρόκληση για καλή βαθμολογία, τόσο για τους ερασιτέχνες όσο και για τους επαγγελματίες.

Κοντά στο Γήπεδο Γκολφ Αφάντου υπάρχουν καθαρές παραλίες, αρχαιολογικές τοποθεσίες και γραφικά χωριά. Η Μεσαιωνική πόλη της Ρόδου, η οποία καταγράφεται στην UNESCO σαν τοποθεσία παγκόσμιας κληρονομιάς, είναι μόνο 20 χιλιόμετρα μακριά. Ένας μεγάλος αριθμός από ξενοδοχεία παγκόσμιας κλάσης βρίσκονται σε μικρή απόσταση από το γήπεδο.

Το Γήπεδο Γκολφ Αφάντου είναι ανοικτό όλο το χρόνο. Τα τέλη εισόδου είναι ονομαστικά και caddies<sup>37</sup>, ηλεκτρικά αυτοκίνητα, εξοπλισμός, καθώς και οδηγίες, διατίθενται με μέτρια

---

<sup>37</sup> Το άτομο που φέρει την τσάντα και τα κλαμπ ενός παίκτη και του παρέχει συμβουλές και ηθική υποστήριξη. Έχει επίγνωση των προκλήσεων και των εμποδίων του γηπέδου γκολφ. Συνήθως δεν είναι υπάλληλος του θέρετρου αλλά «ανεξάρτητος εργολήπτης», που σημαίνει ότι είναι κατά βάση αυτοαπασχολούμενος.

χρέωση μίσθωσης. Οι υπηρεσίες περιλαμβάνουν ένα club house με κατάστημα ειδών γκολφ, κυλικείο, αποδυτήρια ανδρών και γυναικών, practice range και practice green.

Τον Ιούλιο του 2007 το Γήπεδο Γκολφ Αφάντου υποδέχτηκε τους αγώνες γκολφ στα πλαίσια των ISLAND GAMES 2007 (Αγώνες Νήσων).

Δύο φορές το χρόνο (συνήθως Μάρτιο και Οκτώβριο) διοργανώνεται ένα διεθνές πρωτάθλημα γκολφ στο Afandou Golf Club.

- ***Porto Carras Golf Club***

Το Πόρτο Καρράς Grand Resort βρίσκεται στην Χερσόνησο της Χαλκιδικής, 75 χιλιόμετρα νότια της πόλης της Θεσσαλονίκης στην Βόρεια Ελλάδα. Το γήπεδο 'Olive' είναι το πρώτο γήπεδο γκολφ στη Βόρεια Ελλάδα και σχεδιάστηκε από τους Cornish και William Robinson σαν γήπεδο 9 οπών. Ξανασχεδιάστηκε το 2003 από τον Roy Machary και άνοιξε σαν γήπεδο 18 οπών. Έχει σχεδιαστεί με τέτοιο τρόπο ώστε να εξυπηρετεί τους παίκτες όλων των επιπέδων. Διαθέτει στρατηγικά εμπόδια και τεχνητές λίμνες, ενώ από τα διαφορετικά σημεία εκκίνησης ένας παίκτης μπορεί να απολαύσει μια διαφορετική θέα κάθε φορά.

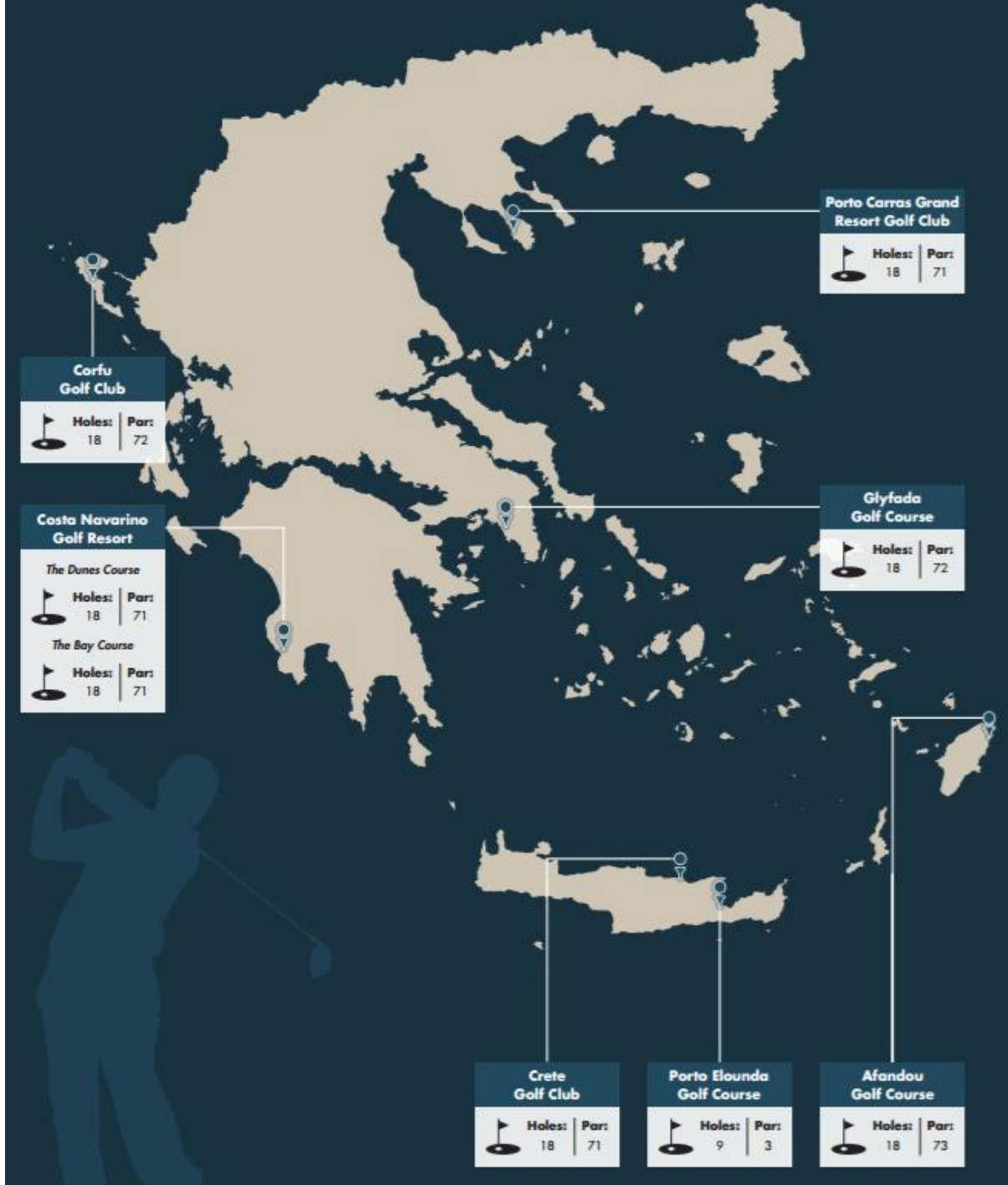
Η ποιότητα και η ποικιλία των εγκαταστάσεων γκολφ και των υπηρεσιών που παρέχονται σε συνδυασμό με το γεγονός ότι και τα δύο ξενοδοχεία είναι 3-6 λεπτά με τα πόδια μακριά από το γήπεδο, βοήθησαν στην κατάταξη των εγκαταστάσεων, σύμφωνα με τους επισκέπτες των εγκαταστάσεων, τόσο από το εξωτερικό όσο και από την Ελλάδα, μεταξύ των πιο διάσημων προορισμών στον κόσμο.

Η προσφορά μαθημάτων της ακαδημίας golf απευθύνεται σε παίκτες κάθε επιπέδου, από τον αρχάριο έως και τον προχωρημένο παίκτη. Στα μαθήματα της ακαδημίας εξετάζονται όλες οι απόψεις του παιχνιδιού, από τις τεχνικές βάσεις με έξυπνες συμβουλές και την τακτική αγώνων μέχρι τον τρόπο συμπεριφοράς και την επιλογή του εξοπλισμού.

Η ακαδημία του Golf Porto Carras ανανεώθηκε μόλις πρόσφατα, και εξοπλίστηκε. Η πρόθεση δεν ήταν μόνο να καλυφτούν οι αθλητικές ανάγκες των επισκεπτών, αλλά να δημιουργηθεί και ένας ζωντανός κοινωνικός χώρος συνάντησης για την ακαδημία. Το driving range (προπονητήριο) και οι εγκαταστάσεις προπόνησης είναι αρκετά κοντά στο

Golf Club και προσφέρουν όλα όσα χρειάζεται κάποιος για την προπόνησή κάθε είδους χτυπημάτων.

Το Porto Carras Grand Resort έχει βραβευτεί ως κορυφαίο ελληνικό ξενοδοχείο γκολφ στα World Golf Awards 2014, με χρυσό βραβείο “Best Golf Resort” στα Greek Hospitality Awards 2017 αλλά και ασημένιο και χρυσό βραβείο ως “Best Golf Resort” στα Tourism Awards 2016 & 2017. Από τις 27 Απριλίου έως 1 Μαΐου 2017 φιλοξένησε το 8<sup>ο</sup> Porto Carras Pro Am & Open 2017. Το τουρνουά διοργανώνεται από το Porto Carras Grand Resort σε συνεργασία με την PGA Greece, με την υποστήριξη της Aegean Airlines και χορηγούς επικοινωνίας τους τηλεοπτικούς σταθμούς ΣΚΑΪ και NOVA, με κύριο στόχο την ανάδειξη της περιοχής της Σιθωνίας Χαλκιδικής αλλά και της Ελλάδας γενικότερα ως προορισμό γκολφ σε διεθνές επίπεδο σε μια αγορά που παρουσιάζει πολύ μεγάλη δυναμική.





## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΓΚΟΛΦ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ – ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ**

### **4.1 ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΓΕΝΙΚΕΥΜΕΝΟΥ Ή ΜΑΚΡΟ- ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΓΚΟΛΦ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ**

Οι επιχειρήσεις ιδρύονται, λειτουργούν και αναπτύσσονται μέσα σε ένα σύνθετο περιβάλλον, του οποίου τα βασικά χαρακτηριστικά με το πέρασμα των χρόνων αλλάζουν και επηρεάζουν με διαφορετικό τρόπο τις επιχειρήσεις και τον κλάδο μέσα στον οποίο δραστηριοποιούνται. Προκειμένου να επιτευχθεί πλήρως η ανάλυση του εξωτερικού περιβάλλοντος, θα αναλυθεί η καθιερωμένη τεχνική της PEST. Η ανάλυση αυτή μας βοηθάει να ερευνήσουμε το εξωτερικό περιβάλλον στο οποίο δραστηριοποιούνται οι επιχειρήσεις γκολφ στην Ελλάδα, ώστε να εντοπιστούν ευκαιρίες και απειλές και να εξεταστεί η αναμενόμενη επίδραση που θα έχουν οι εξωγενείς παράγοντες στο μέλλον.

#### **4.1.1 ΑΝΑΛΥΣΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ**

Η Ελλάδα έχει μια οικονομία βασισμένη στην υπηρεσία και είναι ένας από τους κορυφαίους τουριστικούς προορισμούς στον κόσμο. Μετά την είσοδο στην Ευρωπαϊκή Ένωση το 1980 και την Ευρωζώνη το 2000, η ελληνική οικονομία είχε υψηλά ποσοστά ανάπτυξης. Ωστόσο, καθώς η επέκταση αυτή τροφοδοτήθηκε κυρίως από την πρόσβαση σε φθηνή πίστωση και την ανάπτυξη του δημόσιου τομέα, το έλλειμμα του προϋπολογισμού και το δημόσιο χρέος έφθασαν το 2008 σε μη βιώσιμα επίπεδα. Ως αποτέλεσμα, η Ελλάδα αντιμετώπισε τη χειρότερη κρίση από το 1974 και πραγματοποιούνται σκληρές μεταρρυθμίσεις που επιβάλλονται από το ΔΝΤ και την Ευρωπαϊκή Επιτροπή στο πλαίσιο του προγράμματος διάσωσης.

Τα τελευταία 10 χρόνια η ελληνική οικονομία έχει εισέλθει σε περίοδο βαθιάς κρίσης. Περισσότερο από το 26% του Ακαθάριστου Εγχώριου Προϊόντος της χώρας χάθηκε κατά την περίοδο 2008-2013. Με εξαίρεση το 2014, το έτος κατά το οποίο παρατηρήθηκε επίσης αύξηση της τάξης του 0,8%, η οικονομία της χώρας συνέχισε σε ύφεση κατά το τρίτο τρίμηνο του 2015, αυξάνοντας έτσι την κάμψη στο 3,8%. Το Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν (ΑΕΠ) στην Ελλάδα ανέρχεται σε 194,56 δισεκατομμύρια δολάρια για το 2016. Η αξία του ΑΕΠ της Ελλάδας αντιπροσωπεύει το 0,31% της παγκόσμιας οικονομίας.

Ως φυσική συνέπεια, οι συνθήκες αυτές έγιναν ιδιαίτερα οδυνηρές για τον επιχειρηματικό τομέα της χώρας. Κατά την επταετή περίοδο 2008-2014, περισσότερες από 229.000 επιχειρήσεις ανακοίνωσαν την παύση λειτουργίας, ενώ αυτή η κατάρρευση συνεχίζεται μέχρι σήμερα. Από τον Ιανουάριο του 2016, 15.435 επιχειρήσεις έχουν αναστείλει τη λειτουργία τους, αριθμός που αυξήθηκε κατά 45,87% σε σχέση με το αντίστοιχο του έτους 2015 και έχουν χαθεί 30.000 θέσεις εργασίας. Ταυτόχρονα, τουλάχιστον 21.000 επιχειρήσεις ισορροπούν στο όριο επιβίωσης ενώ ακόμη και τέσσερις κολοσσιαίες εγχώριες επιχειρήσεις κήρυξαν πτώχευση (“Papasotiriou Ltd”, “Pyrros Security”, “Electronics of Athens”, “Athens Ledra Hotel”)

Η οικονομική κρίση στην οποία έχει περιέλθει η χώρα μας τα τελευταία χρόνια αποτελεί τον βασικότερο παράγοντα για τα υψηλά επίπεδα της ανεργίας στην χώρα μας. Μάλιστα όπως δείχνουν τα τελευταία στοιχεία της ευρωπαϊκής στατιστικής υπηρεσίας Eurostat, η Ελλάδα βρίσκεται στην πρώτη θέση στα ποσοστά ανεργία μεταξύ των χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Τον Δεκέμβριο του 2016 το ποσοστό ανεργίας ανήλθε στο 23,1% ενώ το ποσοστό για την ανεργία των νέων κάτω των 25 ετών στο 45,2%.

Ωστόσο, η απασχόληση στους τομείς παροχής υπηρεσιών καταλύματος και εστίασης αυξήθηκε περισσότερο από την αύξηση της συνολικής απασχόλησης το 2014 και το 2015.<sup>38</sup> Η συμβολή του τουρισμού στην αύξηση της απασχόλησης σε άλλους τομείς της οικονομίας (χονδρικό και λιανικό εμπόριο και επισκευές, μεταφορές και αποθήκευση, ενημέρωση και επικοινωνία, επαγγελματικές, επιστημονικές και τεχνικές δραστηριότητες, εκπαίδευση, υγεία, Τέχνες, διασκέδαση και ψυχαγωγία, κ.ά.) ήταν αυξανόμενη στην περίοδο 2011 - 2015. Έτσι, η συνολική συμβολή του τουρισμού στην απασχόληση στην Ελλάδα εκτιμάται στο 18,9% της συνολικής απασχόλησης το 2015, από 14,9% το 2010. Ο δυναμισμός του τουρισμού καθίσταται ακόμα πιο εμφανής διότι η συνολική απασχόληση μεταξύ 2012 και 2015 αυξήθηκε 20%- 59% ανάλογα με τον μήνα, έναντι αύξησης 2% έως 9% για τους υπόλοιπους κλάδους. Επίσης, το πρώτο 8μηνο του 2015 ο όγκος απασχόλησης στον τουρισμό ήταν αυξημένος κατά 43% σε σχέση με το αντίστοιχο διάστημα το 2012, έναντι 6% στους υπόλοιπους κλάδους. Στην Ελλάδα, σχεδόν 1 στους 5 εργάζεται σε επαγγέλματα συναφή προς τον τουρισμό.

---

<sup>38</sup> ΣΕΤΕ: ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ: Εξελίξεις- Προοπτικές, Τεύχος 1 | Ιούλιος 2016

#### 4.1.2 ΑΝΑΛΥΣΗ ΠΟΛΙΤΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ

Το πολιτικό σκηνικό της Ελλάδας κατά τη διάρκεια της τελευταίας δεκαετίας, και συγκεκριμένα των τελευταίων 7 ετών, είναι έντονα ασταθές. Από το 2009 η χώρα πραγματοποίησε πέντε κοινοβουλευτικές εκλογικές διαδικασίες<sup>39</sup> με αποτέλεσμα την αλλαγή 7 πρωθυπουργών και 7 κυβερνήσεων, ένα δημοκρατικό δημοψήφισμα (2015) και δύο εκλογικές διαδικασίες τοπικής διακυβέρνησης (2010, 2014). Το φαινόμενο αυτό, σε συνδυασμό με την αποκάλυψη των φαινομένων διαφθοράς πολλών βουλευτών και την εφαρμογή της μη δημοφιλούς δράσης του εκλογικού σώματος για τη χρηματοπιστωτική κρίση, οδήγησε σε ένταση πόλωσης και διαίρεσης, άνοδο της δυσπιστίας στο πολιτικό σώμα και μετακίνηση των πολιτικών ψηφοφόρων.

Οι συνεχείς εκλογικές διαδικασίες και οι εναλλαγές της στρατηγικής που εφαρμόζει κάθε κυβέρνηση οδήγησαν σε αυξανόμενο χάσμα με τις χώρες-εταίρους καθώς εισήχθη έλλειψη εμπιστοσύνης. Ταυτόχρονα, η εφαρμογή των αναγκαίων μέτρων λιτότητας και μεταρρυθμίσεων που προβλέπονταν από τα Μνημόνια Συνεργασίας δεν υλοποιήθηκε από καμία κυβέρνηση σε ικανοποιητικό βαθμό, ενώ σε πολλά διαστήματα υπήρχαν εμπόδια με τη μη καταβολή της δόσης δανείου. Ως εκ τούτου, καλλιεργείται στο εξής μια αίσθηση αναξιοπιστίας όσον αφορά την Ελλάδα, την οποία η συνεχιζόμενη κυβέρνηση μέσω συνεχών διαπραγματεύσεων προσπαθεί να αντιστρέψει, επιδιώκοντας το κλείσιμο της αξιολόγησης από τους πιστωτές, ώστε να αποκατασταθεί η αξιοπιστία της χώρας στο εξωτερικό.

Η Ελλάδα σαφέστατα έχει γίνει πιο ακριβή λόγω της φορολογίας, συγκριτικά πάντα και με τις άμεσα ανταγωνιστικές χώρες στο τομέα του τουρισμού. Τα πακέτα διακοπών πλέον είναι ακριβότερα από αυτά των ανταγωνιστικών χωρών, γεγονός που επηρεάζει τις αφήξεις στη χώρα. Παράλληλα, το 90% των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων κινείται με ζημιές, δεδομένου ότι η αύξηση των φορολογικών συντελεστών στερεί από τις επιχειρήσεις περίπου 800 εκατ. ευρώ, τα οποία οφείλονται στην αύξηση του ΦΠΑ στη διαμονή, στην εστίαση, στις αεροπορικές και ακτοπλοϊκές μετακινήσεις και στην κατάργηση των μειωμένων συντελεστών στα νησιά. Όλο και πιο έντονο εμφανίζεται το φαινόμενο, οι αφήξεις να αυξάνονται αλλά τα έσοδα από δαπάνες τουριστών να μειώνονται. Τον Μάιο του 2016, οι

---

<sup>39</sup> Μία το 2009, μία το 2012 και το 2015 από δύο κοινοβουλευτικές εκλογικές διαδικασίες

εισπράξεις από ταξιδιωτικές υπηρεσίες μειώθηκαν κατά 10,4%, παρότι οι αφίξεις ενισχύθηκαν κατά 4,4%.

Η υψηλή φορολογία έχει ως αποτέλεσμα να αποτρέπει τους δυνητικούς επενδυτές να δραστηριοποιηθούν στη χώρα μας. Μεγάλοι ξένοι επενδυτές αναφέρουν σε προσωπικές τους συνεντεύξεις και παρουσιάσεις σε διεθνή οικονομικά συνέδρια, ότι το ασταθές νομικό καθεστώς, οι συνεχείς μεταβολές των φορολογικών νομοσχεδίων, η αργοπορία στη λήψη και εκτέλεση των αποφάσεων καθώς και η πολυδαίδαλη και χρονοβόρα γραφειοκρατία, αποτελούν τα βασικότερα προβλήματα της Ελλάδας που επιδρούν αρνητικά στις επενδύσεις στη χώρα. Συνεπώς η Ελλάδα έχοντας τις μεγαλύτερες φορολογικές επιβαρύνσεις, σε σχέση με τις λοιπές ανταγωνίστριες χώρες όπως είναι η Ισπανία και η Τουρκία, έχει και τα περισσότερα φορολογικά αντικίνητρα για την ανάπτυξη του τουρισμού. Στα προαναφερόμενα πρέπει να προστεθεί ότι ο δημόσιος τομέας της χώρας είναι υπερχρεωμένος, με μεγάλα προβλήματα ρευστότητας των τραπεζών και με επιβολή των capital controls.

Σύμφωνα με το “The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015” του World Economic Forum (WEF), η Ελλάδα κατατάσσεται 31η θέση (επί συνόλου 141 χωρών) ως προς την ανταγωνιστικότητά της στον τουρισμό. Όμως, αναλύοντας τους επιμέρους δείκτες παρατηρούμε ότι κατατάσσεται μόλις στην 104η θέση ως προς την καταλληλότητα του Επιχειρηματικού Περιβάλλοντος (δικαιώματα ιδιοκτησίας, δικαιοσύνη, φορολογικό σύστημα, πολιτική ανταγωνισμού, ελκυστικότητα στις Ξένες Άμεσες επενδύσεις, κ.ά.) που επηρεάζει την αποτελεσματικότητα και την παραγωγικότητα των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων που επιχειρούνται στη χώρα. Βέβαια, η ανωτέρω θέση της Ελλάδος θα πρέπει να συνεκτιμηθεί με το γεγονός ότι σύμφωνα με το World Economic Forum σε σχέση με αυτόν τον παράγοντα η Ιταλία τοποθετείται στην 127η θέση, η Τουρκία στην 59η θέση, η Αλβανία στην 93η θέση και η Αίγυπτος στην 95η θέση.

### 4.1.3 ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ

Όσον αφορά το κοινωνικό περιβάλλον της χώρας, οι κοινωνικές παθογένειες δείχνουν μια τάση αύξησης, ενώ το ανθρωπιστικό ζήτημα είναι σοβαρό. Τα οξέα φαινόμενα της ακραίας φτώχειας οδήγησαν περίπου 2,5 εκατομμύρια πολίτες κάτω από το όριο της φτώχειας, ενώ 3,8 εκατομμύρια άτομα βρίσκονται σε σοβαρό κίνδυνο στέρησης λόγω υλικής στέρησης και ανεργίας.

Ταυτόχρονα, τα τελευταία δύο χρόνια εμφανίστηκε ένα ακόμη κοινωνικό ζήτημα ύψιστης σημασίας και προφανής δυσκολία να αντιμετωπιστεί: το κύμα μετανάστευσης που προκλήθηκε από τους πολέμους στη Μ. Ανατολή και στη Συρία. Η χώρα, που δεν έχει την υποδομή, την οικονομική αντίσταση, αλλά και μια προφανή στρατηγική αντιπαράθεσης ή ακόμα και την ουσιαστική βοήθεια των εταίρων της, έχει αποδεχθεί 135.000 μόνιμους μετανάστες από την 01/01/2016 και υπολογίζεται ότι άλλοι 54.000 είναι παγιδευμένοι ακόμα μέσα στα ελληνικά σύνορα και αναμένουν άδεια για να μετακινηθούν εντός της ΕΕ. Οι αριθμοί για το 2015 είναι πολλαπλάσιοι από εκείνους του 2016. Αυτό το δεδομένο είναι ιδιαίτερα σημαντικό, καθώς είναι σε θέση να επιδεινώσει την ήδη τραυματισμένη ελληνική κοινωνία, μετατρέποντας τους πολίτες σε ακραίες τάσεις (εθνικισμός, ρατσισμός κλπ.). Το μεταναστευτικό και ιδιαίτερα το προσφυγικό ζήτημα εξελίσσονται ως μείζονος σημασίας προβλήματα, που επηρεάζουν άμεσα τον τουρισμό ιδιαίτερα στην Περιφέρεια Αιγαίου. Σε μελέτη του σχετικά με τις εξελίξεις και τις προοπτικές του ελληνικού τουρισμού, το Ινστιτούτο ΣΕΤΕ αναφέρει ότι *«Το προσφυγικό πρόβλημα θέτει επίσης πολύ υψηλού επιπέδου οργανωτικές και νομικές απαιτήσεις και δυσκολίες αποτελεσματικής διαχείρισής του για τη χώρα και αν δεν αντιμετωπιστεί έγκαιρα και αποτελεσματικά θα μπορούσε να πλήξει την τουριστική εικόνα της χώρας, ή ορισμένων περιοχών της, στο εξωτερικό και στο εσωτερικό»*. Στα στοιχεία του πρώτου πενταμήνου για το 2016 αντικατοπτρίζεται με πολύ έντονο τρόπο το πρόβλημα που δημιουργείται στην τουριστική κίνηση από το μεταναστευτικό και το προσφυγικό: οι αφίξεις στην Κω εμφανίζονται μειωμένες κατά 21,9%, στην Σάμο 40,6% και στη Μυτιλήνη κατά το συντριπτικό 59,9%<sup>40</sup>. Σύμφωνα με μελέτη που υλοποίησε η Censuswide για το SETE Intelligence<sup>41</sup> τον Ιανουάριο του 2016 στις αγορές της Μεγάλης

<sup>40</sup>Πηγή : Ευκαιρίες, κίνδυνοι και προκλήσεις για τον ελληνικό τουρισμό - CNN.gr

<sup>41</sup> Την υλοποίηση της έρευνας ανέλαβε η ανεξάρτητη βρετανική εταιρεία Censuswide, σε συνολικό δείγμα 3.046 ερωτηθέντων οι οποίοι έχουν επισκεφτεί ή σκέπτονται να επισκεφτούν τη χώρα μας.

Βρετανίας, Γερμανίας και ΗΠΑ, το προσφυγικό ζήτημα επηρεάζει την εικόνα σχεδόν του 40% των μελλοντικών επισκεπτών της χώρας μας, σημαντικά υψηλότερο από Ισπανία και Ιταλία, χαμηλότερο όμως από Τουρκία.

Οι τρομοκρατικές επιθέσεις στην Ευρώπη, οδήγησαν πολλούς τουρίστες να αποφύγουν τις διακοπές στις χώρες όπου εξελίχθηκαν τα περιστατικά για λόγους ασφαλείας. Η αποφυγή ορισμένων χωρών για λόγους ασφαλείας έχει επηρεάσει θετικά την Ελλάδα αναφορικά με τον τουρισμό. Όπως αναφέρουν οι Financial Times, από το φθινόπωρο είχε παρουσιαστεί πτώση σε χώρες όπως η Τουρκία και η Αίγυπτος, κάτι που επηρέασε θετικά την χώρα μας, αφού ανέβασε τις κρατήσεις στην Ελλάδα κατά 40% σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά. Η εταιρεία ανέφερε ότι οι καλοκαιρινές κρατήσεις συνολικά, στις χώρες αυτές, ανέβηκαν κατά 10% σε σχέση με το 2016, όταν οι τουρίστες άλλαξαν τα πλάνα τους για λόγους ασφαλείας και έμειναν μακριά από το Βέλγιο, την Γαλλία, την Τουρκία και την Αίγυπτο<sup>42</sup>. Από τη μελέτη του Censuwide, που προαναφέρθηκε, οι πρόσφατες τρομοκρατικές επιθέσεις δεν επηρεάζουν την απόφαση περίπου του 90% των ερωτηθέντων να επισκεφθούν την χώρα μας, ενώ επηρεάζουν αρνητικά έναν στους τέσσερις να επισκεφθεί την Γαλλία και έναν στους δύο να επισκεφθεί την Τουρκία.

#### **4.1.4 ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ**

Οι υποδομές στην Ελλάδα, γενικά για τον τουρισμό της, όπως είναι τα αεροδρόμια, τα λιμάνια και οι μαρίνες, καθώς και το επίπεδο υπηρεσιών που προσφέρεται, βρίσκονται σε αρκετά υψηλό επίπεδο, με αποτέλεσμα να διευκολύνουν την πρόσβαση των τουριστών, συμβάλλοντας θετικά στη ζήτηση της τουριστικής υπηρεσίας, ιδιαίτερα για τους τουρίστες που προέρχονται από το εξωτερικό.

Γεγονός είναι ότι σε προορισμούς ανά την χώρα, με σύγχρονες ξενοδοχειακές μονάδες και μεγάλο αριθμό επισκεπτών, ενσωματώνονται με γρήγορους ρυθμούς τεχνολογικές εξελίξεις που αφορούν την οργάνωση και τη διοίκηση, τη στέγαση αλλά και τις μεταφορές. Σύγχρονα μέσα μεταφοράς, που εκμηδενίζουν τις αποστάσεις και παρέχουν πολλές ανέσεις, «έξυπνα» μηχανήματα και συσκευές σε ξενοδοχεία και συνεδριακούς χώρους, μικρά σε όγκο μηχανήματα ανάληψης χρημάτων (ATM), ηλεκτρονικά συστήματα ασφαλείας, συσκευές για

---

<sup>42</sup> Πηγή: [www.huffingtonpost.gr](http://www.huffingtonpost.gr)

τη ρύθμιση της θερμοκρασίας και την ανανέωση του αέρα εντός των δωματίων, πρόσβαση σε on –line υπηρεσίες από οποιοδήποτε σημείο της ξενοδοχειακής εγκατάστασης, που απαιτούν έμπειρα και κατάλληλα εκπαιδευμένα στελέχη, είναι μερικά ενδεικτικά επιτεύγματα της τεχνολογίας που υιοθετήθηκαν πρώτα σε περιοχές με αυξημένη τουριστική ζήτηση<sup>43</sup>.

Νέα τεχνολογικά επιτεύγματα υιοθετούνται επίσης και σε μικρότερα τμήματα αγορών (niche) όπως ο τουρισμός πολυτελείας. Συστήματα για κρατήσεις θέσεων μέσω φωνητικών ηχογραφήσεων (Voice Reservations), εμπιστευτικά κανάλια διανομής μέσω Internet (Internet Distribution System), συστήματα για συνεργασία με ταξιδιωτικούς πράκτορες σε όλα τα μέρη του κόσμου (Global Distribution System Connectivity), ψηφιακά συστήματα φύλαξης πολύτιμων αντικειμένων (Digital Content Solutions) . Αυτό οδηγεί σε ανταλλαγή γνώσεων και πληροφοριών, εκσυγχρονισμό δομών και συστημάτων της χώρας -υποδοχής, ενθάρρυνση του on-line booking και αλλαγή στον τρόπο εκπαίδευσης και κατάρτισης των νέων<sup>44</sup>.

Σύμφωνα με το Ινστιτούτο ΣΕΤΕ<sup>45</sup> η χρήση του διαδικτύου για την προσφορά τουριστικών υπηρεσιών στην Ελλάδα αυξάνεται ταχύτατα και αλλάζει δραστικά τον τρόπο διασύνδεσης των πελατών παγκοσμίως με τις εγχώριες τουριστικές επιχειρήσεις. Στον τομέα της χρήσης των τεχνολογιών πληροφορικής και επικοινωνιών στο “The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015” του World Economic Forum (WEF), η Ελλάδα κατατάσσεται στην 49η θέση μεταξύ των 141 χωρών, χαμηλότερα από τη Βουλγαρία (47η θέση), αλλά υψηλότερα από τη Ρουμανία, την Τουρκία (68η Θέση) και από την Κύπρο (50ή Θέση). Γενικά, η προσφορά τουριστικών υπηρεσιών στην Ελλάδα εκσυγχρονίζεται ταχέως συμβάλλοντας σε μεγάλο βαθμό και στην αύξηση της ζήτησης για τουρισμό στην Ελλάδα.

---

<sup>43</sup> Πηγή: Πτυχιακή εργασία, Κολότσιου Ελένη, «Παράγοντες επιτυχίας των Ξενοδοχειακών Μονάδων στην Ελλάδα», Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, 2006

<sup>44</sup> Πηγή: Πτυχιακή εργασία, Κολότσιου Ελένη, «Παράγοντες επιτυχίας των Ξενοδοχειακών Μονάδων στην Ελλάδα», Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, 2006

<sup>45</sup> SETE Intelligence: Η χρήση του διαδικτύου για την προσφορά τουριστικών υπηρεσιών αλλάζει δραστικά τον τρόπο διασύνδεσης των πελατών με τις εγχώριες τουριστικές επιχειρήσεις

## 4.2 Η ΕΛΛΑΔΑ ΩΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΓΚΟΛΦ – SWOT ANALYSIS

Σε αυτή την ενότητα θα αναλυθούν όλα εκείνα τα εσωτερικά χαρακτηριστικά της Ελλάδας που μπορούν να αποτελέσουν πηγή ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος έναντι των ανταγωνιστικών χωρών στην ανάπτυξη του τουρισμού γκολφ αλλά και τις αδυναμίες που μπορούν να την θέσουν σε ανταγωνιστικό μειονέκτημα. Τα χαρακτηριστικά αυτά σε συνδυασμό με τις ευκαιρίες και τις απειλές που προκύπτουν από το γενικευμένο περιβάλλον στο οποίο δραστηριοποιείται η χώρα, εφαρμόζουν ένα γενικότερο υπόδειγμα που αναφέρεται ως «SWOT Analysis».

### 4.2.1 ΔΥΝΑΜΕΙΣ (STRENGTHS)

Η Ελλάδα βρίσκεται σε κεντρική τοποθεσία, στο σταυροδρόμι τριών ηπείρων, γεγονός που επιτρέπει την εύκολη και άμεση πρόσβαση από τα περισσότερα μέρη του κόσμου (Λονδίνο & Μόσχα σε περίπου 3,5 ώρες και Ντουμπάι σε περίπου 5 ώρες)

Περισσότερες από 300 μέρες ηλιοφάνειας το χρόνο. Οι χειμώνες είναι σύντομοι και ήπιοι, ενώ τα καλοκαίρια είναι ζεστά και ξηρά με δροσερό αεράκι, ένα ιδανικό κλίμα για τους λάτρεις του γκολφ με θερμοκρασία κατά μέσο όρο στους 16°C κατά τη διάρκεια όλου του έτους.

Τα φυσικά και πολιτιστικά αξιοθέατα, το μοντέλο «ήλιος- θάλασσα», ο τρόπος ζωής και το φιλόξενο κλίμα, η μεσογειακή- ελληνική κουζίνα καθώς και η γεωγραφική ποικιλομορφία, με πάνω από 250 ορεινές περιοχές, 2.000 νησιά, 60 λίμνες και 25 ποταμοί και το 25% του εδάφους καλύπτεται από δάση (το 4ο στην ΕΕ), έχουν ξεχωρίσει ήδη τη χώρα ως έναν από τους κορυφαίους τουριστικούς προορισμούς παγκοσμίως,

Η αγγλική γλώσσα ομιλείται ευρέως, οι ξένες εφημερίδες και η δορυφορική τηλεόραση είναι ευρέως διαθέσιμες ενώ το δορυφορικό ευρυζωνικό Διαδίκτυο καλύπτει το 100% της ελληνικής κατοικημένης περιοχής.

Η Ελλάδα κατέχει ένα από τα χαμηλότερα ποσοστά εγκληματικότητας στην Ευρώπη με λιγότερες από 60 καταγεγραμμένες ληστείες ανά 100.000 άτομα σύμφωνα με το Γραφείο



των Ηνωμένων Εθνών για τα ναρκωτικά και το έγκλημα. Επιπλέον, σύμφωνα με την μελέτη<sup>46</sup> της Censuswide για το SETE Intelligence, η εικόνα της Ελλάδας στην Μ. Βρετανία, την Γερμανία και τις ΗΠΑ παραμένει ιδιαίτερα θετική όσον αφορά στην ελκυστικότητα και στην ασφάλεια του προορισμού. Το 73% -80% των ερωτηθέντων θεωρούν την Ελλάδα ασφαλή προορισμό, ποσοστό οριακά χαμηλότερο από της Ισπανίας και Ιταλίας, σημαντικά όμως υψηλότερο από το αντίστοιχο της Γαλλίας και σχεδόν διπλάσιο από της Τουρκίας.

Το Costa Navarino έχει βραβευτεί με τον περίφημο τίτλο του 2017 Ευρωπαϊκό Golf Resort της χρονιάς στην τελετή απονομής των βραβείων IAGTO. Και τα δύο γήπεδα γκολφ έχουν χαρακτηριστεί ως Best Newcomers το 2014 και ως Best Service το 2015 από το θεσμό «World of Leading Golf». Το γεγονός αυτό, προσδίδει φήμη και αποτελεί δυνατό στοιχείο της χώρας για την προσέλκυση τουριστών γκολφ.

#### **4.2.2 ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ (WEAKNESSES)**

Σε επίπεδο ζήτησης, η καθιέρωση του προορισμού ως μονοδιάστατο τουριστικό προϊόν «ήλιος- θάλασσα» καθιστά δύσκολη την προώθηση της χώρας ως προορισμό γκολφ. Όπως προαναφέρθηκε σε προηγούμενο κεφάλαιο, το 60% του εισερχόμενου τουρισμού στη χώρα απευθύνεται αποκλειστικά στο προϊόν αυτό.

Η έλλειψη σε ειδικές τουριστικές υποδομές και εγκαταστάσεις ειδικών μορφών τουρισμού αποτελεί από τις σημαντικότερες αδυναμίες της χώρας. Όπως αναφέρθηκε και σε προηγούμενο κεφάλαιο, ο ταξιδιώτης γκολφ αναζητά ποικιλία σε προσφορά γηπέδων και μαθημάτων, ωστόσο η Ελλάδα διαθέτει μόλις επτά γήπεδα γκολφ 18 οπών και ένα γήπεδο 9 οπών.

Τα πρωταθλήματα γκολφ στο εξωτερικό φιλοξενούν μέχρι και 300.000 θεατές, οι περισσότεροι από τους οποίους είναι επισκέπτες από άλλες χώρες. Οι γκολφέρ είναι οι συχνότερα μετακινούμενοι φίλαθλοι, είτε για να παίξουν είτε για να παρακολουθήσουν αγώνες. Ωστόσο στα γήπεδα στη Ελλάδα δεν έχουμε κερκίδες. Το γεγονός αυτό οφείλεται κυρίως στο ότι το γκολφ σαν άθλημα δεν έχει απήχηση στους Έλληνες.

---

<sup>46</sup> Η ίδια μελέτη που προαναφέρθηκε στην ενότητα 3.4.3

Η απουσία τουριστικής δραστηριότητας κατά τη χειμερινή περίοδο και η μη επαρκής αξιοποίηση και ανάδειξη των συγκριτικών πλεονεκτημάτων της ενδοχώρας αποτελούν σημαντικό μειονέκτημα για την ανάπτυξη του τουρισμού κατά τη διάρκεια όλου του έτους. Η Ισπανία είναι η χώρα η οποία κερδίζει συνεχώς έδαφος στην προσέλκυση τουριστών γκολφέρ την περίοδο Οκτώβριο με Απρίλιο. Ωστόσο στην Ελλάδα, όπου το κλίμα είναι παρόμοιο με αυτό της Ισπανίας, πέραν της τουριστικής περιόδου αιχμής, όλα “νεκρώνουν” με αποτέλεσμα και να θέλει κάποιος να την επισκεφτεί εκείνη την περίοδο, δεν έχει άλλες επιλογές για ενασχόληση και διασκέδαση.

Σε θεσμικό επίπεδο, η έλλειψη εκσυγχρονισμένης τουριστικής νομοθεσίας, η ανυπαρξία εθνικού και περιφερειακού σχεδιασμού καθώς και η δαιδαλώδους γραφειοκρατία και αδυναμία λήψης των σχετικών αδειοδοτήσεων/ εγκρίσεων από εμπλεκόμενους κρατικούς φορείς και υπηρεσίες έχουν ματαιώσει τουλάχιστον πέντε επενδυτικά σχέδια για κατασκευή τουριστικών προορισμών με γήπεδα γκολφ. Η Ελλάδα έρχεται τελευταία από όλες τις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης όσον αφορά τη μεγάλη χρονική υστέρηση σε σχεδιασμό και εκτέλεση για την αύξηση του αριθμού των γηπέδων γκολφ. Επιπλέον, οι μεγάλες φορολογικές επιβαρύνσεις και οι συνεχείς μεταβολές τους, καλλιεργούν αίσθηση αναξιπιστίας στους ξένους επενδυτές και τους αποτρέπουν να δραστηριοποιηθούν στον ελλαδικό χώρο.

#### **4.2.3 ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ (OPPORTUNITIES)**

Σύμφωνα με έρευνα που πραγματοποιήθηκε για την ανάλυση του τουρισμού γκολφ στη Σκωτία, προκύπτει ότι σε μία χώρα η οποία διαθέτει πολλά εξαιρετικά γήπεδα γνωστά σε όλο τον κόσμο οι επισκέπτες παίχτες του γκολφ έλκονται από τα εμπορικά γήπεδα κοντά στη θάλασσα. Επιπροσθέτως, τα στοιχεία ήλιος και θάλασσα συμπληρώνουν τις υψηλής ποιότητας υπηρεσίες. Θα πρέπει να σημειωθεί ότι το πρότυπο αυτό του ελκυστικού πακέτου ισχύει για όλες σχεδόν τις χώρες υψηλού γκολφικού τουρισμού. Τα χαρακτηριστικά αυτά αποτελούν σημαντικές ευκαιρίες που πρέπει να αξιοποιηθούν για την ανάπτυξη των υποδομών του γκολφικού τουρισμού και στη Ελλάδα, δεδομένου ότι, η χώρα μας διαθέτει τις μακρύτερες ακτές της Μεσογείου - μακρύτερες από τις ακτές της Ιταλίας, της Ισπανίας και της Κύπρου και το μοντέλο «Ήλιος & Θάλασσα» αποτελεί ήδη βασικό προϊόν του ελληνικού τουρισμού.

Σύμφωνα με το Ισπανικό Ινστιτούτο Τουριστικών Σπουδών, βασικές αγορές του τουρισμού γκολφ της Ισπανίας προέρχονται από τη Βρετανία και τη Γερμανία. Το γεγονός ότι οι αγορές αυτές αποτελούν για πολλά χρόνια τις βασικές αγορές του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, καθιστά πιο εύκολη την αξιοποίηση των αγορών αυτών και την προσέλκυσή τους και τους χειμερινούς μήνες.

Η ζήτηση για γκολφ διεθνώς παρουσιάζει συνεχή αύξηση τα τελευταία χρόνια. Ο τουρισμός γκολφ το 2016 σημείωσε ανάπτυξη 5,5% έναντι ανάπτυξης 10,7% το 2015. Την τελευταία 5ετία καταγράφεται σωρευτική ανάπτυξη της αγοράς γκολφ της τάξης του 40%, ενώ οι προβλέψεις για την περίοδο 2017-2021 κάνουν λόγο για ετήσια ανάπτυξη 15%. Επιπλέον, Ο μέσος παίκτης γκολφ είναι αρκετά εύπορος ώστε να μπορεί να ικανοποιεί τις γκολφικές του ανάγκες με ταξίδια μέσα στη χώρα του και στο εξωτερικό. Γεγονός που μπορεί να ευνοήσει τη χώρα και να στοχεύσει σε νέες αγορές, διαφορετικές από αυτές που θεωρούνται “κατά παράδοση πελάτες”.

Σε αντίθεση με όλα σχεδόν τα άλλα σπορ, όπου ο στίβος των γηπέδων τους είναι ο πανομοιότυπος τα γήπεδα του γκολφ διαφέρουν κατασκευαστικά. Έχουν όλα 18 οπές (διάδρομοι με ειδικό χόρτο που καταλήγουν σε μια πιο λεία επιφάνεια με μία τρύπα στο έδαφος) αλλά δε θα βρούμε σε κανένα γήπεδο καμία οπή που να είναι η ίδια ή να μοιάζει πολύ με την τρύπα ενός άλλου γηπέδου. Έχουμε λοιπόν μία μεγάλη ποικιλία και μεγάλες διαφορές από γήπεδο σε γήπεδο, κάτι που καταχωρείται ως μεγάλο πλεονέκτημα για το άθλημα και δημιουργεί προοπτικές διαφοροποίησης της παρεχόμενης υπηρεσίας.

#### **4.2.4 ΑΠΕΙΛΕΣ (THREATS)**

Συνεχής Αυξανόμενος Ανταγωνισμός: Οι ώριμες αγορές για γκολφικό τουρισμό είναι οι ΗΠΑ, Ην. Βασίλειο, Ιαπωνία, Καναδάς Αυστραλία. Η ηπειρωτική Ευρώπη γενικά δεν συγκαταλέγεται στις ώριμες πηγές γκολφικού τουρισμού αν και τα τελευταία χρόνια οι χώρες: Γερμανία, Γαλλία, Ιταλία και κυρίως η Ισπανία κερδίζουν έδαφος στην αγορά του γκολφικού τουρισμού. Στις αναδυόμενες αγορές έχουμε τις χώρες Ταϊλάνδη, Μαλαισία, Ταϊβάν και Σιγκαπούρη ως ανταγωνιστικές σε τουριστικό γκολφ. Στις παραπάνω χώρες θα πρέπει να προσθέσουμε την Κορέα και την Κίνα, οι οποίες αναμένεται να διπλασιάσουν τον αριθμό των ήδη υπαρχών γηπέδων (220 στην Κορέα και 340 στην Κίνα).

Ανταγωνίστριες προς την Ελλάδα χώρες, έχουν ήδη επενδύσει και απολαμβάνουν τα θετικά αποτελέσματα της λειτουργίας των υποδομών γκολφ σε αντίθεση με τη χώρα μας η οποία υστερεί σημαντικά στον εν λόγω τομέα. Χαρακτηριστικό είναι ότι στην Ισπανία και στην Πορτογαλία αντιστοιχεί ένα γήπεδο γκολφ για 200.000 κατοίκους ενώ στην Ελλάδα αντιστοιχεί ένα γήπεδο γκολφ για 2 εκατομμύρια κατοίκους. Στη χώρα μας λειτουργούν μόλις 7 γήπεδα γκολφ διεθνών προδιαγραφών (18 οπών) σε σύγκριση με τα 280 γήπεδα γκολφ στην Ισπανία, τα 230 γήπεδα γκολφ στην Ιταλία και τα 67 γήπεδα γκολφ στην Πορτογαλία. Η Ισπανία διαθέτει πολύ μεγαλύτερη επιφάνεια που της επιτρέπει να θυσιάζει κάποιες από της περιοχές της για την αύξηση των εγκαταστάσεων γκολφ και συγχρόνων να απορροφά τις αρνητικές επιπτώσεις του. Η γειτονική Τουρκία αναδύεται ως μεγάλη ανταγωνίστρια χώρα της Ισπανίας, ιδιαίτερα την τελευταία δεκαετία, διαθέτοντας πολλά γήπεδα γκολφ και τουριστικά πακέτα σε πολύ χαμηλές τιμές.

#### **4.3 ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΓΚΟΛΦ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ**

Είναι γεγονός πως η οικονομική δραστηριότητα σε αυτό το είδος τουρισμού αποτελεί το επίκεντρο ενδιαφέροντος για πολλές χώρες παγκοσμίως.

Όπως αναφέρθηκε σε προηγούμενο κεφάλαιο, βασικοί παράγοντες ανάπτυξης του τουρισμού γκολφ και επιλογής του προορισμού είναι η ποιότητα και η ποικιλία των γηπέδων. Οι παίκτες επιλέγουν προορισμούς όπου σε σχετικά μικρή χιλιομετρική απόσταση έχουν την δυνατότητα να βρουν γήπεδα με ποικιλία μαθημάτων προσαρμοσμένα σε όλα τα επίπεδα και σε όλες τις ανάγκες. Βασικό είναι επίσης το κλίμα του προορισμού. Οι παίκτες επιθυμούν να βρουν ήλιο και θερμές θερμοκρασίες ανά πάσα στιγμή του έτους. Επιπλέον, η εύκολη προσβασιμότητα, η ασφάλεια και οι τιμές των πακέτων είναι σημαντικοί παράγοντες επιλογής ενός προορισμού γκολφ. Τέλος, όπως έδειξε η μελέτη που πραγματοποιήθηκε για τους Ευρωπαίους παίκτες γκολφ που επιλέγουν την Ισπανία ως προορισμό, οι παίκτες αναζητούν την πολυτέλεια όσον αφορά και τις ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις αλλά και επιπλέον παροχές και δραστηριότητες για εκείνους και τις οικογένειες τους, πέραν αυτών που αφορούν το παιχνίδι.

Χώρες όπως η Ισπανία, η Πορτογαλία αλλά και η Νότια Γαλλία, έχουν καταφέρει να αξιοποιήσουν με τον καλύτερο δυνατό τρόπο τις υποδομές τους, με αποτέλεσμα να δέχονται

τουρισμό γκολφ κατά τη διάρκεια όλου του έτους, γεγονός που τους ωφελεί στην επιμήκυνση της τουριστικής τους σεζόν.

Με 56 εκατομμύρια παίκτες γκολφ παγκοσμίως, το γκολφ είναι ένα από τα πιο δημοφιλή αθλήματα του κόσμου. Ο τουρισμός του γκολφ έχει αυξηθεί τα τελευταία τέσσερα χρόνια και τα σημάδια είναι θετικά ότι αυτή η ανάπτυξη θα αντέξει όσο περισσότεροι προορισμοί εισέρχονται στην αγορά με νέα προϊόντα γκολφ

Πολλές είναι οι χώρες που αναπτύσσουν στρατηγικές οι οποίες στοχεύουν στην ικανοποίηση συγκεκριμένων αναγκών ώστε να προσελκύσουν ακόμα περισσότερους παίκτες. Για παράδειγμα, κάποιες χώρες, συμπεριλαμβανομένης της Γαλλίας, ενθαρρύνουν τα κλαμπ γκολφ να προσαρμοστούν και να προσαρμόσουν τα μαθήματά τους στις ανάγκες των σύγχρονων παικτών του γκολφ και να προσθέσουν επιπλέον προγράμματα για αρχάριους και ηλικιωμένους. Επιπλέον, η Γαλλία αναπτύσσει βραχύτερα μαθήματα διάρκειας δύο ωρών το πολύ, ώστε να ικανοποιήσει παίκτες με πολυάσχολα προγράμματα και ταξιδιώτες που δεν έχουν ως μοναδικό σκοπό να παίξουν γκολφ στις διακοπές τους. Παρομοίως και η Αγγλική Ένωση Γκολφ ξεκίνησε τη δική της εκστρατεία, "Golf Express", για να ενθαρρύνει γρήγορους γύρους γκολφ και διαγωνισμούς.

Σε γενικές γραμμές, πολλοί είναι εκείνοι που υποστηρίζουν ότι η Ελλάδα, παρουσιάζει μεγάλες προοπτικές ανάπτυξης στον κλάδο του τουρισμού γκολφ. Διαθέτοντας εύκολη πρόσβαση, ασφάλεια, φυσικά περιουσιακά στοιχεία και ένα ιδανικό κλίμα, θα μπορούσε να εξελίξει αυτή τη μορφή τουρισμού με πολύ γρήγορους ρυθμούς. Η δυναμική της χώρας στον κλάδο αυτό, παρά τις υπάρχουσες προοπτικές, παραμένει ουσιαστικά αναξιοποίητη καθώς η χώρα μας διαθέτει μόλις επτά γήπεδα γκολφ 18-οπών και ένα γήπεδο 9-οπών. Στην Ισπανία και την Πορτογαλία αντιστοιχεί ένα γήπεδο για 200.000 κατοίκους. Στην Ελλάδα αντιστοιχεί ένα για 2 εκατομμύρια κατοίκους.

Παρά τη μικρή προσφορά σε γήπεδα γκολφ, το 2016, ένα υπέροχο έτος για τον ελληνικό τουρισμό με 25 εκατομμύρια διεθνείς αφίξεις, σχεδόν 200.000 επισκέπτες ήρθαν στην Ελλάδα μόνο για να παίξουν γκολφ. Σύμφωνα με πρόσφατη μελέτη της KPMG, η χώρα μας θα εξασφάλιζε κάθε χρόνο 1 εκατ. διανυκτερεύσεις από γκολφέρ, αν διέθετε τις υποδομές για να τους προσελκύσει.

Πλέον, οι ταξιδιώτες έχουν διαθέσιμους πολλούς προορισμούς και τύπους διακοπών για να επιλέξουν. Αυτό καθιστά τον τουρισμό γκολφ έναν ευαίσθητο και ανταγωνιστικό κλάδο των τιμών. Επομένως, σημαντικό είναι οι ταξιδιωτικοί πράκτορες να διατηρούνται ευέλικτοι προσφέροντας πολλά και διαφορετικά πακέτα με διάφορα είδη δραστηριοτήτων, συμπεριλαμβανομένου του γκολφ, τα οποία μπορούν να συνδυάσουν οι πελάτες.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας της KPMG που παρουσιάστηκαν στο κεφάλαιο 2, παρόλο που οι τουρίστες γκολφ εκτιμούν την προσωπική επαφή με τα ταξιδιωτικά πρακτορεία, ερευνούν και σχεδιάζουν το ταξίδι τους στο διαδίκτυο και η διαδικτυακή κράτηση ολοένα και αυξάνεται ειδικά την τελευταία πενταετία. Η χρήση του διαδικτύου για την έρευνα στον τουρισμό θα συνεχίσει να αυξάνεται. Αναμένεται να παραμείνει το πιο σημαντικό ερευνητικό κανάλι για τα επόμενα χρόνια. Επομένως, θα πρέπει να διατηρείται μια ισχυρή παρουσία στο διαδίκτυο ώστε να επιτρέπεται στους ταξιδιώτες να εξερευνήσουν την Ελλάδα ως προορισμό γκολφ από το σπίτι. Θα πρέπει το 'προϊόν' να εμφανίζεται ως εμπειρία και όχι απλά ως παιχνίδι γκολφ, διότι με τόση ποικιλία σε γήπεδα και προορισμούς, οι δυνητικοί επισκέπτες ψάχνουν πλέον το κάτι παραπάνω που θα τους χαρίσει μια ιδιαίτερη εμπειρία στον προορισμό που θα επιλέξουν. Επίσης, η κύρια τάση που αναφέρθηκε στην έρευνα ήταν η εμφάνιση βελτιωμένων συστημάτων κρατήσεων σε απευθείας σύνδεση, καθώς και διάφορες εφαρμογές smartphone και tablet. Με τις μεταβαλλόμενες ανάγκες των πελατών, αυτή η κατεύθυνση αναμένεται να αποκτήσει σημασία τα επόμενα χρόνια.

Αν και η Ελλάδα, διαθέτει σημαντικά φυσικά πλεονεκτήματα ώστε να αναπτύξει ουσιαστικά το τουρισμό γκολφ, και παρά τις όσες στρατηγικές μπορεί να εφαρμόσει ώστε να προσελκύσει περισσότερους παίκτες και να αποκτήσει μεγαλύτερη φήμη, υστερεί σημαντικά σε πολλά τεχνικά θέματα τα οποία αν δεν επιλυθούν δεν θα υπάρξει η αναμενόμενη εξέλιξη. Το πρώτο και βασικότερο στοιχείο που αναζητά ο τουρίστας γκολφ είναι η ποικιλία γηπέδων και μαθημάτων στον προορισμό που θα επισκεφτεί. Όσο η προσφορά σε γήπεδα δεν αυξάνεται και ειδικά στην περίπτωση της Ελλάδας που διαθέτει μόνο επτά, τα οποία δεν βρίσκονται καν χιλιομετρικά κοντά το ένα με το άλλο, τότε θα παραμένει αδύνατη η ανάπτυξη αυτού το είδους τουρισμού στη χώρα.

Ένας μεγάλος αριθμός έργων γκολφ σε όλη την Ελλάδα έχουν ανακοινωθεί τα τελευταία χρόνια με στόχο να επωφεληθούν και να κεφαλαιοποιήσουν την υψηλή δυναμική του ελληνικού τουρισμού. Ωστόσο, τα πολλά χρόνια προβλήματα που αντιμετωπίζει η Ελλάδα

τόσο στην οργάνωση όσο και στη λειτουργία του ελληνικού κράτους, οδηγούν στο συμπέρασμα ότι δύσκολα, τουλάχιστον όχι άμεσα, θα καταφέρει να αυξήσει τις εγκαταστάσεις γκολφ ώστε να θεωρηθεί ανταγωνιστικός προορισμός στο κλάδο αυτό.

Αξίζει να αναφερθεί ότι το Μπελέκ της Τουρκίας έγινε δημοφιλής προορισμός για τους γκολφέρ μέσα σε μόλις μία δεκαετία, ανεβάζοντας τον αριθμό των γηπέδων της από 3 σε 15.

## ΑΝΑΚΕΦΑΛΑΙΩΣΗ - ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Σαν τελικό συμπέρασμα της παρούσας διπλωματικής εργασίας, μπορεί να υπογραμμιστεί πως το γκολφ αποτελεί ένα από τα πιο δημοφιλή αθλήματα παγκοσμίως και ο τουρισμός γκολφ αυξάνεται με ταχύτατους ρυθμούς. Όλο και περισσότερες χώρες εστιάζουν στον κλάδο αυτό και εφαρμόζουν στρατηγικές ανάπτυξης ώστε να αναδειχθούν ως νέοι προορισμοί γκολφ. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι οι παίκτες ανήκουν κυρίως σε ομάδες υψηλού εισοδήματος, που διαμένουν κατά μέσω όρο σε έναν προορισμό περισσότερο από έναν μέσο τουρίστα και είναι διατεθειμένοι να ξοδέψουν πολύ περισσότερα χρήματα. Επιπλέον, οι ταξιδιώτες του γκολφ εξερευνούν περισσότερους προορισμούς για τις διακοπές τους και είναι πλέον πιο ενεργητικοί για να ταξιδέψουν πέρα από τους παραδοσιακούς προορισμούς γκολφ. Βασικό είναι επίσης ότι οι παίκτες γκολφ είναι διατεθειμένοι να ταξιδεύουν κατά τη διάρκεια όλου του έτους σε προορισμούς με ευνοϊκό κλίμα. Ως αποτέλεσμα πολλές είναι οι χώρες που μέσα από τον τουρισμό γκολφ καταπολεμούν το πρόβλημα της εποχικότητας.

Η Ελλάδα είναι μια χώρα με πολλά χαρακτηριστικά τα οποία μπορούν να αποτελέσουν πηγή ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος έναντι των υπόλοιπων χωρών στην ανάπτυξη του τουρισμού γκολφ. Η τοποθεσία, το κλίμα, τα φυσικά και πολιτιστικά αξιοθέατα, το μοντέλο «ήλιος- θάλασσα», ο τρόπος ζωής και το φιλόξενο κλίμα αλλά και η ασφάλεια, είναι κάποια από αυτά. Ωστόσο, το βασικό πρόβλημα της χώρας που την περιορίζει στην ανάπτυξη τουρισμού γκολφ είναι η έλλειψη σε ειδικές τουριστικές υποδομές και εγκαταστάσεις ειδικών μορφών τουρισμού σε συνδυασμό με την χρονική υστέρηση σε σχεδιασμό και εκτέλεση σε ότι αφορά την αύξηση του αριθμού γηπέδων γκολφ. Το ασταθές νομικό καθεστώς, η γραφειοκρατία και η αδυναμία λήψης των σχετικών αδειοδοτήσεων/ εγκρίσεων από εμπλεκόμενους κρατικούς φορείς και υπηρεσίες έχουν ματαιώσει τουλάχιστον πέντε επενδυτικά σχέδια για κατασκευή τουριστικών προορισμών με γήπεδα γκολφ. Σε συνδυασμό με τις μεγάλες φορολογικές επιβαρύνσεις και τις συνεχείς μεταβολές τους, καλλιεργείτε μια αίσθηση αναξιοπιστίας όσον αφορά την Ελλάδα, και είναι αναμενόμενο να μην προσελκύει ξένους επενδυτές.

Συνεπώς, εάν η χώρα δεν καταπολεμήσει τα παραπάνω ζητήματα ώστε να μπορέσει να εφαρμόσει νέα επενδυτικά προγράμματα και να αυξήσει τη διαθεσιμότητα σε γήπεδα γκολφ, δεν θα καταφέρει να καταστεί ανταγωνιστική ως προς τους υπόλοιπους προορισμούς.



## **ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

### **Ελληνική Βιβλιογραφία**

#### **A. Βιβλία – Άρθρα**

- Λαγός Δ., «Τουριστική Οικονομική», Εκδόσεις Κριτική, Οκτώβριος 2005
- Γεωργόπουλος Ν., «Επιχειρησιακή Πολιτική και Στρατηγική, Πανεπιστημιακές Παραδόσεις», Πανεπιστήμιο Πειραιώς, 2013
- ΑΡΘΡΟ : «Αύξηση του τουρισμού στην Ελλάδα κατά 40%, σύμφωνα με το ταξιδιωτικό πρακτορείο Thomas Cook» HuffPost Greece | Newsroom, Δημοσιεύθηκε: 28/03/2017
- ΑΡΘΡΟ : «Ο τουρισμός μπορεί να φέρει 1 εκατ. τουρίστες στην Ελλάδα», TomosNews.gr, Δημοσιεύθηκε: 09/06/2017
- ΑΡΘΡΟ : «Ολοκληρώθηκε το διεθνές τουρνουά γκολφ 12ο Aegean Airlines Pro-Am», Άγγελος Ρεστάνης, Δημοσιεύτηκε: 19/06/2017
- ΑΡΘΡΟ : «Το γκολφ φέρνει έσοδα: Οι τιμές για τα ακριβά εξοχικά στα γήπεδα ανά την Ελλάδα», protothema.gr, Δημοσιεύτηκε: 13/06/2017
- ΑΡΘΡΟ : «Γκολφικός Τουρισμός: Μία Αναξιοποίητη Πηγή Πλουτισμού», Ευθύμιος Πουρναράκης (Ομότιμος Καθηγητής Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών)
- ΑΡΘΡΟ : «Αθλητικός Τουρισμός Ανασυχή Στην Ελλάδα», Ελένη Γλυνιά, Υποψήφια Διδάκτωρ ΔΠΘ- Διδάσκουσα ΤΕΦΑΑ/Α.Π.Θ, Εισήγηση στο πλαίσιο του Αναπτυξιακού Συνεδρίου Νομού Σερρών 2003
- ΑΡΘΡΟ : «Ευκαιρίες, κίνδυνοι και προκλήσεις για τον ελληνικό τουρισμό» - CNN.gr

#### **B. Μελέτες – Εκθέσεις**

- Ινστιτούτο ΣΕΤΕ : ‘Ποιος είναι ο πελάτης μας; Χαρακτηριστικά εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα για «Ηλιος και Θάλασσα», «City Break», «Πολιτισμός και Θρησκεία»’, Οκτώβριος 2015
- Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού : ‘Τάσεις της Τουριστικής Κίνησης 2008- 2015’, Αλέξης Χατζηδάκης

- Ινστιτούτο ΣΕΤΕ : Βασικά Μεγέθη του Ελληνικού Τουρισμού (χρονολογίες 2010-1016)
- Ινστιτούτο ΣΕΤΕ : Στατιστικό Δελτίο Νο. 13 – Ιανουάριος 2016
- Ινστιτούτο ΣΕΤΕ: Η χρήση του διαδικτύου για την προσφορά τουριστικών υπηρεσιών αλλάζει δραστικά τον τρόπο διασύνδεσης των πελατών με τις εγχώριες τουριστικές επιχειρήσεις
- Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων (ΙΤΕΠ) : Εξελίξεις στον Τουρισμό και στην Ελληνική Ξενοδοχία 2015
- Μελέτη Ινστιτούτου Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων (ΙΤΕΠ): Η Εποχικότητα του Ελληνικού Τουρισμού
- Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων (ΙΤΕΠ) : Διάρθρωση και Χαρακτηριστικά του Ξενοδοχειακού Κλάδου στην Ελλάδα, 2016
- Έρευνα – Μελέτη : «Τουρισμός και Γήπεδα Γκολφ. Ότι λάμπει δεν είναι χρυσός...», Καθ. Ε. Καπετανάκη- Μπρασιούλη, Τμήμα Γεωγραφίας Πανεπιστημίου Αιγαίου
- Έρευνα – Μελέτη : «Γήπεδα Γκολφ στην Ελλάδα- Η άποψη του WWF Ελλάς Μάρτιος 2006»
- Έρευνα – Μελέτη : «Αποτελέσματα έρευνας αντίληψης εικόνας Ελλάδας», Sete Intelligence
- Περιοδική Μελέτη ΣΕΤΕ: Ελληνικός Τουρισμός: Εξελίξεις- Προοπτικές, Τεύχος 1 | Ιούλιος 2016

### **Γ. Διπλωματικές Εργασίες**

- Σκαράκης Νικόλαος, «Γκολφ. Διερεύνηση απόψεων δείγματος ελληνικού πληθυσμού. Εφαρμογή της θεωρίας της σχεδιασμένης συμπεριφοράς», Ηράκλειο 2008
- Κολότσιου Ελένη, «Παράγοντες επιτυχίας των Ξενοδοχειακών Μονάδων στην Ελλάδα», Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, 2006

### **Δ. Πηγές στο Διαδίκτυο**

- Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος, [www.grhotels.gr](http://www.grhotels.gr)
- Σύλλογος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων -Sete Intelligence, [sete.gr](http://sete.gr)

- Ελληνική Στατιστική Αρχή, [www.statistics.gr](http://www.statistics.gr)
- Τράπεζα της Ελλάδος, [www.bankofgreece.gr](http://www.bankofgreece.gr)
- Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών, [iobe.gr](http://iobe.gr)
- Παγκόσμιου Συμβουλίου Ταξιδιών και Τουρισμού (WTTC), <https://www.wttc.org>
- Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων (ΙΤΕΠ), [www.itep.gr](http://www.itep.gr)
- Όμιλος Γκόλφ Γλυφάδας Αθηνών, <http://glyfadagolfclub.wixsite.com/ggca>
- Golf Tourism in Greece, <http://www.golf.gr/>
- Algean Property, [algeanproperty.com/](http://algeanproperty.com/)
- <https://dasarxeio.com>
- <http://www.corfuvisit.net>
- Corfu Golf Club, <https://corfugolfclub.com/>
- <http://www.portocarras.com>
- <https://debbiestravel.gr>
- <http://www.typosthes.gr>
- <http://www.halkidikinews.gr>

## **Ξενόγλωσση Βιβλιογραφία**

### **A. Βιβλία – Άρθρα**

- «Tourism economic, physical and social impacts» by Alister Mathieson and Geoffrey Wall. Longman, Harlow, 1982
- «Developing Sports Tourism - An eGuide for Destination Marketers and Sports Events Planners» by Stephen D. Ross, National Laboratory for Tourism and eCommerce, 2001
- «Sport Tourism» by Joy Standeven, Paul de Knop, Human Kinetics, 1999
- «Sport and Tourism : A Conceptual Framework» by Sean Gammon & Tom Robinson, 2003
- ΑΡΘΡΟ: «More than one million people travel to Spain to play golf», <http://www.alldayinternetspain.com>

## **B. Μελέτες – Εκθέσεις**

- UNWTO Tourism Highlights 2016 Edition
- KPMG : Golf Participation Report for Europe 2016
- KPMG Survey : KPMG on Golf Tourism Growth Trends, 2015
- World Economic Forum: The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015
- Sportcal : Global Sports Impact (GSI) Report, 2015
- CBI Ministry of Foreign Affairs : Golf Tourism from Europe
- Spanish Market Overview “New patterns of the traveller” JANUARY 2017 Report by The Blueroom Project - TBP Consulting
- Algean Property : Golf in Greece “Tee off” 2017

## **Γ. Πηγές στο Διαδίκτυο**

- Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (UNWTO), [unwto.org](http://unwto.org)
- World Economic Forum, <https://www.weforum.org>
- Structural Reform Support Service (SRSS)
- World Travel and Tourism Council –WTTC, 2015
- [Golfbenchmark.com](http://Golfbenchmark.com)
- Eurostat's Concepts and Definitions Database
- Sportcal, <http://www.sportcal.com>
- Mintel, [www.mintel.com](http://www.mintel.com)
- CBI Ministry of Foreign Affairs, [www.cbi.eu](http://www.cbi.eu)
- World Golf Awards, [worldgolfawards.com](http://worldgolfawards.com)
- IAGTO (International Association of Golf Tour Operators), [www.iagto.com](http://www.iagto.com)
- Spain's official tourism portal, <http://www.spain.info>
- PerryGolf, <http://www.perrygolf.com>
- Vision 20/20 EGCOA, <http://thefutureofgolf.eu/>
- Trading Economics, <https://tradingeconomics.com/>