

2005

þÿ — µ À - ´ Á ± Ã · Ä É ½ ÿ » Å ¼ À ¹ ± ⁰ Î ½
þÿ Ä ¿ Å 2004 Ã Ä · ½ ¿ ¹ ⁰ ¿ ½ ¿ ¼ ¹ ⁰ ®
þÿ ´ Á ± Ã Ä · Á ¹ ì Ä · Ä ± ⁰ ± ¹ Ä · ½ µ À ¹ Ç µ ¹

Bourletidis, Konstantinos

<http://hdl.handle.net/11728/7208>

Downloaded from HEPHAESTUS Repository, Neapolis University institutional repository

**Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΩΝ ΟΛΥΜΠΙΑΚΩΝ ΑΓΩΝΩΝ ΤΟΥ 2004
ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΤΗΝ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ**

**THE INFLUENCE OF THE 2004 OLYMPICS GAMES IN
LOCAL AND NATIONAL ECONOMIC ACTIVITY AND
ENTREPRENEURSHIP**

Bourletidis Konstantinos

Οικονομολόγος MSc, PhD Cand
Ειδικός Επιστήμονας
Εθνικό και Καποδιστριακό
Πανεπιστήμιο Αθηνών
Τμήμα Οικονομικών Επιστημών
Σταδίου 5, 10562, Αθήνα, Ελλάδα
email: mpourle@elke.uoa.gr

Papathanasiou Spyros

Οικονομολόγος MSc, PhD
Επιστημονικός Συνεργάτης
Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο
Κέκροπος 1, 19001
Κερατέα, Ελλάδα

Bourletidis Dimitrios

Οικονομολόγος Περιφερειολόγος MSc
Επιστημονικός Συνεργάτης
Εθνικό και Καποδιστριακό
Πανεπιστήμιο Αθηνών
Πρόγραμμα Επιχειρηματικότητας ΤΕΕ
Σταδίου 5, 10562, Αθήνα, Ελλάδα

Abstract

This paper is made on purpose to show the effect of a sporting event such as the Olympic Games in economic activity, particularly in entrepreneurship at local and national level. Significant emphasis is given to the impact it will have the Olympic Games in 2004 in Greek Economy and the development and improvement of the local entrepreneurship.

Περίληψη

Σκοπός της συγκεκριμένης εργασίας είναι παρουσιαστεί η επίδραση ενός αθλητικού γεγονότος όπως οι Ολυμπιακοί Αγώνες στην οικονομική δραστηριότητα και ιδιαίτερα στην επιχειρηματικότητα σε τοπικό και εθνικό επίπεδο. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στην επίδραση που θα έχουν οι Ολυμπιακοί Αγώνες του 2004 στην Ελληνική Οικονομία και στην ανάπτυξη και βελτίωση της επιχειρηματικής δραστηριότητας.

International Conference: "Organization and Management of Olympic Games"
Department of Sport Management
University of Peloponnese
25-27 June - Sparta

1. Εισαγωγή

Ο Αθλητισμός αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της κοινωνικής ζωής και της ανθρώπινης δραστηριότητας. Ελκύει το ενδιαφέρον σημαντικής μερίδας του πληθυσμού των ανεπτυγμένων κοινωνιών κάτι το οποίο αποτυπώνεται στην έμφαση που δίνεται από τα μέσα ενημέρωσης στον αθλητισμό αλλά και στην μεγάλη οικονομική και κοινωνική σημασία που έχουν αθλητικές διοργανώσεις όπως οι Ολυμπιακοί Αγώνες. Κάνοντας μία ιστορική αναδρομή θα μπορούσαμε να πούμε ότι ο άνθρωπος ήρθε σε επαφή με αθλήματα όπως το τρέξιμο, την ρίψη του δόρατος, το άλμα, την πάλη και το κολύμπι, μέσα από την ενασχόληση του με το κυνήγι, και την καθημερινή άσκηση που απαιτούνταν για να είναι ετοιμοπόλεμος.

Μέχρι το 1980 δεν υπήρχε συστηματικό και σοβαρό ενδιαφέρον οικονομολόγων και αναλυτών για την σχέση της οικονομίας και του αθλητισμού, καθώς και την επιχειρηματική και εμπορική διάσταση των αθλητικών δραστηριοτήτων και την επίδραση τους στην Οικονομία. Το γεγονός αυτό οφειλόταν σε μεγάλο βαθμό στην σχετικά μικρή οικονομική σπουδαιότητα του αθλητικού τομέα στο σύνολο της οικονομίας, στην διάχυτη αντίληψη της μη-εμπορευματοποίησης των αθλητικών δραστηριοτήτων, αλλά και στην κρατική αντίληψη του δημόσιου τομέα, μέσα από τον προϋπολογισμό, για επιχορήγηση αθλητικών σωματείων και ομάδων, χωρίς έλεγχο της αποτελεσματικότητας αυτής της χρηματοδότησης καθώς και των προϊόντων και υπηρεσιών που προσφέρουν. (**Hansen & Gauthier 1992, Blass 1992, Παπανίκος 1996**).

Μετά τους Ολυμπιακούς αγώνες του 1980, άρχισαν να δημοσιεύονται μελέτες και άρθρα τα οποία συσχέτιζαν την οικονομική δραστηριότητα με τον αθλητισμό. Η έλλειψη κρατικών πόρων οδήγησε στην ανάπτυξη του θεσμού της χορηγίας από επιχειρήσεις για την υλοποίηση μεγάλων αθλητικών εκδηλώσεων με αντάλλαγμα την προβολή και διαφήμιση τους. Άρχισε μια διαφορετική προσέγγιση των αθλητικών δραστηριοτήτων πέρα από την επίτευξη του αθλητικού ιδεώδους. Η προσέγγιση αυτή βασιζόταν σε ιδιωτικοοικονομικά κριτήρια και έδινε έμφαση στην κάλυψη του κόστους από τα έσοδα.

Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελούν οι Ολυμπιακοί αγώνες του 1984 στο Λος Άντζελες και της Ατλάντα το 1996, οι οποίοι οργανώθηκαν με πολύ αυστηρή διαχείριση, με έντονη την συμμετοχή μεγάλων επιχειρήσεων όπως η Coca-Cola και με εμφανή προσπάθεια να καλυφθούν οι δαπάνες από τα έσοδα (**Wenner 1989**).

International Conference: "Organization and Management of Olympic Games"
Department of Sport Management
University of Peloponnese
25-27 June - Sparta

Στην δεκαετία του 90 παρατηρήθηκε μια έντονη στροφή των ανθρώπων αφενός στην οργανωμένη άθληση, ως αποτέλεσμα της αλλαγής του τρόπου ζωής, αλλά και της αδυναμίας των μικρότερων ηλικιών και ειδικότερα των παιδιών να παίζουν και να αθληθούν στην γειτονιά., αφετέρου στην αύξηση της ζήτησης για την παρακολούθηση αθλητικών εκδηλώσεων και γεγονότων όπως οι Ολυμπιακοί Αγώνες. Καμία άλλη εκδήλωση στην ανθρώπινη και τηλεοπτική ιστορία, δεν έχει προσελκύσει το τεράστιο συνολικό ακροατήριο των 5 δισεκατομμυρίων τηλεθεατών όπως προσέλκυσαν οι Ολυμπιακοί αγώνες του Σίδνεϊ το 2000. Οι Ολυμπιακοί Αγώνες της Αντλάντα προσέλκυσαν 4 δισεκατομμύρια τηλεθεατές ενώ του Λος Άντζελες 2,5 δισεκατομμύρια τηλεθεατές, ενώ για τους Ολυμπιακούς Αγώνες της Αθήνας προβλέπεται ότι ο αριθμός αυτός θα υπερβεί τα 6,5 δισεκατομμύρια τηλεθεατές. Επίσης στους Ολυμπιακούς αγώνες του Σύδνεϋ καταγράφηκε μια τεράστια αύξηση των επισκεπτών στο διαδίκτυο, καθώς η επίσημη ιστοσελίδα των ΟΑ είχε 11,3 εκατομμύρια επισκέψεις από τους χρήστες του διαδικτύου κατά την διάρκεια των Αγώνων. (Παπαθανασόπουλος 2003).

Ένα τέτοιο γεγονός έχει πολλαπλασιαστικές επιδράσεις σε μια σειρά κλάδων της Οικονομίας αλλά στην τόνωση του επιχειρηματικού κλίματος το οποίο αποτυπώνεται στην δημιουργία νέων επιχειρηματικών ευκαιριών ακόμη και σε παραδοσιακούς κλάδους. Οι επενδύσεις σε υποδομές αλλά και η ενίσχυση και ανάπτυξη του ανθρώπινου δυναμικού λειτουργούν ευεργετικά τα επόμενα χρόνια μετά τους αγώνες στην ανάπτυξη επιχειρηματικών δραστηριοτήτων όχι μόνο γύρω από τον αθλητισμό. (Grattton & Taylor 1985, Bairam, Howells & Turner 1990).

Σκοπός της συγκεκριμένης εργασίας είναι παρουσιαστεί η επίδραση ενός αθλητικού γεγονότος όπως οι Ολυμπιακοί Αγώνες στην οικονομική δραστηριότητα και ιδιαίτερα στην επιχειρηματικότητα σε τοπικό και εθνικό επίπεδο. Ιδιαίτερη έμφαση θα δοθεί στην επίδραση που θα έχουν οι Ολυμπιακοί Αγώνες του 2004 στην Ελληνική Οικονομία και στην ανάπτυξη και βελτίωση της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Για να μπορέσουμε να έχουμε μια σαφή εικόνα αυτής της επίδρασης θα αναλύσουμε μια σειρά δεδομένων που αφορούν τους Ολυμπιακούς Αγώνες και την επίδραση τους στο το Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν αλλά και στις υποδομές.

International Conference: "Organization and Management of Olympic Games"
Department of Sport Management
University of Peloponnese
25-27 June - Sparta

2. Μεθοδολογία

2.1 Επιχειρηματικότητα και Ολυμπιακοί Αγώνες

Στα πλαίσια της ανάλυσης μας θα αξιοποιήσουμε τα αποτελέσματα ερευνών και μελετών που έγιναν από αξιόπιστους φορείς σχετικά με την επίδραση των Ολυμπιακών Αγώνων στα μακροοικονομικά μεγέθη. Λόγω του ιδιαίτερου ενδιαφέροντος θα επικεντρωθούμε στην επίδραση των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004 στην Ελληνική Οικονομία και στην επιχειρηματική αγορά του αθλητισμού. Η άνοδος της επιχειρηματικότητας λόγω ενός αθλητικού γεγονότος όπως οι Ολυμπιακοί Αγώνες δεν είναι μόνο αποτέλεσμα μόνο της κατασκευής έργων και της αύξησης της δραστηριότητας ορισμένων κλάδων αλλά και αποτέλεσμα των ικανοτήτων ορισμένων επιχειρηματιών να αντιλαμβάνονται και να αξιοποιούν επιχειρηματικές ευκαιρίες (**Πετράκης & Μπουρλετίδης 2004**).

Η ανεύρεση και αξιοποίηση επιχειρηματικών ευκαιριών στα πλαίσια ενός μεγάλου κοινωνικού γεγονότος όπως οι Ολυμπιακοί Αγώνες ερμηνεύεται από μια σειρά θεωρίες όπως:

(α) Η agency theory (**Eisenhardt 1989, Fama 1983, Jensen 1994**) η οποία βοηθά να κατανοήσουμε πως επιχειρηματίες με στενότητα πόρων μπορούν να οργανώσουν τους πόρους που διαθέτουν στα πλαίσια της σύγκρουσης των συμφερόντων μεταξύ ιδιοκτητών και διαχείρισης.

(β) Η θεωρία των Informational Economics, (**Fiet 1996, Gifford 1992 and Hayek 1945**), η οποία συμβάλλει, στην κατανόηση του πως ορισμένοι επιχειρηματίες αξιοποιούν επιχειρηματικές ευκαιρίες, που οι άλλοι δεν εντοπίζουν, μέσω της αξιοποίησης των πληροφοριών.

(γ) Στα πλαίσια της Decision –Making Theory οι **Busenitz & Burney (1997)** διατυπώνουν την άποψη ότι οι επιχειρηματίες λαμβάνουν πλέον αρκετά συχνά αποφάσεις σχετικά με επενδύσεις, επιχειρηματικές επιλογές και κατανομή πόρων, όχι με βάση την εμπειρία και το ένστικτο αλλά με αντικειμενικά κριτήρια ανάλυσης ώστε να συλλέξουν πληροφορίες που μειώνουν τον κίνδυνο.

(δ) Σημαντική είναι η επίδραση του έργου του **M.Porter (1985)** (Industrial Organization Economics), στο να γίνει κατανοητό, γιατί ορισμένοι κλάδοι, είναι περισσότερο ελκυστικοί από άλλους, και προσφέρουν ευκαιρίες για επιχειρηματική δράση στα πλαίσια των ανταγωνιστικών οικονομικών δυνάμεων. Πώς αντιδρούν οι παίκτες-ανταγωνιστές στις κινήσεις των αντιπάλων είτε εντός της αγοράς είτε εντός του κλάδου όπου δραστηριοποιείται η συγκεκριμένη επιχείρηση.

International Conference: "Organization and Management of Olympic Games"
Department of Sport Management
University of Peloponnese
25-27 June - Sparta

(ε) Η resource based theory of the firm (**Burney 1987 and Wernerfeldt 1984**) βοηθά να γίνει κατανοητό πως μέσα από την σωστή διαχείριση πόρων που προέρχονται από διαφορετικές ετερογενείς πηγές μπορεί να διατηρηθεί ένα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

(στ) Στα πλαίσια της θεώρησης της Hypercompetition όλα τα συγκριτικά πλεονεκτήματα έχουν προσωρινή ισχύ λόγω της συνεχούς αύξησης της έντασης του ανταγωνισμού. Συνεπώς ο επιχειρηματίας δεν πρέπει απλά να προστατεύει το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα της επιχείρησης αλλά να καταστρέψει το πλεονέκτημα του ανταγωνιστή απαξιώνοντας το. (**D' Aveni 1994**).

2.2 Οι Ολυμπιακοί Αγώνες σε όρους προσφοράς και ζήτησης

Για τον προσδιορισμό του πεδίου επιχειρηματικής δράσης στο χώρο του αθλητισμού και ιδιαίτερα στο κομμάτι της οργάνωσης Ολυμπιακών Αγώνων θα πρέπει να προσδιορίσουμε τον χώρο όπου αγοράζονται και πωλούνται παραγωγικοί συντελεστές (δηλαδή τα «μέσα» για να δημιουργηθούν αθλητικά προϊόντα και υπηρεσίες), ενώ επίσης αγοράζονται και πωλούνται τα προϊόντα και οι υπηρεσίες που δημιουργούνται από τις επιχειρηματικές προσπάθειες. Με άλλα λόγια θα πρέπει να προσδιορίσουμε την έννοια της *αθλητικής αγοράς*. (**Houlihan & DeBrock 1991**).

Η ανάλυση της αθλητικής αγοράς θα πρέπει να γίνει υπό το πρίσμα της ζήτησης και της προσφοράς αγαθών και υπηρεσιών. Έτσι από την μία πλευρά η αθλητική εκδήλωση των Ολυμπιακών Αγώνων εμφανίζεται ως η παρακολούθηση ή η συμμετοχή ενός αθλητικού θεάματος ή αγωνίσματος, ομαδικού ή ατομικού με συγκεκριμένο χρηματικό κόστος για αυτόν που συμμετέχει ή παρακολουθεί. Από την άλλη πλευρά η αθλητική δραστηριότητα εμφανίζεται ως η συμμετοχή ανθρώπων στην υλοποίηση των αθλητικών δραστηριοτήτων με σκοπό το κέρδος. Η πρώτη διάσταση αφορά την ζήτηση του αθλητικού προϊόντος, ενώ η δεύτερη αφορά την προσφορά αθλητικού προϊόντος.

Σύμφωνα με αρκετούς ερευνητές η χρησιμότητα από την κατανάλωση της αθλητικής δραστηριότητας ως προϊόντος ή υπηρεσίας έχει να κάνει με τα ψυχολογικά και τα φυσιολογικά οφέλη στους συμμετέχοντες. Τα ψυχολογικά οφέλη απορρέουν από την αίσθηση ευημερίας που αποφέρει η καλή φυσική κατάσταση και υγεία, την διανοητική διέγερση, την ικανοποίηση που

International Conference: "Organization and Management of Olympic Games"
Department of Sport Management
University of Peloponnese
25-27 June - Sparta

αποφέρει η άμεση αναψυχή και την επιτυχία της αναγνώρισης στο φιλικό περιβάλλον. Τα φυσιολογικά οφέλη απορρέουν από την σχέση υγείας και ενεργούς συμμετοχής.

Οι Ολυμπιακοί Αγώνες εκτός από την αθλητική και πολιτιστική τους διάσταση αποτελούν αναμφισβήτητα ένα σημαντικό οικονομικό γεγονός. Μάλιστα θα μπορούσαμε να πούμε ότι αποτελούν αντικείμενο προσφοράς και ζήτησης όπως συμβαίνει σε όλα τα αγαθά με οικονομικό ενδιαφέρον. Η ζήτηση για ένα αθλητικό γεγονός όπως οι Ολυμπιακοί Αγώνες ερμηνεύεται μικροοικονομικά από μια σειρά παραγόντων οι οποίοι είναι οι εξής;

1) Παρακολούθηση Αθλητικών-Πολιτιστικών Δραστηριοτήτων

Τα νοικοκυριά (οικονομικές μονάδες) επιθυμούν να παρακολουθούν αθλητικές και πολιτιστικές δραστηριότητες για να αποκομίσουν ψυχολογικά οφέλη που απορρέουν από αυτές τις δραστηριότητες.

2) Συμμετοχή σε Αθλητικές – Πολιτιστικές Δραστηριότητες

Οι οικονομικές μονάδες ως καταναλωτές ζητούν να συμμετέχουν σε αθλητικές δραστηριότητες. Στην περίπτωση των αθλητικών δραστηριοτήτων συμμετέχουν για να βοηθήσουν την υγεία τους, να βελτιώσουν την παραγωγικότητα της εργασίας τους και για να αποκομίσουν ψυχολογικά οφέλη. Στην περίπτωση των πολιτιστικών δραστηριοτήτων η συμμετοχή προσφέρει στον καταναλωτή ψυχαγωγία, τόνωση της κουλτούρας καλλιέργεια πολιτιστικών αξιών και ψυχολογικά οφέλη.

3) Ζήτηση Αθλητικών και πολιτιστικών προϊόντων και υπηρεσιών ως ενδιάμεσα προϊόντα

Αρκετά αθλητικά και πολιτιστικά προϊόντα και υπηρεσίες αποτελούν πρώτες ύλες, ενδιάμεσα προϊόντα για την παραγωγή αθλητικών και πολιτιστικών δραστηριοτήτων. Έτσι ουσιαστικά παράγονται αθλητικά και πολιτιστικά προϊόντα έξω από τον παραδοσιακό χώρο παραγωγής τους.

4) Ζήτηση αθλητικών και πολιτιστικών προϊόντων για καθημερινές δραστηριότητες

Οι καταναλωτές χρησιμοποιούν πολλές φορές αγαθά και υπηρεσίες των δύο τομέων όχι για παρακολουθήσουν ή να συμμετάσχουν σε κάποια πολιτιστική ή αθλητική δραστηριότητα αλλά για να εκτελέσουν άλλες ενέργειες ή δραστηριότητες της καθημερινότητας τους.

International Conference: "Organization and Management of Olympic Games"
Department of Sport Management
University of Peloponnese
25-27 June - Sparta

Ας δούμε ορισμένα στοιχεία που αποδεικνύουν του λόγου το αληθές. Οι Ολυμπιακοί Αγώνες της Αθήνας αποτελούν το πιο ακριβό αθλητικό πρόγραμμα της διεθνούς τηλεόρασης, αφού θα διαγωνιστούν 10.500 χιλιάδες αθλητές σε 29 αγωνίσματα, για να κερδίσουν 900 μετάλλια μέσα σε 17 ημέρες και θα καλυφθούν από τουλάχιστον 12.000 διαπιστευμένους δημοσιογράφους από όλο τον κόσμο και από 3.500 παραγωγούς και τεχνικούς του Αθηναϊκού Τηλεοπτικού και Ραδιοφωνικού Οργανισμού, του φορέα που έχει αναλάβει την κάλυψη των Αγώνων. Ο «Αθηναϊκός Ολυμπιακός Τηλεοπτικός και Ραδιοφωνικός Οργανισμός» ή ΑΟΒΟ είναι ο φορέας που έχει αναλάβει στην Ελλάδα το έργο της παραγωγής του τηλεοπτικού σήματος των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004. Στην ΑΟΒΟ συμμετέχει η ΕΡΤ, η οποία μαζί με την International Sports Broadcasting έχει αναλάβει την παραγωγή του τηλεοπτικού σήματος του 2004 για όλο τον κόσμο. (Παπαθανασόπουλος 2003).

Στους Ολυμπιακούς Αγώνες του Σίδνεϊ το 2000, παρά την σημαντική διαφορά της ώρας, η τηλεθέαση και η τηλεοπτική κάλυψη τους στην Ευρώπη τουλάχιστον ήταν υψηλές. Ενδεικτικά, το BBC πρόσφερε 116 προγράμματα, 330 ώρες μετάδοσης. Στην Γερμανία, τα δημοσιογραφικά κανάλια προσέφεραν 20 ώρες μετάδοσης την ημέρα. Στην Γαλλία οι δημόσιοι τηλεοπτικοί φορείς προσέφεραν 17 ώρες τηλεοπτικής μετάδοσης από τους Αγώνες την ημέρα. Είναι σαφές λοιπόν ότι το ενδιαφέρον των μεγάλων ευρωπαϊκών και αμερικανικών τηλεοπτικών φορέων για τους ΟΑ της Αθήνας του 2004 θα είναι μεγαλύτερο, αφού η διαφορά της ώρας είναι σαφώς μικρότερη έως ελάχιστη. Η εταιρεία General Electric, στην οποία ανήκουν το NBC και τα MSNBC, CNBC και Telemundo, έχει καταβάλει 793 εκατομμύρια δολάρια για την εξασφάλιση των τηλεοπτικών δικαιωμάτων των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004, έναντι των 705 εκατομμυρίων δολαρίων για τους Αγώνες του Σίδνεϊ το 2000, και θα πληρώσει 894 εκατομμύρια δολάρια για τους αγώνες του Πεκίνου το 2008.

Ως επικοινωνιακό γεγονός οι ΟΑ διαθέτουν μερικά σημαντικά στοιχεία:

- Προ-διαφημίζονται και προσχεδιάζονται για να μεταδοθούν σε απευθείας σύνδεση
- Έχουν ένα κοινό στοιχείο, που ενώνει συμβολικά τους ανθρώπους, και επίσης τα στοιχεία του συναγωνισμού και των τελετών.
- Το κοινό τους βλέπει ως ξεχωριστές τηλεοπτικές περιπτώσεις.

International Conference: "Organization and Management of Olympic Games"
Department of Sport Management
University of Peloponnese
25-27 June - Sparta

Μια αθλητική εκδήλωση όπως οι Ολυμπιακοί Αγώνες πέρα από την ψυχική και σωματική ευχαρίστηση που προσφέρουν μπορούν να αναλυθούν κάτω από το πρίσμα της οικονομικής ανάλυσης και να συσχετισθούν με την δυνατότητα ανεύρεσης, αξιολόγησης και αξιοποίησης επιχειρηματικών ευκαιριών. Η οικονομική ανάλυση των αθλητικών δραστηριοτήτων περιλαμβάνει το πώς περιορισμένοι παραγωγικοί πόροι, (κυρίως κεφάλαιο και εργασία), συνδυάζονται αποτελεσματικά για την παραγωγή αθλητικών αγαθών και υπηρεσιών, τα οποία μεγιστοποιούν την ικανοποίηση που απολαμβάνουν οι άνθρωποι καταναλώνοντας αυτά τα αγαθά και τις υπηρεσίες.

Έτσι θα μπορούσαμε να πούμε ότι η επιχειρηματικότητα που σχετίζεται με μια αθλητική εκδήλωση όπως οι Ολυμπιακοί Αγώνες συνδέεται με την δημιουργία και διάθεση αθλητικών προϊόντων και υπηρεσιών χωρίς να υπάρχει βεβαιότητα για το τελικό αποτέλεσμα της επιχειρηματικής προσπάθειας. Επιτυγχάνεται με την κινητοποίηση όλων των απαραίτητων διαθέσιμων πόρων.

Αποτελεί προσεκτική ανάλυση (πώς, από ποιον και με τι επιπτώσεις) της διαδικασίας ανακάλυψης ευκαιριών που συνδέονται με τους αγώνες, της αξιολόγησης και αξιοποίησης τους.

2.3 Προσδιορισμός του περιεχομένου επιχειρηματικότητας που συνδέεται με τους Ολυμπιακούς Αγώνες

Η αύξηση του ρόλου των δραστηριοτήτων αθλητικής επιχειρηματικότητας και γενικότερα αθλητικών δραστηριοτήτων με εμπορικό περιεχόμενο έχει γίνει ιδιαίτερα αισθητή στην Ελληνική Οικονομία και Κοινωνία. Οι επιδράσεις των δραστηριοτήτων αυτών διαχέονται σε μεγάλο αριθμό επιμέρους τομέων της παραγωγής και των υπηρεσιών που στο σύνολο τους συμβάλλουν στην απασχόληση και στο Ακαθάριστο Εγχώριο προϊόν της χώρας μας.

Οι μορφές επιχειρηματικότητας στον χώρο του αθλητισμού, οι επιχειρήσεις και οι ευκαιρίες αυτοαπασχόλησης που προκύπτουν για τους δυνητικούς επιχειρηματίες και στις οποίες εμπλέκεται ένα γεγονός όπως οι Ολυμπιακοί αγώνες είναι:

(α) η ανακάλυψη και εκμετάλλευση ευκαιριών που αφορούν την παραγωγή και διακίνηση αθλητικών προϊόντων.

(β) η επιχειρηματικότητα που αφορά την παροχή αθλητικών υπηρεσιών και την οργάνωση αθλητικών δραστηριοτήτων

Ας εξετάσουμε αναλυτικά τις δύο κατηγορίες επιχειρώντας μια εισαγωγική προσέγγιση στις μορφές επιχειρηματικών ευκαιριών που προτείνουν.

International Conference: "Organization and Management of Olympic Games"
Department of Sport Management
University of Peloponnese
25-27 June - Sparta

(α) Αθλητικά Προϊόντα

Στην κατηγορία αυτή αναλύονται ευκαιρίες για επιχειρηματική δράση που στηρίζονται σε προϊόντα που υποβοηθούν στην καλή εκτέλεση αθλητικών δραστηριοτήτων.

1. Αθλητικά Ενδύματα –Υποδήματα

Περιλαμβάνει επιχειρήσεις με ισχυρό brand name, οι οποίες λανσάρουν και προωθούν οι ίδιες τα προϊόντα τους, (για παράδειγμα Adidas, NIKE, Puma κ.α.). Η μεγάλη πλειοψηφία όμως είναι μικρές επιχειρήσεις λιανικού εμπορίου, οι οποίες διαθέτουν μεγάλη γκάμα προϊόντων όπως φόρμες, αθλητικά t-shirt, ενδύματα για αερόμπικ και γυμναστική, ενδύματα για extreme sports, αθλητικά παπούτσια κ.α. Συνεργάζονται με τις μεγάλες αθλητικές εταιρίες και πωλούν τα επώνυμα προϊόντα τους. Σύμφωνα με την απογραφή της ΕΣΥΕ το 1988, είναι 2.780 επιχειρήσεις, το 1,5 % επί του συνόλου των επιχειρήσεων λιανικής και απασχολούν 4.786 άτομα. Το 60% αυτών των επιχειρήσεων είναι συγκεντρωμένες στις περιφέρειες του Νομού Αττικής και Μακεδονίας.

Πίνακας 1: Καταστήματα αθλητικού λιανικού εμπορίου και μέση απασχόληση

	Αριθμός Καταστημάτων		Αριθμός Απασχολούμενων		Μέση Απασχόληση / ημέρα
Καταστήματα πώλησεως αθλητικών ειδών, ειδών κυνηγιού και αλιείας	2.780	1,5%	4.786	1,4%	1,7
Σύνολο Επιχειρήσεων Λιανικού Εμπορίου	184.815	100%	338.122	100%	1,8

ΠΗΓΗ: ΕΣΥΕ

Αναμένεται ότι την χρονιά τέλεσης των αγώνων λόγω του κλίματος που θα επικρατεί θα αυξηθεί ιδιαίτερα η ζήτηση αθλητικών ειδών ένδυσης και υπόδησης.

2. Αθλητικός Εξοπλισμός και συμπληρώματα διατροφής

Στην κατηγορία αυτή περιλαμβάνονται επιχειρήσεις που ασχολούνται με την παραγωγή, εισαγωγή και εμπορία μηχανημάτων γυμναστικής και οργάνων που βοηθούν την άθληση, συμπληρωματικά όργανα και αξεσουάρ αυτού που αποκαλείται fitness (λιπομετρητές, χαμάμ, σολάριουμ), συσκευές

International Conference: "Organization and Management of Olympic Games"
Department of Sport Management
University of Peloponnese
25-27 June - Sparta

αισθητικής και παθητικής γυμναστικής ακόμη και σκάφη αναψυχής, φουσκωτά και κανόε καγιάκ που χρησιμοποιούνται σε αθλήματα.

3. Εκδόσεις –Βιβλία- Αθλητική Ενημέρωση και Αθλητικό Τηλεοπτικό Θέαμα

Η επιχειρηματικότητα σε αυτούς τους χώρους αφορά ουσιαστικά δύο τομείς:

(1ον) Την έκδοση και προώθηση βιβλίων που αφορούν τον αθλητισμό ως επιστήμη (εγχειρίδια προπονητικής, διοίκησης αθλητικών οργανισμών, ανάλυσης αθλημάτων κλπ), έκδοση αθλητικών εφημερίδων και περιοδικών, ηλεκτρονικές εκδόσεις, λευκώματα – αφιερώματα κλπ.

(2^{ον}) Ο άλλος τομέας είναι τα Αθλητικά κανάλια, η επιχειρηματική αξιοποίηση των τηλεοπτικών δικαιωμάτων μεγάλων αθλητικών γεγονότων όπως π.χ, οι Ολυμπιακοί Αγώνες και το Μουντιάλ Ποδοσφαίρου, η ψηφιακή συνδρομητική τηλεόραση, οι αθλητικές ιστοσελίδες και οι διαδικτυακές πύλες που παρέχουν αθλητική ενημέρωση και περιεχόμενο στους ενδιαφερόμενους. Η αυξανόμενη εμπορευματοποίηση των αθλημάτων αύξησε την ζήτηση για αθλητικά κανάλια, επιχειρηματικές προσπάθειες που να στηρίζονται στην αγοροπωλησία δικαιωμάτων προβολής διοργανώσεων αλλά και των δραστηριοτήτων ομάδων και συλλόγων σε παγκόσμιο επίπεδο.

Πίνακας 2 : Η Εξέλιξη των τηλεοπτικών δικαιωμάτων των Ολυμπιακών Αγώνων στην περίοδο 2000-2008

Περιοχή	2000 σε εκατομ. Δολάρια	2004 σε εκατομ. Δολάρια	2004 σε εκατομ Δολάρια	Σύνολο Θερινών Ο.Α σε εκατ. Δολ
ΗΠΑ (NBC)	715	793	894	2.402
ΚΑΝΑΔΑΣ (CBC)	28	37	45	110
Κ.Ν.ΑΜΕΡΙΚΗ (ΟΤΙ)	11	17	27	55
ΕΥΡΩΠΗ (EBU)	350	394	443	1187
ΑΣΙΑ (ABU)	12	14,5	17,5	44
Αυστραλία (Ch.7)	45	50,5	63,8	159.3
Νέα Ζηλανδία (TVNZ)	10	10	12	32
Ιαπωνία (NHK)	135	155	180	470
Αραβικά Κράτη(ASBU)	4,5	5,5	8,5	18,5
Αφρική (URTNA)	12	-	-	12
Φιλιππίνες (PTNI)	1,6	1,8	2	5,4

International Conference: "Organization and Management of Olympic Games"
Department of Sport Management
University of Peloponnese
25-27 June - Sparta

Σύνολο	1324,1	1478,3	1692,8	4.495.2

Πηγή: International Olympic Committee/ Television Business International, Σεπτέμβριος 1998

(β) Αθλητικές Υπηρεσίες -Δραστηριότητες

Η επιχειρηματικότητα που συνδέεται με την παροχή αθλητικών υπηρεσιών και δραστηριοτήτων περιλαμβάνει ένα σημαντικό εύρος δραστηριοτήτων που σε πολλές περιπτώσεις προσφέρονται σε συνδυασμό και με προϊόντα και υπηρεσίες μη αθλητικού τύπου.

1. Αθλητικά Κέντρα –Γυμναστήρια

Στον τομέα αυτό περιλαμβάνονται χώροι ειδικά εξοπλισμένοι, στους οποίους οι καταναλωτές – αθλούμενοι κάτω από την καθοδήγηση ειδικευμένων γυμναστών έχουν την δυνατότητα να εκτελέσουν αθλητικές δραστηριότητες είτε ατομικά είτε ομαδικά. Επίσης συμπεριλαμβάνονται και χώροι οι οποίοι είναι ειδικά διαμορφωμένοι ώστε να μπορούν να πραγματοποιούνται οι δραστηριότητες συγκεκριμένων αθλημάτων και υπενοικιάζονται για ορισμένο χρόνο στους ενδιαφερόμενους. (Για παράδειγμα γήπεδα 5X5, γήπεδα τένις κλπ).

Με βάση στοιχεία της ΕΣΥΕ το σύνολο των ιδιωτικών γυμναστηρίων και κέντρων είναι περίπου 2.000. Δεν θα πρέπει να ξεχνάμε ότι υπάρχουν και τα δημόσια γυμναστήρια τα οποία είναι περίπου 500 και διακρίνονται σε Ολυμπιακά, Εθνικά, Δημοτικά, Κοινοτικά ή Σωματειακά, ανάλογα με την ιδρυτική πράξη και διοικούνται από επιτροπές διοίκησης που διορίζονται είτε από την ΓΓΑ (Γενική Γραμματεία Αθλητισμού) είτε από τις Νομαρχίες, Δήμους και Κοινότητες.

2. Συμβουλευτική σε θέματα οργάνωσης αθλητικών εκδηλώσεων

Πρόκειται για επιχειρήσεις που ασχολούνται με την παροχή ολοκληρωμένων συμβουλευτικών υπηρεσιών για την οργάνωση επιτυχημένων αθλητικών δραστηριοτήτων (sport management), αλλά και την προώθηση αθλητικών προϊόντων και υπηρεσιών δημόσιων και ιδιωτικών οργανισμών (sport marketing). Οι επιχειρήσεις αυτές προτείνουν τον αποτελεσματικό σχεδιασμό για το στήσιμο μιας αθλητικής εκδήλωσης, από τον τόπο που θα διοργανωθεί μέχρι και το πώς θα πρέπει να προβληθεί στα μέσα μαζικής ενημέρωσης.

3. Μάνατζερ Αθλητών

Η συγκεκριμένη μορφή επιχειρηματικότητας ανήκει περισσότερο στον χώρο της αυτοαπασχόλησης. Με άλλα λόγια ο δυνητικός επιχειρηματίας που επιθυμεί να ασχοληθεί με την

International Conference: "Organization and Management of Olympic Games"
Department of Sport Management
University of Peloponnese
25-27 June - Sparta

παροχή αυτών των υπηρεσιών μπορεί να ασχοληθεί ως ελεύθερος επαγγελματίας. Συνεπώς δεν χρειάζεται η ίδρυση κάποιας επιχείρησης από τον μάνατζερ ο οποίος διαπραγματεύεται συμβόλαια για τον αθλητή που εκπροσωπεί, συμμετοχή του διαφημίσεις κλπ., και εισπράττει ένα ποσοστό ως προμήθεια επί του συμβολαίου.

4. Επιχειρήσεις που προωθούν τις δραστηριότητες μη κερδοσκοπικών σωματείων και αθλητικών εκδηλώσεων

Στην περίπτωση αυτή μιλάμε για επιχειρήσεις που αναλαμβάνουν την προώθηση του σήματος, αναμνηστικών προϊόντων κλπ., μιας ομάδας ή ενός μη κερδοσκοπικού σωματείου.

5. Πρακτορεία

Τα πρακτορεία δίνουν την δυνατότητα στους ενδιαφερόμενους να συμμετάσχουν στα παιχνίδια του ΟΠΑΠ (Οργανισμός Προγνωστικών Αγώνων Ποδοσφαίρου), καθώς και την αγορά λαχείων.

6. Αθλητική Εκπαίδευση

Τα τελευταία χρόνια αναπτύσσονται ιδιαίτερα ιδιωτικές σχολές που προσφέρουν προγράμματα εκπαίδευσης σε επιμέρους τομείς του αθλητισμού. Ιδιαίτερα διαδεδομένες είναι οι σχολές αθλητικής δημοσιογραφίας ενώ αναπτύσσονται και προγράμματα σπουδών που καλύπτουν τον χώρο της προπονητικής και του αθλητικού μάνατζμεντ.

7. Αθλητικός Τουρισμός

Αυτό το είδος τουριστικής δραστηριότητας απευθύνεται σε ανθρώπους που επιθυμούν να συνδυάζουν την άσκηση/άθληση με την επίσκεψη ή την διαμονή τους σε ένα επιλεγμένο προορισμό. Ιδιαίτερα την περίοδο των Ολυμπιακών Αγώνων αναμένεται να έχει ιδιαίτερη άνθηση.

2.4 Επιλογή Μεταβλητών

Η ενίσχυση της επιχειρηματικότητας μέσα από ένα αθλητικό γεγονός όπως οι Ολυμπιακοί Αγώνες αντανακλάται σε μια σειρά μεταβλητών που αποτυπώνουν την εικόνα της Οικονομίας. Οι πλέον σημαντικές μεταβλητές που θα πρέπει να εξεταστούν είναι:

- ❖ Το Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν,
- ❖ Απασχόληση,
- ❖ Επίδραση στους επιμέρους κλάδους,

International Conference: "Organization and Management of Olympic Games"
Department of Sport Management
University of Peloponnese
25-27 June - Sparta

❖ Ενίσχυση Υποδομών.

Η πλέον σημαντική μεταβλητή η οποία αποτελεί και σημείο αναφοράς για την ανάλυση μας είναι το Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν.

Τα τελευταία χρόνια έχουν γίνει μελέτες για την μέτρηση των αθλητικών οικονομικών δραστηριοτήτων στο ΑΕΠ μιας χώρας, δηλαδή το τμήμα του ΑΕΠ που αφορά αθλητικά προϊόντα και αθλητικές υπηρεσίες. Τα θέματα που διαπραγματεύονται τέτοιες αναλύσεις και που είναι αρκετά χρήσιμες για τον προσδιορισμό του πεδίου της αθλητικής επιχειρηματικότητας είναι τα εξής:

1. Η συνολική οικονομική αξία των αθλητικών προϊόντων και υπηρεσιών –δραστηριοτήτων που παράγονται κάθε χρόνο σε μία χώρα και από διαφορετικές επιχειρήσεις και οργανισμούς: ιδιωτικούς, δημόσιους και εθελοντικούς.

2. Το σύνολο των ωρών εργασίας (αμειβόμενες και εθελοντικές) που απαιτούνται για την παραγωγή αυτών των προϊόντων και υπηρεσιών.

3. Η συνολική καταναλωτική δαπάνη των νοικοκυριών και των επιχειρήσεων για δραστηριότητες αθλητικής επιχειρηματικότητας (προϊόντα και υπηρεσίες που σχετίζονται με αθλητικές δραστηριότητες και αποτελούν αντικείμενο επιχειρηματικής εκμετάλλευσης).

4. Οι επενδύσεις σε πάγιο-κεφαλαιουχικό εξοπλισμό, αλλά και οι επενδύσεις σε ανθρώπινο κεφάλαιο.

5. Το συνολικό ύψος των δημοσίων εσόδων που αφορούν από τις διάφορες αθλητικές δραστηριότητες, συμπεριλαμβανομένων και των εσόδων από τυχερά παιχνίδια (ΠΡΟΠΟ, ΛΟΤΤΟ κλπ).

6. Το ύψος των δημοσίων δαπανών που αφορούν τον τομέα του αθλητισμού, (επιχορηγήσεις σωματείων, αθλητικές εγκαταστάσεις).

International Conference: "Organization and Management of Olympic Games"
Department of Sport Management
University of Peloponnese
25-27 June - Sparta

7. Οι οικονομικές επιπτώσεις του αθλητισμού και της αθλητικής επιχειρηματικής δραστηριότητας, στα μεγέθη και τους υπόλοιπους τομείς της οικονομίας.

Η τάση διεύρυνσης του ρόλου του συγκεκριμένου τομέα άμεσα συνδεδεμένου με εκδηλώσεις όπως οι Ολυμπιακοί Αγώνες εκφράζεται από την αύξηση του μεριδίου του στο ΑΕΠ (1,7% το 2000), τις θέσεις εργασίας που δημιουργεί (1,1% του συνόλου των απασχολούμενων). Σημαντική είναι επίσης η έμμεση συμβολή του τομέα σε κλάδους παραγωγής και υπηρεσιών όπως ένδυση, υπόδηση τουρισμός κ.α.

Οι εξελίξεις του τομέα που παρατηρούνται στην Ελλάδα βρίσκονται σε απόλυτη σχέση με τις εξελίξεις στην Ευρωπαϊκή Ένωση, η οποία σε αντίθεση με τις ενδείξεις του παρελθόντος δείχνει να συγκλίνει με τα αντίστοιχα μεγέθη των ΗΠΑ. Η σύγκριση των εσόδων της Ευρωπαϊκής Ένωσης με εκείνα των ΗΠΑ, (1 δις δολάρια στην Ευρώπη έναντι 1,3 δις δολάρια στις ΗΠΑ) επιβεβαιώνουν ότι από το 1997 οι διαφορές είναι μικρές. Ανάλογη σύγκλιση παρουσιάζουν και τα μεγέθη των ιδιωτικών επενδύσεων σε αθλητικές εγκαταστάσεις όπου για την δεκαετία του 90 στην Ευρώπη ανέρχονται σε 20 δις δολάρια έναντι 23 δις δολάρια στις ΗΠΑ.

Η έννοια του όρου «Αθλητισμός», ως κλάδου οικονομικής δραστηριότητας δεν περιορίζεται μόνο στις άμεσες δραστηριότητες παραγωγής αθλητικού θεάματος και υπηρεσιών. Η ανάλυση των δραστηριοτήτων του κλάδου επεκτείνεται και στην ανάλυση της αγοράς προϊόντων και υπηρεσιών τα οποία συνδέονται άμεσα με την παθητική παρακολούθηση αλλά και την ενεργή εξάσκηση αθλητικών δραστηριοτήτων.

Η συνολική συμμετοχή του Αθλητισμού στο ΑΕΠ της Ελλάδας ανήλθε το 2000 στα 2003,8 εκατ. Ευρώ που αντιστοιχεί στο 1,7% του συνόλου, χωρίς να συμπεριλαμβάνονται οι δραστηριότητες υγείας και οι δαπάνες για την νοσηλεία περίθαλψη των αθλητικών τραυματισμών. Η καταναλωτική δαπάνη του κλάδου ανήλθε στα 2.229,7 εκατομμύρια ευρώ αποτελώντας το 2,5 % της συνολικής καταναλωτικής δαπάνης. Όμως εάν στην καταναλωτική δαπάνη δεν περιληφθούν τα στοιχήματα, αυτή περιορίζεται στα 670,6 εκατ. Ευρώ που αντιστοιχεί μόλις στο 0,7% του συνόλου. Το γεγονός αυτό έχει διττή σημασία: από την μία πλευρά τονίζει τον ρόλο των στοιχημάτων στην χρηματοδότηση των αθλητικών δραστηριοτήτων, ενώ από κοινωνικοοικονομικής άποψης φανερώνει ότι το μέσο ελληνικό νοικοκυριό εναποθέτει σημαντικές ελπίδες για την διαμόρφωση των μελλοντικών εσόδων του από το στοιχήμα (**Κολύμπαλης 2002**).

International Conference: "Organization and Management of Olympic Games"
Department of Sport Management
University of Peloponnese
25-27 June - Sparta

Πίνακας 3: Οικονομικά δεδομένα του κλάδου «Αθλητισμός» σε εκατομμύρια Ευρώ

ΜΕΓΕΘΗ		% Επί του συνόλου
Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν (εκατ. Ευρώ)	20003,8	1,7
Καταναλωτική Δαπάνη - Στοιχήματα	2.229,7 670,6	2,5 0,7
Εισαγωγές Αθλητικών Προϊόντων (εκατ. Ευρώ)	110,9	0,3
Εξαγωγές Αθλητικών Προϊόντων (εκατ. Ευρώ)	13,8	0,1
Δημόσιες Επενδύσεις για τον Αθλητισμό (εκατ. Ευρώ)	75,8	1,1
Απασχόληση (άτομα)	43.297	1,1
Αθλητικά Ενεργός Πληθυσμός (άτομα)	2.742.347	25,0

ΠΗΓΗ: Μπάμπης Κολύμπαλης, Ενημερωτικό Δελτίο, Ελληνική Εταιρία Διοίκησης Αθλητισμού

Το εμπορικό ισοζύγιο αθλητικών προϊόντων εμφανίζεται ιδιαίτερα ελλειμματικό, η αξία των εισαγωγών διαμορφώθηκε το 2000 στα 110,9 εκατομμύρια Ευρώ και των εξαγωγών στα 13,8 εκατομμύρια Ευρώ. Η συμμετοχή των εισαγωγών και των εξαγωγών ως προς το σύνολο της χώρας αντιστοιχεί στο 0,3% και στο 0,1% αντίστοιχα. Είναι σημαντικό να τονιστεί ότι η διεύρυνση του ελλείμματος του εμπορικού ισοζυγίου οφείλεται σε ένα βαθμό, στο ότι ένας μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων έχει μεταφέρει την παραγωγική του δραστηριότητα εκτός των συνόρων προς τις χώρες της βαλκανικής. Η Βουλγαρία αποτελεί μία από τις βασικές χώρες –εξαγωγείς αθλητικών ενδυμάτων προς την Ελλάδα. Όσον αφορά τις εξαγωγές, σημαντικό τμήμα τους ιδιαίτερα αυτό που αφορά υπεργολαβίες κατευθύνεται προς την Γερμανία. Οι δημόσιες επενδύσεις για τον αθλητισμό ανήλθαν στα 75,8 εκατομμύρια Ευρώ με συμμετοχή 1,1% επί του συνόλου.

Αναλύοντας το κομμάτι της απασχόλησης θα πρέπει να επισημάνουμε ότι ο αθλητισμός συγκαταλέγεται ως η μεγαλύτερη οργανωμένη κίνηση πολιτών στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Αριθμεί γύρω στα 700.000 σωματεία, ενώσεις και ομοσπονδίες καθώς και πάνω από 100.000.000 εγγεγραμμένα μέλη. Αριθμός που αυξάνεται σημαντικά εάν συνυπολογίσουμε και τους μη οργανωμένους που ασχολούνται με τον αθλητισμό. Την τελευταία δεκαετία οι θέσεις εργασίας στον αθλητικό τομέα της ΕΕ, αυξήθηκαν κατά 60% φθάνοντας τα 2 εκατομμύρια χωρίς να συνυπολογίζεται η εθελοντική εργασία που προσφέρεται σε αθλητικούς φορείς. Για να έχουμε και μια εικόνα της εθελοντικής απασχόλησης θα αναφέρουμε ότι στην Φινλανδία κυμαίνεται στο 6% του Πληθυσμού, στη Σουηδία στο 5,3%, στην Δανία στο 5,1% και στην Γερμανία στο 4,3%. Στην

International Conference: "Organization and Management of Olympic Games"
Department of Sport Management
University of Peloponnese
25-27 June - Sparta

πατρίδα μας εκτιμάται ότι ο αθλητισμός δημιούργησε 43.297 θέσεις απασχόλησης που αντιστοιχεί στο 1,1% του συνόλου των απασχολούμενων της χώρας

Στο κομμάτι της υποδομής για να έχουμε μια εικόνα της επίδρασης ενός μεγάλου αθλητικού γεγονότος όπως οι Ολυμπιακοί Αγώνες στην Αθλητική Οικονομία θα κάνουμε μια αναφορά στις υποδομές που δημιουργούνται από την Οργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004. (Λογοθέτης 2003, Αθήνα 2004,) Σύμφωνα λοιπόν με τα υπάρχοντα στοιχεία ο συνολικός προϋπολογισμός των αγώνων αγγίζει τα 5,3 δις ευρώ. Η κατανομή των δαπανών ανά κατηγορία έχει ως εξής: 1,7 δις ευρώ για αθλητικά ολυμπιακά έργα (περιλαμβάνονται 20 νέες αθλητικές εγκαταστάσεις και πέντε ανακαινίσεις υφιστάμενων), 660 εκατομμύρια Ευρώ για συγκοινωνιακά έργα, 110 εκατομμύρια Ευρώ για τον εκσυγχρονισμό υγειονομικών μονάδων, 250 εκατομμύρια Ευρώ για το πρόγραμμα ασφάλειας, 60 εκατομμύρια για τον εκσυγχρονισμό του στόλου των λεωφορείων και του ΗΣΑΠ, 180 εκατομμύρια Ευρώ για τον εκσυγχρονισμό των υποδομών του λιμενικού και της πυροσβεστικής, ενώ για το πρόγραμμα «Ελλάδα 2004», το οποίο περιλαμβάνει έργα υποδομών σε όλη την Ελλάδα ανεξάρτητα από τους Ολυμπιακούς Αγώνες εκτιμάται ότι η δαπάνη θα ανέλθει σε 1,27 εκατ Ευρώ.

Στον τομέα των μεταφορών στην Αθήνα αλλά και στην ευρύτερη περιοχή έχουν δημιουργηθεί ή βρίσκονται στο στάδιο ολοκλήρωσης:

- 120 χιλιόμετρα νέου μοντέρνου οδικού δικτύου,
- 90 χιλιόμετρα αναβαθμισμένου οδικού δικτύου,
- 40 διασταυρώσεις και ισόπεδες διαβάσεις,
- Επέκταση του Μετρό κατά 7,7 χιλιόμετρα,
- 23,7 χιλιόμετρα τραμ,
- 32 χιλιόμετρα προαστιακού σιδηρόδρομου (μέχρι το αεροδρόμιο),
- Χώροι στάθμευσης σε κεντρικά σημεία,
- Εκμοντερνισμός όλων των σταθμών του ΗΣΑΠ και ΟΣΕ στον νομό Αττικής.

Στον τομέα των κατασκευών η επίδραση των Ολυμπιακών Αγώνων είναι ιδιαίτερα εμφανής. Η δημιουργία ή η ανακατασκευή 35 χώρων στους οποίους θα γίνουν τα αγωνίσματα αλλά και η δημιουργία άλλων 14 χώρων μη αθλητικών για την υλοποίηση των οργανωτικών και

International Conference: "Organization and Management of Olympic Games"
Department of Sport Management
University of Peloponnese
25-27 June - Sparta

επιχειρησιακών δραστηριοτήτων αναδεικνύουν το μέγεθος του έργου. Στον πίνακα 3 έχουμε μια εικόνα για τα περισσότερα έργα και το κόστος κατασκευής τους.

Πίνακας 4. Κόστος Κατασκευής των Ολυμπιακών Έργων (σε εκατ. ευρώ)

A/A	Ολυμπιακά Αθλητικά Έργα	Προϋπολογισμοί
1.	Ολυμπιακό Κέντρο Αντισφαίρισης - ΟΑΚΑ	38
2.	Ολυμπιακό Κέντρο Υγρού Στίβου - ΟΑΚΑ	26,9
3.	Ολυμπιακό Κλειστό Γυμναστήριο - ΟΑΚΑ	9,1
4.	Ολυμπιακό Στάδιο - ΟΑΚΑ	22,4
5.	Εγκαταστάσεις Ολυμπιακού Τριάθλου Βουλιαγμένης	1,8
6.	Ολυμπιακό Γυμναστήριο Άρσης Βαρών Νίκαιας	47
7.	Ολυμπιακό Γυμναστήριο Άνω Λιοσίων	84
8.	Ολυμπιακό Κλειστό Γυμναστήριο Περιστερίου	14,6
9.	Ολυμπιακό Κέντρο Σκοποβολής Μαρκοπούλου	52
10.	Ολυμπιακό Γυμναστήριο Γαλατσίου	53,5
11.	Ολυμπιακό Κέντρο Ιππασίας Μαρκοπούλου	102,7
12.	Υποστηρικτικές Εγκαταστάσεις Ποδηλασίας Δρόμου	2,2
13.	Υποστηρικτικές Εγκαταστάσεις Ορεινής Ποδηλασίας	2,2
14.	Στάδιο Ειρήνης και Φιλίας	24
15.	Παναθηναϊκό Στάδιο	3,2
16.	Καυταντζόγλειο Στάδιο Θεσσαλονίκης	49,3
17.	Παγκρήτιο Στάδιο Ηρακλείου	49,3
18.	Εθνικό Στάδιο Πάτρας	35,9
19.	Πανθεσσαλικό Στάδιο Βόλου	52,2
20.	Ολυμπιακά Προπονητήρια	42,4
21.	ΟΑΚΑ - Ειδικές Εγκαταστάσεις	126,5
22.	ΟΑΚΑ - Περιβάλλον Χώρος	94
23.	Άγιος Κοσμάς - αναμόρφωση	7,9
24.	Κέντρο Ελέγχου Φαρμακοδιέγερσης	2,9
	Σύνολο Υπουργείου Πολιτισμού	944
25.	Ολυμπιακό Κέντρο Ιστιοπλοΐας Αγίου Κοσμά	125,2
26.	Ολυμπιακό Κέντρο Σλάλομ Ελληνικού	33,2
27.	Ολυμπιακό Κωπηλατοδρόμιο Σχινιά	153,5
28.	Ολυμπιακό Αθλητικό Κέντρο Φαλήρου	230,5
29.	Ολυμπιακές Εγκαταστάσεις Ελληνικού	189,7
30.	Ολυμπιακό Συγκρότημα Γουδί	37,7
	Σύνολο ΥΠΕΧΩΔΕ	769,8
	Γενικό Σύνολο	1.713,80

Πηγή: Εγκεκριμένοι Προϋπολογισμοί, Οκτώβριος 2002, ΓΓΟΑ, Υπουργείο Πολιτισμού.

International Conference: "Organization and Management of Olympic Games"
Department of Sport Management
University of Peloponnese
25-27 June - Sparta

Στον τομέα των τεχνολογικών υποδομών η αναβάθμιση των δικτύων των δύο μεγάλων χορηγών ΟΤΕ και COSMOTE, και η χρησιμοποίηση των συστημάτων TETRA, Radio Wave Length Management, Cable Television System αλλά και η ανάπτυξη σε συνεργασία με Πανεπιστήμια και Ινστιτούτα του "Plato Game Model", που βοηθά στην προσομοίωση επιχειρησιακών διαδικασιών δημιουργεί ένα πολύ σημαντικό Know – How σε μελλοντικές δραστηριότητες και διοργανώσεις

3. Αποτελέσματα

Σύμφωνα με δηλώσεις των υπευθύνων διοργάνωσης των Ολυμπιακών Αγώνων, το 2002 η επίδραση των αγώνων στην οικονομία ήταν καταλυτική. Συντηρήθηκε ο ρυθμός ανάπτυξης στο 3,8%, παρά την διεθνή ύφεση το ΑΕΠ αυξήθηκε (μόνο λόγω αγώνων) κατά 0,4%, δημιουργήθηκαν 30.000 θέσεις εργασίας, ο όγκος λιανικού εμπορίου αυξήθηκε κατά 5,2% και ο κατασκευαστικός τομέας αύξηση 20%. Οι δραστηριότητες που αφορούν καθεαυτή την οργάνωση των αγώνων δηλαδή ο κλάδος της αναψυχής, του αθλητισμού και του πολιτισμού, θα έχουν άμεση προστιθέμενη αξία η οποία θα δημιουργηθεί με την μορφή αυξημένου προϊόντος κατά τον χρόνο διεξαγωγής των αγώνων.

Μακροοικονομικά οι υποθέσεις για την Ελληνική Οικονομία συγκλίνουν στην εκτίμηση ότι η μέση ετήσια επίδραση στο ΑΕΠ της χώρας κυμαίνεται από 0,45% έως 0,55%. Το έτος διεξαγωγής των αγώνων το εύρος της επίδρασης θα είναι από 0,93% έως 1,34% ενώ μετά το πέρας των αγώνων, η επίδραση θα είναι από 0,07% έως 0,5%. Η συνδρομή των Ολυμπιακών αγώνων στην αύξηση του ΑΕΠ το έτος 2004 θα κυμανθεί από περίπου 1,3 δις ευρώ μέχρι 1,9 δις ευρώ. Εάν μετά το 2005 η επίδραση στο ΑΕΠ κινηθεί κοντά στο αισιόδοξο σενάριο του 0,5% αυτό θα σημαίνει ότι οι αγώνες άφησαν διαρκές αποτέλεσμα στην οικονομική ανάπτυξη της χώρας.

Σημαντική αναμένεται να είναι η επίδραση των Ολυμπιακών αγώνων στην απασχόληση. Εκτιμάται ότι η μέση ετήσια επίδραση, την περίοδο 2002-2004, θα είναι της τάξεως των 38.000 με 50.000 θέσεων εργασίας. Μετά την τέλεση των αγώνων θα εξακολουθήσει να παραμένει μόνιμο όφελος, περίπου της τάξεως των 20.000 θέσεων εργασίας, οι οποίες μπορεί να μειωθούν στις 14.000 λόγω χαμηλών αποτελεσμάτων στην ανάπτυξη του 2005.

Πίνακας 3: Η επίπτωση των Ολυμπιακών Αγώνων στο ΑΕΠ και τη Απασχόληση

Χρονική	Μέση Ετήσια Αύξηση	Απασχόληση σε
----------------	---------------------------	----------------------

International Conference: "Organization and Management of Olympic Games"
Department of Sport Management
University of Peloponnese
25-27 June - Sparta

Περίοδος	ΑΕΠ	(χιλιάδες άτομα)
1998-2003	0,8%	204.000
2002- 2004	0,93%-1,34%	74.000
2005-2011	0,5%	120.000

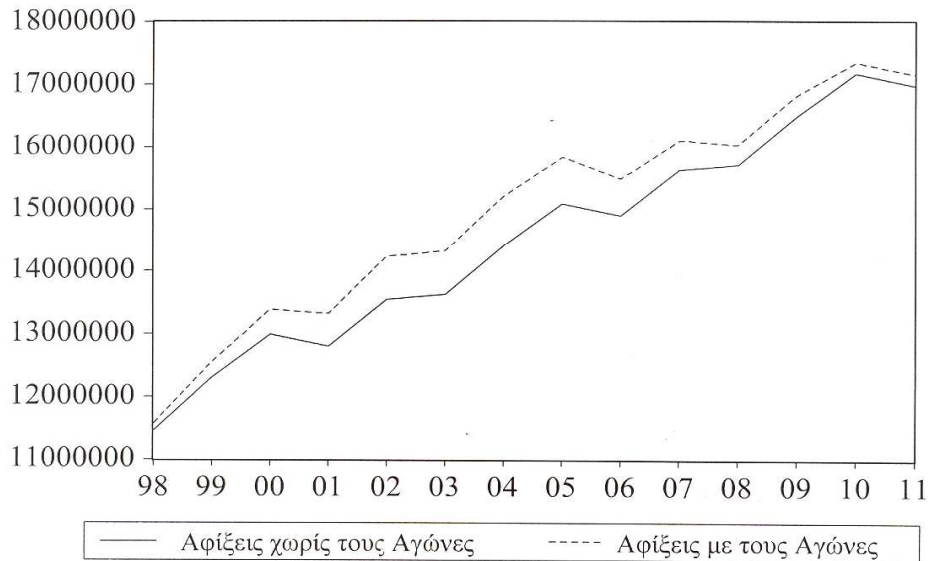
Πηγή: Υπουργείο Οικονομικών, Εκτιμήσεις Αθήνα 2004

Σημαντικά θα είναι τα οφέλη και για άλλους κλάδους οι οποίοι αποτελούν βασικούς τομείς της Ελληνικής Οικονομίας. Οι τομείς της βιομηχανίας του τουρισμού και των κατασκευών αναμένεται να αυξήσουν τον κύκλο εργασιών τους κατά περίπου κατά 1,68 δις ευρώ, ενώ θα δημιουργηθούν περισσότερες από 140.000 νέες θέσεις απασχόλησης, υψηλής ή ενδιάμεσης ειδίκευσης.

Στον τουρισμό, η διοργάνωση των Ολυμπιακών αγώνων επιδρά θετικά και μεταφράζεται σε αύξηση του κύκλου εργασιών, καθώς οι διανυκτερεύσεις αλλοδαπών τουριστών μόνο κατά την περίοδο διεξαγωγής των αγώνων υπολογίζονται σε δύο εκατομμύρια. Σύμφωνα με την μελέτη του **Ινστιτούτου Τουριστικών ερευνών και προβλέψεων** αναμένεται ότι πριν τους αγώνες θα αφιχθούν στην Αττική 24.000 αλλοδαποί επισκέπτες και στην διάρκεια των αγώνων 87.000 χιλιάδες. Όσον αφορά στην παρακινούμενη άφιξη αλλοδαπών τουριστών στην διάρκεια των αγώνων αυτή εκτιμάται στις 60 χιλιάδες επισκέπτες. Συνολικά δηλαδή θα επισκεφτούν την Αθήνα 147.000 επισκέπτες οι οποίοι θα πρέπει να φιλοξενηθούν σε κάθε είδους καταλύματα συμπεριλαμβανομένου και του Ολυμπιακού χωριού. Βλέποντας το διάγραμμα 1 διαπιστώνουμε την διαφορά των αφίξεων αλλοδαπών τουριστών που θα έρχονταν στην Ελλάδα χωρίς Ολυμπιακούς Αγώνες και τις συνολικές αφίξεις με τους αγώνες την περίοδο 1998-2011.

International Conference: "Organization and Management of Olympic Games"
Department of Sport Management
University of Peloponnese
25-27 June - Sparta

Διάγραμμα 1
Αφίξεις Αλλοδαπών Τουριστών



Πηγή: Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων

Το σύνολο των παρακινούμενων αλλοδαπών που θα επισκεφτούν την Ελλάδα αυτήν την περίοδο θα φτάσει τα 6 εκατομμύρια ή κατά μέσο όρο 440.000 χιλιάδες επιπλέον του τουρίστες ετησίως. Οι προσδοκίες των επενδυτών σε τουριστικά ακίνητα οδηγούν σε εκτιμήσεις για αύξηση της προσφοράς. Στην περιοχή της Αττικής αναμένεται αύξηση από 70.000 χιλιάδες το 1997, σε 85.000 το 2004 και περίπου σε 100 χιλιάδες μέχρι το 2011.

Ιδιαίτερα θετική επίδραση αναμένεται στον κλάδο των τροφίμων. Στο Ολυμπιακό Χωριό θα φιλοξενηθούν συνολικά 24.000 αθλητές και συνοδοί (17.000 για τους Ολυμπιακούς και 7.000 για τους Παραολυμπιακούς), ενώ σημαντικός θα είναι και ο αριθμός των εθελοντών οι οποίοι καθημερινά θα βρίσκονται σε αυτό για να προσφέρουν τις υπηρεσίες τους στους φιλοξενούμενους. Σύμφωνα με τους υπολογισμούς της Διεύθυνσης Διατροφής των Αγώνων θα απασχοληθούν 2.500 άτομα διαφόρων ειδικοτήτων στον τομέα της διατροφής, ενώ η συνολική δαπάνη για τις υπηρεσίες διατροφής εκτιμάται σε 45-50 εκατομμύρια ευρώ ποσό που είναι μεγαλύτερο από το 20% του συνολικού τζίρου της ελληνικής αγοράς υπηρεσιών διατροφής το 2001.

Θετική επίδραση στον τομέα των τηλεπικοινωνιών καθώς θα αυξηθεί η ζήτηση των παρεχομένων υπηρεσιών από 30%-35%. Τα οφέλη του κλάδου αφορούν και την αναβάθμιση των

International Conference: "Organization and Management of Olympic Games"
Department of Sport Management
University of Peloponnese
25-27 June - Sparta

υποδομών, λόγω της υψηλής ποιότητας των τηλεπικοινωνιακών που απαιτεί η διεξαγωγή των αγώνων.

Ο τομέας των υπηρεσιών θα ευνοηθεί εξίσου από την αύξηση της ζήτησης λόγω των απαιτήσεων της διοργάνωσης σε υπηρεσίες στους τομείς των μεταφορών, εμπορίου και χρηματοοικονομικών. Ένα σημαντικό μέρος του προϋπολογισμού, (γύρω στα 750 εκατομμύρια ευρώ), αφορά προϊόντα και υπηρεσίες οι οποίες θα αγοραστούν για την υποστήριξη της λειτουργίας των εγκαταστάσεων και όλης της διοργάνωσης των Αγώνων.

4. Συμπεράσματα

Στα πλαίσια της ανάλυσης που προηγήθηκε είδαμε την επίδραση των Ολυμπιακών Αγώνων σε μια σειρά σημαντικών μεγεθών για την Ελληνική Οικονομία. Το ζητούμενο από ένα τέτοιο εγχείρημα δεν είναι απλά και η μόνο η καθεαυτό οργάνωση επιτυχημένων Ολυμπιακών Αγώνων, αλλά η διατήρηση των ευεργετικών επιδράσεων στην οικονομία και μετά την ολοκλήρωσή τους.

Πιο συγκεκριμένα:

- Θα πρέπει να αξιοποιηθεί η δυναμική που απέκτησαν συγκεκριμένοι κλάδοι (κατασκευές, εμπορία αθλητικού και τουριστικού εξοπλισμού, διαφήμιση, πληροφορική κ.λπ.) και να υπάρξει συνέχεια ιδιαίτερα στον τομέα των εξαγωγών. Θα πρέπει δε να αξιοποιηθούν και οι ευκαιρίες επαφής με ξένους επιχειρηματίες που θα δημιουργηθούν τόσο πριν όσο και κατά τη διάρκεια των Ολυμπιακών Αγώνων.
- Θετικά αναμένεται να επηρεαστεί, επίσης, και η αναπτυξιακή διαδικασία λόγω της χρήσης νέων τεχνολογικών εξοπλισμών και μεθόδων παραγωγής. Η χρησιμοποίησή τους θα επιφέρει σημαντικές μεταβολές στον τομέα της προσφοράς και της παραγωγικότητας.
- Τα έργα υποδομής και μεταφορών θα καλύψουν συνδυαστικά τις ανάγκες των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004, και θα δημιουργήσουν τις προϋποθέσεις για την ανάπτυξη ενός ενιαίου συστήματος μεταφορών στην περιοχή του Λεκανοπεδίου, κατά την μετα-ολυμπιακή περίοδο

International Conference: "Organization and Management of Olympic Games"
Department of Sport Management
University of Peloponnese
25-27 June - Sparta

- Η σίτιση της ολυμπιακής οικογένειας, των αθλητών και των επισκεπτών των Ολυμπιακών Αγώνων σύμφωνα με τις διατροφικές συνήθειες της χώρα μας, αποτελεί τη μοναδική ευκαιρία προώθησης των ελληνικών προϊόντων, κυρίως των αγροτικών, σε διεθνείς αγορές. Μέσω των ενεργειών αυτών, η Ελλάδα μπορεί να προωθήσει τα βιολογικά της προϊόντα, καθώς και εκείνα που αποτελούν τα συστατικά της μεσογειακής δίαιτας, για την οποία είναι ευρέως γνωστή.
- Η κατασκευή του ολυμπιακού χωριού θα αποτελέσει, εκτός από πρότυπο οικισμό και μια ολοκληρωμένη πολεοδομική και χωροταξική παρέμβαση ήπια και φιλική προς το περιβάλλον, με δυνατότητες ανάπτυξης πολιτιστικών, εμπορικών, αθλητικών και άλλων δραστηριοτήτων αναψυχής.
- Η τόνωση του αθλητικού πνεύματος, η παρουσίαση νέων αθλημάτων αλλά και οι ενδεχόμενες διακρίσεις Ελλήνων Αθλητών θα οδηγήσουν σε ζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών από τον χώρο του αθλητισμού. Ακόμη και η δημιουργία νέων μη κερδοσκοπικών σωματείων θα οδηγήσει σε τόνωση της επιχειρηματικότητας στον χώρο του αθλητισμού, δεδομένου ότι τα μη κερδοσκοπικά σωματεία αποτελούν «καταναλωτές» υπηρεσιών των επιχειρήσεων του αθλητισμού.

Ξένη Βιβλιογραφία

- Bairam, E.L, Howells, J.M, & Turner, G.M., (1990),** Production Functions in Cricket: The Australian and New Zealand Experience”, Applied Economics, 22:871-879.
- Blass, A.A, (1992),** “Does the baseball Labour Market Contradict the Human Capital Model of Investment?”, The Review of Economics and Statistics, 2:261-268.
- Burney, J.B. (1987),** “Strategic Factor Markets: Expectations, luck and Business Strategy”, Management Science, 32(10):1231-1241.
- Busenitz L.W and Burney J.B (1997),** “Biases and Heuristics in strategic Decision making: Differences between entrepreneurs and managers in large organisations”, Journal of Business Venturing, 12(1):9-30.
- Bygrave, W. D. & Hofer, C. W. (1991),** “Theorising About Entrepreneurship”, Entrepreneurship Theory and Practice, 16(2), 13-22.
- Eisenhardt, K. (1989),** “Agency Theory: An assessment and review”, Academy of Management Review, 14: 57-74.
- D`Aveni, R.A (1994),** “Hypercompetition”, New York. The Free Press.

International Conference: "Organization and Management of Olympic Games"
Department of Sport Management
University of Peloponnese
25-27 June - Sparta

Fama, E.F (1980), "Agency problems and the theory of the firm", *Journal of Political Economy*, 88:288-307.

Fiet, J.O. (1996), "The informational basis of entrepreneurial discovery", *Small Business Economics*, 8(6):419-430.

Gifford, S. (1992), "Innovation, Firm size and growth in a centralized organization", *RAND Journal of Economics*, 23(2):284-298.

Gratton, C. & Taylor, P., (1985), " Sport and Recreation: An Economic Analysis", London: E. and F.N. Spon.

Hansen, H. & Gauthier, R., (1992), "Marketing Objectives of Professional and University Sport Organizations", *Journal of Sport management*, 6:27-37.

Hayek, F.A (1945), "The use of Knowledge in Society", *American Economic Review*, 35:519-530.

Houlihan, S., & DeBrock, L., (1991), "Economics in Sport", *The Management of Sport: Its Foundation and Application*, edited by Bonnie.L Parkhouse, St Louis: Mosby Year Book, 12:198-209.

Jensen, M.C. (1994), "Self - interest altruism and agency theory", *Journal of Applied Corporate Finance*, 7(2):40-45.

Porter, M. (1985), "The Competitive Advantage of Nations", New York: Free Press.

Wenner, L.A, (1989), "Media, Sports and Society. Newbury Park, CA, Sage.

Wernerfeldt, B. (1984), "A resource based view of the firm", *Strategic Management Journal*, 5: 171-180.

Ελληνική Βιβλιογραφία

Κολύμπαλης Χ., (2002), "Οι Οικονομικές Επιπτώσεις του Αθλητισμού στην Ελλάδα", *Ενημερωτικό Δελτίο Ε.Ε.Δ.Α*, 5:6-9.

Λογοθέτης, Ι., (2003), "Μελέτη για την Επίδραση των Ολυμπιακών Αγώνων στην Οικονομική Δραστηριότητα", *Υπουργείο Οικονομικών, Γενική Γραμματεία Πληροφοριακών Συστημάτων*.

Παπαθανασόπουλος Ν., (2003), "Αθλητισμός και ΜΜΕ: Ευρώπη και Ελλάδα", στο *Αθλητισμός και Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης*, επιμέλεια Lorens Wenner, 13-42, Εκδόσεις Καστανιώτη, Αθήνα.

Παπανίκος Γ., (1996), "Αθλητικό Μάνατζμεντ", Εκδόσεις Τέλεθρον.

Παπανίκος Γ., (1999), "Οι Ολυμπιακοί Αγώνες και οι Επιπτώσεις τους στον Τουρισμό", *Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων*.

International Conference: "Organization and Management of Olympic Games"
Department of Sport Management
University of Peloponnese
25-27 June - Sparta

Πετράκης, Π.Ε., Μπουρλετίδης Κ.(2004), "Ανάπτυξη Επιχειρηματικότητας", Εκδόσεις ΕΚΠΑ.

Πηγές

Ιστοσελίδα Οργανισμού Αθήνα 2004 [http:// www.athens2004.com/athens2004/](http://www.athens2004.com/athens2004/)

Έρευνα: «Τα κέρδη που θα αφήσουν οι Ολυμπιακοί Αγώνες», Μαρία Βασιλείου, Περιοδικό Οικονομικός Ταχυδρόμος, 29/5/2003