

# 20<sup>o</sup>

ΣΥΝΔΙΟΡΓΑΝΩΤΕΣ



## ΣΥΝΕΔΡΙΟ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ & ΑΝΑΨΥΧΗΣ

«ΣΥΓΧΡΟΝΑ ΚΑΙ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΑ ΜΟΝΤΕΛΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΗΣ ΑΘΛΗΤΙΚΗΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ»



24 - 26  
Ιανουαρίου  
2020

Θεσσαλονίκη  
Mediterranean Palace

ΥΠΟ ΤΗΝ ΑΙΓΙΔΑ



ΧΟΡΗΓΟΙ



ΧΟΡΗΓΟΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ



follow  
www.elleda.gr  
www.jsrm.gr

### Επίτιμη Επιτροπή

- Καραόγλου Θεόδωρος, Υφυπουργός Μακεδονίας Θράκης
- Αυγενάκης Ελευθέριος, Υφυπουργός Πολιτισμού - Αθλητισμού
- Τζίτζικώστας Απόστολος, Περιφερειάρχης Κεντρικής Μακεδονίας
- Ζέρβας Κωνσταντίνος, Δήμαρχος Κορδελιού - Ευόσμου
- Μαυρωτάς Γεώργιος, Γενικός Γραμματέας Αθλητισμού
- Πατουλίδου Παρασκευή, Αντιπεριφερειάρχης Μ.Ε. Θεσσαλονίκης
- Στυλιανίδης Ευστράτιος, Αντιπρύτανης ΑΠΘ
- Χριστούλας Κοσμάς, Κοσμήτορας ΣΕΦΑΑ / ΑΠΘ
- Τζέτζης Γεώργιος, Πρόεδρος ΤΕΦΑΑ / ΑΠΘ
- Γελαδάς Νικόλαος, Κοσμήτορας, ΣΕΦΑΑ / ΕΚΠΑ
- Μουρατίδου Αθηνά, Πρόεδρος ΤΕΦΑΑ ΣΕΡΡΩΝ / ΑΠΘ
- Δούδα Ελένη, Πρόεδρος ΤΕΦΑΑ / ΔΠΘ
- Αγγελούδης Στυλιανός, Α΄ Αντιπρόεδρος ΕΟΕ

### Οργανωτική Επιτροπή

- Αλεξανδρής Κώστας, Καθηγητής ΤΕΦΑΑ / ΑΠΘ
- Γαργαλιάνος Δημήτρης, Αναπληρωτής Καθηγητής ΤΕΦΑΑ / ΔΠΘ
- Γλυνιά Ελένη, ΕΕΠ-ΤΕΦΑΑ / ΑΠΘ
- Δράκου Αμαλία, Διδάσκουσα ΤΕΦΑΑ / ΑΠΘ – Ειδική Γραμματέας Δ.Σ. ΕΛΛΕΕΔΑΑ
- Θεοδωράκης Νίκος, Αναπληρωτής Καθηγητής ΤΕΦΑΑ ΣΕΡΡΩΝ / ΑΠΘ
- Κάκκος Βασίλης, Προϊστάμενος Διεύθυνσης Αγωνιστικού Αθλητισμού ΓΓΑ - Αντιπρόεδρος Δ.Σ. ΕΛΛΕΕΔΑΑ
- Κώστα Γιώργος, Καθηγητής ΤΕΦΑΑ / ΔΠΘ - Μέλος Δ.Σ. ΕΛΛΕΕΔΑΑ
- Μπαλάσκα Παναγιώτα, Προϊσταμένη Τμήματος Διαχείρισης Αθλητικών Χώρων Δήμου Κορδελιού-Ευόσμου, Αν. Μέλος Δ.Σ. ΕΛΛΕΕΔΑΑ
- Ροδινός Γιώργος, Νομικός, Γενικός Γραμματέας Ομίλου Φύλων Θαλάσσης
- Ρουσσέτη Μάγδα, Διευθύντρια Κοινωνικής Προστασίας, Παιδείας, Αθλητισμού & Πολιτισμού Δήμου Αμπελοκήπων - Μενεμένης - Ταμίας Δ.Σ. ΕΛΛΕΕΔΑΑ
- Τάχης Σταύρος, Διδάκτωρ ΤΕΦΑΑ / ΔΠΘ- Γενικός Γραμματέας Δ.Σ. ΕΛΛΕΕΔΑΑ
- Τζέτζης Γιώργος, Καθηγητής / Πρόεδρος ΤΕΦΑΑ / ΑΠΘ - Μέλος Δ.Σ. ΕΛΛΕΕΔΑΑ

### Επιστημονική Επιτροπή

- Αλεξανδρής Κώστας, Καθηγητής ΤΕΦΑΑ / ΑΠΘ
- Αυθίνος Γιάννης, Καθηγητής ΣΕΦΑΑ / ΕΚΠΑ
- Βρόντου Ουρανία, Επίκουρη Καθηγήτρια ΤΟΔΑ
- Γαργαλιάνος Δημήτρης, Αναπληρωτής Καθηγητής ΤΕΦΑΑ / ΔΠΘ
- Γλυνιά Ελένη, ΕΕΠ ΤΕΦΑΑ / ΑΠΘ
- Δράκου Αμαλία, ΕΕΠ ΤΕΦΑΑ / ΑΠΘ
- Θεοδωράκης Νίκος, Αναπληρωτής Καθηγητής ΤΕΦΑΑ / ΑΠΘ ΣΕΡΡΕΣ
- Κιάφφας Ζαχαρίας, ΕΕΠ, ΤΕΦΑΑ / ΕΚΠΑ
- Κουθούρης Χάρης, Καθηγητής ΤΕΦΑΑ / ΠΘ

- Κουστέλιος Θανάσης, Καθηγητής ΤΕΦΑΑ / ΠΘ
- Κώστα Γιώργος, Καθηγητής ΤΕΦΑΑ / ΔΠΘ
- Μανασής Βασίλης, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών
- Ματσούκα Ουρανία, Αναπληρώτρια Καθηγήτρια ΤΕΦΑΑ / ΔΠΘ
- Μουντάκης Κώστας, Καθηγητής ΤΟΔΑ
- Παπαδημητρίου Δήμητρα, Αναπληρώτρια Καθηγήτρια Πανεπιστήμιο Πατρών
- Σωτηριάδης Αδάμ, ΕΕΠ, ΤΕΦΑΑ / ΕΚΠΑ
- Τζέτζης Γιώργος, Καθηγητής ΤΕΦΑΑ / ΑΠΘ
- Τριγώνης Ιωάννης, ΕΕΠ ΤΕΦΑΑ / ΔΠΘ
- Τσιότσου Ροδούλα, Καθηγήτρια ΠΑ.ΜΑΚ.
- Τσίτσικαρη Έφη, Επίκουρη Καθηγήτρια ΤΕΦΑΑ / ΔΠΘ

#### **Συντονιστής Συνεδρίου:**

Γεώργιος Γκανάτσιος, Πρόεδρος Δ.Σ. ΕΛΛΕΕΔΑΑ, Διευθυντής Παιδείας & Κοινωνικής Προστασίας  
Δήμου Κορδελιού - Ευόσμου

#### **Υπεύθυνες Γραμματείας:**

- Καραΐσκου Χριστίνα, Πτυχιούχος Φυσικής Αγωγής - MSc in Tourism Management & Business Administration
- Ρίζου Χριστίνα, Πτυχιούχος Φυσικής Αγωγής – MSc Master in Business Administration (MBA)

**Επιμέλεια πρακτικών:** Δημήτρης Γαργαλιάνος, Αναπληρωτής Καθηγητής, ΤΕΦΑΑ ΔΠΘ.  
Αμαλία Δράκου, Διδάσκουσα στο ΤΕΦΑΑ ΑΠΘ

## Χαιρετισμός του συντονιστή του Συνεδρίου

Με κεντρική θεματική: «Σύγχρονα και Εναλλακτικά Μοντέλα Ανάπτυξης της Αθλητικής Βιομηχανίας», πραγματοποιήθηκε το 20<sup>ο</sup> Πανελλήνιο Συνέδριο Διοίκησης Αθλητισμού & Αναψυχής, στις 24-26 Ιανουαρίου 2020, στο Mediterranean Palace Hotel, στην Θεσσαλονίκη. Οργανώθηκαν 8 στρογγυλές τράπεζες, παρουσιάστηκαν 63 επιστημονικές ανακοινώσεις και συμμετείχαν περισσότεροι από 250 σύνεδροι από την Ελλάδα, την Κύπρο και άλλες χώρες. Το συνέδριο είχε ως στόχο μέσα από την αλληλεπίδραση και εκπαίδευση των συνέδρων να παρουσιάσει τα νέα διεθνή δεδομένα για την οργάνωση και την διοίκηση του αθλητισμού και της αναψυχής και να αναδείξει καλές πρακτικές στον χώρο.

Η καινοτομία του 1<sup>ου</sup> Φοιτητικού Διαγωνισμού Αθλητικής Επιχειρηματικότητας έδωσε την ευκαιρία σε φοιτητές να παρουσιάσουν επιχειρηματικές ιδέες στο χώρο του αθλητισμού και της αναψυχής. Η προσπάθεια για την καθιέρωση και την αναβάθμιση του διαγωνισμού θα συνεχισθεί, ώστε να αποτελέσει ένα ακόμη έναυσμα για την αναβάθμιση και στήριξη της αθλητικής έρευνας στη χώρα μας.

Για 2<sup>η</sup> συνεχή χρονιά κεντρικό πυρήνα της θεματολογίας του συνεδρίου αποτέλεσε η χρηστή διακυβέρνηση των αθλητικών οργανισμών. Μέσα από τις εργασίες που κατατέθηκαν και από την συζήτηση που αναπτύχθηκε στη στρογγυλή τράπεζα τεκμηριώθηκε η αναγκαιότητα για επικέντρωση των προσπαθειών στο θέμα αυτό, ώστε να δημιουργηθεί και να αναπτυχθεί μία οργανωσιακή κουλτούρα που θα στηρίζεται στις επιστημονικές αρχές του αθλητικού μάνατζμεντ.

Το ιδιαίτερο ενδιαφέρον που αναπτύχθηκε για την θεματική του Αθλητικού Τουρισμού και Αναψυχής υπογράμμισε το γεγονός ότι αποτελεί ένα σημαντικό πεδίο της αθλητικής βιομηχανίας, αλλά και ένα σημαντικό ακαδημαϊκό γνωστικό αντικείμενο.

Ευχαριστούμε τους συνδιοργανωτές του συνεδρίου, το ΤΕΦΑΑ του ΑΠΘ και ιδιαίτερα το Εργαστήριο Διοίκησης Αθλητισμού, Τουρισμού & Αναψυχής. Ευχαριστούμε επίσης το Υφυπουργείο Μακεδονίας Θράκης, το Υφυπουργείο Πολιτισμού - Αθλητισμού, τον Δήμο Θεσσαλονίκης, το ΤΕΦΑΑ του ΕΚΠΑ, το ΤΕΦΑ του ΔΠΘ, και το ΤΕΦΑΑ ΑΠΘ/Σέρρες που έθεσαν το συνέδριο υπό την αιγίδα τους, τους χορηγούς που ήταν ο Ειδικός Λογαριασμός Κονδυλίων Έρευνας του ΑΠΘ, η Intelisoft, το Mediterranean Palace Hotel, το Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών «Αθλητικός Τουρισμός, Οργάνωση Δρωμένων, Χορός» της ΣΕΦΑΑ ΔΠΘ και της «Διοίκησης Αθλητισμού, Αναψυχής & Αθλητικού Τουρισμού» του ΤΕΦΑΑ ΑΠΘ, καθώς και τους χορηγούς επικοινωνίας Metropolis και Metroport.

Θερμές ευχαριστίες επίσης, στους εισηγητές που μετέφεραν τις γνώσεις και τις εμπειρίες τους, τους φοιτητές για την παρουσίαση των επιστημονικών ανακοινώσεων, την Αμαλία Δράκου για την διαχείριση των εργασιών, τον Δημήτρη Γαργαλιάνο για την επιμέλεια των πρακτικών και όλους τους συνέδρους που συμμετείχαν..

Τέλος, ένα πολύ μεγάλο ευχαριστώ προς τους φοιτητές - εθελοντές για την πολύτιμη συνεισφορά τους και προς όλους όσοι με οποιονδήποτε τρόπο συνέβαλαν και εργάστηκαν για την υλοποίηση του συνεδρίου.

Για το Δ.Σ.

Ο Πρόεδρος  
Γεώργιος Γκανάτσιος

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

<b>Ερασιτεχνικός - Υψηλός - Επαγγελματικός αθλητισμός</b>		
1	<b>ΠΑΡΑΤΗΡΗΤΗΡΙΟ ΕΘΝΙΚΗΣ ΑΘΛΗΤΙΚΗΣ ΔΙΑΚΥΒΕΡΝΗΣΗΣ – ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ: ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΜΟΣΠΟΝΔΙΑ ΚΑΛΑΘΟΣΦΑΙΡΙΣΗΣ (ΕΟΚ)</b> Ντάκουρης, Β., & Γαργαλιάνος, Δ. & Γκανάτσιος, Γ.	10
2	<b>ΚΑΤΑΝΟΩΝΤΑΣ ΤΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ «ΕΝΕΔΡΑΣ» ΣΤΟ ΧΩΡΟ ΤΟΥ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ: ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ ΤΗΣ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑΣ</b> Βασιλειάδης, Ι., Γαργαλιάνος, Δ., Αμούτζας, Κ., Ρηγάλος, Δ., Υφαντίδου, Γ., & Φιλίππου, Φ.	15
3	<b>ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΤΗΣ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΑΣ ΝΑ ΕΦΑΡΜΟΣΤΕΙ ΤΟ ΟΠΑΔΙΚΟ ΜΟΝΤΕΛΟ ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΑΣ ΣΤΙΣ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΟΜΑΔΕΣ ΠΟΔΟΣΦΑΙΡΟΥ</b> Παπαγεωργίου, Π., Morrow, S., & Γαργαλιάνος, Δ.	20
4	<b>Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΡΙΣΗΣ ΣΤΑ ΕΣΟΔΑ ΤΟΥ ΠΡΩΤΑΘΛΗΜΑΤΟΣ ΤΗΣ SUPERLEAGUE</b> Λίπας, Ι., Μανασής, Β., & Αυθίνος, Ι.	25
5	<b>Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΗΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ EUROLEAGUE BASKETBALL</b> Καλλιτσάρης, Ι., & Ψωμάδη, Α.	30
6	<b>ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΠΟΔΟΣΦΑΙΡΙΚΗΣ ΟΜΟΣΠΟΝΔΙΑΣ (ΕΠΟ)</b> Ζελενίτσας, Χ., Γαργαλιάνος, Δ., & Σαρακατσάνης, Γ.	31
7	<b>ΠΡΟΤΑΣΗ ΓΙΑ ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΝΕΟΥ ΓΗΠΕΔΟΥ ΠΑΟΚ ΕΚΤΟΣ ΑΣΤΙΚΟΥ ΙΣΤΟΥ: ΜΙΑ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ WIN - WIN</b> Μασμανίδης, Θ.	36
8	<b>Η ΧΡΗΣΗ LED ΣΤΗΝ SUPERLAGUE 1 ΚΑΙ Η ΕΝΣΩΜΑΤΩΣΗ ΝΕΩΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΩΣ ΟΧΗΜΑ ΕΜΠΟΡΙΚΗΣ ΑΝΑΒΑΘΜΙΣΗΣ ΤΗΣ</b> Συμεωνίδης, Γ., Γαργαλιάνος, Δ., & Βασιλειάδης, Ι.	39
9	<b>ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΠΟΥ ΠΡΟΚΥΠΤΟΥΝ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΟΥ ΚΟΙΝΟΥ ΠΛΑΙΣΙΟΥ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΣΕ ΔΗΜΟΣΙΟΥΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΥΣ</b> Μητηλέτσης, Ν., & Γαργαλιάνος, Δ.	43
10	<b>Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΨΥΧΟΛΟΓΙΚΗΣ ΕΝΔΥΝΑΜΩΣΗΣ ΤΩΝ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ ΣΕ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΥΣ / ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ</b> Τσεβαϊρίδου, Α., Μτσούκα, Ουρ., Γαργαλιάνος, Δ., Τσίτσαρη, Ευσ., & Κώστα, Γ.	45
11	<b>ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΤΗΣ ΣΧΕΣΗΣ ΤΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΜΕ ΤΗΝ ΑΝΤΙΛΑΜΒΑΝΟΜΕΝΗ ΑΞΙΑ ΣΕ ΘΕΑΤΕΣ ΠΟΔΟΣΦΑΙΡΟΥ</b> Παπαδόπουλος, Ν., & Γαργαλιάνος, Δ.	50
12	<b>ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΤΗΣ ΑΝΤΙΑΨΗΣ ΤΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΑΠΟ ΘΕΑΤΕΣ ΠΟΥ ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΟΥΝ ΕΝΑΝ ΑΓΩΝΑ ΠΟΔΟΣΦΑΙΡΟΥ ΑΠΟ ΔΙΑΦΟΡΕΤΙΚΕΣ ΚΕΡΚΙΔΕΣ</b> Παπαδόπουλος, Ν., & Γαργαλιάνος, Δ.	55



13	<b>Η ΕΠΙΡΡΟΗ ΤΗΣ ΑΝΤΙΠΑΛΟΤΗΤΑΣ ΣΤΙΣ ΑΝΤΙΔΡΑΣΕΙΣ ΤΩΝ ΟΠΑΔΩΝ ΠΡΟΣ ΤΟΥΣ ΧΟΡΗΓΟΥΣ ΤΩΝ ΟΜΑΔΩΝ</b> Δαλάκας, Β.	60
14	<b>ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΗ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΚΑΙ ΑΝΤΙΛΗΨΕΙΣ ΤΩΝ ΦΙΛΑΘΛΩΝ ΣΤΗ Μ. ΒΡΕΤΑΝΙΑ</b> Γαργαλιάνος, Δ., Αναγνώστου, Μ., & Βασιλειάδης, Ι.	61
15	<b>ΑΝΑΔΕΙΚΝΥΟΝΤΑΣ ΤΟ ΑΘΛΗΜΑ ΤΟΥ ΒΟΛΕΙ ΜΕΣΩ ΤΩΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ (ΤΠΕ): Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΟΥ «ΕΡΑΙΖΟVOLLEY» (epaizovolley.weebly.com)</b> Καραϊσκος, Λ., Δημοπούλου, Ε., Γαργαλιάνος, Δ., Δρίκος, Σ., & Βασιλειάδης, Ι.	67
16	<b>ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΤΩΝ ΕΡΑΣΙΤΕΧΝΙΚΩΝ ΑΘΛΗΤΙΚΩΝ ΣΩΜΑΤΕΙΩΝ</b> Στεφανάκης, Θ., & Γαργαλιάνος, Δ.	72
<b>Αναψυχή – ΟΤΑ</b>		
17	<b>ΕΜΠΕΙΡΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ SPORT ANIMATION, ΤΗΣ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ ΚΑΙ ΤΩΝ ΠΡΟΘΕΣΕΩΝ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑΣ ΠΕΛΑΤΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ</b> Κωφίδη, Ε., Καλαϊτζίδου, Κ., Σαρή, Ε., Λόλα, Α., & Τζέτζης, Γ.	76
18	<b>Η ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΗΣ ΜΕΘΟΔΟΥ MINDS ΣΕ ΑΘΛΗΤΙΚΑ ΓΕΓΟΝΟΤΑ ΜΑΖΙΚΗΣ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ</b> Καλλιτσάρη, Ζ., Λιανόπουλος, Ι., & Θεοδωράκης, Ν.	80
19	<b>ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟ ΠΡΟΦΙΛ ΔΙΕΥΘΥΝΤΩΝ ΙΔΙΩΤΙΚΩΝ ΓΥΜΝΑΣΤΗΡΙΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ</b> Αρκουδή, Α., Θαμνόπουλος, Ι., Αυθίνος, Ι., & Γαργαλιάνος, Δ.	85
20	<b>ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΤΗΣ ΓΟΝΙΚΗΣ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ ΟΣΟΝ ΑΦΟΡΑ ΣΤΙΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΑΚΑΔΗΜΙΑΣ ΠΟΔΟΣΦΑΙΡΟΥ</b> Σαρακατσάνης, Γ., Γαργαλιάνος, Δ., Μπεμπέτσος, Ε., Ισπυρλίδης, Ι., Ζελενίτσα, Χ., & Κυρανούδης, Α.	89
21	<b>ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ ΑΚΑΔΗΜΙΩΝ ΠΟΔΟΣΦΑΙΡΟΥ</b> Παλώγου, Ε., Παναγόπουλος, Α., Αυθίνος, Ι., Γαργαλιάνος, Δ., & Θαμνόπουλος, Ι.	93
22	<b>ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ: ΠΡΟΤΙΜΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΣΥΝΔΥΑΣΜΟΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ ΤΩΝ ΤΜΗΜΑΤΩΝ ΥΠΟΔΟΜΗΣ ΟΜΑΔΩΝ ΠΟΔΟΣΦΑΙΡΟΥ</b> Νικόπουλος, Γ., Παπαϊωάννου, Α., Πουλάκη, Ι., & Παναγόπουλος, Α.	98
23	<b>ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΔΙΑΦΟΡΩΝ ΤΗΣ ΑΘΛΗΤΙΚΗΣ ΕΜΠΛΟΚΗΣ ΩΣ ΠΡΟΣ ΤΗΝ ΕΥΗΜΕΡΙΑ ΑΠΟ ΤΗ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΕ ΥΠΑΙΘΡΙΕΣ ΔΡΟΜΙΚΕΣ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ</b> Καραγιώργος, Θ., Κωνσταντινίδης, Κ., Ντοβόλη, Α., Αλεξανδρής, Κ., & Τσιρβούλης, Α.	103
24	<b>ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΟΥ ΓΡΑΦΕΙΟΥ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ ΤΟΥ ΔΗΜΟΥ ΚΑΛΑΜΑΡΙΑΣ</b> Ματσαρίδης, Α., Γαργαλιάνος, Δ., Αμούτζας, Κ., Υφαντίδου, Γ., & Φιλίππου, Φ.	104

25	<b>ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΗ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΩΝ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗΣ ΕΠΑΡΚΕΙΑΣ ΣΤΕΛΕΧΩΝ ΔΗΜΟΤΙΚΩΝ ΑΘΛΗΤΙΚΩΝ ΟΡΓΑΝΙΣΜΩΝ</b> Δημητρίου, Σ., Καλλιτσάρη, Ζ., Γαργαλιάνος, Δ., Αυθίνος, Ι., & Θεοδωράκης, Ν.	108
26	<b>ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΣ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΣ ΑΝΤΙΚΤΥΠΟΣ ΑΘΛΗΤΙΚΩΝ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ ΜΙΚΡΗΣ ΚΛΙΜΑΚΑΣ: Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΟΥ «OCEANMAN GREECE 2019»</b> Κωνσταντινίδης, Κ., Καραγιώργος, Θ., & Αλεξανδρή, Κ.	113
27	<b>ΚΙΝΗΤΡΑ ΑΘΛΟΥΜΕΝΩΝ ΣΕ ΙΔΙΩΤΙΚΑ ΓΥΜΝΑΣΤΗΡΙΑ</b> Παπαντωνίου, Η., Αυθίνος, Ι., Αλεξανδρή, Κ., Λάιος, Α., Γαργαλιάνος, Δ., & Βασιλειάδης, Ι.	117
28	<b>ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΤΩΝ ΠΡΟΤΙΜΗΣΕΩΝ ΕΜΠΕΙΡΙΑΣ ΑΝΑΨΥΧΗΣ ΣΕ ΧΡΗΣΤΕΣ ΠΑΡΚΟΥ ΑΝΑΨΥΧΗΣ ΣΤΟΝ ΔΗΜΟ ΠΥΛΑΙΑΣ - ΧΟΡΤΙΑΤΗ</b> Ζήκος, Γ., Δράκου, Α., Γλυνιά, Ε., & Αλεξανδρή, Κ.	118
29	<b>Η ΣΥΝΕΙΣΦΟΡΑ ΤΩΝ ΔΡΟΜΙΚΩΝ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΤΟΥ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΡΟΠΟΥ ΖΩΗΣ: ΜΙΑ ΔΙΑΚΡΑΤΙΚΗ ΜΕΛΕΤΗ</b> Ντοβόλη, Α., Καραγιώργος, Θ., & Αλεξανδρή, Κ.	119
30	<b>ΤΑΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΩΝ ΔΡΟΜΙΚΩΝ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ</b> Ντοβόλη, Α., Καραγιώργος, Θ., & Αλεξανδρή, Κ.	120
31	<b>ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΤΩΝ ΠΑΡΑΓΟΝΤΩΝ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΤΗΝ ΠΡΟΘΕΣΗ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ ΣΕ ΑΘΛΗΤΙΚΑ ΓΕΓΟΝΟΤΑ ΥΠΕΡΑΝΤΟΧΗΣ</b> Κορωνιός, Κ., Παπαϊωάννου, Α., Παπαδόπουλος, Α., & Τσέλα, Ε.	121
32	<b>ΕΝΔΟΓΕΝΕΙΣ ΚΑΙ ΕΞΩΓΕΝΕΙΣ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΕΠΙΔΡΟΥΝ ΣΤΗ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΛΗΨΗΣ ΑΠΟΦΑΣΗΣ ΑΣΚΟΥΜΕΝΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΙΛΟΓΗ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ ΠΡΟΠΟΝΗΤΗ</b> Κεσανίδης, Θ., Αλεξανδρή, Κ., Μπαλάσκα, Π., & Καραγιώργος, Θ.	124
33	<b>ΟΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΕΙΣ ΔΡΑΣΗΣ ΣΤΙΣ ΥΠΑΙΘΡΙΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΑΝΑΨΥΧΗΣ: ΜΙΑ ΠΡΩΤΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ</b> Καραγιώργος, Θ., Χατζηθωμάς, Λ., Αλεξανδρή, Κ., Κωνσταντινίδης, Κ., & Τσιρβούλης, Α.	125
34	<b>ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΔΡΑΣΗΣ ΤΗΣ ΜΕΤΑΣΧΗΜΑΤΙΣΤΙΚΗΣ ΗΓΕΣΙΑΣ ΣΤΗΝ ΨΥΧΟΛΟΓΙΚΗ ΕΝΔΥΝΑΜΩΣΗ ΤΩΝ ΣΤΕΛΕΧΩΝ ΣΕ ΠΑΙΔΙΚΕΣ ΚΑΤΑΣΚΗΝΩΣΕΙΣ</b> Αντωνιάδης, Α. & Ιωαννίδου, Ε.	126
35	<b>ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΔΙΑΦΟΡΩΝ ΤΗΣ ΑΘΛΗΤΙΚΗΣ ΕΜΠΛΟΚΗΣ ΩΣ ΠΡΟΣ ΤΗΝ ΕΥΗΜΕΡΙΑ ΑΠΟ ΤΗ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΕ ΥΠΑΙΘΡΙΕΣ ΔΡΟΜΙΚΕΣ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ</b> Καραγιώργος, Θ., Κωνσταντινίδης, Κ., Ντοβόλη, Α., Αλεξανδρή, Κ., & Τσιρβούλης, Α.	127
36	<b>ΕΠΩΝΥΜΕΣ ΑΘΛΗΤΙΚΕΣ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ ΚΑΙ Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΟΥΣ ΣΤΗΝ ΤΟΠΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ: Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΩΝ ΑΓΩΝΩΝ ΔΡΟΜΟΥ ΤΟΥ ΝΟΜΟΥ ΛΑΡΙΣΑΣ</b> Γούλας, Α.	128
37	<b>Η ΠΕΖΟΠΟΡΙΑ ΩΣ ΕΡΓΑΛΕΙΟ ΒΕΛΤΙΩΣΗΣ ΤΗΣ ΥΓΕΙΑΣ &amp; ΜΕΣΟ ΑΝΑΔΕΙΞΗΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΑΘΛΗΣΗΣ ΚΑΙ ΑΝΑΨΥΧΗΣ</b> Μπισκανάκη, Φ.	129
38	<b>ΤΟ ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ ΤΩΝ ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΝΤΩΝ-ΟΥΣΩΝ, Η ΠΕΡΙΟΧΗ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ ΚΑΙ Ο ΤΥΠΟΣ ΤΩΝ ΔΙΑΚΟΠΩΝ ΠΟΥ ΕΠΙΛΕΓΕΤΑΙ</b> Υφαντίδου, Γ., Δαλάκης, Α., & Τζέτζης, Γ.	130

39	<b>ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΠΕΡΙΠΕΤΕΙΑΣ: ΕΝΑΣ ΚΕΡΔΟΦΟΡΟΣ ΣΥΝΔΥΑΣΜΟΣ</b> Καραγιάννης, Ν. Φ., Κώστα, Γ., Ρηγάλος, Δ., & Κωνσταντινάκος, Α.	131
<b>Νομικά θέματα</b>		
40	<b>ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΝΟΜΙΚΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΑΘΛΗΤΙΚΗΣ ΑΝΩΝΥΜΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ: Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ ΠΑΕ ΠΑΟΚ</b> Μαυρομάτης, Α., Γαργαλιάνος, Δ., & Αμούτζας, Κ.	135
41	<b>ΤΟ ΤΡΙΤΟ ΦΥΛΟ ΣΤΟΝ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟ</b> Πουλακίδας, Δ., Χατζηαντωνίου, Δ., Μαντζώρου, Ε., & Γαργαλιάνος, Δ.	138
42	<b>Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΟΥ ΕΥΡΩΠΑΙΚΟΥ ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΥ 2016/679/ΕΕ (GDPR) ΣΤΗ ΜΕΤΑΓΡΑΦΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΣΤΟ ΠΟΔΟΣΦΑΙΡΟ</b> Πουλακίδας, Δ., Χατζηαντωνίου, Δ., Μπιτσάκος, Αθ., & Γαργαλιάνος, Δ.	142
43	<b>ΘΕΜΑΤΑ ΠΟΥ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΡΥΘΜΙΖΟΝΤΑΙ ΑΠΟ ΕΝΑ ΚΩΔΙΚΑ ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑΣ ΠΡΟΠΟΝΗΤΩΝ</b> Πουλακίδας, Δ., Χατζηαντωνίου, Δ., Λυκούδης, Β., & Γαργαλιάνος, Δ.	146
<b>Αθλητική δημοσιογραφία</b>		
44	<b>ΤΑ ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ ΩΣ ΠΗΓΕΣ ΕΙΔΗΣΕΩΝ ΜΕΣΑ ΑΠΟ ΤΙΣ ΒΙΩΜΕΝΕΣ ΕΜΠΕΙΡΙΕΣ ΑΘΛΗΤΙΚΩΝ ΣΥΝΤΑΚΤΩΝ ΚΑΙ ΥΠΕΥΘΥΝΩΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ</b> Σπηλιόπουλος, Π., Τσιγγίλης, Ν., Τσουρβάκας Γ., & Χριστακίδης, Χρ.	150
45	<b>ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗΣ ΤΗΣ ΚΡΙΣΗΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΣΤΟΝ ΑΘΛΗΤΙΚΟ ΤΥΠΟ: Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ «ΦΩΣ ΤΩΝ ΣΠΟΡ»</b> Τζέκης, Α., Σπηλιόπουλος, Π., Γαργαλιάνος, Δ., & Λέανδρος, Ν.	155
46	<b>Η ΕΦΗΜΕΡΙΔΑ SPORT DAY ΤΗΝ ΕΠΟΧΗ ΤΗΣ ΚΡΙΣΗΣ ΣΤΑ ΜΜΕ: ΜΙΑ ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ</b> Τζέκης, Α., Σπηλιόπουλος, Π., Γαργαλιάνος, Δ., & Λέανδρος, Ν.	160
47	<b>BEYOND AGENDA SETTING: ΟΙ ΠΗΓΕΣ ΑΘΛΗΤΙΚΩΝ ΕΙΔΗΣΕΩΝ ΤΩΝ ΚΥΠΡΙΑΚΩΝ ΜΜΕ ΜΕΣΩ ΜΙΑΣ ΕΡΜΗΝΕΥΤΙΚΗΣ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟΛΟΓΙΚΗΣ ΜΕΛΕΤΗΣ</b> Σπηλιόπουλος, Π., Τσιγγίλης, Ν., Καλλίρης, Γ., Αυξεντίου, Π., & Σουρκούνης, Χρ.	165
48	<b>ΕΠΙΣΤΗΜΗ ΚΑΙ ΜΕΣΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ: ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΕΜΠΟΔΙΖΟΥΝ ΤΗΝ ΕΡΕΥΝΑ ΣΤΟΝ ΜΕΣΟΠΟΙΗΜΕΝΟ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ</b> Σπηλιόπουλος, Π., Τζέκης, Α., Γαργαλιάνος, Δ., & Λέανδρος, Ν.	170
49	<b>Η ΚΡΙΣΗ ΣΤΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ Μ.Μ.Ε. ΚΑΙ Ο ΑΝΤΙΚΤΥΠΟΣ ΣΤΙΣ ΑΘΛΗΤΙΚΕΣ ΕΦΗΜΕΡΙΔΕΣ</b> Τζέκης, Α., Σπηλιόπουλος, Π., Γαργαλιάνος, Δ., & Λέανδρος, Ν.	171
50	<b>ΧΟΡΗΓΗΣΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ ΑΠΟ ΤΙΣ Κ.Α.Ε. ΣΤΑ ΑΘΛΗΤΙΚΑ Μ.Μ.Ε.: Ο «ΘΑΝΑΤΟΣ ΤΟΥ ΠΥΛΩΡΟΥ».</b> Καραστογιάννη, Α., Σπηλιόπουλος, Π., Τσιγγίλης, Ν., & Μπαλτζής, Α.	172



51	<b>ΤΟ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΟ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝ ΓΙΑ ΤΑ ΑΘΛΗΜΑΤΑ ΠΑΡΑΛΙΑΣ:          Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΩΝ ΠΑΡΑΚΤΙΩΝ ΜΕΣΟΓΕΙΑΚΩΝ ΑΓΩΝΩΝ «ΠΑΤΡΑ 2019»</b> Τριανταφύλλου, Σ., Αντωνοπούλου, Π., Γαργαλιάνος, Δ., Μπεμπέτσος, Γ., & Σπηλιόπουλος, Π.	177
<b>Θέματα ευρύτερου ενδιαφέροντος</b>		
52	<b>ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ, ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΚΑΙ ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑ          ΚΑΤΑ ΤΗ ΔΙΕΘΝΟΠΟΙΗΣΗ ΤΟΥ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ ΓΥΝΑΙΚΩΝ          ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ: Η ΠΡΩΤΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ, 1928-1940</b> Ζάικος, Ν. & Γαργαλιάνος, Δ.	181
53	<b>ΤΟ ΣΟΒΑΡΟ ΔΙΑΔΥΚΤΙΑΚΟ ΠΑΙΓΝΙΟ TOP ELEVEN          ΩΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΜΕΣΟ ΣΤΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΤΟΥ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ</b> Χρυσανθόπουλος, Θ. Π., Αυθίνος, Ι., Γαργαλιάνος, Δ., & Μανασής, Β.	187
54	<b>ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ERASMUS+ SPORT: “TRAINER 1.0 ΒΕΤΑ”</b> Ματσάνκος, Ν., Γαργαλιάνος, Δ., & Κοτσώνη, Α.	192
55	<b>E-SPORTS: ΠΙΘΑΝΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΕΥΚΑΙΡΙΑ;          ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ ΤΗΣ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑΣ</b> Βασιλειάδης, Ι., Γαργαλιάνος, Δ., Αμούτζας, Κ., Ρηγάλος, Δ., Υφαντίδου, Γ., & Φιλίππου, Φ.	196
56	<b>ΟΡΓΑΝΩΣΗ E-SPORTS ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ ΓΙΑ ΑΤΟΜΑ ΜΕ ΑΝΑΠΗΡΙΕΣ:          ΑΝΑΓΚΑΙΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ</b> Γδοντέλη, Κ., Γαβρηλίδου, Ε., Στέλλα, Α., & Κυπραίος, Γ.	200
57	<b>ΠΑΡΑΚΙΝΗΣΗ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΩΝ ΣΕ ΣΧΟΛΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ          ΠΡΩΤΟΒΑΘΜΙΑΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ</b> Παπαγιαννόπουλος, Χ., Νικολάου, Γ., & Γαργαλιάνος, Δ.	201
58	<b>Η ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ ΤΟΥ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΜΑΝΑΤΖΜΕΝΤ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ:          ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΕΩΝ ΣΤΟ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ ΤΗΣ ΕΛΛΕΕΔΑ</b> Παπαγεωργίου, Σ., Αυθίνος, Ι., Θαμνόπουλος, Ι., & Γαργαλιάνος, Δ.	206
59	<b>DEVELOPING AN ON-LINE JOB PLATFORM FOR RECRUITMENT          IN THE TOURISM INDUSTRY</b> Canal, Η.	209
<b>Πόστερ</b>		
60	<b>ΑΞΙΕΣ ΤΟΥ ΟΛΥΜΠΙΑΚΟΥ ΚΙΝΗΜΑΤΟΣ ΣΤΗΝ ΠΡΑΞΗ</b> Γιαννάκη, Σ., Γαργαλιάνος, Δ., & Σταθοπούλου, Γ.	210
61	<b>Η ΦΥΣΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΓΥΝΑΙΚΩΝ ΤΗΣ ΠΟΛΗΣ ΤΗΣ ΛΑΡΝΑΚΑΣ          ΚΑΙ ΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΤΗΝ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ</b> Παπαϊωάννου, Α., Μπεμπέτσος, Ε., Θεοδωράκης, Ι., & Αντωνίου, Π.	215
62	<b>BRANDING &amp; KATHRINE SWITZER: ΑΠΟ ΤΟ ΟΝΕΙΡΟ          ΣΤΗΝ ΠΡΑΓΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗ ΤΟΥ ΓΥΝΑΙΚΕΙΟΥ ΜΑΡΑΘΩΝΙΟΥ</b> Μελαχροινού, Α. & Αστραπέλλος, Κ.	219

## ΠΑΡΑΤΗΡΗΤΗΡΙΟ ΕΘΝΙΚΗΣ ΑΘΛΗΤΙΚΗΣ ΔΙΑΚΥΒΕΡΝΗΣΗΣ - ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ: ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΜΟΣΠΟΝΔΙΑ ΚΑΛΑΘΟΣΦΑΙΡΙΣΗΣ (ΕΟΚ)

Ντάκουρης, Β.,<sup>1</sup> Γαργαλιάνος, Δ.,<sup>2</sup> & Γκανάτσιος, Γ.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Γυμναστικός Αθλητικός Σύλλογος Εύνικος

<sup>2</sup> ΤΕΦΑΑ, ΔΠΘ

<sup>3</sup> Δήμος Ευόσμου - Κορδελιού

### Περίληψη

Σε παγκόσμιο επίπεδο, οι αθλητικοί οργανισμοί αξιοποιούν τους κανόνες της καλής διακυβέρνησης για να βελτιώσουν την διοίκησή τους. Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν να αξιολογήσει το επίπεδο καλής διακυβέρνησης μίας αθλητικής Ομοσπονδίας της χώρας και επιλέχθηκε η Ελληνική Ομοσπονδία Καλαθοσφαίρισης (ΕΟΚ). Η μεθοδολογία που χρησιμοποιήθηκε ήταν το National Sports Governance Observer - NSGO (Παρατηρητήριο Εθνικής Αθλητικής Διακυβέρνησης - ΠΕΑΔ), το οποίο αποτελείται από 4 διαστάσεις («διαφάνεια», «δημοκρατικές διαδικασίες», «λογοδοσία - έλεγχος», «κοινωνική ευθύνη»), οι οποίες αναλύονται σε 46 Αρχές, οι οποίες με την σειρά τους αναλύονται σε 274 διχοτόμους δείκτες (ναι - όχι). Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι σε όλες τις διαστάσεις και στην πλειονότητα των δεικτών η αξιολόγηση ήταν πολύ χαμηλή. Το βασικό συμπέρασμα ήταν ότι η Ομοσπονδία έχει πολλά περιθώρια να βελτιώσει την επίδοσή της σε πολλά θέματα που αφορούν στην καλή διακυβέρνηση.

**Λέξεις - κλειδιά:** Καλή διακυβέρνηση, Ελληνική Ομοσπονδία Καλαθοσφαίρισης.

### Εισαγωγή

Παρότι η βιβλιογραφία για το θέμα είναι εκτεταμένη, η καλή διακυβέρνηση είναι μία έννοια που είναι δύσκολο να προσδιοριστεί ακριβώς, να μετρηθεί και να εφαρμοστεί. Η Australian Sport Commission (2002), υποστηρίζει ότι η καλή διακυβέρνηση έχει 3 διαστάσεις: 1) το πώς ένας οργανισμός αναπτύσσει τους στρατηγικούς του στόχους, 2) το πώς το Διοικητικό Συμβούλιο (Δ.Σ.) παρακολουθεί την απόδοση του οργανισμού για να βεβαιώνεται ότι επιτυγχάνει τους στρατηγικούς του στόχους και 3) την διαβεβαίωση ότι το Δ.Σ. ενεργεί με γνώμονα το συμφέρον των μελών του. Στο Work Plan for Sport 2011 - 2014, της Ευρωπαϊκής Ένωσης, η καλή διακυβέρνηση στον αθλητισμό ορίζεται ως «...το πλαίσιο και η κουλτούρα, μέσα στα οποία ένας αθλητικός οργανισμός καθορίζει πολιτικές, επιτυγχάνει τους στρατηγικούς του στόχους, εμπλέκεται με τους stakeholders, παρακολουθεί την επίδοσή του, αξιολογεί και διαχειρίζεται κινδύνους και αναφέρει στα μέλη του τις δραστηριότητες και την πρόοδό του, περιλαμβάνοντας την υλοποίηση αποτελεσματικών, αιφώρων και αναλογικών αθλητικών πολιτικών και κανονισμών». Η καλή διακυβέρνηση δεν αποτελεί στόχο, αλλά ένα μέσο για την επίτευξη στόχων. Η εφαρμογή κανόνων καλής διακυβέρνησης ενισχύει την νομιμότητα, την αποδοτικότητα και την αυτονομία των οργανισμών (περιλαμβανομένων και των αθλητικών), δυναμώνει την αντίστασή τους σε ανήθικες πρακτικές και συμβάλλει στην οικοδόμηση εμπιστοσύνης με την κυβέρνηση, τους stakeholders και τους δυνητικούς συνεργάτες.

## Περιγραφή του προβλήματος / Περιεχόμενο του προγράμματος

Ο αθλητισμός αντιμετωπίζει πολλές απειλές, όπως είναι η φαρμακοδιέγερση, το «στήσιμο» αγώνων, η διαφθορά, η δωροδοκία, η αγορά ψήφων για την ανάθεση μεγάλων αγώνων, το ξέπλυμα χρημάτων, η φοροδιαφυγή, ο παράνομος στοιχηματισμός, η εκμετάλλευση ανθρώπων, η παράνομη διακίνηση νεαρών αθλητών, κλπ., που αμαυρώνουν την εικόνα του σε διεθνές επίπεδο και τονίζουν την απουσία διαφάνειας και λογοδοσίας στους αθλητικούς οργανισμούς (Council of Europe, 2017). Οι εθνικές αθλητικές Ομοσπονδίες αντιμετωπίζουν πολλές από τις απειλές αυτές και καλούνται να διεκπεραιώνουν καθημερινά ένα δύσκολο και πολύπλοκο έργο βασιζόμενες σε δομές εθελοντικού χαρακτήρα. Για την παρακολούθηση της υλοποίησης του έργου αυτού, τον έγκαιρο εντοπισμό των αδυναμιών και την διόρθωσή τους χρειάζονται έγκυρα και αξιόπιστα εργαλεία. Ένα τέτοιο εργαλείο είναι το National Sports Governance Observer - NSGO (Παρατηρητήριο Εθνικής Αθλητικής Διακυβέρνησης - ΠΕΑΔ), το οποίο δημιουργήθηκε μέσα από ένα ερευνητικό πρόγραμμα που χρηματοδοτήθηκε με € 383.000 από το Ευρωπαϊκό Χρηματοδοτικό Πρόγραμμα Erasmus+, της Ευρωπαϊκής Επιτροπής. Επικεφαλής του προγράμματος (στο οποίο περιλαμβάνεται και η πρωτοβουλία Play the Game) ήταν το Ινστιτούτο Αθλητικών Ερευνών της Δανίας και συμμετείχαν ενεργά η Γερμανία, η Ολλανδία, η Νορβηγία, το Βέλγιο, η Ρουμανία, η Πολωνία και η Κύπρος.

## Περιγραφή περιπτώσιακής μελέτης

Ως περίπτωση για μελέτη επιλέχθηκε η Ελληνική Ομοσπονδία Καλαθοσφαίρισης (ΕΟΚ), η οποία είναι ο ανώτατος διοικητικός οργανισμός του αθλήματος στην Ελλάδα. Υπό την επιμέλειά της βρίσκονται τα ερασιτεχνικά πρωταθλήματα και οι εθνικές ομάδες ανδρών και γυναικών των διαφόρων ηλικιών. Αρχικά το άθλημα υπαγόταν στον ΣΕΓΑΣ, ο οποίος το 1927 δημιούργησε την πρώτη Τεχνική Επιτροπή Αθλοπαιδιών. Το 1965, με απόφαση του Δ.Σ. του ΣΕΓΑΣ, δημιουργήθηκε ανεξάρτητη Ομοσπονδία για τις αθλοπαιδιές, η οποία ονομάστηκε «Ελληνική Ομοσπονδία Αθλοπαιδιών» (Ε.Ο.ΑΠ.) (απόφαση 3644/22.02.1966 του Πρωτοδικείου Αθηνών). Το 1970, το μάσκει διαχωρίστηκε από την Ε.Ο.ΑΠ. και δημιούργησε ανεξάρτητη ομοσπονδία με τον σημερινό της τίτλο (απόφαση 48/70 του Πρωτοδικείου Αθηνών). Σήμερα στη δύναμή της ανήκουν περισσότερα από 1000 σωματεία ([www.basket.gr](http://www.basket.gr)).

## Σκοπός της έρευνας

Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν να αξιολογήσει την λειτουργία της ΕΟΚ υπό το πρίσμα των διαστάσεων, των Αρχών και των δεικτών του ΠΕΑΔ.

## Μεθοδολογία

Για την υλοποίηση του σκοπού της έρευνας χρησιμοποιήθηκαν οι 4 διαστάσεις του ΠΕΑΔ: α) «διαφάνεια» (αναφέρεται στην δημοσιοποίηση των εσωτερικών διεργασιών, η οποία επιτρέπει σε άλλους να τις παρακολουθούν και να τις ελέγξουν), β) «δημοκρατικές διαδικασίες» (αναφέρεται σε ελεύθερες, δίκαιες και ανταγωνιστικές εκλογές, την συμμετοχή των ενδιαφερόμενων μερών στις διαδικασίες λήψης αποφάσεων και δίκαιες και ανοιχτές αντιπαραθέσεις), γ) «λογοδοσία - έλεγχος» (αναφέρεται στον διαχωρισμό των εξουσιών στην διοικητική δομή των οργανισμών, καθώς και σε ένα σύστημα κανόνων και διαδικασιών που πρέπει να εφαρμόζουν τα μέλη της διοίκησης και τα στελέχη)

και δ) «κοινωνική ευθύνη» (αναφέρεται στην εκούσια αξιοποίηση του δυναμικού του οργανισμού για την επίτευξη θετικών αποτελεσμάτων για τους εσωτερικούς και τους εξωτερικούς stakeholders, αλλά και την κοινωνία συνολικά). Οι διαστάσεις αυτές αναλύονται σε 46 Αρχές, οι οποίες με την σειρά τους αναλύονται σε 274 επιστημονικά προσδιορισμένους διχοτόμους δείκτες (ναι - όχι). Οι δείκτες αυτοί μετράνε το επίπεδο καλής διακυβέρνησης και χωρίζονται σε *βασικούς* (συγκροτούν το ελάχιστο επίπεδο καλής διακυβέρνησης, δεν κοστίζουν πολύ και είναι εύκολο να υλοποιηθούν από όλες τις αθλητικές Ομοσπονδίες), σε *ενδιάμεσους* (κοστίζουν λίγο περισσότερο και υλοποιούνται από μεσαίου επιπέδου [<10 εργαζόμενους] έως και μεγάλες [μέχρι 30 εργαζόμενους] Ομοσπονδίες και σε *προχωρημένους* (υλοποιούνται από μεγάλες Ομοσπονδίες [>30 εργαζόμενους] και από Ομοσπονδίες που επιθυμούν να υιοθετήσουν υψηλές προδιαγραφές καλής διακυβέρνησης.

*Διαδικασία συλλογής των δεδομένων:* Τα δεδομένα συλλέχθηκαν από την ιστοσελίδα της ΕΟΚ ([www.basket.gr](http://www.basket.gr)) και επεξεργάστηκαν από τον 1<sup>ο</sup> ερευνητή, τον Νοέμβριο του 2019.

### **Αποτελέσματα - Συζήτηση**

Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι οι δείκτες της διάστασης «διαφάνεια» έλαβαν πολύ χαμηλές βαθμολογίες, στο 19% των οποίων αντιστοιχούσε ο χαρακτηρισμός «δεν πληρείται». Οι 4 από τους 7 δείκτες έλαβαν το χαρακτηρισμό «δεν πληρείται» και 3 δείκτες έλαβαν τον χαρακτηρισμό «αδύναμος». Συγκεκριμένα, η Ομοσπονδία δεν δημοσιεύει πληροφορίες για την ετήσια οικονομική και διοικητική έκθεση, για την πολιτική αμοιβών των μελών του Δ.Σ., για τα σωματεία (μέλη) της δύναμής της, για τα βιογραφικά με τα στοιχεία επικοινωνίας και τις αναλυτικές αρμοδιότητες των μελών του Δ.Σ., για τις περιλήψεις των διαβουλεύσεων και των ψηφοφοριών, για τα πρακτικά των συνεδριάσεων των Γ.Σ. Στην ιστοσελίδα της Ομοσπονδίας δημοσιεύονται μόνο το καταστατικό, οι κανονισμοί του αθλήματος και η ημερήσια διάταξη της συνεδρίασης της τελευταίας Γ.Σ. πριν την πραγματοποίησή της, χωρίς όμως άλλη πληροφόρηση.

Οι δείκτες της διάστασης «δημοκρατικές διαδικασίες» έλαβαν γενικά τον χαρακτηρισμό «αδύναμος» (34%). Οι 7 από τους 13 δείκτες έλαβαν το χαρακτηρισμό «δεν πληρείται», 2 δείκτες έλαβαν τον χαρακτηρισμό «μέτριος», 2 «καλός» και 2 «πολύ καλός». Πιο συγκεκριμένα, η Ομοσπονδία δεν εφαρμόζει διαδικασίες και πρακτικές που ευνοούν τον εσωτερικό διάλογο, δεν πραγματοποιεί διαβουλεύσεις με τα ενδιαφερόμενα μέρη, δεν έχει καθορίσει κανένα όριο θητειών για τα μέλη του Δ.Σ., δεν έχει συγκροτήσει πολυετή στρατηγικό σχεδιασμό και δεν δημοσιεύει πληροφορίες σχετικά με τις εκλογικές διαδικασίες.

Οι δείκτες της διάστασης «λογοδοσία και έλεγχος» έλαβαν γενικά τον χαρακτηρισμό «αδύναμος» (37%). Οι 5 από τους 14 δείκτες έλαβαν το χαρακτηρισμό «δεν πληρείται», 2 δείκτες έλαβαν τον χαρακτηρισμό «αδύναμος», 4 «μέτριος», 2 «καλός» και 1 «πολύ καλός». Πιο συγκεκριμένα, η Ομοσπονδία δεν διοργανώνει συνεδριάσεις Γ.Σ. σχετικά με τον προϋπολογισμό, τις αναλυτικές οικονομικές καταστάσεις και την αξιολόγηση της διοίκησης, δεν έχει διαδικασίες ανεξάρτητου εξωτερικού οικονομικού ελέγχου και δεν έχει θεσπίσει διαδικασίες για την πρόωρη παραίτηση των μελών του Δ.Σ. Στην νομοθεσία ή στους κανονισμούς της Ομοσπονδίας καθορίζονται η σύνθεση, οι αρμοδιότητες και τα καθήκοντα των μόνιμων επιτροπών, οι κανόνες για την υποβολή καταγγελιών, αλλά χωρίς σαφείς κανόνες για την διερεύνησή τους, τα ασυμβίβαστα (σύγκρουση συμφερόντων) για την εκλογή μελών στο Δ.Σ.. Το Δ.Σ. έχει την τελική εξουσία όσον αφορά τη γενική πολιτική και τα



οικονομικά της Ομοσπονδίας, ενώ δεν υπάρχει σαφής καθορισμός των διακρίσεων εξουσιών και ελέγχων μεταξύ της διεύθυνσης και του Δ.Σ.

Οι δείκτες της διάστασης «κοινωνική ευθύνη» έλαβαν γενικά τον χαρακτηρισμό «δεν πληρείται» (11%). Είναι η πλέον αδύναμη διάσταση, με 10 από τους 12 δείκτες να λαμβάνουν τον χαρακτηρισμό «δεν πληρείται», 1 «μέτριος» και 1 τον χαρακτηρισμό «καλός». Δεν υπάρχει (ή είναι αμελητέα) επίσημη δραστηριότητα όσον αφορά στην καταπολέμηση της σεξουαλικής παρενόχλησης και των διακρίσεων, την κοινωνική ένταξη μέσω της καλαθοσφαίρισης, την διπλή σταδιοδρομία των καλαθοσφαιριστών, την μείωση των κινδύνων υγείας τους, την προώθηση της ισότητας των φύλων, την προσφορά συμβουλών στα μέλη της Ομοσπονδίας στους τομείς της διαχείρισης και της διακυβέρνησης και την προώθηση της περιβαλλοντικής βιωσιμότητας. Η καταπολέμηση του ντόπινγκ, η χειραγώγηση των αγώνων και η δίκαιη μεταχείριση των επαγγελματιών αθλητών αποτελούν θέματα που ρυθμίζονται νομοθετικά, χωρίς, ωστόσο, να υπάρχουν δραστηριότητες από την Ομοσπονδία για ευαισθητοποίηση σε οποιοδήποτε επίπεδο. Η Ομοσπονδία δεν έχει εξουσιοδοτήσει κάποιο μέλος του προσωπικού (ή κάποια επιτροπή) για τις ειδικές δράσεις, τον καθορισμό στόχων και την αξιολόγηση. Μόνον η ανάληψη δράσεων για την προώθηση της πολιτικής «Αθλητισμός για Όλους» δείχνει κάποια δραστηριότητα, η οποία κυμαίνεται σε «αδύναμο» επίπεδο.

Χαρακτηρισμοί:		Δεν πληρείται 0-19 %	Αδύναμος 20-39 %	Μέτριος 40-59 %	Καλός 60-79 %	Πολύ καλός 80-100 %
<b>Αρχές - Αριθμός Δεικτών</b>	1. Νομικά & Καταστατικά έγγραφα	3/8	20-39 %			
	2. Γενική Συνέλευση	1/7	0-19 %			
	3. Αποφάσεις Δ.Σ.	0/4	0-19 %			
	4. Μέλη Δ.Σ.	2/6	20-39 %			
	5. Αθλητές & Σωματεία	0/3	0-19 %			
	6. Ετήσια Έκθεση	1/10	0-19 %			
	7. Χρηματικές Αμοιβές	1/4	20-39 %			
	8. Εκλογές Μελών Δ.Σ.	4/4	80-100 %			
	9. Διαφοροποιημένη σύνθεση Δ.Σ.	0/4	0-19 %			
	10. Επιτροπή Ανάδειξης Υποψηφίων	3/6	40-59 %			
	11. Απαρτία	3/4	60-79 %			
	12. Όριο Θητειών	0/2	0-19 %			
	13. Αντιπροσώπηση Μελών	3/4	60-79 %			
	14. Συγχές Συνεδρίες Δ.Σ.	4/5	80-100 %			
	15. Συμμετογή Αθλητών	0/4	0-19 %			
	16. Συμμετογή Διατητών	2/4	40-59 %			
	17. Συμμετογή Προπονητών	0/4	0-19 %			
	18. Συμμετογή Εθελοντών	0/4	0-19 %			
	19. Συμμετογή Υπαλλήλων	0/4	0-19 %			
	20. Πολιτική Ισότητας Φύλων	0/6	0-19 %			
	21. Εποχίτιδα Δ.Σ.	3/10	20-39 %			
	22. Διαδικασίες Παραίτησης Δ.Σ.	3/6	40-59 %			
	23. Κριτήρια Αρετότητας Δ.Σ.	4/6	60-79 %			
	24. Σαφής Δομή Διακυβέρνησης	7/8	80-100 %			
	25. Εποχίτιδα Διευθυντών	1/6	0-19 %			
	26. Επιτροπή Ελέγχου	3/6	40-59 %			
	27. Οικονομικοί Έλεγχοι	2/7	20-39 %			
	28. Αυτό-αξιολόγηση Δ.Σ.	0/3	0-19 %			
	29. Εξωτερικός Έλεγχος	0/3	0-19 %			
	30. Κώδικας Δεοντολογίας	0/10	0-19 %			
	31. Σύγκρουση συμφερόντων	2/4	40-59 %			
	32. Πολιτική Παραπόνων	5/8	60-79 %			
	33. Πολιτική Προσφυγών	2/5	40-59 %			
	34. Πρόγραμμα Συνεδριών Δ.Σ.	1/7	0-19 %			
	35. Σύμβουλοι Διακυβέρνησης	0/7	0-19 %			
	36. Μείωση κινδύνων Υγείας	0/6	0-19 %			
	37. Σεξουαλική Παρενόχληση	0/12	0-19 %			
	38. Φαρμακοδιέγερση	3/7	40-59 %			
	39. Κοινωνική Ένταξη	0/6	0-19 %			
	40. Καταπολέμηση Διακρίσεων	2/11	0-19 %			
	41. Ισότητα Φύλων	0/6	0-19 %			
	42. Προσπεννημένοι Αγώνες	1/9	0-19 %			
	43. Περιβαλλοντική Μέριμνα	0/7	0-19 %			
	44. Διπλή Καριέρα	0/6	0-19 %			
	45. Αθλητισμός για όλους	1/6	0-19 %			
	46. Δικαιώματα Αθλητών	3/5	60-79 %			
<b>Διαφάνεια 8/42 (19%)</b>		<b>Δημοκρατικές διαδικασίες 19/55 (34%)</b>		<b>Λογοδοσία &amp; Έλεγχος 33/39 (37%)</b>		<b>Κοινωνική ευθύνη 10/88 (11%)</b>

**Πίνακας 1:** Αποτελέσματα της εκτίμησης για τις 4 διαστάσεις και τις 46 Αρχές του ΠΕΑΔ.

### Συμπέρασμα

Η Ομοσπονδία έχει περιθώρια να βελτιώσει την επίδοσή της σε πολλά θέματα που αφορούν στην καλή διακυβέρνηση, ώστε να γίνει πιο αποδοτική για τους άμεσους και τους έμμεσους stakeholders της.

### Βιβλιογραφία

Australian Sport Commission (2002). *National sporting organizations' governance: Principles of best practice*. Author.



Council of Europe (2017). *Working towards a framework for modern sports governance*. Committee on Culture, Science, Education & Media. Rapporteur: Mr. Mogens Jensen, Denmark, Socialist Group.

EU Work Plan for Sport, 2011 – 2014. Expert Group “Good Governance”, Deliverable 2: Principles of good governance in sport. Author.

Geeraert, A. (2018). *National Sports Governance Observer: Indicators and instructions for assessing good governance in national sports federations*. Aarhus: Play the Game / Danish Institute for Sports Studies.

Πρωτοδικείο Αθηνών, Απόφαση 3644/22.02.1966.

Πρωτοδικείο Αθηνών, Απόφαση 48/1970.

### Ιστοσελίδες

[www.basket.gr](http://www.basket.gr). Ανακτήθηκε στις 18 Νοεμβρίου 2019.

## ΚΑΤΑΝΟΩΝΤΑΣ ΤΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ «ΕΝΕΔΡΑΣ» ΣΤΟ ΧΩΡΟ ΤΟΥ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ: ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ ΤΗΣ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑΣ

Βασιλειάδης, Ι., Γαργαλιάνος, Δ., Αμούτζας, Κ., Ρηγάλος, Δ., Υφαντίδου, Γ., & Φιλίππου, Φ.

ΤΕΦΑΑ, ΔΠΘ

### Περίληψη

Τις τελευταίες δεκαετίες το ενδιαφέρον για τον αθλητισμό και ιδιαίτερα για τις μεγάλες αθλητικές εκδηλώσεις έχει αυξηθεί, ενώ ταυτόχρονα η αθλητική χορηγία έχει γίνει ένα σημαντικό και αποδοτικό εργαλείο μάρκετινγκ. Μέρος αυτής της βαθμιαίας ανάπτυξης αποτελεί η εμφάνιση εναλλακτικών, συνήθως αμφιλεγόμενων, τεχνικών προώθησης ως μέρος της στρατηγικής διάφορων οργανισμών. Σκοπός αυτής της έρευνας ήταν η εύρεση, η συλλογή και η βιβλιογραφική ανασκόπηση άρθρων που αναλύουν το μάρκετινγκ «ενέδρας». Οι μηχανές αναζήτησης που χρησιμοποιήθηκαν ήταν το Google Scholar και το Scopus, το οποίο προσφέρει πρόσβαση στα επιστημονικά περιοδικά του εκδοτικού οίκου Elsevier. Οι λέξεις - κλειδιά που χρησιμοποιήθηκαν ήταν «ambush marketing», «ambush marketing in sports», «sponsorship techniques», «ambush marketing in Greece», «μάρκετινγκ ενέδρας», «εναλλακτικές μορφές μάρκετινγκ». Τα αποτελέσματα έδειξαν πως στη διεθνή βιβλιογραφία οι απόψεις σχετικά με την τεχνική του μάρκετινγκ «ενέδρας» δίστανται για το αν τα οφέλη που απορρέουν από αυτή μπορούν να υπερισχύσουν του αμφιλεγόμενου ηθικού βάρους που την χαρακτηρίζει. Επίσης, δεν βρέθηκε κανένα επιστημονικό άρθρο που να εξετάζει την χρήση τεχνικής μάρκετινγκ «ενέδρας» στην Ελλάδα, συνεπώς η τεχνική αυτή είτε δεν χρησιμοποιείται στην ελληνική αθλητική σκηνή, είτε δεν έχει καλυφθεί ερευνητικά.

**Λέξεις - κλειδιά:** Ambush marketing, ambush marketing in sports, sponsorship techniques, ambush marketing in Greece, μάρκετινγκ ενέδρας, εναλλακτικές μορφές μάρκετινγκ.

### Εισαγωγή

Για πολλές επιχειρήσεις, τα μεγάλα διεθνή αθλητικά γεγονότα αποτελούν την ιδανική πλατφόρμα για την εφαρμογή στρατηγικών μάρκετινγκ και οι διοργανωτές αθλητικών εκδηλώσεων πωλούν αποκλειστικά δικαιώματα σε επίσημους χορηγούς, οι οποίοι, σε αντάλλαγμα, αποκτούν το δικαίωμα να αξιοποιήσουν την εκδήλωση για δικούς τους διαφημιστικούς σκοπούς (Nufér, 2016). Ο όρος ενέδρα, παραπλανητικό, ή παρασιτικό μάρκετινγκ, αναφέρεται σε οποιαδήποτε μορφή εμπορικής επικοινωνίας ή δραστηριότητας, από την οποία κανείς θα μπορούσε εύλογα να συμπεράνει πως ένας οργανισμός συνδέεται με ένα γεγονός, ενώ στη πραγματικότητα κάτι τέτοιο δεν ισχύει (Payne, 1998). Οι Burton και Chadwick (2017), ανέλυσαν 850 περιπτώσεις μάρκετινγκ «ενέδρας» και κατέληξαν σε 3 διαφορετικές κατηγορίες:

*Επιθετικό μάρκετινγκ «ενέδρας»:* Είναι μία ακραία επιθετική και επεμβατική δραστηριότητα ενός οργανισμού, ο οποίος δεν έχει κανένα επίσημο ή νόμιμο δικαίωμα σύνδεσης με ένα γεγονός, αλλά που σκοπεύει να απειλήσει, να υπονομεύσει, ή να αποσπάσει την προσοχή του κοινού από μία εκδήλωση έναντι του επίσημου χορηγού. Για το παγκόσμιο κύπελλο της FIFA, το 2010, η Pepsi δημιούργησε τις

διαφημιστικές καμπάνιες «Refresh your World» και «Oh Africa», οι οποίες συνέδεσαν την συγκεκριμένη μάρκα με τη Νότια Αφρική και το διεθνές ποδόσφαιρο και ανταγωνίστηκαν άμεσα τον επίσημο χορηγό, την Coca-Cola (Richman, 2010).

*Μάρκετινγκ «ενέδρας» με την μορφή απλής ενόχλησης:* Οι εμφανείς - ανεπιθύμητα ορατές από τον επίσημο χορηγό, δραστηριότητες ενός ανταγωνιστικού εμπορικού σήματος που δεν έχει κανέναν επίσημο ή νόμιμο χαρακτήρα συσχέτισης με ένα γεγονός, οι οποίες μπορεί είτε σκόπιμα, είτε τυχαία να υπονομεύουν ή να αποσπούν την προσοχή από τον επίσημο χορηγό. Κατά την διάρκεια του πρωταθλήματος UEFA 2012 η πολωνική μπίρα «Tyskie» δημιούργησε την καμπάνια «Fifth stadium» (Gebarowski, 2018).

*Μάρκετινγκ «ενέδρας» με την μορφή λανθασμένης συσχέτισης:* Η προσπάθεια ενός εμπορικού σήματος που δεν έχει κανένα επίσημο ή νόμιμο δικαίωμα συσχέτισης με ένα γεγονός, να υπονοεί ή να δημιουργεί μία παραπλανητική ένδειξη ότι έχει κάποια σύνδεση. Η εταιρία «Paddy Power» δημιούργησε την ψευδαίσθηση ότι είναι επίσημος χορηγός των Ολυμπιακών Αγώνων του Λονδίνου, το 2012, με την χρήση υπερμεγέθους banner σε κομβικά σημεία περιοχών που υπήρχαν Ολυμπιακές εγκαταστάσεις που έγραφαν: «Επίσημος χορηγός του μεγαλύτερου αθλητικού γεγονότος του Λονδίνου φέτος!», ενώ κάτω από αυτή την δήλωση υπήρχε υποσημείωση - «μιλάμε για το Λονδίνο, στη Γαλλία!», αποκαλύπτοντας ότι αναφέρονται σε ένα μικρό χωριό στη Γαλλία με το όνομα «Λονδίνο» (Sweeney, 2012).

## **Σκοπός της έρευνας**

Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν η εύρεση, η συλλογή και η βιβλιογραφική ανασκόπηση άρθρων που αναλύουν το μάρκετινγκ «ενέδρας», ώστε να γίνει ευρύτερα γνωστή και κατανοητή αυτή η μέθοδος.

## **Μεθοδολογία**

Η αναζήτηση έγινε μέσω του εικονικού ιδιωτικού δικτύου (VPN) του Δημοκρίτειου Πανεπιστημίου Θράκης, το οποίο επιτρέπει την πρόσβαση στην διαδικτυακή πύλη HEAL-LINK. Οι μηχανές αναζήτησης που χρησιμοποιήθηκαν ήταν το Google, για την εύρεση πληροφοριών από ιστοσελίδες, το Google Scholar, και η βάση Scopus, το οποίο προσφέρει πρόσβαση στα επιστημονικά περιοδικά του εκδοτικού οίκου Elsevier. Οι λέξεις - κλειδιά που χρησιμοποιήθηκαν για την εύρεση των άρθρων ήταν «ambush marketing», «ambush marketing in sports», «sponsorship techniques», «ambush marketing in Greece», «μάρκετινγκ ενέδρας», «εναλλακτικές μορφές μάρκετινγκ». Κριτήρια για την ένταξη ενός άρθρου στο ενδιαφέρον της εργασίας ήταν: α) η άμεση αναφορά στο θέμα του μάρκετινγκ «ενέδρας» στον αθλητισμό και β) να είναι μεταγενέστερο του 2010. Τελικά συγκεντρώθηκαν 23 άρθρα.

## **Ανασκόπηση της βιβλιογραφίας**

Σήμερα, πολλές επιχειρήσεις προσπαθούν να συνδέσουν το όνομά τους με μεγάλα δημοφιλή γεγονότα (αθλητισμός, τέχνη, κοινωνικοί σκοποί), με απώτερο στόχο την εκπλήρωση της εκάστοτε στρατηγικής μάρκετινγκ που υλοποιούν. Τέτοια γεγονότα είναι και οι Ολυμπιακοί Αγώνες (International Olympic Committee, 2019). Όμως, τις περισσότερες φορές λίγες έχουν την οικονομική δυνατότητα να εξασφαλίσουν τα σχετικά δικαιώματα. Ως εκ τούτου, παράλληλα με την επίσημη χορηγία αναπτύχθηκε και μία κάπως αμφιλεγόμενη μορφή μάρκετινγκ, το μάρκετινγκ «ενέδρας», με την οποία οι μη-χορηγοί

στοχεύουν στην επίτευξη παρόμοιων αποτελεσμάτων με τους επίσημους χορηγούς, επικοινωνώντας με τους καταναλωτές με τρόπο που δημιουργούν την αίσθηση συσχέτισης με το γεγονός, χωρίς απαραίτητα να έχουν καταβάλει τα χρήματα που απαιτούνται για την απόκτηση επίσημων δικαιωμάτων (Chadwick & Burton, 2011).

Με την μία ή την άλλη μορφή, το μάρκετινγκ «ενέδρας» εμφανίζεται σχεδόν σε όλες τις μεγάλες αθλητικές οργανώσεις (Chadwick & Burton, 2011). Οι επιχειρήσεις που επενδύουν σε αυτές ενδιαφέρονται να προστατεύσουν τα προνόμια που αποκτούν και ταυτόχρονα οι οργανωτές τους έχουν εμπορικό και νομικό συμφέρον να προστατεύσουν τους επίσημους χορηγούς (Shi Qiang Sim, 2015). Από την άλλη πλευρά, οι ανταγωνιστές υποστηρίζουν ότι η πρακτική του μάρκετινγκ «ενέδρας» είναι απλά ένα αποτέλεσμα της ανταγωνιστικής στρατηγικής και δεν είναι επιβλαβής για τους καταναλωτές. Πράγματι, υπάρχουν ορισμένα στοιχεία που υποστηρίζουν την αντίληψη ότι η τεχνική αυτή γίνεται αντιληπτή από τους καταναλωτές ως διασκεδαστική και χιουμοριστική και ενδεχόμενα προσθέτουν αξία στο εκάστοτε αθλητικό γεγονός (Dickson, Naylor, & Phelps, 2015; Pitt, Parent, Berthon, & Steyn, 2010).

Ενώ οι απόψεις των καταναλωτών ενδέχεται να επηρεάζονται από δεοντολογικές πεποιθήσεις, στην βιβλιογραφία υποστηρίζεται ότι οι απόψεις τους σχετικά με τις μεθόδους μάρκετινγκ καθοδηγούνται κυρίως από παράγοντες και στοιχεία της εκάστοτε κατάστασης (Leonidou, Leonidou, & Kvasova, 2010). Οι Dickson et al., (2015), θεωρούν ότι οι καταναλωτές ενδέχεται να κατατάσσουν ορισμένες βιομηχανίες (π.χ., τράπεζες) σε υψηλότερο ηθικό ή δεοντολογικό επίπεδο από άλλες (π.χ., ζυθοποιίες ή αλκοολούχα ποτά), ενώ διαφορετικά διαφημιστικά πρότυπα και κανονισμοί ενδέχεται να είναι περισσότερο επιεική ή αυστηρά αντίστοιχα, σύμφωνα με την παραπάνω διάκριση.

Για να γίνουν καλύτερα κατανοητές οι επιπτώσεις μίας τεχνικής μάρκετινγκ «ενέδρας» στην εμπιστοσύνη των καταναλωτών διερευνήθηκε η ανταπόκρισή τους σε διάφορους βιομηχανικούς κλάδους. Διαπιστώθηκε ότι παρόλο που η πλειοψηφία των ερωτηθέντων θεωρεί το μάρκετινγκ «ενέδρας» ως ανήθικο, δεν αντιτάχθηκαν στην πρακτική λόγω των χαμηλών επιπέδων ενόχλησης από αυτή. Επίσης, βρέθηκε ότι μετά από ένα μεγάλο αθλητικό γεγονός οι καταναλωτές είναι πιο πιθανό να ανακαλέσουν στη μνήμη τους μη-επίσημους χορηγούς που έκαναν χρήση μάρκετινγκ «ενέδρας», παρά τους επίσημους χορηγούς του ίδιο γεγονότος, ενώ από την άλλη πλευρά εάν ο επίσημος χορηγός δεν είχε κάποιον ανταγωνιστή που να χρησιμοποιεί την τεχνική της «ενέδρας», πετύχαινε μεγαλύτερα ποσοστά ανάκλησης στη μνήμη (Burton & Chadwick, 2019).

Πρόσφατη βιβλιογραφία πάνω στο αθλητικό μάρκετινγκ έχει δείξει ένα αυξανόμενο ενδιαφέρον όσον αφορά στην έμμεση (implicit) επεξεργασία των πληροφοριών χορηγίας και έχει παράσχει πολύτιμες πληροφορίες σχετικά με την αποτελεσματικότητα την αθλητικής χορηγίας, όπως είναι η συσχέτιση τελικής επιλογής και μνήμης των καταναλωτών (Herrmann, Corneille, Derbaix, Kacha, & Walliser, 2014; Herrmann, Walliser, & Kacha, 2011) και η σύνδεση του χορηγού με το εκάστοτε αθλητικό γεγονός (Koenigstorfer & Groeppel-klein, 2012; Schmidt, Hennigs, Langner, & Limbach, 2013). Ωστόσο, υπάρχουν συγκριτικά λίγες έρευνες που διερευνούν τις επιπτώσεις της έμμεσης επεξεργασίας πληροφοριών σχετικά με την αποτελεσματικότητα της αθλητικής χορηγίας ως εργαλείο επικοινωνίας σε ένα ευρύ εμπορικό πλαίσιο.

Ο όρος «έμμεση επικοινωνία μάρκετινγκ» βασίζεται σε πιο αδύναμα μέσα για την παράδοση ενός εμπορικού μηνύματος μίας επιχείρησης. Τα «συστατικά» του μηνύματος δεν αναφέρονται σαφώς και αφήνουν τους καταναλωτές να βγάλουν τα δικά τους συμπεράσματα για το προϊόν / υπηρεσία που διαφημίζεται (Mack, n.d.). Ως μέρος της «έμμεσης επικοινωνίας μάρκετινγκ», το μάρκετινγκ «ενέδρας» έχει θετική επίδραση στην αντίληψη των καταναλωτών για το προϊόν που διαφημίζεται και εάν οι επιχειρήσεις που ασκούν παρόμοιες τεχνικές δεν διερευνούν την έμμεση μορφή επικοινωνίας μπορεί εύκολα να υποτιμηθεί, εάν όχι να θεωρηθεί ανύπαρκτη (Schmidt et al., 2018). Αντίθετα, οι Dekhil και Khammassi (2017), συμπέραναν πως εάν οι πρακτικές μάρκετινγκ «ενέδρας» αποκαλυφθούν, τότε παρατηρείται συσχέτιση με χαμηλά επίπεδα αναγνώρισης μάρκας και μειωμένες προθέσεις αγοράς προϊόντος από τους καταναλωτές. Οι Weeks et al., (2017), αναφέρουν πως εάν η χρήση της τεχνικής «ενέδρας» συσχετίζεται με θεματικές του εκάστοτε αθλητικού γεγονότος, ο διακριτικός χαρακτήρας του επίσημου χορηγού θα υποστηρίζεται καλύτερα όταν τα μηνύματα των δύο ανταγωνιστών μπορούν να αντιπαρατεθούν άμεσα και σε κοντινό πλαίσιο δημόσιας έκθεσης, καθώς η τεχνική της άμεσης αντιπαραθέσης μηνυμάτων (juxtaposition) βοηθά τους καταναλωτές να διακρίνουν ποιος είναι ο επίσημος χορηγός και ποιος όχι. Οι ίδιοι υποστηρίζουν πως όταν οι καταναλωτές δεν ήταν σε θέση να αντιπαραβάλλουν τις θεματικά συνδεδεμένες προσπάθειες των μη-επίσημων χορηγών με αυτές των επίσημων χορηγών, ήταν εξίσου πιθανό να εκλάβουν και τους δύο ως επίσημους χορηγούς. Οι Wolfsteiner et al., (2015), έχουν υποστηρίξει πως οι επίσημοι χορηγοί, αλλά και αυτοί που ασκούν «ενέδρα» μπορούν να ανακαλούνται από τους καταναλωτές σε παρόμοια επίπεδα, ιδιαίτερα όταν οι πρώτοι δεν αξιοποιούν πλήρως τις δυνατότητες της επένδυσης μίας χορηγίας. Στην ελληνική βιβλιογραφία παρατηρείται έλλειψη έρευνας σχετικά με αυτή την μέθοδο ως μέσο προώθησης μίας επιχείρησης σε αθλητικά γεγονότα.

## Συμπέρασμα

Για να προστατεύουν τα δικαιώματά τους οι χορηγοί χρειάζεται να εκπαιδεύσουν τους καταναλωτές για την τεχνική της «ενέδρας», ώστε να μπορούν να διακρίνουν τον επίσημο από τον μη-επίσημο χορηγό (Chadwick & Burton, 2011). Όμως, η επισήμανση αυτή μπορεί να θεωρηθεί και αμφιλεγόμενη επειδή επιχειρεί να περιορίσει την ροή της κανονικής αγοράς και την ελεύθερη επιλογή των καταναλωτών (Scassa, 2011). Όπως το μάρκετινγκ «ενέδρας» θεωρείται αμφισβητήσιμο, το ίδιο συμβαίνει και με τις προσπάθειες αντιμετώπισής του (Nufer, 2016).

## Βιβλιογραφία

- Burton, N., & Chadwick, S. (2019). European football supporter attitudes toward ambush marketing. *International Journal of Sports Marketing & Sponsorship*, 20(1), 143-162.
- Burton, N., & Chadwick, S. (2017). Ambush marketing is dead; Long live ambush marketing: A redefinition and typology of an increasingly prevalent phenomenon. *Journal of Advertising Research*, 3, 1-14.
- Chadwick, S., & Burton, N. (2011). The evolving sophistication of ambush marketing: A typology of strategies. *Thunderbird International Business Review*, 53(6), 709-719.
- Dekhil, F., & Khammassi, S. (2017). The efficiency of sponsoring vs ambush-marketing disclosure in terms of attitude and purchasing intention: Football – the African Nations Cup 2010. *International Journal Sport Management & Marketing*, 17(3), 200-219.
- Dickson, G., Naylor, M., & Phelps, S. (2015). Consumer attitudes towards ambush marketing. *Sport*



- Management Review*, 18(2), 280-290.
- Gebarowski, M. (2018). Ambush marketing in Poland before the 2012 European Football Championship. *Journal of Entrepreneurship, Management & Innovation*, 9(1), 157-172.
- Herrmann, J.-L., Corneille, O., Derbaix, C., Kacha, M., & Walliser, B. (2014). Implicit sponsorship effects for a prominent brand. *European Journal of Marketing*, 48(3/4), 785-804.
- Herrmann, J., Walliser, B., & Kacha, M. (2011). Consumer consideration of sponsor brands they do not remember. *International Journal of Advertising*, 32(2), 259-281.
- International Olympic Committee. (2019). Olympic marketing fact file: 2019 edition. *International Olympic Committee*. Ανακτήθηκε στις 18.11.2019, από: [https://stillmed.olympic.org/media/Document Library/OlympicOrg/Documents/IOC-Marketing-and-Broadcasting-General-Files/Olympic-Marketing-Fact-File-2018.pdf](https://stillmed.olympic.org/media/Document%20Library/OlympicOrg/Documents/IOC-Marketing-and-Broadcasting-General-Files/Olympic-Marketing-Fact-File-2018.pdf)
- Koenigstorfer, J., & Groeppel-Klein, A. (2012). Implicit and explicit attitudes to sponsors and ambushers. *European Sport Management Quarterly*, 12(5), 477-499.
- Leonidou, L. C., Leonidou, C. N., & Kvasova, O. (2010). Antecedents and outcomes of consumer environmentally friendly attitudes and behaviour. *Journal of Marketing Management*, 26(13-14), 1319-1344.
- Mack, S. (n.d.). The message components of implicit advertising vs explicit advertising. Ανακτήθηκε στις 28.06.2019, από: <https://smallbusiness.chron.com/message-components-implicit-advertising-vs-explicit-advertising-66649.html>
- Nufer, G. (2016). Ambush marketing in sports: An attack on sponsorship or innovative marketing? *Business & Management: An International Journal*, 6(4), 476-495.
- Payne, M. (1998). Ambush marketing: The undeserved advantage. *Psychology & Marketing*, 15(4), 323-331.
- Pitt, L., Parent, M., Berthon, P., & Steyn, P. G. (2010). Event sponsorship and ambush marketing: Lessons from the Beijing Olympics. *Business Horizons*, 53(3), 281-290.
- Richman, K. (2010). How Nike and Pepsi hijacked the World Cup. Ανακτήθηκε στις 28.06.2019, από: <https://adage.com/article/digitalnext/ambush-marketing-nike-pepsi-hijacked-world-cup/144378>
- Scassa, T. (2011). Ambush marketing and the right of association: Clamping down on references to that big event with all the athletes in a couple of years. *Journal of Sport Management*, 25, 354-370.
- Schmidt, S., Limbach, M., Langner, S., Wiedmann, K., Albertsen, L., & Schmidt, S. (2018). Official sports sponsorship fortress vs ambush marketing attack: Investigating the impact on implicit and explicit brand knowledge. *International Journal of Sports Marketing & Sponsorship*, 19(1), 91-108.
- Schmidt, S., Hennigs, N., Langner, S., & Limbach, M. (2013). The explicit and implicit impact of sport sponsorship. *Marketing Review St. Gallen*, 30(1), 58-70.
- Shi Qiang Sim, N. (2015). Ambush marketing in major sports events: War minus the shooting? *Journal of Intellectual Property Law & Practise*, 10(7), 536-550.
- Sweney, M. (2012). London 2012: Paddy Power wins poster campaign battle. Ανακτήθηκε στις 28.06.2019, από: <https://www.theguardian.com/media/2012/jul/25/london-2012-paddy-power>
- Weeks, C. S., Connor, P. J. O., & Martin, B. A. S. (2017). When ambush marketing is beneficial to sponsorship awareness: Creating sponsor distinctiveness using exclusivity and brand juxtaposition. *Journal of Marketing Management*, 33(15-16), 1256-1280.
- Wolfsteiner, E., Grohs, R., & Wagner, U. (2015). Memory effects of different relational links between brands and sponsored events. *Psychology & Marketing*, 32(10), 1031-1048.

## ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΤΗΣ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΑΣ ΝΑ ΕΦΑΡΜΟΣΤΕΙ ΤΟ ΟΠΑΔΙΚΟ ΜΟΝΤΕΛΟ ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΑΣ ΣΤΙΣ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΟΜΑΔΕΣ ΠΟΔΟΣΦΑΙΡΟΥ

Παπαγεωργίου, Π.,<sup>1</sup> Morrow, S.,<sup>1</sup> & Γαργαλιάνος, Δ.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Faculty of Health & Sport, University of Stirling

<sup>2</sup> ΓΕΦΑΑ, ΔΠΘ

### Περίληψη

Η οικονομική, πολιτική και κοινωνική σπουδαιότητα του ποδοσφαίρου οδηγεί στην αύξηση του αριθμού των ομάδων στην Ευρώπη, η ιδιοκτησία των οποίων ανήκει στους οπαδούς τους. Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν να διερευνήσει την δυνατότητα να εφαρμοστεί το οπαδικό μοντέλο ιδιοκτησίας και στις Ελληνικές επαγγελματικές ομάδες ποδοσφαίρου. Η μεθοδολογία που χρησιμοποιήθηκε ήταν η ημιδομημένη συνέντευξη. Στην έρευνα συμμετείχαν επαγγελματίες ποδοσφαιριστές, εκπρόσωποι συλλογικοτήτων οπαδών και ένα στέλεχος του οργανισμού Supporters Direct Europe. Τα αποτελέσματα αναλύθηκαν με την χρήση της θεματικής ανάλυσης και έδειξαν ότι η υλοποίηση του συγκεκριμένου μοντέλου ιδιοκτησίας θα μπορούσε να οδηγήσει τις ομάδες στο να λειτουργούν με μεγαλύτερη διαφάνεια και υπευθυνότητα, καθώς και να ελαχιστοποιήσει τα περιστατικά βίας στα γήπεδα. Τα κύρια εμπόδια που εντοπίζονται για να συμβεί κάτι τέτοιο φαίνεται να είναι η νοοτροπία των Ελλήνων οπαδών και πολιτών, καθώς και το θεσμικό πλαίσιο της χώρας.

**Λέξεις - κλειδιά:** Ιδιοκτησία ομάδων, οπαδική ιδιοκτησία, ποδοσφαιρικές ομάδες, Ελλάδα.

### Εισαγωγή

Το ποδόσφαιρο αποτελεί το πιο διαδεδομένο άθλημα στην Ελλάδα και θεωρείται lingua franca ανά την Ευρώπη (Dimitropoulos, 2006). Κατά τις τελευταίες δεκαετίες τα αυξημένα έσοδα από τις χορηγίες και από τα τηλεοπτικά δικαιώματα διεύρυναν την εμπορευματοποίηση του αθλητισμού γενικότερα (Ward, Scanlon, & Hines, 2012), και του ποδοσφαίρου ειδικότερα (Dimitropoulos & Tsagkanos, 2012). Αυτό είχε ως αποτέλεσμα την αθλητική, οικονομική και διοικητική βελτίωση των ποδοσφαιρικών ομάδων (Szymanski & Zimbalist, 2005), αλλά και την αύξηση της ανησυχίας όσον αφορά στις επιπτώσεις που μπορεί να υπάρξουν στον κοινωνικό και πολιτιστικό ρόλο του ποδοσφαίρου (Giulianotti, 2005). Στην εμπορευματική ανάπτυξη ελλοχεύει ο κίνδυνος να χαλαρώσουν οι δεσμοί μεταξύ ομάδων, οπαδών και τοπικών κοινωνιών (Hamil, Michie, Oughton & Warby, 2000), καθώς επίσης και να διαταραχθεί η απαραίτητη ισορροπία μεταξύ οικονομικής και αθλητικής επίδοσης των ομάδων (Adams & Armitage, 2004).

Ωστόσο, παρά τις σημαντικές εισροές χρημάτων στο άθλημα, πολλές ομάδες ανά την Ευρώπη βρίσκονται στα πρόθυρα της οικονομικής καταστροφής (Acero, Serrano & Dimitropoulos, 2017). Επιπλέον, κοινωνικοπολιτικές και οικονομικές αναταραχές στο επαγγελματικό ποδοσφαιρικό στερέωμα οδήγησαν στην εξέλιξη των ιδιοκτησιακών και διακυβερνητικών δομών των ομάδων (Adams, Morrow & Thomson, 2017). Με τους οπαδούς να έχουν έναν πολυδιάστατο ρόλο για την βιωσιμότητα και την

ανάπτυξη της ομάδας τους (Hamil et al., 2000), σποραδικά συλλογικότητες οπαδών που είναι δυσαρεστημένοι με τον τρόπο λειτουργίας της ομάδας τους οργανώνονται και αναμιγνύονται στο ιδιοκτησιακό καθεστώς της (Millward, 2011). Ακαδημαϊκές μελέτες υπογραμμίζουν τα οφέλη που παρουσιάζονται στις ομάδες από ιδιοκτησιακά μοντέλα, ανεξάρτητα από την μορφή τους, τα οποία περιλαμβάνουν και τους οπαδούς τους (Morrow & Hamil, 2003).

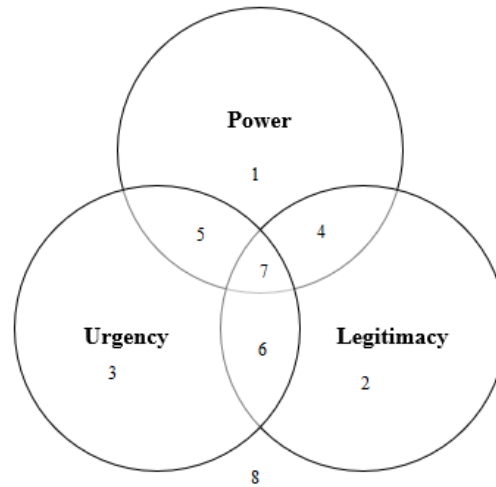
Παρά το γεγονός ότι κατά το παρελθόν υπήρξαν προσπάθειες να εφαρμοστεί το μοντέλο της οπαδικής ιδιοκτησίας, σε διάφορες μορφές, σε ομάδες της πρώτης κατηγορίας στην Ελλάδα, αυτές δεν ευδοκίμησαν και τις οδήγησαν σε ιδιοκτησιακά μοντέλα μεγαλομετόχων, καθώς και σε οικονομικό και αγωνιστικό τέλμα.

### **Σκοπός της έρευνας**

Με τις αλλαγές στη διακυβέρνηση του Ελληνικού ποδοσφαίρου να είναι ραγδαίες και συνεχείς και λαμβάνοντας υπόψη τις όλο και αυξανόμενες αρμοδιότητες των οπαδών όσον αφορά στην ιδιοκτησία και την διοίκηση των ποδοσφαιρικών ομάδων πανευρωπαϊκά (Garcia & Zheng, 2017), σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν να διερευνήσει την δυνατότητα να εφαρμοστεί το οπαδικό μοντέλο ιδιοκτησίας και στις Ελληνικές επαγγελματικές ομάδες ποδοσφαίρου.

### **Ανασκόπηση της βιβλιογραφίας**

Η παρούσα μελέτη εφαρμόζει τη θεωρία των stakeholders, η οποία παρουσιάζει υψηλή συνάφεια με την έρευνα σχετικά με τις ποδοσφαιρικές ομάδες (Anagnostopoulos, 2011). Η θεωρία αυτή αναπτύχθηκε από τον Freeman (1984), με έμφαση στον οργανισμό και εξελίχθηκε από τους Ferrand και McCarthy (2009), λαμβάνοντας μία δικτυοκεντρική οπτική. Stakeholder θεωρείται «...ένας οργανισμός, μία ομάδα ατόμων ή ένα άτομο, το οποίο μπορεί να επηρεάσει ή να επηρεαστεί από την επίτευξη των στόχων ενός οργανισμού (Freedman, 1984, σ. 46). Σύμφωνα με τους Mitchell, Bradley, Agle και Wood (1997), οι stakeholders κατηγοριοποιούνται με βάση την κατοχή ενός ή παραπάνω από τα εξής χαρακτηριστικά: α) δύναμη (power), β) νομιμότητα (legitimacy) και γ) επείγουσα ανάγκη (urgency). Με βάση το μοντέλο αυτό, οι βασικοί stakeholders για τις Ελληνικές επαγγελματικές ποδοσφαιρικές ομάδες είναι οι ποδοσφαιριστές, το ερασιτεχνικό σωματείο, οι σύνδεσμοι οπαδών, οι τοπικές αρχές, ο τύπος και οι οργανωτικοί φορείς (Anagnostopoulos, 2011). Όμως, μόνον οι ποδοσφαιριστές και οι σύνδεσμοι οπαδών φαίνεται να κατέχουν και τα τρία χαρακτηριστικά που απαιτούνται για να θεωρηθούν οριστικοί (definitive) stakeholders (Γράφημα 1).



1: Αδρανής (Dormant)	4: Κυρίαρχος (Dominant)	7: Οριστικός (Definitive)
2: Διακριτικός (Discretionary)	5: Επικίνδυνος (Dangerous)	8: Non-stakeholder
3: Απαιτητικός (Demanding)	6: Εξαρτώμενος (Dependent)	

**Γράφημα 1:** Κατηγοριοποίηση των stakeholders (προσαρμοσμένο από τους Mitchell, Bradley, Agle & Wood, 1997).

## Μεθοδολογία

*Δείγμα:* Εστιάζοντας στους οριστικούς stakeholders των Ελληνικών επαγγελματικών ποδοσφαιρικών ομάδων, στην έρευνα συμμετείχαν 3 επαγγελματίες ποδοσφαιριστές ομάδων της Ελληνικής Super League, 4 εκπρόσωποι συνδέσμων οπαδών ομάδων της Ελληνικής Super League, καθώς και ένας σύμβουλος του Οργανισμού Supporters Direct Europe με την ιδιότητα του πρώην οριστικού stakeholder Ελληνικής επαγγελματικής ποδοσφαιρικής ομάδας.

*Όργανα μέτρησης:* Ως καταλληλότερη προσέγγιση για το εξεταζόμενο θέμα θεωρήθηκε η ποιοτική έρευνα και ως καταλληλότερη τεχνική επιλέχθηκε η ημιδομημένη συνέντευξη.

*Διαδικασία συλλογής δεδομένων:* Οι συνεντεύξεις πραγματοποιήθηκαν τον Μάιο και τον Ιούνιο του 2019, με προσωπική επαφή, ή με συνομιλία μέσω κλήσης βίντεο και διαρκούσαν 30 - 60 λεπτά η κάθε μία.

*Ανάλυση των δεδομένων:* Τα δεδομένα καταγράφηκαν και αναλύθηκαν με το λογισμικό NVivo, με την χρήση της θεματικής ανάλυσης, η οποία θεωρείται ιδανική για έρευνες τέτοιου είδους (Braun & Clarke, 2006).

## Αποτελέσματα

Η θεματική ανάλυση ανέδειξε 3 κεντρικά θέματα: α) το Ελληνικό επαγγελματικό ποδόσφαιρο, β) το οπαδικό κίνημα και γ) την οπαδική ιδιοκτησία, τα οποία ταξινομήθηκαν στις εξής κατηγορίες:

ποδοσφαιρικές ομάδες, ιδιοκτήτες ποδοσφαιρικών ομάδων, ικανοποίηση, οπαδικό κίνημα - σχέσεις μεταξύ οπαδών, επιρροή, οπαδική ιδιοκτησία - παλαιότερα εγχειρήματα, τοπικές αρχές και οφέλη.

*Ποδοσφαιρικές Ομάδες:* Τονίστηκε ο κοινωνικός ρόλος των ποδοσφαιρικών ομάδων, καθώς και η σπουδαιότητά τους ως μέσο φυσικής άσκησης και ψυχαγωγίας. Ειδική μνεία έγινε στο διαχωρισμό συναισθηματικής και πραγματικής ιδιοκτησίας των σωματείων, ο οποίος έχει εξεταστεί και ακαδημαϊκά (Giulianotti, 2005).

*Ιδιοκτήτες Ποδοσφαιρικών Ομάδων:* Διαπιστώθηκε μία έντονη δυσπιστία όσον αφορά στους ιδιοκτήτες των ομάδων, τα κίνητρά τους και τον τρόπο που τις διοικούν.

*Ικανοποίηση:* Κυριάρχησε έντονος προβληματισμός όσον αφορά στον τρόπο που διοικούνται οι ποδοσφαιρικές ομάδες και το ποδόσφαιρο γενικότερα στην Ελλάδα, τα περιστατικά βίας, το επίπεδο των εγκαταστάσεων και το περιεχόμενο του προϊόντος που προσφέρεται στο Ελληνικό κοινό.

*Οπαδικό Κίνημα - Σχέσεις Μεταξύ Οπαδών:* Οι σχέσεις μεταξύ συνδέσμων οπαδών διαφορετικών ομάδων είναι κατά κύριο λόγο άσχημες και φαίνεται πρώιμο να οργανωθούν και να δράσουν συλλογικά, ώστε να μπορούν να διαπραγματευτούν με τις πολιτικές και τις ποδοσφαιρικές αρχές.

*Επιρροή:* Οι οπαδοί στην Ελλάδα έχουν επιρροή στη διοίκηση των ομάδων που υποστηρίζουν, χωρίς, ωστόσο, αυτή να αφορά στα σημαντικότερα θέματα και να έχει νομική υπόσταση. Μία πιο ουσιαστική συμμετοχή των οπαδών στη διοίκηση των ομάδων αντιμετωπίστηκε θετικά από τους συμμετέχοντες.

*Οπαδική Ιδιοκτησία - Προηγούμενα Εγχειρήματα:* Κατά το παρελθόν έχουν γίνει προσπάθειες για εφαρμογή της οπαδικής ιδιοκτησίας στην Ελλάδα (Άρης, Παναθηναϊκός) και τα προβλήματα εντοπίστηκαν σε διαφορετικούς τομείς. Στην περίπτωση του Άρη φαίνεται πως το πλαίσιο στο οποίο λειτουργούσε το επαγγελματικό ποδόσφαιρο στην Ελλάδα εκείνη την περίοδο δεν μπορούσε να υποστηρίξει ένα τέτοιο εγχείρημα, ειδικά χωρίς την υποστήριξη της πολιτείας. Στη περίπτωση του Παναθηναϊκού, το πρόβλημα αφορούσε στο γεγονός ότι η προσπάθεια ξεκίνησε από την κορυφή προς τα κάτω, αντίθετα από την πορεία που ακολουθούν τα εγχειρήματα λαϊκής βάσης ανά την Ευρώπη.

*Τοπικές Αρχές:* Ενώ σε εγχειρήματα οπαδικής ιδιοκτησίας στην Ευρώπη οι τοπικές αρχές φαίνεται να έχουν εξέχοντα ρόλο (O'Brien, 2017) στην Ελλάδα η βοήθειά τους προς τις ομάδες περιορίζεται στην ενοικίαση δημοτικών σταδίων για να καλύψουν τις ανάγκες τους.

*Οφέλη:* Ως τα πιο σημαντικά οφέλη μίας μελλοντικής εφαρμογής του οπαδικού μοντέλου ιδιοκτησίας στις επαγγελματικές ποδοσφαιρικές ομάδες οι συμμετέχοντες ανέφεραν τον εκδημοκρατισμό στον τρόπο λειτουργίας και την κοινοτικοποίηση των ομάδων, καθώς και την εξάλειψη των γεγονότων βίας.

## **Συμπεράσματα**

Η πλειοψηφία των συμμετεχόντων στην έρευνα αντιμετώπισαν θετικά το θέμα του μοντέλου οπαδικής ιδιοκτησίας, αλλά εξέφρασαν τον σκεπτικισμό τους όσον αφορά στο αν μπορεί να εφαρμοστεί επιτυχώς στο Ελληνικό επαγγελματικό ποδόσφαιρο. Τα κύρια εμπόδια εντοπίστηκαν στη νοοτροπία των Ελλήνων οπαδών και πολιτών, στην έλλειψη συλλογικότητας από την Ελληνική κοινωνία, καθώς και



στην απροθυμία των πολιτικών και ποδοσφαιρικών αρχών να υποστηρίξουν αντίστοιχες προσπάθειες. Για να επιτύχει η εφαρμογή ενός οπαδικού μοντέλου ιδιοκτησίας στο Ελληνικό επαγγελματικό ποδόσφαιρο τονίστηκε η ανάγκη διαχωρισμού ιδιοκτησίας και διοίκησης των ομάδων, η αναθεώρηση του πλαισίου λειτουργίας των ποδοσφαιρικών και πολιτικών αρχών, καθώς και η καλύτερη δυνατή συνεργασία και επικοινωνία μεταξύ των συλλογικοτήτων οπαδών που πραγματοποιούν το εγχείρημα.

## Βιβλιογραφία

- Acero, I., Serrano, R., & Dimitropoulos, P. (2017). Ownership structure and financial performance in European football. *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*, 17(3), 551-523.
- Adams, A., & Armitage, S. (2004). Mutuality for football clubs? Lessons from the financial sector. *Studies in Economics & Finance*, 22(1), 26-41.
- Adams, A., Morrow, S., & Thomson, I. (2017). Changing boundaries and evolving organizational forms in football: Novelty and variety among Scottish clubs. *Journal of Sport Management*, 31, 161-175.
- Anagnostopoulos, C. (2011b). Stakeholder management in Greek professional football: Identification and salience. *Soccer & Society*, 12(2), 249-264.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3, 77-101.
- Dimitropoulos, P. (2006). The accounting and tax legislation of the Greek football clubs. *Choregia*, 2(1-2), 55-64.
- Dimitropoulos, P., & Tsagkanos, A. (2012). Financial performance and corporate governance in the European football industry. *International Journal of Sport Finance*, 7, 280-308.
- Ferrand, A., & McCarthy S. (2009). *Marketing the sports organizations*. New York, NY: Routledge.
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Boston: Pitman.
- García, B., & Zheng, J. (Eds.). (2017). *Football and supporter activism in Europe: Whose game is it?* Basingstoke, UK: Palgrave MacMillan.
- Giulianotti, R. (2005). Sport spectators and the social consequences of commodification: Critical perspectives from Scottish football. *Journal of Sport & Social Issues*, 29, 386-410.
- Hamil, S., Michie, J., Oughton, C., & Warby, S. (2000). Recent developments in football ownership. *Soccer & Society*, 1(3), 1-10.
- O'Brien, J. (2017). C.A. Osasuna: Identity, ownership and governance in Spanish football clubs. In B. Garcia & J. Zheng (Eds.), *Football and supporter activism in Europe: Whose game is it?* (pp. 121-141). Basingstoke, UK: Palgrave MacMillan.
- Millward, P. (2011). *The global football league: Transnational networks, social movements and sport in the new media age*. Basingstoke, UK: Palgrave MacMillan.
- Mitchell, R. K., Agle, B. R., & Wood, D. J. (2009). Toward a theory of stakeholder identification and salience: Defining the principle of who and what really counts. *Academy of Management Review*, 22(4), 853-886.
- Morrow, S., & Hamil, S. (2003). Corporate community involvement by football clubs: Business strategy or social obligation. *Stirling Research Papers in Sport Studies*, 1(1), Stirling: University of Stirling.
- Szymanski, S., & Zimbalist, A. (2005). *National pastime: How Americans play baseball and the rest of the world plays soccer*. Washington, USA: Brookings Institution.
- Ward, S., Scanlon, T. J., & Hines, T. (2012). Mutuality ownership form and professional sports: Football. *Nonprofit & Voluntary Sector Quarterly*, 42(4), 763-780.

## Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΡΙΣΗΣ ΣΤΑ ΕΣΟΔΑ ΤΟΥ ΠΡΩΤΑΘΛΗΜΑΤΟΣ ΤΗΣ SUPER LEAGUE

Λίπας, Ι., Μανασής, Β., & Αυθίνος, Ι.

ΣΕΦΑΑ, ΕΚΠΑ

### Περίληψη

Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν να εξετάσει την επίδραση της οικονομικής κρίσης στα έσοδα από την πώληση εισιτηρίων σε αγώνες του πρωταθλήματος ποδοσφαίρου της Super League, για την χρονική περίοδο από το 2000 έως το 2017. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι η πορεία των εσόδων ακολουθούν την οικονομική κατάσταση της χώρας. Η δραματική πτώση των εσόδων που εμφανίζεται μετά το 2010 προέρχεται τόσο από την μείωση της προσέλευσης των φιλάθλων στα γήπεδα, όσο και από την μείωση της τιμής των εισιτηρίων που ξεκίνησε κυρίως μετά το 2006. Φαίνεται πως είτε η μείωση της τιμής των εισιτηρίων θα έπρεπε να είναι μεγαλύτερη, είτε υπήρξαν και άλλοι σημαντικοί παράγοντες που απομάκρυναν τους φιλάθλους από τα γήπεδα.

**Λέξεις - κλειδιά:** Οικονομική κρίση, έσοδα πρωταθλήματος, προσέλευση φιλάθλων, τιμή εισιτηρίων, ποδόσφαιρο, πρωτάθλημα Super League.

### Εισαγωγή

Μέσω των πολυάριθμων διοργανώσεών του το ποδόσφαιρο επηρεάζει την ευρύτερη οικονομία μίας χώρας. Ο οικονομικός αντίκτυπος του επαγγελματικού ποδοσφαίρου στην οικονομία λαμβάνει υπόψη τα έσοδα από τις πωλήσεις εισιτηρίων, την συμμετοχή σε ευρωπαϊκές διοργανώσεις, τα τηλεοπτικά και τα εμπορικά δικαιώματα, καθώς και τον στοιχηματισμό. Η συμβολή του πρωταθλήματος της Super League στην εθνική οικονομία σε όρους Ακαθάριστου Εγχώριου Προϊόντος (ΑΕΠ) είναι περίπου € 2,3 δις τον χρόνο (Το ΒΗΜΑ Team, 2014).

Το 2009 σηματοδοτεί την έναρξη της κρίσης χρέους στην Ελλάδα και τα οικονομικά προβλήματα επισκιάζουν τόσο την κοινωνία της χώρας γενικότερα, όσο και το ποδόσφαιρο ειδικότερα. Στη διάρκεια 2009 - 2012 καταγράφηκαν μεγάλες οικονομικές απώλειες, καθώς οι ομάδες της Super League δεν κατάφεραν να δημιουργήσουν έσοδα και να συγκρατήσουν τα έξοδα (Euronews, 2013), οπότε αδυνατούσαν να καλύψουν τα χρέη τους (Δημητρόπουλος & Αλεξόπουλος, 2014). Επιπλέον, η οικονομική κρίση στο ελληνικό ποδόσφαιρο, εκτός του ότι οδήγησε πολλούς συλλόγους στην χρεωκοπία, επηρέασε και την προσέλευση των φιλάθλων στα γήπεδα, παρά την μείωση της τιμής των εισιτηρίων.

### Σκοπός της έρευνας

Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν να εξετάσει την επίδραση της οικονομικής κρίσης στα έσοδα από την πώληση εισιτηρίων σε αγώνες του πρωταθλήματος ποδοσφαίρου της Super League, για την χρονική περίοδο από το 2000 έως το 2017.

## Δείγμα - Μεταβλητές - Μέθοδος

Η έρευνα περιλάμβανε δεδομένα από τις επαγγελματικές ομάδες ποδοσφαίρου που συμμετείχαν στο πρωτάθλημα της Super League, από το 2000 έως το 2017. Ως έσοδα του πρωταθλήματος ορίζεται ο μέσος όρος εσόδων από τα εισιτήρια ανά αγώνα και ο υπολογισμός έγινε με την χρήση: α) του μέσου όρου προσέλευσης των φιλάθλων ανά αγώνα και β) του μέσου όρου τιμής των εισιτηρίων ανά αγωνιστική περίοδο<sup>1</sup>. Για το καλύτερο προσδιορισμό της οικονομικής κατάστασης της χώρας επιλέχθηκε το κατά κεφαλήν Πραγματικό Εθνικό Ακαθάριστο Εισόδημα (ΠΑΕΕ) που συνδέεται με την αξία των αγαθών και των υπηρεσιών που μπορεί να απολαύσει ένας καταναλωτής - φίλαθλος. Για να γίνει ο υπολογισμός του ΠΑΕΕ προσαρμόστηκε το Ακαθάριστο Εθνικό Εισόδημα (ΑΕΕ) με τον σταθμισμένο Δείκτη Τιμών Καταναλωτή (ΔΤΚ, έτος αναφοράς 2010).<sup>2</sup> Οι υπολογισμοί και τα γραφήματα για την ανάλυση των δεδομένων έγιναν με το πρόγραμμα Microsoft Office EXCEL (Πίνακας 1).

Μεταβλητές	Μέγιστη Τιμή	Ελάχιστη Τιμή	Εύρος Τιμής	Μέσος Όρος
Προσέλευση φιλάθλων	7.534	2.892	4.642	5.009,11
Τιμή εισιτηρίων	€ 20,87	€ 10,48	€ 10,39	€ 15,66
Έσοδα από εισιτήρια	€ 124.277,52	€ 34.411,43	€ 89.866,09	€ 79.475,72
Πραγματικό Εθνικό Ακαθάριστο κατά κεφαλήν Εισόδημα	€ 26.319,18	€ 18.340,94	€ 7.978,24	€ 22.638,95
Ακαθάριστο Εθνικό Εισόδημα	€ 23.658,33	€ 20.590,32	€ 3.068,01	€ 20.590,32
Δείκτης Τιμών Καταναλωτή	104,88	72,20	32,68	92,05

**Πίνακας 1:** Τιμές των μεταβλητών που εξετάζονται.

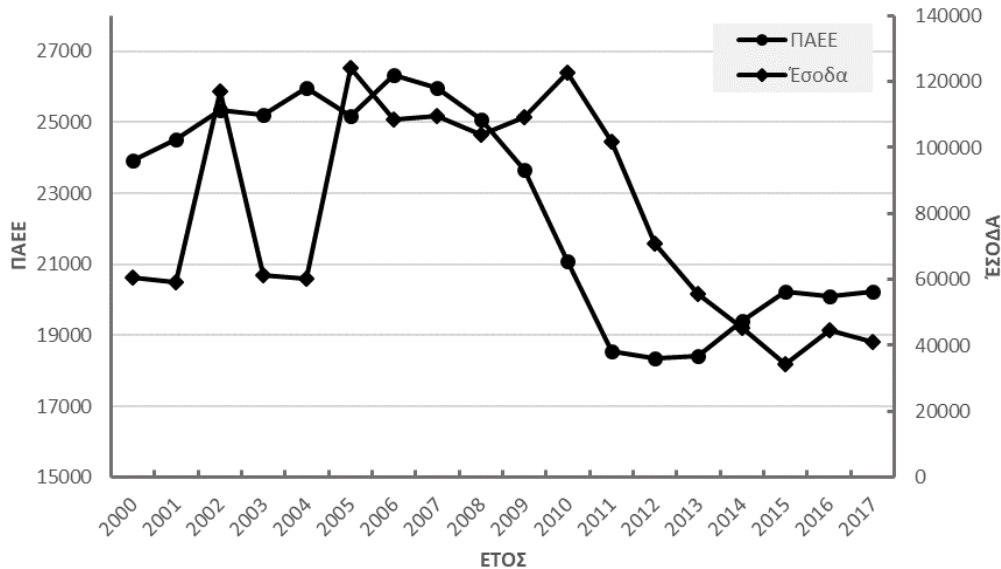
## Αποτελέσματα

Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι το ΠΑΕΕ αυξάνεται ομαλά από την αρχή της εξεταζόμενης περιόδου έως και το 2006 ενώ στο ίδιο χρονικό διάστημα στα έσοδα παρατηρείται έντονη αυξομείωση μέχρι και το 2005, χρονιά κατά την οποία σημειώνονται οι υψηλότερες τιμές (€ 124.277,52). Στη συνέχεια, το ΠΑΕΕ ακολουθεί μία συνεχώς πτωτική πορεία, η οποία γίνεται έντονα καθοδική κυρίως μετά το 2009 (η αρχή της κρίσης χρέους) και συνεχίζεται μέχρι και το 2011. Αντίθετα, για το διάστημα 2007-2011 τα έσοδα βρίσκονται σταθερά σε υψηλές τιμές και δείχνουν να μην έχουν επηρεαστεί ακόμη από την κρίση αφού το 2010 παρουσιάζουν την 2<sup>η</sup> καλύτερη επίδοση (€ 122.842,45). Από το 2012 και μετά για το ΠΑΕΕ ακολουθεί μία περίοδο σταθεροποίησης και μικρής ανόδου τα τελευταία χρόνια, όμως παραμένει σε χαμηλά επίπεδα σε σχέση με την προ-2009 περίοδο. Μετά το 2011 τα έσοδα εμφανίζουν μεγάλη υποχώρηση και μάλιστα το 2015 χαρακτηρίζεται ως η χειρότερη χρονιά με έσοδα μόλις € 34.411,43.

<sup>1</sup> Τα δεδομένα για την τιμή των εισιτηρίων παραχωρήθηκαν από την Super League. Τα δεδομένα για την προσέλευση των φιλάθλων προέρχονται από την European Football Statistics (<https://www.european-football-statistics.co.uk>).

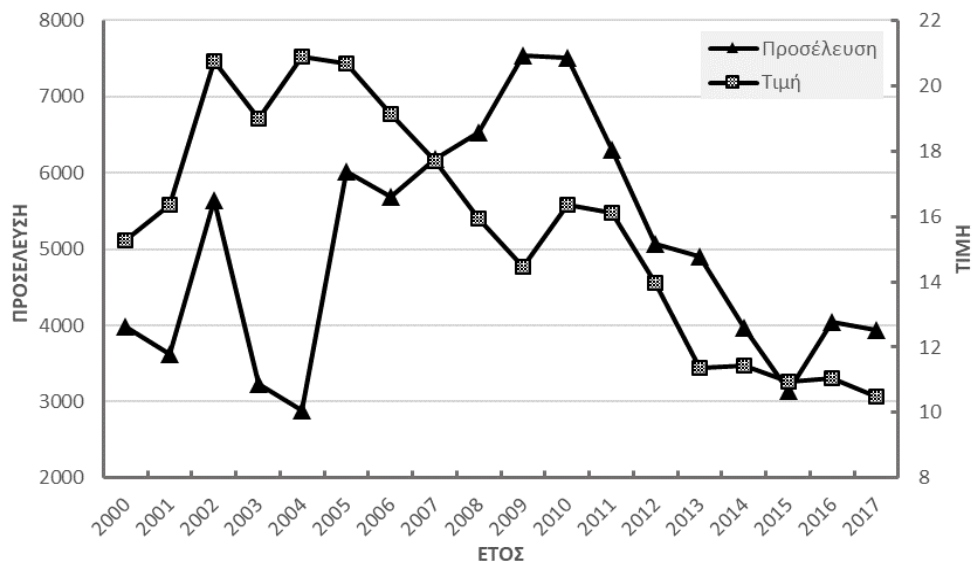
<sup>2</sup> Τα δεδομένα για το ΑΕΕ και τον ΔΤΚ προέρχονται από: European Commission, Economic & Financial Affairs ([https://https://ec.europa.eu/economy\\_finance/ameco/user/serie/SelectSerie.cfm](https://https://ec.europa.eu/economy_finance/ameco/user/serie/SelectSerie.cfm)). Με βάση τον ΔΤΚ προσαρμόστηκε και η τιμή των εισιτηρίων.

Στις δύο τελευταίες χρονιές (2016 & 2017) τα έσοδα παρουσιάζουν μία μικρή άνοδο, παρ' όλ' αυτά συνεχίζουν να κυμαίνονται σε συγκριτικά πολύ χαμηλά επίπεδα (Γράφημα 1).



**Γράφημα 1:** ΠΑΕΕ και έσοδα.

Μέχρι το 2005 παρατηρείται έντονη αυξομείωση της προσέλευσης των φιλάθλων στα γήπεδα, γεγονός που συνοδεύτηκε από αντίστοιχη πορεία των εσόδων. Από το 2006 έως και το 2010 παρατηρείται ραγδαία αύξηση της προσέλευσης, ενώ η πορεία της τιμής είναι έντονα καθοδική. Από το 2011 η προσέλευση είναι έντονα καθοδική μέχρι το 2015 και ακολουθεί ήπια άνοδος. Όσον αφορά στην τιμή, μετά την προσωρινή αύξηση του 2010 & 2011, παρατηρείται σταδιακή ήπια μείωση μέχρι και το 2017 (Γράφημα 2).



**Γράφημα 2:** Προσέλευση και τιμή εισιτηρίων.

## Συζήτηση – Συμπεράσματα

Αναφορικά με το βασικό ερώτημα της έρευνας, διαπιστώνεται η καθοδική πορεία των εσόδων της Super League από τα εισιτήρια, η οποία ακολουθεί με μικρή καθυστέρηση την φθίνουσα περίοδο του ΠΑΕΕ από το 2008 έως το 2015. Η οικονομική κρίση της χώρας φαίνεται να επηρέασε σε μεγάλο βαθμό την πορεία των εσόδων, τα οποία μειώθηκαν περίπου 72% με βάση την καλύτερη (2005) και την χειρότερη (2015) οικονομικά αγωνιστική περίοδο.

Η σύγκριση των Γραφημάτων 1 και 2 δείχνει έντονη ομοιότητα στον τρόπο διακύμανσης του ΠΑΕΕ και της τιμής. Συνεπώς, η τιμή των εισιτηρίων αφενός κυμαίνονταν σε φυσιολογικό για την εποχή επίπεδο και σύμφωνα με το ΠΑΕΕ στην προ κρίσης περίοδο, αφετέρου ανταποκρίθηκε στην πτώση του ΠΑΕΕ στην προσπάθεια των συλλόγων να εισάγουν νέους τρόπους αντιμετώπισης της κρίσης που αντιμετώπιζαν, ώστε να κρατήσουν τους φιλάθλους στο γήπεδο.

Η προσέλευση των φιλάθλων στο γήπεδο ακολουθεί ανάλογη πορεία με αυτή των εσόδων. Εξαιρέση αποτελεί το διάστημα 2005-2010, όπου παρατηρείται μεγάλη αύξηση της προσέλευσης και αντίστοιχη μείωση της τιμής. Ως αποτέλεσμα, στο διάστημα αυτό τα έσοδα διατηρήθηκαν σε υψηλά επίπεδα παράλληλη την οικονομική κρίση. Για την πορεία των εσόδων από το 2011 και μετά συμπεραίνεται πως είτε η μείωση της τιμής των εισιτηρίων δεν ήταν επαρκής, είτε υπήρξαν και άλλοι λόγοι που εμπόδισαν τους φιλάθλους να πάνε στα γήπεδα. Σημειώνεται η κακή στρατηγική των ομάδων, οι οποίες εν μέσω της κρίσης (2010 & 2011), αύξησαν τις τιμές, γεγονός που έφερε ραγδαία πτώση της προσέλευσης. Για την χρονική περίοδο 2011-2017, η αγορά ακόμη και ενός φθηνού εισιτηρίου από τους φιλάθλους, μία παραδοσιακή πηγή εσόδων για τις ομάδες, έφθασε στο σημείο να αποτελεί πλέον είδος πολυτελείας, με συνέπεια όλο και περισσότεροι να απουσιάζουν από τα γήπεδα. Η μικρή ανάκαμψη της προσέλευσης, αλλά και των εσόδων που παρατηρείται τις δύο τελευταίες χρονιές πιθανόν να οφείλεται στη συνεχιζόμενη μείωση των τιμών παρά την ήπια αύξηση του ΠΑΕΕ.

Η ανάλυση των αποτελεσμάτων δείχνει ότι το ποδόσφαιρο δεν είναι ανεξάρτητο από την ευρύτερη οικονομία μίας χώρας. Η οικονομική κρίση φαίνεται να επηρέασε σε μεγάλο βαθμό την πορεία των εσόδων και το πρόβλημα θα μπορούσε ενδεχόμενα να αμβλυθεί με δραστικότερη μείωση τιμών. Η πορεία του επαγγελματικού ποδοσφαίρου θα μπορούσε να είναι πολύ καλύτερη και οι ομάδες να αποστασιοποιηθούν από την οικονομική κρίση εφαρμόζοντας ευρηματικές επιχειρηματικές λύσεις (Szymanski, 2010). Θα μπορούσαν, δηλαδή, οι δείκτες αποδοτικότητας να εφαρμοστούν σε διάφορους τομείς λειτουργίας, οι οποίοι θα μπορούσαν να επιδράσουν θετικά στα οικονομικά των συλλόγων, η συγκράτηση των εξόδων με την θέσπιση ανωτάτων ορίων μισθών και αριθμού παικτών μίας ομάδας, καθώς και η πιο ισομερή διανομή των εσόδων του πρωταθλήματος, ώστε να επέλθει οικονομική σταθερότητα (Dimitropoulos, 2010).

## Βιβλιογραφία

- Dimitropoulos, P. (2010). The financial performance of the Greek football clubs. *Choregia - Sport Management International Journal*, 6(1), 5-27.
- Dimitropoulos, P. E., & Alexopoulos, P. (2014). Attendance, revenues, profits and the on-field performance of the Greek Football Clubs. *International Journal of Scientific Engineering & Research*, 2(9), 33-39.



- Euronews (2013). Το ελληνικό ποδόσφαιρο στα χρόνια της κρίσης. Ανακτήθηκε στις 01.02.2013, από: <https://gr.euronews.com/2013/02/01/greek-football-in-time-of-crisis>
- Szymanski, S. (2010). The financial crisis and English football: The dog that will not bark. *International Journal of Sport Finance*, 5, 28-40.
- ToBΗMA Team (2014). The contributions of football to the Greek economy. Ανακτήθηκε στις 21.12.2019, από: <https://www.tovima.gr/2014/02/12/international/the-contributions-of-football-to-the-greek-economy/>

## Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΗΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ EUROLEAGUE BASKETBALL

**Καλλιτσάρης, Ι., & Ψωμιάδη, Α.**

**Μητροπολιτικό Κολλέγιο Αθηνών**

### Περίληψη

Για να ενσωματωθεί πλήρως η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (ΕΚΕ) σε οποιαδήποτε επιχειρηματική στρατηγική, θα πρέπει να γίνει ξεκάθαρη η σχέση της επιχείρησης με τους άμεσους και έμμεσους stakeholders της. Αυτό απαιτεί οργάνωση των stakeholders ανάλογα με τη συνάφειά τους με τις δραστηριότητες της επιχείρησης. Οι άμεσοι stakeholders είναι οι μέτοχοι, οι εργαζόμενοι και οι πιστωτές μίας επιχείρησης / οργανισμού, ενώ έμμεσοι είναι οι τοπικές κοινωνίες στις οποίες δραστηριοποιούνται, το κράτος αλλά και οι ομάδες πίεσης όπως για παράδειγμα ακτιβιστές, διαδηλωτές, κ.ά. Η θεωρία των stakeholders βοηθάει κάθε επιχείρηση να τους προσδιορίσει και να εμπλακεί σε μία ουσιαστική διαδικασία διαλόγου πριν ορίσει το πρόγραμμα δράσης της όσον αφορά την ΕΚΕ.

Η Euroleague αποτελεί την κορυφαία διασυλλογική διοργάνωση της Ευρώπης από το 2000 όταν και πρωτοεμφανίστηκε ως διοργάνωση, κάτι το οποίο, όμως, αμφισβητείται από τη νεοσύστατη διοργάνωση Basketball Champions League που διεξάγεται υπό την αιγίδα της FIBA, από το 2016. Η διοργάνωση της Euroleague εφαρμόζει ένα καινοτόμο για τα Ευρωπαϊκά δεδομένα πρόγραμμα ΕΚΕ, με το όνομα One Team, με σκοπό να υποστηρίξει ευπαθείς κοινωνικές ομάδες ανά την Ευρώπη. Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν να διερευνήσει το πως το πρόγραμμα αυτό συμβάλει στην ανάπτυξη της διοργάνωσης αυτής στην Ελλάδα αλλά και την Ευρώπη και παράλληλα προσδίδει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα υπέρ της διοργάνωσης της Euroleague σε σχέση με τη νεοσύστατη διοργάνωση της FIBA, Basketball Champions League. Στο πλαίσιο της μελέτης εφαρμόστηκε η δευτερογενής έρευνα βασισμένη σε δημοσιευμένα στοιχεία από συμμετέχοντες στα προγράμματα του One Team, αλλά και από έρευνες των οργανισμών που συνεργάστηκαν για την εφαρμογή του προγράμματος. Επιπλέον, παρατίθενται προτάσεις για την ανάπτυξη του προγράμματος του One Team και κατά συνέπεια ανάπτυξη της Euroleague σε περισσότερες χώρες, αύξηση του κοινού και της εμπορικότητάς της που θα εξασφαλίσουν την υπεροχή της έναντι του FIBA Basketball Champions League.

**Λέξεις - κλειδιά:** Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, Euroleague.

## ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΠΟΔΟΣΦΑΙΡΙΚΗΣ ΟΜΟΣΠΟΝΔΙΑΣ (ΕΠΟ)

Ζελενίτσας, Χ.,<sup>1</sup> Γαργαλιάνος, Δ.,<sup>2</sup> & Σαρακατσάνης, Γ.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Ελληνική Ποδοσφαιρική Ομοσπονδία

<sup>2</sup> ΤΕΦΑΑ, ΔΠΘ

### Περίληψη

Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν να διερευνήσει τα προγράμματα που έχει σχεδιάσει και υλοποιεί η ΕΠΟ για την ανάπτυξη των stakeholders της. Η μεθοδολογία που ακολουθήθηκε ήταν η ανασκόπηση της βιβλιογραφίας και της συνέντευξης με στελέχη της Ομοσπονδίας. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι η ΕΠΟ οργανώνει προγράμματα που έχουν στόχο την ανάπτυξη των stakeholders της, ώστε να μπορούν να την βοηθήσουν αποδοτικότερα να επιτύχει τους στόχους της.

**Λέξεις - κλειδιά:** Ελληνική Ποδοσφαιρική Ομοσπονδία, αναπτυξιακά προγράμματα.

### Εισαγωγή

Το ποδόσφαιρο είναι το δημοφιλέστερο άθλημα στον κόσμο. Η Ελληνική Ποδοσφαιρική Ομοσπονδία (ΕΠΟ) είναι ο ανώτατος οργανισμός διοίκησης του αθλήματος στην Ελλάδα. Ιδρύθηκε στις 14 Νοεμβρίου 1926 και λειτουργεί ως Ν.Π.Ι.Δ., μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα. Είναι μέλος της FIFA από το 1927 και της UEFA από το 1954. Διοργανώνει το πρωτάθλημα της Γ' Εθνικής ερασιτεχνικής κατηγορίας, το Κύπελλο Ελλάδας, το Κύπελλο Ερασιτεχνών και τα πρωταθλήματα των μεικτών ομάδων ενώσεων στις κατηγορίες νέων, παιδών και προπαίδων. Επίσης, έχει την ευθύνη των εθνικών ομάδων ανδρών, γυναικών και νέων. Μέλη της είναι όλες οι ενώσεις επαγγελματικού ποδοσφαίρου και ερασιτεχνικών ποδοσφαιρικών σωματείων, αλλά και ποδοσφαίρου σάλας, οι οποίες μετέχουν στη Γενική Συνέλευση διά των αντιπροσώπων τους.

### Περιγραφή περιπτωσιακής μελέτης

Κύριοι στόχοι της ΕΠΟ είναι να: 1) κάνει ελκυστικό το ποδόσφαιρο σε όλους, 2) βελτιώνει την δημοτικότητα του αθλήματος, 3) εξασφαλίζει σε όλους ίσες ευκαιρίες συμμετοχής στο άθλημα, 4) εκπαιδεύει τους νέους παίκτες να αγωνίζονται σύμφωνα με το εθνικό στυλ και φιλοσοφία, 5) υποστηρίζει την εκπαίδευση των παικτών, των γονέων τους, των προπονητών τους και των ηγετών των ακαδημιών, 6) βελτιώνει το αγωνιστικό επίπεδο των παικτών, 7) ενθαρρύνει τις νέες γυναίκες να ασχοληθούν με το ποδόσφαιρο και να αυξήσει τον αριθμό αυτών που ασχολούνται, 8) διαδίδει την χαρά του παιχνιδιού σε ευάλωτες κοινωνικές ομάδες (ΑμεΑ, πρόσφυγες, θύματα βίας, φτωχούς, εγκαταλειμμένους, φυλακισμένους, παλαιμάχους, κλπ.), 9) μεταδίδει κοινωνικά μηνύματα μέσω του ποδοσφαίρου και 10) αυξάνει τον αριθμό των εθελοντών στο άθλημα. Για την επίτευξη των στόχων αυτών έχει σχεδιάσει και υλοποιεί προγράμματα ανάπτυξης που απευθύνονται στους stakeholders της (αθλητές, προπονητές, γονείς, διοικητικά στελέχη, κλπ.), ώστε να μπορούν να συμβάλλουν αποδοτικότερα στην επίτευξη των στόχων της.

## Σκοπός της έρευνας

Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν να διερευνήσει τα προγράμματα που έχει σχεδιάσει και υλοποιεί η ΕΠΟ για την ανάπτυξη των stakeholders της.

## Μεθοδολογία

Η μεθοδολογία που ακολουθήθηκε για την επίτευξη του σκοπού της έρευνας ήταν η ανασκόπηση της βιβλιογραφίας και της συνέντευξης με στελέχη της Ομοσπονδίας.

## Αποτελέσματα

Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι για να πετύχει τους στόχους της η ΕΠΟ, σε συνεργασία με την FIFA, την UEFA, την Κυβέρνηση, τις Ενώσεις Ποδοσφαιρικών Σωματείων (ΕΠΣ) της χώρας, την Εκπαιδευτική Κοινότητα, δημόσιους και κοινωνικούς stakeholders υλοποιεί τα παρακάτω προγράμματα:

### Hello Football Friend

Απευθύνεται σε: Παιδιά ηλικίας 5 - 14 χρόνων (όχι ακαδημιών ποδοσφαίρου)

Εκτιμώμενη συμμετοχή: 7.000 άτομα

Προϋπολογισμός: 55.000 €

#### Στόχοι:

- Διάδοση της χαράς του αθλήματος στα παιδιά όλης της χώρας, ιδιαίτερα σε αυτά που μένουν σε απομακρυσμένες / δυσπρόσιτες περιοχές και νησιά.
- Δημιουργία φιλόξενου και ασφαλούς περιβάλλοντος για τους μικρούς φίλους του αθλήματος.
- Ενδυνάμωση αξιών όπως συνεργασία, ομαδική προσπάθεια, ευ αγωνίζεσθαι, κλπ.
- Οργάνωση από τις ΕΠΣ όλης της χώρας δρώμενων με τις ίδιες προδιαγραφές για παιδιά των ηλικιών που στοχεύει το πρόγραμμα.
- Συμμετοχή των παιδιών και των γονέων τους σε αυτά τα δρώμενα και απόκτηση εμπειριών.

### It's a Woman's Game

Απευθύνεται σε: Κορίτσια ηλικίας 5 - 14 χρόνων

Εκτιμώμενη συμμετοχή: 4.000 άτομα

Προϋπολογισμός: 100.000 €

#### Στόχοι:

- Προώθηση της κουλτούρας και του πνεύματος του ποδοσφαίρου στις γυναίκες.
- Ανάπτυξη του γυναικείου ποδοσφαίρου.
- Εκπαίδευση των κοριτσιών και των γονέων τους στα οφέλη του αθλητισμού και του ποδοσφαίρου ειδικότερα.
- Οικονομική υποστήριξη των γυναικείων ομάδων για την ανάπτυξη ακαδημιών.
- Ενεργή συμμετοχή των γυναικών σε όλες τις διαστάσεις του αθλήματος (παίκτριες, προπονήτριες, διαιτητές, διοικητικά στελέχη, κλπ.).
- Προσέλκυση νέων κοριτσιών στο ποδόσφαιρο με ένα καρτούν που δημιούργησε η Ομοσπονδία που έχει την μορφή νεαρής γοργόνας και ονομάζεται «Μπαλαδώρα», η αγαπημένη ασχολία της οποίας είναι το ποδόσφαιρο.

### #Samefield

Απευθύνεται σε: Ευάλωτες κοινωνικές ομάδες ανθρώπων ηλικίας 5+ χρόνων  
Εκτιμώμενη συμμετοχή: 5.000 άτομα  
Προϋπολογισμός: 30.000 €

#### Στόχοι:

- Διάδοση της χαράς του αθλήματος σε ευάλωτες κοινωνικές ομάδες (ΑμεΑ, πρόσφυγες, θύματα βίας, φτωχούς, εγκαταλειμμένους, φυλακισμένους, παλαιίμαχους, κλπ.).
- Ενσωμάτωση αυτών των κοινωνικών ομάδων στην ποδοσφαιρική κοινωνία της χώρας.
- Προβολή της κοινωνικής διάστασης του αθλήματος.
- Προώθηση κοινωνικών μηνυμάτων ενάντια σε κάθε μορφή διαχωρισμού.
- Προώθηση του εθελοντισμού.

### Pass to the School Desks

Απευθύνεται σε: Μαθητές Δημοτικών Σχολείων ηλικίας 6 -11 χρόνων  
Εκτιμώμενη συμμετοχή: 8.000 άτομα  
Προϋπολογισμός: 40.000 €

#### Στόχοι:

- Παροχή ποδοσφαιρικής εκπαίδευσης μέσα και έξω από το σχολείο.
- Προσέλκυση στο άθλημα του ποδοσφαίρου μαθητών Δημοτικών Σχολείων.
- Δημιουργία ισχυρών δεσμών μεταξύ των ποδοσφαιρικών ακαδημιών και των Δημοτικών Σχολείων.
- Προβολή των αξιών του αθλήματος.
- Ενημέρωση των γονέων για τα οφέλη του αθλητισμού και του αθλήματος.
- Ανάπτυξη του ποδοσφαίρου σάλας.

### Football is Medicine

Απευθύνεται σε: Άτομα ηλικίας 40-60 χρόνων που κινδυνεύουν να αναπτύξουν μη μεταδιδόμενες ασθένειες  
Εκτιμώμενη συμμετοχή: 300 άτομα  
Προϋπολογισμός: 200.000 €

#### Στόχοι:

- Δημιουργία εκπαιδευτικού υλικού και οδηγίες για επαγγελματίες του χώρου της υγείας (π.χ., φυσιοθεραπευτές, κλπ.) και προπονητές για την υλοποίηση στην πράξη του Recreational Football Training (RFT) για μεσήλικες, υψηλού κινδύνου άνδρες και γυναίκες.
- Μέτρηση του οικονομικού αντίκτυπου του προγράμματος με τη χρήση του Health Economic Assessment Tool (HEAT), του Παγκόσμιου Οργανισμού Υγείας.

### Training the Future

Απευθύνεται σε: Νέες και νέοι ποδοσφαιριστές υψηλού επιπέδου, ηλικίας 13-16 χρόνων  
Εκτιμώμενη συμμετοχή: 3.000 άτομα  
Προϋπολογισμός: 100.000 €

#### Στόχοι:

- Βέλτιστη προετοιμασία των νέων ποδοσφαιριστών και ποδοσφαιριστριών, από τους οποίους θα προκύψουν αυτοί που θα αγωνιστούν σε επαγγελματικό επίπεδο και στην Εθνική Ομάδα της χώρας.



- Δημιουργία ενός κατάλληλου εκπαιδευτικού περιβάλλοντος.
- Διασφάλιση ότι λαμβάνουν τις σωστές πληροφορίες (τεχνικής, τακτικής, κοινωνικές, αθλητικής ζωής, διατροφής, διπλής καριέρας, κλπ.) και ενημερώνονται σωστά για τις αξίες του ποδοσφαίρου.
- Επιστημονική αξιολόγηση των ικανοτήτων τους.
- Δημιουργία μίας βάσης δεδομένων για τα παιδιά αυτά.
- Βελτίωση των γνώσεων των προπονητών τους.

### Play – Enjoy – Learn

Απευθύνεται σε: Παίκτες ακαδημιών ηλικίας Κ12 και ηγέτες ακαδημιών

Εκτιμώμενη συμμετοχή: 3.000 άτομα

Προϋπολογισμός: 25.000 €

Στόχοι:

- Ποιοτική και ομοιόμορφη εκπαίδευση των παικτών ακαδημιών Κ12, των γονέων τους, των ηγετών των ακαδημιών και των εθελοντών.
- Δημιουργία ισχυρών δεσμών μεταξύ των ποδοσφαιρικών ακαδημιών και των Δημοτικών Σχολείων.
- Υποστήριξη και καθοδήγηση των ακαδημιών από την ΕΠΟ για την βελτίωση των υπηρεσιών που παρέχουν.
- Δημιουργία ειδικής εθνικής βάσης δεδομένων για τις ακαδημίες.

### Coaches' Education

Απευθύνεται σε: Προπονητές / υποψήφιους προπονητές ηλικίας 18+ χρόνων

Εκτιμώμενη συμμετοχή: 2.000 προπονητές

Προϋπολογισμός: 500.000 €

Στόχοι:

- Σύνδεση της εκπαίδευσης των προπονητών με την πραγματικότητα της εργασίας τους, με βάση τις προσωπικές τους δεξιότητες (Reality Based Learning).
- Συνεχής βελτίωση της εκπαίδευσης των προπονητών μέσω προηγμένων προγραμμάτων Η/Υ.
- Έκδοση ενός βιβλίου για τους προπονητές σε έντυπη και ηλεκτρονική μορφή.
- Συνεργασίες με Πανεπιστήμια.

### Συζήτηση

Από τα παραπάνω συνάγεται ότι μέσα από τον σχεδιασμό και την υλοποίηση προγραμμάτων με μακροπρόθεσμη προοπτική, η ΕΠΟ προσπαθεί να αγκαλιάσει όλες τις κοινωνικές ομάδες, δίνοντάς τους την δυνατότητα να γνωρίσουν και να συμμετέχουν στο λαοφιλέστερο άθλημα του κόσμου. Τα προγράμματα αυτά υλοποιούνται με την πλήρη εμπιστοσύνη της FIFA και της UEFA και έχουν λάβει εξαιρετικές κριτικές και αξιολογήσεις (η UEFA απένειμε στην Ομοσπονδία χρυσό μετάλλιο), αλλά αναζητούνται και άλλοι τομείς όπου το ποδόσφαιρο μπορεί να συμβάλλει θετικά. Επιπλέον, πρέπει να δημιουργηθούν οι κατάλληλες συνθήκες και προϋποθέσεις για συνεργασίες και με άλλους κοινωνικούς και όχι μόνο φορείς, ώστε να δοθεί η δυνατότητα σε περισσότερους ανθρώπους να συμμετέχουν στο άθλημα. Με τον τρόπο αυτό η Ομοσπονδία θα μπορέσει να ανταπεξέλθει στις μεγάλες προκλήσεις που αντιμετωπίζει, όπως είναι ο σύγχρονος τρόπος ζωής, η οικονομική ασφυξία που έπληξε τα τελευταία χρόνια την χώρα και η κακή αγωνιστική εικόνα της Εθνικής Ομάδας, οι οποίες επηρεάζουν την υλοποίηση τόσο των προγραμμάτων που υλοποιούνται, και θα μπορέσει να αλλάξει την αντίληψη που

έχουν οι κοινωνικές ομάδες για το ποδόσφαιρο και η ενασχόληση με το άθλημα αυτό να είναι πραγματικά εποικοδομητική.

### **Συμπεράσματα**

Το βασικό συμπέρασμα που προκύπτει είναι από την παρούσα εργασία είναι ότι η ΕΠΟ κατανοεί την σπουδαιότητα του αθλήματος για την οργάνωση του οποίου είναι υπεύθυνη και με τις κατάλληλες συνεργασίες οργανώνει προγράμματα που έχουν στόχο την ανάπτυξη των stakeholders της, ώστε να μπορούν να την βοηθήσουν αποδοτικότερα να επιτύχει τους στόχους της.

### **Βιβλιογραφία**

[www.epo.gr](http://www.epo.gr). Ανακτήθηκε στις 06.12.2019.

[https://el.wikipedia.org/wiki/Ελληνική\\_Ποδοσφαιρική\\_Ομοσπονδία](https://el.wikipedia.org/wiki/Ελληνική_Ποδοσφαιρική_Ομοσπονδία). Ανακτήθηκε στις 10.12.2019.

## ΠΡΟΤΑΣΗ ΓΙΑ ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΝΕΟΥ ΓΗΠΕΔΟΥ ΠΑΟΚ ΕΚΤΟΣ ΑΣΤΙΚΟΥ ΙΣΤΟΥ: ΜΙΑ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ WIN - WIN

**Μασμανίδης, Θ.**

**Πανεπιστήμιο Μακεδονίας**

### Περίληψη

Το γήπεδο του ΠΑΟΚ στην Τούμπα Θεσσαλονίκης δεν πληροί πλέον τις Ευρωπαϊκές και διεθνείς προδιαγραφές και πρέπει να οικοδομηθεί νέο. Σε περίπτωση που το νέο γήπεδο οικοδομηθεί στη θέση του παλαιού, θα χάσει τόσο η συνοικία της Τούμπας, διότι θα στερηθεί ένα ζωτικό, ελεύθερο χώρο, όσο και ο ΠΑΟΚ, διότι θα χάσει την ευκαιρία να φτιάξει αθλητικές εγκαταστάσεις που να καλύπτουν τις ανάγκες του. Σε περίπτωση που το γήπεδο μεταφερθεί εκτός αστικού ιστού θα κερδίσει τόσο ο ΠΑΟΚ, διότι θα αποκτήσει εγκαταστάσεις διεθνών προδιαγραφών, όσο και η πόλη της Θεσσαλονίκης, διότι θα αποκτήσει ένα χώρο άθλησης και αναψυχής σε μία συνοικία που έχει ελάχιστους ελεύθερους χώρους.

**Λέξεις - κλειδιά:** Κατασκευή γηπέδου, αστικός ιστός, win – win situation.

### Εισαγωγή

Το ποδόσφαιρο είναι λαϊκό άθλημα και αναμφισβήτητα το πιο διαδεδομένο στον πλανήτη. Σε κάθε πόλη και χωριό στην Ελλάδα, όπως σχεδόν και σε όλο τον κόσμο, υπάρχουν γήπεδα ποδοσφαίρου, συνήθως στις παρυφές των πόλεων. Όμως, με την γιγάντωση κάποιων πόλεων μερικά από τα γήπεδα βρίσκονται μέσα στον αστικό ιστό και μετακινούνται σε χώρους εκτός πόλης, όπου υπάρχει μεγαλύτερη χωρική άνεση. Για παράδειγμα, μέχρι την δεκαετία του '60 το γήπεδο του ΠΑΟΚ βρισκόταν πίσω από την Φιλοσοφική Σχολή και από εκεί μετακόμισε στην Τούμπα, σε χώρο πρώην στρατοπέδου.

### Περιγραφή του προβλήματος

Το γήπεδο του ΠΑΟΚ το οποίο βρίσκεται στην συνοικία της Τούμπας, δεν πληροί πλέον τις προδιαγραφές για μία ομάδα που θέλει να αγωνίζεται στο πρωτάθλημα της Α΄ Εθνικής κατηγορίας και σε ευρωπαϊκά και διεθνή πρωταθλήματα. Τα τελευταία χρόνια εμφανής είναι η ανάγκη ανέγερσης ενός νέου σύγχρονου γηπέδου σε ευρύτερο χώρο, που να καλύπτει τις ανάγκες του ιστορικού συλλόγου. Το ερώτημα είναι εάν ο χώρος που βρίσκεται τώρα είναι κατάλληλος για να φιλοξενήσει τις αθλητικές εγκαταστάσεις του συλλόγου ή θα πρέπει να μετακομίσει εκτός αστικού ιστού.

### Σκοπός της μελέτης

Σκοπός της μελέτης αυτής είναι να διερευνήσει τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα της κατασκευής του νέου γηπέδου του ΠΑΟΚ στην Τούμπα Θεσσαλονίκης ή της μετεγκατάστασής του εκτός αστικού ιστού.

## Περιγραφή περιπτώσιακής μελέτης

*1<sup>η</sup> περίπτωση: Το γήπεδο παραμένει στην Τούμπα (lose-lose situation):* Η συνοικία της Τούμπας θα χάσει διότι: α) ο χώρος είναι ανεπαρκής για γήπεδο με ευρωπαϊκές προδιαγραφές, β) δεν υπάρχει δυνατότητα εξεύρεσης επαρκών χώρων στάθμευσης, γ) η προσβασιμότητα των φιλάθλων στο γήπεδο είναι προβληματική, δ) η συνοικία της Τούμπας θα χάσει και τον τελευταίο εναπομείναντα ελεύθερο χώρο, ε) θα δημιουργηθούν κυκλοφοριακά προβλήματα (υπογειοποίηση οδών) και προβλήματα στην λειτουργία των σχολείων που βρίσκονται δίπλα στο γήπεδο, στ) η Τούμπα αποτελεί αρχαιολογική περιοχή και το έργο μπορεί ανά πάσα στιγμή να ματαιωθεί, ζ) οι κεραίες αναμετάδοσης των αγώνων θα εκπέμπουν ηλεκτρομαγνητική ακτινοβολία επικίνδυνη τόσο για τους κατοίκους, όσο και για τους μαθητές των παρακείμενων σχολείων, η) κάθε φορά που ο ΠΑΟΚ αγωνίζεται στην έδρα του αναστατώνεται η περιοχή και οι κάτοικοι βρίσκονται σε κατάσταση πολιορκία, θ) υπάρχουν προβλήματα προσβασιμότητας της πυροσβεστικής και των πρώτων βοηθειών την ώρα του αγώνα στο γήπεδο και στην συνοικία γενικότερα, ι) ο τεράστιος όγκος του οικοδομήματος μέσα στον αστικό ιστό θα προκαλέσει την αισθητική υποβάθμιση της περιοχής, και κ) η περιοχή θα χάσει την δυνατότητα για την δημιουργία πνεύμονα πρασίνου (η Θεσσαλονίκη έχει τέσσερις φορές λιγότερους ανοιχτούς χώρους από αντίστοιχες ευρωπαϊκές) (Μπελαβίλας & Βαταβάλη, 2009). Ο ΠΑΟΚ θα χάσει διότι θα εγκλωβιστεί στην Τούμπα χωρίς βοηθητικά γήπεδα και άλλες αθλητικές εγκαταστάσεις που θεωρούνται απαραίτητες για ομάδες με ευρωπαϊκό προσανατολισμό.

*2<sup>η</sup> περίπτωση: Το γήπεδο μεταφέρεται εκτός πολεοδομικού ιστού (win-win situation):* Η περιοχή της Τούμπας θα κερδίσει διότι: α) ο χώρος θα αποδοθεί στους κατοίκους, β) οι κερκίδες του γηπέδου μπορούν να γκρεμιστούν και να μείνει ο αγωνιστικός χώρος όπως ακριβώς είναι, γ) στο γήπεδο θα αγωνίζονται ερασιτεχνικές ομάδες της πόλης, γεγονός που θα αποτελέσει λύτρωση για πολλά άστεγα και περιφερόμενα αθλητικά σωματεία, ενώ στο στίβο που περιβάλλει το γήπεδο θα γυμνάζονται αθλητές σωματείων, αλλά και οι ελεύθερα αθλούμενοι, δ) το γήπεδο μπορεί να πλαισιωθεί και από άλλες αθλητικές εγκαταστάσεις (αίθουσες βαρών και γυμναστικής, γήπεδα 5X5 και τένις), που μαζί με το υπάρχον κολυμβητήριο μπορούν να αποτελέσουν ένα άρτιο αθλητικό συγκρότημα (sport complex), δίνοντας την δυνατότητα σε εκατοντάδες κάτοικους της γύρω περιοχής να γυμνάζονται και ε) ο χώρος μπορεί να φιλοξενεί και δράσεις πολιτισμού, αλλά και να διευκολύνει την εκπαιδευτική διαδικασία των γύρω σχολείων (πρόσβαση των μαθητών στους χώρους άθλησης).

Ο ΠΑΟΚ θα κερδίσει διότι: α) το γήπεδό του θα οικοδομηθεί με ευρωπαϊκές προδιαγραφές, β) θα κατασκευαστούν βοηθητικά γήπεδα και άλλες αθλητικές εγκαταστάσεις που είναι απαραίτητες για τις ανάγκες του συλλόγου, γ) η πρόσβαση θα είναι εύκολη για όλους τους φιλάθλους, δ) θα υπάρχει επάρκεια χώρων στάθμευσης, ε) καθημερινά θα προπονούνται εκεί όλα τα τμήματα του συλλόγου, στ) θα υπάρξει αξιόλογη τουριστική κίνηση τόσο από τους συνοδούς των αθλητών, όσο και από τους φιλάθλους και τους επισκέπτες, ζ) θα προκύψουν έσοδα από τις πωλήσεις αναμνηστικών, τις αθλητικές ακαδημίες και τις ενοικιάσεις των αθλητικών και εμπορικών χώρων που θα δημιουργηθούν και η) οι εγκαταστάσεις του θα ανταποκρίνονται στις προδιαγραφές της UEFA και της FIFA.

Η περιοχή της Τούμπας θα κερδίσει, αφού η αλάνα της Τούμπας θα μετατραπεί σε ένα συγκρότημα αθλητικών και αναψυχικών εγκαταστάσεων και θα προσελκύει όχι μόνο τους κατοίκους της περιοχής, αλλά και ολόκληρης της πόλης.

Στην δυτική Θεσσαλονίκη στους δήμους Νεάπολης - Συκεών (Στρεμπενιώτη) και Αμπελοκήπων - Μενεμένης υπάρχουν αντίστοιχου τύπου αθλητικές εγκαταστάσεις. Από επιτόπια έρευνα προέκυψε ότι στις αθλητικές εγκαταστάσεις του κάθε δήμου, αθλούνται περίπου 2000 ελεύθερα αθλούμενοι και αθλητές 15 αθλητικών σωματείων. Οι χώροι σφύζουν από ζωή και δεν περιμένουν κάθε 15 ημέρες τους χιλιάδες παθητικούς καταναλωτές του θεάματος.

Αναφορικά με τον μακροχρόνιο σχεδιασμό των αθλητικών εγκαταστάσεων της πόλης επισημαίνεται ότι, η Θεσσαλονίκη κινδυνεύει να μείνει εκτός των μεγάλων αθλητικών διοργανώσεων Champions League και Παγκόσμιο Κύπελλο Ποδοσφαίρου, καθώς ούτε η Τούμπα, ούτε το Καυτατζόγλειο θα πληρούν τις προδιαγραφές.

### **Συμπεράσματα**

Η μεταφορά του γηπέδου του ΠΑΟΚ εκτός αστικού ιστού θα ωφελήσει τον ΠΑΟΚ διότι θα αποκτήσει ένα γήπεδο που θα ανταποκρίνεται στις σύγχρονες απαιτήσεις και θα είναι αντάξιο των άλλων ευρωπαϊκών συλλόγων, αλλά και την περιοχή της Τούμπας, η οποία θα αποκτήσει ένα συγκρότημα αθλητικών και αναψυχικών - πολιτιστικών εγκαταστάσεων. Η πολιτεία και οι τοπικοί φορείς μαζί με την επιστημονική κοινότητα θα πρέπει να μελετήσουν διεξοδικά το θέμα, καθώς η περιοχή της Τούμπας και η ανατολική Θεσσαλονίκη γενικότερα στερούνται ελεύθερων χώρων, οι οποίοι είναι σημαντικοί για την ποιότητα ζωής και για την ψυχική και σωματική υγεία των κατοίκων. Το ίδιο θα πρέπει να γίνει για την εξεύρεση χώρων και την μετεγκατάσταση εκτός αστικού ιστού και των άλλων δύο μεγάλων συλλόγων της πόλης (Άρης, Ηρακλής).

### **Βιβλιογραφία**

Μασμανίδης, Θ. (2019). *Του ΠΑΟΚ δεν του πρέπει πλέον η Τούμπα*. Εφημερίδα Μακεδονία, 03.03.2019.  
Μπελαβήλας, Ν., & Βαταβάλη, Φ. (2009). *Πράσινο και ελεύθεροι χώροι στην πόλη*. WWF Ελλάς, Αθήνα.



## Η ΧΡΗΣΗ LED ΣΤΗΝ SUPER LEAGUE 1 ΚΑΙ Η ΕΝΣΩΜΑΤΩΣΗ ΝΕΩΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΩΣ ΟΧΗΜΑ ΕΜΠΟΡΙΚΗΣ ΑΝΑΒΑΘΜΙΣΗΣ ΤΗΣ

Συμεωνίδης, Γ.,<sup>1</sup> & Γαργαλιάνος, Δ.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> SponsorValue, Mediterranean College

<sup>2</sup> ΤΕΦΑΑ, ΔΠΘ

### Εισαγωγή

Η τεχνολογία Led έχει ένα ευρύ πεδίο εφαρμογών, όπως, για παράδειγμα, στα αεροδρόμια, στους αυτοκινητόδρομους, στο γενικό φωτισμό μεγάλων χωροταξικά επιφανειών, σε πολλές μορφές σήμανσης, κλπ. (Pimputkar, Speck, DenBaars, & Nakamura, 2009). Επαρκώς έχει υποστηριχθεί και η αξία της χρήσης της για την προβολή διαφημιστικών μηνυμάτων σε εξωτερικούς χώρους (Burke, 2002), όπως είναι τα γήπεδα ποδοσφαίρου. Σήμερα, στα μεγάλα γήπεδα όλων των εγνωσμένης αξίας πρωταθλημάτων της Ευρώπης οι πινακίδες Led αποτελούν πλέον το σημαντικότερο μέσο προβολής διαφημιστικών μηνυμάτων. Η μεγαλύτερη πινακίδα (82 μ. πλάτος - 16 μ. ύψος) βρίσκεται στο Ολυμπιακό Στάδιο του Λονδίνου «Queen Elizabeth», έδρα της ομάδας West Ham ([www.whufc.com](http://www.whufc.com)).

### Περιγραφή του προβλήματος

Παρόλο που η τεχνολογία Led υπάρχει στα γήπεδα της Super League 1 περισσότερα από 10 χρόνια η χρησιμότητά τους στην εμπορική ανάπτυξη του συνεταιρισμού δεν έχει διευρυνθεί επαρκώς.

### Σκοπός της έρευνας

Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν να διερευνήσει τους τρόπους εμπορικής αναβάθμισης του συνεταιρισμού μέσα από τις νέες τεχνολογίες που εντάσσονται στο πεδίο του αθλητικού μάρκετινγκ.

### Μεθοδολογία

Η μεθοδολογία που χρησιμοποιήθηκε ήταν η μελέτη περίπτωσης. Τα δεδομένα συλλέχθηκαν με ανασκόπηση της βιβλιογραφίας και την αποτύπωση της επαγγελματικής εμπειρίας του 1<sup>ου</sup> ερευνητή από τον χώρο μέτρησης και αξιολόγησης των αθλητικών χορηγιών.

### Περιγραφή περιπτωσιακής μελέτης

Σε ελληνικά γήπεδα (ΟΑΚΑ, Καραϊσκάκη, Απόστολος Νικολαΐδης, Τούμπα, Κλεάνθης Βικελίδης, κλπ.) οι πινακίδες Led έκαναν την εμφάνισή τους για πρώτη φορά την αγωνιστική περίοδο 2007 - 2008, αντικαθιστώντας τόσο τις σταθερές πινακίδες, όσο και το προηγούμενης τεχνολογίας rotating panel (γνωστό και ως Ad-Time) που ουσιαστικά ήταν ένας σταθερός μηχανισμός εναλλαγής λίγων διαφημιστικών μηνυμάτων. Από την αγωνιστική περίοδο 2019 - 2020 όλα τα γήπεδα των ομάδων που αγωνίζονται στην Super League 1 διαθέτουν σε μόνιμη βάση πινακίδες Led, τουλάχιστον στην πρώτη σειρά, πράγμα που ήταν αποτέλεσμα της κεντρικής διαχείρισης από την λίγκα (gazzetta.gr, 2019).

Ακολουθώντας το μοντέλο της ιταλικής Serie A (όπου υπάρχει ταυτόχρονη προβολή του ίδιου διαφημιστικού μηνύματος σε όλα τις πινακίδες Led, ώστε να υπάρχει μία ομοιόμορφη εικόνα και να δημιουργείται ένα ισχυρό brand awareness), τα τελευταία χρόνια, σε διάφορα γήπεδα, τοποθετείται και μία επιπλέον σειρά Led είτε στην δεύτερη «σειρά» πίσω από την κεντρική (Τούμπα για τους αγώνες του ΠΑΟΚ και ΟΑΚΑ στους αγώνες της ΑΕΚ και ΠΑΟ), είτε πίσω από τέρμα (στους αγώνες της ΑΕΚ στο ΟΑΚΑ τις περιόδους 2015 - 2016 και 2016 - 2017).

Οι Turley και Shannon (2009), διαπίστωσαν ότι τα μηνύματα που εμφανίζονται επαναλαμβανόμενα στις πινακίδες Led αποδίδουν περισσότερο από άλλες μεθόδους προβολής (π.χ. σταθερές πινακίδες). Ένα διαφημιστικό μήνυμα σε αυτές εμφανίζεται κατά μέσο όρο περίπου 20 δευτερόλεπτα, για περίπου 100-120 μέτρα (πολλές φορές το μήκος των πινακίδων της πρώτης σειράς συμπίπτει με το μήκος του γηπέδου), ενώ ο συνολικός μέσος όρος τηλεοπτικής προβολής ανά διαφημιζόμενο είναι περίπου 4,5 - 5 λεπτά (Sponsorvalue Hellas, 2019). Ο χρόνος αυτός επηρεάζεται από: α) την θέση της κάμερας κατά την διάρκεια της τηλεοπτικής κάλυψης, β) τις καιρικές συνθήκες (στην Ελλάδα οι συνθήκες ηλιοφάνειας κατά την διάρκεια μεσημεριανών αγώνων δυσχεραίνουν την καθαρή προβολή μηνυμάτων λόγω ανάκλασης ηλίου) και γ) τον συνολικό αριθμό των διαφημιζόμενων.

#### Τεχνολογία Adi Virtual Hybrid Led

Τα Adi Virtual Hybrid Led (VHL) είναι μία καινοτόμος τεχνολογία που συνδυάζει τα παραδοσιακά Led (που βλέπουν οι φίλαθλοι που βρίσκονται στο γήπεδο) με τεχνολογία «επαυξημένης πραγματικότητας» (augmented reality), η οποία καθιστά δυνατή την προσαρμογή ενός διαφημιστικού μηνύματος ανάλογα με το τηλεοπτικό κοινό στο οποίο προβάλλεται ο αγώνας ανά την υφήλιο, χωρίς να επηρεάζεται το θέαμα που παρακολουθούν οι τηλεθεατές που βρίσκονται στην χώρα που γίνεται ο αγώνας. Επίσης, έχει την δυνατότητα να προσαρμόζει διάφορα εφέ και διαφημιστικά μηνύματα στην γλώσσα της χώρας που είναι ορατά, ιδιότητες που αποτελούν το συγκριτικό πλεονέκτημα της τεχνολογίας αυτής σε σχέση με τις σταθερές πινακίδες περιμετρικά των γηπέδων (www.adi.tv,2016) (Εικόνα 1).



**Εικόνα 1:** Η ίδια φάση ενός αγώνα, όπως την βλέπουν οι τηλεθεατές σε 4 διαφορετικές χώρες.

## Αποτελέσματα

Στην Ελλάδα οι περισσότερες ομάδες δεν διαθέτουν δικά τους Led και τα μισθώνουν από εταιρείες αθλητικού μάρκετινγκ, οι οποίες προβάλλουν και δικούς τους πελάτες - διαφημιζόμενους. Συνοπτικά, στις εγχώριες διοργανώσεις στις πινακίδες αυτές προβάλλονται: α) οι επίσημοι χορηγοί της ομάδας, β) οι επίσημοι χορηγοί της διοργανώτριας αρχής και γ) ad-hoc διαφημιζόμενοι (σε αγώνες υψηλής τηλεθέασης) μέσω των εταιρειών που διαθέτουν τα Led.

Αξίζει να σημειωθεί ότι σε προκριματικά ευρωπαϊκών διοργανώσεων όπου δεν υπάρχει περιορισμός της UEFA προβάλλονται διαφημιστικά μηνύματα που συνδέονται με την χώρα της φιλοξενούμενης ομάδας. Σε προκριματικό αγώνα για το UEFA Champions League, στο ΟΑΚΑ, μεταξύ ΑΕΚ - ΤΣΣΚΑ Μόσχας, τοποθετήθηκαν πινακίδες Led μπροστά από τους πάγκους των ομάδων (σε θέση «μη τηλεοπτική»), όπου προβάλλονταν ρωσικά μηνύματα, επειδή η ρωσική τηλεόραση «έστησε» το δικό της συνεργείο από την απέναντι πλευρά του γηπέδου. Στον αγώνα Ελλάδα - Ιταλία για τα προκριματικά του Euro 2020, στο Led του ΟΑΚΑ, πέρα από τους επίσημους χορηγούς της ΕΠΟ, εμφανίστηκαν και ιταλικές εταιρείες και κάποια προωθητικά μηνύματα της UEFA.

Είναι εύλογο να ειπωθεί ότι η Super League 1 μπορεί να εισάγει πιλοτικά την τεχνολογία των AVI σε Ελληνικούς αγώνες με αυξημένο ενδιαφέρον και να εξασφαλίσει περαιτέρω έσοδα για τα μέλη της. Επίσης, εφόσον έχει πουλήσει τηλεοπτικά δικαιώματα σε χώρες των Βαλκανίων και την Κύπρο, μπορεί να προσανατολιστεί προς το εξωτερικό και να προσελκύσει εταιρείες / οργανισμούς / χορηγούς που επιθυμούν να διαφημιστούν στις αγορές αυτές. Οι συνεργασίες είναι αποδοτικότερες όταν είναι μακροχρόνιες και αποκλειστικές (exclusive), διότι συνεισφέρουν στο να αποτυπωθεί εντονότερα στον φίλαθλο η σχέση μεταξύ χορηγού - χορηγούμενου, ώστε να θεωρηθεί δυνητικός πελάτης - αγοραστής του διαφημιζόμενου προϊόντος / υπηρεσίας. Οι χορηγίες ενισχύουν την εταιρική εικόνα και δημιουργούν θετικές στάσεις στους καταναλωτές - φίλαθλους (Speed & Thomson, 2000), γεγονός που διαμορφώνει και την θετική τους πρόθεση να αγοράσουν τα «προϊόντα» των χορηγών (Madrigal, 2001). Η αποδοτικότητα των χορηγιών αυτών είναι πλέον εφικτό να προσδιοριστεί με όρους αναγνώρισης και βαθμού ανάκλησης της εικόνας τους (Bibby, 2009; Rifon, Choi, Trimble, & Li, 2004).

## Συμπέρασμα

Μέσω των πινακίδων τεχνολογίας VHL η βιομηχανία του αθλητικού μάρκετινγκ είναι σε θέση να προσφέρει σε χορηγούς - διαφημιζόμενους την δυνατότητα να προσαρμόσουν το μήνυμά τους προς τους φίλαθλους με τα χρώματα και τα εφέ που επιθυμούν. Ο συνεταιρισμός μπορεί να αξιοποιήσει τις τελευταίες εξελίξεις της τεχνολογίας ως όχημα εξωστρέφειας και, κατ' επέκταση, εμπορικής αναβάθμισής του.

## Βιβλιογραφία

- Bibby, D. (2009). Brand image, equity, and sports sponsorship. Woodside, A., Megehee, C., & Ogle, A. (Editors), *Perspectives on cross-cultural, ethnographic, brand image, storytelling, unconscious needs, and hospitality guest research*. Bingley: Emerald Group Publishing Limited, pp. 21-99.
- Burke, R. R. (2002). Technology and the customer interface: What consumers want in the physical and virtual store. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 30(4), 411-432.

- Madrigal, R. (2001). Social identity effects in belief-attitude-intentions hierarchy: Implications of corporate sponsorship. *Psychology & Marketing*, (18)2, 145-164.
- Pimputkar, S., Speck, J. S., DenBaars, S. P., & Nakamura, S. (2009). Prospects for LED lighting. *Nature Photonics*, 3(4), 180-182.
- Rifon, N. J., Choi, S. M., Trimble, C. S., & Li, H. (2004). Congruence effects in sponsorship: The mediating role of sponsor credibility and consumer attributions of sponsor motive. *Journal of Advertising*, 33(1), 30-42.
- Speed, R., & Thompson, P. (2000). Determinants of sports sponsorship response. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28(2), 226-238.
- SponsorValue (2019). Internal documents.
- Turley, L. W., & Shannon, R. J. (2009). The impact and effectiveness of advertisements in a sports arena. *Journal of Services Marketing*, 14(4), 323-336.
- www.adi.tv. *ADI's Hybrid Led Technology Approved in Bundesliga*. Ανακτήθηκε στις 10.10.2019, από: <https://www.adi.tv/blog/2018/03/adis-virtual-hybrid-led-technology-approved-in-bundesliga>
- www.gazzetta.gr. *Ικανοποίηση στην Super League για την κεντρική διαχείριση διαφημιστικών πινακίδων*. Ανακτήθηκε στις 10.10.2019, από: <http://www.gazzetta.gr/football/superleague/article/1393711/ikanopoiisi-stin-super-league-gia-tin-kentriki-diaheirisi-diafimistikon-pinakidon>
- www.whufc.com. *Digital screen installation begins*. Ανακτήθηκε στις 10.10.2019, από: <https://www.whufc.com/news/articles/2016/october/11-october/digital-screen-installation-begins>

## ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΠΟΥ ΠΡΟΚΥΠΤΟΥΝ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΟΥ ΚΟΙΝΟΥ ΠΛΑΙΣΙΟΥ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΣΕ ΔΗΜΟΣΙΟΥΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΥΣ

Μητηλέτσης, Ν., & Γαργαλιάνος, Δ.

ΤΕΦΑΑ, ΔΠΘ

### Περίληψη

Η διαρκώς αυξανόμενη ανάγκη εκσυγχρονισμού των οργανισμών της δημόσιας διοίκησης σε όλα τα κράτη-μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης, καθώς και η ανάγκη για την συνεχή βελτίωση της ποιότητας των υπηρεσιών που παρέχουν στους πολίτες, οδήγησε τους οργανισμούς αυτούς στην υιοθέτηση των αρχών της Διοίκησης Ολικής Ποιότητας (ΔΟΠ) (ΕΙΡΑ, 2005b). Στο πλαίσιο της ΔΟΠ έχει αναπτυχθεί το Κοινό Πλαίσιο Αξιολόγησης (ΚΠΑ) ([www.gsae.edu.gr](http://www.gsae.edu.gr)), το οποίο αποτελείται από 9 κριτήρια. Τα κριτήρια 1-5 αφορούν στις προϋποθέσεις λειτουργίας ενός οργανισμού, ενώ τα κριτήρια 6-9 εστιάζουν στα αποτελέσματα που προκύπτουν από την λειτουργία του και μετρούν τον βαθμό ικανοποίησης του προσωπικού του, των πολιτών, της κοινωνίας, καθώς και την γενικότερη απόδοσή του. Το ΚΠΑ εντάχθηκε στο νομικό σύστημα της χώρας με το νόμο 3230/2004 (<https://nomoi.info>).

Στόχος της παρούσας μελέτης ήταν η διερεύνηση των αποτελεσμάτων που προκύπτουν από την εφαρμογή του ΚΠΑ σε δημόσιους οργανισμούς της χώρας. Η μεθοδολογία που χρησιμοποιήθηκε ήταν αυτή της ανασκόπησης της βιβλιογραφίας. Πιο συγκεκριμένα, έγινε αναζήτηση μέσω του εικονικού ιδιωτικού δικτύου (VPN) του Δημοκρίτειου Πανεπιστημίου Θράκης, το οποίο επιτρέπει την πρόσβαση στην διαδικτυακή πύλη HEAL-LINK, και χρησιμοποιήθηκαν οι μηχανές αναζήτησης Google Scholar και Scopus, το οποίο προσφέρει πρόσβαση στα επιστημονικά περιοδικά του εκδοτικού οίκου Elsevier. Οι λέξεις-κλειδιά που χρησιμοποιήθηκαν για την εύρεση των άρθρων ήταν «διοίκηση ολικής ποιότητας», «Κοινό Πλαίσιο Αξιολόγησης», «δημόσιοι ελληνικοί οργανισμοί». Κριτήρια για την ένταξη ενός άρθρου στο ενδιαφέρον της εργασίας ήταν: α) η άμεση αναφορά στις λέξεις-κλειδιά που χρησιμοποιήθηκαν για την αναζήτηση και β) να είναι μεταγενέστερο του 2000. Τελικά συγκεντρώθηκαν 9 άρθρα, τα οποία επιβεβαιώνουν τον καθοριστικό ρόλο της ΚΠΑ στο πλαίσιο των δημόσιων οργανισμών στη χώρα μας.

Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι στην Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας η εφαρμογή του ΚΠΑ, σε συνδυασμό με άλλα εργαλεία της ΔΟΠ, οδήγησε σε αύξηση της παραγωγικότητας και της αποτελεσματικότητας των στελεχών της (Tsotsolis, 2010). Ο Ευκαρπίδης (2016), μελέτησε την εφαρμογή του ΚΠΑ στο πλαίσιο ενός Γενικού Νοσοκομείου και προσδιόρισε μία σειρά από θέματα που απαιτούσαν βελτιώσεις. Η Τσιόκα και συν., (2016), ασχολήθηκαν με ένα πρωτόκολλο εφαρμογής του ΚΠΑ σε δημόσιους οργανισμούς και βρήκαν ότι μπορεί να επιδράσει θετικά τόσο στην ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών, όσο και στην ποιότητα εργασίας των εργαζόμενων. Ο Τζωρτζόπουλος (2018), μελέτησε την εφαρμογή αρχών και εργαλείων της ΔΟΠ στον υγειονομικό τομέα και διαπίστωσε πως μέχρι σήμερα δεν έχουν υπάρξει εμφανείς βελτιώσεις λόγω της ασυνέπειας που παρατηρείται στην εφαρμογή του ΚΠΑ. Συνολικά, το ΚΠΑ ενισχύει τη σχέση του οργανισμού με το εξωτερικό περιβάλλον και βελτιώνει το επίπεδο των προσφερόμενων κατά περίπτωση υπηρεσιών (Tsimboukidou et al., 2013).



Γενικά φαίνεται να λειτουργεί ευεργετικά για ένα ευρύ φάσμα δραστηριοτήτων και οργανισμών (Karyotakis & Moustakis, 2014; Papalazarou & Tsoulfas, 2018). Δεν βρέθηκαν άρθρα που να υποστηρίζουν ότι η εφαρμογή του ΚΠΑ έχει αρνητικά αποτελέσματα στην λειτουργία των δημόσιων οργανισμών.

Το συμπέρασμα που προκύπτει είναι ότι η αποτελεσματική εφαρμογή του ΚΠΑ όχι μόνον αυξάνει την απόδοση της δημόσιας διοίκησης, αλλά παράλληλα εδραιώνει την έννοια της ποιότητας (Vakaloroulou et al., 2013). Παρατηρείται, δηλαδή, μία συνολική βελτίωση της παρεχόμενης υπηρεσίας (Aspridis, 2012). Για να επιτευχθεί η εφαρμογή αυτή χρειάζεται πολιτική στήριξη, παροχή κινήτρων, σύνδεση με όλα τα συστήματα διαχείρισης και τις πολιτικές που αφορούν στο ανθρώπινο δυναμικό, στην καθιέρωση συστημάτων Διοίκησης με Στόχους και την ενσωμάτωση της έννοιας της ποιότητας σε όλο το εύρος των δραστηριοτήτων του οργανισμού.

**Λέξεις - κλειδιά:** Διοίκηση Ολικής Ποιότητας, Κοινό Πλαίσιο Αξιολόγησης, Δημόσιοι Ελληνικοί Οργανισμοί.

## Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΨΥΧΟΛΟΓΙΚΗΣ ΕΝΔΥΝΑΜΩΣΗΣ ΤΩΝ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ ΣΕ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΥΣ / ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Τσεβαϊρίδου, Λ., Ματσούκα, Ουρ., Γαργαλιάνος, Δ., Τσίτσαρη, Ευσ., & Κώστα, Γ.

ΤΕΦΑΑ, ΔΠΘ

### Περίληψη

Η ενδυνάμωση του ανθρώπινου δυναμικού είναι μία τεχνική διοίκησης, η οποία μπορεί να έχει εφαρμογή σε όλους τους οργανισμούς / επιχειρήσεις για την διευκόλυνση της επίτευξης των σκοπών τους. Στο θέμα της ενδυνάμωσης υπάρχουν δύο κύριες προσεγγίσεις: α) η δομική και β) η ψυχολογική. Σκοπός αυτής της έρευνας ήταν να διερευνηθεί ο ρόλος της ψυχολογικής ενδυνάμωσης των εργαζόμενων σε οργανισμούς / επιχειρήσεις. Χρησιμοποιήθηκε η μέθοδος της ανασκόπησης της βιβλιογραφίας. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι και οι δύο προσεγγίσεις παρουσιάζουν οργανωτικά οφέλη, αλλά η επενέργεια της ψυχολογικής ενδυνάμωσης είναι σαφώς πιο ισχυρή στο πλαίσιο της οργανωτικής απόδοσης και της οργανωτικής συμπεριφοράς.

**Λέξεις - κλειδιά:** Ενδυνάμωση, εργαζόμενοι, οργανισμοί, επιχειρήσεις.

### Εισαγωγή

Η ενδυνάμωση του ανθρώπινου δυναμικού αναγνωρίζεται ως ένα σημαντικό θέμα στους διοικητικούς κυρίως κύκλους επειδή αποτελεί ένα από τα θεμελιώδη στοιχεία διοικητικής και οργανωτικής αποτελεσματικότητας, η οποία ενισχύεται όταν η δύναμη και ο έλεγχος κατανέμονται μέσα σε έναν οργανισμό (Faulkner & Laschinger, 2008). Βασικά, είναι η διαδικασία της ενθάρρυνσης, της ανταμοιβής, της πρωτοβουλίας και της ευρηματικότητας των εργαζόμενων. Οι Maynard, Gilson και Mathieu (2012), θεωρούν την έννοια της ενδυνάμωσης ως την παραχώρηση δύναμης και μεταφορά εξουσίας, ενώ οι Seibert, Wang και Courtright (2011), υποστηρίζουν ότι μέσω της ενδυνάμωσης ενισχύονται οι εργαζόμενοι να αναλαμβάνουν πρωτοβουλίες και να λαμβάνουν αποφάσεις. Επιπλέον, ο όρος της ενδυνάμωσης ορίζεται ως η δυνατότητα του ανθρώπινου δυναμικού να κατέχει εξουσία και υπευθυνότητα για την εργασία του, μέσα από ορισμένες κατευθυντήριες οδηγίες, που τίθενται από την διοίκηση του οργανισμού. Στην αρθρογραφία της ενδυνάμωσης συναντώνται δύο κύριες προσεγγίσεις: α) η δομική και β) η ψυχολογική.

### Σκοπός της έρευνας

Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν η διερεύνηση του ρόλου της ψυχολογικής ενδυνάμωσης σε οργανισμούς / επιχειρήσεις.

### Μεθοδολογία

Η μεθοδολογία που χρησιμοποιήθηκε ήταν αυτή της ανασκόπησης της βιβλιογραφίας. Η αναζήτηση έγινε μέσω του εικονικού ιδιωτικού δικτύου (VPN) του Δημοκρίτειου Πανεπιστημίου Θράκης, που

επιτρέπει την πρόσβαση στην διαδικτυακή πύλη HEAL-LINK. Οι μηχανές αναζήτησης που χρησιμοποιήθηκαν ήταν το Google για την εύρεση πληροφοριών από ιστοσελίδες, το Google Scholar και το Scopus, το οποίο προσφέρει πρόσβαση στα επιστημονικά περιοδικά του εκδοτικού οίκου Elsevier. Οι λέξεις-κλειδιά που χρησιμοποιήθηκαν για την εύρεση των άρθρων ήταν «empowerment in sport», «psychological empowerment in sport», «meaning» «competence», «self determination», «impact», «ενδυνάμωση στον αθλητισμό», «ψυχολογική ενδυνάμωση στον αθλητισμό», «σημασία», «ικανότητα», «αυτοκαθορισμός», «επίδραση». Τελικά εντοπίστηκαν 20 άρθρα.

## Ανασκόπηση βιβλιογραφίας

Η έννοια της δομικής προσέγγισης της ενδυνάμωσης

Η ουσία της δομικής προσέγγισης της ενδυνάμωσης είναι η ιδέα εκχώρησης δύναμης από τα ανώτερα ιεραρχικά επίπεδα (τους μάνατζερ), στα κατώτερα ιεραρχικά επίπεδα (τους υφιστάμενους), με στόχο τη συμμετοχή τους στις λήψεις αποφάσεων (Yulk & Becker, 2012). Έχοντας δύναμη και εξουσία οι εργαζόμενοι μπορούν να συμμετέχουν στην λήψη αποφάσεων, ενώ οι μάνατζερ αποκτούν περισσότερο ελεύθερο χρόνο να ασχοληθούν με αρμοδιότητες που σχετίζονται με τον στρατηγικό προγραμματισμό του οργανισμού τους. Παρά το γεγονός ότι αυτή η προσέγγιση έχει συγκεντρώσει την προσοχή τόσο ακαδημαϊκών, όσο και επαγγελματιών επειδή συνδέει τις διοικητικές τεχνικές με την απόδοση, είναι περιορισμένη διότι εξετάζει την ενδυνάμωση μέσα από μία διοικητικό - κεντρική προοπτική και όχι από την πλευρά των εργαζόμενων. Αυτό είναι σημαντικό επειδή σε μερικές καταστάσεις, ακόμη και αν παρέχονται όλα τα εργαλεία (πληροφορίες, δύναμη, ανταμοιβές και γνώση), οι εργαζόμενοι εξακολουθούν να μην αισθάνονται ενδυναμωμένοι, ενώ, σε άλλες περιπτώσεις όπου δεν λαμβάνουν την ενδυνάμωση από το εργασιακό τους περιβάλλον, αισθάνονται και λειτουργούν ενδυναμωμένοι (Seibert et al., 2011). Ο περιορισμός αυτός συνέβαλε στην εμφάνιση της ψυχολογικής προσέγγισης της ενδυνάμωσης, η οποία αναλύεται παρακάτω.

Η έννοια της ψυχολογικής προσέγγισης της ενδυνάμωσης

Η προσέγγιση της ψυχολογικής ενδυνάμωσης ξεκίνησε από τους Conger και Kanungo (1988, σελ. 471), οι οποίοι την όρισαν ως: «...μία ψυχολογική κατάσταση και ειδικότερα ως μία ψυχολογική ικανότητα». Ήταν οι πρώτοι συγγραφείς που έκαναν κριτική στη δομική προσέγγιση ότι βασίζεται στον καταμερισμό της δύναμης και της εξουσίας. Η Spreitzer (1995a, σελ. 681), όρισε την ψυχολογική ενδυνάμωση ως: «...την πίστη κάποιου ότι κατέχει την απαραίτητη γνώση και τις δεξιότητες για να εκτελεί καλά την εργασία του, διαφοροποιώντας τον μέσα στον οργανισμό». Οι Conger και Kanungo (1988, σελ. 474), περιέγραψαν την ψυχολογική ενδυνάμωση ως «...μία διαδικασία ενίσχυσης των αισθημάτων αυτό-αποτελεσματικότητας μεταξύ των οργανωτικών μελών ενός οργανισμού, μέσω της αναγνώρισης των συνθηκών που ενισχύουν την μειωμένη αυτοπεποίθηση και αυτοεκτίμηση και της εξάλειψής τους από τις επίσημες οργανωτικές πρακτικές και τεχνικές που μειώνουν την αυτοπεποίθηση».

Η Spreitzer (1995a), τελειοποιώντας την έννοια της συγκεκριμένης προσέγγισης, θεμελίωσε την ψυχολογική ενδυνάμωση ως μία εσωτερική παρακίνηση έργου (ενδογενής παρακίνηση έργου), που ανταποκρίνεται σε τέσσερις διαστάσεις: α) σημασία, που αναφέρεται στο «ταίριασμα» των απαιτήσεων του ρόλου εργασίας με τις αντιλήψεις, στάσεις, αξίες, συμπεριφορές και ιδανικά του εργαζόμενου, β)

ικανότητα, που σχετίζεται με την πίστη του εργαζόμενου ότι έχει τις ικανότητες να αποδώσει την εργασία του (Thomas & Velthouse, 1990), γ) αυτοκαθορισμός, που αφορά στην προσωπική αίσθηση που έχει ο εργαζόμενος ότι έχει επιλογές στις διαδικασίες της εργασίας του και δ) επίδραση, που αφορά στην πίστη του εργαζόμενου ότι μπορεί να επηρεάσει τις λειτουργίες και διαδικασίες ενός οργανισμού, καθώς και τα στρατηγικά, διοικητικά και λειτουργικά του αποτελέσματα.

#### Επιδράσεις της ψυχολογικής ενδυνάμωσης στους οργανισμούς

Σύμφωνα με εμπειρικές έρευνες, οι εργαζόμενοι που βιώνουν αυξημένα επίπεδα ψυχολογικής ενδυνάμωσης καταλήγουν στην ενίσχυση πολύ σημαντικών μεταβλητών της οργανωτικής συμπεριφοράς τους (Wolland & Shuck, 2011) και συνεπώς υπάρχει θετική επίδραση στην επαγγελματική τους ικανότητα, στην επαγγελματική τους ικανοποίηση (Raub & Robert, 2007), στην οργανωτική τους δέσμευση, στην οργανωτική τους εξάρτηση (Stander & Rothmann, 2010), στην αντιμετώπιση στρεσογόνων καταστάσεων στην επαγγελματική τους εξουθένωση, στην οργανωτική τους αφοσίωση, αλλά και στην συνολική τους απόδοση (Chowetal, 2006).

Έρευνα των Farahani και Falahati (2008), έδειξε ότι η ικανότητα της ψυχολογικής ενδυνάμωσης των εργαζόμενων σε αθλητικά τμήματα δημόσιων πανεπιστημίων είχε ισχυρή σχέση με την οργανωτική τους δέσμευση. Λιγότερο ισχυρή σχέση παρουσίασαν ο αυτοκαθορισμός και η σημασία με τις διαστάσεις της οργανωτικής δέσμευσης. Παράλληλα, οι Raub και Robert (2007), σε μελέτη τους σε εργαζόμενους σε οργανισμούς παροχής υπηρεσιών, βρήκαν ότι η διάσταση «σημασία της ψυχολογικής ενδυνάμωσης» άσκησε τη μεγαλύτερη επίδραση στην επαγγελματική ικανοποίηση.

Οι Esmaeeli και Seyedamery (2011), μελέτησαν την σχέση μεταξύ ψυχολογικής ενδυνάμωσης και οργανωτικής δέσμευσης σε καθηγητές φυσικής αγωγής. Τα αποτελέσματα της έρευνάς τους επιβεβαίωσαν την ισχυρή σχέση μεταξύ των δύο οργανωτικών μεταβλητών. Ομοίως, σε έρευνα των Esmaeeli, Ameri, Ghasemzadeh & Sohrabi (2012), σχετικά με τη διερεύνηση της σχέσης μεταξύ της ψυχολογικής ενδυνάμωσης και της συμπεριφοράς σε καθηγητές φυσικής αγωγής, διαπιστώθηκε η ισχυρή συσχέτιση όλων των διαστάσεων της ψυχολογικής ενδυνάμωσης στην συμπεριφορά των καθηγητών φυσικής αγωγής.

Στον αντίποδα, ο Baker (2011), διαπίστωσε ότι οι εργαζόμενοι σε ιδιωτικούς αθλητικούς οργανισμούς ένιωθαν μεγαλύτερη οργανωτική δέσμευση από τους εργαζόμενους σε δημοτικούς αθλητικούς οργανισμούς, δηλαδή αισθάνονταν την εργασία τους περισσότερο σημαντική και με μεγαλύτερη επίδραση στη λειτουργία του οργανισμού σε σχέση με τους συναδέλφους τους στο δημόσιο τομέα, καθώς οι διαστάσεις της «σημασίας» και της «ικανότητας» της ψυχολογικής ενδυνάμωσης ήταν σε υψηλότερα επίπεδα από εκείνα των εργαζόμενων στους δημοτικούς αθλητικούς οργανισμούς. Ανάλογα, σε έρευνα των Hosseini-Nasab et al., (2010), σε καθηγητές φυσικής αγωγής της δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης διαπιστώθηκε η επίδραση της ψυχολογικής ενδυνάμωσης στις διαστάσεις της οργανωτικής δέσμευσης.

#### Συζήτηση

Τα παραπάνω ευρήματα τονίζουν την μεγάλη αξία της ψυχολογικής ενδυνάμωσης σε διάφορες οργανωτικές μεταβλητές. Οι ενδυναμωμένοι εργαζόμενοι είναι περισσότερο συγκεντρωμένοι στα

καθήκοντά τους, αυτό-παρακινούμενοι και περισσότερο ελαστικοί (Avolio et al., 2004). Οι περισσότεροι εργαζόμενοι επιθυμούν αναγνώριση και υπευθυνότητα από τα διοικητικά στελέχη. Όταν οι αθλητικοί μάνατζερ ενδυναμώνουν τους εργαζόμενους τους οδηγούν σε μεγαλύτερη δέσμευση, ικανοποίηση και καινοτομία στο χώρο εργασίας. Στο πλαίσιο του αθλητισμού και της αθλητικής αναψυχής γενικότερα, υπάρχει έλλειμμα στην αρθρογραφία και, επομένως, χρειάζεται να γίνει περαιτέρω μελέτη σχετικά με τη διερεύνηση της σχέσης της ψυχολογικής ενδυνάμωσης με οργανωσιακές μεταβλητές.

## Συμπέρασμα

Από τα παραπάνω διαπιστώνεται η μεγάλη αξία της ψυχολογικής ενδυνάμωσης σε διάφορες οργανωτικές μεταβλητές. Όταν οι μάνατζερ ενδυναμώνουν τους εργαζόμενους τους οδηγούν σε μεγαλύτερη δέσμευση, ικανοποίηση και καινοτομία στο χώρο εργασίας.

## Βιβλιογραφία

- Avolio, B. J., Zhu, W., Koh, W., & Bhatia, P. (2004). Transformational leadership and organizational commitment: Mediating role of psychological empowerment and moderating role of structural distance. *Journal of Organizational Behavior*, 25(8), 951-968.
- Conger, J. A., & Kanungo, R. N. (1988). The empowerment process: Integrating theory and practice. *Academy of Management Review*, 13(3), 471-482.
- Esmaeeli, M. R., Seyed-Ameri, M. H., Ghasemzadeh, A., & Sohrabi, P. (2012). Evaluating prevalence of depression and related factors among students of an Iranian University (case study: Quchan University of Technology). *Research in Sports Science*, 10, 186-169.
- Esmaeeli, M. R., & Seyed-Ameri, M. H. (2011). Relationship between empowerment and organizational citizenship behavior of Tehran prince sport office. *Journal of Sport Management*, 7, 144-125.
- Faulkner, J., & Laschinger, H. L. (2008). The effects of structural and psychological empowerment on perceived respect in acute care nurses. *Journal of Nursing Management*, 16(2), 214-221.
- Hosseini-Nasab, D., Mikaeeli-Moni, F., & Eqbal-Qazi-Jahani, N. (2010). Relationship between psychological empowerment and organizational commitment of teachers in high schools in the academic year 2009-2010 in Urmia. *Quarterly of Educational Science*, 9, 27-49.
- Maynard, M. T. Gilson, L. L., & Mathieu, J. E. (2012). Empowerment, Fad or Fab? A multilevel review of the past two decades of research. *Journal of Management*, 38(4), 1231-1281.
- Raub, S., & Robert, C. (2007). Empowerment and organizational citizenship: Moderation by culture in a multi-national sample. *Academy of Management Proceedings*, 1, 1-6.
- Seibert, S. E., Wang, G., & Courtright, S. H. (2011). Antecedents and consequences of psychological and team empowerment in organizations: A meta-analytic review. *Journal of Applied Psychology*, (96)5, 981-1003.
- Spreitzer, G. M. (1995a). Psychological empowerment in the workplace: Dimensions, measurement, and validation. *Academy of Management Journal*, 38(5), 1442-1465.
- Spreitzer, G. M. (2007). *A review of more than twenty years of research on empowerment at work*. The Handbook of Organizational Behavior, C. Cooper & J. Barling (editors), (pp. 54-73), Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Stander, M. W., & Rothmann, S. (2010). Psychological empowerment, job insecurity and employee engagement. *Journal of Industrial Psychology*, 36(1), 1-8.



- Thomas, K. W., & Velthouse, B. A. (1990). Cognitive elements of empowerment: An interpretive model of intrinsic task motivation. *The Academy of Management Review*, 15(4), 666-681.
- Wollard, K. K., & Shuck, B. (2011). Antecedents to employee engagement: A structured review of the literature. *Advances in Developing Human Resources*, 13(4), 429-446.
- Yukl, G. A., & Becker, W. S. (2012). Effective empowerment in organizations. *Organization Management Journal*, (3)3, 210-231.

## ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΤΗΣ ΣΧΕΣΗΣ ΤΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΜΕ ΤΗΝ ΑΝΤΙΛΑΜΒΑΝΟΜΕΝΗ ΑΞΙΑ ΣΕ ΘΕΑΤΕΣ ΠΟΔΟΣΦΑΙΡΟΥ

Παπαδόπουλος, Ν.,<sup>1</sup> & Γαργαλιάνος, Δ.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Τμήμα Διοίκησης Οργανισμών, Μάρκετινγκ & Τουρισμού, ΔΙ.ΠΑ.Ε.

<sup>2</sup> ΤΕΦΑΑ, ΔΠΘ

### Περίληψη

Η ποιότητα υπηρεσιών αποτελέσματος ενός αθλητικού οργανισμού είναι σημαντικό στοιχείο της ποιότητας υπηρεσιών και του αθλητικού προϊόντος. Η αξία μίας υπηρεσίας στηρίζεται στις αντιλήψεις των θεατών που αφορούν στις θυσίες που έκαναν για να πάνε στο γήπεδο και στην αξία που πήραν για τα χρήματα που έδωσαν. Σκοπός της παρούσας μελέτης ήταν να διερευνήσει την διάσταση της ποιότητας υπηρεσιών αποτελέσματος και κατά πόσο αυτή επηρεάζει την αξία στο χώρο του αθλητισμού θεατών και ειδικότερα στο χώρο του ελληνικού επαγγελματικού ποδοσφαίρου. Η μεθοδολογία που χρησιμοποιήθηκε ήταν αυτή του ερωτηματολογίου. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι προκύπτει θετική και στατιστικά σημαντική συσχέτιση της αξίας και της ποιότητας των αποτελεσμάτων.

**Λέξεις - κλειδιά:** Ποιότητα υπηρεσιών αποτελέσματος, αντιλαμβανόμενη αξία, θεατές ποδοσφαίρου.

### Εισαγωγή

Η θεωρία του αθλητικού μάνατζμεντ περιγράφει το αθλητικό προϊόν με δύο βασικές διαστάσεις: α) το κύριο προϊόν, που περιλαμβάνει την απόδοση των αθλητών, την ποιότητα του παιχνιδιού, τα χαρακτηριστικά της ομάδας και το ομαδικό σθένος και β) τα περιφερειακά ή υποστηρικτικά στοιχεία, που περιλαμβάνουν τις εγκαταστάσεις του γηπέδου, τις υπηρεσίες υποστήριξης και τις αλληλεπιδράσεις ανάμεσα στους θεατές και στο προσωπικό των εγκαταστάσεων (Αλεξανδρή, 2011). Η διάσταση αποτελεσμάτων της ποιότητας υπηρεσιών εκφράζει το τι έλαβε ο θεατής από την διαδικασία ενός παιχνιδιού και προσδιορίζεται από την απόδοση των αθλητών, τα χαρακτηριστικά της αντίπαλης ομάδας και την ατμόσφαιρα του παιχνιδιού (Yoshida et al., 2013). Στην παρούσα μελέτη έχει προταθεί η διάσταση της ποιότητας του παιχνιδιού και της αγωνιστικής απόδοσης της ομάδας (Theodorakis et al., 2013). Όσον αφορά στην αξία, είναι η αξιολόγηση του πελάτη σχετικά με την χρησιμότητα μίας υπηρεσίας, η οποία στηρίζεται στις αντιλήψεις του για τις θυσίες που πρέπει να επωμιστεί για να αποκτήσει τα επιθυμητά οφέλη από την υπηρεσία αυτή (Zeithaml, 1988).

### Σκοπός της έρευνας

Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν να διερευνήσει την ποιότητα υπηρεσιών αποτελέσματος σε θεατές του Ελληνικού επαγγελματικού ποδοσφαίρου και κατά πόσο αυτή επηρεάζει την αξία των υπηρεσιών αυτών.

## Ανασκόπηση της βιβλιογραφίας

Αρκετές έρευνες επικεντρώνονται στη σχέση ποιότητας υπηρεσιών και αξίας (Howat & Assaker, 2016; Θαμνόπουλος, 2012; Hume & Mort, 2008). Οι Bolton και Drew (1991), πρότειναν ότι μετά από την αξιολόγηση της ποιότητας υπηρεσιών ο πελάτης αξιολογεί την αξία υπηρεσιών, συγκρίνοντας την ποιότητα με το κόστος της σε μία δεδομένη κατάσταση. Οι Kuo et al., (2009), κατέληξαν ότι η ποιότητα υπηρεσιών επηρεάζει θετικά την αξία και η αξία επηρεάζει θετικά την ικανοποίηση των πελατών και την πρόθεσή τους για μελλοντικές αγορές. Οι Clemes et al., (2011), εξέτασαν τις αλληλεξαρτήσεις ανάμεσα στην ποιότητα υπηρεσιών, στην ικανοποίηση, στην αξία και στις προθέσεις των θεατών και ανέδειξαν 9 διαστάσεις, μεταξύ των οποίων ήταν η «ποιότητα αποτελέσματος» και η «αξία». Οι Yoshida et al., (2013), πρότειναν την «αξία απόλαυσης», την «αξία χρήσης» και την «συμβολική αξία», σε σχέση με το κόστος και την συμπεριφορά του καταναλωτή. Οι Voon et al., (2014), κατέληξαν ότι οι διαστάσεις που αφορούν στις κύριες υπηρεσίες, τις περιφερειακές υπηρεσίες και την αξία είχαν θετικές επιδράσεις στην εμπειρία συναισθημάτων των χρηστών. Οι Howat και Assaker (2016), εξέτασαν την επίδραση που είχε η ποιότητα υπηρεσιών στις προθέσεις συμπεριφοράς και κατέληξαν ότι η αξία έχει θετική επίδραση στη συνολική ικανοποίηση. Οι Calabuig et al., (2016), υποστήριξαν ότι η αξία είναι μία λειτουργία της ποιότητας, ενώ η ικανοποίηση είναι μία συνέπεια της ποιότητας, της αξίας και των συναισθημάτων. Σε μία πιο πρόσφατη έρευνα, οι Biscaia et al., (2017), πρότειναν την «αξία απόλαυσης» και την «αξία χρήσης» και κατέληξαν ότι οι ομάδες, η προσβασιμότητα και η ατμόσφαιρα των αθλητικών γεγονότων είχαν θετικό αντίκτυπο στην «αξία απόλαυσης».

## Μεθοδολογία

Η μεθοδολογία που χρησιμοποιήθηκε ήταν αυτή του ερωτηματολογίου.

*Δείγμα:* Με την επιλογή της μεθόδου της στρωματοποιημένης δειγματοληψίας, στην έρευνα συμμετείχαν 940 θεατές που παρακολούθησαν τον αγώνα ΠΑΕ Άρης - ΠΑΕ Ξάνθη, στο γήπεδο «Κλεάνθης Βικελίδης», στις 5 Μαΐου 2019, για το Ελληνικό Πρωτάθλημα Ποδοσφαίρου.

*Όργανο μέτρησης:* Για την μέτρηση της ποιότητας υπηρεσιών αποτελεσμάτων χρησιμοποιήθηκε το μοντέλο της μερικής διαμεσολάβησης (Theodorakis et al., 2013), ενώ για την μέτρηση της αξίας χρησιμοποιήθηκαν τα ερωτηματολόγια των Howat και Assaker (2016) και Calabuig et al., (2016). Χρησιμοποιήθηκε 7βάθμια κλίμακα τύπου Likert.

*Στατιστική ανάλυση:* Χρησιμοποιήθηκαν τα στατιστικά πακέτα SPSS 20 και AMOS. Για την μέτρηση της αξιοπιστίας και της εσωτερικής συνοχής παραγόντων χρησιμοποιήθηκε ο συντελεστής Alpha (Cronbach, 1951), η οποία απέφερε τα εξής αποτελέσματα: «αντιλαμβανόμενη αξία» ( $\alpha=0,88$ ), «ποιότητα παιχνιδιού» ( $\alpha=0,89$ ), «αγωνιστική απόδοση ομάδας» ( $\alpha=0,83$ ).

## Αποτελέσματα

Η τιμή του εισιτηρίου και η τιμή των προϊόντων στο γήπεδο κρίνεται ικανοποιητική. Οι θεατές θεώρησαν σε αρκετά υψηλό βαθμό ότι ο κόπος και οι θυσίες που έκαναν για να παρακολουθήσουν τον αγώνα άξιζαν τα χρήματα που δαπάνησαν, με την σχέση αξίας - κόστους των παρεχόμενων υπηρεσιών

να είναι επίσης ικανοποιητική. Η μέση βαθμολογία της αξίας των προσφερόμενων υπηρεσιών κρίνεται αρκετά υψηλή (Μ.Ο.=4,99 Τ.Α.=1,05) (Πίνακας 1).

	Μ.Ο.	Τ.Α.
Το κόστος του εισιτηρίου, σε σχέση με τις υπηρεσίες που παρέχονται είναι προσιτό	4,74	1,32
Δεν μου κοστίζει ακριβά να παρακολουθώ αγώνες της ομάδας μου	4,80	1,33
Οι τιμές των προϊόντων (π.χ. καφές, αναψυκτικά) που πωλούνται στο στάδιο είναι προσιτές	4,81	1,30
Ο κόπος και οι θυσίες που έκανα για να δω τον αγώνα, άξιζαν τα χρήματα που δαπάνησα	5,37	1,21
Για τα χρήματα που δαπάνησα, έλαβα την ανάλογη αξία	5,23	1,20
<b>Αντιλαμβανόμενη αξία</b>	<b>4,99</b>	<b>1,05</b>

**Πίνακας 1:** Περιγραφική στατιστική της διάστασης «αντιλαμβανόμενη αξία».

Αναφορικά με τα αποτελέσματα που αφορούν στη διάσταση της ποιότητας των αποτελεσμάτων προέκυψε ότι αυτή είναι αρκετά ικανοποιητική (Μ.Ο.=5,25, Τ.Α.=0,85). Οι θεατές κρίνουν την ποιότητα του παιχνιδιού ως υψηλή (Μ.Ο.=5,12, Τ.Α.=1,04), σε όρους ανταγωνισμού, ενώ η αγωνιστική απόδοση της ομάδας κρίνεται επίσης ικανοποιητική (Μ.Ο.=5,39, Τ.Α.=0,88) (Πίνακας 2).

	Μ.Ο.	Τ.Α.
Τα παιχνίδια έχουν ανταγωνισμό	5,38	1,08
Τα παιχνίδια είναι συνήθως γρήγορα και αμφίρροπα	5,12	1,23
Υπάρχει υψηλό επίπεδο στα παιχνίδια	4,94	1,26
Τα παιχνίδια είναι θεαματικά	5,02	1,21
<b>Ποιότητα παιχνιδιού</b>	<b>5,12</b>	<b>1,04</b>
Οι παίκτες αποδίδουν καλά στα παιχνίδια	5,36	1,04
Η ομάδα παίζει δυνατά σε όλη την διάρκεια του αγώνα	5,26	1,07
Η ομάδα στη φετινή σεζόν έχει κάνει καλή πορεία	5,62	1,04
Η ομάδα στη φετινή σεζόν είχε κάνει σημαντικές νίκες	5,33	1,15
<b>Αγωνιστική απόδοση ομάδας</b>	<b>5,39</b>	<b>0,88</b>
<b>Ποιότητα αποτελεσμάτων</b>	<b>5,25</b>	<b>0,85</b>

**Πίνακας 2:** Περιγραφική στατιστική της διάστασης «ποιότητα αποτελεσμάτων».

Μέσω των συντελεστών συσχέτισης κατά Pearson προέκυψε ότι η συσχέτιση των επιμέρους παραγόντων προσδιορισμού της ποιότητας αποτελεσμάτων και της διάστασης της ποιότητας αποτελεσμάτων είναι θετική, πολύ ισχυρή και στατιστικά σημαντική ( $p < 0,001$ ) (Πίνακας 3).

	Ποιότητα αποτελεσμάτων	
Ποιότητα παιχνιδιού	<b>R</b>	0,907
	<b>P</b>	0,000
Αγωνιστική απόδοση ομάδας	<b>R</b>	0,867
	<b>P</b>	0,000

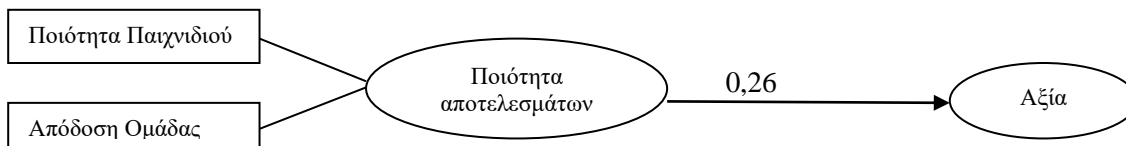
**Πίνακας 3:** Συσχέτιση κατά Pearson της «ποιότητα αποτελεσμάτων» και των διαστάσεων προσδιορισμού της.

Το βασικό ερευνητικό ερώτημα της μελέτης επιβεβαιώθηκε, αφού προέκυψε θετική και στατιστικά σημαντική συσχέτιση των μεταβλητών της αξίας και του επιπέδου της ποιότητας των αποτελεσμάτων ( $r=0,546$ ,  $p<0,001$ ), ενώ παράλληλα, ο συντελεστής  $\beta$  του αντίστοιχου υποδείγματος παλινδρόμησης είναι θετικός και κρίνεται στατιστικά σημαντικός ( $\beta=0,674$ ,  $p<0,001$ ) (Πίνακας 4).

Εξαρτημένη μεταβλητή: Αντιλαμβανόμενη αξία	B	T	P
Σταθερά	1,449	8,077	<0,001
Ποιότητα αποτελεσμάτων	0,674	19,977	<0,001
<b>r (p)</b>		0,546 (<0,001)	
<b>F (p)</b>		399,090 (<0,001)	
<b>R<sup>2</sup></b>		0,298	

**Πίνακας 4:** Εφαρμογή παλινδρόμησης OLS για τον έλεγχο της ερευνητικής υπόθεσης.

Μέσω του τυποποιημένου συντελεστή παρατηρείται ότι η επίδραση της ποιότητας των αποτελεσμάτων προς την αξία είναι θετική, με τον συντελεστή  $\beta$  να ισούται με 0,26 (Σχήμα 1).



**Σχήμα 1:** Τυποποιημένος συντελεστής υποδείγματος ανάλυσης μονοπατιού.

### Συζήτηση - Συμπεράσματα

Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι οι αντιλήψεις για την ποιότητα υπηρεσιών μπορούν να επηρεάσουν τις αντιλήψεις για την αξία, γεγονός που συμφωνεί με τις θεωρητικές θέσεις ότι πέρα από το χρηματικό κόστος για την αγορά και χρήση μίας υπηρεσίας πρέπει να λαμβάνονται υπόψη και άλλοι παράγοντες, όπως οι δαπάνες αναζήτησης, ο χρόνος αναζήτησης, κλπ.. Τα ευρήματα συμφωνούν με αυτά των Calabuij et al., (2016). Από την άλλη, σύμφωνα με τους Howat και Assaker (2016), δεν υποστηρίζεται η σχέση μεταξύ ποιότητας αποτελεσμάτων και αξίας. Οι αθλητικοί οργανισμοί μπορούν να εφαρμόσουν πολιτικές προώθησης εισιτηρίων διαρκείας για όλη την αγωνιστική σεζόν, προκειμένου το κόστος για τους θεατές ανά αγωνιστική ημέρα να είναι μειωμένο. Η βελτίωση της αντίληψης για την αξία μπορεί να επέλθει μέσα από την μείωση των χρόνων πρόσβασης, εισόδου - εξόδου και επιστροφής, αλλά και αγοράς των εισιτηρίων μέσω διαδικτύου. Επίσης, μπορεί να επέλθει από την προσθήκη νέων δωρεάν υπηρεσιών, όπως για παράδειγμα συμμετοχή σε εκδηλώσεις της ομάδας πέραν των αγώνων, επαφή με τους ποδοσφαιριστές σε εκδηλώσεις εκτός αγώνων, κλπ.

Όσον αφορά στην ποιότητα αποτελεσμάτων, θεωρείται ότι είναι δύσκολο να ελεγχτεί από τα στελέχη αθλητισμού και είναι λιγότερο προβλέψιμη από την λειτουργική ποιότητα. Τα διοικητικά στελέχη ενός επαγγελματικού οργανισμού δεν μπορούν να έχουν το γνωστικό υπόβαθρο σε θέματα που αφορούν στην επιλογή αθλητών, τις αγωνιστικές τακτικές ενός παιχνιδιού, κλπ., τα οποία αποφασίζονται από τον προπονητή και άλλους ειδικούς. Όμως, τα διοικητικά στελέχη θα πρέπει να αναγνωρίσουν ότι η ποιότητα του παιχνιδιού και η απόδοση της ομάδας είναι σημαντικά στοιχεία της ποιότητας υπηρεσιών



και του αθλητικού προϊόντος και ότι επηρεάζουν τις προθέσεις συμπεριφοράς των θεατών και κατ' επέκταση την οικονομική σταθερότητα του οργανισμού. Παρόμοιες έρευνες μπορούν να γίνουν σε άλλα ποδοσφαιρικά γήπεδα, όπως και σε άλλα αθλήματα (μπάσκετ, βόλεϊ, τένις, μηχανοκίνητος αθλητισμός, κλπ.) με συμμετοχή θεατών.

## Βιβλιογραφία

- Αλεξανδρή, Κ. (2011). *Αρχές μάνατζμεντ και μάρκετινγκ οργανισμών και επιχειρήσεων αθλητισμού και αναψυχής*. Θεσσαλονίκη: Χριστοδουλίδης.
- Θαμνόπουλος, Ι. (2012). *Αξιολόγηση της αποτελεσματικότητας της οργάνωσης ποδοσφαιρικών εγκαταστάσεων στην Ελλάδα, σε σχέση με την ποιότητα, την ικανοποίηση και την αξία των υπηρεσιών θεατών*. Διδακτορική Διατριβή, Πανεπιστήμιο Θράκης & Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας.
- Biscaia, R., Correia, A., Rosado, A., Maroco, J., & Ross, S. (2012). The effects of emotions on football spectators' satisfaction and behavioral intentions. *European Sport Management Quarterly*, 12(3), 227-242.
- Bolton, R. N., & Drew, J. H. (1991). A multi-stage model of customers' assessments of service quality and value. *Journal of Consumer Research*, 17, 375-384.
- Calabuig, F., Mundina, J., Crespo, J., Valentine, I., Prado V., & Stanislovaitis, A. (2016). Quality of sporting events: Validation of the EVENTQUAL scale. *Transformations in Business & Economics*, 15(2), 21-32.
- Clemes, M. D., Brush, G. J., & Collins, M. J. (2011). Analyzing the professional sport experience: A hierarchical approach. *Sport Management Review*, 14(4), 370-388.
- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 16(3), 297-334.
- Howat, G., & Assaker, G. (2016). Outcome quality in participant sport and recreation service quality models: Empirical results from public aquatic centres in Australia. *Sport Management Review*, 19, 520-535.
- Hume, M., & Mort, G. S. (2008). Satisfaction in performing arts: The role of value? *European Journal of Marketing*, 42(3/4), 311-326.
- Kuo, Y. F., Wub, C. M., & Deng, W. J. (2009). The relationships among service quality, perceived value, customer satisfaction, and post-purchase intention in mobile value-added services. *Computers in Human Behavior*, 25, 887-896.
- Theodorakis, N., Alexandris, K., Tsigilis, N., & Karvounis, S. (2013). Predicting spectators' behavioral intentions in professional football: The role of satisfaction and service quality. *Sport Management Review*, 16, 85-96.
- Voon, B., Lee, N., & Murray, D. (2014). Sports service quality for event venues: Evidence from Malaysia. *Sport, Business & Management: An International Journal*, 4(2), 125-141.
- Yoshida, M., James, J. D., & Cronin, J. J. (2013). Value creation: Assessing the relationships between quality, consumption value and behavioral intentions at sporting events. *International Journal of Sports Marketing & Sponsorship*, 14(2), 126-148.
- Zeithaml, V. A. (1988). Consumer perceptions of price, quality and value: A means-end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing*, 52, 2-22.

## ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΤΗΣ ΑΝΤΙΛΗΨΗΣ ΤΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΑΠΟ ΘΕΑΤΕΣ ΠΟΥ ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΟΥΝ ΕΝΑΝ ΑΓΩΝΑ ΠΟΔΟΣΦΑΙΡΟΥ ΑΠΟ ΔΙΑΦΟΡΕΤΙΚΕΣ ΚΕΡΚΙΔΕΣ

Παπαδόπουλος, Ν.,<sup>1</sup> & Γαργαλιάνος, Δ.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Τμήμα Διοίκησης Οργανισμών, Μάρκετινγκ & Τουρισμού, ΔΙ.ΠΑ.Ε.

<sup>2</sup> ΤΕΦΑΑ, ΔΠΘ

### Περίληψη

Η ποιότητα υπηρεσιών ενός αθλητικού οργανισμού αποτελεί μία πολυδιάστατη έννοια και είναι σημαντικό στοιχείο του αθλητικού προϊόντος. Σκοπός της έρευνας ήταν να διερευνηθεί η αντίληψη που έχουν για την ποιότητα των υπηρεσιών που προσφέρονται σε έναν αγώνα ποδοσφαίρου οι θεατές που τον παρακολουθούν από διαφορετικές κερκίδες. Η μεθοδολογία που επιλέχθηκε ήταν η ποσοτική έρευνα. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι οι θεατές από διαφορετικές κερκίδες του σταδίου αντιλαμβάνονται διαφορετικά την λειτουργική ποιότητα υπηρεσιών.

**Λέξεις - κλειδιά:** Λειτουργική ποιότητα υπηρεσιών, θεατές ποδοσφαίρου, κερκίδες σταδίου.

### Εισαγωγή

Ο αυξανόμενος ανταγωνισμός στον επαγγελματικό αθλητισμό οδηγεί στην ανάπτυξη καινοτόμων ιδεών, τις μεταβλητές των οποίων πρέπει να ελέγχουν προσεκτικά και να διαχειρίζονται με σύνεση οι μάνατζερ των ομάδων (Kelley & Turley, 2001; Theodorakis et al., 2001), ώστε να διασφαλίζεται ότι οι φίλαθλοι απολαμβάνουν στην αθλητική τους εμπειρία, ακόμα και όταν η ομάδα τους χάνει, ή το παιχνίδι δεν είναι συναρπαστικό. Η μελέτη αυτή επικεντρώνεται στην λειτουργική ποιότητα των υπηρεσιών που είναι υπό τον άμεσο έλεγχο των διοικητικών στελεχών των αθλητικών ομάδων, η οποία περιλαμβάνει τις μεταβλητές «προσωπικό», «πρόσβαση», «ασφάλεια», «αξιοπιστία» και «υλικές υπηρεσίες» (Theodorakis et al., 2013).

### Σκοπός της έρευνας

Σκοπός της έρευνας ήταν να διερευνηθεί η αντίληψη που έχουν για την ποιότητα των υπηρεσιών που προσφέρονται σε έναν αγώνα ποδοσφαίρου οι θεατές που τον παρακολουθούν από διαφορετικές κερκίδες.

### Ανασκόπηση της βιβλιογραφίας

Αρκετές έρευνες έχουν διερευνήσει τις διαστάσεις της ποιότητας υπηρεσιών στους αθλητικούς οργανισμούς. Με το όργανο μέτρησης SPORTSERV (Theodorakis, Kambitsis, Laios, & Koustelios, 2001), οι Theodorakis, Alexandris, Tsigilis & Karvounis (2013), διερεύνησαν την σχέση ανάμεσα στην ποιότητα υπηρεσιών, την ικανοποίηση και την συμπεριφορά προθέσεων των θεατών στο Ελληνικό επαγγελματικό πρωτάθλημα ποδοσφαίρου και διαχώρισαν την ποιότητα υπηρεσιών σε: α) ποιότητα

αποτελεσμάτων και β) λειτουργική ποιότητα, η οποία αποτελείται από τις 5 διαστάσεις του SPORTSERV («εγκαταστάσεις», «προσωπικό», «προσβασιμότητα», «ασφάλεια», «αξιοπιστία»). Με το SPORTSERV οι Theodorakis, Koustelios, Robinson, και Barlas (2009), διερεύνησαν την σχέση ανάμεσα στην ποιότητα υπηρεσιών και τις προθέσεις επαναγοράς των θεατών, μέσω του ρόλου της ταύτισης, στο Ελληνικό πρωτάθλημα ποδοσφαίρου. Κατέληξαν ότι υπάρχει ισχυρή σχέση μεταξύ των διαστάσεων ποιότητας υπηρεσιών και της πρόθεσης επαναγοράς, ενώ ο ρόλος της ταύτισης με την ομάδα είναι πολύ σημαντικός.

Οι Calabuig et al., (2010), κατασκεύασαν το όργανο μέτρησης EVENTQUAL (Event Quality), το οποίο μετράει την άποψη των θεατών που παρακολουθούν αθλητικά γεγονότα για την ποιότητα των υπηρεσιών που τους προσφέρονται. Το όργανο αυτό συγκροτείται από 4 διαστάσεις ποιότητας («προσβασιμότητα», «προσωπικό», «υλικές υπηρεσίες», «συμπληρωματικές υπηρεσίες»), με 22 στοιχεία - ερωτήσεις. Η ανάλυση έδειξε επαρκή εσωτερική συνοχή, αξιοπιστία και εγκυρότητα, σε 14 από τα 22 στοιχεία του. Οι Crespo et al., (2013) και οι Calabuig et al., (2016), επιβεβαίωσαν τις διαστάσεις του οργάνου σε έρευνες που έκαναν σε θεατές μπάσκετ στην Ισπανία.

Οι Foroughi, Anuar, Shah, Ramayah και Iranmanesh (2019), εξέτασαν τον αντίκτυπο των περιφερειακών υπηρεσιών ποιότητας, πάνω στα συναισθήματα και στις προθέσεις συμπεριφοράς των θεατών αγώνων ποδοσφαίρου στη Μαλαισία. Οι συγγραφείς κατηγοριοποίησαν τα ευχάριστα συναισθήματα σε «ευτυχία» και «ενθουσιασμό» και τα δυσάρεστα συναισθήματα σε «ανησυχία», «κατήφεια», και «θυμό». Επίσης, μέτρησαν την «διασκέδαση», τις «εγκαταστάσεις», τις «ηλεκτρονικές συσκευές», τον «εκφωνητή του γηπέδου» και τις «προθέσεις συμπεριφοράς». Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι τόσο τα ευχάριστα, όσο και τα δυσάρεστα συναισθήματα επηρεάζουν σημαντικά την συμπεριφορά των θεατών.

Βασική παράμετρος των γηπέδων είναι κερκίδες, οι οποίες συνήθως χωρίζονται σε 2 γενικές κατηγορίες: τις προνομιακές και της γενικής εισόδου (Kitchin & Paramario – Salcines, 2012). Για να προσελκύσουν θεατές υψηλού εισοδήματος και να αυξήσουν το εισόδημά τους, οι ομάδες εντάσσουν στα γήπεδα διάφορες υπηρεσίες (π.χ., μπαρ, εστιατόρια, πολυτελή καθίσματα, αποκλειστικούς χώρους στάθμευσης αυτοκινήτων, κλπ.), οι οποίες σχεδιάζονται για να κάνουν την παρακολούθηση του αθλητικού γεγονότος πιο βολική για τον θεατή και να του προσφέρουν μία αξέχαστη εμπειρία.

## Μεθοδολογία

Η μεθοδολογία που χρησιμοποιήθηκε για την υλοποίηση του σκοπού της έρευνας ήταν η ποσοτική.

*Δείγμα:* Στην έρευνα συμμετείχαν 940 θεατές, φίλαθλοι της ομάδας του Άρη, που παρακολούθησαν τον αγώνα μεταξύ της ΠΑΕ Άρης Θεσσαλονίκης και της ΠΑΕ Ξάνθη, στο στάδιο «Κλεάνθης Βικελίδης», ο οποίος πραγματοποιήθηκε στις 05 Μαΐου 2019, στο πλαίσιο της διοργάνωσης του Ελληνικού Πρωταθλήματος Ποδοσφαίρου (Super League). Έγινε στρωματοποιημένη δειγματοληψία και όλοι οι ερωτώμενοι συμμετείχαν εθελοντικά. Για να είναι το δείγμα των θεατών όσο το δυνατόν πιο αντιπροσωπευτικό του πληθυσμού, ο αριθμός των ερωτηματολογίων που διανεμήθηκαν σε κάθε θύρα ήταν ανάλογος του αριθμού των θεατών που φιλοξενούσαν.

*Όργανο μέτρησης:* Για την μέτρηση της λειτουργικής ποιότητας υπηρεσιών χρησιμοποιήθηκε το μοντέλο της μερικής διαμεσολάβησης (Theodorakis et al., 2013). Μετρήθηκε σε 5 διαστάσεις: «προσωπικό» (4 στοιχεία), «πρόσβαση» (4 στοιχεία), «ασφάλεια» (4 στοιχεία), «αξιοπιστία» (4 στοιχεία) και «υλικές υπηρεσίες» (4 στοιχεία). Χρησιμοποιήθηκε 7βάθμια κλίμακα τύπου Likert.

*Στατιστική ανάλυση:* Για τη ανάλυση των δεδομένων χρησιμοποιήθηκαν τα στατιστικά πακέτα SPSS 20 και AMOS. Χρησιμοποιήθηκαν ο μέσος όρος και η τυπική απόκλιση. Για την διεξαγωγή ελέγχων στατιστικά σημαντικών διαφοροποιήσεων έγινε χρήση του παραμετρικού ελέγχου Ανάλυσης Διακύμανσης Μονής Κατεύθυνσης. Για την μέτρηση της αξιοπιστίας και της εσωτερικής συνοχής παραγόντων χρησιμοποιήθηκε ο συντελεστής  $\alpha$  του Cronbach (Cronbach, 1951) και προέκυψαν τα εξής αποτελέσματα: «υλικές υπηρεσίες» ( $\alpha=0,892$ ), «ανταπόκριση προσωπικού» ( $\alpha=0,965$ ), «ασφάλεια» ( $\alpha=0,939$ ), «προσβασιμότητα» ( $\alpha=0,847$ ), και «αξιοπιστία» ( $\alpha=0,924$ ).

### Αποτελέσματα

Το 17,6% των ερωτηθέντων παρακολουθεί συνήθως τους αθλητικούς αγώνες από τη Θύρα 1, το 19,0% από τη Θύρα 2, το 33,0% από τη Θύρα 3, το 1,6% από τη Θύρα 4, το 1,3% από τη Θύρα 5, το 1,2% από τη Θύρα 6, το 13,0% από τη Θύρα 7, το 5,6% από τη Θύρα 9, το 3,8% από τη Θύρα VIP και το 3,9% από τις σουίτες του σταδίου (Πίνακας 1).

	N	%	
Από ποια κερκίδα του γηπέδου παρακολουθείτε συνήθως το παιχνίδι;	Θύρα 1	165	17,6
	Θύρα 2	179	19,0
	Θύρα 3	310	33,0
	Θύρα 4	15	1,6
	Θύρα 5	12	1,3
	Θύρα 6	11	1,2
	Θύρα 7	122	13,0
	Θύρα 9	53	5,6
	Θύρα VIP	36	3,8
	Σουίτα	37	3,9

**Πίνακας 1:** Κερκίδα παρακολούθησης παιχνιδιού.

Ο βαθμός ικανοποίησης των φιλάθλων από τις «υλικές υπηρεσίες» που τους προσφέρονται είναι μετρίου επιπέδου (Μ.Ο.=4,31, Τ.Α.=1,32). Υψηλότερος είναι ο βαθμός που οι συμμετέχοντες στην έρευνα θεωρούν ότι το προσωπικό του σταδίου ανταποκρίνεται στα καθήκοντά του (Μ.Ο.=4,70, Τ.Α.=1,28), ενώ η ευκολία προσβασιμότητας στο στάδιο αξιολογείται ως χαμηλότερη του μετρίου (Μ.Ο.=3,89, Τ.Α.=1,29). Παρατηρήθηκε σχετικά υψηλή αξιοπιστία των προσφερόμενων υπηρεσιών, με την αντίστοιχη μέση βαθμολογία της συγκεκριμένης διάστασης να ισούται με 4,61 (Τ.Α.=1,04), ενώ υψηλότερο είναι το συνολικό επίπεδο της αντιληπτής ασφάλειας των φιλάθλων μέσα και έξω από το γήπεδο (Μ.Ο.=5,08, Τ.Α.=1,35). Συνολικά το επίπεδο της αντιληπτής ποιότητας των προσφερόμενων αθλητικών υπηρεσιών κρίνεται σχετικά ικανοποιητικό, με την μέση βαθμολογία του συγκεκριμένου παράγοντα να ισούται με 4,52 (Τ.Α.=1,04) (Πίνακας 2).

	M.O.	T.A.
Υλικές υπηρεσίες	4,31	1,32
Ανταπόκριση προσωπικού	4,70	1,28
Προσβασιμότητα	3,89	1,29
Αξιοπιστία	4,61	1,04
Ασφάλεια	5,08	1,35
<b>Λειτουργική ποιότητα</b>	<b>4,52</b>	<b>1,04</b>

**Πίνακας 2:** Περιγραφική στατιστική της διάστασης «λειτουργική ποιότητα».

Ο έλεγχος ανάλυσης διακύμανσης μονής κατεύθυνσης έδειξε ότι οι διαφοροποιήσεις των μέσων βαθμολογιών που προκύπτουν με βάση τη θύρα παρακολούθησης είναι στατιστικά σημαντικές ( $p < 0,001$ ). Πιο συγκεκριμένα, οι θεατές που παρακολουθούν το παιχνίδι από τη θύρα VIP και τις σουίτες του γηπέδου σημειώνουν σημαντικά υψηλότερη μέση βαθμολογία λειτουργικής ποιότητας, ενώ ακολουθούν οι θεατές που παρακολουθούν τον αγώνα από τις θύρες 5, 7 και 4. Αντίθετα, οι θεατές που παρακολουθούν το παιχνίδι από τις θύρες 2 και 3 παρουσιάζουν χαμηλότερη αντιληπτή ποιότητα, η οποία περιστέλλεται περαιτέρω για τους θεατές των θυρών 9, 6 και 1 (Πίνακας 3).

		Λειτουργική ποιότητα				
		M.O.	T.A.	F	P	
Θύρα παρακολούθησης	Θύρα 1	4,20	1,01	17,841	<0,001	
	Θύρα 2	4,39	1,07			
	Θύρα 3	4,40	0,93			
	Θύρα 4	4,76	0,54			
	Θύρα 5	4,98	0,64			
	Θύρα 6	4,17	1,11			
	Θύρα 7	4,83	0,76			
	Θύρα 9	4,22	1,07			
	Θύρα VIP	5,55	1,16			
	Σουίτα	5,85	0,86			

**Πίνακας 3:** Αποτελέσματα ανάλυσης διακύμανσης μονής κατεύθυνσης.

### Συζήτηση - Συμπεράσματα

Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι η λειτουργική διάσταση της ποιότητας υπηρεσιών που προσφέρονται στους θεατές των αγώνων της ομάδας της ΠΑΕ Άρης ήταν αξιόπιστη, έγκυρη και εφαρμόσιμη. Την χαμηλότερη βαθμολογία παρουσίασε ο παράγοντας «προσβασιμότητας (M.O.=3,89), πράγμα αναμενόμενο διότι το γήπεδο βρίσκεται στην πυκνοκατοικημένη περιοχή Χαριλάου, η οποία βρίσκεται μέσα στο πολεοδομικό συγκρότημα, χωρίς θέσεις στάθμευσης αυτοκινήτων. Το μοναδικό μέσο μαζικής μεταφοράς με το οποίο μπορούν οι φίλαθλοι να πάνε στο γήπεδο είναι το αστικό λεωφορείο. Η



βελτίωση των υπηρεσιών στον τομέα της προσβασιμότητας πιθανότατα θα βελτιώνει και την αντίληψη των θεατών για τον παράγοντα αυτό.

Ένα σημαντικό εύρημα ήταν ότι η αντίληψη των θεατών για τις υπηρεσίες που τους προσφέρονται διαφοροποιείται ανάλογα με την κερκίδα που παρακολουθούν τον αγώνα, με τους θεατές που παρακολουθούν από τις σουίτες του γηπέδου και την θύρα VIP να τις βαθμολογούν υψηλότερα (Σουίτες: Μ.Ο. = 5,85 και Θύρα 1: Μ.Ο. = 4,20). Το αποτέλεσμα αυτό μπορεί να βοηθήσει τα διοικητικά στελέχη της ομάδας να εφαρμόσουν πρακτικές που θα βελτιώνουν τις διαστάσεις της λειτουργικής ποιότητας και θα συμβάλλουν στην βελτίωση της εμπειρίας που βιώνουν οι θεατές στο γήπεδο.

## Βιβλιογραφία

- Calabuig, F., Mundina, J. & Crespo, J. (2010). EVENTQUAL: Una medida de la calidad percibida por los espectadores de eventos deportivos, *Retos. Nuevas Tendencias en Educación Física, Deporte y Recreación*, 18(2), 66-70, [Eventqual: A Measure of Perceived Quality of Sporting Event Spectator, in Spanish].
- Calabuig, F., Mundina, J., Crespo, J., Valentine, I., Prado, V., & Stanislovaitis, A. (2016). Quality of sporting events: Validation of the EVENTQUAL scale. *Transformations in Business & Economics*, 15(2), 21-32.
- Crespo, J., Mundina, J., Calabuig, F., & Aranda, R. (2013). Perceived quality of basketball spectators: A measurement scale validation. *Revista de Psicología del Deporte*, 22(1), 195-198.
- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 16(3), 297-334.
- Foroughi, B., Anuar, K., Shah, M., Ramayah, T., & Iranmanesh, M. (2019). The effects of peripheral service quality on spectators' emotions and behavioral intentions. *International Journal of Sports Marketing & Sponsorship*, 20(3), 495-515.
- Kelley, S. W. & Turley, L. W. (2001). Consumer perceptions of service quality attributes at sporting events. *Journal of Business Research*, 54(2), 161-166.
- Kitchin, P. J., & Paramio - Salcines, J. L. (2012). Planning and managing the stadium experience. Στο Trenberth, L. & Hassan, D. (επιμ.), *Managing the business of sport: An introduction*. Abingdon UK: Routledge.
- Theodorakis, N., Alexandris, K., Tsigilis, N., & Karvounis, S. (2013). Predicting spectators' behavioral intentions in professional football: The role of satisfaction and service quality. *Sport Management Review*, 16, 85-96.
- Theodorakis, N., Kambitsis, C., Laios, A., & Koustelios, A. (2001). Relationship between measures of service quality and satisfaction of spectators in professional sports. *Managing Service Quality*, 11(6), 431-438.
- Theodorakis, N., Koustelios, A., Robinson L., & Barlas, A. (2009). Moderating role of team identification on the relationship between service quality and repurchase intentions among spectators of professional sports. *Managing Service Quality*, 19(4), 456-473.

## Η ΕΠΙΡΡΟΗ ΤΗΣ ΑΝΤΙΠΑΛΟΤΗΤΑΣ ΣΤΙΣ ΑΝΤΙΔΡΑΣΕΙΣ ΤΩΝ ΟΠΑΔΩΝ ΠΡΟΣ ΤΟΥΣ ΧΟΡΗΓΟΥΣ ΤΩΝ ΟΜΑΔΩΝ

**Δαλάκας, Β.**

**California State University, San Marcos**

### Περίληψη

Είναι σημαντικό να αναγνωριστεί ο ρόλος που διαδραματίζει η χορηγία στα σύγχρονα και εναλλακτικά μοντέλα ανάπτυξης της αθλητικής βιομηχανίας. Το μάρκετινγκ που συνδέεται με τη χορηγία είναι ένα εργαλείο επικοινωνίας που δίνει την δυνατότητα στις εταιρείες να επηρεάζουν τους καταναλωτές γνωστικά, συναισθηματικά και συμπεριφορικά (Cornwell, Weeks, & Roy 2005). Οι χορηγοί δημιουργούν σχέσεις μεταξύ των αθλητικών ομάδων και των προϊόντων τους, διαμορφώνοντας τις στάσεις και τις προτιμήσεις των πελατών. Σε παγκόσμιο επίπεδο, το 2017, οι εταιρείες δαπάνησαν \$62,7 δις για να αποκτήσουν δικαιώματα χορηγίας στον αθλητισμό, ενώ το 2018 οι συμφωνίες αθλητικής χορηγίας στην Ευρώπη έφτασε στα \$22,6 δις (Dixon, 2019). Οι χορηγοί αθλητικών ομάδων βασίζονται στο πάθος που έχουν πολλοί οπαδοί για τις αγαπημένες τους ομάδες, καθώς τα αυξημένα επίπεδα ταύτισης οδηγούν σε ευνοϊκές συμπεριφορές και προθέσεις προς το χορηγό (Gwinner & Eaton, 1999; Madrigal, 2001). Η παρούσα έρευνα εισήγαγε την ιδέα ότι μπορεί να υπάρξουν και αρνητικές επιπτώσεις στην χορηγία, όπου η αντιπάθεια των οπαδών προς μία αντίπαλη ομάδα μπορούν να προκαλέσουν δυσμενείς στάσεις και προθέσεις προς τους χορηγούς της ομάδας αυτής. Σε μελέτη που έγινε με οπαδούς στη NASCAR (αγώνες αυτοκινήτων) στις ΗΠΑ επιβεβαιώθηκε ότι η αρνητική στάση των οπαδών απέναντι σε συγκεκριμένους αντίπαλους οδηγούς προκάλεσε αρνητικές αντιδράσεις προς τους χορηγούς αυτών των οδηγών (Dalakas & Levin, 2005). Το φαινόμενο αυτό επιβεβαίωσαν και άλλες μελέτες που έγιναν σε άλλες χώρες, σε άλλα σπορ (Bergkvist, 2012; Grohs, Reisinger, & Woisetschlager, 2015; Olson, 2018). Πρόσφατα η έρευνα αυτή επεκτάθηκε στο αν η ποιότητα του προϊόντος του χορηγού παίζει ρόλο στην διαμόρφωση των προτιμήσεων των θεατών. Σε μελέτη στις ΗΠΑ διαπιστώθηκε ότι οι υψηλά ταυτισμένοι οπαδοί έχουν θετικές αντιδράσεις στους χορηγούς της δικής τους ομάδας και αρνητικές στους χορηγούς της αντίπαλης ομάδας, ανεξάρτητα από την ποιότητα των προϊόντων τους (Bee & Dalakas, 2015). Σκοπός αυτής της παρουσίασης είναι να συζητηθεί αυτό το πεδίο έρευνας και ενδεχόμενα να προκαλέσει ενδιαφέρον για πιθανές μελλοντικές ερευνητικές συνεργασίες για την περαιτέρω επέκταση του θέματος, δεδομένου ότι οι αντιπαλότητες είναι έντονες και ισχυρές μεταξύ των οπαδών ομάδων στην Ελλάδα.

**Λέξεις - κλειδιά:** Χορηγία, αντιπαλότητα, συμπεριφορά αθλητικών καταναλωτών, ταύτιση με ομάδα.

## ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΗ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΚΑΙ ΑΝΤΙΛΗΨΕΙΣ ΤΩΝ ΦΙΛΑΘΛΩΝ ΣΤΗ Μ. ΒΡΕΤΑΝΙΑ

Γαργαλιάνος, Δ., Αναγνώστου, Μ., & Βασιλειάδης, Ι.

ΤΕΦΑΑ, ΔΠΘ

### Περίληψη

Κατανοώντας την σπουδαιότητα των φιλάθλων του ποδοσφαίρου, η English Football League (EFL), διοργανώτρια αρχή των πρωταθλημάτων ποδοσφαίρου στην Αγγλία μέσα στο 2019 πραγματοποίησε μία σημαντική έρευνα με αντικείμενο την καταναλωτική συμπεριφορά και τις αντιλήψεις των φιλάθλων για μία ευρεία σειρά ζητημάτων στα πρωταθλήματα της χώρας (EFL, 2019, Supporters Survey). Η μεθοδολογία που χρησιμοποιήθηκε ήταν αυτή του ερωτηματολογίου μέσω του διαδικτύου. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι το ποδόσφαιρο είναι βασικό κομμάτι της κοινωνικής και οικογενειακής ζωής των φιλάθλων με την ψηφιακή τεχνολογία και τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης να παίζουν όλο και μεγαλύτερο ρόλο. Το βασικό συμπέρασμα ήταν ότι σε γενικές γραμμές οι φίλαθλοι είναι ικανοποιημένοι από την προσπάθεια που καταβάλλει η διοργανώτρια αρχή και οι ομάδες.

**Λέξεις - κλειδιά:** Καταναλωτική συμπεριφορά, φίλαθλοι.

### Εισαγωγή

Η English Football League (EFL) είναι η διοργανώτρια αρχή των τριών επαγγελματικών πρωταθλημάτων ποδοσφαίρου (Championship, League 1, League 2), καθώς και των knock-out διοργανώσεων «EFL Cup» και «EFL Trophy», της Αγγλίας. Ιδρύθηκε το 1888 και είναι η παλαιότερη διοργανώτρια αρχή πρωταθλημάτων ποδοσφαίρου στον κόσμο. Μέχρι το 1992 διοργάνωνε και το πρωτάθλημα της Α' Εθνικής Κατηγορίας, αλλά παραχώρησε την αρμοδιότητα αυτή στην τότε νεοσύστατη Premier League. Περιλαμβάνει συνολικά 72 ομάδες (από 24 σε κάθε ένα από τα πρωταθλήματα που διοργανώνει), από τις οποίες 3 έχουν την έδρα τους στην Ουαλία. Η κεντρική διοίκησή της βρίσκεται στο Preston, ενώ διατηρεί γραφείο και στο Λονδίνο, το οποίο ασχολείται με τα εμπορικά της ζητήματα. Παρ' όλο που δεν είναι η κορυφαία κατηγορία στη χώρα, σε επίπεδο εσόδων βρίσκεται στις κορυφαίες 10 λίγκες στην Ευρώπη (Wilson et al., 2018). Την σεζόν 2018 - 2019 καταγράφηκε η υψηλότερη προσέλευση φιλάθλων στα γήπεδα τα τελευταία 60 χρόνια (18,4 εκατ.) (EFL, 2019).

### Σκοπός της έρευνας

Σκοπός της έρευνας ήταν να εξετάσει θέματα των φιλάθλων, όπως τα συναισθήματά τους για την ομάδα και το άθλημα, τις συνήθειές τους σχετικά με την μετακίνησή τους προς και από το γήπεδο, την στάση τους απέναντι διαφόρων ειδών διακρίσεις, κλπ.

## Ανασκόπηση της βιβλιογραφίας

Η έρευνα που αφορά σε ποδοσφαιρικές λίγκες χαμηλότερων κατηγοριών και σε ομάδες με μικρό προϋπολογισμό είναι αρκετά περιορισμένη (Oddy & Bason, 2017). Ωστόσο, οι ομάδες αυτές είναι πολλαπλάσιες αυτών που βρίσκονται στην κορυφή, οπότε είναι χρήσιμο να διεξάγεται έρευνα και για αυτές (Moore & Levermoore, 2012). Γενικά, οι επαγγελματικές ομάδες διαφέρουν από τις υπόλοιπες επιχειρήσεις διότι συνήθως βρίσκονται στην περιοχή τους για πολλά χρόνια (Moore & Levermore, 2012), έχουν πιστούς οπαδούς (ακόμα και αν είναι λίγοι) (Buraimo et al., 2006) και η διείσδυση ανταγωνιστών στην τοπική κοινωνία είναι αρκετά δύσκολη (Anagnostopoulos et al., 2017). Ωστόσο, σε πρόσφατη έρευνα, οι Theodorakis et al., (2017), βρήκαν ότι ακόμα και οι απομακρυσμένοι οπαδοί συμπεριφέρονται όμοια με αυτούς που υποστηρίζουν ομάδες της περιοχής τους.

Οι ομάδες της EFL συνεργάζονται με εμπορικούς stakeholders και αξιοποιούν τα γήπεδά τους για να παρέχουν μία σειρά από προϊόντα / υπηρεσίες στους φιλάθλους (Pritchard et al., 2019). Ευρύτερη προβολή αυτών των προϊόντων / υπηρεσιών γίνεται: α) μέσω δράσεων μάρκετινγκ από κάθε ομάδα ξεχωριστά, β) από τοπικούς οργανισμούς που χρησιμοποιούν τις εγκαταστάσεις των ομάδων και γ) την EFL που υποστηρίζει τις ομάδες συνολικά μέσω κεντρικών ενεργειών μάρκετινγκ.

## Μεθοδολογία

*Δείγμα:* Στην έρευνα συμμετείχαν 27,854 φίλαθλοι στη Μ. Βρετανία.

*Όργανο μέτρησης:* Για την διεξαγωγή της έρευνας η EFL χρησιμοποίησε το ερωτηματολόγιο μέσω του διαδικτύου, το οποίο επικεντρώθηκε στις συνήθειες και τις αντιλήψεις των φιλάθλων, τα συναισθήματα, την εμπειρία τους κατά την διεξαγωγή των αγώνων, τις στάσεις τους απέναντι στην ενσωμάτωση μειονοτήτων, την ζωντανή μετάδοση των αγώνων κλπ. Για την επεξεργασία των δεδομένων συνεργάστηκε με την εταιρεία Goodform. Κάθε μία από τις 72 ομάδες της δύναμής της έλαβε τα εξατομικευμένα - ξεχωριστά για αυτήν - αποτελέσματα.

## Αποτελέσματα

Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι το 86% των ερωτηθέντων ήταν άνδρες και το 14% γυναίκες. Το 14% ήταν <25 χρόνων, το 16% ήταν 25-34, το 15% ήταν 35-44, το 20% ήταν 45-54, το 21% ήταν 55-64 και το 14% ήταν 65> χρόνων.

*Λόγοι υποστήριξης μίας ομάδας:* Η έρευνα ανέδειξε μία δυνατή συναισθηματική και κοινωνική σχέση των φιλάθλων με τις ομάδες τους, αφού το 95% πηγαίνουν στο γήπεδο για να δουν την ομάδα τους να αγωνίζεται τουλάχιστον μία φορά σε κάθε σεζόν. Η δέσμευση αυτή δημιουργείται από την υποστήριξη από μέλη της οικογένειας (33%), την γέννηση και την ενηλικίωση στην πόλη της ομάδας (23%), και την διαμονή σε κοντινή απόσταση από το γήπεδο (17%). Οι φίλαθλοι δηλώνουν ότι για αυτούς υπάρχουν πιο σημαντικοί παράγοντες από τη νίκη, όπως «το να ζω τις καλές και κακές στιγμές της ομάδας μου» (64%), «η δημιουργία αναμνήσεων» (60%), «να δείχνω την πίστη μου στην ομάδα» (59%) και «το αίσθημα ότι ανήκω στην πόλη και την ομάδα» (59%).

*Ρόλος της οικογένειας:* Περισσότεροι από τα 2/3 των φιλάθλων πήγαν στο γήπεδο της ομάδας τους με κάποιον από την οικογένειά τους πριν γίνουν 11 χρόνων και οι περισσότεροι από αυτούς παρακολούθησαν τον πρώτο τους αγώνα όταν ήταν 8 χρόνων. Το 75% των ανδρών και το 84% των γυναικών δήλωσαν ότι «το γήπεδο είναι σημαντικό κομμάτι της οικογενειακής τους ζωής», το 68% ότι «παρακολουθεί αγώνες με κάποιον από την οικογένειά του» και το 53% ότι «ο αγώνας της ομάδας είναι μία ευκαιρία για κοινωνικοποίηση με την οικογένεια και φίλους».

*Παρακινητικοί παράγοντες:* Οι φιλάθλοι δήλωσαν ότι πηγαίνουν στο γήπεδο διότι: «απολαμβάνουν την ατμόσφαιρα μεταξύ των φιλάθλων» (84%), «θέλουν να δείξουν την πίστη τους στην ομάδα τους» (71%), «απολαμβάνουν την εμπειρία στο γήπεδο» (71%), «θέλουν να δουν από κοντά τους αγώνες της ομάδας τους» (53%). Παράγοντες που παίζουν ρόλο στην απόφαση να πάνε στο γήπεδο στους εντός έδρας αγώνες είναι «οι προσωπικές και οικογενειακές υποχρεώσεις» (44%), «το κόστος του εισιτηρίου» (43%), «η διαθεσιμότητα των εισιτηρίων» (43%), «η ημέρα διεξαγωγής των αγώνων» (35%), «η ώρα έναρξης των αγώνων» (32%), «η σπουδαιότητα του αγώνα» (31%), «η απόσταση από το γήπεδο» (24%) και «το κόστος μετάβασης» (23%).

*Μετακίνηση προς / από το γήπεδο στους εντός έδρας αγώνες:* Για την μετακίνησή τους προς / από το γήπεδο στους εντός έδρας αγώνες οι φιλάθλοι χρησιμοποιούν το αυτοκίνητό τους (66%), το τρένο (13%) και το λεωφορείο (2%), ενώ για τους εκτός έδρας αγώνες τα αντίστοιχα ποσοστά είναι 52%, 26% και 18%.

*Η εμπειρία του αγώνα:* Γενικά οι φιλάθλοι δήλωσαν ότι βιώνουν την εμπειρία της παρακολούθησης ενός αγώνα νοιώθοντας ασφαλείς και ευπρόσδεκτοι και απολαμβάνοντας την ατμόσφαιρα. Το 41% πηγαίνει απ' ευθείας στον αγώνα, το 40% αγοράζει φαγητό στο γήπεδο, το 39% πηγαίνει στην τοπική pub, το 34% επισκέπτεται την μπουτίκ της ομάδας, το 26% αγοράζει αλκοολούχα ποτά στο γήπεδο, το 13% επισκέπτεται ένα εστιατόριο / μπαρ του γηπέδου και το 9% επισκέπτεται ένα fanzone. Ως σημαντικές παραμέτρους της εμπειρίας του αγώνα οι φιλάθλοι θεωρούν την ατμόσφαιρα στο γήπεδο (91%), την ασφάλεια (79%), τις εγκαταστάσεις (73%), την συμπεριφορά του προσωπικού και των stewards (69%), την ευκολία αγοράς εισιτηρίου (66%), την τιμή του φαγητού (59%), την ποιότητα του φαγητού (49%), την online παρουσία της ομάδας (44%), την διαθεσιμότητα αλκοόλ (30%), τις δραστηριότητες και την διασκέδαση των παιδιών και της οικογένειας (25%), την εμπειρία που έχουν στην μπουτίκ (25%), την διασκέδαση πριν τον αγώνα και στο ημίχρονο (19%), τις επιπλέον παροχές (π.χ., δωμάτιο προσευχής, κλπ.) (10%).

Ωστόσο, υπάρχουν και αρνητικές εμπειρίες στο γήπεδο. Σχεδόν 70% αναφέρει ότι έχει δει επιθετική και καταχρηστική συμπεριφορά από άλλους φιλάθλους, αλλά αυτό δεν επηρεάζει την απόφασή τους να πάνε στο γήπεδο. Το 50% δήλωσαν ότι ανέχονται αυτή την συμπεριφορά επειδή την θεωρούν κομμάτι της εμπειρίας στο γήπεδο, ενώ οι φιλάθλοι 55+ χρόνων ήταν λιγότερο ανεκτικοί. Είναι ενθαρρυντικό το ότι οι φιλάθλοι πιστεύουν ότι οι ομάδες τα καταφέρνουν καλά στον αγώνα κατά της αντικοινωνικής συμπεριφοράς, με το 86% να πιστεύει ότι η ομάδα τους προσφέρει ένα φιλόξενο και χωρίς διακρίσεις περιβάλλον για όλους τους θεατές. Μόνο το 4% διαφώνησε με αυτή την άποψη. Τα προηγούμενα χρόνια η EFL και κάθε μία ομάδα ξεχωριστά δούλεψαν σκληρά για να προωθήσουν την ενσωμάτωση και την προσβασιμότητα των φιλάθλων χωρίς διακρίσεις για όλες τις κοινότητες. Είναι αξιοσημείωτο το ότι η αξιολόγηση είναι θετική και ταυτίζεται με αυτήν των φιλάθλων από τις κοινότητες εθνοτήτων



BAME (Black, Asian and Minority Ethnic), από τους φιλάθλους με ειδικές ανάγκες (Disabled) και από τις κοινότητες LGBT (Lesbian, Gay, Bisexual, Transgender).

*Τοπική κοινωνία:* Το 74% των φιλάθλων δήλωσαν ενήμεροι για τις δραστηριότητες της ομάδας τους στην τοπική κοινωνία και το 84% πιστεύει ότι η ομάδα πρέπει να παίζει σημαντικό και κεντρικό ρόλο σε αυτές. Οι πιο δημοφιλείς δράσεις που πρέπει να γίνονται είναι αυτές κατά του ρατσισμού (63%), κατά των σεξιστικών διακρίσεων (60%) και υπέρ του υπεύθυνου στοιχηματισμού (38%).

*Ενημέρωση - Επικοινωνία:* Το πιο δημοφιλές μέσο για την ενημέρωση των φιλάθλων είναι η ιστοσελίδα της ομάδας (83%), το 66% των φιλάθλων <35 χρόνων χρησιμοποιεί τα ΜΚΔ της ομάδας, ενώ οι φιλάθλοι >35 χρόνων προτιμούν την επικοινωνία μέσω direct email. Τις τοπικές εφημερίδες διαβάζουν το 40% των φιλάθλων, ενώ το 43% μαθαίνει τα νέα της ομάδας του από τους τοπικούς ραδιοφωνικούς σταθμούς. Κατά την διάρκεια του αγώνα το 81% χρησιμοποιεί τα ΜΚΔ για να δει τις συνθέσεις ομάδων, τις συνεντεύξεις των προπονητών (72%), τα match previews και reviews (71%), τις συνεντεύξεις παικτών (66%) και τα στατιστικά του αγώνα (65%). Μετά τον αγώνα τα πιο δημοφιλή μέσα είναι η ιστοσελίδα της ομάδας τους (65%), άλλες αθλητικές ιστοσελίδες (53%), ο λογαριασμός twitter της ομάδας (46%), η σελίδα της ομάδας στο Facebook (32%), διάφορα fan forums (27%) και οι εφημερίδες (22%).

*Τηλεθέαση:* Ενώ το κόστος παίζει σημαντικό ρόλο στην απόφαση των φιλάθλων να παρακολουθήσουν αγώνες στην συνδρομητική τηλεόραση, θεωρούν ότι το πρόγραμμα μετάδοσης δεν επηρεάζει την απόφασή τους να πάνε στο γήπεδο. Οι περισσότεροι είναι συνδρομητές στο Skysports (59%), στο Netflix (44%), στην BT Sport (41%), από τους οποίους το 66% δηλώνουν ικανοποιημένοι από την κάλυψη των αγώνων. Το 58% παρακολουθεί αγώνες της EFL ακόμα και αν δεν αγωνίζεται η ομάδα τους, ενώ το 27% παρακολουθεί μόνον όταν αγωνίζεται η ομάδα τους ή γίνεται κάποιος σημαντικός αγώνας. Το 67% πιστεύει ότι η ζωντανή μετάδοση αγώνων τους βοηθάει να βλέπουν τους αγώνες που δεν μπορούν να δουν στο γήπεδο και το 66% ότι τους αρέσει η προβολή της ομάδας τους, ενώ το 49% πιστεύει ότι η τηλεόραση επηρεάζει αρνητικά την προσέλευση στο γήπεδο. Οι φιλάθλοι βλέπουν τα highlights της ομάδας τους σε κανάλια της ομάδας τους (60%), στο Skysports (44%), στο Quest (37%) και στα ΜΚΔ (35%).

*Live Streaming:* Από το 2017 η EFL προσφέρει την επιλογή παρακολούθησης αγώνων μέσω Live Streaming σε φιλάθλους τόσο της χώρας, όσο και του εξωτερικού. Οι φιλάθλοι χρησιμοποιούν την εφαρμογή αυτή όταν: «ο εκτός έδρας αγώνας είναι πολύ μακριά για να ταξιδέψουν» (58%), «αλλάζουν οι υποχρεώσεις στην εργασία τους» (32%), «αλλάζουν οι οικογενειακές υποχρεώσεις» (30%), «είναι πιο οικονομικό από το να πάνε στο γήπεδο» (22%), «δεν έχουν κάποιον άλλον να πάνε στο γήπεδο παρέα» (21%).

*Λοιπές διοργανώσεις:* Οι πολλές διοργανώσεις που υπάρχουν επηρεάζουν τον χρόνο και τον προϋπολογισμό των φιλάθλων και αναπόφευκτα την απόφασή τους να τις παρακολουθήσουν. Οι κύριοι λόγοι που δεν παρακολουθούν αγώνες ομάδας τους σε μικρότερες διοργανώσεις (π.χ., Carabao Cup, EFL Trophy) είναι «η δυσκολία παρακολούθησης στα μέσα της εβδομάδας» (41%), «η μη προτεραιότητα για την ομάδα τους» (34%), «η έλλειψη χρόνου» (19%), «το κόστος» (19%) και «η έλλειψη ενδιαφέροντος για το αποτέλεσμα» (14%).

*Διοργανώτρια Αρχή - Ακαδημίες - Εθνική Ομάδα:* Οι φίλαθλοι πιστεύουν ότι η διοργανώτρια Αρχή και οι ομάδες οφείλουν να στηρίζουν την ακεραιότητα του αθλήματος και ότι οι προτεραιότητές τους πρέπει να είναι: α) η διασφάλιση ελκυστικών, προσβάσιμων και διασκεδαστικών διοργανώσεων (60%) και β) η διασφάλιση ενός περιβάλλοντος όπου οι ομάδες θα ευημερούν (58%). Το 63% πιστεύει ότι είναι πολύ σημαντικό η ομάδα τους να εκπαιδεύει παίκτες από την τοπική κοινωνία. Το 25% των παικτών των ομάδων της EFL είναι Άγγλοι, <21 χρόνων. Οι φίλαθλοι θεωρούν σημαντική ή πολύ σημαντική την απόδοση και τα αποτελέσματα της Εθνικής Ομάδας της χώρας τους (66%). Ως εκ τούτου, είναι πολύ σημαντικό το ότι 20 από τους 23 παίκτες στην Εθνική Αγγλίας προέρχονται από τις ακαδημίες των ομάδων της EFL ή έκαναν την πρώτη τους εμφάνιση σε πρωτάθλημα της EFL ή έπαιξαν ως δανεικοί σε ομάδα της EFL.

*Χορηγίες από στοιχηματικές και άλλες εταιρείες:* Η πλειοψηφία των φιλάθλων (70%) αποδέχονται την παρουσία των στοιχηματικών εταιρειών - χορηγών των ομάδων, με το 62% να την αποδέχεται με την προϋπόθεση λήψης μέτρων προστασίας για τη νεολαία και τους παθολογικούς παίκτες. Οι περισσότεροι στοιχηματίζουν on line: τον τελευταίο χρόνο το 46% έχει στοιχηματίσει τουλάχιστον μία φορά, το 13% μία φορά την εβδομάδα, το 10% πάνω από μία φορά την εβδομάδα, ενώ το 2% στοιχηματίζουν κάθε μέρα. Στα τελευταία πέντε χρόνια πάνω από 1 εκατομμύριο λίρες διατέθηκαν από τη διοργανώτρια για την εκπαίδευση στον υπεύθυνο στοιχηματισμό. Αντίστοιχα ποσοστά αποδοχής εμφανίζονται για τις εταιρείες φαγητού με υψηλούς δείκτες λίπους, αλατιού, καφεΐνης, ζάχαρης και με το 61% να πιστεύουν ότι είναι αποδεκτές με την προϋπόθεση ενημέρωσης και προστασίας της νεολαίας.

## **Συζήτηση - Συμπεράσματα**

Το ποδόσφαιρο και οι ομάδες είναι ένα βασικό κομμάτι της καθημερινότητας και της κοινωνικής ζωής των φιλάθλων στην Αγγλία, με το οποίο είναι άρρηκτα δεμένοι μέσω οικογενειακών και άλλων δεσμών. Οι ομάδες εργάζονται αποδοτικά για να συνδεθούν και να διευκολύνουν τους φιλάθλους – καταναλωτές στην παροχή υπηρεσιών και ενημέρωσης μέσω των εγκαταστάσεων, της τεχνολογίας, των online και ΜΚΔ, δημιουργώντας την κοινωνική συνοχή που απαιτείται, ενώ η πλειοψηφία νοιώθει ασφαλής όταν πηγαίνει στο γήπεδο. Η πληθώρα και η διαθεσιμότητα των online καναλιών έχει αλλάξει ριζικά την επικοινωνία τους με τις ομάδες και την κατανάλωση περιεχομένου, το οποίο τους αρέσει να μοιράζονται με φίλους και την οικογένειά τους. Τα ΜΚΔ φαίνονται να εξυπηρετούν τις κοινωνικές σχέσεις που πάντα υπήρχαν στο ποδόσφαιρο, η online δικτύωση στο γήπεδο είναι η μεγάλη πρόκληση του μέλλοντος, ενώ η τεχνολογία έχει εισβάλει έχει γίνει αποδεκτή και στον τομέα της μετάδοσης αγώνων. Οι φίλαθλοι πιστεύουν ότι η διοργανώτρια αρχή και οι ομάδες οφείλουν να στηρίζουν την ακεραιότητα του αθλήματος και ότι προτεραιότητές τους πρέπει να είναι η δημιουργία ενός περιβάλλοντος όπου οι ομάδες θα ευημερούν.

## **Βιβλιογραφία**

- Anagnostopoulous, C., Gillooly, L., Cook, D., Parganas, P., & Chadwick, S. (2017). Stakeholder communication in 140 characters or less: A study of community sport foundations. *International Journal of Voluntary & Non-profit Organizations*, 28(5), 2224-2250.
- Buraimo, B., Simmons, R., & Szymanski, S. (2006). English football. *Journal of Sports Economics*, 7(1), 29-46.
- EFL (2019). Supporters Survey. Ανακτήθηκε στις 01.12.2019, από: [www.efl.com](http://www.efl.com)

- Mason, D. S. (1999). What is the sports product and who buys it? The marketing of professional sports leagues. *European Journal of Marketing*, 33(3/4), 402-418.
- Moore, N., & Levermore, R. (2012). Can business parameters of small and medium-sized enterprises be applied?" *Sport, Business & Management: An International Journal*, 2(3), 196-209.
- Oddy, R., & Bason, T. (2017). The first century and beyond: A content analysis of sport. *Business & Management: An International Journal*, 7(4), 444-458.
- Pritchard, A., Cook, D., Jones, A., Bason, T., Salisbury, P., & Hickman, E. (2019). Professional sports teams: Going beyond the core. *International Journal of Sports Marketing & Sponsorship*, 20(4), 554-566.
- Pritchard, A. (2016). It's not just cricket-the portfolio of products and services of the English and Welsh cricket teams. *Sport, Business & Management: An International Journal*, 6(1), 19-35.
- Theodorakis, N. D., Wann, D. L., Al-Emadi, A., Lianopoulos, Y., & Foudouki, A. (2017). An examination of levels of fandom, team identification, socialization processes, and fan behaviours in Qatar. *Journal of Sport Behavior*, 40(1), 87-107.
- Wilson, R., Ramchandani, G., & Plumley, D. (2018). Parachute payments in English football: Softening the landing or distorting the balance? *Journal of Global Sport Management*, 3(4), 351-368.

**ΑΝΑΔΕΙΚΝΥΟΝΤΑΣ ΤΟ ΑΘΛΗΜΑ ΤΟΥ ΒΟΛΕΙ  
ΜΕΣΩ ΤΩΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ (ΤΠΕ):  
Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΟΥ «ΕΡΑΙΖΟVOLLEY» (epaizovolley.weebly.com)**

**Καραϊσκος, Α.,<sup>1</sup> Δημοπούλου, Ε.,<sup>1</sup> Γαργαλιάνος, Δ.,<sup>2</sup> Δρίκος, Σ.,<sup>1</sup> & Βασιλειάδης, Ι.<sup>2</sup>**

<sup>1</sup> Υ.ΠΑΙ.Θ

<sup>2</sup> ΤΕΦΑΑ, ΔΠΘ

### **Περίληψη**

Η εξέλιξη των Τεχνολογιών της Πληροφορίας και των Επικοινωνιών (Τ.Π.Ε.) έχει διαμορφώσει νέες τάσεις και η αναγκαιότητα της παιδαγωγικής αξιοποίησης και ενσωμάτωσής τους στη διαδικασία μάθησης θεωρείται πλέον δεδομένη. Ένα παράδειγμα διδακτικής προσέγγισης που βασίζεται σε σύγχρονες θεωρίες μάθησης και αποτελεί μία δραστηριότητα για την εκμάθηση διαφόρων γνωστικών αντικειμένων μέσω του διαδικτύου είναι η ιστοεξερεύνηση (webquest). Η ιστοεξερεύνηση «epaizovolley» προσφέρει σε μαθητές/τριες και αθλητές/τριες 9-11 χρόνων την δυνατότητα να ανακαλύψουν το άθλημα του βόλεϊ (ιστορία, κανονισμούς, κλπ.) με καινοτόμο και προκλητικό εκπαιδευτικό τρόπο. Σκοπός της παρούσας μελέτης ήταν η ενημέρωση των εκπαιδευτικών Φυσικής Αγωγής (ΦΑ), των προπονητών και των διοικητικών στελεχών του αθλητισμού της χώρας για την μέθοδο αυτή, η οποία μπορεί να συμβάλλει στην προαγωγή του αθλητισμού γενικά. Η μεθοδολογία που χρησιμοποιήθηκε για την κατασκευή της ιστοσελίδας βασίστηκε στην οργάνωση της διδασκαλίας με τρόπο που να οριοθετεί, αλλά να μην περιορίζει την δραστηριότητα των παιδιών, κατευθύνοντάς τα σε συγκεκριμένες πηγές με στόχο όχι μόνο την απλή αναζήτηση της πληροφορίας, αλλά και την επεξεργασία και την οικοδόμησή της σε γνώση μέσα από διαδικασίες ανάλυσης και σύνθεσης.

**Λέξεις - κλειδιά:** Ιστοεξερεύνηση, βόλεϊ, εκπαίδευση, αντιλαμβανόμενη ικανοποίηση.

### **Εισαγωγή**

Η τεχνολογία μας βοηθάει καθημερινά να επικοινωνήσουμε, να μάθουμε περισσότερα σχετικά με θέματα που μας ενδιαφέρουν, να ταξιδέψουμε εικονικά, να παίξουμε παιχνίδια, να κατεβάσουμε μουσική και βίντεο και άλλα πολλά. Ταυτόχρονα, όμως, δημιουργεί προκλήσεις και νέες απαιτήσεις για υψηλότερο επίπεδο ανταγωνιστικότητας στην προσπάθεια για την επίτευξη στόχων. Σε αυτόν τον προσανατολισμό συμβάλλουν οι Τεχνολογίες Πληροφορίας και Επικοινωνίας (ΤΠΕ), οι οποίες κατέχουν πλέον κυρίαρχο ρόλο και επηρεάζουν πολλές διαστάσεις της κοινωνικής ζωής, περιλαμβανομένης και της εκπαίδευσης (Ράπτης & Ράπτη, 2002). Ως ΤΠΕ χαρακτηρίζονται «...οι τεχνολογίες που επιτρέπουν την επεξεργασία και την μετάδοση μίας ποικιλίας μορφών αναπαράστασης της πληροφορίας (σύμβολα, εικόνες, ήχοι, βίντεο) και τα μέσα που είναι φορείς αυτών των άυλων μηνυμάτων» (Κόμης, 2004, σ. 16). Το σχολείο αλλάζει το περιεχόμενο και τις στοχεύσεις του, έτσι ώστε να ανταποκρίνεται αποδοτικά στις νέες ανάγκες των μαθητών (Γιαβρίμης και συν., 2009), οι οποίοι, ως αποδέκτες της εκπαιδευτικής μέριμνας, αλληλοεπιδρούν με τις ΤΠΕ όλο και περισσότερο (Cheung & Slavin, 2013; Vogel et al., 2006).

## Περιγραφή του προβλήματος

Οι παραδοσιακές μέθοδοι διδασκαλίας δεν καλύπτουν επαρκώς τις σύγχρονες μαθησιακές ανάγκες, καθώς δεν επιτυγχάνουν την διασύνδεση της μάθησης με τη ζωή που βιώνουν οι μαθητές καθημερινά με τρόπο που να έχει νόημα και αξία για αυτούς (Brown, 1997). Η διδασκαλία των νέων γνώσεων δομείται στη βάση εννοιών που δεν μπορούν να γίνουν εύκολα αντιληπτές και που δεν επιτρέπουν στο μαθητή / αθλητή να αντιληφθεί το νόημα ή την αξία τους (Herrington & Oliver 2000). Από την άλλη πλευρά, οι μαθητές εμφανίζονται απρόθυμοι να εμπλακούν σε μία διαδικασία μάθησης με την χρήση παραδοσιακών μεθόδων και μέσων, τα οποία αισθάνονται ότι τους δημιουργούν κόπωση (Prensky, 2002). Οι ΤΠΕ μπορούν να δώσουν μία δυσπρόστατη παιδαγωγική προσέγγιση στη μάθηση με το: α) να συνδράμουν στη δημιουργία εικονικών αυθεντικών μαθησιακών περιβαλλόντων όπου θα λαμβάνονται υπόψη οι κλίσεις, τα ενδιαφέροντα και οι ανάγκες των μαθητών (Mueller, 2008) και β) να ενισχύουν τις προσπάθειες των μαθητών για την ολοκλήρωση αυθεντικών δραστηριοτήτων, δηλαδή καταστάσεων ή συνθηκών παρόμοιων με αυτές που θα συναντήσουν στον πραγματικό κόσμο (Orinrod, 2008, στο Μαντζουράτος και συν., 2016).

Σήμερα, τα παιδιά «γεννιούνται» μέσα στην τεχνολογία, περιβάλλονται και κοινωνικοποιούνται με αυτή (Prensky, 2001) και η πραγματικότητα που βιώνουν δημιουργεί την ανάγκη μίας πιο διευρυμένης ενσωμάτωσής της στην εκπαίδευση (Dündar & Akçayır, 2014). Η ΦΑ είναι ένα μάθημα που προσαρμόζεται εύκολα στις δυνατότητες των ΤΠΕ για την ενδυνάμωση της μάθησης των μαθητών (Mohnsen, 2012b; Wang, Myers & Yanes, 2010). Επίσης, οι καθηγητές ΦΑ θεωρούνται οι κύριοι χειριστές και οι διεκπεραιωτές των μεθόδων διδασκαλίας που μπορούν να καθοδηγούν την δύναμη της καινοτομίας (που εκφράζεται με την χρήση των ΤΠΕ) στην τάξη (Kretschmann, 2015b). Στο πλαίσιο του ευδόκιμου και εποικοδομητικού συνδυασμού της ΦΑ με τις ΤΠΕ και με δεδομένο το ενδιαφέρον των μαθητών για την τεχνολογία που διαρκώς αυξάνεται οι εκπαιδευτικοί, οι προπονητές και τα διοικητικά στελέχη πρέπει να εκπαιδεύουν μαθητές και αθλητές ακαδημιών μέσα από μία ολιστική εκπαιδευτική προσέγγιση.

## Σκοπός της εργασίας

Σκοπός της εργασίας είναι να ενημερώσει τους εκπαιδευτικούς ΦΑ, τους προπονητές και τα διοικητικά στελέχη του αθλητισμού για την μέθοδο της ιστοεξερεύνησης, η οποία μπορεί να συμβάλει στην ανάπτυξη του αθλητισμού της χώρας.

## Περιγραφή περιπτώσιακής μελέτης

Η αξία της χρήσης των ΤΠΕ βρίσκεται στην δυνατότητά τους να μετασχηματίσουν την μαθησιακή διαδικασία, μετατοπίζοντας το βάρος από την παρατηρούμενη συμπεριφορά και την διαδικασία διδασκαλίας στη διαδικασία με την οποία επιτυγχάνεται η μάθηση, παρέχοντας την δυνατότητα εφαρμογής εποικοδομητικών διδακτικών στρατηγικών (Karagiorgi & Symeou, 2005) και την ενεργή οικοδόμηση νοήματος από τους μαθητές (Wilson, 1997). Εδώ και μία δεκαετία, ο εποικοδομητισμός συνιστά το πλέον κυρίαρχο μοντέλο για τον σχεδιασμό εκπαιδευτικού λογισμικού, παρέχοντας το θεωρητικό πλαίσιο πάνω στο οποίο στηρίζεται ο σχεδιασμός αυθεντικών μαθησιακών δραστηριοτήτων ενταγμένων σε διαδικασίες συνεργατικής επίλυσης προβλημάτων (Κόμης, 2004). Κατά την



εποικοδομητική αντίληψη, οι ΤΠΕ νοούνται ως γνωστικά ή νοητικά εργαλεία, τα οποία υποστηρίζουν και ενισχύουν την κριτική σκέψη και «...εν δυνάμει επεκτείνουν ή/και ενισχύουν τις γνωστικές δεξιότητες των μαθητών ... σχετίζονται με την ανάπτυξη γνωστικών δεξιοτήτων υψηλού επιπέδου» (Κόμης, 2004, σ. 114). Οι Ross, Morrison και Lowther (2010), μετά από σειρά μελετών ενσωμάτωσης των ΤΠΕ σε πολυάριθμα σχολεία των Η.Π.Α., κατέγραψαν αύξηση στη συνεργατικότητα, στις μαθητοκεντρικές προσεγγίσεις, στα μαθησιακά αποτελέσματα, στις ικανότητες επίλυσης προβλημάτων και στις θετικές στάσεις απέναντι στην τεχνολογία.

Η ιστοσελίδα [epaizonvolley \(epaizonvolley.weebly.com\)](http://epaizonvolley.weebly.com) (Εικόνα 1), απευθύνεται σε μαθητές / τριες και σε αθλητές / τριες του βόλεϊ ηλικίας 9-11 χρόνων, σε εκπαιδευτικούς πρωτοβάθμιας εκπαίδευσης, σε προπονητές και προπονήτριες αναπτυξιακών ηλικιών και σε διοικητικά στελέχη αθλητικών σωματείων. Σχεδιάστηκε και δημιουργήθηκε με σκοπό οι χρήστες της να προσεγγίσουν με έναν σύγχρονο τρόπο το άθλημα, επιπρόσθετα της βιωματικής άσκησης στην αυλή του σχολείου ή των προπονήσεων στο αθλητικό σωματείο. Με την ιστοσελίδα οι αθλούμενοι αναπτύσσουν δεξιότητες ανάλυσης / επίλυσης προβλήματος, κριτικής σκέψης, ανάληψης πρωτοβουλιών και ευθύνης για τη μάθηση και την λήψη αποφάσεων, αυτοπεποίθησης, υψηλής αυτοεκτίμησης και επιμονής, έτσι ώστε να παραμένουν προσηλωμένοι στον στόχο τους. Ενισχυτικά στη μάθησή τους είναι οι θετικές εντυπώσεις και η βαθύτερη γνώση παραμέτρων του αθλήματος, όπως η ιστορική αναδρομή και οι γνώσεις των κανονισμών. Η ιστοσελίδα μπορεί να αποτελέσει πυλώνα παρουσίασης του αθλήματος στα ενδιαφερόμενα μέλη του, με ειδικό ασκησιολόγιο (βίντεο) ανά κινητική δεξιότητα, παιχνίδια γνώσεων, καθώς και ιστορικές αναφορές για το άθλημα.



**Εικόνα 1:** Ιστοσελίδα [epaizonvolley](http://epaizonvolley).

Ένα σχέδιο εργασίας κατευθυνόμενης διερεύνησης, όπως είναι η ιστοσελίδα, μπορεί να δημιουργήσει προϋποθέσεις που δίνουν την δυνατότητα στους μαθητές να συνδυάσουν την συνεργασία, την ομαδικότητα και την κριτική σκέψη, η οποία εμπεριέχει την επίλυση θεμάτων, την κρίση, την ανάλυση ή την σύνθεση λύσεων, σημαντικά στοιχεία που συναντώνται και στο άθλημα του βόλεϊ. Η αύξηση του κίνητρου των μαθητών να μάθουν μέσα από την πρόκληση «αποστολών», οι οποίες απαιτούν την σύγκριση, την δημιουργία, την προετοιμασία για το παιχνίδι σε σχέση με την πραγματική συνθήκη στην αυλή πέρα από την υποστήριξη της γνωστικής διεργασίας, ενισχύει την αξία της προσπάθειας. Η χαρά της επίτευξης του στόχου ξεπερνά τα όρια της τάξης και δημιουργεί ευχάριστα

συναισθήματα σε ατομικό και ομαδικό επίπεδο, ενισχύοντας, την σχέση των μαθητών αρχικά με το ίδιο το άθλημα και ακολούθως με τους συμμαθητές τους σε πνεύμα συνεργασίας και ομαδικότητας.

Μέσα από τα οργανωμένα βήματα οι αθλούμενοι καθοδηγούνται να βελτιώσουν τις θεωρητικές γνώσεις τους και να αυξήσουν το ενδιαφέρον τους για το άθλημα. Για το σκοπό αυτό είναι στη διάθεσή τους βίντεο μικρής διάρκειας που προσφέρουν αναλυτική εξήγηση για κάθε κινητική δεξιότητα του αθλήματος. Συγκεκριμένα, παρουσιάζονται οι δεξιότητες πάσας από πάνω / από κάτω, σέρβις από πάνω / από κάτω, επίθεσης και μπλοκ, ενώ παράλληλα, προσφέρονται τρόποι οργάνωσης αγωνιστικών καταστάσεων.

## Συμπεράσματα

Οι συνεχείς αλλαγές και εξελίξεις στη σημερινή Κοινωνία της Πληροφορίας οδηγούν στη συνεχή αναζήτηση αποτελεσματικών τρόπων διαχείρισης, διοίκησης και οργάνωσης. Κρίνεται απαραίτητο να δημιουργηθούν ιστοξερευνήσεις και άλλων Ολυμπιακών αθλημάτων, να μελετηθούν τα μαθησιακά αποτελέσματα από την εφαρμογή τους και να μετρηθεί η αντιλαμβανόμενη ικανοποίηση και τα συναισθήματα εκπαιδευτικών και μαθητών μετά το πέρας της εφαρμογής τους.

## Βιβλιογραφία

- Brown, A. L. (1997). Transforming schools into communities of thinking and learning about serious matters. *American Psychologist*, 52(4), 399-413.
- Cheung, A. C., & Slavin, R. E. (2013). The effectiveness of educational technology applications for enhancing mathematics achievement in K-12 classrooms: A meta-analysis. *Educational Research Review*, 9, 88-113.
- Dündar, H., & Akçayır, M. (2014). Implementing tablet PCs in schools: Students' attitudes and opinion. *Computers in Human Behavior*, 32(3), 40-46.
- Γιαβρίμης, Π., Παπάνης, Ε., & Ρουμελιώτου, Μ. (2009). *Θέματα κοινωνιολογίας της εκπαίδευσης*. Αθήνα: Σιδέρης.
- Herrington, J., & Oliver, R. (2000). An instructional design framework for authentic learning environments. *Educational Technology, Research & Development*, 48(3), 23-48.
- Karagiorgi, Y., & Symeou, L. (2005). Translating constructivism into instructional design: Potential and limitations. *Educational Technology & Society*, 8(1), 17-27.
- Κόμης, Β. (2004). *Εισαγωγή στις εκπαιδευτικές εφαρμογές των Τεχνολογιών της Πληροφορίας και των Επικοινωνιών*. Αθήνα: Εκδόσεις Νέων Τεχνολογιών.
- Kretschmann, R. (2015b). Physical education teachers' subjective theories about integrating Information and Communication Technology (ICT) into Physical Education. *The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 14(1), 68-96.
- Mohnsen, B. S. (2012b). *Using technology in physical education*. 8<sup>th</sup> edition, Big Bear Lake, CA: Bonnie's Fitware Inc.
- Μαντζουράτος, Γ., Κокκινάκου, Θ., Δρόσος, Ε., Μπίρμπου, Π., & Κυλιτζίδου, Α. (2016). *Η φυσική αγωγή και οι Νέες Τεχνολογίες των Πληροφοριών & των Επικοινωνιών: Η περίπτωση των ψηφιακών παιχνιδιών κονσόλας «exergames»*. Πανελλήνιο Συνέδριο Επιστημών Εκπαίδευσης, 592-612.

- Mueller, J. (2008). What is authentic assessment? Στο *Yoon, J. M. & Hyun-Hwa, L. (2008) Incorporating an authentic learning strategy into undergraduate apparel and merchandising curriculum. Journal of Experiential Education, 35(1), 272-289.*
- Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants - Part 1. *On The Horizon. The Strategic Planning Resource for Education Professionals, 9(5), 1-6.*
- Prensky, M. (2002). The motivation of gameplay. *On the Horizon. The Strategic Planning Resource for Education Professionals, 10(1), 5-11.*
- Ράπτης, Α., & Ράπτη, Α. (2002). *Μάθηση και διδασκαλία στην εποχή της πληροφορίας: Ολική προσέγγιση*. Τόμος Α', Αθήνα: Ράπτης.
- Ross, S. M., Morrison, G. R., & Lowther, D. L. (2010). Educational technology research past and present: Balancing rigor and relevance to impact school learning. *Contemporary Educational Technology, 1(1), 17-35.*
- Vogel, J. J., Vogel, D. S., Bowers, J. C., Bowers, C. A., Muse, K., & Michelle, W. (2006). Computer gaming and interactive simulations for learning: A meta-analysis. *Journal of Educational Computing Research, 34(3), 229-243.*
- Wang, L., Myers, D. L., & Yanes, M. J. (2010). Creating student - centered learning experience through the assistance of highend technology in Physical Education: A case study. *Journal of Instructional Psychology, 37(4), 352-356.*
- Wilson, B. G. (1997). Reflections on constructivism and instructional design. In C. R. Dills, & A. J. Romiszowski (Eds.), *Instructional development paradigms* (pp. 63-80). Englewood Cliffs, NJ: Educational Technology Publications.

## ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΤΩΝ ΕΡΑΣΙΤΕΧΝΙΚΩΝ ΑΘΛΗΤΙΚΩΝ ΣΩΜΑΤΕΙΩΝ

Στεφανάκης, Θ.,<sup>1</sup> & Γαργαλιάνος, Δ.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> ΕΠΣ Δωδεκανήσου

<sup>2</sup> ΤΕΦΑΑ, ΔΠΘ

### Περίληψη

Η κατανόηση βασικών εννοιών που σχετίζονται με την οικονομική διαχείριση των ερασιτεχνικών αθλητικών σωματείων πρέπει να αποτελεί προτεραιότητα για κάθε εμπλεκόμενο. Σκοπός της έρευνας είναι η ανάλυση των βασικών οικονομικών εννοιών και εργαλείων.

**Λέξεις - κλειδιά:** Οικονομική διαχείριση, αθλητικά σωματεία.

### Εισαγωγή

Τα ερασιτεχνικά αθλητικά σωματεία (ΕΑΣ) αποτελούν σημαντικό τομέα του αθλητικού οικοδομήματος, με παρουσία σε κάθε περιοχή της επικράτειας. Αναπτύσσουν πολύπλευρες δράσεις και δραστηριότητες στην κοινωνία, μέσα σε ένα συνεχώς μεταβαλλόμενο οικονομικό περιβάλλον. Προτεραιότητες για τους διοικούντες πρέπει να είναι η ορθολογική οργάνωση, η χρηστή διοίκηση και παράλληλα πρέπει να αντιληφθούν ότι η προχειρότητα δεν συμβαδίζει με τα νέα δεδομένα που επικρατούν στην χώρα και κυρίως στα οικονομικά των σωματείων.

### Περιγραφή του προβλήματος

Η οικονομική διαχείριση αποτελεί κινητήριο μοχλό ανάπτυξης ενός οργανισμού και σημαντικό πεδίο αποφάσεων και ευθυνών για τους διοικούντες. Το θέμα της φορολογικής, λογιστικής και εργατικής νομοθεσίας που διέπει τα ΕΑΣ είναι πολύπλευρο και είναι δύσκολο να παρουσιαστεί ολοκληρωμένα, καθώς περιέχει συνδυαστικές διατάξεις νόμων. Επίσης, πρέπει να τονιστεί ότι λόγω των εξειδικευμένων και σύνθετων δράσεων των ΕΑΣ και του γεγονότος ότι υπάρχει συνδυασμός της φορολογικής νομοθεσίας με τον αθλητικό νόμο (2725/1999) προκύπτουν διαπιστωμένα νομοθετικά κενά. Για να επιτελέσουν τον σημαντικό ρόλο τους, τα ΕΑΣ ασκούν περίπλοκες οικονομικές δραστηριότητες, οι οποίες πρέπει να αντιμετωπίζονται με υπευθυνότητα και με βάση την ισχύουσα νομοθεσία και για να το κάνουν αυτό χρειάζονται κατάλληλη εκπαίδευση και την βοήθεια ειδικών (λογιστών, δικηγόρων, εξειδικευμένων στελεχών).

### Σκοπός της εργασίας

Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι να παρουσιαστούν βασικές έννοιες οικονομικής πολιτικής και διαχείρισης των ΕΑΣ, καθώς και τα κυριότερα εργαλεία που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την άσκησή της.

## Μεθοδολογία

Η μεθοδολογία που χρησιμοποιήθηκε είναι η ανασκόπηση της βιβλιογραφίας, της φορολογικής νομοθεσίας και πρόσθετα η ανάλυση με καταγραφή πραγματικών οικονομικών γεγονότων, μέσα από συνεντεύξεις με παράγοντες αθλητικών ερασιτεχνικών σωματείων.

## Περιγραφή περιπτώσιακής μελέτης – Αποτελέσματα - Συζήτηση

### Απολογισμός – Ισολογισμός – Προϋπολογισμός

Η βιωσιμότητα ενός ΕΑΣ εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τον σωστό προγραμματισμό και την σωστή διαχείριση των οικονομικών του. Σύμφωνα με τον αθλητικό νόμο (2725/1999, άρθρο 51) υποχρεούνται κάθε οικονομικό έτος (το οποίο αρχίζει την 1<sup>η</sup> Ιανουαρίου και λήγει την 31<sup>η</sup> Δεκεμβρίου) να συντάσσουν τον απολογισμό και τον ισολογισμό της διαχείρισής τους. Ο απολογισμός υποβάλλεται για έλεγχο στις εκάστοτε οριζόμενες αρχές (Περιφέρεια ή ΓΓΑ) και χρειάζεται ιδιαίτερη προσοχή όταν υπάρχουν και κρατικές επιχορηγήσεις. Η οικονομική εποπτεία των ΕΑΣ και ο λογιστικός και διαχειριστικός έλεγχος των ιδίων πόρων διενεργείται από αναγνωρισμένους ελεγκτές (ορκωτοί λογιστές, φορολογικές αρχές κ.α.) που επιλέγονται από τα αρμόδια όργανα, σύμφωνα με τις καταστατικές τους διατάξεις. Επίσης, τα ΕΑΣ, έως τις 30 Σεπτεμβρίου υποχρεούνται να συντάσσουν και τον προϋπολογισμό του επόμενου οικονομικού έτους. Ο προϋπολογισμός παρέχει λεπτομερή ομαδοποιημένη περιγραφή και αιτιολογία των εσόδων και των εξόδων (π.χ. αθλητικό υλικό, οδοιπορικά, μετακινήσεις, συντήρηση εγκαταστάσεων, αμοιβές προπονητών κλπ.). Αποτελεί πρόβλεψη των οικονομικών μεγεθών της επόμενης χρήσης και τις περισσότερες φορές στηρίζεται στον απολογισμό της προηγούμενης οικονομικής περιόδου. Είναι σημαντικό να τονιστεί ότι πρέπει να γίνεται ρεαλιστική εκτίμηση, η οποία να τεκμηριώνεται και να αιτιολογείται, εφόσον ζητηθεί. Η συνεχής παρακολούθηση των επιμέρους στοιχείων του προϋπολογισμού και η επισήμανση σημαντικών αποκλίσεων από τον αρχικό δίνει τη δυνατότητα για την έγκαιρη διάγνωση πιθανών λειτουργικών προβλημάτων και την άμεση λήψη αποφάσεων για την ελαχιστοποίηση των αποκλίσεων.

### Λογιστικά – φορολογικά θέματα

Όλα τα ΕΑΣ αντιμετωπίζουν πολλά θέματα, στα οποία πρέπει να ανταποκρίνονται λογιστικά σύμφωνα με την ισχύουσα φορολογική νομοθεσία (2725/1999, 4172/2013, 4174/2013, 4308/2014, 2859/2000). Τέτοια θέματα είναι οι αμοιβές σε αθλητές / προπονητές / ειδικούς, έκδοση διαφημιστικών εντύπων, περιοδικών, ημερολογίων, φυλλαδίων, αμοιβές σε αθλητές, καταβολή αποζημίωσης σε διαιτητές κλπ.

### Πηγές χρηματοδότησης

Η επιτυχημένη λειτουργία ενός ΕΑΣ εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τις πηγές χρηματοδότησής του. Τα μέλη του μπορούν να προσφέρουν πόρους με: 1) χρήματα με τη μορφή της συνδρομής (τακτικά έσοδα), 2) υπηρεσίες στον ελεύθερο χρόνο τους και γ) δωρεά σε υλικό, ρουχισμό, χρηματικών ποσών (μη τακτικά έσοδα του σωματείου). Άλλες πηγές χρηματοδότησης μπορεί να είναι: 1) η λειτουργία Ακαδημίας, 2) η δωρεά χρηματικών ποσών από ιδιώτες ή επιχειρήσεις, 3) οι διαφημίσεις σε πινακίδες γηπέδων ή σε ρουχισμό, 4) τα εισιτήρια εισόδου των θεατών στο γήπεδο όταν διεξάγονται αγώνες, 5) οι



διαφημίσεις που υπάρχουν μέσα και έξω από τις αθλητικές εγκαταστάσεις και πάνω στην αθλητική ενδυμασία, 6) οι χορηγοί, 7) η εκμίσθωση ή η ίδια εκμετάλλευση των κυλικίων στο γήπεδο, 8) έσοδα από εκμίσθωση ακίνητου, 9) η μπουτίκ που πουλάει ρούχα, αναμνηστικά, σουβενίρ, DVD κλπ., 10) η πώληση αθλητικών στολών, αναμνηστικών κλπ., 11) η πώληση ποτών και φαγητών σε εκδηλώσεις όπου υπάρχει μαζική συμμετοχή κόσμου, 12) η διοργάνωση κοινωνικών εκδηλώσεων ευρύτερης μορφής (συναυλίες με καλλιτέχνες, χοροεσπερίδες, beach party, κλπ.), 13) οι καταχωρήσεις διαφημίσεων στην ιστοσελίδα, 14) η διεξαγωγή λαχειοφόρων αγορών, 15) η έκδοση πιστωτικών καρτών σε συνεργασία με τράπεζες, 16) η οργάνωση καλλιτεχνικών εκδηλώσεων, 17) τα μερίσματα από Π.Α.Ε. / Κ.Α.Ε., κλπ. Όλα αυτά τα θέματα αυτά πρέπει επίσης απαραίτητα να αντιμετωπίζονται λογιστικά σύμφωνα με την ισχύουσα φορολογική νομοθεσία

Επειδή, όμως, τις περισσότερες φορές τα παραπάνω δεν επαρκούν τα ΕΑΣ επιδιώκουν τη χρηματοδότηση από τρίτους φορείς (κράτος, Περιφέρεια και Δήμο). Η κρατική επιχορήγηση βασίζεται σε δύο κριτήρια: α) την αγωνιστική δραστηριότητα του σωματείου (ανάλογα με τα τμήματα που αποδεδειγμένα λειτουργεί) και β) την συμμετοχή των αθλητών στα τοπικά και περιφερειακά πρωταθλήματα. Ορισμένες φορές οι παροχές από το κράτος μπορεί και να έχουν και τη μορφή έμμεσης επιχορήγησης όπως: α) δημιουργία έργων υποδομής, β) φορολογικές ελαφρύνσεις, γ) υπαγωγή σε αναπτυξιακά προγράμματα για αγορά εξοπλισμού ή κατασκευή έργων (ΕΣΠΑ, Κοινοτικά προγράμματα κλπ.) και δ) επιχορήγηση για επιμόρφωση - εκπαίδευση προπονητών, αθλητών, κλπ.

## SWOT ανάλυση

Σημαντικός κατευθυντήριος παράγοντας στην λήψη αποφάσεων για τα οικονομικά θέματα στα ΕΑΣ είναι ο προσδιορισμός των Δυνάμεων (**Strengths**) και των Αδυναμιών (**Weaknesses**) στο εσωτερικό περιβάλλον του, αλλά και των Ευκαιριών (**Opportunities**) και Απειλών (**Threats**) στο εξωτερικό του περιβάλλον. Η διερεύνηση πρώτιστα του μικρο-περιβάλλοντος (εσωτερικού περιβάλλοντος), αλλά και του μακρο-περιβάλλοντος στο οποίο δραστηριοποιείται το σωματείο (οικονομικό, τεχνολογικό, πολιτικό-νομικό, κοινωνικό-πολιτιστικό) αποτελούν κύριες περιοχές έρευνας. Ιδιαίτερη σημασία χρήζει το μοντέλο των δυνάμεων του Porter (1998), (ανταγωνιστές, προμηθευτές, αγοραστές, υποκαταστήματα, κίνδυνος εισόδου νέων ανταγωνιστών), αλλά και τα στάδια του κύκλου ζωής ενός σωματείου (είσοδος, ανάπτυξη, ωριμότητα, πτώση ή διάλυση). Είναι σημαντικό να τονιστεί ότι σε κάθε SWOT ανάλυση πρέπει να χρησιμοποιείται ένας παράγοντας τη φορά (π.χ. τεχνολογικός) προκειμένου να εξεταστούν οι επιπτώσεις που επιφέρει στα οικονομικά δεδομένα του σωματείου.

Σημαντικό ρόλο στην ανάλυση SWOT έχει η διερεύνηση του εσωτερικού περιβάλλοντος όπου μπορούν να προσδιοριστούν οι λειτουργίες στις οποίες υπερτερεί ή υστερεί (π.χ. ελλιπής μηχανογράφηση, ανύπαρκτος εσωτερικός έλεγχος, ορθή γραμματειακή υποστήριξη κλπ.). Με αυτό τον τρόπο μπορούν να λαμβάνονται ευκολότερα αποφάσεις και, όταν χρειάζεται, να γίνεται αλλαγή στρατηγικής στον τρόπο χειρισμού των οικονομικών ενός σωματείου. Οι διοικούντες μπορούν να μετατρέψουν τις αδυναμίες σε δυνάμεις και τις απειλές σε ευκαιρίες. Για παράδειγμα, ένα ισχυρό διοικητικό συμβούλιο (δύναμη – εσωτερικού περιβάλλοντος) μπορεί να μετατρέψει την έλλειψη αθλητικών εγκαταστάσεων (αδυναμία - εσωτερικού περιβάλλοντος), μέσω μίας ευνοϊκής αλλαγής στη νομοθεσία (ευκαιρία - εξωτερικού περιβάλλοντος) ή με την αξιοποίηση κοινοτικού προγράμματος (ευκαιρία - εξωτερικού περιβάλλοντος) για να κατασκευάσει ένα ιδιόκτητο αθλητικό γήπεδο.

ΕΣΩΤΕΡΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ	<b>Strengths</b> (Πλεονεκτήματα – Δυνάμεις) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ισχυρό Διοικητικό Συμβούλιο</li> <li>• Ιδιόκτητες εγκαταστάσεις</li> <li>• Καλή γραμματειακή υποστήριξη</li> <li>• Καλοί αθλητές</li> </ul>	<b>Weaknesses</b> (Αδυναμίες) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Αυξημένα πάγια λειτουργικά έξοδα</li> <li>• Έλλειψη χορηγών – διαφημίσεων</li> <li>• Ανυπαρξία ακαδημιών</li> <li>• Έλλειψη μηχανογράφησης</li> </ul>
ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ	<b>Opportunities</b> (Ευκαιρίες) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ευνοϊκή αλλαγή νομοθεσίας</li> <li>• Συγχώνευση με άλλο σωματείο</li> <li>• Καθιέρωση νέων αθλημάτων</li> <li>• Ένταξη σε κοινοτικά προγράμματα</li> </ul>	<b>Threats</b> (Απειλές) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Οικονομική ύφεση</li> <li>• Γήρανση πληθυσμού</li> <li>• Ίδρυση νέων σωματείων στον ίδιο γεωγραφικό χώρο</li> </ul>

**Πίνακας 1:** SWOT ανάλυση ΕΑΣ.

### Συμπέρασμα

Το βασικό συμπέρασμα που προκύπτει από τα παραπάνω είναι ότι η οικονομική διαχείριση των ΕΑΣ αποτελεί σημαντική και πολύπλευρη λειτουργία για την ανάπτυξή τους. Η κατανόηση βασικών εννοιών και η χρήση αποδοτικών εργαλείων, όπως είναι η ανάλυση SWOT, πρέπει να αποτελεί προτεραιότητα για όλους όσους συμμετέχουν στην διοίκηση τους. Για τον λόγο αυτό, υπάρχει επιτακτική ανάγκη για επιμόρφωση σε θέματα και έννοιες που σχετίζονται με την οικονομική διαχείριση των σωματείων.

### Βιβλιογραφία

Porter, E. M. (1998). *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*. New York, NY: The Free Press

Νόμος 2725/1999 Αθλητικός Νόμος  
 Νόμος 2859/2000 Φόρος Προστιθέμενης Αξίας  
 Νόμος 4172/2013 Κώδικας Φορολογίας Εισοδήματος  
 Νόμος 4174/2013 Κώδικας Φορολογικής Διαδικασίας  
 Νόμος 4308/2014 Ελληνικά Λογιστικά Πρότυπα

## ΕΜΠΕΙΡΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ SPORT ANIMATION, ΤΗΣ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ ΚΑΙ ΤΩΝ ΠΡΟΘΕΣΕΩΝ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑΣ ΠΕΛΑΤΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ

Κωφίδη, Ε., Καλαϊτζίδου, Κ., Σαρή, Ε., Λόλα, Α., & Τζέτζης, Γ.

ΤΕΦΑΑ, ΑΠΘ

### Περίληψη

Το εννοιολογικό μοντέλο των παραγόντων ποιότητας των υπηρεσιών SERVQUAL και η επιρροή τους στην ικανοποίηση και στις προθέσεις συμπεριφοράς στον τομέα της άσκησης φαίνεται ότι είναι αποδεκτό από ένα μεγάλο αριθμό ερευνητών. Όμως, οι διαφορές στα αποτελέσματα σε διαφορετικά περιβάλλοντα φανερώνουν την ανάγκη αξιολόγησης του βαθμού εφαρμογής του σε διαφορετικά περιβάλλοντα. Ο σκοπός της συγκεκριμένης μελέτης ήταν η αξιολόγηση της επιρροής των παραγόντων ποιότητας υπηρεσιών αθλητικών δραστηριοτήτων αναψυχής (sport animation) στην ικανοποίηση και στις προθέσεις συμπεριφοράς σε τρεις ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις στην Ελλάδα. Στην έρευνα συμμετείχαν 207 άτομα, πελάτες ξενοδοχείων που απολάμβαναν τις υπηρεσίες αθλητικής αναψυχής των ξενοδοχείων. Διανεμήθηκε και συλλέχθηκε το ερωτηματολόγιο SERVQUAL το οποίο αποτελούταν από 52 ερωτήσεις. Από την ανάλυση παλινδρόμησης φάνηκε ότι μόνο οι παράγοντες «προσωπικό» και «προσδοκώμενα αποτελέσματα» ήταν αυτά που επηρέαζαν σημαντικά (54,9%) την ικανοποίηση των πελατών. Όταν στην ιεραρχική ανάλυση παλινδρόμησης ενσωματώθηκε και η ικανοποίηση αφαιρέθηκε ο παράγοντας «προσωπικό» και προστέθηκε ο παράγοντας «εγκαταστάσεις» και το μοντέλο προέβλεψε σημαντικό ποσοστό (71,2%) των προθέσεων θετικής προφορικής επικοινωνίας. Συμπερασματικά, φαίνεται ότι υπάρχει μερική εφαρμογή του μοντέλου. Ειδικότερα οι παράγοντες «προσωπικό» και «προσδοκώμενα αποτελέσματα» φαίνεται ότι προβλέπουν την ικανοποίηση και επιπρόσθετα ο παράγοντας «εγκαταστάσεις» βελτιώνει την πρόθεση θετικής προφορικής επικοινωνίας. Συνεπώς, προτείνεται η έμφαση των ξενοδοχειακών μονάδων στη βελτίωση των συγκεκριμένων παραγόντων που επηρεάζουν την ικανοποίηση και τις προθέσεις συμπεριφοράς. Τέλος, περισσότερες έρευνες με διαφορετικά χαρακτηριστικά προγραμμάτων, υπηρεσιών και δημογραφικών προφίλ θα οδηγήσουν στην δημιουργία πληρέστερων εννοιολογικών μοντέλων συμπεριφοράς των τουριστών στα προγράμματα αθλητικής αναψυχής.

**Λέξεις - κλειδιά:** Αθλητικός τουρισμός, animation, ποιότητα υπηρεσιών, ικανοποίηση πελατών.

### Εισαγωγή

Η επιρροή των παραγόντων της ποιότητας των υπηρεσιών στην ικανοποίηση και στις προθέσεις συμπεριφοράς έχει αποδειχθεί σε πολλά περιβάλλοντα, αλλά και στον τομέα της άσκησης και του αθλητισμού (Miragaia, Conde, & Soares 2016). Έχουν αναπτυχθεί αρκετά εργαλεία μέτρησης της ποιότητας υπηρεσιών, αλλά και αρκετά μοντέλα στον αθλητισμό (π.χ. SERVQUAL), που παρουσιάζουν την σχέση της ποιότητας με την ικανοποίηση και τις προθέσεις συμπεριφοράς αλλά με αρκετές διαφοροποιήσεις λόγω της ιδιαίτερων χαρακτηριστικών των χώρων εφαρμογής (π.χ. αθλητισμό, αναψυχή) (Ko & Pastore, 2005). Ελάχιστες έρευνες υπάρχουν στην αξιολόγηση της επιρροής των

παραγόντων της ποιότητας υπηρεσιών αθλητικής αναψυχής (sport animation) στην ικανοποίηση και στις προθέσεις συμπεριφοράς στον αθλητικό τουρισμό και ειδικότερα από πελάτες ξενοδοχείων (Albayrak, Caber & Öz, 2017). Η μελέτη της ποιότητας των υπηρεσιών άσκησης από πελάτες ξενοδοχειακών μονάδων θα δώσει χρήσιμες πληροφορίες για τη βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών. Αυτό συνεπάγεται θετικά αποτελέσματα στην εμπειρία των συμμετεχόντων και άρα επανάληψη της επισκεψιμότητας ή πρόθεση για θετική διαφήμιση σε άλλους υποψήφιους πελάτες.

### Σκοπός της έρευνας

Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν η εμπειρική αξιολόγηση της επιρροής των παραγόντων ποιότητας υπηρεσιών αθλητικών δραστηριοτήτων αναψυχής (sport animation) στην ικανοποίηση και στις προθέσεις συμπεριφοράς σε πελάτες ξενοδοχείων στην Ελλάδα.

### Ανασκόπηση της βιβλιογραφίας

Η ποιότητα υπηρεσιών φαίνεται να συνδέεται με την ικανοποίηση των πελατών (Ko & Pastore, 2004), την πίστη των πελατών (Zeithaml, Parasuraman & Berry, 1990), και τις προθέσεις των πελατών (Fornell, 1992). Το εννοιολογικό μοντέλο επιρροής των παραγόντων της ποιότητας των υπηρεσιών (SERVQUAL) στην ικανοποίηση και στις προθέσεις συμπεριφοράς στον τομέα της άσκησης φαίνεται ότι είναι αποδεκτό σε ένα μεγάλο αριθμό ερευνών (Tsitskari et al., 2014; Κουθούρης & Αλεξανδρή, 2005). Όμως οι διαφορές των αποτελεσμάτων σε διαφορετικά περιβάλλοντα δείχνουν τη δυσκολία της αποδοχής και εφαρμογής του εννοιολογικού μοντέλου σε όλα τα περιβάλλοντα. Για παράδειγμα, σε αρκετούς οργανισμούς στον κλάδο της φιλοξενίας, φάνηκε ότι αυτά τα όργανα δεν είναι κατάλληλα και ελάχιστες έρευνες έδειξαν την εφαρμογή στον χώρο της άσκησης στον τουρισμό (Παιτσίνης, Μαρσούκα, Τριγώνης, & Τσίτσαρη, 2015; Κώστα, Γλυσιά, & Αντωνίου, 2003). Από τις έρευνες που έχουν γίνει στον αθλητικό τουρισμό φάνηκε ότι οι τουρίστες αντιλαμβάνονται την ποιότητα των αθλητικών υπηρεσιών κατά την διάρκεια των διακοπών τους με έναν διαφορετικό τρόπο (Atilgan, Akinci, & Aksoy, 2003). Αρκετές μελέτες ακόμη παρουσιάζουν μία θετική σχέση μεταξύ τουριστικής ικανοποίησης και της επιθυμίας να επισκεφτούν ξανά το μέρος (Kozak, 2001; Bigné, Sánchez, & Sánchez, 2001; Yoon & Uysal, 2005). Ο Moutinho (2001), υποστήριξε ότι η αρχική δοκιμαστική εμπειρία ενός τουρίστα είναι καθοριστική στη διαμόρφωση της ικανοποίησης και της επανάληψης της επίσκεψης. Ο Kozak (2001), υποστήριξε ότι το αυξημένο επίπεδο ικανοποίησης συνεπάγεται με την αύξηση των επαναλαμβανόμενων επισκέψεων και αυτό έχει επίδραση στον ανταγωνισμό.

### Μεθοδολογία

*Δείγμα:* Στην έρευνα συμμετείχαν 207 άτομα (81 άνδρες [39,1%] και 126 γυναίκες [60,9%]), ηλικίας από 18 έως 68+ χρόνων, από 23 διαφορετικές εθνικότητες, οι οποίοι ήταν πελάτες τριών ξενοδοχειακών μονάδων τύπου resort της Β. Ελλάδος.

*Όργανο μέτρησης:* Χρησιμοποιήθηκε ένα ερωτηματολόγιο που αποτελούνταν από 52 ερωτήσεις, από τις οποίες οι 15 αφορούσαν το δημογραφικό προφίλ των συμμετεχόντων και τη συχνότητα άσκησης, ενώ οι υπόλοιπες 37 ερωτήσεις αξιολογούσαν την ποιότητα των υπηρεσιών sport animation (SERVQUAL, Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1988). Οι ερωτήσεις της ποιότητας συμπεριλάμβαναν τους παράγοντες προσωπικό, ανταπόκριση, πρόγραμμα, εγκαταστάσεις, εξοπλισμός και αποτέλεσμα συμμετοχής.

*Διαδικασία συλλογής δεδομένων:* Τα ερωτηματολόγια ήταν ανώνυμα και διανεμήθηκαν / συλλέχθηκαν μετά την συμμετοχή των πελατών σε κάποια δραστηριότητα sport animation, κατά την διάρκεια διαμονής στο ξενοδοχείο.

## **Αποτελέσματα**

Το 78,7% δήλωσε πως ήταν η πρώτη φορά που επισκεπτόταν το ξενοδοχείο, ενώ το 54% δήλωσε ότι διέμεναν περισσότερο από 7 ημέρες. Συμμετείχαν σε ποικιλία δραστηριοτήτων με μεγαλύτερα ποσοστά στο beach volley (19,3%), στο morning gym (15,5%) και στο water polo (11,6%).

Η αντίληψή τους για τους παράγοντες ποιότητας ήταν καλή, αφού σε μία κλίμακα όπου 1 = διαφωνώ απόλυτα και 7 = συμφωνώ απόλυτα συμφώνησαν ότι η ποιότητα ήταν υψηλή για τον παράγοντα προσωπικό (M=6,49), την ανταπόκριση (M=6,38), τα προγράμματα (M=6,40), τις εγκαταστάσεις (M=6,2), τον εξοπλισμό (M=6,15), και τα προσδοκώμενα αποτελέσματα από την άσκηση (M=6,35). Επίσης, ήταν αρκετά ικανοποιημένοι (M=6,35) και είχαν προθέσεις για θετική προφορική επικοινωνία (M=6,42).

Έγινε έλεγχος αξιοπιστίας της κλίμακας ποιότητας υπηρεσιών με τον συντελεστή εσωτερικής συνοχής (Cronbach  $\alpha$ ) και φάνηκε ότι η εσωτερική συνοχή όλης της κλίμακας, αλλά και του κάθε παράγοντα ξεχωριστά ήταν σε αποδεκτά όρια.

Έγινε ανάλυση παλινδρόμησης, στην οποία οι 6 διαστάσεις ποιότητας υπηρεσιών ενσωματώθηκαν σε σειρά ως ανεξάρτητες μεταβλητές με την «ικανοποίηση» ως εξαρτημένη μεταβλητή. Οι 6 παράγοντες προέβλεψαν στατιστικά σημαντική ( $F=40,591$ ,  $p<0,000$ ) αναλογία της μεταβλητότητας (54,9%) της ικανοποίησης. Οι παράγοντες «προσωπικό» «προσδοκώμενα αποτελέσματα» συνεισέφεραν σημαντικά, ενώ οι υπόλοιποι παράγοντες δεν συνεισέφεραν σημαντικά. Έγινε ιεραρχική ανάλυση παλινδρόμησης, στην οποία οι 6 διαστάσεις της ποιότητας υπηρεσιών (προσωπικό, ανταπόκριση, προγράμματα, εγκαταστάσεις, εξοπλισμός, προσδοκώμενα αποτελέσματα από την άσκηση) της ποιότητας ενσωματώθηκαν σε σειρά ως ανεξάρτητες μεταβλητές στο πρώτο στάδιο και η ικανοποίηση στο δεύτερο στάδιο με στόχο την πρόβλεψη των προθέσεων θετικής προφορικής επικοινωνίας. Οι παράγοντες ποιότητας υπηρεσιών προέβλεψαν στατιστικά σημαντική ( $F=40,77$ ,  $p<0,000$ ) αναλογία της μεταβλητότητας (54,9%) της ικανοποίησης. Όταν προστέθηκε η μεταβλητή «πρόθεση των πελατών για θετική προφορική επικοινωνία από τους 6 παράγοντες της ποιότητας περιλαμβανόμενης και της ικανοποίησης και μόνο οι παράγοντες «εγκαταστάσεις» και «προσδοκώμενο αποτέλεσμα» προέβλεψαν στατιστικά σημαντική ( $F=70,22$   $p<0,000$ ) αναλογία της μεταβλητότητας (71,2%) της πρόθεσης για θετική προφορική επικοινωνία.

## **Συζήτηση**

Από τα αποτελέσματα φάνηκε ότι συνολικά η ποιότητα υπηρεσιών επηρεάζει την ικανοποίηση και τις προθέσεις συμπεριφοράς των τουριστών που συμμετέχουν σε προγράμματα αθλητικής αναψυχής, αλλά όχι για όλους τους παράγοντες της ποιότητας. Ειδικότερα φάνηκε ότι ενώ οι πελάτες αξιολόγησαν υψηλά τους παράγοντες της ποιότητας, αυτοί που επηρέασαν την ικανοποίηση σημαντικά ήταν το προσωπικό και τα προσδοκώμενα αποτελέσματα από την άσκηση. Δεν φάνηκε να επηρεάζουν την



ικανοποίηση οι παράγοντες ανταπόκριση, προγράμματα, εξοπλισμός και εγκαταστάσεις πιθανά διότι για την διαμόρφωση της εκτίμησής τους σε ένα ξενοδοχείο διακοπών με προγράμματα που γίνονται στη φύση σημαντικότερο ρόλο παίζει το προσωπικό και τα αναμενόμενα αποτελέσματα και πιθανώς άλλοι παράγοντες, όπως η ελκυστικότητα του περιβάλλοντος και το κλίμα και όχι οι υπόλοιποι παράγοντες που αξιολογήθηκαν. Στη συνέχεια, όταν προστέθηκε η μεταβλητή «πρόθεση των πελατών για θετική προφορική επικοινωνία» μαζί με την ικανοποίηση, οι παράγοντες «εγκαταστάσεις» και «προσδοκόμενα αποτελέσματα από την άσκηση» φάνηκαν να επηρεάζουν τις προθέσεις συμπεριφοράς. Δεν φάνηκε να επηρεάζουν την πρόθεση οι παράγοντες, προσωπικό, ανταπόκριση, προγράμματα και εξοπλισμός, πιθανά διότι δίνουν περισσότερο έμφαση σε χειροπιαστά στοιχεία, όπως είναι η επίδραση της άσκησης στο σώμα και την ψυχολογία τους, καθώς και στις εγκαταστάσεις δηλαδή το περιβάλλον που λαμβάνουν χώρα οι δραστηριότητες. Συνεπώς, προτείνεται οι ξενοδοχειακές μονάδες να προσπαθήσουν για την βελτίωση των παραγόντων που επηρεάζουν την ικανοποίηση και τις προθέσεις συμπεριφοράς. Τέλος, περισσότερες έρευνες με διαφορετικά χαρακτηριστικά προγραμμάτων, υπηρεσιών και δημογραφικών προφίλ θα οδηγήσουν στην δημιουργία πληρέστερων εννοιολογικών μοντέλων συμπεριφοράς των τουριστών στα προγράμματα sport animation.

## Βιβλιογραφία

- Albayrak, T., Caber, M., & Öz, E. K. (2017). Assessing recreational activities' service quality in hotels: An examination of animation and spa & wellness services. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 18(2), 218-234.
- Atilgan, E., Akinci, S., & Aksoy, S. (2003). Mapping service quality in the tourism industry. *Managing Service Quality*, 13(5), 412-422.
- Ko, Y. J., & Pastore, D. L. (2005). A hierarchical model of service quality for the recreational sport industry. *Sport Marketing Quarterly*, 14(2), 84-97.
- Miragaia, D., Conde, D., & Soares, J. (2016). Measuring service quality of ski resorts: An approach to identify the consumer profile. *The Open Sports Sciences Journal*, 9(1), 53-61.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multi-item scale for measuring consumer perceptions of the service quality, *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Kouthouris, H., & Alexandris, K. (2005). Can service quality predict customer satisfaction and behavioral intentions in the sport tourism industry? An application of the SERVQUAL model in an outdoors setting. *Journal of Sport Tourism*, 10(2), 101-111.
- Tsitskari, E., Antoniadis, C. H., & Costa, G. (2014). Investigating the relationship among service quality, customer satisfaction and psychological commitment in Cyprian fitness centres. *Journal of Physical Education & Sport*, 14(4), 514-520.
- Κώστα, Γ., Γλυνιά, Ε., Αντωνίου, Π., Γούδας, Μ., & Κουθούρης, Χ. (2003). Εκτίμηση της ποιότητας υπηρεσιών άθλησης και ψυχαγωγίας σε ξενοδοχεία διακοπών. *Αναζητήσεις στη Φυσική Αγωγή & τον Αθλητισμό*, 1(1), 8-18.
- Παιτσίνης Κώστα, Γ., Ματσούκα, Ο., Τριγώνης, Ι., & Τσίτσαρη, Ε. (2015). Βασικές αρχές ελεύθερου χρόνου και αναψυχής. [Κεφάλαιο Συγγράμματος]. Στο Παιτσίνης Κώστα, Γ., Ματσούκα, Ο., Τριγώνης, Ι., Τσίτσαρη, Ε. 2015. *Αθλητική ψυχαγωγία και αναψυχή*. [ηλεκτρ. βιβλ.] Αθήνα: Σύνδεσμος Ελληνικών Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών. Κεφ. 1.

## Η ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΗΣ ΜΕΘΟΔΟΥ MINDS ΣΕ ΑΘΛΗΤΙΚΑ ΓΕΓΟΝΟΤΑ ΜΑΖΙΚΗΣ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ

**Καλλιτσάρη, Ζ., Λιανόπουλος, Ι., & Θεοδωράκης, Ν.**

**ΤΕΦΑΑ, ΑΠΘ, Σέρρες**

### Περίληψη

Αν και η μελέτη της εμπειρίας των καταναλωτών αποτελεί σημαντικό πεδίο έρευνας για τους επιστήμονες του μάρκετινγκ, λίγες προσπάθειες έχουν εστιάσει στην διερεύνηση της εμπειρίας που βιώνουν οι συμμετέχοντες σε αθλητικά γεγονότα μαζικής συμμετοχής (ΑΓΜΣ). Παράλληλα, οι μέθοδοι που έχουν χρησιμοποιηθεί για την εξέταση της στον αθλητικό χώρο δεν έχουν καταφέρει να αποδώσουν πλήρως την εμπειρία των συμμετεχόντων. Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν να παρουσιάσει μία καινοτόμο μέθοδο μελέτης της καταναλωτικής εμπειρίας, η εφαρμογή της οποίας θα συνεισφέρει στην κατανόηση της συνολικής εμπειρίας των καταναλωτών ΑΓΜΣ.

**Λέξεις - κλειδιά:** Μέθοδος MINDS, αθλητικά γεγονότα μαζικής συμμετοχής.

### Εισαγωγή

Λόγω της ευρείας ανάπτυξης των ΑΓΜΣ τις τελευταίες δεκαετίες, ο ανταγωνισμός μεταξύ των διοργανωτών των γεγονότων αυτών έχει ενταθεί (Scheerder, Breedceld, & Borgers, 2015). Πρόσφατα, επιστήμονες από τον χώρο της αθλητικής διοίκησης πρότειναν ότι ένας τρόπος προσέλκυσης και διατήρησης πελατών σε αθλητικά γεγονότα είναι η δημιουργία αξέχαστων εμπειριών (Funk, 2017; Theodorakis, 2014). Παρόλα αυτά, τα θεωρητικά και πρακτικά μοντέλα που έχουν παρουσιαστεί δεν φαίνεται να συνεισφέρουν στην κατανόηση της ολιστικής εμπειρίας του καταναλωτή / συμμετέχοντα. Ερευνητές από τον χώρο της επιστήμης σχεδιασμού υπηρεσιών (design science research), υποστήριξαν την καταλληλότητα των ποιοτικών προσεγγίσεων για τη διερεύνηση της καταναλωτικής εμπειρίας (Mager, 2009). Η μέθοδος MINDS (Management and INteraction Design for Service) (Texeira, Patricio, Huang, Fisk, Nobrega, & Constantine, 2017), έχει αναπτυχθεί από την συγκεκριμένη επιστήμη και αποτελεί μία καινοτόμο μέθοδο σχεδιασμού υπηρεσιών. Αν και η μέθοδος MINDS έχει εφαρμοστεί σε διάφορους χώρους, δεν έχει υιοθετηθεί από τους αθλητικούς επιστήμονες στη μελέτη της εμπειρίας των συμμετεχόντων σε ΑΓΜΣ.

### Σκοπός της εργασίας

Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν να παρουσιάσει μία καινοτόμο μέθοδο μελέτης της καταναλωτικής εμπειρίας, η εφαρμογή της οποίας θα συνεισφέρει στην κατανόηση της συνολικής εμπειρίας των καταναλωτών ΑΓΜΣ.

## Εφαρμογή της μεθόδου MINDS

Η μέθοδος MINDS αποτελεί μία διεπιστημονική μέθοδο που ενσωματώνει δύο προοπτικές σχεδιασμού υπηρεσιών: τον σχεδιασμό διαχείρισης και τον σχεδιασμό αλληλεπίδρασης. Η εφαρμογή της πραγματοποιείται μέσω ημιδομημένων συνεντεύξεων με τους καταναλωτές της υπηρεσίας (π.χ. δρομείς), αλλά και με άλλους stakeholders (π.χ., διοικητικά στελέχη) που μπορεί να προσθέτουν αξία στο πελατειακό ταξίδι. Σύμφωνα με τη συγκεκριμένη μέθοδο, ο σχεδιασμός της υπηρεσίας αναπτύσσεται σε τρία ιεραρχικά επίπεδα: α) την έννοια της υπηρεσίας, β) τα συστήματα εξυπηρέτησης και γ) τα σημεία αλληλεπίδρασης με την υπηρεσία (Εικόνα 1).



**Εικόνα 1:** Μέθοδος σχεδιασμού διαχείρισης και αλληλεπίδρασης για υπηρεσίες.

### Επίπεδο 1: Έννοια υπηρεσίας

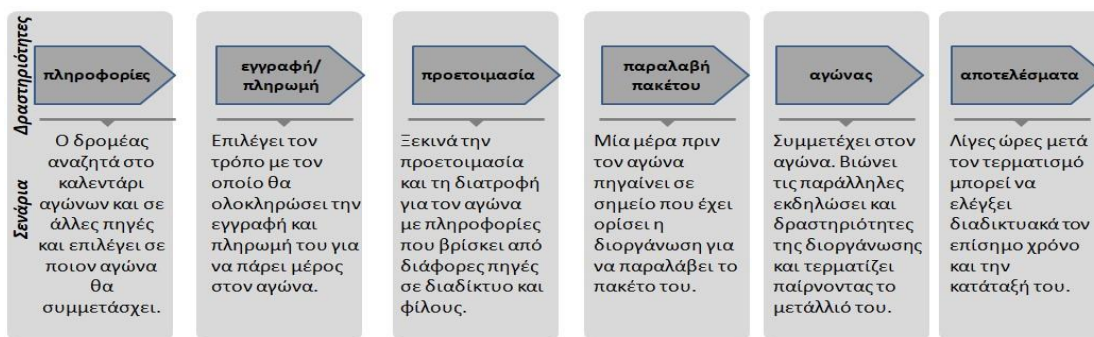
Το επίπεδο αυτό αφορά στον σχεδιασμό της έννοιας της υπηρεσίας, δηλαδή τα οφέλη που αναμένεται να προσφέρει η υπηρεσία στον καταναλωτή και ο τρόπος με τον οποίο ο πελάτης δημιουργεί αξία (Εικόνα 2). Ο σχεδιασμός της έννοιας της υπηρεσίας πραγματοποιείται χρησιμοποιώντας διαγράμματα συγγένειας (affinity diagrams). Στη συνέχεια, σχεδιάζεται εκ νέου η υπηρεσία, με την ενσωμάτωση του μοντέλου MINDS, υποστηρίζοντας την καινοτομία και εμπλέκοντας τη συμβολή της τεχνολογίας για την ενίσχυση της εμπειρίας των πελατών.



**Εικόνα 2:** Έννοια της υπηρεσίας με τον σχηματισμό αξίας του πελάτη με χρήση διαγραμμάτων συγγένειας.

## Επίπεδο 2: Συστήματα εξυπηρέτησης

Στο επίπεδο των συστημάτων εξυπηρέτησης εντοπίζονται όλοι οι παράγοντες που συνθέτουν την εμπειρία, τα σημεία εξυπηρέτησης του πελάτη και η τεχνολογία που θα χρησιμοποιηθεί. Το πιο αντιπροσωπευτικό ταξίδι του πελάτη αναπτύσσεται με την μέθοδο των σεναρίων (storyboards) και της πλοήγησής στα συστήματα εξυπηρέτησης (Εικόνα 3). Αυτός ο συνδυασμός διαδικασιών παρέχει πλούσιες πληροφορίες για την κατανόηση της εμπειρίας, την ανίχνευση πιθανών προβλημάτων και την συνεισφορά νέων υπηρεσιών και τεχνολογικών λύσεων που θα μπορούσαν να οδηγήσουν σε καινοτόμες ευκαιρίες για την ενίσχυση της πελατειακής εμπειρίας.

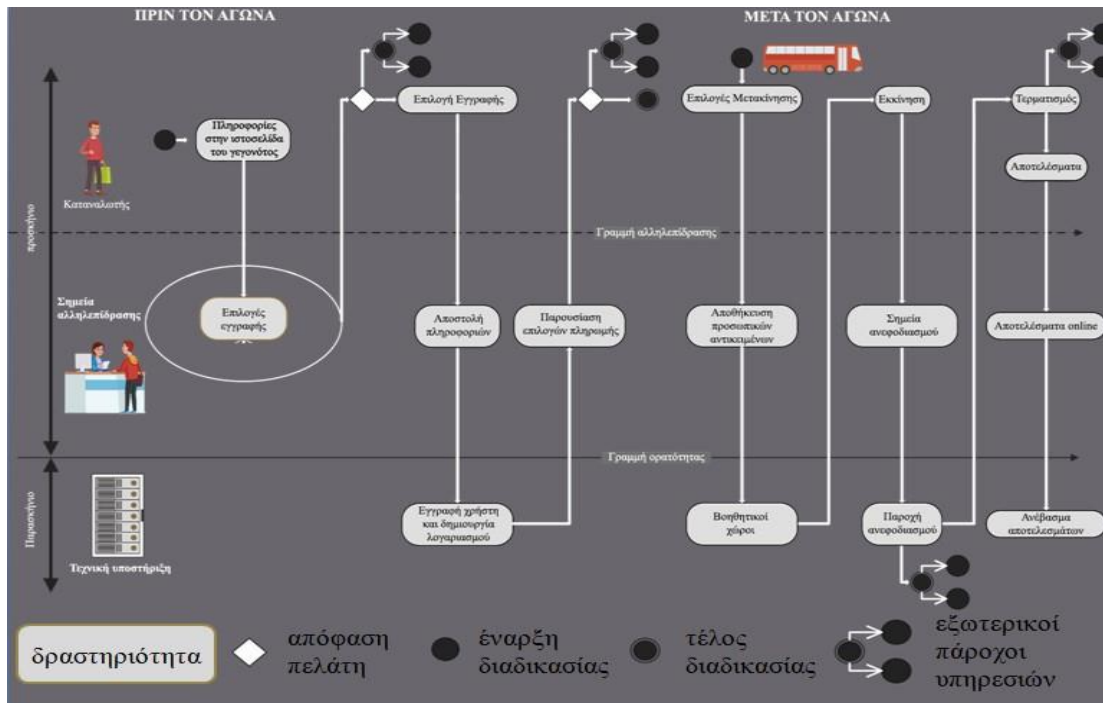


Εικόνα 3: Δραστηριότητες ταξιδιού του πελάτη με τη μέθοδο σεναρίων.

## Επίπεδο 3: Σημεία αλληλεπίδρασης με την υπηρεσία

Στο τελευταίο επίπεδο, κάθε σημείο επαφής και συνάντησης με την υπηρεσία αναλύεται και σχεδιάζεται με τη συμβολή των σχεδίων εμπειρίας εξυπηρέτησης και των σημείων αλληλεπίδρασης. Τα σκίτσα αλληλεπίδρασης συμβάλουν στην απεικόνιση του τρόπου με τον οποίο οι συμμετέχοντες σε ένα αθλητικό γεγονός αλληλοεπιδρούν με τις υπηρεσίες, ενώ η σχεδίαση υπηρεσιών απεικονίζει τις λειτουργίες και τα συστήματα τόσο στο προσκήνιο όσο και στο παρασκήνιο, που υποστηρίζουν την εμπειρία (Εικόνα 4).





Εικόνα 4: Σχεδιάγραμμα εμπειρίας εξυπηρέτησης του πελάτη.

### Συζήτηση

Λόγω του ότι τα αθλητικά γεγονότα είναι πολύπλοκα συστήματα εξυπηρέτησης, ο πελάτης (π.χ., ο δρομέας) δεν είναι απλά ένας παθητικός καταναλωτής υπηρεσιών από διαφορετικούς προμηθευτές, αλλά και ένας ενεργός συν-δημιουργός (π.χ., τρέχοντας στον αγώνα) με τον πάροχο υπηρεσιών (Harris, Nichols, & Taylor, 2017). Τα αθλητικά γεγονότα αποτελούν ένα σύνθετο και ανεξερεύνητο πλαίσιο υπηρεσιών όπου η έρευνα και ο σχεδιασμός υπηρεσιών μπορούν να συμβάλουν καθοριστικά. Σε αυτή τη μελέτη, παρουσιάστηκε το πώς μία νέα διεπιστημονική μέθοδος θα μπορούσε να χρησιμοποιηθεί ώστε να βελτιώσει τον σχεδιασμό υπηρεσιών στον χώρο των ΑΓΜΣ. Η μέθοδος MINDS χρησιμοποιεί την τεχνολογία και το σχεδιασμό υπηρεσιών, προάγει τις υπηρεσίες, στηρίζει την καινοτομία στις υπηρεσίες και μπορεί να παράσχει προτάσεις στα διοικητικά στελέχη ΑΓΜΣ για την δημιουργία απρόσκοπτων εμπειριών στους καταναλωτές τους.

### Βιβλιογραφία

Funk, D. C. (2017). Introducing a sport experience design (SX) framework for sport consumer behaviour research. *Sport Management Review*, 20(2), 145-158.

Harris, S., Nichols, G., & Taylor, M. (2017). Bowling even more alone: Trends towards individual participation in sport. *European Sport Management Quarterly*, 17(3), 290-311.

Mager, B. (2009). Service design as an emerging field. In S. Miettinen, & M. Koivisto (Eds.), *Designing services with innovative methods* (pp. 28-43). Helsinki, Finland: Savonia University of Applied Sciences.



- Scheerder, J., Breedveld, K., & Borgers, J. (2015). *Running across Europe: The rise and size of one of the largest sport markets*. Basingstoke: Palgrave McMillan.
- Teixeira, G. J., Patricio, L., Huang, K., Fisk, R. P., Nobrega, L., & Constantine, L. (2017). The MINDS method: Integrating management and interaction design perspectives for service design. *Journal of Service Research*, 20(3), 240-258.
- Theodorakis, N. D. (2014). Customer experience in spectator sports. In J. Cantabully (Eds.), *Customer experience management: Enhancing experience and value through service management* (pp. 205-219). USA: Kendall Hunt Publishers.

## ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟ ΠΡΟΦΙΛ ΔΙΕΥΘΥΝΤΩΝ ΙΔΙΩΤΙΚΩΝ ΓΥΜΝΑΣΤΗΡΙΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Αρκουδή, Α.,<sup>1</sup> Θαμνόπουλος, Ι.,<sup>1</sup> Αυθίνος, Ι.,<sup>1</sup> & Γαργαλιάνος, Δ.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> ΤΕΦΑΑ, ΕΚΠΑ

<sup>2</sup> ΤΕΦΑΑ, ΔΠΘ

### Περίληψη

Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν η καταγραφή των βασικών καθηκόντων και αρμοδιοτήτων των διευθυντών ιδιωτικών γυμναστηρίων ως διερεύνηση των επαγγελματικών τους χαρακτηριστικών. Το δείγμα της έρευνας αποτέλεσαν 50 διευθυντές ιδιωτικών γυμναστηρίων στην περιοχή της Αθήνας. Η μεθοδολογία που χρησιμοποιήθηκε ήταν η ποσοτική έρευνα, με μέσο συλλογής των δεδομένων το ερωτηματολόγιο και για την ανάλυση η περιγραφική στατιστική. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι τα σημαντικότερα καθήκοντα και αρμοδιότητες που έχουν οι διευθυντές ιδιωτικών γυμναστηρίων σχετίζονται κυρίως με τη διαχείριση: α) του προσωπικού, β) των χρηματοοικονομικών και γ) των προβλημάτων των πελατών.

**Λέξεις - κλειδιά:** Επαγγελματικό προφίλ διευθυντών ιδιωτικών γυμναστηρίων, διευθυντές ιδιωτικών γυμναστηρίων, καθήκοντα και αρμοδιότητες διευθυντών ιδιωτικών γυμναστηρίων.

### Εισαγωγή

Η αύξηση της συμμετοχής σε προγράμματα φυσικής κατάστασης σε ιδιωτικά γυμναστήρια μπορεί να αποδοθεί στην επιτυχημένη λειτουργία τους, για την οποία είναι απαραίτητη η ύπαρξη ειδικά εκπαιδευμένων διευθυντών – μάνατζερ (Barcelona, 2004), που σε αρκετές περιπτώσεις είναι και ιδιοκτήτες τους. Ο βαθμός στον οποίο ένας οργανισμός θεωρείται αποτελεσματικός σχετίζεται με το σύνολο των ικανοτήτων, των γνώσεων και των δεξιοτήτων που έχουν οι διευθυντές του. Συνεπώς, για την καλή και επιτυχημένη λειτουργία των γυμναστηρίων είναι σημαντική η ύπαρξη επαγγελματιών διευθυντών. Σχετικές μελέτες οργάνωσης και διοίκησης στην Ελλάδα αναφέρονται σε αθλητικούς οργανισμούς γενικά (σωματεία, φορείς, κ.λπ.), ωστόσο το επαγγελματικό προφίλ των διευθυντών ιδιωτικών γυμναστηρίων δεν έχει διερευνηθεί συστηματικά (Koustelios, 2003).

### Σκοπός της έρευνας

Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν η καταγραφή των βασικών καθηκόντων και αρμοδιοτήτων των διευθυντών ιδιωτικών γυμναστηρίων που καθορίζουν το επαγγελματικό τους προφίλ.

### Ανασκόπηση της βιβλιογραφίας

Οι διευθυντές των ιδιωτικών γυμναστηρίων έχουν την ευθύνη της διαχείρισής τους, η οποία απαιτεί προγραμματισμό, οργάνωση, στελέχωση, διεύθυνση και έλεγχο (Τασιόπουλος, 2018). Αυτό σημαίνει ότι, πρέπει να διαθέτουν ειδικές γνώσεις, δεξιότητες και εμπειρίες, ώστε να μπορούν να διοικήσουν

αποδοτικά (Barcelona, 2004). Επίσης, πρέπει να διαθέτουν γνώσεις και δεξιότητες που σχετίζονται με την κατανομή των πόρων, τη λήψη ορθολογικών αποφάσεων, την διαχείριση του ανθρώπινου δυναμικού, την ύπαρξη επικοινωνιακών δεξιοτήτων, την διαχείριση των εγκαταστάσεων, την δημιουργία και εφαρμογή πολιτικών και διαδικασιών, την εφαρμογή γνώσεων σε θέματα σχετικά με την άσκηση (Barcelona, 2004), τη λήψη μέτρων για την ασφάλεια και την πρόληψη τραυματισμών, τις τεχνολογίες πληροφορικής και επικοινωνιών, την διαχείριση παραπόνων από τους πελάτες, την ικανότητα παρακίνησης του προσωπικού, την εποπτεία του οργανισμού και την ικανότητα διαχείρισης των οικονομικών (Horch & Schutte, 2003). Οι Eksteen, Malan και Lotriet (2013), επισημαίνουν ότι οι επικοινωνιακές δεξιότητες είναι σημαντικές για τους αθλητικούς μάνατζερ, ενώ ακολουθούν αυτές που σχετίζονται με την πρόσληψη - διαχείριση του προσωπικού και οι ηγετικές ικανότητες.

## Μεθοδολογία

*Δείγμα:* Το δείγμα της έρευνας αποτέλεσαν 50 διευθυντές ιδιωτικών γυμναστηρίων στην Αττική. Για την επιλογή του δείγματος χρησιμοποιήθηκε η μέθοδος «δειγματοληψία χωρίς πιθανότητα», μέσω της οποίας ο ερευνητής έχει την δυνατότητα να επιλέξει ποια άτομα θα συμμετάσχουν στην έρευνα, με βάση χαρακτηριστικά που έχει θέσει ο ίδιος (Creswell, 2016). Στη συγκεκριμένη περίπτωση, τα χαρακτηριστικά αυτά ήταν η απασχόληση στη διεύθυνση ενός ιδιωτικού γυμναστηρίου, η διάρκεια της απασχόλησης, καθώς και το πλαίσιο εργασίας (σε ποια γεωγραφική περιοχή).

*Μέσο συλλογής των δεδομένων:* Τα στοιχεία της έρευνας συλλέχθηκαν με το ερωτηματολόγιο «Position Questionnaire» (2018), που δημιουργήθηκε από το πανεπιστήμιο της Νότιας Καλιφόρνια, το οποίο μεταφράστηκε από τα αγγλικά στα ελληνικά και αντίστροφα και ελέγχθηκε από τριμελή επιστημονική επιτροπή. Το ερωτηματολόγιο αποτελείται από 7 ενότητες και περιλαμβάνει ερωτήσεις ανοικτού και κλειστού τύπου που σχετίζονται με τις κύριες ευθύνες εργασίας των διευθυντών, τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν (το χρόνο που αφιερώνουν σε αυτά, το είδος και τη συχνότητά τους), την διαχείριση των οικονομικών, την διαχείριση του προσωπικού και την δυνατότητα λήψης αποφάσεων που επηρεάζουν τη λειτουργία του γυμναστηρίου.

*Εγκυρότητα ερωτηματολογίου:* Το ερωτηματολόγιο ελέγχθηκε ως προς τη φαινομενική του εγκυρότητα (face validity) από τριμελή επιστημονική επιτροπή, η οποία πρότεινε προσαρμογές στην ελληνική πραγματικότητα.

*Ανάλυση των δεδομένων:* Τα αποτελέσματα της έρευνας αναλύθηκαν με περιγραφική στατιστική.

## Αποτελέσματα

Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι στην πλειονότητά τους (64%), οι διευθυντές ιδιωτικών γυμναστηρίων ήταν κάτοχοι τίτλου σπουδών τριτοβάθμιας εκπαίδευσης Αναλυτικά 28% (f=19) έχουν πτυχίο ΤΕΦΑΑ, μεταπτυχιακό 16% (f=8), διδακτορικό 16% (f=8) και μεταδιδακτορικό τίτλο 4% (f=2). Οι υπόλοιποι συμμετέχοντες (f=18, 36%) δεν διέθεταν κάποιο τίτλο σπουδών. Σχετικά με τα χρόνια προϋπηρεσίας στο χώρο, το 38% (f=19), δήλωσαν 1-5, το 22% (f=11), 11-15 χρόνια, το 18% (f=9), δήλωσαν 21-25 χρόνια και το 4% (f=2) λιγότερο από έναν χρόνο ως διευθυντές γυμναστηρίου. Σχετικά με τον αριθμό των ατόμων του προσωπικού που επιβλέπουν οι διευθυντές, το 22% (f=11) επιβλέπει 0-5 άτομα, το 12% (f=6) 6-10 άτομα, το 4% (f=2) 11-15 άτομα, το 18% (f=9), 16-20 άτομα, το 16% (f=8), 21-25 άτομα και

το 6% (f=3), περισσότερα από 26 άτομα. Οι σημαντικότερες ευθύνες που ανέφεραν οι διευθυντές, αφορούσαν στη διαχείριση του προσωπικού (f=49, 98%), τη διαχείριση των οικονομικών (f=34, 68%), τη διαχείριση πελατών (f=30, 60%), τις πωλήσεις (f=10, 20%), την εγκατάσταση του γυμναστηρίου (f=10, 20%) και θέματα εξοπλισμού (f=2, 4%).

Σχετικά με τα προβλήματα που προκύπτουν κατά την εκτέλεση των εργασιακών τους καθηκόντων, το 42% (f=21), ανέφερε θέματα προσωπικού, το 20% (f=10), οικονομικά ζητήματα, το 18% (f=9), παράπονα πελατών, το 10% (f=5), τη διαχείριση του πελατολογίου, το 8% (f=4), προβλήματα εξοπλισμού και το 6% (f=3), θέματα ανεύρεσης και πρόσληψης προσωπικού. Σχετικά με τη συχνότητα εμφάνισης των εργασιακών προβλημάτων, οι απαντήσεις ήταν: καθημερινά (f=6, 12%), εβδομαδιαία (f=5, 10%), μηνιαία (f=14, 28%) και σπάνια (f=25, 50%). Το μεγαλύτερο μέρος του χρόνου των διευθυντών αφιερώνεται σε θέματα προσωπικού (39%), και ακολουθούν οικονομικά ζητήματα (26%), διαχείριση των πελατών (14%), αξιολόγηση του προσωπικού (7%), πωλήσεις (6%), διαχείριση εγκατάστασης και εξοπλισμού (6%) και δημόσιες σχέσεις (2%).

Περίπου οι μισοί από τους διευθυντές γυμναστηρίων (52%, f=26), απάντησαν ότι έχουν την δυνατότητα να πάρουν αποφάσεις που σχετίζονται με την πρόσληψη και απόλυση προσωπικού, την κατανομή αρμοδιοτήτων στο προσωπικό, την διεκπεραίωση πωλήσεων και τις χορηγίες χωρίς την έγκριση κάποιου ανώτερου οργάνου, ενώ οι υπόλοιποι (f=24, 48%) απάντησαν αρνητικά. Το 54% (f=27) δήλωσε ότι μπορεί να πάρει αποφάσεις αυτόνομα που απαιτούν σημαντική οικονομική δαπάνη, ενώ το 46% (f=23) δεν μπορεί να πάρει τέτοιες αποφάσεις, παρότι το ποσοστό συμμετοχής στη διαχείριση του προϋπολογισμού είναι 70% (f=35).

Στο πλαίσιο της διαχείρισης του προσωπικού, οι διευθυντές δήλωσαν ότι είναι υπεύθυνοι για την υπόδειξη προσλήψεων (f=41, 82%), την διεξαγωγή συνεντεύξεων (f=39, 78%), τη μισθοδοσία των εργαζομένων (f=35, 70%), τον προγραμματισμό και την ανάθεση εργασίας (f= 32, 64%) την αναθεώρηση ή διόρθωση της εργασίας (f=32, 64%), την εκτίμηση της απόδοσης του προσωπικού (f=43, 86%) και την διατήρηση των προτύπων ποιότητας (f=42, 84%).

## Συζήτηση

Από την ανάλυση των αποτελεσμάτων προέκυψε ότι οι διευθυντές ιδιωτικών γυμναστηρίων έχουν αρμοδιότητες και καθήκοντα που σχετίζονται κυρίως με την διαχείριση του προσωπικού, των πελατών, των οικονομικών, της εγκατάστασης και του εξοπλισμού. Τα ευρήματα αυτά συμφωνούν με την έρευνα των Koenigsfeld, Kim, Cha, Perdue, και Cichy (2012), όπου διαπιστώθηκε η σπουδαιότητα της διαχείρισης του προσωπικού, των χρηματοοικονομικών στοιχείων, της εγκατάστασης και του εξοπλισμού. Με δεδομένο ότι τα περισσότερα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι διευθυντές σχετίζονται με το προσωπικό και τους πελάτες, θα πρέπει αυτοί να διαθέτουν επικοινωνιακές δεξιότητες, γεγονός που επισημαίνει και ο Barcelona (2004) Επίσης, οι διευθυντές πρέπει να έχουν γνώσεις οικονομικών για την διαχείριση του προϋπολογισμού. Οι Perdue, Ninemeier και Woods (2000), αναφέρουν ότι οι οικονομικές γνώσεις είναι ανάμεσα στις ικανότητες που πρέπει να χαρακτηρίζουν έναν επιτυχημένο μάνατζερ. Επίσης, αναγκαίες είναι και οι γνώσεις σχετικά με τη λειτουργία και τη συντήρηση των εγκαταστάσεων και του εξοπλισμού. Τέλος, οι διευθυντές θα πρέπει να έχουν ηγετικά χαρακτηριστικά για να μπορούν να παρακινούν το προσωπικό, αλλά και ικανότητα λήψης αποφάσεων, αφού ορισμένες από αυτές έχουν επίδραση στη λειτουργία του γυμναστηρίου.

## Συμπέρασμα

Η σκιαγράφιση του επαγγελματικού προφίλ των διευθυντών γυμναστηρίων περιλαμβάνει επικοινωνιακές γνώσεις και δεξιότητες για την διαχείριση του προσωπικού και των πελατών, καθώς και ικανότητες διαχείρισης ανθρώπινου δυναμικού.

## Βιβλιογραφία

- Barcelona, B. (2004). Examining the importance of recreational sports management competencies based on management level, agency type, and organizational size. *Recreational Sports Journal*, 28(1), 45-63.
- Creswell, J. W. (2016). *Η έρευνα στην εκπαίδευση: Σχεδιασμός, διεξαγωγή και αξιολόγηση ποσοτικής και ποιοτικής έρευνας*. Αθήνα: Ίων.
- Eksteen, E., Malan, D. D. J., & Lotriet, R. (2013). Management competencies of sport club managers in the North – West Province, South Africa. *African Journal for Physical, Health Education, Recreation & Dance*, 19(4:1), 928-936.
- Horch, H. D., & Schutte, N. (2003). Competencies of sport managers in German sport clubs and sport federations. *Managing Leisure*, 8(2), 70-84.
- Koenigsfeld, J., Kim, S. H., Cha, J. M., Perdue, J., & Cichy, R. (2012). Developing a competency model for private club managers. *International Journal of Hospitality Management*, 31, 633-641.
- Koustelios, A. (2003). Identifying important management competencies in fitness centers in Greece. *Managing Leisure*, 8(3), 145-153.
- Perdue, J., Ninemeier, J., & Woods, R. (2000). Competencies required for club managers. *Cornell Hotel & Restaurant Administration Quarterly*, 41(2), 79-85.
- Position Questionnaire (2018): Ανακτήθηκε στις 10.03.2019, από: <https://keck.usc.edu/human-resources/wp-content/uploads/sites/125/2016/03/Position-Questionnaire-2018.pdf>.
- Τασιόπουλος, Ι. (2018). *Οργάνωση και διοίκηση αθλητισμού*. Σημειώσεις Σχολής Προπονητών Γ' Κατηγορίας Ιστιοπλοΐας.



## ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΤΗΣ ΓΟΝΙΚΗΣ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ ΟΣΩΝ ΑΦΟΡΑ ΣΤΙΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΑΚΑΔΗΜΙΑΣ ΠΟΔΟΣΦΑΙΡΟΥ

Σαρακατσάνης, Γ.,<sup>1</sup> Γαργαλιάνος, Δ.,<sup>1</sup> Μπεμπέτσος, Ε.,<sup>1</sup> Ισχυρλίδης, Ι.,<sup>1</sup> Ζελενίτσας, Χ.,<sup>2</sup>  
& Κυρανούδης, Α.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> ΤΕΦΑΑ, ΔΠΘ

<sup>2</sup> ΕΠΟ

### Περίληψη

Οι ποδοσφαιρικές ομάδες δίνουν μεγάλη βαρύτητα στις ακαδημίες διότι αποτελούν την βάση της ανδρικής τους ομάδας, αλλά λειτουργούν και πολλές ιδιωτικές ακαδημίες ποδοσφαίρου. Οι πιο ικανοί να κρίνουν τις υπηρεσίες που προσφέρουν είναι οι γονείς των παιδιών που αθλούνται σε αυτές. Ο σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν η διερεύνηση της ικανοποίησης των γονέων παιδιών που αθλούνται στην Shooters Academy, στην Θεσσαλονίκη, από τις υπηρεσίες που προσφέρει η ακαδημία. Η μεθοδολογία που ακολουθήθηκε ήταν αυτή του ερωτηματολογίου. Το δείγμα ήταν 196 γονείς και η συλλογή των ερωτηματολογίων έγινε στις εγκαταστάσεις της ακαδημίας. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι οι γονείς είναι αρκετά ικανοποιημένοι από την οργάνωση και την προσοχή που δείχνει η ακαδημία στα παιδιά τους. Το κύριο συμπέρασμα που προέκυψε ήταν ότι οι γονείς αξιολογούν τις παροχές που λαμβάνουν από την ακαδημία, αντιλαμβάνονται την οργάνωσή της και η ικανοποίησή τους καθορίζει το αν θα συνεχίσουν να εμπιστεύονται τα παιδιά τους σε αυτή.

**Λέξεις - κλειδιά:** Ακαδημίες, παροχή υπηρεσιών, ικανοποίηση γονέων, οργάνωση.

### Εισαγωγή

Η εξέλιξη του αθλητισμού σε σημαντικό τομέα οικονομικής ανάπτυξης, η αλματώδης εξέλιξη των αθλητικών υπηρεσιών και οι αυξανόμενες απαιτήσεις των πελατών διεύρυναν τον ανταγωνισμό μεταξύ των σωματείων (Αυθίνος & Θεοδωράκης, 1999). Η λειτουργικότητα ενός οργανισμού ή ενός αθλητικού σωματείου και κατ' επέκταση η διατήρηση των πελατών αποτελεί βασικό στόχο, αλλά και στοιχείο προβληματισμού, καθώς είναι απαραίτητη η στάθμιση των παραγόντων που επηρεάζουν τη γνώμη τους και την λήψη αποφάσεων (Αυθίνος, Θεοδωράκης, & Νάσης, 2005). Επί δεκαετίες ο όρος «ικανοποίηση πελατών» αποτελεί αντικείμενο έρευνας της επιστήμης του μάρκετινγκ, η οποία, αναγνωρίζοντας πλέον την σημαντικότητα του πελάτη μεταθέτει την προσοχή της από τους εσωτερικούς παράγοντες, όπως η παραγωγή, σε εξωτερικούς παράγοντες, όπως η ικανοποίηση και η γνώμη του πελάτη, για την ποιότητα των υπηρεσιών (Oliver, 1997). Η αγοραστική συμπεριφορά των καταναλωτών σχετίζεται τόσο με την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών, όσο και με το αίσθημα ικανοποίησής τους, το οποίο αναφέρεται στην εκτίμηση του πελάτη για την ποιότητα μίας υπηρεσίας, μετά την επαφή του με τον οργανισμό-επιχείρηση που παρέχει τη συγκεκριμένη υπηρεσία (Oliver, 1997). Ο Gerson (1999), υποστήριξε ότι ο πελάτης ενός αθλητικού κέντρου είναι ικανοποιημένος όταν οι υπηρεσίες που λαμβάνει υπερβαίνουν τα όρια των προσδοκιών του. Οι έννοιες της ποιότητας και της ικανοποίησης έχουν απασχολήσει πολλούς ερευνητές από τον χώρο της διοίκησης αθλητισμού. Οι αθλητικές ακαδημίες είναι επιχειρήσεις οι

οποίες προσανατολίζονται προς τους πελάτες (τους γονείς και κατ' επέκταση τα παιδιά), η διασφάλιση της ικανοποίησης των οποίων οδηγεί στην διατήρησή τους (Paracharis et. al., 2005).

### **Σκοπός της έρευνας**

Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν η διερεύνηση της ικανοποίησης των γονέων από τις υπηρεσίες που παρέχει στα παιδιά τους η Shooters Academy, στην Θεσσαλονίκη.

### **Ανασκόπηση της βιβλιογραφίας**

Η έννοια της ικανοποίησης των πελατών αναγνωρίζεται ως το «κλειδί της επιτυχίας» σε κάθε αποτελεσματική στρατηγική για την μακροπρόθεσμη επιτυχία και κατ' επέκταση ανάπτυξη της επιχείρησης / οργανισμού (Garver & Gagnon, 2002). Ο Oliver (1999), αναφέρει ότι η ικανοποίηση είναι ένα μέτρο για το πόσο η προσφερόμενη υπηρεσία εκπληρώνει τις προσδοκίες του πελάτη. Σύμφωνα με τους Bolton και Drew (1991), όταν η προσδοκία του πελάτη για μία παρεχόμενη υπηρεσία είναι μεγαλύτερη από αυτήν που τελικά βιώνει, τότε η ποιότητα αξιολογείται ως μη ικανοποιητική. Αυτό διευκολύνει τις επιχειρήσεις / οργανισμούς να προσανατολίσουν τις ενέργειές τους, ώστε να διατηρήσουν ή/και να αυξήσουν την πελατεία τους. Για τον βαθμό της ικανοποίησης των απαιτήσεων του αποφασίζει μόνον ο πελάτης, ο οποίος με τον χρόνο αυξάνει τις προσδοκίες του, με αποτέλεσμα η ποιότητα να μετατρέπεται σε μία ατέρμονη διαδικασία. Το πρώτο βήμα στην μέτρηση της ποιότητας υπηρεσιών είναι ο ακριβής καθορισμός της ποιότητας και η αξιολόγηση των αντιλήψεων των πελατών για την ποιότητα υπηρεσιών που τους προσφέρεται (Heskett, 1987).

Η ποιότητα υπηρεσιών δεν είναι μία συγκεκριμένη έννοια. Γίνεται μεν αντιληπτή, αλλά χρησιμοποιείται και εξηγείται διαφορετικά από τους χρήστες της ακαδημίας. Ο Gronroos (1990), επισήμανε ότι είναι τόσο συνηθισμένη που έχει χάσει το νόημά της. Σύμφωνα με τον Holder (2008), οι ακαδημίες ποδοσφαίρου είναι ειδικά σχεδιασμένες προπονητικές ομάδες - εγκαταστάσεις, οι οποίες δημιουργούνται με σκοπό την ανάπτυξη του ταλέντου και της προσωπικότητας των νέων ποδοσφαιριστών. Στις ακαδημίες συμμετέχουν παιδιά ηλικίας 6-18 χρόνων, ως εκ τούτου η σωστή διαχείρισή τους τόσο μέσα, όσο και έξω από το γήπεδο, είναι πολύ σημαντική

### **Μεθοδολογία**

*Δείγμα:* Το δείγμα της έρευνας αποτέλεσαν εκατόν ενενήντα έξι (n=196) γονείς παιδιών της ακαδημίας ποδοσφαίρου Shooters Academy, που βρίσκεται στην περιοχή του δήμου Πυλαίας, στην Θεσσαλονίκη.

*Όργανο μέτρησης:* Το όργανο μέτρησης που χρησιμοποιήθηκε ήταν ένα ειδικά διαμορφωμένο ερωτηματολόγιο, το οποίο συμπληρώθηκε από τους γονείς και η αξιολόγηση έγινε μέσω κλίμακας τύπου Likert, όπου από το ένα έως το τρία (1-3) το επίπεδο θεωρείται χαμηλό, από το τέσσερα έως το έξι (4-6) μέτριο και από το επτά έως το εννέα (7-9) υψηλό. Η αξιοπιστία του ερωτηματολογίου εξετάστηκε μέσω του δείκτη Cronbach's  $\alpha$  ( $\alpha=0.94$ ).

*Διαδικασία συλλογής δεδομένων:* Για την διασφάλιση της αντιπροσωπευτικότητας του δείγματος έγινε χρήση ερευνητικού πρωτοκόλλου, σύμφωνα με το οποίο η επίσκεψη στις εγκαταστάσεις της ακαδημίας έγινε την ίδια μέρα, αλλά σε διαφορετικές ώρες. Η συμμετοχή του δείγματος ήταν εθελοντική και

διατηρήθηκε η ανωνυμία. Ο υπεύθυνος της ακαδημίας συγκέντρωσε τα δεδομένα από τους γονείς των ασκούμενων και τα παρέδωσε στον ερευνητή. Οι ερωτώμενοι συμπλήρωναν επί τόπου το ερωτηματολόγιο στους χώρους των εγκαταστάσεων της ακαδημίας, κατά την διάρκεια ή στο τέλος διεξαγωγής των προγραμμάτων. Η διαδικασία συμπλήρωσης διαρκούσε 5 έως 10 το πολύ λεπτά της ώρας. Πριν από την έναρξη της διαδικασίας συμπλήρωσης, διευκρινίστηκε στους ερωτώμενους ο στόχος της έρευνας και ο τρόπος συμπλήρωσης του ερωτηματολογίου.

## Αποτελέσματα

Από την εφαρμογή ανάλυσης διακύμανσης για ανεξάρτητα δείγματα ως προς έναν παράγοντα, προέκυψαν στατιστικά σημαντικές διαφορές στις απαντήσεις ανάλογα με το φύλο, την εκπαίδευση και το εισόδημα των γονέων. Η πλειοψηφία των γονέων που συμπλήρωσαν το ερωτηματολόγιο ήταν άνδρες (59,7%), ηλικίας 30 - 55 χρόνων και οι περισσότεροι ήταν απόφοιτοι πανεπιστημίου. Το 100% ήταν παντρεμένοι και το μηνιαίο εισόδημά τους σε ποσοστό 37,8% ήταν € 1100-1800. Τα περισσότερα παιδιά (52%) αθλούνταν 1,5 ώρα ανά ημέρα προπόνησης. Το 95,4% των γονέων δήλωσε ικανοποιημένο από την συνεργασία με την γραμματεία, το 81,6% δήλωσε ικανοποιημένο από τις γηπεδικές εγκαταστάσεις, αλλά μόνο το 31,4% δήλωσε ικανοποιημένο από το κυλικείο. Το 100% δήλωσε ότι το ωράριο των προπονήσεων τηρούνταν κανονικά, ότι η παρουσία της ομάδας στους αγώνες ήταν ικανοποιητική και ότι ο προπονητής παίζει ρόλο στο να αγαπήσει το παιδί την δραστηριότητα. Το 86,7% δήλωσε σύμφωνο με τα προγράμματα και τις υπηρεσίες της ακαδημίας και το 83,7% θεωρούσε ότι και οι άλλοι γονείς πιστεύουν τα ίδια με αυτούς. Τέλος, το 100% των γονέων δήλωσε ότι θα συνεχίσει να εμπιστεύεται το παιδί του στην ακαδημία, παρόλο που το n=14 (7,1%) δήλωσε ότι δεν έχει δεθεί με την ακαδημία και δεν έχει δυσκολία στην διακοπή εγγραφής.

## Συζήτηση

Οι περισσότεροι γονείς που συμμετείχαν στην έρευνα ήταν άνδρες, οι οποίοι στις περισσότερες περιπτώσεις επιλέγουν την ακαδημία άσκησης των παιδιών τους. Ήταν κυρίως απόφοιτοι πανεπιστημίου, με το 57% να έχει αρκετά ικανοποιητικό μηνιαίο εισόδημα, το οποίο διαφοροποίησε την αντίληψή τους για την ποιότητα των προγραμμάτων, καθώς ορισμένους τους απασχόλησε το κόστος συμμετοχής στα προγράμματα. Ως προς την ποιότητα υπηρεσιών οι γονείς εμφανίζονται να συμφωνούν πλήρως με τα αθλητικά προγράμματα και τις παρεχόμενες υπηρεσίες της ακαδημίας, θεωρώντας ότι εκπληρώνουν σε αρκετά ικανοποιητικό βαθμό τις προσδοκίες τους. Τα αποτελέσματα της έρευνας σχετικά με την εξυπηρέτηση και τις εγκαταστάσεις, καθώς και την ικανοποίηση από τις παρεχόμενες υπηρεσίες, βρίσκονται σε συνάφεια με τα αποτελέσματα σχετικά με τη δέσμευση που αισθάνονται οι γονείς απέναντι στην ακαδημία που επέλεξαν. Η αντίληψη των γονέων για το προσωπικό είναι θετική τόσο όσον αφορά τους υπαλλήλους, όσο και τους προπονητές της ακαδημίας. Επίσης, αξιοσημείωτο είναι το ενδιαφέρον που επιδεικνύει όλο το προσωπικό για κάθε παιδί, κάτι που είναι εφικτό επειδή ο αριθμός των αθλούμενων σε κάθε τμήμα είναι μικρός. Οι αντιλήψεις των γονέων για τα προγράμματα και τις υπηρεσίες της υπό εξέταση ακαδημίας ήταν θετικές και το ίδιο ισχύει και για τους προπονητές της, ενώ ήταν ουδέτερες για τις εγκαταστάσεις, την ασφάλεια και την ανταπόκριση. Το εισόδημά τους διαφοροποίησε την αντίληψή τους για την ποιότητα των προγραμμάτων. Φάνηκε πως οι ανησυχίες της πλειοψηφίας των γονέων εντοπίζονται κυρίως στις εγκαταστάσεις.

## Συμπεράσματα

Το κύριο συμπέρασμα το οποίο προέκυψε από την έρευνα ήταν ότι οι γονείς δίνουν μεγάλη σημασία στις παροχές που λαμβάνουν από την ακαδημία, είναι σε θέση να αντιληφθούν τα επίπεδα οργάνωσής της και η ικανοποίησή τους είναι αυτή που καθορίζει το αν θα συνεχίσουν να εμπιστεύονται τα παιδιά τους στην ακαδημία. Τα επιμέρους συμπεράσματα που προέκυψαν είναι ότι: α) ο προπονητής συμβάλλει στο πώς τα παιδιά, αλλά και οι γονείς τους αντιλαμβάνονται την ποιότητα των προγραμμάτων και διαμορφώνεται το επίπεδο ικανοποίησή τους για αυτά και β) για να βελτιωθεί η ποιότητα στις υπηρεσίες που προσφέρουν οι ακαδημίες είναι απαραίτητη η δημιουργία τμήματος αθλητικού μάρκετινγκ.

## Βιβλιογραφία

- Afthinos, Y., & Theodorakis, N. (1999). A first approach to measure service quality in Greek fitness centers. *Proceeding of the 7<sup>th</sup> Congress of the European Association for Sport Management*, Thessaloniki, Greece, 18-23.
- Afthinos, Y., Theodorakis, N., & Nassis, P. (2005). Customers' expectations of service in Greek fitness centers: Gender, age, type of sport center, and motivation differences. *Managing Service Quality*, 15(3), 245-258.
- Bolton, R. N., & Drew, J. H. (1991). A multistage model of customer's assessments of service quality and value. *Journal of Consumer Research*, 17(4), 75-84.
- Garven, M., & Gargon, G. (2002). Seven keys to improving customer satisfaction programs. *Business Horizons*, 45(5), 35-42.
- Gerson, R. (1999). *Members for life: Proven service and retention strategies for health – fitness and sports clubs*. Champaign, IL: Human Kinetics.
- Gronroos, C. (1990). Service management: A management focus for service competition. *International Journal of Service Industry Management*, 1(1), 6-14.
- Heskett, J. L. (1987). Lessons in service sector. *Harvard Business Review*, March-April, 118-126.
- Holder, P. (2008). *Life at a football academy*. BBC Online Network, n.d.
- Oliver, R. (1997). *Satisfaction: A behavioural perspective on the consumer*. 2<sup>nd</sup> edition, Boston: Irwin-McGraw- Hill, 8-12.
- Oliver, R. (1999). Whence consumer loyalty? *Journal of Marketing*, 63, 33-44.
- Papacharisis, V., Goudas, M., Danish, S. J., & Theodorakis, Y. (2005). The effectiveness of teaching a life skills program in a sport context. *Journal of Applied Sport Psychology*, 17(3), 247-254.

## ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ ΑΚΑΔΗΜΙΩΝ ΠΟΔΟΣΦΑΙΡΟΥ

Παλώγου, Ε.,<sup>1</sup> Παναγόπουλος, Α.,<sup>1</sup> Αυθίνος, Ι.,<sup>1</sup> Γαργαλιάνος, Δ.,<sup>2</sup> & Θαμνόπουλος, Ι.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> ΤΕΦΑΑ, ΕΚΠΑ

<sup>2</sup> ΤΕΦΑΑ, ΔΠΘ

### Περίληψη

Σκοπός της παρούσας μελέτης ήταν να αξιολογηθεί η ικανοποίηση των γονέων παιδιών 6-8 χρόνων που συμμετείχαν σε ιδιωτικές ακαδημίες ποδοσφαίρου. Στην έρευνα συμμετείχαν 299 (n=299) γονείς. Η μεθοδολογία που χρησιμοποιήθηκε ήταν αυτή του διαμορφωμένου ερωτηματολογίου. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι οι συμμετέχοντες στην έρευνα ήταν πολύ ικανοποιημένοι από τις υπηρεσίες που παρείχαν οι ακαδημίες.

**Λέξεις - κλειδιά:** Αξιολόγηση, ικανοποίηση πελατών, ακαδημίες ποδοσφαίρου.

### Εισαγωγή

Εδώ και πολλά χρόνια, η έννοια της «ικανοποίησης των πελατών» αναγνωρίζεται ως το «κλειδί της επιτυχίας» για τις επιχειρήσεις / οργανισμούς (Garver & Gagnon, 2002) και αποτελεί αντικείμενο έρευνας της επιστήμης του μάρκετινγκ, η οποία μετέθεσε το κέντρο βάρους από εσωτερικούς παράγοντες, όπως η παραγωγή, σε εξωτερικούς παράγοντες, όπως η ικανοποίηση του πελάτη από την ποιότητα υπηρεσιών. Η εξέλιξη του αθλητισμού σε σημαντικό τομέα οικονομικής ανάπτυξης, καθώς και η αλματώδης ανάπτυξη των αθλητικών υπηρεσιών, σε συνδυασμό με τις αυξανόμενες απαιτήσεις των ασκούμενων και ευρύτερα εμπλεκόμενων πελατών κατέδειξαν την ανάγκη για αποτελεσματικές στρατηγικές διοίκησης, στις οποίες η ποιότητα είναι σημαντική παράμετρος.

### Σκοπός της έρευνας

Σκοπός της παρούσας μελέτης ήταν να αξιολογηθεί η ποιότητα των αθλητικών προγραμμάτων και των υπηρεσιών που προσφέρουν ιδιωτικές ακαδημίες ποδοσφαίρου σε παιδιά ηλικίας 6-8 χρόνων και να διερευνηθεί η ικανοποίηση των γονέων τους από τις υπηρεσίες αυτές.

### Ανασκόπηση βιβλιογραφίας

Ο Wong (2004), και οι Zeithaml, Bitner και Gremler (2006), υποστήριξαν ότι η ικανοποίηση είναι ένας συνδυασμός συναισθηματικής και γνωστικής αντίληψης. Η συναισθηματική πλευρά αντικατοπτρίζει τα οφέλη που αποκομίζει το άτομο που συμμετέχει σε μια δραστηριότητα, ενώ η γνωστική πλευρά παραπέμπει στην αξιολόγηση της ποιότητας των υπηρεσιών που λαμβάνει σε σύγκριση με τις αρχικές του προσδοκίες. Οι Parasuraman, Zeithaml και Berry (1994), διαπίστωσαν ότι υπάρχει στενή σχέση αλληλεπίδρασης μεταξύ της ποιότητας των υπηρεσιών που παρέχονται και της ικανοποίησης των πελατών που τις δέχονται, η οποία διαμορφώνει τις προθέσεις τους θετικά ή αρνητικά. Οι Triado,



Aparicio και Rimbau (1999), υποστήριξαν ότι η ικανοποίηση των πελατών δεν εξαρτάται τόσο πολύ από την ποιότητα των υπηρεσιών που ένας οργανισμός πιστεύει ότι προσφέρει, αλλά το πώς εκλαμβάνει αυτή την ποιότητα ο πελάτης και από τον βαθμό που ικανοποιεί τις ανάγκες του.

Στην χώρα μας πραγματοποιήθηκαν έρευνες για την ποιότητα των υπηρεσιών σε ιδιωτικά γυμναστήρια (Afthinos & Theodorakis, 1999; Μαυροπούλου, Κουθούρης & Αλεξανδρή, 2013), σε χώρους αναψυχής (Αστραπέλλος, Τσαρδακλής, Σπυριδοπούλου & Κώστα, 2010; Κουθούρης, Κατσιμάνης & Κώστα, 2001), στον επαγγελματικό αθλητισμό (Μπάρλας, Κουστέλιος & Θεοδωράκης, 2010), σε προγράμματα «Αθλησης για Όλους» των Δήμων (Costa, Tzetzis & Theodorakis, 1998) και σε προγράμματα υπαίθριων δραστηριοτήτων αναψυχής (Kouthouris & Alexandris, 2005).

## Μεθοδολογία

*Δείγμα:* Το δείγμα της έρευνας αποτέλεσαν 299 (n = 299) γονείς παιδιών που ασκούσαν σε ιδιωτικές ακαδημίες ποδοσφαίρου. Συλλέχτηκαν 175 ερωτηματολόγια από 4 ακαδημίες του Δήμου Ηλιούπολης και 124 από 3 ακαδημίες του Δήμου Αργυρούπολης - Ελληνικού.

*Εργαλείο μέτρησης:* Για την συλλογή των δεδομένων χρησιμοποιήθηκε ένα ειδικά διαμορφωμένο ερωτηματολόγιο, το οποίο περιλάμβανε 9 ερωτήσεις για τα δημογραφικά χαρακτηριστικά και 28 για την ποιότητα των υπηρεσιών που δέχονταν οι πελάτες των ακαδημιών. Η αξιολόγηση έγινε μέσω της κλίμακας Likert από το ένα έως και το εννέα (1-9), όπου 1 = διαφωνώ απόλυτα και 9 = συμφωνώ απόλυτα. Από ένα έως τρία (1-3) το επίπεδο των υπηρεσιών είναι χαμηλό, από τέσσερα έως έξι (4-6) μέτριο και από το επτά έως το εννέα (7-9) υψηλό.

*Διαδικασία συλλογής των δεδομένων:* Για την διασφάλιση της αντιπροσωπευτικότητας του δείγματος ορίστηκαν διαφορετικές ημέρες και ώρες για την επίσκεψη στις εγκαταστάσεις της κάθε ακαδημίας. Η συμμετοχή ήταν εθελοντική και διατηρήθηκε η ανωνυμία. Οι ερωτώμενοι συμπλήρωναν το ερωτηματολόγιο στους χώρους των ακαδημιών, κατά τη διάρκεια ή στο τέλος της προπόνησης, παρουσία του ερευνητή. Η διαδικασία συμπλήρωσης διαρκούσε 5 έως το πολύ 10 λεπτά της ώρας. Πριν από την έναρξη της διαδικασίας συμπλήρωσης, διευκρινίστηκε στους ερωτώμενους ο στόχος της έρευνας και ο τρόπος συμπλήρωσης του ερωτηματολογίου.

*Εγκυρότητα και αξιοπιστία της έρευνας:* Για την διασφάλιση της εγκυρότητας της έρευνας χρησιμοποιήθηκε το ερωτηματολόγιο των Αυθίνου, Θεοδωράκη και Νάσση (2005), με μικρή διαμόρφωση για να ανταποκρίνεται στο αντικείμενο της παρούσας έρευνας. Η αξιοπιστία του εξετάστηκε μέσω του στατιστικού εργαλείου test-retest reliability, από το οποίο προέκυψε τιμή Cronbach  $\alpha=0,974$ , που ερμηνεύεται ως τιμή μεγάλης αξιοπιστίας.

*Στατιστική ανάλυση:* Η επεξεργασία των δεδομένων έγινε με το στατιστικό πρόγραμμα SPSS 22.

## Αποτελέσματα

*Δημογραφικά στοιχεία (προφίλ γονέων):* Στην έρευνα συμμετείχαν 299 άτομα, από τα οποία τα 247 ήταν άνδρες (82,6%) και τα 52 γυναίκες (17,4%). Από αυτούς, ένας (0,3%) ήταν μεταξύ 21-25 χρόνων, τρεις (1%) ήταν μεταξύ 26-30, 173 (57,9%) ήταν μεταξύ 31-40 και 122 (40,8%) ήταν μεταξύ 41-50 χρόνων.

Ένας (0,3%) δήλωσε απόφοιτος Δημοτικού, 23 (7,7%) δήλωσαν απόφοιτοι Γυμνασίου, 115 (38,5%) δήλωσαν απόφοιτοι Λυκείου, 24 (8,0%) δήλωσαν απόφοιτοι ΙΕΚ, 74 (24,8%) δήλωσαν απόφοιτοι ΑΕΙ, 55 (18,4%) δήλωσαν απόφοιτοι ΤΕΙ και επτά (2,3%) δήλωσαν κάτοχοι μεταπτυχιακού. Ένας (0,3%) δήλωσε φοιτητής, 47 (15,7%) δήλωσαν Δημόσιος Υπάλληλος, 121 (40,5%) δήλωσαν Ιδιωτικός Υπάλληλος, 86 (28,8%) δήλωσαν Ελεύθερος Επαγγελματίας, 29 (9,7%) δήλωσαν Άνεργος και 15 (5,0%) σημείωσαν την ένδειξη Άλλο. Το 95% (f=284) δήλωσαν Παντρεμένος/η και το 5% (f=15) Άλλο (Διαζευγμένος/η). Το ατομικό μηνιαίο εισόδημα 112 από αυτούς (37,46%) ήταν έως 1000 €, 128 (42,81%) δήλωσαν από 1001-1500 €, 22 (7,36%) δήλωσαν από 1501-2000 €, τρεις (1%) δήλωσαν πάνω από 2000 €, ενώ 34 (11,37%) δεν δήλωσαν ποσό μηνιαίου εισοδήματος. Σε σχέση με τα χρόνια που ασκούνται τα παιδιά τους στις συγκεκριμένες ακαδημίες, 46 (15,4%) δήλωσαν ένα χρόνο, 143 (47,8%) δύο χρόνια, 75 (25,1%) τρία χρόνια, 34 (11,4%) 4 χρόνια και ένας (0,3%) δήλωσε πέντε χρόνια. Όσον αφορά στη συχνότητα άσκησης, ένας (0,3%) δήλωσε μία φορά την εβδομάδα, 70 (23,4%) δήλωσε δύο φορές και 228 (76,3%) δήλωσε τρεις φορές. Τέλος, όλοι (100%) δήλωσαν ότι τα παιδιά τους ασκούνται μία ώρα κάθε φορά.

Ως προς το επίπεδο ποιότητας των προγραμμάτων και υπηρεσιών, οι γονείς των ασκούμενων δήλωσαν ότι συμφωνούν «αρκετά πολύ» (mean = 6,476, SD = 1,09), ως προς την ικανοποίησή τους από τις παρεχόμενες υπηρεσίες και τα προγράμματα δήλωσαν «πολύ ικανοποιημένοι» (mean = 7,012, SD = 1,15), ως προς την κοινωνική ταύτιση με τα άλλα μέλη της ακαδημίας δήλωσαν ότι θα μπορούσαν να ταυτιστούν ή ότι έχουν κοινά σημεία με τα υπόλοιπα μέλη «αρκετά πολύ» (mean = 6,483, SD = 1,13) και ως προς την δέσμευσή τους με τη συγκεκριμένη ακαδημία ώστε να την συστήσουν ως κατάλληλο χώρο άσκησης όταν κάποιος ζητήσει τη γνώμη τους, δηλώνουν «πέρα πολύ πιθανό» (mean = 7,003, SD = 1,3) (Πίνακας 1).

Ερώτ.		Mean	Std. Dev.
6	Είμαι ικανοποιημένος/η με την απόφασή μου για εγγραφή του παιδιού μου στην ακαδημία	7,401	1,01
19	Τα μέλη της ακαδημίας είναι φιλικά απέναντί μου	7,201	0,90
15	Τα μέλη (παιδιά) της ακαδημίας είναι κατάλληλα ντυμένα	7,201	0,89
25	Θα κάνω θετικά σχόλια σε φίλους για τα προγράμματα και τις υπηρεσίες που παρέχει η ακαδημία	7,067	1,30
28	Θα ανανεώσω την εγγραφή μου στην ακαδημία	7,060	1,35
27	Θα συνεχίσω να συμμετέχω στα προγράμματα της ακαδημίας	7,054	1,32
26	Θα συστήσω την ακαδημία όταν κάποιος ζητήσει τη γνώμη μου	7,003	1,30
22	Είμαι αποφασισμένος/η να συνεχίσει το παιδί μου να γυμνάζεται στην συγκεκριμένη ακαδημία	6,967	1,13
21	Η συμπεριφορά των μελών στο γήπεδο είναι ευχάριστη	6,953	0,95
16	Τα μέλη της ακαδημίας είναι σωστά ντυμένα	6,923	0,93
8	Η επιλογή μου για εγγραφή του παιδιού μου την ακαδημία ήταν σωστή	6,910	1,32
7	Είμαι χαρούμενος/η με τα προγράμματα και τις υπηρεσίες της ακαδημίας	6,890	1,29
20	Η συμπεριφορά των άλλων μελών είναι σωστή	6,809	0,98
18	Η συμπεριφορά των άλλων μελών είναι κατάλληλη για το χώρο	6,763	0,95
5	Είμαι ικανοποιημένος/η από τα προγράμματα και τις υπηρεσίες	6,756	1,18
14	Μου αρέσει η εμφάνιση των άλλων μελών	6,739	0,95
24	Είναι δύσκολο να σταματήσω να φέρνω το παιδί μου στην ακαδημία	6,732	1,16
23	Αισθάνομαι δεμένος/η με την συγκεκριμένη ακαδημία	6,722	1,15
1	Τα προγράμματα και οι υπηρεσίες της ακαδημίας είναι εξαιρετικά	6,722	1,01
17	Η εμφάνιση των άλλων μελών είναι του τύπου μου	6,682	1,01

12	Έχω κοινά σημεία με τα άλλα μέλη της ακαδημίας	6,612	1,11
13	Ταιριάζω με τα άλλα μέλη της ακαδημίας	6,535	1,16
2	Τα προγράμματα και οι υπηρεσίες της ακαδημίας είναι αντάξια των προσδοκιών μου	6,465	1,31
9	Θα μπορούσα να ταυτιστώ με τα άλλα μέλη της ακαδημίας	6,448	1,16
11	Πιστεύω ότι και τα άλλα μέλη της ακαδημίας είναι σαν εμένα	6,421	1,18
3	Το επίπεδο εξυπηρέτησης και η ποιότητα των προγραμμάτων είναι πολύ υψηλά	6,411	1,17
10	Έχω αρκετά κοινά σημεία με τα άλλα μέλη της ακαδημίας	6,938	1,17
4	Τα προγράμματα και οι υπηρεσίες της ακαδημίας είναι υψηλών προδιαγραφών	6,194	1,10

**Πίνακας 1:** Μέσες τιμές αξιολόγησης των ακαδημιών από τους πελάτες - γονείς των ασκούμενων (σε φθίνουσα κατάταξη).

### Συμπέρασμα

Από τα παραπάνω συνάγεται ότι οι γονείς των παιδιών που συμμετέχουν στα προγράμματα εκπαίδευσης ποδοσφαίρου των ακαδημιών που διερευνήθηκαν ήταν πολύ ικανοποιημένοι από τις υπηρεσίες που προσφέρονται τόσο στα παιδιά τους, όσο και σε αυτούς.

### Βιβλιογραφία

- Afthinos, Y., & Theodorakis, N. (1999). A first approach to measure service quality in Greek fitness centers. *Proceeding of the 7<sup>th</sup> Congress European Association for Sport Management*, Thessaloniki, Hellas, 18-23.
- Afthinos, Y., Theodorakis, N., & Nassis, P. (2005). Customers' expectations of service in Greek fitness centers: Gender, age, type of sport center, and motivation differences. *Managing Service Quality*, 15(3), 245-258.
- Αστραπέλλος, Κ., Τσαρδακλής, Α., Σπυριδοπούλου, Ε., & Κώστα, Γ. (2010). Διερεύνηση και καταγραφή αθλητικών προγραμμάτων του Δήμου Ξάνθης. *Περιοδικό Αθλητικού Τουρισμού & Αναψυχής*, 2, 35-50.
- Costa, G., Tzetzis, G., & Theodorakis, N. (1998). Quality services in municipal recreation centre. *Proceedings of the 6<sup>th</sup> congress of the European Association for Sport Management*, Madeira, Portugal, 6, 8-16.
- Garven, M., & Gargon, G. (2002). Seven keys to improving customer satisfaction programs. *Business Horizons*, 35-42.
- Kouthouris, C., & Alexandris, K. (2005). Can service quality predict customer satisfaction and behavioural intentions in the sport tourism industry? An Application of the SERVQUAL model in an outdoors setting. *Journal of Sport Tourism*, 10(2), 101-111.
- Κουθούρης, Χ., Κατσιμάνης, Γ., & Κώστα, Γ. (2001). Εκτίμηση της ποιότητας των προσφερόμενων υπηρεσιών σε προγράμματα αναψυχής ενεργητικών διακοπών. *Άθληση & Κοινωνία*, 27, 24-62.
- Μαυροπούλου, Μ., Κουθούρης, Χ., & Αλεξανδρής, Κ. (2013). Διερεύνηση των κινήτρων της ποιότητας υπηρεσιών, της Δέσμευσης & της Πρόθεσης για ανάληψη συμμετοχής σε Πελάτες Ιδιωτικών Γυμναστηρίων. *Διοίκηση Αθλητισμού & Αναψυχής*, 10(1), 44-51.

- Μπάρλας, Α., Κουστέλιος, Α., & Θεοδωράκης, Ν. (2010). Διερεύνηση της αντίληψης της ποιότητας των υπηρεσιών μεταξύ φιλάθλων επαγγελματικού σωματείου καλαθοσφαίρισης με υψηλό και χαμηλό βαθμό ταύτισης με την ομάδα τους. *Διοίκηση Αθλητισμού & Αναψυχής*, 7(2), 3-18.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1994). Reassessment of expectations as a comparison standard in measuring service quality: Implications for further research. *Journal of Marketing*, 58(1), 111-124.
- Triado, X. M., Aparicio, P., & Rimbau, E. (1999). Identification of factors of customers' satisfaction in municipal sport centres in Barcelona: Some suggestions for satisfaction improvement. *Cyber Journal of Sport Marketing*, (on-line serial), 13.
- Wong, A. (2004). The role of emotional satisfaction in service encounters. *Managing Service Quality*, 14(5), 365-378.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2006). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm*. New York: McGraw-Hill.

## ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ: ΠΡΟΤΙΜΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΣΥΝΔΥΑΣΜΟΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ ΤΩΝ ΤΜΗΜΑΤΩΝ ΥΠΟΔΟΜΗΣ ΟΜΑΔΩΝ ΠΟΔΟΣΦΑΙΡΟΥ

Νικόπουλος, Γ., Παπαϊωάννου, Α., Πουλάκη, Ι., & Παναγόπουλος, Α.

Τμήμα Διοίκησης Τουρισμού, Πανεπιστήμιο Πατρών

### Περίληψη

Η ταξιδιωτική συμπεριφορά των αθλητικών τουριστών μελετάται συχνά στη διεθνή βιβλιογραφία. Λαμβάνοντας υπόψη τον ορισμό και το προφίλ του ενεργού αθλητικού τουρίστα, όπως αναπτύσσεται από τον Ross (2001), στόχος της παρούσας έρευνας ήταν η διερεύνηση της ταξιδιωτικής συμπεριφοράς των νεαρών σε ηλικία ενεργών αθλητικών τουριστών (active sports tourists) ως προς τον τόπο προορισμού και τις επιπλέον δραστηριότητες που πραγματοποιούν σε αυτόν, ώστε να συνταχθούν προτάσεις για χάραξη τουριστικής πολιτικής με βάση τη θεωρία των προωθητικών δραστηριοτήτων (propulsive activities) στο πλαίσιο της περιφερειακής οικονομικής ανάπτυξης (Drakakis & Papadaskalopoulos, 2015). Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι οι συμμετέχοντες ανταποκρίνονται στο προφίλ του ενεργού αθλητικού τουρίστα και παρά το νεαρό της ηλικίας τους πραγματοποιούν ή επιθυμούν να πραγματοποιήσουν και άλλες δραστηριότητες σχετιζόμενες με τους πολιτιστικούς ή τους φυσικούς πόρους των προορισμών που επισκέπτονται.

**Λέξεις - κλειδιά:** Αθλητικός τουρισμός, ενεργός αθλητικός τουρίστας, προωθητικές δραστηριότητες, τουριστικοί προορισμοί, περιφερειακή ανάπτυξη.

### Εισαγωγή

Ο αθλητικός τουρισμός αποτελεί ειδική μορφή τουρισμού, εφόσον κινητοποιείται από το ειδικό ενδιαφέρον των τουριστών στον αθλητισμό. Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (2016), ο αθλητικός τουρισμός αποτελεί τον «κοιμώμενο γίγαντα» με έσοδα \$800 δις, που αντιστοιχούν στο 10% των διεθνών εισπράξεων από τουριστικές και ταξιδιωτικές υπηρεσίες. Σύμφωνα με τους Λερούτσο (2019), και Παϊτσίνη και Υφαντίδου (2015), τα οφέλη από τον αθλητικό τουρισμό για την τουριστική ανάπτυξη ενός προορισμού αφορούν στην ενίσχυση του τουριστικού ρεύματος προς την περιοχή, στην ανάδειξη της εικόνας και του brand name της περιοχής, στην άμβλυνση του φαινομένου της εποχικότητας, στην αύξηση της πληρότητας των καταλυμάτων του προορισμού κατά την περίοδο διεξαγωγής της αθλητικής διοργάνωσης, στην αξιοποίηση κάθε τουριστικής, αθλητικής, πολιτιστικής και γενικά τουριστικής υποδομής, καθώς και στην ενίσχυση της κουλτούρας και του αθλητικού πνεύματος της τοπικής κοινωνίας. Λαμβάνοντας υπόψη ότι το αθλητικό τουριστικό προϊόν αναμένεται στα επόμενα χρόνια να αναπτύσσεται κατά 41,5% τον χρόνο (Πλαγάκη-Χαντζή, 2019), τα οφέλη αυτά γίνονται ολοένα και περισσότερο ορατά. Στο πλαίσιο αυτό, ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει η διερεύνηση του αθλητικού τουρισμού ως προωθητική δραστηριότητα για έναν προορισμό, στον οποίο πραγματοποιούνται αθλητικές διοργανώσεις. Αξίζει να σημειωθεί ότι, οι ενεργοί αθλητικοί τουρίστες πραγματοποιούν συχνά επιπλέον δραστηριότητες (Λερούτσος, 2019), οι οποίες ενισχύουν την εμπειρία τους από τα ταξίδια.



## Ανασκόπηση της βιβλιογραφίας

Ο αθλητικός τουρισμός αναφέρεται στο ταξίδι που γίνεται με σκοπό τη συμμετοχή ή την παρακολούθηση αθλητικών δραστηριοτήτων. Είναι κοινά αποδεκτό ότι υπάρχουν τρεις τύποι αθλητικού τουρισμού: α) ο τουρισμός αθλητικών γεγονότων, β) ο ενεργός αθλητικός τουρισμός και γ) ο νοσταλγικός αθλητικός τουρισμός (Ross, 2001).

*Ο ενεργός αθλητικός τουρισμός:* Τα άτομα που ταξιδεύουν με σκοπό να συμμετάσχουν σε αθλητικά γεγονότα αποτελούν την κατηγορία του ενεργού αθλητικού τουρίστα. Οι ενεργοί αθλητικοί τουρίστες διακρίνονται σε «συμμετέχοντες στη δραστηριότητα» (ερασιτέχνες που ταξιδεύουν για να λάβουν μέρος σε διαγωνισμούς/αγώνες του αθλήματος που έχουν επιλέξει) και σε «χομπίστες» (κάνουν ταξίδια σχετικά με τον αθλητισμό για την αναψυχή τους) (Ross, 2001).

*Το προφίλ του ενεργού αθλητικού τουρίστα:* Οι ενεργοί αθλητικοί τουρίστες συνήθως είναι άντρες, εύπορα και μορφωμένα άτομα, τα οποία μπορούν να ταξιδέψουν μεγάλες αποστάσεις για να συμμετέχουν στο αγαπημένο τους άθλημα. Είναι πιθανόν να παραμείνουν ενεργοί αθλητικοί τουρίστες μέχρι την συνταξιοδότησή του (Ross, 2001). Αξίζει να σημειωθεί ότι το προφίλ του ενεργού αθλητικού τουρίστα μπορεί να εμφανίσει αλλαγές με βάση το άθλημα ή το αθλητικό γεγονός, ωστόσο, έρευνες καταδεικνύουν ότι πολλά από αυτά τα χαρακτηριστικά συναντώνται γενικότερα. Σύμφωνα με τους Λερούτσο (2019), και Γκουτζιούπα και Γαργαλιάνο (2008), οι οποίοι ερεύνησαν τους συμμετέχοντες στη διοργάνωση του Κλασσικού Μαραθωνίου της Αθήνας, οι ενεργοί αθλητικοί τουρίστες πραγματοποιούν διεθνή ταξίδια τουλάχιστον δύο φορές το χρόνο, ώστε να συμμετάσχουν σε τέτοιες διοργανώσεις, έχουν υψηλό εισόδημα και συνεπώς υψηλή κατά κεφαλήν τουριστική δαπάνη, ενώ πραγματοποιούν και άλλες δραστηριότητες κατά τη διάρκεια παραμονής τους στον προορισμό. Τέτοιες δραστηριότητες είναι οι επισκέψεις σε ιστορικούς και αρχαιολογικούς χώρους, οι πολιτιστικές εκδηλώσεις, οι αγορές, η νυχτερινή διασκέδαση, αλλά και οι επισκέψεις σε συγγενείς και φίλους. Αυτός ο συνδυασμός των δραστηριοτήτων δημιουργεί ερευνητικά ερωτήματα που σχετίζονται με τα οφέλη από την αθλητική τουριστική δραστηριότητα για έναν προορισμό που την προωθεί και κατά πόσο μπορεί να ενισχυθεί από τα επιπλέον θέλγητρα (δραστηριότητες) που προσφέρονται στον προορισμό με σκοπό την περαιτέρω ανάπτυξή του.

*Προωθητικές δραστηριότητες και περιφερειακή ανάπτυξη:* Σύμφωνα με τους Drakakis & Papadaskalopoulos (2015), η ιδέα της προωθητικής δραστηριότητας προέρχεται από την επιστήμη της περιφερειακής ανάπτυξης και πρώτος την εισηγήθηκε ο Perroux (1961), ο οποίος περιγράφει μία προωθητική δραστηριότητα ή ένα σύνολο προωθητικών δραστηριοτήτων ως πόλους ανάπτυξης που διεγείρουν την ανάπτυξη στην περιβάλλουσα περιοχή τους. Πιο συγκεκριμένα, οι δραστηριότητες αυτές, κυρίως μέσω των μεταξύ τους συνδέσεων, μπορούν να προκαλέσουν επιπτώσεις στην τοπική/περιφερειακή οικονομία, όσον αφορά στην παραγωγή, τα έσοδα, το εισόδημα και την απασχόληση, ενώ συγκεντρώνουν επιχειρήσεις, αλλά και επενδύσεις στην περιοχή, δημιουργώντας οικονομίες κλίμακας και εξωτερικές οικονομίες για επιπλέον σχετικές δραστηριότητες. Οι προωθητικές δραστηριότητες μπορεί να είναι χρηματοοικονομικές υπηρεσίες, υπηρεσίες έρευνας και ανάπτυξης, τεχνών και πολιτισμού, τουρισμού και ψυχαγωγίας. Επομένως, ο στοχευμένος συνδυασμός προωθητικών δραστηριοτήτων μπορεί να ενισχύσει το προσφερόμενο τουριστικό προϊόν μίας περιοχής στην οποία διοργανώνονται αθλητικά γεγονότα.

## Σκοπός της έρευνας

Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν η διερεύνηση των προτιμήσεων των ενεργών αθλητικών τουριστών νεαρότερης ηλικίας, οι οποίοι ταξιδεύουν τακτικά προκειμένου να συμμετέχουν σε διοργανώσεις σχετικές με το άθλημά τους. Αυτές οι προτιμήσεις σχετίζονται κατά βάση με δραστηριότητες που πραγματοποιούν ή επιθυμούν να πραγματοποιούν κατά την διάρκεια της παραμονής τους στους προορισμούς των αθλητικών διοργανώσεων.

## Μεθοδολογία

*Δείγμα:* Στην έρευνα συμμετείχαν δείγμα σκοπιμότητας 100 ενεργών αθλητικών τουριστών, δηλαδή ποδοσφαιριστών τμημάτων υποδομής μέχρι την κατηγορία Κ20 (έως 20 χρόνων), οι οποίοι ικανοποιούν τον ερευνητικό στόχο, κατά βάση από περιοχές της κεντρικής Μακεδονίας και της Πελοποννήσου.

*Εργαλείο μέτρησης:* Χρησιμοποιήθηκε ερωτηματολόγιο που βασίστηκε σε σχετική με ενεργούς αθλητικούς τουρίστες υπάρχουσα μελέτη (Λερούτσος, 2019), το οποίο επεξεργάστηκε και τροποποίησε ερευνητική ομάδα αποτελούμενη από τρεις ακαδημαϊκούς σε θέματα αθλητικής και τουριστικής διοίκησης.

*Μέθοδος συλλογής των δεδομένων:* Τα ερωτηματολόγια στάλθηκαν και συλλέχθηκαν μέσω social media.

*Στατιστική ανάλυση:* Ελέγχθηκε ο δείκτης αξιοπιστίας του ερωτηματολογίου ( $\alpha=0.76$ ) και εφαρμόστηκε περιγραφική στατιστική.

## Αποτελέσματα

Τα αποτελέσματα της έρευνας έδειξαν ότι οι συμμετέχοντες ενεργοί αθλητικοί τουρίστες είναι άντρες που ανήκουν κατά πλειοψηφία στην ηλικιακή ομάδα των 17-20 χρόνων, είναι μαθητές και φοιτητές που αγωνίζονται στις κατηγορίες Κ19 & Κ20, συμμετέχοντας σε μικτές ομάδες περιφερειών και σε τμήματα υποδομής ομάδων/σωματείων εθνικών κατηγοριών πρωταθλήματος, ενώ ταξιδεύουν πάνω από 6 φορές το χρόνο για τις ανάγκες του αθλήματός τους, πραγματοποιώντας έως 5 διανυκτερεύσεις σε ξενοδοχεία, στα οποία γευματίζουν κατά βάση, πέραν των εστιατορίων του προορισμού. Οι συμμετέχοντες δηλώνουν ότι δεν πραγματοποιούν επιπλέον δραστηριότητες στον προορισμό που επισκέπτονται (κατά 64% σε αποστολές αγώνων και κατά 52% σε περίοδο προετοιμασίας), κυρίως για λόγους συγκέντρωσης στον αθλητικό σκοπό του ταξιδιού. Στην αντίθετη περίπτωση, οι συμμετέχοντες επιδίδονται σε δραστηριότητες ως ακολούθως:

Κατά την διάρκεια αποστολών αγώνων η διασκέδαση (47%) και οι επισκέψεις σε πολιτιστικούς χώρους (32%) είναι οι βασικές δραστηριότητες, ενώ δεν λείπουν και οι αγορές (13%). Σε περιόδους προετοιμασίας η εικόνα αλλάζει, καθώς της διασκέδασης (49%) έπονται οι εναλλακτικές δραστηριότητες στην ύπαιθρο (24%), με σταθερές τις αγορές (11%). Οι προτιμήσεις των ενεργών αθλητικών τουριστών της παρούσας έρευνας σχετικά με τις δραστηριότητες που θα ήθελαν να πραγματοποιήσουν κατά την παραμονή τους στον προορισμό, εάν είχαν τη δυνατότητα, διαφοροποιούνται ξανά σε σχέση με τα ποσοστά που εμφανίζονται παραπάνω. Σαφώς η διασκέδαση

παραμένει υψηλή σε προτίμηση (29% - ένας λόγος είναι η ηλικία των συμμετεχόντων), αλλά υψηλά ποσοστά εμφανίζουν όλες οι κατηγορίες δραστηριοτήτων (25% - επισκέψεις σε πολιτιστικούς χώρους, 17% εναλλακτικές δραστηριότητες στην ύπαιθρο, 17% - ψυχαγωγία & καλλιτεχνικά δρώμενα) με τις αγορές να παραμένουν για άλλη μία φορά σταθερές (12%). Τέλος, η πλειοψηφία (68%) των συμμετεχόντων συμφωνεί με την άποψη ότι ο συνδυασμός τουριστικών δραστηριοτήτων με τους αθλητικούς σκοπούς ενισχύει την επιθυμία για ταξίδι με την ομάδα τους.

## Συζήτηση

Η έρευνα κατέδειξε ότι οι νέοι αθλητές των τμημάτων υποδομής ομάδων ποδοσφαίρου, όταν ταξιδεύουν είτε σε αποστολές για αγώνες, είτε σε περίοδο προετοιμασίας, πραγματοποιούν διάφορες δραστηριότητες στους προορισμούς, συνδυάζοντας τον ενεργό αθλητικό τουρισμό κυρίως με επισκέψεις σε πολιτιστικούς χώρους και με εναλλακτικές δραστηριότητες στην ύπαιθρο, με διασκέδαση και με αγορές. Σε κάθε περίπτωση, ο συνδυασμός του αθλητικού κινήτρου με επιπλέον δραστηριότητες (θέλγητρα), προτιμάται από τους ενεργούς αθλητικούς τουρίστες, εμπλουτίζοντας την ταξιδιωτική τους εμπειρία, γεγονός που επιβεβαιώνεται και από προγενέστερες έρευνες που συναντώνται στη βιβλιογραφία (Λερούτσος, 2019; Γκουτζιούπας & Γαργαλιάνος, 2008), όπου οι επισκέψεις σε πολιτιστικούς και ιστορικούς χώρους, καθώς και οι αγορές είναι οι δραστηριότητες που κατατάσσονται πρώτες στις προτιμήσεις των ενεργών αθλητικών τουριστών (πιο διευρυμένου ηλικιακού φάσματος, που πιθανόν γι' αυτό δεν δίνεται βαρύτητα στη διασκέδαση και στις υπαίθριες δραστηριότητες) κατά την παραμονή τους στους προορισμούς διοργάνωσης των αθλητικών γεγονότων. Παρόλα αυτά, εντυπωσιάζουν τα ποσοστά επιλογής δραστηριοτήτων των ενεργών αθλητών της παρούσας έρευνας που, παρά το νεαρό της ηλικίας τους, φαίνεται να προτιμούν πολιτιστικές και ψυχαγωγικές δραστηριότητες, γεγονός που αντίκειται των σημερινών τάσεων που επικρατούν στους εφήβους και αφορούν στα βιντεοπαιχνίδια και την εικονική πραγματικότητα.

## Συμπεράσματα - Προτάσεις

Με βάση τα παραπάνω, είναι σαφές ότι οι δραστηριότητες που αφορούν στην τέχνη και τον πολιτισμό, αλλά και οι δραστηριότητες που μπορούν να πραγματοποιηθούν στην ύπαιθρο, πέραν των εμπορικών συναλλαγών, μπορούν να ενισχύσουν το προϊόν του ενεργού αθλητικού τουρισμού. Κατά συνέπεια, οι φορείς χάραξης τουριστικής πολιτικής αλλά και οι διοργανωτές πακέτων αθλητικού τουρισμού, μπορούν να συνδυάσουν τέτοιες προωθητικές δραστηριότητες, αξιοποιώντας τους φυσικούς και πολιτιστικούς πόρους των προορισμών, ώστε να ενισχύσουν την τοπική/περιφερειακή ανάπτυξη στις περιοχές στις οποίες λαμβάνουν χώρα αθλητικά γεγονότα

## Βιβλιογραφία

- Γκουτζιούπας, Γ. & Γαργαλιάνος, Δ. (2008). Ο διεθνής μαραθώνιος της Αθήνας. *Οικονομία & Αθλητισμός*, 8(1), 21. Ανακτήθηκε στις 09.12.2019, από: <https://www.atiner.gr/oa/OA2008-1.pdf>
- Drakakis, P., & Papadaskalopoulos, A. (2015) Economic contribution of active sport tourism: The case of four sport activities in Messinia, Greece. *Journal of Sport & Tourism*, 19(3-4), 199-231.
- Λερούτσος, Μ. (2019). *Ο αντίκτυπος διοργάνωσης αγώνων αντοχής στην εικόνα ενός προορισμού και στην τουριστική του ανάπτυξη: Η περίπτωση της Αθήνας*. Μεταπτυχιακή Διατριβή στο πλαίσιο του ΠΜΣ ΔΤΕ του ΕΑΠ.

- Παιτσίνης, Κ., & Υφαντίδου, Γ. (2015). Αθλητικός τουρισμός [Ebook] (1<sup>st</sup> ed., pp.26-43). Αθήνα: Κάλλιπος. Ανακτήθηκε στις 09.12.2019, από:  
[https://repository.kallipos.gr/bitstream/11419/4258/2/02\\_chapter\\_2.pdf](https://repository.kallipos.gr/bitstream/11419/4258/2/02_chapter_2.pdf).
- Πλαγάκη-Χαντζή, Μ. (2019). Ο αθλητισμός ως μοχλός ανάπτυξης του τουρισμού. Ανακτήθηκε στις 09.12.2019, από: <https://irunmag.gr/2019/03/30/o-athlitismos-moxlos-anaptyxis-tou-tourismou/>
- Ross, S. (2001). *Developing sports tourism: An e-guide for destination marketers and sports events planners*. National Laboratory for Tourism and eCommerce, University of Illinois.

## ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΔΙΑΦΟΡΩΝ ΤΗΣ ΑΘΛΗΤΙΚΗΣ ΕΜΠΛΟΚΗΣ ΩΣ ΠΡΟΣ ΤΗΝ ΕΥΗΜΕΡΙΑ ΑΠΟ ΤΗ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΕ ΥΠΑΙΘΡΙΕΣ ΔΡΟΜΙΚΕΣ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ

Καραγιώργος, Θ.,<sup>1</sup> Κωνσταντινίδης, Κ.,<sup>2</sup> Ντοβόλη, Α.,<sup>1</sup> Αλεξανδρής, Κ.,<sup>1</sup> & Τσιρβούλης, Α.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> ΤΕΦΑΑ, ΑΠΘ

<sup>2</sup> ΤΕΦΑΑ, ΕΚΠΑ

### Περίληψη

Ένα από τα πιο δυναμικά και αναπτυσσόμενα τμήματα του αθλητικού τουρισμού είναι οι αθλητικές διοργανώσεις που πραγματοποιούνται σε αστικό και φυσικό περιβάλλον (Parent & Chappelet, 2017). Σύμφωνα με τους Scheerder και συνεργάτες (2015), το νέο μοντέλο του αθλητισμού (church model) χαρακτηρίζεται από μεγάλη μαζικότητα και σειρά πολλών διοργανώσεων σε πολύ πυκνά χρονικά διαστήματα. Σήμερα, πολλοί οργανισμοί διοίκησης και μάρκετινγκ τοπικών περιοχών προσπαθούν να υλοποιήσουν μία αθλητική διοργάνωση, ώστε να τοποθετηθούν στην τουριστική αγορά και να πετύχουν ένα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα (Getz, 2014). Έχει γίνει πλέον σαφές ότι οι αθλητικές διοργανώσεις μικρής κλίμακας συμβάλλουν στην οικονομική και τουριστική ανάπτυξη των τοπικών κοινωνιών (Αλεξανδρής, 2018). Στην Ελλάδα κάθε χρόνο περισσότεροι από 30.000 άτομα συμμετέχουν σε πάνω από 200 ορεινές αθλητικές διοργανώσεις. Σκοπός της παρούσας μελέτης είναι διερευνήσει τις διαφορές μεταξύ των ομάδων διαφορετικής εμπλοκής με το ορεινό τρέξιμο ως προς τη βίωση της ευημερίας μέσω της συμμετοχής τους σε υπαίθριες διοργανώσεις μικρής κλίμακας. Το δείγμα αποτέλεσαν 281 Έλληνες ορεινοί δρομείς. Οι πλειοψηφία ήταν άνδρες (82%), απόφοιτοι ΑΕΙ (56%) και εργάζονταν στον ιδιωτικό τομέα (66,2%). Τα εργαλεία μέτρησης των κλιμάκων ήταν: α) Εμπλοκή (Beaton, Funk, Ridinger & Jordan, 2011) και β) Ευημερία (Kern, Waters, Adler & White, 2015). Οι αναλύσεις έγιναν με τα στατιστικά προγράμματα AMOS και SPSS. Τα αποτελέσματα της έρευνας φανέρωσαν στατιστικά σημαντικές διαφορές για όλες τις μεταβλητές. Επίσης, οι δείκτες της επιβεβαιωτικής ανάλυσης έδειξαν ότι οι δύο κλίμακες έχουν υψηλή εσωτερική αξιοπιστία (Cronbach alpha) και καλή συγκλίνουσα (CR,AVE) και αποκλίνουσα εγκυρότητα (MSV). Η πολυμεταβλητή ανάλυση της διακύμανσης (MANOVA) παρουσίασε στατιστικά σημαντικές διαφορές ανάμεσα στις ομάδες. Φαίνεται ότι τα διάφορα επίπεδα εμπλοκής συμβάλουν σε διαφορετικό βαθμό στην βίωση της ευημερίας μέσω της συμμετοχής. Συνολικά, οι οργανωτές αθλητικών διοργανώσεων θα πρέπει να λαμβάνουν υπόψη τα επίπεδα εμπλοκής των συμμετεχόντων ώστε να διαμορφώνουν στρατηγικές προώθησης και επικοινωνίας σύμφωνα με την εμπειρία και τους στόχους που θέλει κανείς να βιώσει.

**Λέξεις - κλειδιά:** Εμπλοκή, ευημερία, διοργανώσεις μικρής κλίμακας, ορεινό τρέξιμο.



## ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΟΥ ΓΡΑΦΕΙΟΥ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ ΤΟΥ ΔΗΜΟΥ ΚΑΛΑΜΑΡΙΑΣ

Ματσαρίδης, Α.,<sup>1</sup> Γαργαλιάνος, Δ.,<sup>2</sup> Αμούτζας, Κ.,<sup>2</sup> Υφαντίδου, Γ.,<sup>2</sup> & Φιλίππου, Φ.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Δήμος Καλαμαριάς

<sup>2</sup> ΤΕΦΑΑ, ΔΠΘ

### Περίληψη

Οι Οργανισμοί Τοπικής Αυτοδιοίκησης (ΟΤΑ) αποτελούν την πρωτοβάθμια διοίκηση της χώρας και ο αθλητισμός είναι ένα από τα σημαντικά ενδιαφέροντά τους. Τα Γραφεία Αθλητισμού των ΟΤΑ είναι υπεύθυνα για όλα τα θέματα που σχετίζονται με τον αθλητισμό. Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν να διερευνήσει τα προγράμματα που έχει σχεδιάσει, οργανώσει και υλοποιεί το Γραφείο Αθλητισμού του Δήμου Καλαμαριάς Θεσσαλονίκης για την ανάπτυξη του αθλητισμού στο Δήμο. Η μεθοδολογία που ακολουθήθηκε ήταν η ανασκόπηση της βιβλιογραφίας και σχετικών ιστοσελίδων, η προσωπική εμπειρία και η συνέντευξη με στελέχη του Γραφείου Αθλητισμού του Δήμου. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι η το Γραφείο Αθλητισμού οργανώνει αρκετά προγράμματα για την ανάπτυξη του αθλητισμού στο Δήμο.

**Λέξεις – κλειδιά:** Δήμος Καλαμαριάς, Γραφείο Αθλητισμού, προγράμματα αθλητισμού.

### Εισαγωγή

Η διοικητική διαίρεση της χώρας υπαγορεύεται από το νόμο 3852/2010 (κωδική ονομασία «Καλλικράτης»), ο οποίος επιτάσσει ότι κάθε τόπος της χώρας υπάγεται ταυτόχρονα στη δικαιοδοσία δύο Οργανισμών Τοπικής Αυτοδιοίκησης (ΟΤΑ), ενός Πρωτοβάθμιου (Δήμος) και ενός Δευτεροβάθμιου (Περιφέρεια). Οι ΟΤΑ είναι νομικά πρόσωπα δημοσίου δικαίου (ΝΠΔΔ), τα οποία έχουν συσταθεί με συγκεκριμένα γεωγραφικά όρια, έδρα και πληθυσμό και έχουν σκοπό την διαχείριση των τοπικών ζητημάτων. Τα όργανά τους εκλέγονται με καθολική ψηφοφορία από τους εγγεγραμμένους πολίτες στα μητρώα τους, ενώ από το Σύνταγμα προβλέπεται η οικονομική και η διοικητική τους αυτοτέλεια, με το κράτος να διατηρεί το δικαίωμα του ελέγχου της νομιμότητας των αποφάσεων και των πράξεών τους. Κάθε Δήμος δημιουργεί το οργανόγραμμα διοίκησής του ανάλογα με τις ανάγκες του. Σκοπός των ΟΤΑ είναι η ικανοποίηση των αναγκών και των ενδιαφερόντων των δημοτών και αυτό κάνει το ρόλο τους ακόμη πιο σημαντικό για τις τοπικές κοινωνίες (Torkildsen, 1999).

Ο αθλητισμός συνήθως εμπίπτει σε αρμοδιότητες κάποιου από τους αντιδημάρχους, μπορεί, όμως, να υπάγεται άμεσα στο Γραφείο του Δήμαρχου. Στο Δήμο Καλαμαριάς Θεσσαλονίκης το Γραφείο Αθλητισμού υπάγεται στην Αντιδημαρχία Παιδείας, Πολιτισμού, Αθλητισμού, Νεολαίας & Δια Βίου Μάθησης ([www.kalamaria.gr](http://www.kalamaria.gr)) και αποτελεί σημαντικό φορέα καλλιέργειας της αθλητικής παιδείας λόγω της εγγύτητάς του με τους δημότες (Mamade, Pires, & Colaco, 1998).

## Σκοπός της έρευνας

Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν να διερευνήσει τα προγράμματα που έχει σχεδιάσει, οργανώσει και υλοποιεί το Γραφείο Αθλητισμού του Δήμου Καλαμαριάς Θεσσαλονίκης για την ανάπτυξη του αθλητισμού στον Δήμο.

## Περιγραφή περιπτώσιολογικής μελέτης – Αποτελέσματα

Ο Δήμος Καλαμαριάς είναι ένας αστικός Δήμος με υψηλό ποσοστό δόμησης, το οποίο καθιστά δύσκολη την μεμονωμένη και ελεύθερη άσκηση των δημοτών. Παρόλα αυτά, λόγω της μορφολογίας του, υπάρχουν ακόμη περιοχές μέσα στο πολεοδομικό συγκρότημα όπου οι δημότες μπορούν να αθληθούν είτε μεμονωμένα, είτε σε ομάδες (π.χ., παραλιακό μέτωπο).

Το Γραφείο Αθλητισμού αναπτύσσει την δράση του σε 3 μεγάλους άξονες: α) τον σωματειακό αθλητισμό (εντάσσονται τα 27 σωματεία Ολυμπιακών και μη αθλημάτων που δραστηριοποιούνται στα διοικητικά όρια του Δήμου, τα οποία υποστηρίζει στις δράσεις τους, ενισχύει την εξωστρέφειά τους και παραχωρεί σε αυτά δημοτικούς αθλητικούς χώρους για την εξυπηρέτηση των αναγκών τους), β) τον μαζικό αθλητισμό (εντάσσονται τα προγράμματα που οργανώνει και υλοποιεί για όλες τις ηλικίες) και γ) τον σχολικό αθλητισμό (εντάσσονται τα σχολεία που συμμετέχουν στο σχολικό πρωταθλητισμό, τα οποία προμηθεύει υλικά και εξοπλισμό [στολές, μπάλες κλπ.]). Κάθε Οκτώβριο γίνεται ο απολογισμός των δράσεων της τρέχουσας χρονιάς και ο προγραμματισμός για την επόμενη. Το 2019 υλοποιήθηκαν οι ακόλουθες δράσεις:

«Παλίρροια»: Είναι ένας κολυμβητικός αγώνας θάλασσας απόστασης 300 μ. ή 1 χιλιομέτρου, ο οποίος πραγματοποιείται τον Ιανουάριο και έχει στόχος να φέρει τους πολίτες κοντά στη θάλασσα, να τους προσφέρει τη δυνατότητα να μυηθούν στην χειμερινή κολύμβηση και να γνωρίσουν τα ευεργετικά οφέλη της άσκησης.

«Διάπλους Καλαμαριάς»: Είναι ένας αγώνας κολύμβησης ανοικτής θάλασσας 2.500 μέτρων, με εκκίνηση στην παραλία της Περαίας, στο Δήμο Θερμαϊκού και τερματισμό στην πλαζ Αρετσούς, στο Δήμο Καλαμαριάς

«Οικοποδηλατούμε στην Καλαμαριά & Παράλληλες Δραστηριότητες»: Είναι ένας ποδηλατικός γύρος της πόλης σε μία διαδρομή 8 χιλιομέτρων, ο οποίος προωθεί τον αθλητισμό, τον υγιή τρόπο ζωής, αλλά και την οικολογία. Οι παράλληλες δράσεις είναι διαδραστικά παιχνίδια, κατασκευές με ανακυκλώσιμα υλικά, πίστα ηλεκτροκίνητων ποδηλάτων, στατικά ποδήλατα, εθελοντική δράση καθαρισμού, κλπ.

«Τρέχω για τη Μνήμη - Τρέχω για τη Ζωή»: Δρομικοί αγώνες 1 χλμ., 5 χλμ., και 10 χλμ., το οποίο πραγματοποιήθηκε στις 19 Μάϊου, ημέρα μνήμης της γενοκτονίας των Ελλήνων του Πόντου.

«Αθλούμαι στην Καλαμαριά»: Είναι ένα πολυσύνθετο αθλητικό γεγονός, κατά την διάρκεια του οποίου μαθητές / μαθήτριες της Ε' και ΣΤ' του δημοτικού μούνται σε διαγωνιστικές / ψυχαγωγικές δραστηριότητες ομαδικών αθλημάτων (π.χ., ποδόσφαιρο, μπάσκετ, βόλεϊ χάντμπολ κλπ.), καθώς και ατομικών αθλημάτων (π.χ., κλασικός αθλητισμός, Tae Kwon Do, κλπ.).

«Παιχνίδια στην άμμο»: Είναι διαγωνιστικά - ψυχαγωγικά παιχνίδια στην άμμο για παιδιά μικρής ηλικίας.

«Βραδιά Πανσελήνου στο Κολυμβητήριο»: Είναι μία δράση, κατά την οποία, μετά το πέρας των προπονήσεων, αργά το βράδυ, το κολυμβητήριο υποδέχεται τους δημότες κάθε ηλικίας και τους δίνει την δυνατότητα να απολαύσουν την εξωτερική πισίνα με συνοδεία μουσικής και φωτορουθμικά.

«Κολυμβητικές αναμετρήσεις»: Είναι ημερίδες κολυμβητικών αγώνων για αγόρια - κορίτσια ηλικίας 8-12 χρόνων.

«Street Basket / Volley / Soccer»: Είναι μία διοργάνωση κατά την οποία διεξάγονται ταυτόχρονες αναμετρήσεις στα αθλήματα αυτά για αγόρια - κορίτσια ηλικίας 6 - 15 χρόνων, στην κεντρική πλατεία της πόλης.

Προγράμματα «Άθληση για Όλους»: Είναι προγράμματα μαζικού αθλητισμού της Γενικής Γραμματείας Αθλητισμού (yoga, aqua aerobic, aerobic, tae kwon do, κλπ.).

«Animus Youth Games – Ancona 2019»: Αποστολή του Δήμου συμμετείχε τους αγώνες αυτούς, οι οποίοι είχαν στόχο την ενθάρρυνση της συμμετοχής στον αθλητισμό, την κοινωνικοποίηση, την προώθηση εθελοντικών δραστηριοτήτων, την ανταλλαγή αξιών, την παροχή ίσων ευκαιριών, καθώς και τη βελτίωση των συνθηκών υγείας των ανθρώπων ([www.animusyouthgames.eu](http://www.animusyouthgames.eu)).

Για το 2020 προγραμματίζονται οι παρακάτω επιπλέον δράσεις:

«1<sup>ο</sup> Street Tennis»: Η εκδήλωση αυτή θα ενταχθεί στα υπόλοιπα «Street» αθλήματα. Στόχος είναι στα επόμενα 3 χρόνια να μπορέσουν τα αθλήματα αυτά να αποκτήσουν το δικό τους ετήσιο πρωτάθλημα.

«Τουρνουά Χειροσφαίρισης»: Στην διοργάνωση αυτή θα συμμετέχουν ομάδες από τα δημοτικά σχολεία του Δήμου. Στόχος είναι να γνωρίσουν οι μαθητές το άθλημα αυτό, αλλά και να ανιχνευθούν ταλέντα που θα μπορέσουν να στελεχώσουν τις αγωνιστικές ομάδες στο μέλλον.

«Όρμος Κελαρίου»: Αυτός ο κολυμβητικός αγώνας θα πραγματοποιηθεί για πρώτη φορά και σκοπεύει να αναδείξει τον «Κελάριο Όρμο» και το υποθαλάσσιο φράγμα, ο οποίος έχει αναγνωριστεί ως ενάλιος αρχαιολογικός χώρος από το 1989 (Υπουργείο Πολιτισμού & Αθλητισμού), ωστόσο λίγοι κάτοικοι γνωρίζουν την ιστορία του.

«Καταγραφή δημογραφικών στοιχείων και απόψεων των μετεχόντων στα προγράμματα του Γραφείου Αθλητισμού». Με τον τρόπο αυτό θα υπάρχουν μετρήσιμα δεδομένα, τα οποία με την κατάλληλη επεξεργασία θα οδηγήσουν σε χρήσιμα συμπεράσματα για τον καλύτερο σχεδιασμό των προγραμμάτων της επόμενης χρονιάς.

## **Συμπέρασμα**

Η δραστηριότητα του Γραφείου Αθλητισμού του Δήμου Καλαμαριάς είναι αρκετά έντονη κατά τη διάρκεια όλης της χρονιάς. Στόχος είναι στα επόμενα 2 χρόνια να υπάρξει θετική αναμόρφωση του προγράμματος και να ενταχθούν σε αυτό περισσότερα αθλήματα, περισσότερα προγράμματα μαζικού αθλητισμού και περισσότερες σχολικές ομάδες.

## Βιβλιογραφία

- Burini, M., Recanatini, P., & Filomena, L. (2019). *The power of sport*. Ανακτήθηκε στις 23.12.2019, από: <https://www.animusyouthgames.eu/en/>.
- Δήμος Καλαμαριάς - Αθλητισμός. (n.d.). Ανακτήθηκε στις 23.12.2019, από: [www.kalamaria.gr](http://www.kalamaria.gr)
- Mamade, P., Pires, G., & Colaco, C. (1998). *The Municipality and sport contribution for the definition of segmentation strategies of sports offer: Study applied to the Municipality of Almada*. Proceedings of the 6<sup>th</sup> Congress European Association for Sport Management. Madeira, Portugal.
- Νόμος 3852/2010 (ΦΕΚ 87-Α/07.06.2010). Νέα Αρχιτεκτονική της Αυτοδιοίκησης και της Αποκεντρωμένης Διοίκησης – Πρόγραμμα Καλλικράτης.
- Torkildsen, G. (1999). *Leisure and recreation management*. London: E & FN SPON.
- Υπουργείο Πολιτισμού και Αθλητισμού. (n.d.). Ο διαρκής κατάλογος των αρχαιολογικών χώρων και μνημείων της Ελλάδος. Ανακτήθηκε στις 23.12.2019, από: [www.listedmonuments.culture.gr](http://www.listedmonuments.culture.gr)

## ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΗ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΩΝ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗΣ ΕΠΑΡΚΕΙΑΣ ΣΤΕΛΕΧΩΝ ΔΗΜΟΤΙΚΩΝ ΑΘΛΗΤΙΚΩΝ ΟΡΓΑΝΙΣΜΩΝ

Δημητρίου, Σ.,<sup>1</sup> Καλλιτσάρη, Ζ.,<sup>1</sup> Γαργαλιάνος, Δ.,<sup>2</sup> Αυθίνος, Ι.,<sup>3</sup> & Θεοδωράκης, Ν.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> ΤΕΦΑΑ, ΑΠΘ, Σέρρες

<sup>2</sup> ΤΕΦΑΑ, ΔΠΘ

<sup>3</sup> ΤΕΦΑΑ, ΕΚΠΑ

### Περίληψη

Η επιτυχία ενός οργανισμού / μίας επιχείρησης εξαρτάται από την αποδοτικότητα του ανθρώπινου δυναμικού της, η οποία επηρεάζεται από την επάρκειά τους στο αντικείμενο εργασίας τους. Σκοπός της παρούσας έρευνας είναι η αναγνώριση των χαρακτηριστικών της διοικητικής επάρκειας των ανώτερων διοικητικών στελεχών των Δημοτικών Αθλητικών Οργανισμών (ΔΑΟ), των Οργανισμών Τοπικής Αυτοδιοίκησης (ΟΤΑ). Η μεθοδολογία που χρησιμοποιήθηκε ήταν μία τροποποιημένη τεχνική Delphi, κατά την οποία μέσω ερωτηματολογίου επεξεργάστηκε και αποτιμήθηκε η στάση ακαδημαϊκών και επαγγελματιών της διοίκησης του αθλητισμού για το θέμα. Τα αποτελέσματα ανέδειξαν 12 τομείς διοικητικής επάρκειας και τόνισαν την σπουδαιότητα των δεξιοτήτων ζωής (soft skills) για την επαγγελματική επιτυχία.

**Λέξεις – κλειδιά:** Διοικητική επάρκεια, στέλεχος, Δημοτικός Αθλητικός Οργανισμός.

### Εισαγωγή

Ο όρος «επάρκεια» (competency) χρησιμοποιείται ευρέως για τις πνευματικές, λειτουργικές, κοινωνικές και συναισθηματικές ικανότητες (Chouhan & Srivastava, 2014), οι οποίες θεωρούνται ως ο πλέον κρίσιμος παράγοντας διαφοροποίησης της αποδοτικότητάς ενός οργανισμού που εστιάζει στην υπεροχή (Eraut, 1998) και μπορούν να του παράσχουν σημαντικό πλεονέκτημα έναντι των ανταγωνιστών του (McClelland, 1973). Επιπρόσθετα, η επάρκεια συνδέεται με την προσωπική εμπειρία και την ατομική στάση, παρουσιάζεται ως επίκτητο και μεταβιβάσιμο χαρακτηριστικό και αναπτύσσεται με την διά βίου μάθηση και την εμπειρία (Schippmann et al., 2000).

Ο προσδιορισμός της διοικητικής επάρκειας του ανθρώπινου δυναμικού αποτελεί χρήσιμο εργαλείο για την επίτευξη των στόχων της διοίκησης του οργανισμού, ιδιαίτερα σε χώρους παροχής υπηρεσιών, όπως οι αθλητικοί οργανισμοί και τα γυμναστήρια. Επειδή στην χώρα μας ο μαζικός αθλητισμός υποστηρίζεται κατά βάση από τους Οργανισμούς Τοπικής Αυτοδιοίκησης (ΟΤΑ) καθίσταται επιτακτική η ανάγκη για αναγνώριση των χαρακτηριστικών της διοικητικής επάρκειας των στελεχών των Δημοτικών Αθλητικών Οργανισμών (ΔΑΟ).

### Σκοπός της έρευνας

Ο σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν να προσδιορίσει τα απαραίτητα χαρακτηριστικά διοικητικής επάρκειας των ανώτερων διοικητικών στελεχών των ΔΑΟ των ΟΤΑ.



## Ανασκόπηση βιβλιογραφίας

Η διοικητική επάρκεια μελετήθηκε σε διάφορες περιοχές του αθλητισμού, όπως ιδιωτικά γυμναστήρια, αθλητικές εγκαταστάσεις, αθλητικά σωματεία και ομοσπονδίες και Οργανισμούς Νεολαίας & Αθλητισμού ΟΤΑ σε συσχέτιση με το διοικητικό επίπεδο, το οργανωτικό τους πλαίσιο και το μέγεθός τους. Ο Jamieson (1980), μελέτησε τα χαρακτηριστικά της διοικητικής επάρκειας των διοικητικών στελεχών σε ψυχαγωγικούς αθλητικούς οργανισμούς και διαπίστωσε την ύπαρξη διαφοροποίησης ανάλογα με την κατηγορία τους (εισαγωγικό, μεσαίο, ανώτερο). Οι Tripolitsioti και συν., (2007), διερευνώντας Οργανισμούς Νεολαίας & Αθλητισμού σε ΟΤΑ της Ελλάδας συμπεράναν ότι οι απαιτούμενες ικανότητες των διευθυντών ήταν οι δημόσιες σχέσεις, οι δεξιότητες στην τεχνολογία και την έρευνα, η διακυβέρνηση, η ασφάλεια και η διαχείριση των αθλητικών εγκαταστάσεων. Οι Koenigsfeld και συν., (2012), εντόπισαν ότι οι πιο σημαντικές διαστάσεις της διοικητικής επάρκειας ήταν το «ανθρώπινο δυναμικό» και η «νομοθεσία».

## Μεθοδολογία

Η μέθοδος που χρησιμοποιήθηκε για την επίτευξη του σκοπού της έρευνας ήταν μία τροποποιημένη μορφή της μεθόδου Delphi σε 2 γύρους (Boulkedid et al., 2011). Μέσω της μεθόδου αυτής επιχειρήθηκε η δημιουργία ερευνητικού εργαλείου, το οποίο θα ανιχνεύει τις δεξιότητες/ικανότητες που οδηγούν στην αριστεία των ανώτερων στελεχών της αθλητικής διοίκησης. Μετά από ενδελεχή ανασκόπηση της σχετικής ελληνικής και ξένης βιβλιογραφίας από το 1980 έως το 2018 αρχικά εντοπίστηκαν 27 παράγοντες διοικητικής επάρκειας, οι οποίοι αναλύονταν σε 300 χαρακτηριστικά. Με την αφαίρεση των κοινών στοιχείων οι παράγοντες περιορίστηκαν στους 12, με 97 χαρακτηριστικά, τα οποία εντάχθηκαν στο 1<sup>ο</sup> ερωτηματολόγιο (5βάθμιας κλίμακας τύπου Likert). Ακολούθως το ερωτηματολόγιο μεταφράστηκε στα ελληνικά και διανεμήθηκε σε συνολικά 20 «ειδικούς», ακαδημαϊκούς και επαγγελματίες της διοίκησης του αθλητισμού, με μεγάλη εμπειρία στην αθλητική βιομηχανία της Ελλάδας, για να αποτιμηθεί η στάση τους για το θέμα (1<sup>ος</sup> γύρος). Στον 2<sup>ο</sup> γύρο, οι 18 ειδικοί που συμμετείχαν έλαβαν αναθεωρημένο το ερωτηματολόγιο του 1<sup>ου</sup> γύρου (61 χαρακτηριστικά - 12 παράγοντες), με σκοπό την επανεξέτασή του. Ακολούθησε συλλογή και ανάλυση των δεδομένων και όπου τερματίστηκε η διαδικασία διότι επιτεύχθηκε η μέγιστη συναίνεση των ειδικών.

## Αποτελέσματα

Στον 2<sup>ο</sup> γύρο παρατηρήθηκε: α) συνολική αύξηση στα ποσοστά συμφωνίας για όλες τις δηλώσεις (αφαιρέθηκαν μόνο 5 δηλώσεις, ενώ στον 1<sup>ο</sup> γύρο αφαιρέθηκαν 33), δηλωτικό της αύξησης της συναίνεσης μεταξύ των συμμετεχόντων, β) άνοδος των παραγόντων που σχετίζονται με τον ανθρώπινο παράγοντα και την ομαδική εργασία, γ) άνοδος της μέσης τιμής και δ) μείωση της τυπικής απόκλισης των χαρακτηριστικών, γεγονός ενισχυτικό της αύξησης του επιπέδου συμφωνίας μεταξύ των συμμετεχόντων.

Τα επίπεδα συμφωνίας μεταξύ των συμμετεχόντων στον 1<sup>ο</sup> και στον 2<sup>ο</sup> γύρο αξιολογήθηκαν με τον συντελεστή ενδοσυσχέτισης (intra-class correlation coefficient) (Heiko, 2012), ο οποίος στον 1<sup>ο</sup> γύρο ήταν χαμηλός (ICC = 0,57 [95% CI 0,45-0,72]), αλλά στον 2<sup>ο</sup> γύρο βελτιώθηκε στο 0,86 (0,80-0,90). Ο βαθμός σταθερότητας μεταξύ εμπειρογνώμων (α του Krippendorff) ανάμεσα στους 2 γύρους ήταν

ιδιαίτερα υψηλός (0,863). Μολονότι διαπιστώθηκε αλλαγή στις απόψεις των συμμετεχόντων, τα αποτελέσματα της μεθόδου έδειξαν την επίτευξη συναίνεσης και σταθερότητας από την αύξηση των ποσοστιαίων συμφωνιών στο 2<sup>ο</sup> γύρο, αλλά και από τη μείωση των σχολίων (Keeney, Hasson & McKenna, 2011).

Μετά την ολοκλήρωση της διαδικασίας, το τελικό ερωτηματολόγιο περιλάμβανε 12 τομείς: 1) Ανθρώπινο Δυναμικό, 2) Ηγεσία, 3) Οργάνωση Αθλητικών Γεγονότων, 4) Κοινωνικές - Διαπροσωπικές Δεξιότητες, 5) Δίκαιο - Νομιμότητα (Law - Legality), 6) Διοίκηση - Διακυβέρνηση, 7) Έρευνα, 8) Εγκαταστάσεις - Εξοπλισμός, 9) Τεχνολογία, 10) Οικονομικά - Λογιστική, 11) Μάρκετινγκ - Επικοινωνία - Δημόσιες Σχέσεις και 12) Φιλοσοφία του Αθλητισμού, με 61 χαρακτηριστικά της διοικητικής επάρκειας (Πίνακας 1).

1 <sup>ος</sup> γύρος		2 <sup>ος</sup> γύρος			
	M.O.	T.A.		M.O.	T.A.
Ηγεσία	4,61	,39	Ανθρώπινο δυναμικό	4,78	,16
Ανθρώπινο δυναμικό	4,48	,40	Ηγεσία	4,63	,44
Κοινωνικές - Διαπροσωπικές δεξιότητες	4,46	,44	Οργάνωση αθλητικών γεγονότων	4,59	,50
Διοίκηση - Διακυβέρνηση	4,40	,34	Κοινωνικές - Διαπροσωπικές Δεξιότητες	4,51	,41
Οργάνωση Αθλητικών Γεγονότων	4,27	,43	Δίκαιο - Νομιμότητα (Law - Legality)	4,50	,49
Εγκαταστάσεις - Εξοπλισμός	4,25	,50	Διοίκηση - Διακυβέρνηση	4,49	,35
Δίκαιο - Νομιμότητα (Law - Legality)	4,19	,44	Έρευνα	4,39	,61
Φιλοσοφία του Αθλητισμού	4,13	,52	Εγκαταστάσεις - Εξοπλισμός	4,36	,40
Μάρκετινγκ - Δημόσιες Σχέσεις	4,12	,47	Τεχνολογία	4,35	,50
Έρευνα	4,07	,61	Μάρκετινγκ - Δημόσιες Σχέσεις	4,25	,33
Τεχνολογία	3,97	,57	Οικονομικά - Λογιστική	4,20	,35
Οικονομικά - Λογιστική	3,90	,51	Φιλοσοφία του Αθλητισμού	4,11	,37

**Πίνακας 1:** Μέση τιμή και τυπική απόκλιση των παραγόντων του ερωτηματολογίου για τους δύο γύρους.

## Συζήτηση

Στον 2<sup>ο</sup> γύρο παρατηρήθηκε μία μετατόπιση της προτίμησης προς τους παράγοντες που σχετίζονται με τον άνθρωπο και την ομαδική εργασία. Ταυτόχρονα, διαπιστώθηκε άνοδος στη μέση τιμή των χαρακτηριστικών της «διοικητικής επάρκειας», αλλά και μείωση της τυπικής απόκλισής τους. Με τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας συμφωνούν μελέτες που υποστηρίζουν ότι συμπεριφορικά χαρακτηριστικά, όπως η ανάληψη πρωτοβουλιών και ρίσκων (Škorić, 2018), οι επικοινωνιακές ικανότητες (Soltani et al., 2015), οι ανθρώπινες σχέσεις (Freitas et al., 2016) η επίλυση προβλημάτων (Horch & Schütte, 2003) και η κοινωνική ευθύνη (Stavropoulos et al., 2012), αποτελούν χαρακτηριστικά των στελεχών της αθλητικής διοίκησης που αριστεύουν στον τομέα τους. Επίσης, υποστηρίζεται ότι οι συναισθηματικές και κοινωνικές ικανότητες προβλέπουν την υπεροχή σε επαγγελματικούς, διοικητικούς και ηγετικούς ρόλους σε πολλούς τομείς της κοινωνίας (Boyatzis, 2008).

## Συμπεράσματα

Τα σημαντικότερα χαρακτηριστικά των ανώτερων στελεχών της αθλητικής διοίκησης που αριστεύουν στον τομέα τους είναι οι ήπιες δεξιότητες (soft skills), οι οποίες εντάσσονται στο πλαίσιο διοικητικής επάρκειας του ανθρώπινου δυναμικού των οργανισμών και αποδεικνύονται χρήσιμο εργαλείο της διοίκησής τους για την επίτευξη των στόχων τους (Lucia & Lepsinger, 1999). Τα εκπαιδευτικά ιδρύματα καλούνται να σχεδιάσουν παρεμβάσεις επιμόρφωσης για το σημαντικό αυτό θέμα (Barcelona, 2004).

## Βιβλιογραφία

- Barcelona, B. (2004). Examining the importance of recreational sport management competencies based on management level, agency type, and organizational size. *Recreational Sport Journal*, 28(1), 45-63.
- Boukdid, R., Abdoul, H., Loustau, M., Sibony, O., & Alberti, C. (2011). Using and reporting the Delphi method for selecting healthcare quality indicators: A systematic review. *PLoS ONE*, 6(6), e20476.
- Boyatzis, R. (2008). Competencies in the 21<sup>st</sup> century. *Journal of Management Development*, 27(1), 5-12.
- Chouhan, V. S., & Srivastava, S. (2014). Understanding competencies and competency modeling: A literature survey. *IOSR-JBM Journal of Business & Management*, 16(1), 14-22.
- Eraut, M. (1998). Concepts of competence. *Journal of Interprofessional Care*, 12(2), 127-139.
- Heiko, A. (2012). Consensus measurement in Delphi studies: Review and implications for future quality assurance. *Technological Forecasting & Social Change*, 79(8), 1525-1536.
- Horch, H. & Schütte, N. (2003). Competencies of sport managers in German sport clubs and sport federations. *Managing Leisure*, 8(2), 70-84.
- Jamieson, L. (1980). *A competency analysis of recreational sports personnel in selected institutional settings*. Unpublished doctoral dissertation, Indiana University, Bloomington.
- Keeney, S., Hasson, F., & McKenna, H. (2011). *Analyzing data from a Delphi and reporting results: The Delphi technique in nursing and health research*. Wiley-Blackwell.
- Koenigsfeld, J., Kim, S., Cha, J., Perdue, J., & Cichy, R. (2012). Developing a competency model for private club managers. *International Journal of Hospitality Management*, 31, 633-641.
- Koustelios, A. (2003). Identifying important management competencies in fitness centres in Greece. *Managing Leisure*, 8(3), 145-153.
- Lucia, A. D. & Lepsinger, R. (1999). *Competency models: Pinpointing critical success factors in organisations*. San Francisco: CA: Jossey-Bass/Pfeffer.
- McClelland, D. C. (1973). Testing for competence rather than for intelligence. *American Psychologist*, 28, 1-14.
- Schippmann, J.S., Ash, R.A., Battista, M., Carr, L., Eyde, L.D., Hesketh, B., Kehoe, J., Pearlman, K. & Prien, E. (2000). The Practice of Competency Modeling, *Personnel Psychology*, 53, 703-740.
- Škorić, S. (2018). Characteristics of sport managers and challenges facing sport organizations. In 9<sup>th</sup> *International Conference "An Enterprise Odyssey: Managing Change to Achieve Quality Development"*, Faculty of Economics & Business, University of Zagreb, Croatia, 23-26 May.

- Soltani, A., Saibon, J., Othman, A., & Nazerian, I. (2015). Determine and validate the needs of competencies for sport managers in sport centres in Isfahan City, Iran. *Journal of Advanced Management Science*, 5(3), 230-237.
- Stavropoulos, I., Tripolitsioti, A., Giakoumatos, S., & Stergioulas, A. (2012). Competencies of the first and second division track and field coaches. *International Journal of Sport Studies*, 4(5), 584-590.
- Tripolitsioti, A., Moudakis, K., Konstantinakos, P., & Theodorikakos, P. (2007). The management competencies of the directors of youth centres and indoor facilities in the municipalities. *Journal of Biology of Exercise*, 3(1), 47-58.

## Ο ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΣ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΣ ΑΝΤΙΚΤΥΠΟΣ ΤΩΝ ΑΘΛΗΤΙΚΩΝ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ ΜΙΚΡΗΣ ΚΛΙΜΑΚΑΣ: Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΟΥ «OCEANMAN GREECE 2019»

Κωνσταντινίδης, Κ.,<sup>1</sup> Καραγιώργος, Θ.,<sup>2</sup> & Αλεξανδρής, Κ.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> ΤΕΦΑΑ, ΕΚΠΑ

<sup>2</sup> ΤΕΦΑΑ, ΑΠΘ

### Περίληψη

Οι αθλητικές διοργανώσεις αποτελούν ένα από τα σημαντικότερα εργαλεία για την οικοδόμηση και την προώθηση της εικόνας του προορισμού στον οποίο πραγματοποιούνται, καθώς και για την τοπική τουριστική ανάπτυξη. Σκοπός αυτής της μελέτης ήταν να εξετάσει τα χαρακτηριστικά των συμμετεχόντων σε έναν αγώνα κολύμβησης ανοικτής θάλασσας, καθώς και τις οικονομικές επιπτώσεις του γεγονότος στην τοπική κοινωνία. Η μεθοδολογία που ακολουθήθηκε ήταν αυτή του ερωτηματολογίου. Τα αποτελέσματα έδειξαν θετικό οικονομικό αντίκτυπο στην περιοχή στην οποία πραγματοποιήθηκε η εκδήλωση.

**Λέξεις - κλειδιά:** Μικρής κλίμακας αθλητικά γεγονότα, αθλητικός τουρισμός, οικονομικός αντίκτυπος, αθλητικά τουριστικά γεγονότα.

### Εισαγωγή

Οι αθλητικές διοργανώσεις είναι ένα είδος αθλητικού τουρισμού που κατά την τελευταία δεκαετία αναπτύσσεται ραγδαία επειδή: α) οι άνθρωποι έχουν την οικονομική δυνατότητα να ξοδεύουν περισσότερα σε ταξίδια και αναψυχή και β) αυξάνονται συνεχώς οι υπαίθριες αθλητικές εκδηλώσεις μικρής κλίμακας που διοργανώνονται σε διάφορους προορισμούς (Higham, 2018). Σε αντίθεση με τα μεγάλα αθλητικά γεγονότα, που τα τελευταία χρόνια δέχονται πολλές επικρίσεις σχετικά με τις οικονομικές τους αντιξοότητες, τις κακές κληρονομίες που αφήνουν πίσω τους, τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις και την αβέβαιη συμβολή τους στην τουριστική ανάπτυξη (Gibson, Kaplanidou, & Kang, 2012), έχει υποστηριχθεί ότι αθλητικές διοργανώσεις μικρής κλίμακας οργανώνονται με σχετικά χαμηλό επενδυτικό κίνδυνο, παράγουν αναλογικά περισσότερα οικονομικά οφέλη και ενισχύουν τον αειφόρο τουρισμό (Alexandris, 2016).

### Η περίπτωση του «Oceanman Greece»

Το «Oceanman» είναι ένα πρωτάθλημα κολύμβησης ανοικτής θάλασσας, που πραγματοποιείται σε 16 χώρες σε όλο τον κόσμο (π.χ., Ρωσία, Ελβετία, Μαλαισία, Μεξικό, Ταϊλάνδη, Ισπανία, Ιταλία, κλπ.). Είναι ένα διήμερο αθλητικό γεγονός που προσελκύει παγκόσμιο ενδιαφέρον. Το επίπεδο των συμμετεχόντων ποικίλει από επαγγελματίες αθλητές υψηλού επιπέδου μέχρι ερασιτέχνες λάτρεις της κολύμβησης, συνεπώς το κοινό - στόχος είναι ευρύ. Τον Ιούνιο του 2019, στο Οίτυλο της Ανατολικής Μάνης, πραγματοποιήθηκε για 3<sup>η</sup> συνεχόμενη χρονιά το «Oceanman Greece», με την συμμετοχή κολυμβητών από 34 χώρες.



## Σκοπός της έρευνας

Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν να διερευνήσει τα χαρακτηριστικά των συμμετεχόντων στο «Oceanman Greece», καθώς και τις οικονομικές επιπτώσεις του γεγονότος στην τοπική κοινωνία

## Μεθοδολογία

*Δείγμα:* Στην έρευνα κλήθηκαν να συμμετέχουν όλοι οι 965 συμμετέχοντες στον αγώνα και ανταποκρίθηκαν οι 91 (n=91).

*Εργαλείο μέτρησης:* Το εργαλείο μέτρησης που χρησιμοποιήθηκε ήταν το ερωτηματολόγιο των Konstantinidis, Karagiorgos και Alexandris (2017), το οποίο περιλάμβανε δημογραφικά και χρηματοοικονομικά ερωτήματα.

*Διαδικασία συλλογής των δεδομένων:* Τα ερωτηματολόγια στάλθηκαν σε όλους τους συμμετέχοντες στον αγώνα μία εβδομάδα μετά την διεξαγωγή του αγώνα και συλλέχθηκαν μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου.

*Ανάλυση των δεδομένων:* Έγινε περιγραφική στατιστική ανάλυση των δεδομένων με χρήση του στατιστικού πακέτου SPSS, μέσω του οποίου προσδιορίστηκαν οι τιμές των δεικτών, ποσοστό (%), και μέσος όρος (Μ.Ο.).

## Αποτελέσματα

Οι κολυμβητές απάντησαν θετικά στο ενδεχόμενο συμμετοχής τους και σε άλλους αγώνες κολύμβησης κατά την διάρκεια της χρονιάς. Δεδομένου ότι η συμμετοχή σε τέτοιες αθλητικές διοργανώσεις απαιτεί επαρκή χρόνο προπόνησης και προετοιμασίας, η πλειοψηφία του δείγματος φάνηκε ότι είναι αφοσιωμένη στον σκοπό της. Η άποψη αυτή ενισχύθηκε και από το γεγονός ότι οι περισσότεροι συμμετέχοντες είναι λιγότερο πρόθυμοι να συμμετάσχουν σε αθλητικά γεγονότα με παρόμοια χαρακτηριστικά, όπως το τρίαθλο και το τρέξιμο, ακόμα και αν παίρνουν μέρος σε κάποια κατά τη διάρκεια της χρονιάς, γεγονός που θα μπορούσε να αιτιολογηθεί ως εναλλακτική λύση στην κολύμβηση κατά τις ψυχρές περιόδους (Πίνακας 1).

Ετήσια συμμετοχή σε κολυμβητικά γεγονότα	%	Ετήσια συμμετοχή σε παρόμοια αθλητικά γεγονότα	%
<3	22	<3	56
4 – 5	41	4 – 5	15
6 – 7	23	6 – 7	22
>8	14	>8	7

**Πίνακας 1:** Συμμετοχή σε αγώνες κολύμβησης και άλλα παρόμοια αθλητικά γεγονότα.

Σχετικά με την τόνωση της τουριστικής δραστηριότητας, το 84% των κολυμβητών δήλωσαν πως συνδύασαν την συμμετοχή τους στον αγώνα με διακοπές και παρέμειναν περισσότερο από μία ημέρα

στην ευρύτερη περιοχή του Οιτύλου, συνοδευόμενοι με έναν ή περισσότερους φίλους ή μέλη της οικογένειάς τους (Πίνακας 2).

Ημέρες διαμονή στο Οίτυλο %	Ταξιδιωτική συνοδεία %
1	13
2	27,5
2 – 4	25
> 4	33

Ατομικός ταξιδιώτης	2 – 3	> 4
8	29	33
1	33	30

**Πίνακας 2:** Προστιθέμενη τουριστική αξία.

Ο προσδιορισμός της μέσης δαπάνης ανά συμμετέχοντα έδειξε την σημαντική οικονομική συμβολή του γεγονότος στην τοπική οικονομία (Πίνακας 3).

Δαπάνη	Μέση δαπάνη σε €
Μεταφορά κατ' άτομο	175
Διαμονή ανά βράδυ	168
Σίτιση κατ' άτομο ανά ημέρα	97
Νυχτερινή διασκέδαση κατ' άτομο	61
Αγορές (αναμνηστικά, τοπικά προϊόντα κλπ.)	42

**Πίνακας 3:** Μέση δαπάνη ανά συμμετέχοντα.

### Συζήτηση - Συμπεράσματα

Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι το «Oceanman Greece 2019», στο οποίο συμμετείχαν 965 κολυμβητές και περίπου 900 συνοδοί τους, είχε άμεσο οικονομικό αντίκτυπο στην τοπική κοινωνία περίπου € 428,650. Στο ποσό αυτό δεν υπολογίζονται οι εσωτερικοί επισκέπτες που είδαν τον αγώνα ως θεατές. Επιπλέον, το γεγονός αξιοποιήθηκε ως μέσο για την προώθηση του Οιτύλου, της Πελοποννήσου και της Ελλάδας ως τουριστικού προορισμού σε χιλιάδες πιθανούς επισκέπτες που ακολουθούν το κολυμβητικό αυτό πρωτάθλημα και λαμβάνουν τις ενημερώσεις του. Επίσης, ανέδειξε την ανάγκη συνεργασίας μεταξύ του ιδιωτικού και του δημόσιου τομέα, που μπορεί να είναι αμοιβαία επωφελής. Τέλος, οι θετικές στάσεις των επισκεπτών προς τον προορισμό σημαίνουν ότι ένα τέτοιο γεγονός μπορεί να συμβάλει στην παραγωγή θετικής επικοινωνίας από στόμα σε στόμα.

### Βιβλιογραφία

- Alexandris, K. (2016). Testing the role of sport event personality on the development of event involvement and loyalty: The case of mountain running races. *International Journal of Event & Festival Management*, 7(1), 2-20.
- Gibson, H. J., Kaplanidou, K., & Kang, S. J. (2012). Small-scale event sport tourism: A case study in sustainable tourism. *Sport Management Review*, 15(2), 160-170.
- Higham, J. (1999). Commentary-sport as an avenue of tourism development: An analysis of the positive and negative impacts of sport tourism. *Current Issues in Tourism*, 2(1), 82-90.
- Higham, J. (2018). *Sport tourism development*. Channel View Publications.

- Konstantinidis, K., Karagiorgos, T., & Alexandris, K., Economic and tourism impact of small-scale sport events: The case of Oceanman, Greece. In E. Christou, K. Alexandris & A. Fotiadis (Eds.), *TOURMAN2018 Conference: In search of excellence in tourism, travel & hospitality* (pp. 266-268). Thessaloniki: International Hellenic University.
- Tzetzis, G., Alexandris, K., & Kapsampeli, S. (2014). Predicting visitors' satisfaction and behavioral intentions from service quality in the context of a small-scale outdoor sport event. *International Journal of Event & Festival Management*, 5(1), 4-21.

## ΚΙΝΗΤΡΑ ΑΘΛΟΥΜΕΝΩΝ ΣΕ ΙΔΙΩΤΙΚΑ ΓΥΜΝΑΣΤΗΡΙΑ

Παπαντωνίου, Η.,<sup>1</sup> Αυθίνος, Ι.,<sup>1</sup> Αλεξανδρή, Κ.,<sup>2</sup> Λάιος, Α.,<sup>3</sup> Γαργαλιάνος, Δ.,<sup>3</sup> & Βασιλειάδης, Ι.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> ΤΕΦΑΑ, ΕΚΠΑ

<sup>2</sup> ΤΕΦΑΑ, ΑΠΘ

<sup>3</sup> ΤΕΦΑΑ, ΔΠΘ

### Περίληψη

Η ποιότητα υπηρεσιών αποτελεί ένα ιδιαίτερα σημαντικό θέμα στον τομέα του μάρκετινγκ των ιδιωτικών γυμναστηρίων, αφού η αντίληψη των πελατών τους γι' αυτήν σχετίζεται άμεσα με την ικανοποίησή τους, αλλά και με την διατήρηση των γυμναστηρίων στην αγορά (Alexandris, Zahariadis, Tsorbatzoudis, & Grouios, 2004). Η παροχή ποιοτικών υπηρεσιών γίνεται ευκολότερη όταν οι αθλητικοί μάρκετινγκ μάντζερ γνωρίζουν τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των πελατών τους (φύλο, ηλικία, μορφωτικό επίπεδο, κλπ.), την άποψή τους για τις υπηρεσίες που τους προσφέρονται, αλλά, κυρίως, τα κίνητρά τους για να γυμνάζονται. Σκοπός της παρούσας μελέτης ήταν να διερευνηθούν τα κίνητρα προσέλευσης των πελατών σε γυμναστήρια. Το δείγμα αποτέλεσαν πελάτες εννέα ιδιωτικών γυμναστηρίων εταιρείας δικαιοχρησίας (franchise) στην Αττική (n = 440). Χρησιμοποιήθηκε η ποσοτική ερευνητική μέθοδος με συλλογή των δεδομένων μέσω ερωτηματολογίου. Η διαφοροποίηση των κινήτρων ανάλογα με δημογραφικούς παράγοντες έγινε σε 10 σημαντικά κίνητρα. Για να εξεταστεί εάν οι μέσες τιμές διαφέρουν στατιστικά σημαντικά μεταξύ των διάφορων δημογραφικών ομάδων, εφαρμόστηκε ο παραμετρικός έλεγχος ανάλυσης διακύμανσης κατά ένα παράγοντα (one-way ANOVA).

Σχετικά με το φύλο των ασκούμενων, στατιστικά σημαντική διαφοροποίηση προέκυψε σε πέντε κίνητρα (βελτίωση υγείας, διατήρηση φυσικής κατάστασης, σωστή εκγύμναση, χαλάρωση / αναζωογόνηση με φυσικό τρόπο και ενασχόληση με εναλλακτικές μορφές εκγύμνασης) σε επίπεδο 1% (p-value < 0,01) ή σε επίπεδο 5% (p-value < 0,05). Πιο συγκεκριμένα, προέκυψε ότι: α) οι γυναίκες έχουν στατιστικά σημαντικά χαμηλότερο σκορ στα κίνητρα αυτά, που σημαίνει ότι τα θεωρούν σημαντικότερα από ότι οι άντρες, β) η περιοχή που βρίσκεται το γυμναστήριο διαφοροποιεί στατιστικά σημαντικά τη σημαντικότητα των κινήτρων για άσκηση, καθώς, με εξαίρεση μία περίπτωση, υπάρχει διαφοροποίηση σε όλα τα κίνητρα σε επίπεδο 1% (p-value < 0,01) ή σε επίπεδο 5% (p-value < 0,05), γ) σε πέντε ατομικά κίνητρα για άσκηση που σχετίζονται με την διατήρηση της σωματικής φόρμας και της υγείας, οι γυμναζόμενοι από τα δυτικά και βόρεια προάστια της Αθήνας αποδίδουν λιγότερη σημασία, ενώ σε τέσσερα κίνητρα (που σχετίζονται με την άσκηση, τη διατήρηση της σωματική φόρμας και της υγείας) τα άτομα από το κέντρο της Αθήνας δίνουν μεγαλύτερη σημασία, και δ) οι γυμναζόμενοι που μένουν στα νότια προάστια της Αθήνας τείνουν να δίνουν μεγαλύτερη σημασία στα περισσότερα κίνητρα όπως το να γυμνάζονται σωστά και να μάθουν εναλλακτικούς τρόπους εκγύμνασης. Συνολικά, τα κίνητρα που αξιολογήθηκαν ως τα πιο σημαντικά από τους ασκούμενους ήταν τα κίνητρα για: «άσκηση», «σωματική υγεία», «διατήρηση της σωματικής φόρμας και φυσικής κατάστασης», αποτέλεσμα που επιβεβαιώνεται και από την σχετική βιβλιογραφία.

**Λέξεις - κλειδιά:** Αθλητικό μάντζμεντ, κίνητρα προσέλευσης πελατών σε γυμναστήρια, κίνητρα άθλησης και αναψυχής, ιδιωτικά γυμναστήρια, μάρκετινγκ γυμναστηρίων.

## ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΤΩΝ ΠΡΟΤΙΜΗΣΕΩΝ ΕΜΠΕΙΡΙΑΣ ΑΝΑΨΥΧΗΣ ΣΕ ΧΡΗΣΤΕΣ ΠΑΡΚΟΥ ΑΝΑΨΥΧΗΣ ΣΤΟΝ ΔΗΜΟ ΠΥΛΑΙΑΣ - ΧΟΡΤΙΑΤΗ

**Ζήκος, Γ., Δράκου, Α., Γλυνιά, Ε., & Αλεξανδρή, Κ.**

**ΤΕΦΑΑ ΑΠΘ, Εργαστήριο Διοίκησης Αθλητισμού, Τουρισμού & Αναψυχής**

### Περίληψη

Σκοπός της παρούσης έρευνας ήταν να διερευνήσει τις προτιμήσεις εμπειρίας αναψυχής μέσα από τα κίνητρα συμμετοχής για υπαίθριες δραστηριότητες των επισκεπτών / ριών ενός ειδικά διαμορφωμένου πάρκου σε περιαστικό δάσος στον δήμο Πυλαίας - Χορτιάτη. Επιπρόσθετα, διερευνήθηκαν: α) η πρόθεση επανάληψης της εμπειρίας στο συγκεκριμένο μέρος, β) η πρόθεση σύστασης του μέρους σε φίλους, γ) οι επιθυμίες για συγκεκριμένες δραστηριότητες και δ) το ύψος του χρηματικού ποσού που θα διέθεταν σε μελλοντική, παρόμοια επίσκεψη. Το δείγμα της έρευνας αποτέλεσαν 124 συμμετέχοντες με τυχαία δειγματοληψία. Για την αξιολόγηση των κινήτρων συμμετοχής χρησιμοποιήθηκε η κλίμακα REP των Manfredo et al., (2007), που αποτελείται από 40 ερωτήσεις ταξινομημένες σε 11 παράγοντες («επίτευξη», «διέγερση», «αυτονομία / ηγεσία», «ανάληψη ρίσκου», «άτομα με κοινά ενδιαφέροντα / οικογένεια», «μάθηση», «απόλαυση της φύσης», «ενδοσκόπηση», «δημιουργικότητα», «φυσική κατάσταση» και «αποφυγή της ρουτίνας»). Η κλίμακα REP δεν χρειάστηκε προσαρμογή γιατί έχει σταθμιστεί και χρησιμοποιηθεί παλαιότερα στην Ελλάδα. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα, το προφίλ του χρήστη του πάρκου είναι το ακόλουθο: είναι γυναίκα, διανύει την τέταρτη δεκαετία της ζωής της, παντρεμένη με παιδί/α, ενδιαφέρεται περισσότερο για δραστηριότητες χαμηλής έντασης (χωρίς ιδιαίτερες απαιτήσεις σε φυσική κατάσταση και ικανότητες), πού αποκρίνονται σε μεγάλες πληθυσμιακές ομάδες, επιδιώκει να βρεθεί κοντά σε νέους ανθρώπους, να γνωρίσει και να απολαύσει την φύση, να αποδράσει από την καθημερινή πίεση, την ρουτίνα και τον συνωστισμό των πόλεων, να ηρεμήσει για λίγο και να βρει χρόνο για την ίδια, μέσα στο όμορφο τοπίο του πάρκου. Θα επισκέπτονταν ξανά το πάρκο και θα το σύστηνε σε γνωστούς και φίλους. Δραστηριότητες που την ενδιαφέρουν είναι η οργανωμένη πεζοπορία, τα υπαίθρια οργανωμένα παιχνίδια, οι οικολογικές ξεναγήσεις και η γυμναστική στην φύση. Τέλος, θα πλήρωνε για οργανωμένα παιδικά προγράμματα υπαίθριων δραστηριοτήτων, όχι όμως περισσότερο από € 5. Προτείνεται δημιουργία ηλεκτρονικής πλατφόρμας στους Δήμους ως μέσο επικοινωνίας με δημότες και όχι μόνο, για καταγραφή προτιμήσεων, επιθυμιών σχετικών με την υπαίθρια αναψυχή, και αξιολόγησης των ήδη υπαρχόντων χώρων που παρέχουν τέτοιου είδους υπηρεσίες. Μία πρόταση για πρακτική εφαρμογή θα ήταν να τοποθετηθούν καθηγητές Φ.Α. σε δημοτικά/ες αναψυκτήρια / επιχειρήσεις που διαθέτουν οργανωμένο υπαίθριο χώρο.

**Λέξεις - κλειδιά:** Αναψυχή, υπαίθριες δραστηριότητες, προτιμήσεις, εμπειρία αναψυχής.



## Η ΣΥΝΕΙΣΦΟΡΑ ΤΩΝ ΔΡΟΜΙΚΩΝ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΤΟΥ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΡΟΠΟΥ ΖΩΗΣ: ΜΙΑ ΔΙΑΚΡΑΤΙΚΗ ΜΕΛΕΤΗ

Ντοβόλη, Α., Καραγιώργος, Θ., & Αλεξανδρή, Κ.

ΤΕΦΑΑ, ΑΠΘ, Εργαστήριο «Διοίκησης Αθλητισμού, Τουρισμού & Αναψυχής»

### Περίληψη

Οι αθλητικές διοργανώσεις δρομικού περιεχομένου είναι μία από τις ταχύτερα αναπτυσσόμενες αγορές στο χώρο του αθλητισμού. Εκτιμάται ότι στην Ευρώπη σήμερα υπάρχουν πάνω από 50 εκατομμύρια δρομείς (Scheerder & Breedveld, 2015), οι οποίοι υπολογίζεται ότι δαπανούν € 9,6 δις τον χρόνο για θέματα που σχετίζονται με τη δρομική δραστηριότητα. Σύμφωνα με έρευνα των VanBottenberg, Scheerder και Hover (2010), 32 Διεθνείς Αθλητικές Ομοσπονδίες (68%) ανέφεραν ότι ο αριθμός των δρομικών διοργανώσεων αυξάνεται, 14 Ομοσπονδίες (30%) ανέφεραν ότι είναι στάσιμος και μόνο μία Ομοσπονδία (2%), αξιολόγησε την τάση ως ελαφρώς αρνητική. Σημαντική ανάπτυξη έχουν επίσης και οι διοργανώσεις πόλεων που διεξάγονται με την μορφή μαραθωνίων. Το 2013 πραγματοποιήθηκαν τουλάχιστον 80 μεγάλοι διεθνείς μαραθωνίοι παγκοσμίως και εκατοντάδες μικρότεροι (Stewart & Dwiarmein, 2015). Στόχος της παρούσας έρευνας, που αποτελεί μέρος χρηματοδοτούμενου προγράμματος της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΕΕ), ήταν η διερεύνηση των χαρακτηριστικών των δρομέων που συμμετέχουν σε διοργανώσεις πόλεων. Το δείγμα της έρευνας αποτέλεσαν ενήλικες δρομείς από 4 χώρες της ΕΕ και συγκεκριμένα την Ελλάδα (N=189), την Ολλανδία (N=2823), το Βέλγιο (N=726) και τη Λιθουανία (N=416) και διερευνήθηκαν: α) τα κοινωνικό-δημογραφικά χαρακτηριστικά τους, β) η εμπειρία τους από τη συμμετοχή σε δρομικούς αγώνες, γ) οι συνθήκες ανάπτυξης θετικών συναισθημάτων, δ) ο αντίκτυπος της συμμετοχής σε αθλητικές διοργανώσεις στην υιοθέτηση ενός αθλητικού τρόπου ζωής και στη συμμετοχή σε δραστηριότητες τρεξίματος. Η μεθοδολογία που χρησιμοποιήθηκε ήταν αυτή του ηλεκτρονικού ερωτηματολογίου, το οποίο συμπληρώθηκε από τους δρομείς με το πέρας της εκάστοτε διοργάνωσης. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι στην πλειοψηφία τους οι συμμετέχοντες ήταν άνδρες (56%), αλλά υπήρξε και ένας σημαντικός αριθμός γυναικών (44%) σε όλες τις χώρες, η πλειοψηφία είχε υψηλό μορφωτικό επίπεδο και ο μέσος όρος ηλικίας τους ήταν περίπου τα 40 χρόνια. Η πλειοψηφία των δρομέων, ειδικά στο Βέλγιο και την Ολλανδία (>60%), δήλωσε ότι κάνει προπόνηση σε πάρκα και ένα σημαντικό ποσοστό των δρομέων στις δύο αυτές χώρες (20%) είναι μέλη δρομικών σωματείων. Σε όλες τις χώρες και ειδικά στην Ελλάδα, η συμμετοχή συνοδεύεται από την ανάπτυξη θετικών συναισθημάτων. Τέλος, ένα σημαντικό ποσοστό των δρομέων σε όλες τις χώρες (22% - 71%), θεωρεί ότι η συμμετοχή σε αγώνες δρομικού κινήματος, αποτελεί κίνητρο για την προπόνηση στην καθημερινή τους ζωή.

**Λέξεις - κλειδιά:** Δρομικές διοργανώσεις, αθλητικός τρόπος ζωής, διακρατική μελέτη.

## ΤΑΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΩΝ ΔΡΟΜΙΚΩΝ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Ντοβόλη, Α., Καραγιώργος, Θ., & Αλεξανδρής, Κ.

ΤΕΦΑΑ, ΑΠΘ, Εργαστήριο «Διοίκησης Αθλητισμού, Τουρισμού και Αναψυχής»

### Περίληψη

Η ανάπτυξη των δρομικών αθλητικών διοργανώσεων είναι αλματώδης διεθνώς, αλλά και στην Ελλάδα (Karlanidou & Gibson, 2010; Πολατίδου, 2015). Στην Ευρώπη, για παράδειγμα, οι συμμετέχοντες σήμερα σε μαραθωνίους πόλεων ανέρχονται στα 50 εκατομμύρια, και η οικονομική δραστηριότητα που αναπτύσσεται λόγω των μαραθωνίων πόλεων ανέρχεται σχεδόν στα € 10 δις (Scheerder & Beeveld, 2015). Στην Ελλάδα οι υπαίθριοι αγώνες τρεξίματος που συνδιοργανώθηκαν από τον ΣΕΓΑΣ την χρονιά 2015-2016 έφτασαν τους 488 σε δημόσιο δρόμο και 780 αγώνες σε βουνό, όπου συμμετείχαν συνολικά 216.138 άτομα. Σύμφωνα με τους ετήσιους απολογισμούς των αθλητικών διοργανώσεων σημειώνεται μία γραμμική αύξηση κάθε χρόνο. Συγκεκριμένα, οι 202 διοργανώσεις που πραγματοποιήθηκαν το 2011 αυξήθηκαν σε 429 έως το τέλος του 2015. Στόχος της παρούσας έρευνας ήταν η διερεύνηση των τάσεων στις δρομικές διοργανώσεις στην Ελλάδα, οι προοπτικές περαιτέρω ανάπτυξης και η καταγραφή των καλών πρακτικών. Τα δεδομένα της έρευνας, που αποτελούν μέρος χρηματοδοτούμενου προγράμματος της Ευρωπαϊκής Ένωσης, συγκεντρώθηκαν μέσω συνεντεύξεων από δέκα (10) διοργανωτές δρομικών αγώνων στην Ελλάδα. Οι συνεντεύξεις αναλύθηκαν μέσω της μεθόδου της θεματικής ανάλυσης. Η ποιοτική ανάλυση των δεδομένων έδειξε την ύπαρξη εννέα (9) θεμάτων: Τάσεις (θεματικά events, περαιτέρω ανάπτυξη, τουριστικά πακέτα), Νομικά θέματα, Κρατική Υποστήριξη (τοπική αυτοδιοίκηση και κυβέρνηση, Αντίκτυπος (οικονομικός, κοινωνικός, ατομικός-ενημερία), Τάσεις στο Marketing (προστιθέμενη αξία, τεχνολογία, χορηγίες), Εθελοντές, Επιχειρησιακοί στόχοι (αναγνωρισιμότητα και στρατηγική τοποθέτηση,) και Βιωσιμότητα (μοναδικότητα και ποιοτική διοργάνωση). Τα βασικά συμπεράσματα που προέκυψαν από την ανάλυση των υπο-θεμάτων μπορούν να συνοψισθούν ως ακολούθως: Δεν προβλέπεται συρρίκνωση του δρομικού κινήματος τα επόμενα χρόνια στην Ελλάδα, απαιτείται μεγαλύτερη κρατική υποστήριξη σε αθλητικές διοργανώσεις, η διάρκεια των δρομικών διοργανώσεων θα πρέπει να επεκταθεί σε πάνω από μία ημέρα και να συνδυαστούν με υποστηρικτικές δράσεις, οι χορηγικές δράσεις είναι απαραίτητες για την βιωσιμότητα των αγώνων και η τεχνολογία θα παίζει καθοριστικό ρόλο στο μάρκετινγκ, την επικοινωνία και την καλύτερη διοργάνωση των αγώνων.

**Λέξεις - κλειδιά:** Δρομικές διοργανώσεις, μελλοντικές τάσεις.

## ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΤΩΝ ΠΑΡΑΓΟΝΤΩΝ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΤΗΝ ΠΡΟΘΕΣΗ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ ΣΕ ΑΘΛΗΤΙΚΑ ΓΕΓΟΝΟΤΑ ΥΠΕΡΑΝΤΟΧΗΣ

**Κορωνιός, Κ., Παπαϊωάννου, Α., Παπαδόπουλος, Α., & Τσέλα, Ε.**

**Τμήμα Οργάνωσης & Διαχείρισης Αθλητισμού, Πανεπιστήμιο Πελοποννήσου**

### Περίληψη

Σκοπός της παρούσας εργασίας ήταν η διερεύνηση των παραγόντων που επηρεάζουν την συμμετοχή σε αθλητικά γεγονότα υπεραντοχής. Η μεθοδολογία που χρησιμοποιήθηκε ήταν αυτή του ερωτηματολογίου. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι η ελκυστικότητα ενός ποδηλατικού γεγονότος, καθώς και ο βαθμός ανάμιξης των συμμετεχόντων με την ποδηλασία εξηγούν σχεδόν το ήμισυ της διακύμανσης στην πρόθεσή τους για επανάληψη της συμμετοχής τους στον αγώνα. Συμπερασματικά, τα ευρήματα υποστηρίζουν μία τρισδιάστατη άποψη των κινήτρων για συμμετοχή σε αθλητικά γεγονότα υπεραντοχής, καθοριστικοί παράγοντες των οποίων είναι η ελκυστικότητα του γεγονότος, ο βαθμός ανάμιξης με την ποδηλασία και η ικανοποίηση από το αθλητικό γεγονός.

**Λέξεις – κλειδιά:** Αγώνες υπεραντοχής, ποδηλασία.

### Εισαγωγή

Οι αθλητικοί αγώνες - γεγονότα μεγάλης διάρκειας (υπεραντοχής) απαιτούν τουλάχιστον 6 ώρες συνεχόμενης άθλησης την ημέρα (Zinggetal, 2013). Τα κίνητρα των ατόμων για συμμετοχή στο τρίαθλο υπεραντοχής, σε υπερμαραθώνιους τρεξίματος και στο κολύμπι υπεραντοχής έχουν ερευνηθεί εκτενώς στη βιβλιογραφία. Όμως, η ποδηλασία υπεραντοχής, η οποία χαρακτηρίζεται σε μεγάλο βαθμό από δύσκολες διαδρομές και η προσπάθεια που απαιτείται για συμμετοχή σε τέτοιου είδους αγώνες απέχει πολύ από την άσκηση / προπόνηση για την επίτευξη στοιχειωδών οφελών για την υγεία, δεν έχει λάβει την ίδια προσοχή (Zinggetal, 2013).

### Σκοπός της έρευνας

Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν να διερευνηθεί τους παράγοντες που επηρεάζουν την πρόθεση συμμετοχής σε αθλητικά γεγονότα υπεραντοχής.

### Ανασκόπηση της βιβλιογραφίας

Ο βαθμός ελκυστικότητας ενός αγώνα ποδηλασίας υπεραντοχής αναφέρεται στην αναμενόμενη σημασία / σημαντικότητα που προσφέρει στον συμμετέχοντα ποδηλάτη, καθώς επίσης και στην διασκέδαση, στην ικανοποίηση και στην απόλαυση / ευχαρίστηση που λαμβάνει με την συμμετοχή του σε αυτόν. Η βιβλιογραφία υποστηρίζει ότι η ελκυστικότητα των αθλητικών γεγονότων ενισχύει την προαγωγή θετικής στάσης σχετικά με την δέσμευση / πιστότητα προς την ποδηλασία και την άσκηση γενικότερα, καθώς και την μελλοντική πρόθεση για συμμετοχή σε αυτή (Kulczycki & Halpenny, 2014).

Η ικανοποίηση από ένα αθλητικό γεγονός αντιπροσωπεύει την γνωστική αξιολόγηση του βαθμού στον οποίο το εν λόγω γεγονός εκπληρώνει την προσδοκία του συμμετέχοντα. Ως εκ τούτου, η αντιλαμβανόμενη ικανοποίηση από έναν ποδηλατικό αγώνα υπεραντοχής έχει την ικανότητα να ενισχύει την θετική στάση σχετικά με την δέσμευση / πιστότητα στον συγκεκριμένο αγώνα, καθώς και την πρόθεση για μελλοντική συμμετοχή σε αυτόν (Funketal, 2011). Ο (εκλαμβανόμενος) βαθμός αναψυχής από το άθλημα της ποδηλασίας αναφέρεται στον βαθμό προτίμησης του ατόμου για αυτή την συγκεκριμένη δραστηριότητα και φέρεται να επιδρά θετικά στις προθέσεις του για μελλοντική συμμετοχή στον αγώνα και συνέχιση της άθλησής του γενικότερα (Koropios et al., 2015).

## Μεθοδολογία

Για τους σκοπούς της παρούσας έρευνας επιλέχθηκε η ποσοτική μέθοδος.

*Δείγμα:* Στην έρευνα συμμετείχαν 228 ποδηλάτες που συμμετείχαν σε έναν αγώνα ποδηλασίας μεγάλης διάρκειας (257 χλμ.) που πραγματοποιήθηκε στην Κεντρική Ελλάδα. Επειδή δεν υπάρχουν εθνικά στατιστικά δεδομένα σχετικά με το προφίλ των Ελλήνων ποδηλατών δεν ήταν εφικτό να αξιολογηθεί ο βαθμός στον οποίο το δείγμα μπορεί να θεωρηθεί αντιπροσωπευτικό.

*Ερευνητικό εργαλείο:* Χρησιμοποιήθηκε ένα ερωτηματολόγιο που βασίστηκε σε προηγούμενες έρευνες παρόμοιων ατόμων και πληθυσμών τύπου Likert (Alexandris et al., 2011; Kulczycki & Halpenny, 2014).

*Μέθοδος συλλογής δεδομένων:* Τα ερωτηματολόγια διανεμήθηκαν στους αθλητές μετά την λήξη του αγώνα και πριν από την τελετή απονομής των μεταλλίων και συμπληρώθηκαν παρουσία των ερευνητών.

*Ανάλυση δεδομένων:* Τα δεδομένα αναλύθηκαν μέσω του στατιστικού προγράμματος SPSS.

## Αποτελέσματα- Συζήτηση

Η πλειοψηφία των ερωτηθέντων (86,6%) ήταν άντρες μέσης ηλικίας ( $M = 41,14$ ,  $\Sigma.Δ. = 8,31$ ) και εργαζόμενοι (78,2%). Το 47,8% είχε μηνιαίο εισόδημα μεταξύ 1.000€ - 2.000€, ενώ το 62,8% είχε ανώτερη εκπαίδευση. Η πλειοψηφία προπονούσαν σε εξωτερικούς χώρους (94,8%), 4 φορές την εβδομάδα ( $M = 4,0$ ,  $SD = 2,64$ ), με συνολική διάρκεια προπόνησης 14 ώρες ( $M = 14,10$ ,  $SD = 6,97$ ), ενώ η πρώτη τους συμμετοχή σε αγώνα ποδηλασίας είχε πραγματοποιηθεί σε ηλικία 32 χρόνων ( $M = 32,25$ ,  $SD = 12,22$ ).

Η πρόθεση συμμετοχής σε μελλοντικά ποδηλατικά γεγονότα ήταν υψηλή (86,8%). Η ανάλυση πολλαπλής παλινδρόμησης επιβεβαίωσε τις προτεινόμενες υποθέσεις. Η ελκυστικότητα του γεγονότος (Attractiveness of the Event - ATR), η συμμετοχή / ανάμειξη για την συνέχιση της συμμετοχής στην ποδηλασία (Involvement with Cycling - INV) και η ικανοποίηση από το συγκεκριμένο γεγονός (Satisfaction from the Event - SAT) βρέθηκε ότι έχουν σημαντική επίδραση στην πρόθεση να συμμετάσχουν και πάλι [ $R^2 = 0,492$ ,  $F(3, 148) = 42.852$ ]. Η αντίστοιχη εξίσωση ήταν:  $IP = 1,687 + 0,558 * ATR + 0,010 * INV + 0,108 * SAT$ . Όλοι οι συντελεστές ήταν σημαντικοί σε  $p < 0.001$ , εκτός από τον συντελεστή ικανοποίησης, ο οποίος ήταν σημαντικός σε  $p < 0.1$ . Η ελκυστικότητα ενός

ποδηλατικού γεγονότος, καθώς και ο βαθμός ανάμειξης / συμμετοχής που δείχνουν οι συμμετέχοντες στην ποδηλασία εξηγούν σχεδόν το ήμισυ της διακύμανσης στην πρόθεσή τους να επαναλάβουν την συμμετοχή τους.

## Συμπεράσματα

Καθοριστικοί παράγοντες για συμμετοχή σε ποδηλατικό αγώνα υπεραντοχής είναι η ελκυστικότητα του γεγονότος, η αναψυχή που αναμένουν να έχουν οι συμμετέχοντες και η ικανοποίησή τους από την συμμετοχή το εν λόγω γεγονός. Στην πρόθεση / προσπάθειά τους να καλλιεργήσουν την θετική συμπεριφορά και την ανταπόκριση των ποδηλατών, οι διοργανωτές / διευθυντές τέτοιων γεγονότων μπορούν να ωφεληθούν από τον προσδιορισμό των παραγόντων αυτών για να αναγνωρίσουν τα βασικά στοιχεία της διαδικασίας λήψης αποφάσεων των συμμετεχόντων, να βελτιστοποιήσουν την επικοινωνία μάρκετινγκ του γεγονότος που διοργανώνουν και να εμπλουτίσουν την εμπειρία που προκύπτει για τους συμμετέχοντες.

## Βιβλιογραφία

- Alexandris, K., Funk, D. C., & Pritchard, M. (2011). The impact of constraints on motivation, activity attachment, and skier intentions to continue. *Journal of Leisure Research*, 43(1), 56-79
- Funk, D., Jordan, J., Ridinger, L., & Kaplanidou, K. (2011). Capacity of mass participant sport events for the development of activity commitment and future exercise intention. *Leisure Sciences*, 33(3), 250-268.
- Koronios, K., Psiloutsikou, M., Kriemadis, A, Zervoulakos, P., & Leivaditi, E. (2015). Factors influencing future marathon running participation. *Proceedings of the 8<sup>th</sup> Annual Euromed Academy of Business Conference: "Innovation, Entrepreneurship and Sustainable Value Chain In A Dynamic Environment"*, Verona, Italy.
- Kulczycki, C., & Halpenny, E. A. (2014). Sport cycling tourists' setting preferences, appraisals and attachments. *Journal of Sport & Tourism*, (19)2, 169-197.
- Zingg, M., Knechtle, B., Rüst, C. A., Rosemann, T., & Lepers, R. (2013). Age and gender difference in non-drafting ultra-endurance cycling performance: The 'Swiss Cycling Marathon'. *Extreme Physiology & Medicine*, 2(1), 18-.....



## ΕΝΔΟΓΕΝΕΙΣ ΚΑΙ ΕΞΩΓΕΝΕΙΣ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΕΠΗΡΟΥΝ ΣΤΗ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΛΗΨΗΣ ΑΠΟΦΑΣΗΣ ΑΣΚΟΥΜΕΝΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΙΛΟΓΗ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ ΠΡΟΠΟΝΗΤΗ

Κεσανίδης, Θ., Αλεξανδρής, Κ., Μπαλάσκα, Π., & Καραγιώργος, Θ.

ΤΕΦΑΑ ΑΠΘ, Εργαστήριο Διοίκησης Αθλητισμού, Τουρισμού & Αναψυχής

### Περίληψη

Η προσωπική γύμναση (personal training) είναι ένα ολοκληρωμένο και αυστηρά εξειδικευμένο πρόγραμμα προπόνησης, αποτέλεσμα συνθετικής εργασίας πολλών επιστημονικών πεδίων, όπως της ψυχολογίας, προπονητικής, διαιτολογίας κτλ. Σκοπός της είναι η επίτευξη των προσωπικών στόχων κάθε ασκούμενου, σε συγκεκριμένο χρονικό διάστημα, με απόλυτη ασφάλεια. Η προσωπική γύμναση στην Ελλάδα ξεκίνησε τη δεκαετία του '90 και ο ρυθμός ανάπτυξής της είναι μεγάλος μέχρι σήμερα. Μεγάλη είναι και η αύξηση των προσωπικών προπονητών, γεγονός που έχει οδηγήσει στη μείωση του κόστους συμμετοχής. Στόχος της παρούσας έρευνας ήταν να διερευνηθούν οι προσδοκίες των ασκούμενων ως προς την προσωπική άσκηση, να εκτιμηθούν τα κριτήρια επιλογής του προσωπικού προπονητή και να διερευνηθούν οι διαφορές ως προς τα δημογραφικά χαρακτηριστικά σχετικά με τα κριτήρια επιλογής. Για τους σκοπούς της έρευνας διανεμήθηκαν και συλλέχθηκαν 120 ερωτηματολόγια στην Αθήνα και στην Θεσσαλονίκη. Στην 1<sup>η</sup> φάση της έρευνας πραγματοποιήθηκαν 15 συνεντεύξεις ανοιχτού τύπου για τα κίνητρα προσωπικής προπόνησης και για την επιλογή προσωπικού προπονητή, ενώ στη 2<sup>η</sup> φάση έγινε διανομή των ερωτηματολογίων είτε δια ζώσης, είτε διαδικτυακά, σε ασκούμενους που είχαν προηγούμενη εμπειρία προσωπικής προπόνησης. Χρησιμοποιήθηκε προσαρμοσμένο το ερωτηματολόγιο προσδοκιών - κινήτρων συμμετοχής (Manfredo et al., 2007). Για την ανάλυση των δεδομένων έγινε χρήση του στατιστικού προγράμματος SPSS. Μέσω της περιγραφικής στατιστικής προσδιορίστηκαν οι μέσοι όροι των τιμών της κάθε διάστασης, ενώ στη συνέχεια πραγματοποιήθηκε η ανάλυση αξιοπιστίας και εγκυρότητας των κλιμάκων. Περαιτέρω ανάλυση περιλάμβανε ANOVA (διπλή ανάλυση διακύμανσης), με τις ηλικιακές κατηγορίες και το φύλο να αποτελούν την ανεξάρτητη μεταβλητή και τα κριτήρια την εξαρτημένη. Από την πλευρά των ασκούμενων, οι προσδοκίες τους από τις υπηρεσίες των προσωπικών προπονητών καταγράφονται ως μεσαίες - χαμηλές. Η ικανοποίηση των προσδοκιών φαίνεται πως επιτυγχάνεται σε κάποιο βαθμό εκτός από τις δύο διαστάσεις (ασφάλεια της άσκησης, φυσική κατάσταση). Τα κριτήρια που αναμενόταν να είναι στις υψηλότερες θέσεις σημαντικότητας για τους ασκούμενους (επιστημονική προσωπική κατάρτιση και ασφάλεια) εμφάνισαν μεσαίες τιμές. Τα πιο σημαντικά κριτήρια για την επιλογή προσωπικού προπονητή ήταν: η ατομική καθαριότητα, η καλή διάθεση και η τήρηση των συνεδριών προπόνησης. Το αποτέλεσμα αυτό δηλώνει πως είτε ο προσωπικός προπονητής δεν είχε το ενδιαφέρον να επικοινωνήσει το πόσο σημαντική είναι η ατομική προπόνηση, είτε δεν είναι κατάλληλα εκπαιδευμένος να το κάνει. Ο ρόλος του προσωπικού προπονητή είναι καταλυτικός για τον καθορισμό κατάλληλων στόχων και προσδοκιών των ασκούμενων (Wayment, & Mcdonald, 2017). Μέσω κατάλληλων πρωτοκόλλων μπορούν οι προσωπικοί προπονητές να συμβάλουν στην επιτυχή επίτευξη ρεαλιστικά βραχυπρόθεσμων και μακροπρόθεσμων στόχων (Melton, Katula, & Mustian, 2010).

**Λέξεις - κλειδιά:** Προσωπική άσκηση, προσωπικός προπονητής.

## ΟΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΕΙΣ ΔΡΑΣΗΣ ΣΤΙΣ ΥΠΑΙΘΡΙΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΑΝΑΨΥΧΗΣ: ΜΙΑ ΠΡΩΤΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ

Καραγιώργος, Θ.,<sup>1</sup> Χατζηθωμάς, Λ.,<sup>2</sup> Αλεξανδρής, Κ.,<sup>1</sup> Κωνσταντινίδης, Κ.,<sup>3</sup> & Τσιρβούλης, Α.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> ΤΕΦΑΑ, ΑΠΘ

<sup>2</sup> Πανεπιστήμιο Μακεδονίας

<sup>3</sup> ΤΕΦΑΑ, ΕΚΠΑ

### Περίληψη

Τα τελευταία χρόνια, όλο και περισσότεροι τουρίστες συμμετέχουν σε δραστηριότητες υπαίθριας αναψυχής κατά τη διάρκεια του ταξιδιού τους (ΑΤΤΑ, 2016). Η τάση αυτή, συνδυαστικά με τις νέες τεχνολογίες, ώθησε τους αθλητικούς μάρκετερ να βελτιώσουν τις τεχνικές προώθησης και διαφήμισης των προσφερόμενων υπηρεσιών τους (Sander & Altobelli, 2011). Οι διαφημιστικές εκστρατείες οφείλουν να πληρούν ορισμένα κριτήρια, όπως να είναι μοναδικές, να προσελκύουν την προσοχή του δυνητικού ενδιαφερόμενου και να είναι σχετικές με το κοινό-στόχο (Joeng, 2008). Η «οπτική ρητορική» (visual rhetoric) αποτελεί μία προσέγγιση δημιουργίας διαφημίσεων που συνδυάζει μία εικόνα με ένα κείμενο ή χωρίς, ώστε να πείσει τον δυνητικό συμμετέχοντα να αγοράσει το προσφερόμενο προϊόν (Bulmer & Buchanan-Oliver, 2006). Η συγκεκριμένη τεχνική χρησιμοποιεί διάφορα τεχνικά μέσα (π.χ. κάμερες υψηλής ευκρίνειας, κ.ά.) που δίνουν έμφαση στην εικόνα, στις στρατηγικές ανάδειξης χαρακτήρων (π.χ., κάποιον να πράττει κάτι, διάσημα πρόσωπα, κλπ.) και στις λέξεις, ώστε να δημιουργήσει ένα πειστικό μήνυμα επικοινωνίας (Mulvey & Medina, 2003). Σκοπός της μελέτης αυτής ήταν η διερεύνηση της αποτελεσματικότητας των διαφημίσεων δράσης υπαίθριων δραστηριοτήτων συνδυαστικά με έναν επώνυμο τουριστικό προορισμό, ως προς την στάση για τη διαφήμιση, τη στάση για την επωνυμία και την πρόθεση για αγορά προβαλλόμενης υπηρεσίας. Η ερευνητική διαδικασία έγινε με τη μέθοδο του πειράματος, δημιουργώντας 4 διαφορετικές διαφημίσεις. Το δείγμα της έρευνας αποτέλεσαν 140 άτομα, χωρισμένα σε ισάριθμες ομάδες. Το εργαλείο μέτρησης ήταν μία μίξη των ερωτηματολογίων των Baker και Kennedy (1994) - *στάση για τη διαφήμιση* και των Geuens και Pelsmacker (1998) - *στάση για την επωνυμία*. Τα αποτελέσματα έδειξαν στατιστικά σημαντικές διαφορές μεταξύ των μεταβλητών. Συγκεκριμένα, οι εικόνες δράσης που συνδυάζονται με έναν επώνυμο προορισμό ενισχύουν την στάση έναντι της διαφήμισης και δημιουργούν θετική πρόθεση για την αγορά της επωνυμίας / προσφερόμενης υπηρεσίας. Συμπερασματικά, οι εταιρίες υπαίθριων δραστηριοτήτων θα πρέπει να συμπεριλάβουν εικόνες δράσης στις διαφημιστικές τους εκστρατείες με άμεσο στόχο την παρακίνηση για συμμετοχή των δυνητικών πελατών στα προσφερόμενα προγράμματα.

**Λέξεις - κλειδιά:** Διαφήμιση δράσης, οπτική ρητορική, υπαίθριες δραστηριότητες αναψυχής.

## ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΔΡΑΣΗΣ ΤΗΣ ΜΕΤΑΣΧΗΜΑΤΙΣΤΙΚΗΣ ΗΓΕΣΙΑΣ ΣΤΗΝ ΨΥΧΟΛΟΓΙΚΗ ΕΝΔΥΝΑΜΩΣΗ ΤΩΝ ΣΤΕΛΕΧΩΝ ΣΕ ΠΑΙΔΙΚΕΣ ΚΑΤΑΣΚΗΝΩΣΕΙΣ

Αντωνιάδης, Α.<sup>1</sup> & Ιωαννίδου, Ε.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Δήμος Νεάπολης - Συκεών

<sup>2</sup> ΤΕΦΑΑ, ΑΠΘ

### Περίληψη

Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν να διερευνήσει την επίδραση της μετασχηματιστικής ηγεσίας στην ψυχολογική ενδυνάμωση των στελεχών μεσαίου διοικητικού επιπέδου (κοινοτάρχες) και πρώτης γραμμής (ομαδάρχες) σε ιδιωτικές παιδικές κατασκηνώσεις. Ακόμη εξετάστηκε τυχόν διαφοροποίηση της επίδρασης αυτής μεταξύ κοινοταρχών και ομαδαρχών. Η αξιολόγηση της μετασχηματιστικής ηγεσίας έγινε με το ερωτηματολόγιο Multifactor Leadership Questionnaire (MLQ), των Bass και Avolio (1995). Η αξιολόγηση της ψυχολογικής ενδυνάμωσης έγινε με το ερωτηματολόγιο Psychological Empowerment Instrument της Spreitzer (1995). Δείγμα της έρευνας αποτέλεσαν 817 στελέχη ιδιωτικών παιδικών κατασκηνώσεων και συγκεκριμένα 669 στελέχη πρώτης γραμμής (ομαδάρχες) και 148 στελέχη μεσαίου διοικητικού επιπέδου (κοινοτάρχες). Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι: α) υπάρχει θετική σχέση μεταξύ της μετασχηματιστικής ηγεσίας και της ψυχολογικής ενδυνάμωσης των στελεχών, β) υπάρχει ισχυρή θετική σχέση μεταξύ της μετασχηματιστικής ηγεσίας και της ψυχολογικής ενδυνάμωσης στους/στις κοινοτάρχες και μέτρια θετική σχέση στους/στις ομαδάρχες. Επιπλέον, από τα αποτελέσματα ως προς τη σχέση μεταξύ των διαστάσεων της μετασχηματιστικής ηγεσίας: 1) χαρισματική ηγεσία, 2) εμπνευσμένη παρακίνηση, 3) εξατομικευμένη φροντίδα, 4) διανοητική διέγερση και της ψυχολογικής ενδυνάμωσης φαίνεται ότι η διάσταση «εμπνευσμένη παρακίνηση» είναι σημαντικότερη και στα δύο δείγματα. Η παρούσα έρευνα έχει θεωρητική και πρακτική αξία. Συνεισφέρει στην βαθύτερη κατανόηση της ποιότητας και των διαδικασιών της μετασχηματιστικής ηγεσίας και στην επίδρασή της στην ψυχολογική ενδυνάμωση των στελεχών που αποτελεί κρίσιμο παράγοντα της διαμόρφωσης της εργασιακής τους συμπεριφοράς. Λόγω της φύσης της εργασίας τους, η ψυχολογική ενδυνάμωση ιδιαίτερα των ομαδαρχών συμβάλλει σημαντικά στην οργανωτική αποτελεσματικότητα, την ικανοποίηση των κατασκηνωτών και την ανταγωνιστικότητα των ιδιωτικών παιδικών κατασκηνώσεων.

**Λέξεις - κλειδιά:** Μετασχηματιστική ηγεσία, ψυχολογική ενδυνάμωση, στελέχη ιδιωτικών παιδικών κατασκηνώσεων.

## ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΔΙΑΦΟΡΩΝ ΤΗΣ ΑΘΛΗΤΙΚΗΣ ΕΜΠΛΟΚΗΣ ΩΣ ΠΡΟΣ ΤΗΝ ΕΥΗΜΕΡΙΑ ΑΠΟ ΤΗΝ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΕ ΥΠΑΙΘΡΙΕΣ ΔΡΟΜΙΚΕΣ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ

Καραγιώργος, Θ.,<sup>1</sup> Κωνσταντινίδης, Κ.,<sup>2</sup> Ντοβόλη, Α.,<sup>1</sup> Αλεξανδρή, Κ.,<sup>1</sup> & Τσιρβούλης, Α.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> ΤΕΦΑΑ, ΑΠΘ

<sup>2</sup> ΤΕΦΑΑ, ΕΚΠΑ

### Περίληψη

Ένα από τα πιο δυναμικά και αναπτυσσόμενα τμήματα του αθλητικού τουρισμού, είναι οι αθλητικές διοργανώσεις που γίνονται σε αστικό και φυσικό περιβάλλον (Parent & Chappelle, 2017). Σύμφωνα με τους Scheerder και συν., (2015), το νέο μοντέλο του αθλητισμού (church model) χαρακτηρίζεται από μεγάλη μαζικότητα και πολλές διοργανώσεις, σε πολύ πυκνά χρονικά διαστήματα. Σήμερα, πολλοί προορισμοί και οργανισμοί διοίκησης και μάρκετινγκ τοπικών περιοχών προσπαθούν να υλοποιήσουν μία αθλητική διοργάνωση ώστε να τοποθετηθούν στην τουριστική αγορά και να πετύχουν ένα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα (Getz, 2014). Έχει γίνει πλέον σαφές ότι οι αθλητικές διοργανώσεις μικρής κλίμακας συμβάλλουν στην οικονομική και τουριστική ανάπτυξη των τοπικών κοινωνιών (Αλεξανδρή, 2018). Στην Ελλάδα, περισσότερα από 30.000 άτομα συμμετέχουν σε πάνω από 200 ορεινές αθλητικές διοργανώσεις. Σκοπός της παρούσας μελέτης ήταν να διερευνήσει τις διαφορές μεταξύ των ομάδων διαφορετικής εμπλοκής με το ορεινό τρέξιμο ως προς την βίωση της ευημερίας μέσω της συμμετοχής τους σε υπαίθριες διοργανώσεις μικρής κλίμακας. Το δείγμα αποτέλεσαν 281 Έλληνες ορεινοί δρομείς. Οι πλειοψηφία ήταν άνδρες (82%), απόφοιτοι ΑΕΙ (56%) και εργάζονταν στον ιδιωτικό τομέα (66,2%). Τα εργαλεία μέτρησης των κλιμάκων ήταν: α) Εμπλοκή (Beaton, Funk, Ridinger & Jordan, 2011) και β) Ευημερία (Kern, Waters, Adler & White, 2015). Οι αναλύσεις έγιναν με το στατιστικό πακέτο AMOS και SPSS. Τα αποτελέσματα έδειξαν στατιστικά σημαντικές διαφορές για όλες τις μεταβλητές και οι δείκτες της επιβεβαιωτικής ανάλυσης έδειξαν ότι οι δύο κλίμακες έχουν υψηλή εσωτερική αξιοπιστία (Cronbach alpha) και καλή συγκλίνουσα (CR, AVE) και αποκλίνουσα εγκυρότητα (MSV). Η πολυμεταβλητή ανάλυση της διακύμανσης (MANOVA) παρουσίασε στατιστικά σημαντικές διαφορές ανάμεσα στις ομάδες. Φαίνεται ότι τα διάφορα επίπεδα εμπλοκής συμβάλουν σε διαφορετικό βαθμό στην βίωση της ευημερίας μέσω της συμμετοχής. Το βασικό συμπέρασμα που προκύπτει είναι ότι οι οργανωτές αθλητικών διοργανώσεων θα πρέπει να λαμβάνουν υπόψη τα επίπεδα εμπλοκής των συμμετεχόντων, ώστε να διαμορφώνουν στρατηγικές προώθησης και επικοινωνίας σύμφωνα με την εμπειρία και τους στόχους που θέλει κάποιος να βιώσει.

**Λέξεις - κλειδιά:** Εμπλοκή, ευημερία, διοργανώσεις μικρής κλίμακας, ορεινό τρέξιμο.

## ΕΠΩΝΥΜΕΣ ΑΘΛΗΤΙΚΕΣ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ ΚΑΙ Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΟΥΣ ΣΤΗΝ ΤΟΠΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ: Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΩΝ ΑΓΩΝΩΝ ΔΡΟΜΟΥ ΤΟΥ ΝΟΜΟΥ ΛΑΡΙΣΑΣ

Γούλας, Α.

Τμήμα Μηχανικών Χωροταξίας, Πολεοδομίας & Περιφερειακής Ανάπτυξης  
Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας

### Περίληψη

Τα τελευταία χρόνια, οι τοπικές κοινωνίες προσπαθούν να δημιουργήσουν ένα νέο μοντέλο ανάπτυξης, το οποίο είναι κρίσιμο να αγγίζει τόσο την κοινωνική όσο και την οικονομική διάσταση. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί θεωρώντας ως κρίσιμα εργαλεία για την ανάπτυξη, τον πολιτισμό και την αθλητική δραστηριότητα, σε συνδυασμό με την ιστορική μνήμη των διαφόρων κοινωνιών. Η συγκεκριμένη πρακτική, με εργαλεία ανάπτυξης της τοπικής οικονομίας, τον πολιτισμό και τον αθλητισμό, είναι συνήθης σε μεγάλες ευρωπαϊκές πόλεις. Το κύριο θέμα της παρούσας ερευνητικής εργασίας είναι να εντοπίσει και να δημοσιεύσει ένα νέο μοντέλο τοπικής ανάπτυξης με βάση δύο βασικούς παράγοντες, τον πολιτισμό και τις επώνυμες αθλητικές διοργανώσεις. Για το λόγο αυτό θα μελετηθούν από το Νομό Λάρισας η περίπτωση του Ιπποκράτειου αγώνα δρόμου, καθώς και του ορεινού αγώνα Γεντίκι Trail. Ο Ιπποκράτειος αγώνας δρόμου, είναι μία αθλητική εκδήλωση με διεθνή εμβέλεια και συμμετοχή που έχει σημαντική επίδραση στην τοπική οικονομία και διοργανώνεται κάθε χρόνο στη πόλη της Λάρισας. Ο ορεινός αγώνας Γεντίκι Trail, διοργανώνεται σε ορεινό όγκο της Λάρισας, με εθνική εμβέλεια. Ωστόσο, για τις δύο αυτές διοργανώσεις τονίζεται ότι δεν υπάρχει μόνο η οικονομική διάσταση, αλλά και η πολιτιστική, καθώς επίσης και η διάσταση της υγείας. Για να μετρηθεί η επίδραση των δύο αυτών επώνυμων αθλητικών διοργανώσεων στην τοπική ανάπτυξη της πόλης της Λάρισας, έγινε ένα ερωτηματολόγιο το οποίο και διανεμήθηκε στους συμμετέχοντες στην κάθε εκδήλωση και στη συνέχεια αναλύθηκε στατιστικά. Τα αποτελέσματα της έρευνας από τους συγκεκριμένους αγώνες επιβεβαίωσαν τα πολλαπλά οφέλη για την κοινωνία της ευρύτερης περιοχής της Λάρισας τόσο σε οικονομικό επίπεδο, όσο και σε πολιτισμικό. Επιπλέον, για τις ανάγκες της παρούσας ερευνητικής εργασίας η βιβλιογραφική ανασκόπηση και η μελέτη παρόμοιων περιπτώσεων χρησιμοποιήθηκε.

**Λέξεις - κλειδιά:** Τοπική ανάπτυξη, επώνυμη αθλητική διοργάνωση, οικονομική ανάπτυξη, πολιτισμός.



## Η ΠΕΖΟΠΟΡΙΑ ΩΣ ΕΡΓΑΛΕΙΟ ΒΕΛΤΙΩΣΗΣ ΤΗΣ ΥΓΕΙΑΣ ΚΑΙ ΑΝΑΔΕΙΞΗΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΑΘΛΗΣΗΣ ΚΑΙ ΑΝΑΨΥΧΗΣ

**Μπισκανάκη, Φ.**

**Υπουργείο Παιδείας / ΠΕ.Κ.Ε.Σ Ηπείρου**

### Περίληψη

Μελέτες έχουν δείξει πως η πεζοπορία συνεισφέρει σημαντικά στη διατήρηση καλών επιπέδων υγείας σε ανθρώπους, ενώ μέσα από ομαδικές δραστηριότητες φαίνεται πως συμβάλει ουσιαστικά και σε επίπεδο ψυχολογικής υποστήριξης, αφού ενεργοποιεί τις κοινωνικές δεξιότητες των ατόμων. Όμως, η πεζοπορία δεν είναι μόνο ένας τρόπος άθλησης ή διασκέδασης. Μπορεί να αποβεί εξαιρετικά επωφελής και σε οικονομικό επίπεδο, λόγω του εύρους του κοινού που μπορεί να περιλάβει. Στόχος της εργασίας αυτής ήταν να αναδείξει το διπλό ρόλο της πεζοπορίας, η οποία - στην Ελλάδα τουλάχιστον - δεν αναγνωρίζεται όσο πρέπει. Η μεθοδολογία που χρησιμοποιήθηκε ήταν αυτή της βιβλιογραφικής ανασκόπησης. Η Ελλάδα είναι μία χώρα με εξαιρετικά κατάλληλο τοπίο για δραστηριότητες που σχετίζονται με την πεζοπορία, ωστόσο δεν τους έχει δοθεί η σημασία που πρέπει ούτε από τις τοπικές κοινωνίες, ούτε από το κράτος και τους φορείς του. Τα τελευταία χρόνια μόνο - συγκεκριμένα τις δύο τελευταίες δεκαετίες περίπου - έχουν δημιουργηθεί σύλλογοι, οι οποίοι υποστηρίζουν δραστηριότητες πεζοπορίας και δημιουργούν υποδομές που μπορούν να στηρίξουν την δραστηριότητα αυτή, όπως συμβαίνει σε άλλα κράτη της Ευρώπης. Η βελτίωση της υγείας μέσα από δραστηριότητες πεζοπορίας έχει διερευνηθεί και έχουν αποδειχθεί τα πολλαπλά της οφέλη για τον άνθρωπο. Ωστόσο, δεν έχουν διερευνηθεί ακόμα αρκετά τα οικονομικά οφέλη από την αξιοποίηση αυτής της δραστηριότητας στον τουριστικό τομέα. Η θεωρητική αλλά και πρακτική διερεύνηση ενός τέτοιου ζητήματος δεν είναι εύκολη υπόθεση, ωστόσο αξίζει να της δοθεί προσοχή, αφού ο τουριστικός τομέας γενικότερα και οι εναλλακτικές του μορφές ειδικότερα, έχουν παρουσιάσει ιδιαίτερη άνθιση τα τελευταία χρόνια.

**Λέξεις - κλειδιά:** Πεζοπορία, τουρισμός άθλησης και αναψυχής, υγεία.

## ΤΟ ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ ΤΩΝ ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΝΤΩΝ-ΟΥΣΩΝ, Η ΠΕΡΙΟΧΗ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ ΚΑΙ Ο ΤΥΠΟΣ ΤΩΝ ΔΙΑΚΟΠΩΝ ΠΟΥ ΕΠΙΛΕΓΕΤΑΙ

Υφαντίδου, Γ.,<sup>1</sup> Δαλάκης, Α.,<sup>2</sup> & Τζέτζης, Γ.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Ελληνικό Σχολείο Μόσχας

<sup>2</sup> ΤΕΦΑΑ, ΑΠΘ

<sup>3</sup> ΤΕΦΑΑ, ΔΠΘ

### Περίληψη

Οι διακοπές ενδιαφέρουν πάρα πολύ τους ανθρώπους, ανεξάρτητα από το φύλο, την θρησκεία, την οικογενειακή κατάσταση, το επάγγελμα, το οικονομικό επίπεδο, ή την διαφορετική χώρα καταγωγής τους. Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν να ελεγχθεί πόσο σημαντικός παράγοντας είναι το επίπεδο εκπαίδευσης και πόσο αυτός ο παράγοντας επηρεάζει την απόφαση σε επιλογές περιοχής διακοπών και σε τύπο διακοπών. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε από 01.01.2015 έως 31.12.2015. Μοιράστηκαν 3.070 ερωτηματολόγια σε τουρίστες της περιοχής της Ανατολικής Μακεδονίας και της Θράκης από 7 διαφορετικές χώρες, μεταφρασμένα στην γλώσσα του καθενός. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι όσον αφορά στην ερώτηση «ποια περιοχή της χώρας επιλέγετε για τις διακοπές σας;» τα αποτελέσματα έδειξαν ότι υπήρξε στατιστικά σημαντική επίδραση σε όλες τις περιοχές της χώρας που επέλεξαν οι τουρίστες ανεξάρτητα από το επίπεδο σπουδών που είχαν κατακτήσει. Επίσης, υπήρξε στατιστικά σημαντική επίδραση στις 3 από τις 7 ερωτήσεις σχετικά με τον τύπο διακοπών που επιλέγουν (ταξίδι φυσικού περιβάλλοντος [τοπία, θάλασσα, παραλία, νησιά κλπ.], φεστιβάλ και τέχνη, επίσκεψη σε φίλους και συγγενείς). Το διαφορετικό «επίπεδο σπουδών» φάνηκε να είναι πολύ σημαντικός παράγοντας, αφού ήταν διαφορετικός στις 6 από τις 7 φάσεις που ερευνήθηκαν στο σύνολο των συμμετεχόντων στην έρευνα, η πλειοψηφία των οποίων ήταν τριτοβάθμιας εκπαίδευσης (Α.Ε.Ι./Τ.Ε.Ι.) και έκαναν επιλογές διακοπών και σπορ επιδιώκοντας περισσότερες προϋποθέσεις προκειμένου να πραγματοποιήσουν συγκεκριμένες επιλογές. Το βασικό συμπέρασμα που προέκυψε είναι ότι οι άνθρωποι, ανεξάρτητα από το επίπεδο εκπαίδευσής τους επιθυμούν τις διακοπές και ο καθένας επιλέγει διαφορετικό τύπο διακοπών ανάλογα και με τα ερεθίσματα που έχει.

**Λέξεις - κλειδιά:** Τύπος διακοπών, περιοχή Ελλάδα, επίπεδο εκπαίδευσης.

## ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΠΕΡΙΠΕΤΕΙΑΣ: ΕΝΑΣ ΚΕΡΔΟΦΟΡΟΣ ΣΥΝΔΥΑΣΜΟΣ

**Καραγιάννης, Ν. Φ., Κώστα, Γ., Ρηγάλος, Δ., & Κωνσταντίνος, Α.**

**ΤΕΦΑΑ ΔΠΘ**

### Περίληψη

Ο τουρισμός στη χώρα στηρίζεται στον αρχαιολογικό πλούτο που διαθέτει και, λόγω των ευνοϊκών καιρικών συνθηκών και του περιβάλλοντος που τη χαρακτηρίζει, στο μοντέλο 4s (sea, sun, sand, sex). Πολλές τοποθεσίες αρχαιολογικού ενδιαφέροντος δέχονται κάθε χρόνο χιλιάδες επισκέπτες, καθιστώντας τον πολιτιστικό τουρισμό έναν από τους πυλώνες της οικονομίας. Τα τελευταία 50 χρόνια αναπτύσσεται και ο τουρισμός περιπέτειας, ο οποίος εντάσσεται στον τομέα των εναλλακτικών μορφών τουρισμού και προσελκύει τουρίστες με ειδικά ενδιαφέροντα. Μεγάλο μέρος του αποτελούν οι υπαίθριες δραστηριότητες που υλοποιούνται σε φυσικό περιβάλλον με σκοπό την ψυχαγωγία των συμμετεχόντων και την ενημέρωσή τους σχετικά με τον τόπο που βρίσκονται και όχι την επίτευξη κάποιου συγκεκριμένου στόχου. Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν να διερευνηθεί η δυνατότητα συνδυασμού του πολιτιστικού τουρισμού με τον τουρισμό περιπέτειας, ώστε να δημιουργηθεί ένα ελκυστικό και προσιτό τουριστικό μοντέλο. Η μεθοδολογία που χρησιμοποιήθηκε ήταν η ανασκόπηση της βιβλιογραφίας. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι ο συνδυασμός του πολιτιστικού τουρισμού με τον τουρισμό περιπέτειας είναι εφικτός και μπορεί να προσελκύσει τουριστικό κοινό ώστε να επιμηκύνει την περίοδο διαμονής του.

**Λέξεις - κλειδιά:** Υπαίθριες δραστηριότητες, πολιτιστικός τουρισμός, εναλλακτικός τουρισμός, τουρισμός περιπέτειας.

### Εισαγωγή

Σύμφωνα με τον Διεθνή Χάρτη Πολιτιστικού Τουρισμού (International Cultural Tourism Charter) (1999) ως πολιτιστικός τουρισμός ορίζεται «...οποιαδήποτε δραστηριότητα επιτρέπει στους επισκέπτες να έχουν την εμπειρία της ανακάλυψης τρόπων ζωής άλλων ανθρώπων, επιτρέποντάς τους να γνωρίσουν τα έθιμα, τις παραδόσεις, το φυσικό περιβάλλον, τις ιδέες τους και να έχουν πρόσβαση σε χώρους με αρχιτεκτονικό, ιστορικό και αρχαιολογικό ενδιαφέρον ή άλλου τύπου πολιτιστική αξία». Ο τουρισμός περιπέτειας ανήκει στο ευρύ φάσμα του εναλλακτικού τουρισμού και του τουρισμού ειδικών ενδιαφερόντων. Αναπόσπαστο μέρος του είναι οι υπαίθριες δραστηριότητες αναψυχής, οι οποίες εντάσσονται σε όλο φάσμα της επικινδυνότητας. Τουρισμός περιπέτειας ορίζεται, η δραστηριότητα αναψυχής που λαμβάνει χώρα σε έναν εξωτικό, δυσπρόσιτο προορισμό και χαρακτηρίζεται από ένα βαθμό ρίσκου για αυτόν που την πραγματοποιεί. Ο τουρισμός περιπέτειας προσφέρεται για να γνωρίσει κανείς βουνά, διεθνή ορειβατικά μονοπάτια, απότομα φαράγγια, κ.λπ. Με τον τουρισμό περιπέτειας επιτυγχάνεται η ανάδειξη του φυσικού τοπίου, των παραδοσιακών οικισμών, η προστασία της γλωρίδας και της πανίδας της περιοχής, χωρίς να διαταράσσονται οι περιβαλλοντικές ισορροπίες (Βενετσανοπούλου, 2006).

## Σκοπός της έρευνας

Σκοπός της έρευνας ήταν να διερευνηθεί η δυνατότητα συνδυασμού του πολιτιστικού τουρισμού με τον τουρισμό περιπέτειας, ώστε να δημιουργηθεί ένα ελκυστικό και προσιτό τουριστικό μοντέλο.

## Ανασκόπηση της βιβλιογραφίας

Ο πολιτιστικός τουρισμός αποτελεί το «παλαιότερο» από τα «νέα» τουριστικά φαινόμενα, καθώς οι άνθρωποι ταξίδευαν από πολύ παλιά για λόγους που σήμερα ονομάζουμε πολιτιστικούς, αλλά ποτέ δεν αναγνωρίστηκαν ως μία ξεχωριστή ομάδα ταξιδιωτών (McKercher & DuCros, 2002). Σε μία από τις πρώτες προσπάθειες εννοιολογικής οριοθέτησης αυτού του είδους τουρισμού ο Hall (1992, στον McKay, 2013, 32), τον χαρακτήρισε ως «...ένα ευρύ φάσμα υπαίθριων δραστηριοτήτων, με εμπορική, συχνά, διάσταση, που χαρακτηρίζονται από την αλληλεπίδραση με το φυσικό περιβάλλον, μακριά από το συνήθη τόπο διαμονής των συμμετεχόντων και που εμπεριέχουν στοιχεία κινδύνου. Εξ' ορισμού ο τουρισμός περιπέτειας εμπεριέχει ένα βαθμό κινδύνου, είτε πραγματικού είτε νοητού». Σύμφωνα με τον Lester (2004), θεμελιώδη κίνητρα για συμμετοχή αποτελούν η απόδραση από την στρεσογόνα καθημερινότητα, την πλήξη και την ανία, με την παράλληλη βίωση συναισθημάτων ζωντάνιας και ενεργητικότητας (Κυπραίος, 2017). Επιδίωξη στην τουριστική αγορά είναι η μετατροπή του παραδοσιακού τουρίστα σε ενεργό χρήστη της τουριστικής εμπειρίας στην οποία επιλέγει να συμμετάσχει (Κουθούρης, 2018). Για την προστασία από κάθε είδους φθορά και καταστροφή των μνημείων και χώρων παγκόσμιας κληρονομιάς η UNESCO συγκρότησε ειδική Συνθήκη, την οποία η Ελλάδα συνυπέγραψε το 1981 και ενέγραψε 18 μνημεία και τοποθεσίες στον Κατάλογο Παγκόσμιας Κληρονομιάς.

## Μεθοδολογία

Η μέθοδος που χρησιμοποιήθηκε για την επίτευξη του σκοπού της έρευνας ήταν η ανασκόπηση της βιβλιογραφίας μέσω διαδικτύου σχετικά με την επισκεψιμότητα 4 αρχαιολογικών χώρων, οι οποίοι έχουν υψηλή επισκεψιμότητα και λόγω των γεωγραφικών τους χαρακτηριστικών ενδείκνυνται και για κάποια υπαίθρια δραστηριότητα αναψυχής. Οι χώροι αυτοί ήταν η Ακρόπολη, το Σούνιο, οι Δελφοί και η Λίνδος της Ρόδου. Η επισκεψιμότητα τους για τον Ιούνιο του 2018 και τον Ιούνιο του 2019 ήταν 177.961 - 189.737 / 34.421 - 38.382 / 26.420 - 27.842 / 74.003 - 74.142 τουρίστες αντίστοιχα (Hellenic Statistical Authority, 2019).

## Γεωγραφικά χαρακτηριστικά και πιθανές υπαίθριες δραστηριότητες

Η Ακρόπολη και συγκεκριμένα ο Παρθενώνας αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα μνημεία Παγκόσμιας Κληρονομιάς. Είναι ναός που χτίστηκε προς τιμήν της θεάς Αθηνάς, προστάτιδας της πόλης της Αθήνας. Υπήρξε το αποτέλεσμα της συνεργασίας σημαντικών αρχιτεκτόνων και γλυπτών στα μέσα του 5<sup>ου</sup> π.Χ. αιώνα. Η εποχή της κατασκευής του συνταυτίζεται με τα φιλόδοξα επεκτατικά σχέδια της Αθήνας και της πολιτικής κύρους που ακολούθησε έναντι των συμμάχων της κατά την περίοδο της ηγεμονίας της στην Αρχαία Ελλάδα. Σε κοντινή απόσταση νοτιοδυτικά της Ακρόπολης βρίσκεται ο λόφος του Φιλοπάππου. Στη κορυφή του λόφου υπάρχει το μνημείο του Φιλοπάππου. Το μνημείο του Φιλοπάππου χρονολογείται στο 114-116 μ.Χ., κτίστηκε από τους Αθηναίους προς τιμή του μεγάλου

ευεργέτη της πόλης των Αθηνών, εξόριστου ηγεμόνα της Κομμαγηνής, Ιουλίου Αντιόχου Φιλοπάππου, που εγκαταστάθηκε στην Αθήνα και έγινε Αθηναίος πολίτης αναλαμβάνοντας δημόσια και θρησκευτικά αξιώματα (Υπουργείο Πολιτισμού και Αθλητισμού, 2012). Εκεί υπάρχει ένα πεδίο *αναρρίχησης βράχου* (*rock climbing*). Ο όρος αυτός χρησιμοποιείται και για αναρριχήσεις μικρής ή μεγάλης δυσκολίας που γίνονται σε μεμονωμένα συγκροτήματα μικρών ή μεγάλων βράχων, σε χαμηλά βράχια ή ορθοπλαγιές δίπλα στη θάλασσα, σε δρόμους, σε βράχια λατομείων κ.ά. (Ελληνική Ομοσπονδία Ορειβασίας - Αναρρίχησης, [www.eoaa.gr](http://www.eoaa.gr)).

Η Λίνδος είναι ένας από τους πιο δημοφιλείς προορισμούς της Ρόδου, ο οποίος συνδυάζει το φυσικό τοπίο με ιδιαίτερα μνημεία ([http://odysseus.culture.gr/h/3/gh351.jsp?obj\\_id=2383](http://odysseus.culture.gr/h/3/gh351.jsp?obj_id=2383)). Στο κάστρο της Ρόδου υπάρχει μεσαιωνική πόλη που περιβάλλεται από τείχη, στην οποία μπορεί κάποιος να κάνει πεζοπορία (*hiking*), μία δημοφιλή άσκηση που προάγει την φυσική κατάσταση και ταυτόχρονα είναι οικονομική, αφού δεν απαιτεί ιδιαίτερο εξοπλισμό (<http://www.abhc-of-hiking.com/what-is-hiking/what-is-hiking.asp>).

Οι Δελφοί ήταν αρχαία ελληνική πόλη όπου λειτουργούσε το ξακουστό μαντείο και ήταν το κέντρο της Δελφικής Αμφικτιονίας (<https://theancientwebgreece.wordpress.com/2017/09/22/>). Κατά την διάρκεια του χειμώνα οι τουρίστες μπορούν να συνδυάσουν την επίσκεψή τους στον αρχαιολογικό χώρο και στο Μουσείο με πλήθος υπαίθριων δραστηριοτήτων στον Παρνασσό (π.χ., σκι, snowboard, βόλτα με χιονορακέτες, ορειβατικό σκι ή και yoga στο χιόνι) (<https://onparnassos.gr/el/blog/oi-14-korifaies-drastiriotites-se-araxova-kai-parnasso>).

Στην περιοχή του Σουνίου Αττικής βρίσκεται ο αρχαίος ναός του Ποσειδώνα, η κατασκευή του οποίου χρονολογείται στις αρχές του 5<sup>ου</sup> π.Χ. αιώνα. Μία δραστηριότητα που μπορεί να γίνει στην περιοχή είναι το κανόε-καγιακ, όχι για την επίτευξη κάποιου ρεκόρ, αλλά για την ψυχαγωγία των συμμετεχόντων και την επίτευξη προσωπικών στόχων μέσω της ενεργής συμμετοχής τους ([http://maria.dionysos.tripod.com/kanoe\\_kagiak.htm](http://maria.dionysos.tripod.com/kanoe_kagiak.htm)).

## Συμπέρασμα

Ο συνδυασμός πολιτιστικών εκδρομών και υπαίθριων δραστηριοτήτων μπορεί να προσελκύσει περισσότερους τουρίστες, οι οποίοι θα παραμείνουν περισσότερο στον τόπο διαμονής τους.

## Βιβλιογραφία

- Buckley, R. (2001). *Adventure tourism*. International Center for Ecotourism Research, Griffith University, Gold Coast Australia.
- Βενετσανοπούλου Μ. (2006) Η Κρατική Συμβολή στον Τουρισμό. Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού. Ιστορική Εξέλιξη - Θεσμικό Πλαίσιο. Αθήνα: Interbooks.
- International Cultural Tourism Charter (1999). *Managing Tourism at Places of Heritage Significance*, p.1-2, Mexico.
- Κουθούρης, Χ. (2018). *Υπαίθριες δραστηριότητες αναψυχής - Ακραία αθλήματα*. Θεσσαλονίκη: Αφοί Κυριακίδη.
- Κυπραίος, Γ. (2017). *Αγγίζοντας τα όρια*. Αθήνα: Εκδόσεις ΔιΣΙΓΜΑ.



- Lester, J. (2004). Spirit, identity, and self in mountaineering. *Journal of Humanistic Psychology*, 1, 86-100.
- McKay, T. (2013). Adventure tourism: Opportunities and management challenges for SADC destinations. *Acta Academia*, 45(3), 30-62.
- McKercher, B. & DuCros, H. (2002). *Cultural tourism: The partnership between tourism and cultural heritage management*. New York, The Haworth Hospitality Press.
- Hellenic Statistical Authority (2019). Survey on museums and archaeological sites' attendance, June 2019, Press Release, Piraeus, 15 October.

### Ιστοσελίδες

- Delphi. Ανακτήθηκε στις 01.12.2019, από: <https://www.ancient.eu/delphi/>
- Ελληνικά Μνημεία Παγκόσμιας Κληρονομιάς. Ανακτήθηκε στις 30.11.2019, από: <http://odysseus.culture.gr/h/2/gh21.html>
- Υπουργείο Πολιτισμού και Αθλητισμού, (2012), Μνημείο Φιλοπάππου. Ανακτήθηκε στις 01.01.2020, από: [http://odysseus.culture.gr/h/2/gh251.jsp?obj\\_id=892](http://odysseus.culture.gr/h/2/gh251.jsp?obj_id=892)
- Ελληνική Ομοσπονδία Ορειβασίας και Αναρρίχησης (Περί Ορειβασίας – Ανάλυση, ερμηνεία, ορισμός, διαίρεση. Ανακτήθηκε στις 01.12.2019, από: [http://www.eooa.gr/wp-content/uploads/2010/07/peri\\_oreivasias.pdf](http://www.eooa.gr/wp-content/uploads/2010/07/peri_oreivasias.pdf)
- Τι είναι πεζοπορία. Ανακτήθηκε στις 01.12.2019, από: <http://www.abhc-of-hiking.com/what-is-hiking/what-is-hiking.asp>
- Υπουργείο Πολιτισμού και Αθλητισμού, (2012). Σούνιο, Ιστορικό. Ανακτήθηκε στις 01.12.2019, από: [http://odysseus.culture.gr/h/3/gh351.jsp?obj\\_id=2390](http://odysseus.culture.gr/h/3/gh351.jsp?obj_id=2390)
- Η ιστορία του κανόε – καγιάκ. Ανακτήθηκε στις 01.12.2019, από: [http://maria.dionysys.tripod.com/kanoe\\_kagiak.htm](http://maria.dionysys.tripod.com/kanoe_kagiak.htm)
- Λίνδος: Μία ακρόπολη δεσπάζει στο αρχιπέλαγος. Ανακτήθηκε στις 01.12.2019, από: <http://www.visitgreece.gr/el/destinations/lindos>
- Λίνδος, Ιστορικό. Ανακτήθηκε στις 01.12.2019, από: <http://www.visitgreece.gr/el/destinations/lindos>
- 14 κορυφαίες δραστηριότητες σε Αράχωβα και Παρνασσό. Ανακτήθηκε στις 01.12.2019, από: <https://onparnassos.gr/el/blog/oi-14-korifaies-drastiriotites-se-araxova-kai-parnasso%29>

## ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΝΟΜΙΚΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΑΘΛΗΤΙΚΗΣ ΑΝΩΝΥΜΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ: Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ ΠΑΕ ΠΑΟΚ

**Μαυρομάτης, Α.,<sup>1</sup> Γαργαλιάνος, Δ.,<sup>2</sup> & Αμούτζας, Κ.<sup>2</sup>**

<sup>1</sup> ΠΑΕ ΠΑΟΚ

<sup>2</sup> ΤΕΦΑΑ, ΔΠΘ

### Περίληψη

Το Νομικό Τμήμα μίας Αθλητικής Ανώνυμης Εταιρείας (ΑΑΕ) στελεχώνεται από εξειδικευμένους επιστήμονες και στηρίζει την συνολική λειτουργία της. Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν να διερευνήσει τα θέματα που απασχολούν το Νομικό Τμήμα μίας ΑΑΕ. Η μεθοδολογία που χρησιμοποιήθηκε ήταν αυτή της ανασκόπησης της σχετικής νομοθεσίας και βιβλιογραφίας και της προσωπικής εμπειρίας. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι το νομικό τμήμα είναι ένα από τα πλέον σημαντικά στη λειτουργία μίας ΑΑΕ και απαιτεί στελέχωση με εξειδικευμένους νομικούς που επιμορφώνονται διαρκώς.

**Λέξεις - κλειδιά:** Νομικό Τμήμα, Αθλητική Ανώνυμη Εταιρεία.

### Εισαγωγή

Στη σύγχρονη εποχή των επιστημών και της τεχνολογίας, το οικονομικό και κοινωνικό ενδιαφέρον για τον επαγγελματικό αθλητισμό αυξάνεται διαρκώς. Ως συνέπεια αυτού απαιτείται η καλύτερη δυνατή οργάνωση και η επιστημονική υποστήριξη της δραστηριότητας των επαγγελματικών αθλητικών ομάδων σε όλο τον κόσμο και συνακόλουθα των ΑΑΕ στην Ελλάδα σε όλα τα επίπεδα. Ένας από τους τομείς που αναπτύσσεται ραγδαία σε αυτό το πλαίσιο είναι η νομική επιστήμη και η οργάνωση νομικών τμημάτων στελεχωμένων με εξειδικευμένους επιστήμονες νομικούς στις επαγγελματικές ομάδες.

### Περιγραφή περιπτωσιακής μελέτης

Τα τελευταία χρόνια η ΠΑΕ ΠΑΟΚ έχει αναπτύξει Νομικό Τμήμα που στελεχώνεται από 3 νομικούς πλήρους απασχόλησης, οι οποίοι συνεπικουρούνται από εξειδικευμένους συνεργάτες σε ειδικούς κλάδους του δικαίου (ποινικό, φορολογικό κλπ.) που βρίσκονται στην Θεσσαλονίκη, στην Αθήνα, αλλά και το εξωτερικό. Η εξέλιξη αυτή προέκυψε από την αναγκαιότητα υποστήριξης της ΠΑΕ σε υψηλότατο επίπεδο σε μία σειρά δράσεων, που δεν εξαντλούνται σε αυτές που προσελκύουν το δημόσιο ενδιαφέρον (π.χ. εκδίκαση πειθαρχικών υποθέσεων στην ΕΠΟ ή την Super League).

### Σκοπός της έρευνας

Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν να διερευνήσει τα θέματα τα οποία απασχολούν το Νομικό Τμήμα μίας ΑΑΕ.

## Μεθοδολογία

Η μεθοδολογία που χρησιμοποιήθηκε ήταν αυτή της ανασκόπησης της σχετικής νομοθεσίας και βιβλιογραφίας και της προσωπικής εμπειρίας.

## Αποτελέσματα- Συζήτηση

Τα αποτελέσματα της έρευνας έδειξαν ότι το Νομικό Τμήμα μίας ΑΑΕ αντιμετωπίζει και διαχειρίζεται τις ακόλουθες κατηγορίες θεμάτων:

- Οργάνωση της λειτουργίας της εταιρείας (Διοικητικό Συμβούλιο, Γενική Συνέλευση, Μέτοχοι, Μετοχικό Κεφάλαιο, Οικονομικός Έλεγχος από Ορκωτούς Λογιστές και το Υπουργείο Ανάπτυξης κλπ.).
- Συμβάσεις τακτικού προσωπικού και ειδικών κατηγοριών συνεργατών (π.χ., ποδοσφαιριστές, προπονητές, επιστημονικό προσωπικό, ειδικοί συνεργάτες κλπ.).
- Συμβάσεις με άλλες ομάδες για μεταγραφές ποδοσφαιριστών.
- Συμβάσεις άλλων κατηγοριών (χορηγικές, τηλεοπτικά δικαιώματα, προμήθειες εξοπλισμού / υλικών, κλπ.).
- Υποστήριξη της λειτουργίας του ποδοσφαιρικού τμήματος και των Ακαδημιών για την ορθή εφαρμογή των κανονισμών των εθνικών και διεθνών ποδοσφαιρικών αρχών.
- Υποστήριξη των ποδοσφαιριστών και των προπονητών σε θέματα εισόδου στην χώρα (βίζες, άδειες παραμονής) και διαμονής αυτών και των οικογενειών τους (μίσθωση κατοικιών, κλπ.).
- Υποστήριξη της οργάνωσης ποδοσφαιρικών αγώνων και λοιπών εκδηλώσεων της ΠΑΕ.
- Υποστήριξη της εκπροσώπησης της ΠΑΕ σε εθνικούς φορείς (π.χ., ΕΠΟ, Super League, Επιτροπή Επαγγελματικού Αθλητισμού, κλπ.).
- Υποστήριξη της εκπροσώπησης της ΠΑΕ σε διεθνείς φορείς (π.χ., UEFA, FIFA, ECA, κλπ.).
- Υποστήριξη της φορολογικής και ασφαλιστικής λειτουργίας της ΠΑΕ.
- Χειρισμός θεμάτων που έχουν σχέση με τους συνδέσμους φιλάθλων και τις οργανωμένες μετακινήσεις.
- Επαφές με δημόσιες αρχές (Υπουργεία, Γενική Γραμματεία Αθλητισμού, Δήμος, Περιφέρεια, Εφορία, Επιθεώρηση Εργασίας κλπ.).
- Υποθέσεις στα δικαιοδοτικά όργανα του αθλητισμού (πειθαρχικές υποθέσεις, επίλυση οικονομικών διαφορών κλπ.).
- Υποθέσεις που εκδικάζονται στα πολιτικά, ποινικά και διοικητικά δικαστήρια.

## Συμπέρασμα

Οι πολυάριθμες διατάξεις που εφαρμόζονται κατά περίπτωση (νομοθετικές και αθλητικές, που συχνά συγκρούονται), η συνεχής ανανέωσή τους (ειδικά οι κανονισμοί των αθλητικών ομοσπονδιών τροποποιούνται κάθε χρόνο) και οι συχνά σοβαρές κυρώσεις σε περίπτωση μη τήρησής τους, σε συνδυασμό με την ανάγκη δημιουργίας και διατήρησης ευπρόσωπης παρουσίας της ΠΑΕ, αντάξιας του ονόματος και τις ιστορίας της, στις συναλλαγές με τρίτους (αρχές, άλλες ομάδες, ποδοσφαιριστές, προπονητές, στελέχη, φίλαθλοι κλπ.) επιβάλλουν την απόλυτα συντονισμένη λειτουργία του νομικού

τμήματος της ΠΑΕ και την συνεργασία του με τη διοίκηση και τα άλλα τμήματα και το καθιστούν ένα βασικό μηχανισμό υποστήριξης, ανάπτυξης και προόδου όχι μόνο μέσα στα γήπεδα, αλλά και στην ευρύτερη κοινωνία.

## Βιβλιογραφία

- Νόμος 2725/1999 (ΦΕΚ Α-121/17.06.1999) (Κωδικοποιημένος), Ερασιτεχνικός και επαγγελματικός αθλητισμός και άλλες διατάξεις.
- Νόμος 4049/2012 (ΦΕΚ Α-35/23.02.2012), Αντιμετώπιση της βίας στα γήπεδα, του ντόπινγκ, των προσυνηνομένων αγώνων και λοιπές διατάξεις.
- Νόμος 4373/2016 (ΦΕΚ Α-49/01.04.2016), Αναγκαίες ρυθμίσεις για την εναρμόνιση της ελληνικής νομοθεσίας με το νέο Κώδικα Αντιντόπινγκ του Παγκόσμιου Οργανισμού Αντιντόπινγκ και άλλες διατάξεις.
- Νόμος 4603/2019 (ΦΕΚ Α-48/14.03.2019), Επιτροπή επαγγελματικού αθλητισμού και άλλες διατάξεις.
- Νόμος 4639/2019 (ΦΕΚ Α-185/22.11.2019), Κύρωση της Σύμβασης του Συμβουλίου της Ευρώπης που υπογράφηκε στο Magglingen/Macolin στις 18 Σεπτεμβρίου 2014, σχετικά με τη χειραγώγηση των αθλητικών αγώνων, επείγοντα μέτρα για την αντιμετώπιση της βίας στον αθλητισμό, μετατροπή της Ελληνικής Ολυμπιακής Επιτροπής σε Ν.Π.Ι.Δ., κύρωση του νέου καταστατικού αυτής και άλλες διατάξεις.
- Νόμος 4548/2018 (ΦΕΚ Α-104/13.06.2018), Αναμόρφωση του δικαίου των ανωνύμων εταιρειών.
- Καταστατικό και κανονισμοί ΕΠΟ. Ανακτήθηκε στις 28.12.2019, από: [https://www.epo.gr/media/files/KATASTATIKO\\_KANONISMOI/2018\\_2019/KATASTATIKO\\_EP\\_O\\_2018.pdf](https://www.epo.gr/media/files/KATASTATIKO_KANONISMOI/2018_2019/KATASTATIKO_EP_O_2018.pdf)
- FIFA Statutes. Ανακτήθηκε στις 29.12.2019, από: <https://resources.fifa.com/image/upload/fifa-statutes-5-august-2019-en.pdf?cloudid=ggyamhxxv8jrdfbekrrm>
- UEFA Statutes. Ανακτήθηκε στις 29.12.2019, από: [https://www.uefa.com/MultimediaFiles/Download/uefaorg/General/02/54/12/62/2541262\\_DOWNLOAD\\_OAD.pdf](https://www.uefa.com/MultimediaFiles/Download/uefaorg/General/02/54/12/62/2541262_DOWNLOAD_OAD.pdf)
- CAS Statutes. Ανακτήθηκε στις 30.12.2019, από: <https://www.tas-cas.org/en/icas/code-statutes-of-icas-and-cas.html>

## ΤΟ ΤΡΙΤΟ ΦΥΛΟ ΣΤΟΝ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟ

Πουλακίδας, Δ.,<sup>1</sup> Χατζηαντωνίου, Δ.,<sup>2</sup> Μαντζώρου, Ε.,<sup>3</sup> & Γαργαλιάνος, Δ.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> ΤΕΦΑΑ, ΔΠΘ

<sup>2</sup> Νομική, ΔΠΘ

<sup>3</sup> ΤΟΔΑ, Πανεπιστήμιο Πελοποννήσου

### Περίληψη

Στην ιστορία του παγκόσμιου αθλητισμού υπήρξαν αρκετές περιπτώσεις αθλητών / αθλητριών που λόγω των διαφορών στην σεξουαλική τους ανάπτυξη (DSD) δεν ήταν εύκολη η κατάταξή τους σε κάποιο από τα δύο φύλα, γεγονός που έθετε ερωτήματα σχετικά τόσο με τη διάκριση των φύλων στον αθλητισμό, όσο και για την προάσπιση των ανθρωπίνων δικαιωμάτων. Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν η διερεύνηση των περιπτώσεων των ερμαφρόδιτων αθλητών / αθλητριών και των επιδόσεών τους από το 1934, οπότε εμφανίστηκε η πρώτη περίπτωση ερμαφρόδιτης αθλήτριας, της Τσέχας Ζντένκα Κούμπκοβα, έως την πολύκροτη υπόθεση της Νοτιοαφρικανής αθλήτριας Κάστερ Σεμένια. Η μεθοδολογία που χρησιμοποιήθηκε ήταν αυτή της ανασκόπησης της βιβλιογραφίας και η μελέτη των δικαστικών αποφάσεων - σταθμών στο θέμα. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι από το 2009, οπότε και πρωταγωνιστεί στα αθλητικά δρώμενα η Σεμένια, αλλά και δυνάμωσε η κοινότητα ΛΟΑΤΚΙ, έγινε αισθητό το κενό που υπήρχε στην παγκόσμια αθλητική τάξη σε σχέση με το νομικό και το βιολογικό φύλο. Το γενικό συμπέρασμα ήταν ότι το τρίτο φύλο πρέπει να αντιμετωπίζεται ως βασικό χαρακτηριστικό της προσωπικότητας και η μη αναγνώρισή του θέτει ζήτημα προσβολής του δικαιώματος στον αθλητισμό, στον πρωταθλητισμό, στην εργασία και τελικά στο σύνολο των ανθρωπίνων δικαιωμάτων.

**Λέξεις - κλειδιά:** Κάστερ Σεμένια, τρίτο γένος, τρίτο φύλο, CAS, ethics, ανθρώπινα δικαιώματα, DSD αθλητές, κοινωνική συμπεριφορά.

### Εισαγωγή

Διαχρονικά ο αθλητισμός αποτελεί έναν από τους βασικούς κοινωνικούς τομείς καταπολέμησης του ρατσισμού και των διακρίσεων παγκοσμίως και παρακολουθεί το αντιρατσιστικό κίνημα από τον Τζέσι Όουενς που διακρίθηκε στους Ολυμπιακούς Αγώνες στο Βερολίνο, το 1936, έως τον Αλγερινό πρόσφυγα Ζινεντίν Ζιντάν, ο οποίος με την Εθνική Ομάδα της Γαλλίας κατέκτησε το Παγκόσμιο Κύπελλο, το 1998 (Murro, 2010). Ωστόσο, συχνά οι διαφορές και οι διακρίσεις γίνονται αιτία αντιπαραθέσεων. Η Νοτιοαφρικανή αθλήτρια Κάστερ Σεμένια έγινε γνωστή στον αθλητικό κόσμο το 2008, όταν στο Βερολίνο αναδείχθηκε πρωταθλήτρια κόσμου στα 800 μ. Η IAAF της επέβαλε διαδικασία εξακρίβωσης φύλου και ορμονοθεραπεία, αφού τα επίπεδα τεστοστερόνης στον οργανισμό της ήταν στα ανδρικά επίπεδα. Η ερώτηση για το αν τελικά η Σεμένια είναι γυναίκα και μπορεί να συναγωνίζεται γυναίκες έχει αναλυθεί εκτενώς και έχει κάνει πολυπλοκότερη την έννοια της δίκαιης συμμετοχής και του ίσου ανταγωνισμού, αφού μία γυναίκα που εκκρίνει υψηλότερα επίπεδα τεστοστερόνης έχει πλεονέκτημα έναντι των άλλων γυναικών. Από την άλλη πλευρά, όμως, είναι άδικο



μία έφηβη από την Αφρική, που δεν γνωρίζει για την γενετική της κατάσταση, να αποκλείεται από ένα πανανθρώπινο αθλητικό δρώμενο, όπως οι Ολυμπιακοί Αγώνες (Cooky, 2013).

Πολλές φορές οι αθλητικές ομοσπονδίες, αναγκάζονται να εξισορροπήσουν τον δίκαιο συναγωνισμό και τις ίσες ευκαιρίες, που η ισχύουσα lex sportiva τοποθετεί ως βασική προτεραιότητα, σε βάρος της ατομικότητας και της διαφορετικότητας των αθλητών. Το γεγονός αυτό έχει συχνά ως αποτέλεσμα οι αθλητές να διαφοροποιούν την ταυτότητά τους προκειμένου να μπορούν να συμμετέχουν σε διεθνείς αγώνες, καταστρατηγώντας με τον τρόπο αυτό το αθλητικό ιδεώδες (Crincoli, 2010).

### **Σκοπός της έρευνας**

Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν η διερεύνηση των περιπτώσεων των ερμαφρόδιτων αθλητών / αθλητριών και η αντιμετώπισή τους από τις διεθνείς αθλητικές ομοσπονδίες και το Διαιτητικό Δικαστήριο (CAS).

### **Μεθοδολογία**

Για την επίτευξη του σκοπού της έρευνας χρησιμοποιήθηκε η μέθοδος της ανασκόπησης της σχετικής βιβλιογραφίας και η μελέτη δικαστικών αποφάσεων – σταθμών που αφορούν στο τρίτο φύλο στον αθλητισμό.

### **Αποτελέσματα - Συζήτηση**

Το τεστ εξακρίβωσης του φύλου εφαρμόστηκε πρώτη φορά στους Ολυμπιακούς Αγώνες του Μεξικό, το 1968, και η διαδικασία άλλαξε το 1999 (Elsas, 2000), αλλά ερμαφρόδιτοι αθλητές παρουσιάστηκαν αρκετά πριν. Η Τσεχοσλοβάκα Ζντένκα Κούμπκοβα παραιτήθηκε από την Ομοσπονδία της χώρας της και από τον αθλητισμό, όταν αρνήθηκε να συμμετάσχει σε ιατρική εξέταση που αποτελούσε μέρος μίας επιστημονικής μελέτης σχετικά με τις επιπτώσεις του αθλητισμού στα σώματα των γυναικών, θέτοντας υπό αμφισβήτηση το παγκόσμιο ρεκόρ της στα 800 μ. στο Παγκόσμιο Πρωτάθλημα Γυναικών στο Λονδίνο, το 1934. Η πρώτη αθλήτρια που υποβλήθηκε σε τεστ εξακρίβωσης ήταν η Πολωνή Εύα Κλομπουκόφσκα, η οποία κέρδισε 2 μετάλλια στους Ολυμπιακούς Αγώνες της Ιαπωνίας, το 1964, και της απαγορεύτηκε η συμμετοχή σε επαγγελματικούς αγώνες, παρά το γεγονός ότι η σπάνια χρωμοσωμική της ανωμαλία δεν της προσέδιδε κάποιο πλεονέκτημα έναντι των συναθλητριών της. Το 1968, χρονιά στην οποία υποβλήθηκε σε τεστ αξιολόγησης φύλου και χαρακτηρίστηκε ως ένα χρωμοσωμικό αρσενικό, γέννησε ένα υγιέστατο παιδί. Ακολούθησε η Αυστριακή Έρικα Σίνεγκερ, η οποία κέρδισε το χρυσό μετάλλιο στο Παγκόσμιο Πρωτάθλημα Σκι, στη Χιλή, το 1966, και κατά την διάρκεια των χειμερινών Ολυμπιακών Αγώνων, στην Γκρενόμπλ της Γαλλίας, το 1968, υποβλήθηκε σε έλεγχο φύλου, όπου διαπιστώθηκε ότι μέσα της αναπτυσσόταν και αρσενικό μόριο (Bianchi, 2017).

Επίσης, υπάρχουν οι περιπτώσεις: α) της Βραζιλιάνας Έντα ντα Σίλβα (τζούντο) που γεννήθηκε με αρσενικά και θηλυκά γεννητικά όργανα και συμμετείχε στους Ολυμπιακούς Αγώνες της Ατλάντα, το 1996, και του Σύδνεϋ, το 2000, χωρίς να καταφέρει να κερδίσει μετάλλιο, β) της Ινδής αθλήτριας στίβου Πρίμα Πράμανικ, που το Νοέμβριο του 2012 αποδείχτηκε ότι ήταν άνδρας, γ) της Ινδής σπρίντερ Ντούτε Τσαντ, η οποία κατέθεσε έφεση στο CAS για τον ισόβιο αποκλεισμό της από τη δράση λόγω αυξημένων επιπέδων τεστοστερόνης στον οργανισμό της, έγινε η πρώτη αθλήτρια που

εναντιώθηκε δικαστικά στους ρυθμιστικούς κανονισμούς της IAAF και τελικά δικαιώθηκε τον Οκτώβριο του 2014 και δ) της Καναδής Ρέιτσελ ΜακΚίνον, της πρώτης τρανς γυναίκας που κατέκτησε παγκόσμιο τίτλο στην ποδηλασία. Από το 2004, η ΔΟΕ επέτρεψε στους τρανς αθλητές να συμμετέχουν στους Ολυμπιακούς Αγώνες αν είχαν πραγματοποιήσει επεμβάσεις αλλαγής φύλου, ενώ επιστημονική έρευνα που είχε πραγματοποιηθεί το 2015 δικαίωνε την τρανς κοινότητα, καθώς τα αποτελέσματά της δεν έδιναν κάποια πλεονεκτήματα στις τρανς γυναίκες, έναντι των μη τρανς.

Συνέχεια αυτών των υποθέσεων αποτέλεσε η Κάστερ Σεμένια, η οποία πάσχει από υπερανδρογονισμό, δηλαδή ο οργανισμός της παράγει περισσότερη τεστοστερόνη από τη μέση αθλήτρια. Το 99% των γυναικών παράγει 0,12 με 1,79 νανογραμμομόρια ανά λίτρο αίματος στον οργανισμό τους, ενώ άτομα με διαφορές στη σεξουαλική ανάπτυξη βρίσκονται πιο κοντά στους άντρες, που παράγουν από 7,7 μέχρι 29,4 νανογραμμομόρια ανά λίτρο (Fox, 2015). Με απόφαση που εξέδωσε στις 01.05.2019, η IAAF προσδιόρισε ότι για να μπορεί η Σεμένια και κάθε αθλήτρια DSD να συμμετάσχει σε συγκεκριμένα αγωνίσματα πρέπει η παραγωγή ενδογενούς τεστοστερόνης να είναι κάτω από τα 5 νανογραμμομόρια ανά λίτρο. Η Σεμένια δεν μπορεί να αγωνίζεται ως γυναίκα, αλλά ούτε ως άνδρας, αφού η 165 σελίδων απόφαση απαιτεί «...οι αθλητές με στοιχεία ερμαφροδιτισμού οφείλουν να αποδεχθούν το φύλο με το οποίο ταυτοποιήθηκαν στη γέννα». Εάν θέλει να συνεχίσει να αγωνίζεται η μόνη της επιλογή είναι να αποδεχθεί την «διόρθωση» της φύσης της με μία ισχυρή ορμονοθεραπεία, που οι επιστήμονες δεν υπόσχονται πως δεν θα βλάψει την υγεία της. Για να μπορούν τα DSD άτομα να συμμετέχουν σε αγώνες στίβου υπό την αιγίδα της IAAF πρέπει να ρυθμίσουν τις τιμές των ορμονών τους

Άξιο προσοχής είναι και το γεγονός ότι η ΔΟΕ δέχεται επιλεκτικά τις βιολογικές ανωμαλίες. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η δυσμορφία του Αμερικανού Ολυμπιονίκη Μάικλ Φελπς, ο οποίος έχει ψηλό κορμό και κοντά πόδια και άνοιγμα χεριών ίσο με τρεις φορές το ύψος του (Cooper, 2010).

Ενδιαφέρον είναι το γεγονός ότι η απόφαση του CAS έρχεται σε αντίθεση με την υπ' αριθ. ΑΖ. 1 ΒνR 2019/16 απόφαση του Ομοσπονδιακού Συνταγματικού Δικαστηρίου της Καρλσρούης που αναγνωρίζει και τρίτο φύλο, εκτός από το ανδρικό και το γυναικείο, με βάση το συνταγματικά κατοχυρωμένο δικαίωμα στην προσωπικότητα, προστατεύοντας τη διεμφυλική ταυτότητα στην κοινωνική σφαίρα και μάλιστα με ισχυρή πλειοψηφία 7 προς 1. Ερώτημα γεννάται από το γεγονός ότι στη γερμανική έννομη τάξη αναγνωρίζεται το τρίτο φύλο και συνεπώς αναγνωρίζεται και από τις γερμανικές αθλητικές ομοσπονδίες, ενώ από τις παγκόσμιες αθλητικές ομοσπονδίες όχι. Τι θα συμβεί όταν ένας Γερμανός αθλητής, στο πιστοποιητικό γέννησης του οποίου θα αναγράφεται «τρίτο φύλο» προκριθεί να συμμετάσχει στους Ολυμπιακούς Αγώνες; Σε ποια κατηγορία θα αγωνιστεί; Αυτά τα ερωτήματα θα κληθεί να απαντήσει στο όχι και τόσο μακρινό μέλλον ο αθλητικός κόσμος και οι αρμόδιοι φορείς.

## **Συμπεράσματα**

Από τα παραπάνω συνάγεται ότι διακυβεύεται το δικαίωμα κάθε ανθρώπου να κάνει αθλητισμό και τίθενται υπό αμφισβήτηση το σώμα των γυναικών, η ευημερία τους, η δυνατότητά τους να κερδίζουν τα προς το ζην, η ιδιωτικότητά τους και η αίσθηση ότι ανήκουν στον κόσμο (Nyong'o, 2010). Σε κάθε λύση που επιχειρήθηκε μέχρι σήμερα, με αποκορύφωμα την απόφαση του CAS κατά της Σεμένια, τα προσωπικά δικαιώματα και δεδομένα καταστρατηγούνται με το επιχείρημα της ίσης μεταχείρισης, η οποία θα υπάρξει όταν τελικά αντί να αναζητείται ο ορισμός του άνδρα και της γυναίκας να

αναζητηθούν τα στοιχεία που δίνουν «άδικο πλεονέκτημα» στους αθλητές (Camporesi, 2010). Μία λύση στο πρόβλημα θα μπορούσε να είναι η θέσπιση ενός συντελεστή δυσκολίας σε ορισμένα αθλήματα για τους αθλητές με ορμονικές διαταραχές αντίστοιχος με αυτόν των καταδύσεων, των ασκήσεων εδάφους και των ποινών της Formula 1, διαφυλάσσοντας έτσι τόσο το δικαίωμα στον αθλητισμό, όσο και τον δίκαιο ανταγωνισμό.

## Βιβλιογραφία

- Bianchi, A. (2017). Transgender women in sport. *Journal of the Philosophy of Sport*, 44(2), 229-242.
- Camporesi, S., & Maugeri, P. (2010). Caster Semenya: Sport, categories and the creative role of ethics. *Journal of Medical Ethics*, 36(6), 378-379.
- Cooky, C., & Dworkin, S. L. (2013). Policing the boundaries of sex: A critical examination of gender verification and the Caster Semenya controversy. *Journal of Sex Research*, 50(2), 103-111.
- Cooky, C., Dycus, R., & Dworkin, S. L. (2013). "What Makes a Woman a Woman?" vs "Our First Lady of Sport": A comparative analysis of the United States and the South African media coverage of Caster Semenya. *Journal of Sport & Social Issues*, 37(1), 31-56.
- Cooper, E. J. (2010). Gender testing in athletic competitions-human rights violations: Why Michael Phelps is praised and Caster Semenya is chastised. *Journal of Gender, Race & Justice*, 14, 233-264.
- Crincoli, S. M. (2010). You can only race if you can't win: The curious cases of Oscar Pistorius & Caster Semenya. *Texas Review of Entertainment & Sports Law*, 12, 133A, 187.
- Elsas, L. J., Ljungqvist, A., Ferguson-Smith, M. A., Simpson, J. L., Genel, M., Carlson, A. S., & Ehrhardt, A. A. (2000). Gender verification of female athletes. *Genetics in Medicine*, 2(4), 249-254.
- Fox, M. J. (2015). Gender as an 'Interplay of Rules': Detecting epistemic interplay of medical and legal discourse with sex and gender classification in four editions of the Dewey Decimal Classification. Doctoral dissertation, University of Wisconsin-Milwaukee.
- Larson, S. (2011). Intersexuality and gender verification tests: The need to assure human rights and privacy. *Pace International Law Review*, 23, 215-248
- Murro, B. (2010). Caster Semenya: Gods and monsters. *Safundi: The Journal of South African & American Studies*, 11(4), 383-396.
- Nyong'o, T. (2010). The unforgivable transgression of being Caster Semenya. *Women & Performance: A Journal of Feminist Theory*, 20(1), 95-100.
- Schultz, J. (2011). Caster Semenya and the "question of too": Sex testing in elite women's sport and the issue of advantage. *Quest*, 63(2), 228-243.
- Wonkam, A., Fieggen, K., & Ramesar, R. (2010). Beyond the Caster Semenya controversy: The case of the use of genetics for gender testing in sport. *Journal of Genetic Counseling*, 19(6), 545-548.
- Federal Constitutional Court, Protection of gender identity & general right of personality (2016) Az. 1 BvR 2019/16, Karlsruhe.
- Court of Arbitration for Sports, Mokgadi Caster Semenya vs International Association of Athletics Federations & Athletics South Africa vs International Association of Athletics Federations (2018) CAS 2018/O/5794 & CAS 2018/O/5798, Lausanne.

## Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΟΥ ΕΥΡΩΠΑΙΚΟΥ ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΥ 2016/679/ΕΕ (GDPR) ΣΤΗ ΜΕΤΑΓΡΑΦΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΣΤΟ ΠΟΔΟΣΦΑΙΡΟ

Πουλακίδας, Δ.,<sup>1</sup> Χατζηαντωνίου, Δ.,<sup>2</sup> Μπιτσάκος, Αθ.,<sup>3</sup> & Γαργαλιάνος, Δ.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> ΤΕΦΑΑ, ΔΠΘ

<sup>2</sup> Νομική Σχολή, ΔΠΘ

<sup>3</sup> Νομική Σχολή, ΕΚΠΑ

### Περίληψη

Στην ευρωπαϊκή έννομη τάξη η προστασία των προσωπικών δεδομένων έχει ρυθμιστεί από το 1995. Με την εισαγωγή του Κανονισμού 2016/679/ΕΕ (GDPR), η σχετική νομοθεσία αυστηροποιήθηκε, επενεργώντας βαθιά σε όλους τους τομείς της κοινωνικής ζωής, περιλαμβανομένου και του αθλητισμού. Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν να διερευνήσει κατά πόσο μπορεί να εφαρμοστεί ο Κανονισμός GDPR στο ποδόσφαιρο. Η μεθοδολογία που χρησιμοποιήθηκε ήταν η ανασκόπηση της βιβλιογραφίας. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι ο παγκόσμιος αθλητικός τάξη έχει έντεχνα προσαρμοστεί στον Κανονισμό, αλλά στο σύγχρονο ποδόσφαιρο, αν και σύννομη, η τήρηση του GDPR από τις ομάδες και τους αθλητές είναι μάλλον αδύνατη.

**Λέξεις - κλειδιά:** Προστασία προσωπικών δεδομένων, GDPR, ιατρικό απόρρητο, ιατρικά προσωπικά δεδομένα, προσωπικά δεδομένα, ποδόσφαιρο, μεταγραφές.

### Εισαγωγή

Στις 25 Μαΐου 2018 εντάχθηκε στην ευρωπαϊκή έννομη τάξη ο Κανονισμός 2016/679/ΕΕ (GDPR), ο οποίος αυστηροποίησε την σχετική υπάρχουσα νομοθεσία για την προστασία των προσωπικών δεδομένων και επηρέασε βαθιά όλους τους τομείς της κοινωνικής ζωής, περιλαμβανομένου και του αθλητισμού. Το δικαίωμα στην προστασία των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα δεν είναι απόλυτο δικαίωμα, αλλά εκτιμάται σε σχέση με την λειτουργία του στην κοινωνία και σταθμίζεται με άλλα θεμελιώδη δικαιώματα, σύμφωνα με την αρχή της αναλογικότητας. Στην κατηγορία αυτή εμπίπτουν τα ιατρικά δεδομένα των αθλητών (Hawkins, 2001). Μέχρι πρόσφατα, οι stakeholders μίας ομάδας είχαν άμεση πρόσβαση σε πληροφορίες ιατρικού περιεχομένου που σχετίζονταν με τους αθλητές χωρίς τη ρητή, ειδική και σαφή συγκατάθεσή τους. Η κατάσταση αυτή ερχόταν σε ευθεία αντίθεση τόσο με τον ισχύοντα Κανονισμό, όσο και με το ιατρικό απόρρητο, αν και οι αθλητές δεν έφεραν αντίρρηση λόγω του ενδιαφέροντος των stakeholders, αλλά και του οικονομικού υπόβαθρου του αθλητισμού. Όμως, ο Κανονισμός GDPR, τον οποίο τα ΜΜΕ ονόμασαν «Νόμο Μπέιλ»<sup>3</sup> υιοθετώντας το πρωτοσέλιδο της

<sup>3</sup> Στις 13.10.2019, ο Γκάρεθ Μπέιλ αγωνίστηκε με την Εθνική ομάδα της Ουαλίας εναντίον της Εθνικής ομάδας της Κροατίας, στο πλαίσιο των προκριματικών αγώνων για το EURO 2020. Στο παιχνίδι αυτό τραυματίστηκε και έμεινε εκτός αγωνιστικής δράσης για 15 μήνες. Επίσημη ενημέρωση για την κατάστασή του κατά το διάστημα στο οποίο αγωνιζόταν στην Ρεάλ Μαδρίτης και ίσχυε ο Κανονισμός, έγινε μόνο 2 φορές, στις 30.09.2017 και στις 05.01.2019, καθώς μετά από αυτές ο παίκτης επικαλέστηκε τον Κανονισμό GDPR και απαγόρευσε κάθε δημοσιοποίηση πληροφοριών που αφορούσαν στην κατάσταση της υγείας του.



ισπανικής Marca (27.20.2019), δημιουργεί ένα νέο περιβάλλον για τις ομάδες, τις ομοσπονδίες και τις λίγκες που θα επηρεάσει τη μεταγραφική πολιτική στο άμεσο μέλλον.

### **Σκοπός της έρευνας**

Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν να διερευνηθεί κατά πόσο μπορεί να εφαρμοστεί ο Κανονισμός GDPR στο ποδόσφαιρο.

### **Μεθοδολογία**

Η μεθοδολογία που χρησιμοποιήθηκε ήταν αυτή της ανασκόπησης της βιβλιογραφίας και συγκεκριμένα του άρθρου 16 της Συνθήκης Λειτουργίας Ευρωπαϊκής Ένωσης και του Κανονισμού 2016/679/ΕΕ (GDPR). Δεν αναζητήθηκαν περαιτέρω εθνικοί κανόνες ή νόμοι, αφού κρίθηκε πως η υπερεθνικότητα των νομοθετημάτων αυτών καλύπτει το μεγαλύτερο εύρος του υπό εξέταση θέματος (Zarsky, 2016). Επιπλέον, διερευνήθηκε το πόσο το ιατρικό του ιστορικό επηρεάζει την απόφαση της ομάδας να προχωρήσει στην μεταγραφή ενός ποδοσφαιριστή. Δεν αναζητήθηκαν δεδομένα που σχετίζονται με τα τμήματα υποδομών και τις ακαδημίες, τα οποία θεωρούνται ένας ξεχωριστός τομέας έρευνας.

### **Αποτελέσματα - Συζήτηση**

Τα αποτελέσματα της ανασκόπησης έδειξαν ότι σε πέντε μεγάλα πρωταθλήματα (Ισπανία, Αγγλία, Γερμανία, Γαλλία, Ιταλία) ανακοινώνεται το σημείο όπου τραυματίστηκε ο ποδοσφαιριστής και η αναμενόμενη ημερομηνία επιστροφής του, χωρίς, όμως, να αναφέρεται ο ακριβής τραυματισμός του. Αντίστοιχα, στην Ελλάδα η σχετική ενημέρωση γίνεται από τις ομάδες και όχι από την Ομοσπονδία ή την Super League. Με την εφαρμογή του Κανονισμού GDPR οι ποδοσφαιριστές υποχρεούνται να υπογράφουν συμφωνητικό συναίνεσης επεξεργασίας προσωπικών δεδομένων, ωστόσο μπορούν να επιλέγουν ποια από αυτά θα δημοσιοποιούνται και θα υπόκεινται σε επεξεργασία. Η δημοσιοποίηση των ιατρικών δεδομένων συνήθως αποφεύγεται, αφού, μαζί με τη φήμη, τα αγωνιστικά στατιστικά, την αγωνιστική φόρμα και την πιθανή μελλοντική ικανότητα, αποτελούν βασικό κριτήριο επιλογής ενός ποδοσφαιριστή για μεταγραφή (Bjørneboe et al., 2011).

Για να παρακολουθούνται αυτές οι καταστάσεις έχουν δημιουργηθεί πλατφόρμες δεδομένων (π.χ., Transfermarkt, Wehallas, Transfermarketweb, Rotoworld, κλπ.). Σε αυτές, μεταξύ των links που υπάρχουν σε κάθε παίκτη υπάρχει και το «injury history», όπου αναφέρονται τα σημεία τραυματισμού του, αλλά όχι ο ακριβής τραυματισμός ή το διάστημα απουσίας του από την ενεργό δράση. Στις ΗΠΑ, τα πρωταθλήματα NFL και MLB έχουν διαφορετική άποψη και πιστεύουν πως οι φίλαθλοι πρέπει να έχουν πρόσβαση σε όσες το δυνατό περισσότερες πληροφορίες αφορούν στους αθλητές. Στην επίσημη ιστοσελίδα τους οι ομάδες έχουν ειδική σελίδα με πληροφορίες για τραυματισμούς των παικτών, για τις προπονήσεις, για τον βαθμό που ολοκλήρωσαν την κάθε εκγύμναση και εκτίμηση για το πότε θα επιστρέψουν στην αγωνιστική δράση. Το NBA δεν έχει ειδικό link για τους τραυματίες, αλλά οι ομάδες έχουν την υποχρέωση να ενημερώνουν το κοινό για την κατάσταση όλων των παικτών.



Πριν από την εφαρμογή του Κανονισμού GDPR όταν μία ομάδα ήθελε να αποκτήσει ένα παίκτη στο συμβόλαιό του υπήρχε ο όρος πως αν δεν «περάσει» τις ιατρικές εξετάσεις η συμφωνία ακυρώνεται αυτόματα (Hawkins, 2001). Μετά την εφαρμογή του οι ομάδες υποχρεώνονται να περνάνε πρώτα τον υπό μεταγραφή παίκτη από εξονυχιστικό ιατρικό έλεγχο, ανάλογα βέβαια με τις οικονομικές τους δυνατότητες, και μετά να υπογράφεται το συμβόλαιο. Για να αποφύγουν μεταγραφικές αστοχίες που θα τους κοστίσουν σε χρήματα και χρόνο οι ομάδες αναγκάζονται να επενδύσουν στον τομέα της ανάλυσης / στατιστικής και στο ιατρικό τμήμα (Fuller et al., 2006).

Στο παρελθόν υπήρξαν αρκετές περιπτώσεις ποδοσφαιριστών που ενώ είχαν υπογράψει συμβόλαιο με μία ομάδα απέτυχαν να περάσουν τα ιατρικά τεστ είτε λόγω κακής φυσικής κατάστασης, είτε μακροχρόνιων, ή βραχυχρόνιων τραυματισμών που τους ταλαιπωρούσαν και οι ομάδες δεν γνώριζαν: α) ο Ιταλός μέσος Αλμπέρτο Ακουιλάνι υπέγραφε πάντα συμβόλαια ενός χρόνου λόγω της ευπάθειας που είχε στα γόνατα, β) ο Ιταλός επιθετικός Πιερλουίτζι Καζιράγκι τραυματίστηκε στην ηλικία των 29 χρόνων και έκτοτε δεν κατάφερε να βρει ομάδα να αγωνιστεί, γ) ο Ισπανός μέσος Αλεχάντρο Αλφάρο είχε συμφωνήσει με τον Παναθηναϊκό το 2014, όμως οι ιατρικές του εξετάσεις έδειξαν ευπάθεια στους αστράγαλους και η μεταγραφή δεν ολοκληρώθηκε ποτέ, δ) ο Νιγηριανός επιθετικός Νουάνκο Κανού είχε συμφωνήσει να μετακινηθεί από την Άρσεναλ στην Ίντερ, το 1996, ωστόσο η μεταγραφή ολοκληρώθηκε ένα χρόνο αργότερα, αφού κατά τις ιατρικές εξετάσεις διαπιστώθηκε ένα πρόβλημα στην καρδιά του ποδοσφαιριστή, ε) ο Αυστριακός Μάρκο Αρναούτοβιτς έχασε ένα συμβόλαιο £12 εκ. με την Τσέλσι, το 2009, λόγω ενός παλαιού κατάγματος που ανιχνεύθηκε στα ιατρικά τεστ και τον οδήγησε σε συνεχόμενους δανεισμούς (Hammond, 2014).

Οι παίκτες έχουν δικαίωμα προστασίας των προσωπικών τους δεδομένων και ειδικά των δεδομένων που αφορούν στην υγεία τους. Το δικαίωμα αυτό σταθμίζεται με το γεγονός ότι επειδή είναι δημόσια πρόσωπα το ζήτημα της υγείας τους ενδιαφέρει και το ευρύτερο κοινό. Σε αυτή τη στάθμιση μπορεί, για παράδειγμα, να κριθεί ότι μπορεί να δημοσιοποιείται το διάστημα απουσίας τους, αλλά όχι λεπτομέρειες που αφορούν στην υγεία τους. Ο Μπέιλ δεν ήταν ο πρώτος που έθεσε το σχετικό αίτημα, αλλά ο πρώτος που δημοσιοποίησε την απαγόρευση. Η ισπανική εφημερίδα Marca (Munday, 2019), αποκάλυψε πως έχουν προηγηθεί αρκετοί, οι οποίοι δεν συναίνεσαν στην δημοσιοποίηση ιατρικών πληροφοριών είτε διότι το μέλλον τους ήταν αβέβαιο, είτε διότι δεν ήθελαν να επηρεαστούν οι διαπραγματεύσεις για το νέο συμβόλαιο, είτε διότι απλά ήθελαν το θέμα αυτό να μείνει προσωπικό. Στις περισσότερες περιπτώσεις, όμως, οι πληροφορίες δημοσιοποιήθηκαν. Σε σοβαρά θέματα υγείας (π.χ., κατάθλιψη, όγκων) τελικά επικράτησε τόσο η λογική, όσο και ο νόμος.

## **Συμπεράσματα**

Το βασικό συμπέρασμα που προέκυψε ήταν ότι στο σύγχρονο ποδόσφαιρο αν και σύννομη, η τήρηση του GDPR από τις ομάδες και τους αθλητές είναι μάλλον αδύνατη. Στο εξής η στατιστική και η ανάλυση θα αποκτήσουν ακόμα μεγαλύτερη σημασία, αφού θα διαδραματίζουν πρωταγωνιστικό ρόλο στη μεταγραφική πολιτική των ομάδων.

## Βιβλιογραφία

- Bjørneboe, J., Flørenes, T. W., Bahr, R., & Andersen, T. E. (2011). Injury surveillance in male professional football: Is medical staff reporting complete and accurate? *Scandinavian Journal of Medicine & Science in Sports*, 21(5), 713-720.
- Engan, M. (2017). *Big data and GDPR*. Master's thesis, University of Stavanger, Norway.
- Fuller, C. W., Ekstrand, J., Junge, A., Andersen, T. E., Bahr, R., Dvorak, J., & Meeuwisse, W. H. (2006). Consensus statement on injury definitions and data collection procedures in studies of football (soccer) injuries. *Scandinavian Journal of Medicine & Science in Sports*, 16(2), 83-92.
- Hammond, L. E., Lilley, J. M., Pope, G. D., & Ribbans, W. J. (2014). The impact of playing in matches while injured on injury surveillance findings in professional football. *Scandinavian Journal of Medicine & Science in Sports*, 24(3), e195-e200.
- Hawkins, R. D., Hulse, M. A., Wilkinson, C., Hodson, A., & Gibson, M. (2001). The association football medical research program: An audit of injuries in professional football. *British Journal of Sports Medicine*, 35(1), 43-47.
- Mostert, M., Bredenoord, A. L., Biesart, M. C., & van Delden, J. J. (2016). Big data in medical research and EU data protection law: Challenges to the consent or anonymize approach. *European Journal of Human Genetics*, 24(7), 956-.....
- Zarsky, T. Z. (2016). Incompatible: The GDPR in the age of big data. *Seton Hall Law Review*, 47, 995-.....
- The 'Bale Law': Players are frequently asking their clubs to not release injury information, Munday B. (2019), Ανακτήθηκε στις 28.12.2019, από: <https://www.marca.com/en/football/real-madrid/2019/10/27/5db60b54268e3e87028b4588.html>

Regulation (EU) 2016/679 of the European Parliament and of the Council.

## ΘΕΜΑΤΑ ΠΟΥ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΡΥΘΜΙΖΟΝΤΑΙ ΑΠΟ ΕΝΑ ΚΩΔΙΚΑ ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑΣ ΠΡΟΠΟΝΗΤΩΝ

Πουλακίδας, Δ.,<sup>1</sup> Χατζηαντωνίου, Δ.,<sup>2</sup> Λυκούδης, Β.,<sup>3</sup> & Γαργαλιάνος, Δ.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> ΤΕΦΑΑ, ΔΠΘ

<sup>2</sup> Νομική Σχολή, ΔΠΘ

<sup>3</sup> ΤΕΦΑΑ, Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας

### Περίληψη

Δεοντολογία ονομάζεται το σύστημα ηθικής, το οποίο αναγνωρίζει ως ηθικές πράξεις αυτές που γίνονται στο πλαίσιο του καθήκοντος και ανεξάρτητα από το ποιες μπορεί να είναι οι συνέπειες τέλεσής τους. Ένας Κώδικας Δεοντολογίας (ΚΔ) επαγγέλματος δεν ρυθμίζει απλά τους τρόπους με τους οποίους πρέπει να φέρεται κανείς, αλλά καθορίζει και τις μεθόδους που πρέπει να εφαρμόζονται κατά την άσκηση του συγκεκριμένου επαγγέλματος. Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν να διερευνήσει τους τομείς και τα θέματα που πρέπει να ρυθμίζονται από έναν ΚΔ για προπονητές. Η μεθοδολογία που χρησιμοποιήθηκε ήταν αυτή της ανασκόπησης της βιβλιογραφίας και της σχετικής θεωρίας. Τα αποτελέσματα έδειξαν μία σημαντικά ελλιπή ρύθμιση των κανόνων που πρέπει να διέπουν τον ΚΔ των προπονητών. Το βασικό συμπέρασμα που προέκυψε ήταν ότι απαιτείται η θέσπιση συγκεκριμένων κανόνων συμπεριφοράς για όλα τα αθλήματα.

**Λέξεις - κλειδιά:** Δεοντολογία, προπονητής, κανόνες συμπεριφοράς, ηθική, κώδικας δεοντολογίας.

### Εισαγωγή

Από την αρχαία Ελλάδα, όπου προσδιορίστηκε για πρώτη φορά και μελετήθηκε, μέχρι και τις αρχές του 20<sup>ου</sup> αιώνα, οπότε και άρχισε η συστηματική καταγραφή των κανόνων και των χαρακτηριστικών της, η έννοια της Δεοντολογίας ταυτίζεται με αυτήν της Ηθικής (McGinn, 1930). Η ταύτιση αυτή οφείλεται στο φιλοσοφικό «συνταίριασμα» των ετυμολογιών των δύο εννοιών. Στην πρώτη αναλύεται το «δέον», το πρόπον, αυτό που η εσωτερική προδιάθεση παροτρύνει το άτομο να πράξει και στη δεύτερη αναλύεται το «ήθος», δηλαδή το σύνολο των κανόνων και των αξιών που ορίζουν τι επιτρέπεται και τι απαγορεύεται στις σχέσεις με τους άλλους ανθρώπους και τους κανόνες συμπεριφοράς που επιβάλλει η κοινωνία (Copp, 1995). Η ταύτιση των δύο εννοιών είναι τόσο νοηματική, όσο και ουσιαστική, αφού η δεοντολογική ηθική αντιπαρατίθεται, συνήθως, με τη συνεπειοκρατική ηθική και συχνά θεωρείται ότι διορθώνει την τάση της συνεπειοκρατίας να μοιάζει με μία κατά περίπτωση ηθική ή να καταλήγει να αποδέχεται ότι «ο σκοπός αγιάζει τα μέσα». Η δεοντολογικού τύπου ηθική λαμβάνει συνήθως τη μορφή συγκεκριμένων / κωδικοποιημένων κανόνων για το ποιες πράξεις και συμπεριφορές είναι ηθικά αποδεκτές. Ωστόσο, παρά την αντιπαράθεσή της με την συνεπειοκρατία, η δεοντολογία μπορεί να πάρει και την μορφή μίας *συνεπειοκρατίας των κανόνων*, δηλαδή το δέον ή το καθήκον να προσδιοριστεί ως ένα σύνολο από κανόνες που αν τους ακολουθούσαν όλοι θα παραγόταν το βέλτιστο αποτέλεσμα.

Εκτός από το σύνολο των ηθικών αρχών ή αξιών συμπεριφοράς που διέπουν ένα άτομο ή μία ομάδα, στην καθημερινή του χρήση ο όρος «δεοντολογία» μπορεί να σημαίνει ακόμα την κατάσταση των

πραγμάτων όπως θα έπρεπε ή είναι επιθυμητό να είναι, τον επιστημονικό κλάδο που ασχολείται με το τι είναι καλό και τι είναι κακό, καθώς και τα ηθικά καθήκοντα και τις υποχρεώσεις ενός ατόμου ή μίας ομάδας. Η ετυμολογία της λέξης (δέον+λόγος) μαρτυρά τον υποχρεωτικό χαρακτήρα τήρησης των κανόνων αυτών. Ο McNaughton (2000), διακρίνει στην δεοντολογία τρία βασικά γνωρίσματα: α) τους περιορισμούς (αφορούν στα «μη» και τα «δεν» που θέτει η δεοντολογική ηθική σε κάθε της εκδοχή, π.χ. «δεν πρέπει να λες ψέματα»), β) τις σχέσεις καθήκοντος (πρόκειται για τις ειδικές σχέσεις υποχρεώσεων που δημιουργούνται με την συμμετοχή των ατόμων σε οργανωμένες κοινωνικές ομάδες και συνηθίζεται να είναι γραπτές), και γ) την παραίτηση ή παράλειψη από τις υπέρ του δέοντος υποχρεώσεις (αφορά στην παραίτηση ή παράλειψη των παραπάνω, από το σημείο εκείνο που θεωρείται ότι το καθήκον έχει εκπληρωθεί).

Ένας ΚΔ δεν ρυθμίζει απλά τους τρόπους με τους οποίους πρέπει να φέρεται κάποιος, αλλά όταν αναφέρεται σε επαγγέλματα καθορίζει τις συμπεριφορές και τις επιτρεπόμενες μεθόδους που πρέπει να εφαρμόζει κατά την άσκηση των επαγγελματικών του καθηκόντων. Ένας ΚΔ προπονητών, ο οποίος έχει συμφωνηθεί και εγκριθεί από όλους τους ενδιαφερόμενους (π.χ., Σύνδεσμο Προπονητών, Ομοσπονδία, αθλητές, γονείς, κλπ.) δημιουργεί συνθήκες «δημόσιου ελέγχου» που εξασφαλίζουν την σωματική-ψυχολογική ευημερία, την ασφάλεια και την ανάπτυξη των αθλητών. Για τον λόγο αυτό αποτελεί μία από τις σημαντικότερες εγγυήσεις για την πρόληψη οποιασδήποτε μορφής καταχρηστικής συμπεριφοράς ή παρενόχλησης ή κακοποίησης των αθλητών. Όμως, παρά το γεγονός, ότι η θεωρία έχει καταδείξει την δεοντολογία ως ένα από τα βασικότερα στοιχεία που οφείλουν να διέπουν ένα επάγγελμα και ειδικότερα το επάγγελμα του προπονητή, το πλαίσιο των ΚΔ των προπονητών είναι συγκεχυμένο.

## Σκοπός της έρευνας

Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν η διερεύνηση των θεμάτων που πρέπει να ρυθμίζονται από έναν ΚΔ προπονητών.

## Μεθοδολογία

Η μεθοδολογία που χρησιμοποιήθηκε ήταν αυτή της ανασκόπησης της βιβλιογραφίας. Επιλέχθηκαν να μελετηθούν ΚΔ που αφορούν μόνο στο ποδόσφαιρο αφού θεωρείται το πλέον διαδεδομένο άθλημα παγκοσμίως, συνεπώς ευσταθεί η υπόθεση πως θα έχει φροντίσει για επαρκή ρύθμιση και σε αυτόν τον τομέα. Δεν λήφθηκαν υπόψη, περιοριστικά, ΚΔ που μπορεί να διδάσκονται σε μαθήματα πανεπιστημίων ή σχολών προπονητών, αφού δεν υφίσταται αυτόνομο γνωστικό αντικείμενο.

## Αποτελέσματα - Συζήτηση

Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι μέχρι και σήμερα οι Σύνδεσμοι Προπονητών, οι αθλητικές ομοσπονδίες και οι ενώσεις αρκούνται στην συρραφή καταστατικών κανόνων, εσωτερικών κανονισμών λειτουργίας και ΚΔ και δεν ενσωματώνουν την εμπειρία σε ένα σύνολο κανόνων, εγκεκριμένο και αποδεκτό από τα μέλη της αθλητικής κοινότητας. Σύμφωνα με τους McNaughton (1993), Quinn (1993), Corp (1997) οι τομείς που πρέπει να ρυθμίζει ένας ΚΔ Προπονητών αφορούν: α) στην Ακεραιότητα (Integrity), δηλαδή τον ειλικρινή και δίκαιο τρόπο αντιμετώπισης και εκτέλεσης των καθηκόντων τους, έχοντας γνώση των ικανοτήτων και των περιορισμών τους και επιμορφωνόμενοι συνεχώς, β) στη Μη-Διάκριση (Non-

Discrimination), δηλαδή την απαγόρευση διακρίσεων (είτε πρόκειται για ευνοϊκή, είτε για δυσμενή μεταχείριση) και την συμμετοχή σε όλα τα προγράμματα και τις δραστηριότητες ανεξάρτητα από την φυλή, το χρώμα, το φύλο, τη θρησκεία, την ηλικία, την αναπηρία, τις πολιτικές πεποιθήσεις, τον σεξουαλισμό προσανατολισμό και την οικογενειακή κατάσταση των αθλητών, γ) στην Επαγγελματική Ευθύνη (Professional Responsibility), δηλαδή την διατήρηση υψηλού επιπέδου ηθικής και συμπεριφοράς και παροχής ποιοτικών γνώσεων και υπηρεσιών τόσο προς τους αθλητές, όσο και προς το επάγγελμα γενικότερα, δ) στην Αξιοπρέπεια (Respect), δηλαδή το σεβασμό στην προσωπικότητα, στα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις των αθλητών, των υφιστάμενων και των προϊστάμενων, στην ιδιωτική και δημόσια ζωή τους, καθώς και στην εικόνα του οργανισμού που εργάζονται, ε) στο Δίκαιο και την Ηθική (Law & Ethics), δηλαδή το σεβασμό στην υπερκείμενη νομοθεσία, στους νόμους και στις διατάξεις που διέπουν το επάγγελμα, τον υφιστάμενο Αθλητικό Νόμο, αλλά και τον εσωτερικό κανονισμό που εφαρμόζεται στον οργανισμό όπου εργάζονται, και στ) στη Διαχείριση και Λειτουργία (Management & Administration), δηλαδή την ορθή οικονομική και διοικητική πολιτική μακριά από πολιτικές εκμετάλλευσης, σύγκρουσης συμφερόντων και πάντοτε με γνώμονα την βέλτιστη λειτουργία του οργανισμού και την προστασία των αθλητών. Λόγω των πολύπλοκων σχέσεων που αναπτύσσονται μεταξύ προπονητών και shareholders ενός αθλητικού οργανισμού, αλλά και της σημασίας των όσων ρυθμίζει, ο ΚΔ προπονητών πρέπει να είναι σαφής και ορισμένος στο χρόνο και τόπο ισχύος του, καθώς και στα πρόσωπα που υπόκεινται σε αυτόν.

Οι προπονητές διαδραματίζουν κεντρικό ρόλο στην καθοδήγηση και την ανάπτυξη των αθλητών, η ευημερία των οποίων (πρέπει να) αποτελεί την σημαντικότερη έγνοια κατά τον σχεδιασμό, την εφαρμογή και την αξιολόγηση των προπονήσεων και των αγώνων. Οι εθνικές και οι παγκόσμιες ομοσπονδίες αθλημάτων και προπονητών εντάσσουν κανόνες δεοντολογίας στο καταστατικό τους, αλλά μπορεί να είναι και ενταγμένοι στον εκάστοτε ισχύοντα νόμο, όμως δεν είναι απολύτως ξεκάθαρο εάν αυτό συμβαίνει σκόπιμα ή ακούσια. Για παράδειγμα, στο ποδόσφαιρο βρίσκεται σε ισχύ ο ΚΔ της FIFA (FIFA Code of Ethics, 2018), ο οποίος στο κεφάλαιο «Ορισμοί» εξισώνει τους προπονητές με όλους τους αξιωματούχους του ποδοσφαίρου, εκτός των ποδοσφαιριστών και των διαμεσολαβητών. Αυτόματα δημιουργείται σύγχυση σχετικά με τους σκοπούς που χαρακτηρίζουν έναν προπονητή και έναν (για παράδειγμα) παρατηρητή διαιτησίας, καθώς αν και η βασική επιδίωξη και των δύο είναι η ανάπτυξη και η προάσπιση του αθλήματος και των συμμετεχόντων, ο δεύτερος δεν επιδιώκει σκοπούς εκπαίδευσης των αθλητών. Συνεπώς, ο διαχωρισμός καθίσταται απαραίτητος.

Διαχωρισμό επιχείρησε, αρκετά επιφανειακά, η UEFA στο πλαίσιο της καμπάνιας «We care about football», η οποία εξέδωσε έναν ΚΔ αποκλειστικά για προπονητές, που αποτελείται από 6 θεμελιώδη άρθρα, με βασικό στόχο και μήνυμα «Τίμιο Παιχνίδι, Παντού και Πάντοτε», ενώ η Ελληνική Ποδοσφαιρική Ομοσπονδία (ΕΠΟ) αντέγραψε τον Κώδικα της FIFA, χωρίς να διαχωρίζει τους προπονητές από τους υπόλοιπους αξιωματούχους. Αξίζει να σημειωθεί πως, σε αντίθεση με την ΕΠΟ, η Πανελλήνια Ένωση Προπονητών Ποδοσφαίρου, από το 1991, έχει δημιουργήσει έναν εκτενή ΚΔ 27 άρθρων που ρυθμίζει αρκετά εμπειριστατώμενα συμπεριφορές, πράξεις και παραλείψεις που οφείλουν ή απαγορεύεται να ακολουθούν οι Έλληνες προπονητές ποδοσφαίρου.

Αντίστοιχα, σε κάποια άλλα αθλήματα έχουν προβλεφθεί σχετικοί ΚΔ, ενώ σε κάποια άλλα όχι, αφού είτε εκτιμάται ότι η δεοντολογία ως έννοια καλύπτεται από τους καταστατικούς σκοπούς των ενώσεων προπονητών του εκάστοτε αθλήματος, είτε αναλογικά από υπάρχοντες κώδικες, όπως ποδοσφαίρου ή πανεπιστημίων στα οποία φοίτησαν οι προπονητές, είτε τελικά δεν αναγνωρίστηκε η αναγκαιότητα



ύπαρξης ενός τέτοιου κώδικα. Η International Coaches & Trainers Association (ICTA), με έναν ΚΔ που αποτελείται από 7 άρθρα, έχει ρυθμίσει τις συμπεριφορές των μελών της, ωστόσο επικεντρώνεται σε προπονητές/trainers και όχι προπονητές αθλημάτων.

## Συμπεράσματα

Οι προπονητές βρίσκονται αντιμέτωποι με όλο και υψηλότερες απαιτήσεις από τους αθλητές, τους γονείς των αθλητών, τους παράγοντες, τους οπαδούς, κλπ., και εκπληρώνουν μία ποικιλία ρόλων (π.χ., εκπαιδευτής, καθοδηγητής, ψυχολόγος, διευθυντής κλπ.). Έχοντας δώσει έμφαση στην συνολική ανάπτυξη των αθλητών (και όχι μόνο στην προετοιμασία για την επίτευξη της νίκης) απαιτείται η θέσπιση κοινών κριτηρίων και κανόνων συμπεριφοράς για όλα τα αθλήματα. Αυτή η προσπάθεια πρέπει να έχει ένα έγκυρο σημείο αναφοράς, έναν κοινό ΚΔ προπονητών, ο οποίος θα απευθύνεται στους προπονητές όλων των αθλημάτων και θα διδάσκεται στις Σχολές Επιστήμης Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού, στις Σχολές Προπονητών και στις Σχολές Διοίκησης Αθλητισμού.

## Βιβλιογραφία

- Copp, D. (1995). *Morality, normativity and society*. Oxford: Oxford University Press.
- Copp, D. (1997). Does moral theory need the concept of society? *Analyse und Kritik* 19, 189-212.
- Kagan, S. (1989). *The limits of morality*. Oxford: Clarendon Press.
- McGinn, C. (1999). Reasons and unreasons. *New Republic*, May 24, 34-38.
- McNaughton, D. (1993). Deontology and agency. *Monist*, 76, 81-100.
- McNaughton, D. (2000). Unprincipled ethics. In Hooker and Little, Oxford, Oxford University Press 256-275.
- McNaughton, D., & Rawling, P. (2006). Deontology. In *The Oxford Handbook of Ethical Theory*, 424-458.
- Quinn, W. (1993). *Morality and action*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Ross, W. D. (1930). *The right and the good*. Oxford: Clarendon Press.
- Singer, P., (ed.) (1993). *A companion to ethics*. Oxford: Blackwell.
- Sinnott-Armstrong, W. & Timmons, M. (eds.) (1996). *Moral knowledge: New readings in moral epistemology*. Oxford: Oxford University Press.
- Code of Ethics of the American Football Coaches Association (1952). Ανακτήθηκε στις 15.12.2019, από: <http://ethics.iit.edu/codes/AFCA%201973.pdf>.
- FIFA Code of Ethics (2018). Ανακτήθηκε στις 15.12.2019, από: <https://resources.fifa.com/image/upload/fifa-code-of-ethics-2018-version-takes-effect-12-08-18.pdf?cloudid=uemlkcy8wwdtlll6sy3j>.
- International Coach & Trainer Association Statute (2011). Ανακτήθηκε στις 15.12.2019, από: <https://intercoaching.net/#ethic>.
- Καταστατικό Πανελληνίας Ομοσπονδίας Προπονητών Αθλημάτων (2010). Ανακτήθηκε 15.12.2019, από: <http://www.popa.gr/index.php/el/nea/press-conf/45-pagkosmio-plaisio-proponiton-athlimaton>.
- Καταστατικό & Κώδικας Δεοντολογίας Πανελληνίας Ένωσης Προπονητών Ποδοσφαίρου (1985). Ανακτήθηκε στις 15.12.2019, από: <http://www.pepp.gr>.
- Κώδικας Δεοντολογίας ΕΠΟ (2019). Ανακτήθηκε στις 15.12.2019, από: [https://www.epo.gr › media › files › Kwdikas\\_Deontologias\\_2019](https://www.epo.gr › media › files › Kwdikas_Deontologias_2019).

## ΤΑ ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ ΩΣ ΠΗΓΕΣ ΕΙΔΗΣΕΩΝ ΜΕΣΑ ΑΠΟ ΤΙΣ ΒΙΩΜΕΝΕΣ ΕΜΠΕΙΡΙΕΣ ΑΘΛΗΤΙΚΩΝ ΣΥΝΤΑΚΤΩΝ ΚΑΙ ΥΠΕΥΘΥΝΩΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Σπηλιόπουλος, Π., Τσιγγίλης, Ν., Τσουρβάκας Γ., & Χριστακίδης, Χρ.

Τμήμα Δημοσιογραφίας & Μ.Μ.Ε., ΑΠΘ

### Περίληψη

Σκοπός της έρευνας ήταν να προσδιορίσει τους παράγοντες που επιδρούν στην διαδικασία της οικοδόμησης του θεματολογίου (agenda building) των αθλητικών Μέσων. Πιο συγκεκριμένα, να εξεταστεί ο αντίκτυπος του παρεχόμενου πληροφοριακού υλικού στα Μέσα από τις ΠΑΕ, μέσω των νέων Τεχνολογιών Πληροφορίας και Επικοινωνιών (ΤΠΕ) και κυρίως της λειτουργίας των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης (ΜΚΔ), ως πηγές ειδήσεων. Χρησιμοποιήθηκε η ποιοτική προσέγγιση και διεξήχθησαν 6 συνεντεύξεις σε βάθος με αθλητικούς συντάκτες (ΑΣ) και υπευθύνους επικοινωνίας (ΥΕ) ΠΑΕ του λεκανοπεδίου της Αττικής, Τα δεδομένα που συγκεντρώθηκαν αναλύθηκαν με την ερμηνευτική φαινομενολογική ανάλυση (ΕΦΑ). Τα αποτελέσματα έδειξαν οι νέες ΤΠΕ (ιστότοποι και ΜΚΔ) έχουν επιφέρει σημαντική αλλαγή στα αθλητικά Μέσα, αφού υπάρχει ισχυρή επίδραση των ΠΑΕ στη συγκρότηση της καθημερινής ειδησεογραφίας και μία σημαντική εξάρτηση των δημοσιογράφων από τις δημόσιες σχέσεις (ΔΣ) των ομάδων και την πληροφοριακή επιδότηση που τους προσφέρουν. Παράλληλα, τα ΜΚΔ έχουν ενσωματωθεί στην εργασία των ΑΣ και διευκολύνουν την διαδικασία ενημέρωσης του κοινού.

**Λέξεις - κλειδιά:** Ποδοσφαιρικές Ανώνυμες Εταιρείες (ΠΑΕ), ΜΜΕ, νέες Τεχνολογίες Πληροφορίας και Επικοινωνιών (ΤΠΕ), οικοδόμηση του θεματολογίου (agenda building), ερμηνευτική φαινομενολογική ανάλυση.

### Εισαγωγή

Η εμφάνιση του διαδικτύου και η διείσδυση του Web 2.0 οδήγησαν τον αθλητισμό σε μία «παγκόσμια ‘κουλτούρα μάρκετινγκ’» (Whitson, 2003, σελ. 117). Έτσι, οι αθλητικοί οργανισμοί ίδρυσαν τμήματα δημοσίων σχέσεων (ΔΣ) με σκοπό να ελέγξουν την ροή των πληροφοριών και ταυτόχρονα να αντιμετωπίσουν τις κρίσεις που προκύπτουν (Sherwood, Nicholson, & Marjoribanks, 2017). Χρησιμοποιώντας τις νέες ΤΠΕ δημιούργησαν και χρησιμοποιούν δικές τους ιστοσελίδες και κυρίως ΜΚΔ (social media), μεταδίδοντας απευθείας τα μηνύματα που επιθυμούν στο κοινό τους, χτίζοντας παράλληλα το brand name τους. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα την παράκαμψη του παραδοσιακού διαμεσολαβητή της πληροφορίας, που για πολλά χρόνια ήταν ο δημοσιογράφος και ιδιαίτερα ο Τύπος, με συνέπεια να έχουν επηρεαστεί οι διαδικασίες των αθλητικών ΜΜΕ (Sanderson, 2011). Ως εκ τούτου, τα ΜΚΔ έχουν γίνει αντιληπτά [από τους δημοσιογράφους] «...ως ανταγωνιστές της ειδησεογραφίας» (Nölleke, Grimmer, & Horky, 2017, σελ. 509). Ωστόσο, υποστηρίζεται η δυνητικά συμπληρωματική μεταξύ τους σχέση, ενώ άλλες έρευνες έχουν δείξει ότι τα ΜΚΔ μπορεί να γίνουν αντιληπτά από τους δημοσιογράφους περισσότερο ως ευκαιρία, παρά ως απειλή (Boyle, 2013), αφού κερδίζουν ολοένα και

περισσότερο έδαφος ως πηγές ειδήσεων και διαδραματίζουν «...βασικό ρόλο στη δημιουργία ειδησεογραφικού περιεχομένου» (Moon, & Hadley, 2014, σελ. 290).

### **Σκοπός της έρευνας**

Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν να διερευνηθεί αν και κατά πόσο οι υπεύθυνοι επικοινωνίας (ΥΕ) των ΠΑΕ επιδρούν στην οικοδόμηση του θεματολογίου των αθλητικών Μέσων (Grimmer, 2017), με την χορήγηση πληροφοριών (Gandy, 1982) σε αθλητικούς συντάκτες (ΑΣ) και Μέσα μέσω της χρήσης των νέων ΤΠΕ και κυρίως των ΜΚΔ.

### **Ανασκόπηση της βιβλιογραφίας**

Η θεωρία της οικοδόμησης της θεματολογίας των Μέσων (Agenda Buiding / Media Agenda) υποδεικνύει ότι το τελικό προϊόν που παράγεται από τα Μέσα, επηρεάζεται από εξωτερικές πηγές πριν αυτό δημοσιευθεί (Parmelee, 2014). Ορισμένα ευρήματα στη διεθνή (Grimmer & Kian, 2013) αλλά και στην ισχνή ελληνική βιβλιογραφία (Σπηλιόπουλος, Καπούλας & Τσιγγίλης, 2018), δείχνουν ότι οι αθλητικοί οργανισμοί που διαθέτουν τα δικά τους Μέσα και κυρίως ΜΚΔ, έχουν σημαντική επίδραση και «λόγο» στην παραγωγή του τελικού ειδησεογραφικού προϊόντος, με το υλικό που αναρτούν εκεί και αποτελεί πηγή ειδήσεων για τα Μέσα.

### **Μεθοδολογία**

Η μεθοδολογία που ακολουθήθηκε ήταν η ποιοτική ανάλυση και συγκεκριμένα οι «κατευθυντήριες γραμμές» των Elliott, Fischer και Rennie (1999, σελ. 228).

*Δείγμα:* Στην έρευνα συμμετείχαν 2 ΥΕ από ΠΑΕ του λεκανοπεδίου της Αττικής και 4 ΑΣ που εργάζονται σε ΜΜΕ των Αθηνών. Αρχικά η δειγματοληψία ήταν σκόπιμη, ενώ στη συνέχεια ακολουθήθηκε η μέθοδος της χιονοστιβάδας. Κριτήρια ένταξης ήταν οι ΑΣ να έχουν 10 χρόνια εμπειρία και 20 χρόνια προϋπηρεσίας, ενώ για τους ΥΕ καθορίστηκαν τα 6 χρόνια εμπειρίας.

*Εργαλείο συλλογής των δεδομένων:* Η συλλογή των εμπειρικών δεδομένων πραγματοποιήθηκε με συνέντευξη σε βάθος, με την χρήση ημιδομημένου οδηγού (Bryman, 2017) και ακολουθήθηκε μία μη κατευθυντική προσέγγιση. Οι συνεντεύξεις διήρκεσαν μεταξύ 24 και 47 λεπτών, ηχογραφήθηκαν και μεταγράφηκαν κατά λέξη (Willig, 2015).

*Ανάλυση δεδομένων:* Υιοθετήθηκε η προσέγγιση των Σπηλιόπουλου, Τσιγγίλη, Καλλίρη, Αυξεντίου και Σουρκούνη (2020), με τριγωνισμό μεθόδων, για μεγαλύτερη εγκυρότητα (Wilson & Hutchinson, 1991). Τέλος, πραγματοποιήθηκε «επικύρωση μέλους» (Bryman, 2017, σελ. 420) και συμμετέχων στην έρευνα επιβεβαίωσε την αποτίμηση των ερευνητών. Εδώ παρουσιάζονται μόνο τα 2 από τα 8 συνολικά θέματα που αναδύθηκαν.

## Αποτελέσματα - Συζήτηση

Θέμα 1<sup>ο</sup>: Η πληροφοριακή επιδότηση που παρέχεται μέσω των ΜΚΔ

Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι η πληροφοριακή επιδότηση (Gandy, 1982), δηλαδή το υλικό που οι ΠΑΕ παράγουν και παρέχουν στους ΑΣ μέσω των νέων ΤΠΕ και κυρίως των ΜΚΔ, χρησιμοποιείται από αυτούς για την παραγωγή ειδήσεων σε ποσοστό περίπου 70%. Μάλιστα, οι ΥΕ που έχουν περάσει από τη θέση του ΑΣ στο παρελθόν, το χαρακτήρισαν ικανό για να δημιουργήσει μία είδηση (ΥΕ2), ενώ και για τους ΑΣ αποτελεί «αφετηρία» για το ρεπορτάζ (Δ3) κατόπιν δημοσιογραφικής επεξεργασίας. Τα ευρήματα συμφωνούν με προηγούμενες έρευνες στην Ελλάδα, όπου βρέθηκε ότι η πληροφοριακή επιδότηση χρησιμοποιείται από τους ΑΣ για την παραγωγή ειδήσεων, αλλά σχεδόν ποτέ αυτούσια (Σπηλιόπουλος, Αποστολίδης, & Τσιγγίλης, 2019). Επίσης, σε διεθνείς έρευνες έχει βρεθεί ότι ένα ποσοστό της τάξης του 40-75% του περιεχομένου ειδήσεων είναι προϊόντα ΔΣ (McNamara, 2014). Η διαφορά των ευρημάτων της παρούσας εργασίας με τη βιβλιογραφία ήταν ότι δεν χρησιμοποιήθηκαν από τους ερωτηθέντες αρνητικοί χαρακτηρισμοί που αφορούσαν στην ποιότητα και στη σκοπιμότητα του υλικού που αναρτάται από τις ΠΑΕ στα ΜΚΔ και χρησιμεύει ως πηγή ειδήσεων.

Θέμα 2<sup>ο</sup>: Τα ΜΚΔ ως εργαλείο στο έργο των δημοσιογράφων μέσα από τις βιωμένες εμπειρίες τους

Τα αποτελέσματα από τη βιωμένη εμπειρία των ΑΣ για τη χρήση των ΜΚΔ έδειξαν μικτά αποτελέσματα. Από τη μία τους έχουν διευκολύνει καθώς προσφέρουν «ταχύτητα» και «άμεση πρόσβαση» κατά τη διάρκεια της εργασίας τους (Δ1), από την άλλη, όμως, τους δυσχεραίνουν διότι οι ΠΑΕ προσπαθούν πλέον να μεταφέρουν την είδηση απευθείας στο κοινό (π.χ., μέσω Twitter) (Δ2). Παρόλα αυτά δημιουργούνται και νέες πηγές, καθώς ΜΚΔ «... πάρα πολύ οι αθλητές κάθε ομάδας [...] και οτιδήποτε γράψουν ή αναρτήσουν εκεί είναι πλέον statement» (Δ2). Τα ευρήματα συμφωνούν τόσο με την ελληνική βιβλιογραφία (Σπηλιόπουλος, Τζανής, & Τσιγγίλης, 2017), όσο και με τη διεθνή (García, 2011). Το σημαντικό εύρημα ήταν ότι τόσο οι ΑΣ, όσο και οι ΥΕ υποστηρίζουν τα ανεξάρτητα Μέσα (McNamara, 2014) και θεωρούν πως οι ΠΑΕ έχουν ακόμα την ανάγκη να απευθύνονται σε αυτά, καθώς λειτουργούν ως ένας «χρήσιμος εναλλακτικός διάυλος» (Manning, 2007, σελ. 231), κάτι που με δυσκολία βρέθηκε στη διεθνή βιβλιογραφία (Sherwood & Nicholson, 2017).

## Συμπέρασμα

Στην περίοδο της οικονομικής κρίσης που διέρχονται τα Ελληνικά ΜΜΕ (Τζέκης, 2018), για την μείωση τους κόστους της παραγωγής των ειδήσεων τα αθλητικά Μέσα στηρίζονται σημαντικά στην επιδότηση πληροφοριών από τις ΠΑΕ μέσω των νέων ΤΠΕ. Επιπλέον, η ενσωμάτωση των νέων τεχνολογιών ως εργαλεία στην εργασία των ΑΣ υποστηρίζει τη δυναμική συμπληρωματική σχέση μεταξύ αθλητικής δημοσιογραφίας και ΜΚΔ (Neuberger, & Nuernbergk, 2010). Οι ΠΑΕ της Αττικής φαίνεται να έχουν αποκτήσει σημαντικό έλεγχο στην οικοδόμηση του καθημερινού ειδησεογραφικού θεματολογίου των αθλητικών Μέσων. Ως εκ τούτου, οι μεταβολές που παρατηρούνται στο περιβάλλον τους δείχνουν να έχουν διαβρώσει τη λειτουργία του φύλακα (gatekeeper) από τους δημοσιογράφους (Williams & Carpini, 2000) και οι Έλληνες ΑΣ δεν διαφέρουν από τους συναδέλφους τους σε άλλες χώρες καθώς «εισπράττουν» το πληροφοριακό επίδομα (Σπηλιόπουλος και συν., 2017; 2018; 2019). Όμως, η άκριτη και «αυτολεξεί» δημοσίευση και διάδοση πληροφοριών «συμβάλει στην προώθηση των συμφερόντων των παρόχων» αυτών (Moon, & Hadley, 2014, σελ. 291). Εάν επιθυμούν να συνεχίσουν



να διατηρούν τη θέση τους στο δημοσιογραφικό επάγγελμα, οι ΑΣ και τα Μέσα οφείλουν να εφαρμόζουν δημοσιογραφικές πρακτικές, ώστε να μη χρειαστεί να επανεξετάσουν τον ρόλο τους (Σπηλιόπουλος και συν., 2018; Τζέκης, 2018), γεγονός που θα επέτρεπε την εκ νέου αμφισβήτηση της αθλητικής δημοσιογραφίας (Surface, 1972).

### Πρακτικές επιπτώσεις

Οι έρευνες που διερευνούν την σχέση μεταξύ του ειδησεογραφικού χώρου και των ΜΚΔ είναι εξαιρετικά περιορισμένες (Moon & Hadley, 2014) και η παρούσα μελέτη παρέχει εμπειρικά στοιχεία που επεκτείνουν την σχετική γνώση. Το εύρημα της χρήσης του πληροφοριακού επιδόματος από τους ΑΣ σε ποσοστό 70%, συμβάλει στην υποστήριξη και επέκταση στα αθλητικά Μέσα της θεωρίας της agenda building. Τα αποτελέσματα συμβάλλουν στην κατανόηση των σύγχρονων δημοσιογραφικών πρακτικών σε ένα ολοένα εξελισσόμενο τεχνολογικό περιβάλλον (Moon & Hadley, 2014), ενώ η ύπαρξη διαφορών στα ευρήματα, ενισχύει αυτό που ο McNamara (2014), ανέφερε ως «...σημάδι υγείας στο οικοσύστημα των Μέσων» (σελ. 743). Καθώς το κοινό των αθλητικών Μέσων είναι ταυτόχρονα, αλλά και δυνητικά, κοινό των αθλητικών οργανισμών (Hambrick, 2012), η μελέτη δείχνει ότι με την παροχή ελεύθερης και έγκυρης πληροφόρησης οι ΠΑΕ μπορούν να έχουν όφελος στην κάλυψη και την προβολή (Gandy, 1982). Ο βαθμός γενικευσιμότητας (generalizability) της ανάλυσης και της μεταφορισιμότητας (transferability) των ευρημάτων (Willig, 2015), θα εξαρτηθεί από τη διεξαγωγή περαιτέρω ποιοτικών μελετών με διαφορετικές ομάδες ΑΣ και ΥΕ από ποικίλο υπόβαθρο.

### Βιβλιογραφία

- Boyle, R. (2013) Reflections on communication and sport on journalism and digital culture. *Communication & Sport*, 1(1-2), 88-99.
- Bryman, A. (2017). *Μέθοδοι κοινωνικής έρευνας*. Αθήνα: Gutenberg.
- Elliott, R., Fischer, C. T., & Rennie, D. L. (1999). Evolving guidelines for publication of qualitative research studies in psychology and related fields. *British Journal of Clinical Psychology*, 38(3), 215-229.
- Gandy, O. H. (1982). *Beyond agenda setting: Information subsidies and public policy*. Norwood, NJ: Ablex.
- García, C. (2011). Real Madrid Football Club: Applying a Relationship-Management Model to a sport organization in Spain. *International Journal of Sport Communication*, 4, 284-299.
- Grimmer, C. G. (2017). Pressure on printed press: How soccer clubs determine journalism in the German Bundesliga. *Digital Journalism*, 5(5), 607-635.
- McNamara, J. (2014). Journalism – PR relations revisited: The good news, the bad news, and insights into tomorrow's news. *Public Relations Review*, 40(5), 739-750.
- Manning, P. (2007). *Κοινωνιολογία της ενημέρωσης: Ειδήσεις και πηγές ειδήσεων*. Αθήνα: Καστανιώτης.
- Moon, S. J., & Hadley, P. (2014). Routinizing a new technology in the newsroom: Twitter as a news source in mainstream media. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 58(2), 289-305.
- Neuberger, C., & Nuernbergk, C. (2010). Competition, complementarity or integration? The relationship between professional and participatory media. *Journalism Practice*, 4(3), 319-332.



- Nölleke, D., Grimmer, C. G., & Horkey, T. (2017). News sources and follow-up communication: Facets of complementarity between sports journalism and social media. *Journalism Practice*, 11(4), 509-526.
- Parmelee, J. H. (2014). The agenda-building function of political tweets. *New Media & Society*, 16(3), 434-450.
- Sanderson, J. (2011). *It's a whole new ballgame: How social media is changing sports*. New York, NY: Hampton Press.
- Sherwood, M., & Nicholson, M. (2017). Who controls sport news? Media relations and information subsidies in Australian sport media. *Media International Australia*, 165(1), 146-156.
- Sherwood, M., Nicholson, M., & Marjoribanks, T. (2017). Access, agenda building and information subsidies: Media relations in professional sport. *International Review for the Sociology of Sport*, 52(8), 992-1007.
- Σπηλιόπουλος, Π. (2007). *Βία και επιθετικότητα στην εργασία και τη ζωή των αθλητικών συντακτών του ΠΣΑΤ*. Θεσσαλονίκη: ΠΑΝ-ΠΑΝ.
- Σπηλιόπουλος, Π. (2019). Η αλληλεξάρτηση αθλητισμού και Μέσων επικοινωνίας. Η συμβολή της τηλεόρασης στην προβολή και διάδοση των Σπορ στην Ελλάδα. *Φυσική Αγωγή & Αθλητισμός*, 39(1), 135.
- Σπηλιόπουλος, Π., Αποστολίδης, Ν., & Τσιγγίλης, Ν. (2019). Η επιρροή των πρακτικών των υπευθύνων επικοινωνίας στην οικοδόμηση του θεματολογίου των αθλητικών Μέσων. Διερεύνηση των επαρχιακών Π.Α.Ε. της Ελλάδος. *Φυσική Αγωγή & Αθλητισμός*, 39(1) 134-135.
- Σπηλιόπουλος, Π., Καπούλας, Χρ., & Τσιγγίλης, Ν. (2018). Η επίδραση των Δημοσίων Σχέσεων των Κ.Α.Ε. στην οικοδόμηση του θεματολογίου των Μ.Μ.Ε. ως αποτέλεσμα της συμβιωτικής σχέσης τους. *Πρακτικά 19ου Συνεδρίου Διοίκησης Αθλητισμού & Αναψυχής, ΕλλΕΕΔΑΑ*, 105-109. Πάτρα, 18 Νοεμβρίου.
- Σπηλιόπουλος, Π., Τζανής, Γ., & Τσιγγίλης, Ν. (2017). Γραφεία Τύπου ποδοσφαιρικών ανωνύμων εταιρειών και η σχέση τους με τους αθλητικούς συντάκτες. Η περίπτωση της Θεσσαλονίκης. *Πρακτικά 18ου συνεδρίου ΕλλΕΕΔΑΑ*. 67. Αλεξανδρούπολη, 25 Νοεμβρίου.
- Σπηλιόπουλος, Π., Τσιγγίλης, Ν., Καλλίρης, Γ., Αυξεντίου, Π., & Σουρκούνης, Χ. (2020). Beyond Agenda Setting: Οι πηγές αθλητικών ειδήσεων των κυπριακών ΜΜΕ μέσω μίας ερμηνευτικής φαινομενολογικής ανάλυσης. *Πρακτικά 20ού συνεδρίου ΕλλΕΕΔΑΑ*. Θεσσαλονίκη, 24-26 Ιανουαρίου.
- Surface, B. (1972). The shame of the sports beat. *Columbia Journalism Review*, 10(5), 48-55.
- Τζέκης, Α. (2018). *Ο Τύπος σε κρίση: Η περίπτωση των ελληνικών αθλητικών εφημερίδων*. Αδημοσίευτη Διδακτορική διατριβή, Πάντειο Πανεπιστήμιο Αθηνών.
- Whitson, D. (2003). Κύκλοι προώθησης: ΜΜΕ, Μάρκετινγκ και η παγκοσμιοποίηση του αθλητισμού. Στο: Wenner, L.A. (eds). *Αθλητισμός και Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας*. Αθήνα: Καστανιώτης.
- Williams, B. A., & Carpini, M. X. D. (2000). Unchained reaction. *Journalism*, 1, 61-85.
- Willig, C. (2015). *Ποιοτικές μέθοδοι έρευνας στην ψυχολογία*. Αθήνα: Gutenberg.
- Wilson, H. S., & Hutchinson, S. A. (1991). Triangulation of qualitative methods: Heideggerian hermeneutics and grounded theory. *Qualitative Health Research*, 1(2), 263-276.

## ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗΣ ΤΗΣ ΚΡΙΣΗΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΣΤΟΝ ΑΘΛΗΤΙΚΟ ΤΥΠΟ: Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ «ΦΩΣ ΤΩΝ ΣΠΟΡ»

Τζέκης, Α.,<sup>1</sup> Σπηλιόπουλος, Π.,<sup>2</sup> Γαργαλιάνος, Δ.,<sup>3</sup> & Λεάνδρος, Ν.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Τμήμα Επικοινωνίας, Μέσων & Πολιτισμού, Πάντειο Πανεπιστήμιο

<sup>2</sup> Τμήμα Δημοσιογραφίας & Μ.Μ.Ε., Α.Π.Θ.

<sup>3</sup> ΤΕΦΑΑ, Α.Π.Θ.

### Περίληψη

Η κρίση στον παγκόσμιο Τύπο επηρέασε και τον ελληνικό και κατ' επέκταση και τα αθλητικά έντυπα. Η εμφάνιση και η ανάπτυξη του διαδικτύου και η εξάπλωση των Νέων Μέσων μείωσε τις πωλήσεις τους και τους στέρησε σημαντικούς οικονομικούς πόρους. Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν να εξετάσει τις στρατηγικές ανάπτυξης των αθλητικών εντύπων σε έναν υπο-ερευνημένο τομέα όχι μόνο στη χώρα μας, αλλά και διεθνώς. Η μεθοδολογία που χρησιμοποιήθηκε ήταν αυτή της ποιοτικής έρευνας και ειδικότερα της μελέτης περίπτωσης της εφημερίδας «Φως των Σπορ», μέσω της οποίας επιχειρήθηκε η διερεύνηση του εν λόγω επιχειρηματικού τομέα. Τα αποτελέσματα έδειξαν πως η εφημερίδα μέσω της στρατηγικής «εστίασης» κατάφερε να εδραιωθεί και να δημιουργήσει ένα ισχυρό brand - name στον επιχειρηματικό χώρο. Κατά την διάρκεια της κρίσης, μέσω της στρατηγικής «ηγεσίας κόστους» οι απώλειές της ήταν οι λιγότερες συγκριτικά με των υπόλοιπων εφημερίδων, ενώ στο μεταξύ μείωσε το σύνολο των υποχρεώσεών της στο 10% των αρχικών. Συμπερασματικά, η εφαρμογή επιχειρηματικών στρατηγικών για την αντιμετώπιση της κρίσης, που έχουν ήδη υιοθετηθεί από αρκετά ευρωπαϊκά αθλητικά έντυπα, δείχνουν ικανές να στηρίξουν το οικοδόμημα του Τύπου.

**Λέξεις - κλειδιά:** Αθλητικός Τύπος, στρατηγικές ανάπτυξης, κρίση, διαδίκτυο.

### Εισαγωγή

Η γενικότερη κρίση στη βιομηχανία του Τύπου (Brüggemannetal, 2016), έφερε σε δυσχερή θέση και τις αθλητικές εφημερίδες. Ο κλάδος χαρακτηρίζεται από οικονομική στενότητα, σημαντικές δανειακές υποχρεώσεις, μείωση φερεγγυότητας, πτωτική πορεία του κύκλου εργασιών και ζημιογόνες χρήσεις, λόγω των μειωμένων πωλήσεων και των εσόδων από τη διαφημιστική αγορά. Παράλληλα, η ανάπτυξη των Νέων Μέσων, που παρέχουν δωρεάν ενημέρωση και αντλούν από τους ίδιους διαφημιστικούς πόρους, επιδείνωσε ακόμα περισσότερο την κατάσταση (Berte, & DeBens, 2008; Küng, 2017). Προκειμένου να ανακόψουν ή να περιορίσουν τους παράγοντες εκείνους που θα τις οδηγήσουν με μαθηματική ακρίβεια στην αναστολή της έκδοσής τους, όπως συνέβη με αρκετά άλλα φύλλα ([www.eihea.gr](http://www.eihea.gr)), οι εφημερίδες στράφηκαν προς τους οπαδούς των ομάδων, εγκαταλείποντας απροσημάτιστα, άλλες περισσότερο και άλλες λιγότερο, την αντικειμενικότητα που διέθεταν. Παρόλα αυτά, η συγκεκριμένη τακτική δεν έχει αποδώσει καρπούς και περισσότερο έβλαψε παρά ωφέλησε, αφού επιπλέον, απώλεσαν και το υγιές κομμάτι των αναγνωστών τους. Τα ελληνικά Μέσα έχουν ελάχιστα διερευνηθεί (Τσιγγίλης, Παναγιωτίδης, & Σπηλιόπουλος, 2017), πολύ δε περισσότερο οι αθλητικές εφημερίδες που δεν βρέθηκαν ποτέ μέχρι σήμερα στο επίκεντρο του ενδιαφέροντος των

μελετητών. Αυτό το κενό, επιχειρεί να καλύψει εν μέρει η παρούσα έρευνα υπό το πρίσμα των ανωτέρω στρατηγικών ανάπτυξης.

### **Σκοπός της έρευνας**

Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν να διερευνήσει: α) πώς αντιμετωπίστηκε από τον ελληνικό αθλητικό Τύπο η κρίση που μαστίζει τον χώρο μετά την εμφάνιση του διαδικτύου σε συνδυασμό με την κρίση στην ελληνική οικονομία, και β) τις στρατηγικές ανάπτυξης του αθλητικού Τύπου.

### **Ανασκόπηση της βιβλιογραφίας**

Για να είναι μακροπρόθεσμα επιτυχής μία επιχείρηση πρέπει να εφαρμόζει ανταγωνιστική στρατηγική, ώστε να αποκομίσει ευδιάκριτο πλεονέκτημα έναντι των άλλων επιχειρήσεων του κλάδου. Η βιβλιογραφία δείχνει ότι οι γενικές στρατηγικές που είναι ικανές να επιτύχουν τη βελτίωση της απόδοσης μίας επιχείρησης είναι: α) η ηγεσία κόστους, β) η διαφοροποίηση και γ) η εστίαση (Μίντζμπεργκ, Άλστραντ, & Λάμπελ, 2004; Porter, 1980).

### **Μεθοδολογία**

Ένα σύνθετο φαινόμενο, όπως είναι η κρίση του Τύπου, πρέπει να εξεταστεί σε βάθος (Feagin, Orum, & Sjoberg, 1991). Για τον λόγο αυτό επιλέχθηκε ως το πλέον κατάλληλο μεθοδολογικό εργαλείο η μελέτη περίπτωσης (Yin, 1989), καθώς δίνει την δυνατότητα να απαντηθούν σχετικά ερωτήματα (Ιωσηφίδης, 2003).

*Δείγμα - Εργαλείο συλλογής των δεδομένων:* Το *Φως των Σπορ* είναι η παλαιότερη ελληνική αθλητική εφημερίδα που κυκλοφορεί έως σήμερα. Είναι μία οικογενειακή επιχείρηση και λειτουργεί με τον παραδοσιακό τρόπο. Όλα αυτά τα χρόνια διατήρησε σαφή συλλογικό προσανατολισμό προς τον Ολυμπιακό (Κουσούνελος, 2004), χωρίς όμως να είναι ακραία οπαδική. Έχει σταθερό αναγνωστικό κοινό που της έχει δώσει την πρώτη θέση για πολλά χρόνια ([www.eihea.gr](http://www.eihea.gr)) και είχε τις λιγότερες απώλειες από την αρχή της κρίσης του αθλητικού Τύπου. Εκτυπώνεται σε μεγάλο σχήμα και είναι η μοναδική εφημερίδα που διαθέτει δική της εκτυπωτική μονάδα. Όλα αυτά και ενώ ο Μεσοπονημένος αθλητισμός είναι σχεδόν ανεξερεύνητος στη χώρα μας (Σκαλτσή, Σπηλιόπουλος, & Τσιγγίλης, 2017; Σπηλιόπουλος, Κυριαζίδου, & Τσιγγίλης, 2018), το καθιστούν εξαιρετική περίπτωση για μελέτη. Για μεγαλύτερη αξιοπιστία χρησιμοποιήθηκε ο μεθοδολογικός τριγωνισμός (Willig, 2017), με έρευνα σε αρχειακό υλικό και έγγραφα, ενώ με τη φυσική παρουσία του πρώτου ερευνητή στον εργασιακό χώρο της εφημερίδας και σε συνδυασμό με την άμεση παρατήρηση, έγιναν δύο συνεντεύξεις σε βάθος με ημιδομημένο οδηγό (Bryman, 2015), με δύο δημοσιογράφους που κατείχαν υψηλές επαγγελματικές θέσεις στην εφημερίδα. Ο πρώτος είχε 55 χρόνια εμπειρίας, ενώ ο δεύτερος 17 χρόνια. Οι συνεντεύξεις πραγματοποιήθηκαν το διάστημα 25-30 Απριλίου 2015 και διήρκεσαν 45-60 λεπτά.

## Αποτελέσματα – Συζήτηση

### Στρατηγική

Τα αποτελέσματα της έρευνας έδειξαν ότι η εφημερίδα *Φως των Σπορ* ακολούθησε τις δύο από τις τρεις στρατηγικές. Με το ξεκίνημα της κυκλοφορίας της αυτήν της «εστίασης», δηλαδή επικεντρώθηκε σε εξειδικευμένο τμήμα της αγοράς που είναι οι φίλαθλοι του Ολυμπιακού, προσπαθώντας έτσι να πετύχει πλεονέκτημα κόστους, ενώ το διάστημα 2008-2013 ακολούθησε τη στρατηγική «ηγεσίας κόστους», διατηρώντας σταθερή τιμή πώλησης, ώστε να αντιμετωπίσει την οικονομική κρίση στον χώρο. Αυτό το πέτυχε χάρη στις ιδιόκτητες εγκαταστάσεις, τη δική της εκτυπωτική μονάδα και περιορίζοντας τα λειτουργικά έξοδα, με μία σειρά από μέτρα, όπως η λήξη της συνεργασίας με εξωτερικούς συνεργάτες, η περιορισμένη χρονική διάρκεια των τηλεφωνικών κλήσεων και η σπάνια αποστολή δημοσιογράφων για να καλύψουν γεγονότα, εκτός των αγώνων του Ολυμπιακού. Οι στρατηγικές αυτές είχαν σημαντικά οφέλη για την εφημερίδα. Το 1983 πωλούσε σχεδόν τα μισά φύλλα από τις αθλητικές εφημερίδες που κυκλοφορούσαν τότε (29.141 κατά μέσο όρο, με ποσοστό επί της μέσης κυκλοφορίας 45,6%), ενώ στο αποκορύφωμα της δόξας της, το 1988, πωλούσε 57.068 φύλλα και είχε λίγο περισσότερο από το ένα τρίτο (34,18%) του μεριδίου της αγοράς.

Παρόλα αυτά, την τελευταία δεκαετία είχε μία σοβαρή πτωτική πορεία και ο κυριότερος λόγος ήταν η είσοδος του διαδικτύου στον χώρο των Μέσων. Αναφερόμενος στις σχετικές κοσμογονικές αλλαγές που επήλθαν στον χώρο των Μέσων ο Φαίδων Κωνσταντουδάκης (2015) δήλωσε «...σκοντάψαμε πάνω στο παγόβουνο». Ωστόσο, εξακολουθεί να έχει την πρωτιά στις πωλήσεις, παρότι το 2016 έφτασε να διαθέτει μόλις 5.565 φύλλα ημερησίως, κατέχοντας έτσι μερίδιο της τάξης του 17,94% στο σύνολο των πωλήσεων των αθλητικών εφημερίδων, έχοντας παράλληλα να αντιμετωπίσει τον ανταγωνισμό από δύο ακόμα εφημερίδες (*Πρωταθλητής* και *Γαύρος*) που απευθύνονται στο οπαδικό κοινό της ομάδας του Ολυμπιακού. Παρά το γεγονός της μείωσης των πωλήσεων, οι απώλειες ήταν οι λιγότερες συγκριτικά με τις υπόλοιπες εφημερίδες. Εμφανίζει συγκριτικά τα καλύτερα οικονομικά αποτελέσματα, ενώ στο μεταξύ μείωσε το σύνολο των υποχρεώσεων της στο 10% (από €2.001.806 το 2007, σε €193.694 το 2014). Παρόλα αυτά, από το 2011 εξακολουθεί να κινείται σε ζημιογόνα οικονομική χρήση. Αξίζει να σημειωθεί ότι δεν έχει συστήσει ποτέ διαφημιστικό τμήμα, ως να μην ενδιαφέρεται ιδιαίτερα για την άντληση πόρων από τη διαφημιστική αγορά ([media.mediaservices.gr](http://media.mediaservices.gr)), με συνέπεια τα έσοδα από τις καταχωρήσεις να είναι πενιχρά.

### Συμπέρασμα

Παρά την πρωτιά στις πωλήσεις, το *Φως των Σπορ* δείχνει να επηρεάζεται από την κρίση, όμως λιγότερο από τις άλλες εφημερίδες. Αυτό πιθανότατα συνέβη διότι εφάρμοσε επιχειρηματικές στρατηγικές για την αντιμετώπιση της κρίσης (όπως η στρατηγική «ηγεσίας κόστους»), που έχουν ήδη υιοθετηθεί από αρκετά ευρωπαϊκά αθλητικά έντυπα και οι οποίες δείχνουν ικανές να στηρίξουν το οικοδόμημα του Τύπου. Ο Δημήτρης Δημητρίου (2015), δήλωσε ότι: «...ο κόσμος μετακινείται στο διαδίκτυο και τις ηλεκτρονικές εφημερίδες» και προβλέπει πως μετά από μια δεκαετία «...ο αθλητικός Τύπος θα είναι κατά 80% διαδικτυακός».



## Πρακτικές επιπτώσεις

Οι αθλητικές εφημερίδες, αν και βιώνουν δραματικές αλλαγές, αδυνατούν να προσαρμοστούν στη νέα πραγματικότητα, καθώς την περίοδο της μεγάλης ανόδου του κλάδου (1993-2008), δεν έκαναν τις κατάλληλες και αναγκαίες επενδύσεις σε τεχνολογικό εξοπλισμό (Veglis & Pomportsis, 2014). Η λύση στο πρόβλημα της κρίσης της βιομηχανίας του Τύπου μπορεί να είναι η πλήρης αξιοποίηση των δυνατοτήτων της εκτύπωσης και συνάμα η μετατροπή των εκδοτικών επιχειρήσεων σε βασικούς παράγοντες της ενημερωτικής αγοράς που περιλαμβάνει και την ηλεκτρονική μετάδοση πληροφοριών (RCS MediaGroup, 2015). Έτσι, μπορεί να επιτευχθεί βελτίωση της παραγωγής που θα αποφέρει καλύτερα οικονομικά αποτελέσματα. Τα ηλεκτρονικά Μέσα συνιστούν μία διέξοδο για τον αθλητικό Τύπο προκειμένου να ανακτήσει μέρος του κοινού και των εσόδων του, υπό την προϋπόθεση, ωστόσο, να μην τύχουν της ίδιας αντιμετώπισης με αυτή των έντυπων, όπως στην περίπτωση της μελέτης μας. Τα ευρήματα της παρούσας εργασίας, φαίνεται ότι μπορούν να αποτελέσουν οδηγό αντιμετώπισης της κρίσης, με βάση τις διεθνείς πρακτικές.

## Βιβλιογραφία

- Berte, K., & De Bens, E. (2008). Newspapers go for advertising! Challenges and opportunities in a changing media environment. *Journalism Studies*, 9(5), 692-703.
- Brüggemann, M., Humprecht, E., Kleis Nielsen, R., Karppinen, K., Cornia, A., & Esser, F. (2016). Framing the newspaper crisis: How debates on the state of the press are shaped in Finland, France, Germany, Italy, United Kingdom and United States. *Journalism Studies*, 17(5), 533-551.
- Bryman, A. (2017). *Μέθοδοι κοινωνικής έρευνας*. Αθήνα: Gutenberg.
- Δημητρίου, Δ. (2015). Προσωπική συνέντευξη με τον πρώτο ερευνητή (30.04.2015).
- Feagin, J., Orum, A., & Sjoberg, G. (1991). *A case for case study*. Chapel Hill, NC: University of North Carolina Press.
- Ιωσηφίδης, Θ. (2003). *Ανάλυση ποιοτικών δεδομένων στις κοινωνικές επιστήμες*. Αθήνα: Κριτική.
- Κουσουνέλος, Γ. (2004). *Λεξικό Ελληνικού Αθλητικού Τύπου 1894-2004*. Αθήνα: Διόπτρα.
- Küng, L. (2017). *Going digital: A roadmap for organisational transformation*. Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Κωνσταντουδάκης, Φ. (2015). Προσωπική συνέντευξη με τον πρώτο ερευνητή (25.04.2015).
- Μίντζμπεργκ, Χ., Άλστραντ, Μπ., & Λάμπελ, Τζ. (2004). *Το σαφάρι της στρατηγικής*. Αθήνα: Καστανιώτης.
- Porter, M. (1980). *Competitive strategy*. New York, NY: Free Press.
- Reuters Institute (2016), σελ. 85 – 93. Αντλήθηκε στις 25.09.2016, από: .....
- RCS Media Group (2015), Business Plan 2016 – 2018.
- Σκαλτσή, Χ., Σπηλιόπουλος, Π., & Τσιγγίλης, Ν. (2017). Ο λόγος του αθλητισμού και τα χαρακτηριστικά του. Η περίπτωση της τηλεοπτικής μετάδοσης αγώνων ποδοσφαίρου και καλαθόσφαιρας. *Φυσική Αγωγή & Αθλητισμός*, 37(1), 80- .....
- Σπηλιόπουλος, Π., Κυριαζίδου, Β., & Τσιγγίλης, Ν. (2018). Η κάλυψη του γυναικείου αθλητισμού από τον ελληνικό αθλητικό και πολιτικό Τύπο. *Πρακτικά 19<sup>ο</sup> Πανελληνίου Συνεδρίου Διοίκησης Αθλητισμού & Αναψυχής, ΕλλΕΕΔΑΑ*, Πάτρα, 18 Νοεμβρίου.
- Τσιγγίλης, Ν., Παναγιωτίδης, Γ., & Σπηλιόπουλος, Π. (2017). Απόψεις αθλητικών συντακτών για το παρόν και το μέλλον της αθλητικής δημοσιογραφίας: Από τα έντυπα στα ψηφιακά Μέσα. *Φυσική Αγωγή & Αθλητισμός*, 37(1), 56-63.



- Veglis, A., & Pomportsis, A. (2014). Journalists in the age of ICTs: Work demands and educational needs. *Journalism & Mass Communication Educator*, 69, 61-75.
- Willig, C. (2015). *Ποιοτικές μέθοδοι έρευνας στην Ψυχολογία*. Αθήνα: Gutenberg
- Yin, R. (1989). *Case study research: Design and methods*. (Rev. ed.). Newbury Park, CA: Sage Publishing.

Διαδίκτυο

<http://www.eihea.gr>

<http://media.mediaservices.gr>

## Η ΕΦΗΜΕΡΙΔΑ SPORT DAY ΤΗΝ ΕΠΟΧΗ ΤΗΣ ΚΡΙΣΗΣ ΣΤΑ ΜΜΕ: ΜΙΑ ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ

Τζέκης, Α.,<sup>1</sup> Σπηλιόπουλος, Π.,<sup>2</sup> Γαργαλιάνος, Δ.,<sup>3</sup> & Λεάνδρος, Ν.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Τμήμα Επικοινωνίας, Μέσων & Πολιτισμού, Πάντειο Πανεπιστήμιο

<sup>2</sup> Τμήμα Δημοσιογραφίας & Μ.Μ.Ε., ΑΠΘ

<sup>3</sup> ΤΕΦΑΑ, ΑΠΘ

### Περίληψη

Λόγω της διεθνούς κρίσης στον χώρο, της εμφάνισης του διαδικτύου, αλλά και της γενικότερης οικονομικής κρίσης που αντιμετωπίζει η χώρα οι επιχειρήσεις που εκδίδουν εφημερίδες αντιμετωπίζουν σοβαρά οικονομικά προβλήματα που τις οδήγησαν είτε σε αναστολή έκδοσης, είτε σε αλλαγές στο ιδιοκτησιακό, αλλά και στο εργασιακό καθεστώς τους. Σκοπός της εργασίας ήταν να διερευνήσει την κρίση στον Ελληνικό αθλητικό Τύπο. Η μεθοδολογία που χρησιμοποιήθηκε ήταν αυτή της ποιοτικής προσέγγισης και ειδικότερα της μελέτης περίπτωσης της εφημερίδας *SportDay*. Τα αποτελέσματα έδειξαν πως η εφημερίδα κατάφερε να εδραιωθεί στον κλάδο μέσω της στρατηγικής «διαφοροποίησης», ενώ κατά την διάρκεια της κρίσης κατάφερε να επιβιώσει μέσω της «ηγεσίας κόστους» και την υπαγωγή της σε όμιλο ηλεκτρονικών Μέσων. Συμπερασματικά μπορεί να ειπωθεί ότι η εφαρμογή επιχειρηματικών στρατηγικών που έχουν ήδη υιοθετηθεί από αρκετά ευρωπαϊκά αθλητικά έντυπα, αλλά και άλλες Ελληνικές εφημερίδες δείχνουν το δρόμο για την στήριξη του αθλητικού Τύπου.

**Λέξεις - κλειδιά:** Ανάπτυξη, κρίση, SportDay, διαδίκτυο.

### Εισαγωγή

Οι αθλητικές εφημερίδες από καθημερινή περιοδικότητα πέρασαν στην 24ωρη λειτουργία και ενημερώνουν πλέον το κοινό τους για τις αθλητικές εξελίξεις και μέσω των ιστοσελίδων τους ή τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (ΜΚΔ) που διαθέτουν (Li, Stokowski, Dittmore, & Scott, 2017). Όμως, ακριβώς λόγω της εμφάνισης του διαδικτύου, αλλά και της γενικότερης κρίσης που επικρατεί στον χώρο του Τύπου, αντιμετωπίζουν σοβαρά οικονομικά προβλήματα. Έτσι, κατά το πρόσφατο παρελθόν οδηγήθηκαν σε αναστολή έκδοσης, αλλαγές στο ιδιοκτησιακό και εργασιακό καθεστώς τους, με οδυνηρή συνέπεια την ανεργία στον κλάδο (O'Donnell, 2017). Η κατάσταση αυτή προσομοιάζει με όσα βιώνουν τα τελευταία χρόνια οι περισσότερες αθλητικές εφημερίδες της χώρας. Στην Ελλάδα τα αθλητικά Μέσα είναι υπο-ερευνημένα (Σπηλιόπουλος, 2019) και, ως εκ τούτου, έχει ενδιαφέρον να μελετηθεί η διαμόρφωση του τοπίου των επιχειρήσεων αυτών και να αναζητηθούν οι λόγοι που τις οδήγησαν εκεί, καθώς και οι τρόποι αντιμετώπισής τους.

### Σκοπός της έρευνας

Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν να διερευνήσει: α) τις στρατηγικές ανάπτυξης που έχει εφαρμόσει στη χώρα μας ο αθλητικός Τύπος και β) την αντίδραση των επιχειρήσεων που εκδίδουν τις εφημερίδες στην κρίση.

## Ανασκόπηση της βιβλιογραφίας

Οι Μίντζμπεργκ, Άλστραντ και Λάμπελ (2004) έχουν προτείνει τρεις στρατηγικές («ηγεσίας κόστους», «διαφοροποίησης» και «εστίασης»), που μπορούν να χρησιμοποιήσουν οι επιχειρήσεις ώστε να αποκτήσουν πλεονεκτήματα έναντι των ανταγωνιστών τους στον κλάδο (Porter, 1980). Σε άλλη έρευνα στην Ελλάδα βρέθηκε ότι το *Φως των Σπορ* ακολούθησε αρχικά την στρατηγική «εστίασης» για την ανάπτυξη της εφημερίδας και στη συνέχεια, για την αντιμετώπιση της κρίσης, την στρατηγική «ηγεσίας κόστους», με θετικό αντίκτυπο και στις δύο περιπτώσεις (Τζέκης και συν., 2020).

## Μεθοδολογία

Προκειμένου να ερευνηθεί διεξοδικά το θέμα επιλέχθηκε η ποιοτική μελέτη και ειδικότερα η μελέτης περίπτωσης, καθώς περιλαμβάνει «λεπτομερή και ενδελεχή ανάλυση μίας μεμονωμένης περίπτωσης» (Bryman, 2017, σελ. 91) και χρησιμοποιείται με απώτερο σκοπό την κατανόηση ενός μεγάλου συνόλου μονάδων, μέσω της απόκτησης πολύτιμων δεδομένων από την άμεση ή έμμεση πρόσβαση στην εμπειρία των κοινωνικών υποκειμένων (Ιωσηφίδης & Σπυριδάκης, 2006α). Εν προκειμένω, ενός συγκεκριμένου επιχειρηματικού κλάδου, του αθλητικού Τύπου.

*Δείγμα:* Στην έρευνα συμμετείχαν οι δημοσιογράφοι Γιώργος Χελάκης (12 χρόνια εμπειρίας) και Γιάννης Χωριανόπουλος (14 χρόνια εμπειρίας) που κατείχαν υψηλές επαγγελματικές θέσεις στην εφημερίδα.

*Εργαλείο συλλογής των δεδομένων:* Συλλέχτηκαν στατιστικά στοιχεία από έντυπα, καθώς και από ιστορικά αρχεία και ακολουθήθηκαν τα βήματα των Τζέκη και συν. (2020) με άμεση παρατήρηση και 2 συνεντεύξεις σε βάθος, οι οποίες πραγματοποιήθηκαν το διάστημα 26-27 Μαρτίου 2015 και διήρκεσαν 45-60 λεπτά η κάθε μία. Προκειμένου να διασφαλιστεί μεγαλύτερη αξιοπιστία στα ευρήματα χρησιμοποιήθηκε μία μεθοδολογική τριγωνοποίηση που περιλάμβανε την χρήση «περισσοτέρων από μία μεθόδων ή πηγών δεδομένων» (Bryman, 2017, σελ. 422).

## Αποτελέσματα – Συζήτηση

Η *Sport Day* κυκλοφόρησε το 2003 και για δύο χρόνια διανέμονταν καθημερινά δωρεάν, κυρίως στους σταθμούς του ηλεκτρικού και του μετρό (Παπαθανασόπουλος, 2003). Από το 2005, απέκτησε την μορφή που έχει και σήμερα και τυπώνεται ανελλιπώς σε σχήμα ταμπλόιντ. Ως το 2015, ανήκε σε πολυμετοχικό σχήμα, με αθλητικούς συντάκτες (Σωτηρακόπουλος, Χελάκης) και με ιδιοκτήτες εγχώριων Μ.Μ.Ε. (Αλαφούζος, Κοντομηνάς). Τότε οι περισσότερες μετοχές της (98,5%) πέρασαν στον Κοντομηνά και τα γραφεία της μεταφέρθηκαν στην Κάντζα Αττικής, στις εγκαταστάσεις του ομίλου *Alpha*. Έτσι, διακόπηκαν οι δεσμοί της με τον αθλητικό ραδιοφωνικό σταθμό *Σπορ - Fm 94.6*, στο έμφυχο δυναμικό του οποίου βασιζόνταν. Είναι η μοναδική εφημερίδα του κλάδου που νοικιάζει τον τίτλο της στο εξωτερικό (Κύπρος).

Για την ανάπτυξή της ακολούθησε την στρατηγική της «διαφοροποίησης». Χωρίς να υπολογίζει ιδιαίτερα το κόστος παραγωγής προσέφερε μοναδικά προϊόντα που εκτιμήθηκαν από τους αναγνώστες, όπως η πολυσυλλεκτικότητα της θεματολογίας, η ισομερής κατανομή πρωτοσέλιδων στις δημοφιλείς

ομάδες της χώρας, η διαφοροποίησή τους σχετικά με την κυκλοφορία της στη Βόρεια Ελλάδα, πολυσέλιδα αφιερώματα και επί σειρά μηνών προσφορά της γαλλικής L' Equipe στην ελληνική γλώσσα. Σε αυτό το διάστημα βρέθηκε στην 1<sup>η</sup> θέση στις πωλήσεις και είχε σημαντικότερα διαφημιστικά έσοδα.

Όμως, δεν έμεινε ανεπηρέαστη από την οικονομική κρίση της χώρας, την κρίση του Τύπου (Bucy, D'Angelo, & Bauer, 2014) και την αναξιοπιστία του Ελληνικού ποδοσφαίρου, η οποία «...πολύ σύντομα μεταβλήθηκε σε αναξιοπιστία του αθλητικού Τύπου» (Χελάκης, 2015). Οι εξελίξεις αυτές, σε συνδυασμό με την δωρεάν παροχή ενημέρωσης από τις διαδικτυακές ιστοσελίδες, είχαν ως αποτέλεσμα την δραματική μείωση εσόδων (από κυκλοφορία και διαφημίσεις), γεγονός που την έφτασε ένα βήμα πριν από την αναστολή έκδοσής της. Επακόλουθο αυτής της κατάστασης ήταν πολύμηνες καθυστερήσεις στην εξόφληση εργαζόμενων και προμηθευτών, απεργιακές κινητοποιήσεις και απολύσεις προσωπικού ([www.enet.gr](http://www.enet.gr)). Σύμφωνα με τον Χωριανόπουλο (2015), κύριο αίτιο της κρίσης ήταν: «...ο αθέμιτος ανταγωνισμός του διαδικτύου». Με την άποψη αυτή συμφωνεί και ο Χελάκης (2015), ο οποίος δήλωσε ότι: «...η εφημερίδα υποφέρει από το διαδίκτυο που σκυλεύει το περιεχόμενο της και την καθιστά ανεπίκαιρη προτού καν φθάσει στον αναγνώστη. Ο επισκέπτης των ιστοσελίδων έχει πρόσβαση στο περιεχόμενό της πριν αυτή κυκλοφορήσει».

Το 2015 πέρασε σε έναν επιχειρηματία (Κοντομηνάς), ο οποίος είχε έντονη παρουσία στα ηλεκτρονικά Μ.Μ.Ε. και για να ανταπεξέλθει η εφημερίδα στη μείωση της κυκλοφορίας και των διαφημιστικών εσόδων υιοθέτησε την στρατηγική «ηγεσίας κόστους», ενώ παράλληλα, μειώθηκαν και τα λειτουργικά κόστη χάρη στις συνέργειες που αναπτύχθηκαν με την ένταξή της στον όμιλο Κοντομηνά. Με τη μετεγκατάσταση σε ιδιόκτητες εγκαταστάσεις, εξοικονόμησε πόρους από την πληρωμή ενοικίων και μισθούς σε φύλακες / τηλεφωνήτριες, ενώ έγιναν και περαιτέρω περικοπές αμοιβών. Ο Χελάκης (2015), δήλωσε πως μελλοντικά, προσδοκεί ότι η εφημερίδα «...θα έχει και αυξημένα διαφημιστικά έσοδα», καθώς πλέον ανήκει σε έναν 'ισχυρό μιντιακό όμιλο'. Ένα ακόμα μέτρο που είχε θετικά αποτελέσματα ήταν η μείωση της τιμής πώλησης του φύλλου (από € 1,30 σε € 1,00 και αργότερα σε € 0,90). Με την υιοθέτηση της στρατηγικής «ηγεσίας κόστους», η *SportDay* δείχνει μέχρι στιγμής να αντέχει, ενώ άλλες εφημερίδες έκλεισαν (*Goal News*).

Ως ένα ορισμένο σημείο, η στρατηγική της διαφοροποίησης είχε σπουδαία οφέλη για την εφημερίδα. Την εξαετία 2006-2011 κατείχε την 1<sup>η</sup> θέση στον πίνακα των πωλήσεων, με αποκορύφωμα το 2007 (μέσος όρος 45.815 φύλλα και 24,43% του μεριδίου της αγοράς). Όμως, κατά την διάρκεια της κρίσης και μέσα σε εννέα χρόνια (2007-2016) απώλεσε το 88,78% της μέσης κυκλοφορίας της, για να φτάσει το 2016 να διαθέτει μόλις 5.139 φύλλα (μερίδιο 16,57%). Η εντυπωσιακή μείωση της κυκλοφορίας, συνεπώς και των διαφημιστικών εσόδων είχαν δραματικές επιπτώσεις στην οικονομική κατάσταση της εφημερίδας. Το 2009 εισέπραξε € 20.721.300 για διαφημιστικές καταχωρήσεις και ένα χρόνο αργότερα ξεπέρασε τα € 23.000.000, αλλά σταδιακά άρχισαν να μειώνονται και από 10,66 που ήταν κατά μέσο όρο ανά τεύχος το 2010, έφθασαν μετά βίας τις 1,85 το 2016. Το διάστημα 2010-2016 οι διαφημιστικές καταχωρήσεις εμφάνισαν τεράστιες απώλειες (85,88%), γεγονός που επηρέασε συνολικά την εφημερίδα. Ο κύκλος εργασιών από € 21.177.306 το 2008 συρρικνώθηκε στα € 3.461.836 το 2014 (πτώση 83,65%) και από το 2010 παρουσιάζει οικονομικές ζημιές. Ο Χελάκης (2015) υποστήριξε ότι αυτό συνέβη διότι: «...ακολουθήθηκε στρατηγική επιβίωσης με σκοπό την περικοπή του κόστους και όχι στρατηγική ανάπτυξης».

## Συμπέρασμα

Εφαρμόζοντας την στρατηγική «ηγεσίας κόστους» η *SportDay* κατάφερε να επιβιώσει και επιχειρεί να κάνει μια νέα αρχή, λειτουργώντας σε μία πιο ορθολογική οικονομική βάση. Στρατηγικές ανάπτυξης και αντιμετώπισης της οικονομικής κρίσης που έχουν ήδη υιοθετηθεί από αρκετά ευρωπαϊκά έντυπα δείχνουν ικανές να στηρίξουν το οικοδόμημα του αθλητικού Τύπου (Τζέκης και συν., 2020).

## Πρακτικές επιπτώσεις

Τα ευρήματα ενισχύουν προηγούμενη έρευνα των Τζέκη και συν., (2020) (περίπτωση της εφημερίδας *Φως των Σπορ*) και υποστηρίζουν πως για την εξασφάλιση της παροχής βιώσιμης δημοσιογραφικής ποιότητας και ποικιλομορφίας χρειάζεται διαρθρωτικός μετασχηματισμός των εφημερίδων (Brüggemann et al., 2016), με έμφαση στις νέες Τεχνολογίες Πληροφορίας και Επικοινωνιών (Thorpe, 2017; Τζέκης και συν., 2020). Καθώς υπάρχει έλλειψη μελετών στο χώρο των αθλητικών Μέσων στην Ελλάδα (Σπηλιόπουλος, Αποστολίδης, & Τσιγγίλης, 2019; Τρόκου, Σπηλιόπουλος, & Τσιγγίλης, 2019), περαιτέρω έρευνα θα επεκτείνει την γνώση στο πεδίο.

## Βιβλιογραφία

- Bucy, E. P., D'Angelo, P., & Bauer, N. M. (2014). Crisis, credibility, and the press: A priming model of news evaluation. *The International Journal of Press/Politics*, 19(4), 453-475.
- Brüggemann, M., Humprecht, E., Kleis Nielsen, R., Karppinen, K., Cornia, A., & Esser, F. (2016). Framing the newspaper crisis: How debates on the state of the press are shaped in Finland, France, Germany, Italy, United Kingdom and United States. *Journalism Studies*, 17(5), 533-551.
- Bryman, A. (2017). *Μέθοδοι κοινωνικής έρευνας*. Αθήνα: Gutenberg.
- Ιωσηφίδης, Θ. & Σπυριδάκης, Μ. (2006α). *Ποιοτική κοινωνική έρευνα: Μεθοδολογικές προσεγγίσεις και ανάλυση δεδομένων*. Αθήνα: Κριτική.
- Li, B., Stokowski, S., Dittmore, S. W., & Scott, O. K. (2017). For better or for worse: The impact of social media on Chinese sports journalists. *Communication & Sport*, 5(3), 311-330.
- Μίντζμπεργκ, Χ., Άλστραντ, Μπ., & Λάμπελ, Τζ. (2004). *Το σαφάρι της στρατηγικής*. Αθήνα: Καστανιώτης.
- O'Donnell, P. (2017). Beyond newsrooms: Younger journalists talk about job loss and re-employment in Australian journalism. *Australian Journalism Review*, 39(2), 163-175.
- Παπαθανασόπουλος, Σ. (2003). Αθλητισμός και ΜΜΕ: Ευρώπη και Ελλάδα. Στο Βένερ, Λ. (επιμ.). *Αθλητισμός και Μέσα μαζικής Επικοινωνίας*. Αθήνα: Καστανιώτης, 13-42.
- Porter, M. (1980). *Competitive strategy*. New York: Free Press.
- Reuters Institute (2016), σελ. 85-93. Ανακτήθηκε στις 25.09.2016, από: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital-News-Report-2016.pdf>.
- Σπηλιόπουλος, Π. (2019). Η αλληλεξάρτηση αθλητισμού και Μέσων επικοινωνίας. Η συμβολή της τηλεόρασης στην προβολή και διάδοση των σπορ στην Ελλάδα. *Φυσική Αγωγή & Αθλητισμός*, 39(1), 135.
- Σπηλιόπουλος, Π., Αποστολίδης, Ν., & Τσιγγίλης, Ν. (2019). Η επιρροή των πρακτικών των υπεύθυνων επικοινωνίας στην οικοδόμηση του θεματολογίου των αθλητικών Μέσων. Διερεύνηση των επαρχιακών ΠΑΕ της Ελλάδος. *Φυσική Αγωγή & Αθλητισμός*, 39(1), 134-135.



- Τζέκης, Α., Σπηλιόπουλος, Π., Γαργαλιάνος, Δ., & Λέανδρος, Ν. (2020). Στρατηγικές αντιμετώπισης της κρίσης και ανάπτυξης στον αθλητικό Τύπο: Η περίπτωση της εφημερίδας «Φως των Σπορ». 20<sup>ο</sup> Συνέδριο της ΕλλΕΕΔΑΑ, Θεσσαλονίκη, περιλαμβάνεται στα παρόντα πρακτικά.
- Thorpe, H. (2017). Action sports, social media, and new technologies: Towards a research agenda. *Communication & Sport*, 5(5), 554-578.
- Τρόκου, Π., Σπηλιόπουλος, Π., & Τσιγγίλης, Ν. (2019). Διερεύνηση του τρόπου παρουσίασης των ελληνίδων αθλητριών στα έντυπα αθλητικά ΜΜΕ. *Φυσική Αγωγή & Αθλητισμός*, 39(1), 135-136.
- Χελάκης, Γ. (2015). Προσωπική συνέντευξη με τον πρώτο ερευνητή, 26.03.2015.
- Χωριανόπουλος, Ι. (2015). Προσωπική συνέντευξη με τον πρώτο ερευνητή, 27.03.2015.

#### Διαδίκτυο

- <http://www.enet.gr> (2014). Νέα απεργία στον ΒΗΜΑ FM, εξελίξεις στη «Sportday». Δημοσίευμα της 05.06.2014. Ανακτήθηκε στις 10.12.2019 από: <http://www.enet.gr/?i=issue.el.home&date=05/06/2014&id=434074>.

## BEYOND AGENDA SETTING: ΟΙ ΠΗΓΕΣ ΑΘΛΗΤΙΚΩΝ ΕΙΔΗΣΕΩΝ ΤΩΝ ΚΥΠΡΙΑΚΩΝ ΜΜΕ ΜΕΣΩ ΜΙΑΣ ΕΡΜΗΝΕΥΤΙΚΗΣ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟΛΟΓΙΚΗΣ ΜΕΛΕΤΗΣ

Σπηλιόπουλος, Π., Τσιγγίλης, Ν., Καλλίρης, Γ., Αυξεντίου, Π., & Σουρκούνης, Χρ.

Τμήμα Δημοσιογραφίας & Μ.Μ.Ε., ΑΠΘ

### Περίληψη

Σκοπός της εργασίας ήταν να διερευνήσει εάν και κατά πόσο οι κυπριακοί αθλητικοί οργανισμοί, έχουν αποκτήσει έλεγχο και παίρνουν μέρος στη διαδικασία παραγωγής των ειδήσεων των αθλητικών Μέσων της νήσου, καθώς και τις τυχόν συνέπειες. Χρησιμοποιήθηκε η ποιοτική μέθοδος, με εργαλείο την συνέντευξη σε βάθος. Για την ανάλυση των δεδομένων χρησιμοποιήθηκε η ερμηνευτική φαινομενολογική ανάλυση (ΕΦΑ). Τα αποτελέσματα επικυρώθηκαν από τρίτο πρόσωπο και έδειξαν την σημαντική επίδραση των αθλητικών οργανισμών στην οικοδόμηση της καθημερινής ειδησεογραφίας των κυπριακών Μέσων και την αμφισβήτηση του ρόλου του δημοσιογράφου – πυλωρού. Τα ευρήματα επεκτείνουν τη βιβλιογραφία που εξετάζει τη σύζευξη Μέσων και αθλητισμού και τον καταλυτικό ρόλο των Δημοσίων Σχέσεων (ΔΣ) ανάμεσα στα δύο μέρη. Υποστηρίζουν την θεωρία της οικοδόμησης της ατζέντας και δείχνουν ότι αυτή μπορεί να εφαρμοστεί με επιτυχία και στα κυπριακά αθλητικά Μέσα.

**Λέξεις - κλειδιά:** Αθλητικοί οργανισμοί ποδοσφαίρου και καλαθοσφαίρισης, ΜΜΕ, νέες Τεχνολογίες Πληροφορίας και Επικοινωνιών (ΤΠΕ), οικοδόμηση του θεματολογίου (agenda building), ερμηνευτική φαινομενολογική ανάλυση (ΕΦΑ).

### Εισαγωγή

Η ανάδυση των νέων ΤΠΕ επέφερε δραματικές αλλαγές στο χώρο των Μέσων ενημέρωσης. Η πρόσβαση των δημοσιογράφων στις επίσημες πηγές (αθλητές, στελέχη, προπονητές) μειώθηκε και έγινε πιο ελεγχόμενη. Όμως, αν και η πρόσβαση στους αθλητές «...παρακολουθείται και περιορίζεται από τους συλλόγους και τους μάνατζερ» (Price, Farrington, & Hall, 2013, σελ. 457), παρουσιάζονται νέες πηγές ειδήσεων, όπως είναι τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (ΜΚΔ) (Suggs, 2016). Οι αθλητικοί οργανισμοί χρησιμοποιούν τα ΜΚΔ για άμεση επικοινωνία με το κοινό τους, ενώ περιορισμοί και απαγορεύσεις εφαρμόζονται και στις προπονήσεις. Έτσι, τα εξωτερικά Μέσα παρακάμπτονται, ενώ πληροφορίες αποκρύπτονται και κρίσεις συγκαλύπτονται (Grimmer & Kian, 2013) οπότε οι δημοσιογράφοι προστρέχουν αναγκαστικά για ενημέρωση στα ΜΚΔ των ομάδων, που αποτελούν πλέον κύριες πηγές για το ρεπορτάζ τους (Coombs & Osborne, 2012). Facebook και Twitter συναγωνίζονται για την πρωτοκαθεδρία στη χρήση, με το Twitter να τείνει να γίνει η επιλεγμένη πλατφόρμα του αθλητικού κλάδου (Hambrick, 2012). Οι ερευνητές ενδιαφέρονται για τις πηγές των ειδήσεων των Μέσων και «*βασίζονται σε αυτές*» (Moon & Hadley, 2014, σελ. 290) και, ως εκ τούτου, έχουν ξεκινήσει να μελετούν πώς χρησιμοποιούνται τα ΜΚΔ.

## Σκοπός της έρευνας

Σκοπός της μελέτης ήταν να διερευνήσει την επίδραση των κυπριακών ομάδων στη διαδικασία παραγωγής των ειδήσεων των αθλητικών Μέσων της χώρας, και ως εκ τούτου, κατά πόσο αθλητικοί συντάκτες και Μέσα της νήσου διατηρούν τον παραδοσιακό ρόλο του θεματοφύλακα (Shoemaker, Vos, & Reese, 2009), συμβάλλοντας έτσι στη δημόσια ατζέντα του κοινού (McCombs, 2005).

## Ανασκόπηση της βιβλιογραφίας

Η Θεωρία της οικοδόμησης της ατζέντας των Μέσων (agenda building) που αποτελεί επέκταση της θεωρίας της ρύθμισης της ατζέντας (McCombs, 2005), εξετάζει το κατά πόσο το τελικό δημοσιογραφικό προϊόν επηρεάζεται από εξωτερικούς παράγοντες, πριν αυτό δημοσιευθεί (Σπηλιόπουλος, Αποστολίδης, & Τσιγγίλης, 2019). Σημαντικό στοιχείο της αποτελεί η επιδότηση πληροφοριών (information subsidies) (Gandy, 1982), δηλαδή το πληροφοριακό υλικό που παράγουν και χορηγούν στα Μέσα οι υπεύθυνοι επικοινωνίας (ΥΕ) αυτών. Την εποχή του διαδικτύου, οι νέες ΤΠΕ (ιστότοποι και ΜΚΔ των ομάδων), διαδραματίζουν ενεργό ρόλο ως διαμεσολαβητές αυτών των πληροφοριών ανάμεσα στο κοινό τους και τα Μέσα. Μελέτες στον διεθνή (Coombs, & Osborne, 2012), και στον ελληνικό χώρο (Σπηλιόπουλος, Καπούλας, & Τσιγγίλης, 2018), έχουν δείξει ότι με τη χρήση του υλικού αυτού από τους αθλητικούς συντάκτες (ΑΣ), οι οργανισμοί παίρνουν μέρος στη διαδικασία της οικοδόμησης της ατζέντας των Μέσων. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα την απώλεια του παραδοσιακού ρόλου του πυλωρού των ειδήσεων από δημοσιογράφους και Μέσα (Shoemaker et al., 2009). Καθώς η ανάγκη για περισσότερες μελέτες στο πεδίο έχει αναφερθεί συχνά (Sherwood & Nicholson, 2013) και η αθλητική δημοσιογραφία, έχει συσχετισθεί με την κάλυψη «μαλακών» ειδήσεων (Wenner, 2003), είναι σημαντικό να εξεταστεί η επίδραση των πηγών στην παραγωγή των ειδήσεων και αυτή η πιλοτική μελέτη, στοχεύει να συμβάλλει σχετικά.

## Μεθοδολογία

Για την υλοποίηση του σκοπού της έρευνας υιοθετήθηκε η ποιοτική προσέγγιση (Willig, 2015), ώστε να ενθαρρυνθούν οι ΑΣ και οι ΥΕ, να αναπτύξουν τις αφηγήσεις τους σχετικά με τις βιωμένες εμπειρίες τους (Reid, Flowers, & Larkin, 2005).

*Δείγμα - Εργαλείο συλλογής των δεδομένων:* Στην έρευνα συμμετείχαν 4 άνδρες ΥΕ ποδοσφαιρικών και καλαθοσφαιρικών οργανισμών της Κύπρου με μέσο όρο εργασίας τα 3,5 χρόνια, και 8 ΑΣ (οι 2 γυναίκες) που καλύπτουν το ρεπορτάζ των ομάδων αυτών (οι 2 στην καλαθοσφαίριση), με μέσο όρο εργασίας τα 18 χρόνια, σε όλων των τύπων τα Μέσα. Η δειγματοληψία ήταν σκόπιμη, αλλά και θεωρητική (Ando, Cousins, & Young, 2014), ενώ ακολουθήθηκαν τα κριτήρια επιλογής και αποκλεισμού των Σπηλιόπουλος, Τσιγγίλης, Τσουρβάκα, & Χριστακίδης (2020). Οι συνεντεύξεις διεξήχθησαν το διάστημα Μάρτιος - Μάιος του 2019, έγιναν πρόσωπο με πρόσωπο και διήρκεσαν μεταξύ 32 και 107 λεπτών.

*Ανάλυση δεδομένων:* Έγινε θεματική ανάλυση που ξεκίνησε με τα δεδομένα 6 συνεντεύξεων (Ando et al., 2014) (4 ΑΣ και 2 ΥΕ), οι οποίες παρείχαν επαρκή στοιχεία για την υποστήριξη των θεμάτων που προέκυψαν (Guest, Bunce, & Johnson, 2006). Έξι περαιτέρω συνεντεύξεις, συνέβαλλαν στο να βελτιωθούν τα ευρήματα και να επέλθει κορεσμός (Willig, 2015). Από τον πρώτο συγγραφέα και έναν

ερωτώμενο διεξήχθη έλεγχος επικύρωσης και, ως εκ τούτου, εκπληρώθηκαν τα κριτήρια εγκυρότητας και αξιοπιστίας της ποιοτικής έρευνας (Yardley, 2000). Τα θέματα που αναδύθηκαν συζητήθηκαν με τη χρήση της ερμηνευτικής φαινομενολογικής ανάλυσης (ΕΦΑ), σύμφωνα με τη διαδικασία που περιγράφει η Willig (2015). Παρακάτω παρουσιάζονται τα 2 από τα 8 συνολικά θέματα που αναδύθηκαν.

## Αποτελέσματα - Συζήτηση

### Θέμα 1<sup>ο</sup>: Η πληροφοριακή επιδότηση

Από τα αποτελέσματα που ήταν μικτά, προέκυψε πως η πληροφοριακή επιδότηση (Gandy, 1982), χρησιμοποιείται από τους Κύπριους ΑΣ σε σχεδόν απόλυτο βαθμό, αφού προηγουμένως επεξεργαστεί δημοσιογραφικά (Δ2, Δ4): α) για δεοντολογικούς λόγους και β) επειδή οι ΥΕ εξυπηρετούν τα συμφέροντα του οργανισμού. Επιπλέον, αυτό είναι «φτωχό» για να δημιουργηθεί μια αξιολογική είδηση (Δ2, Δ5, Δ6, Δ8). Ο ένας ρεπόρτερ καλαθοσφαίρισης (Δ4) επεσήμανε την σχεδόν καθολική έλλειψη παροχής υλικού από τις ομάδες καλαθοσφαίρισης. Από την πλευρά τους οι ΥΕ συμφώνησαν ότι παρέχουν υλικό ικανό για να δημιουργήσει είδηση και θεωρούν ότι προσφέρουν στους ΑΣ «...τα πάντα στο πιάτο» (ΥΕ1) και ότι «...τα τελευταία χρόνια το υλικό που δημοσιεύουν στα ΜΚΔ γίνεται σε πολύ σύντομο χρόνο είδηση» (ΥΕ3). Με τα ανωτέρω συμφωνούν σε μεγάλο βαθμό οι ελληνικές έρευνες (Σπηλιόπουλος και συν., 2019), ενώ τα ευρήματα από τους ΥΕ ενισχύουν αυτά του Suggs (2016), δηλαδή ότι οι ΑΣ διαμαρτύρονται συνεχώς, αν και παίρνουν περισσότερες ειδήσεις από όσες τους αναλογούν. Σχετικά με τις ομάδες καλαθοσφαίρισης, συμφωνούν εν μέρει μόνο με τους Σπηλιόπουλος και συν. (2018).

### Θέμα 2<sup>ο</sup>: Τα ΜΚΔ ως εργαλεία στο έργο των δημοσιογράφων

Τα αποτελέσματα από τη βιωμένη εμπειρία των ΑΣ για τη χρήση των ΜΚΔ, έδειξαν επίσης μικτά αποτελέσματα. Όλοι οι συνεντευξιαζόμενοι συμφώνησαν ότι η χρήση των ΜΚΔ επηρεάζει θετικά την εργασία τους που γίνεται πιο εύκολη και αποτελεσματική (Δ2), και έτσι παρέχουν άμεση ενημέρωση στο κοινό (ΥΕ3). Οι περισσότεροι ΑΣ δήλωσαν ότι παρά τις νέες ΤΠΕ οι ομάδες εξακολουθούν να έχουν ανάγκη τα παραδοσιακά Μέσα, καθώς οι δημόσιες τοποθετήσεις ενός ΥΕ στο ραδιόφωνο αγγίζουν μεγάλη μάζα του κόσμου (Δ6). Μαζί του συμφώνησε και ο ΥΕ1, ενώ ο Δ4 διαφώνησε ότι αυτό ισχύει για την καλαθοσφαίριση. Στην πλειοψηφία τους οι ΑΣ συμφώνησαν πως όταν οι ΥΕ προσπαθούν να περιορίσουν την πρόσβασή τους σε πηγές ειδήσεων και όταν δεν συμφωνούν με τα δημοσιεύματά τους, παροτρύνουν το κοινό της ομάδας να ενημερώνεται μόνο από τα ιδιόκτητα Μέσα αυτής (Δ6). Αντίθετα, οι ΥΕ διατείνονται για ακόμη μεγαλύτερη πρόσβαση των ΑΣ σε πηγές ειδήσεων, ακριβώς λόγω των νέων ΤΠΕ (ΥΕ4). Ένα σημαντικό εύρημα που έρχεται σε αντίθεση με τη διεθνή βιβλιογραφία αλλά είναι σε πλήρη συμφωνία με την ελληνική, αφορά στην πρόσβαση των Κυπρίων ΑΣ στους αγώνες που βρίσκει συμμάχους τους ΥΕ, οι οποίοι θεωρούν ως υποχρέωσή τους να τους εξυπηρετούν. Τα ευρήματα στην καλαθοσφαίριση έρχονται εν μέρει σε συμφωνία με τους Σπηλιόπουλο και συν., (2018), ενώ αυτά για το ποδόσφαιρο συμφωνούν με την Ελληνική, αλλά και με την διεθνή βιβλιογραφία (Suggs, 2016). Επίσης, το εύρημα ότι τα κυπριακά ΜΜΕ εξακολουθούν να υπολογίζονται από τους οργανισμούς, υποστηρίζονται από ένα μικρό μέρος της βιβλιογραφίας (Sherwood & Nicholson, 2017).

## Συμπέρασμα

Κοιτάζοντας «πέρα από τη ρύθμιση της ατζέντας» (beyond agenda setting) (Gandy, 1982, σελ. 7), για να καθοριστεί ποιος, πώς και γιατί την διαμορφώνει, η παρούσα μελέτη εστίασε στην επίδραση των ΜΚΔ των επαγγελματικών ομάδων ως πηγές των αθλητικών Μέσων στην Κύπρο (Sherwood, Nicholson, & Marjoribanks, 2017; Suggs, 2016). Το βασικό συμπέρασμα που προέκυψε ήταν ότι τα Μέσα στηρίζονται στην επιδότηση πληροφοριών σχεδόν σε απόλυτο βαθμό (Grimmer & Kian, 2013), παρότι στην καλαθοσφαίριση της νήσου, δεν ισχύει συνολικά, το μοντέλο του ΥΕ. Ως εκ τούτου, οι κυπριακές ομάδες συμβάλλουν σημαντικά στην οικοδόμηση της ατζέντας τους. Αν και ορισμένοι μελετητές «...έχουν ανακοινώσει το θάνατο του πλωρού» (Vos, 2015, σελ. 6), η λειτουργία αυτή φαίνεται να αμφισβητείται έντονα και στην Κύπρο, παρά το γεγονός ότι οι ΑΣ που συμμετείχαν στην μελέτη δείχνουν να προβάλλουν επαγγελματική αντίσταση.

## Πρακτικές επιπτώσεις

Δεδομένου ότι τα νέα Μέσα αποτελούν σημαντική εστίαση στην ακαδημαϊκή έρευνα, η κατανόηση των ροών επικοινωνίας μεταξύ Μέσων και αθλητικών φορέων αποτελεί μία πρόκληση (Boyle & Haynes, 2014), η οποία και μελετήθηκε εδώ. Η παρούσα εργασία παρέχει εμπειρικά στοιχεία που επεκτείνουν τη σχετική βιβλιογραφία και τα ευρήματα υποστηρίζουν την θεωρία της agenda building, ενώ σε κάθε περίπτωση, αποτελεί έναυσμα, αλλά και προτροπή, για περαιτέρω μελέτες.

## Βιβλιογραφία

- Ando, H., Cousins, R., & Young, C. (2014). Achieving saturation in thematic analysis: Development and refinement of a codebook. *Comprehensive Psychology*, 3, 03-CP.
- Boyle, R., & Haynes, R. (2014). Sport, public relations and social media. In: Billings, A. C. and Hardin, M. (eds.) *Routledge Handbook of Sport and New Media*. Routledge: London and New York. .
- Coombs, D. S., & Osborne, A. (2012). Sports journalists and England's Barclays Premier League: A case study examining reporters' takes on modern football. *International Journal of Sport Communication*, 5(3), 413-425.
- Gandy, O. H. (1982). *Beyond agenda setting: Information subsidies and public policy*. Norwood, NJ: Ablex.
- Grimmer, C. G., & Kian, E. M. (2013). Reflections of German football journalists on their relationships with Bundesliga club public relations practitioners. *International Journal of Sport Communication*, 6(4), 446-463.
- Guest, G., Bunce, A., & Johnson, L. (2006) How many interviews are enough? An experiment with data saturation and variability. *Field Methods*, 18, 59-62.
- Hambrick, M. E. (2012). Six degrees of information: Using social network analysis to explore the spread of information within sport social networks. *International Journal of Sport Communication*, 5(1), 16-34.
- McCombs, M. (2005). A look at agenda-setting: Past, present and future. *Journalism Studies*, 6(4), 543-557.
- Moon, S. J., & Hadley, P. (2014). Routinizing a new technology in the newsroom: Twitter as a news source in mainstream media. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 58(2), 289-305.



- Price, J., Farrington, N., & Hall, L. (2013). Changing the game? The impact of Twitter on relationships between football clubs, supporters and the sports media, *Soccer & Society*, 14(4), 446-461.
- Reid, K., Flowers, P. & Larkin, M. (2005). Exploring lived experience. *Psychologist*, 18(1), 20-23.
- Sherwood, M., & Nicholson, M. (2013). Web 2.0 platforms and the work of newspaper sport journalists. *Journalism*, 14(7), 942-959.
- Sherwood, M., Nicholson, M., & Marjoribanks, T. (2017). Access, agenda building and information subsidies: Media relations in professional sport. *International Review for the Sociology of Sport*, 52(8), 992-1007.
- Σπηλιόπουλος, Π., Αποστολίδης, Ν., & Τσιγγίλης, Ν. (2019). Η επιρροή των πρακτικών των υπευθύνων επικοινωνίας στην οικοδόμηση του θεματολογίου των αθλητικών Μέσων. Διερεύνηση των επαρχιακών Π.Α.Ε. της Ελλάδος. *Φυσική Αγωγή & Αθλητισμός*, 39(1) 134-135.
- Σπηλιόπουλος, Π., Τσιγγίλης, Ν., Τσουρβάκας, Γ., & Χριστακίδης, Χ. (2020). Τα socialmedia ως πηγές ειδήσεων μέσα από τις βιωμένες εμπειρίες αθλητικών συντακτών και υπευθύνων επικοινωνίας. *Πρακτικά 20ού Πανελληνίου Συνεδρίου Διοίκησης Αθλητισμού & Αναψυχής, ΕλλΕΕΔΑΑ, Θεσσαλονίκη, 24-26 Ιανουαρίου.*
- Σπηλιόπουλος, Π., Καπούλας, Χρ., & Τσιγγίλης, Ν. (2018). Η επίδραση των δημοσίων σχέσεων των Κ.Α.Ε. στην οικοδόμηση του θεματολογίου των Μ.Μ.Ε. ως αποτέλεσμα της συμβιωτικής σχέσης τους. *Πρακτικά 19ου Πανελληνίου Συνεδρίου Διοίκησης Αθλητισμού & Αναψυχής, ΕλλΕΕΔΑΑ, 105-109, Πάτρα, 18 Νοεμβρίου.*
- Suggs, Jr, D. W. (2016). Tensions in the press box: Understanding relationships among sports media and source organizations. *Communication & Sport*, 4(3), 261-281.
- Vos, P. T. (2015). Revisiting gatekeeping theory during a time of transition. In: Vos, T.P., & Heindery, F., (eds) *Gatekeeping in Transition*. London: Routledge.
- Wenner, L. A. (2003). Το πεδίο σύζευξης αθλητισμού και ΜΜΕ. Στο: Wenner, L.A. (eds). *Αθλητισμός και Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας*. Αθήνα: Καστανιώτης.
- Willig, C. (2015). *Ποιοτικές μέθοδοι έρευνας στην Ψυχολογία*. Αθήνα: Gutenberg
- Yardley, L. (2000). Dilemmas in qualitative health research. *Psychology & Health*, 15(2), 215-228.

## ΕΠΙΣΤΗΜΗ ΚΑΙ ΜΕΣΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ: ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΕΜΠΟΔΙΖΟΥΝ ΤΗΝ ΕΡΕΥΝΑ ΣΤΟΝ ΜΕΣΟΠΟΙΗΜΕΝΟ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Σπηλιόπουλος, Π.,<sup>1</sup> Τζέκης, Α.,<sup>2</sup> Γαργαλιάνος, Δ.,<sup>3</sup> & Λεάνδρος, Ν.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Τμήμα Δημοσιογραφίας & Μ.Μ.Ε., ΑΠΘ

<sup>2</sup> Τμήμα Επικοινωνίας, Μέσων & Πολιτισμού, Πάντειο Πανεπιστήμιο

<sup>3</sup> ΤΕΦΑΑ, ΔΠΘ

### Περίληψη

Στην Ελλάδα, τα αθλητικά Μέσα δεν έχουν αποτελέσει μέχρι σήμερα αντικείμενο συστηματικής επιστημονικής μελέτης. Η αθλητική έρευνα έχει παραμελήσει την πτυχή των Μέσων και η έρευνα στα Μέσα έχει παραμελήσει την αθλητική πτυχή. Σκοπός της παρούσας εργασίας ήταν να διερευνήσει αν και σε ποιο βαθμό οι αθλητικοί συντάκτες ανταποκρίνονται σε μία επιστημονική έρευνα που αφορά κυρίως τους ίδιους και τα προβλήματα που βιώνουν στον εργασιακό τους χώρο. Χρησιμοποιήθηκε μία μικτή μέθοδος ποιοτικής και ποσοτικής έρευνας κατά το διάστημα Μάρτιος - Μάιος 2015. Στο πλαίσιο της ποιοτικής έρευνας εργαλείο συλλογής των δεδομένων ήταν η έρευνα σε αρχειακό υλικό, η άμεση παρατήρηση με την φυσική παρουσία του 2<sup>ου</sup> ερευνητή στους χώρους εργασίας των εφημερίδων και η συνέντευξη σε βάθος με ημιδομημένο οδηγό και σκόπιμη δειγματοληψία με 7 δημοσιογράφους που κατείχαν υψηλές επαγγελματικές θέσεις. Η ποσοτική έρευνα έγινε με κλειστό ερωτηματολόγιο 21 ερωτήσεων σχετικών με την κρίση που διανύει ο αθλητικός Τύπος, με βολική δειγματοληψία από τα μέλη του Πανελληνίου Συνδέσμου Αθλητικού Τύπου (Π.Σ.Α.Τ.). Από τα αποτελέσματα προέκυψε ότι: α) υπάρχει απροθυμία ή επιφυλακτικότητα των αθλητικών συντακτών να συμμετάσχουν σε μία επιστημονική έρευνα, καθώς το ερωτηματολόγιο συμπλήρωσαν μόλις 36 άτομα (ποσοστό απόκρισης 4,8%), β) υπάρχει άρνηση συνεργασίας από την πλευρά των εκδοτών για παροχή στοιχείων σχετικά με τις πωλήσεις και τα διαφημιστικά έσοδα, και γ) υπάρχει σοβαρή επιφυλακτικότητα των επιτελικών στελεχών των αθλητικών εντύπων να συμμετάσχουν στην έρευνα και να παράσχουν πληροφορίες σχετικά με τις επιχειρήσεις. Συμπερασματικά, φαίνεται να υπάρχουν παθογένειες στον χώρο του αθλητικού Τύπου που εμποδίζουν το επιστημονικό έργο, ενώ οι αθλητικοί συντάκτες δεν κατανοούν την αξία της επιστημονικής έρευνας και τα οφέλη που προκύπτουν από αυτήν. Τα ανωτέρω πιθανόν να οφείλονται στην έλλειψη ενότητας μεταξύ των μελών του ΠΣΑΤ, στις διαμάχες ορισμένων εκδοτών με τους φορείς του κλάδου, στην αδιαφορία των εγχώριων και διεθνών θεσμικών οργάνων που είναι αρμόδια με την επίβλεψη των Μ.Μ.Ε. Χρειάζεται περισσότερη ευαισθητοποίηση και ανταπόκριση στις εκκλήσεις της ερευνητικής κοινότητας από την πλευρά των επαγγελματιών των Μέσων. Η συμπαράσταση από τα συνδικαλιστικά όργανα, κρίνεται επίσης απαραίτητη.

**Λέξεις - κλειδιά:** Επιστημονική έρευνα, αθλητικός Τύπος.

## Η ΚΡΙΣΗ ΣΤΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ Μ.Μ.Ε. ΚΑΙ Ο ΑΝΤΙΚΤΥΠΟΣ ΣΤΙΣ ΑΘΛΗΤΙΚΕΣ ΕΦΗΜΕΡΙΔΕΣ

Τζέκης, Α.,<sup>1</sup> Σπηλιόπουλος, Π.,<sup>2</sup> Γαργαλιάνος, Δ.,<sup>3</sup> & Λεάνδρος, Ν.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Τμήμα Επικοινωνίας, Μέσων & Πολιτισμού, Πάντειο Πανεπιστήμιο

<sup>2</sup> Τμήμα Δημοσιογραφίας & Μ.Μ.Ε., ΑΠΘ

<sup>3</sup> ΤΕΦΑΑ, ΑΠΘ

### Περίληψη

Με την εμφάνιση του διαδικτύου και την εξάπλωση των ψηφιακών Μ.Μ.Ε., τα παραδοσιακά Μέσα και ιδιαίτερα οι έντυπες εκδόσεις σε όλο τον κόσμο περιήλθαν στην βαθύτερη κρίση της μακρόχρονης ιστορίας τους. Οι πωλήσεις των εφημερίδων και τα διαφημιστικά τους έσοδα συρρικνώνονται σημαντικά και ενώ αναζητούν τη νέα θέση τους στο μιντιακό σύστημα, ο παρεμβατικός ρόλος τους στο πολιτικό - κοινωνικό γίγνεσθαι της χώρας, μειώνεται δραματικά. Το ερευνητικό ερώτημα που ανακύπτει είναι αν το φαινόμενο αυτό αφορά και στον αθλητικό Τύπο. Συγκεκριμένα, αν οι ελληνικές αθλητικές εφημερίδες, που για μεγάλο χρονικό διάστημα παρουσίαζαν αξιοζήλευτες πωλήσεις και εμφάνιζαν ορισμένα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά, όπως ο αριθμός ρεκόρ των εκδόσεων σε ολόκληρο τον κόσμο, επηρεάστηκαν από την κρίση που αντιμετωπίζει η εγχώρια εκδοτική βιομηχανία ή συνεχίζουν χωρίς απώλειες την πορεία τους. Σκοπός της παρούσας μελέτης, ήταν να διερευνησει: α) τα χαρακτηριστικά της κρίσης, β) τις αντιδράσεις των εκδοτών, γ) τις νέες εργασιακές συνθήκες, δ) τη σταδιακή εξέλιξη των δημοσιογράφων σε εκδότες και των πολιτών σε ρεπόρτερ, και ε) τις βέλτιστες πρακτικές, που ενδεχόμενα θα εξασφαλίσουν την μελλοντική ύπαρξη και βιωσιμότητα των αθλητικών εφημερίδων. Για τους σκοπούς της χρησιμοποιήθηκε η ποιοτική προσέγγιση και έγιναν 3 διαφορετικές μελέτες περίπτωσης που αφορούσαν στις εφημερίδες *Φως των Σπορ*, *SportDay* και *Live Sport*. Προκειμένου να διασφαλιστεί μεγαλύτερη αξιοπιστία στα ευρήματα ακολουθήθηκε η μεθοδολογική τριγωνοποίηση που περιλάμβανε: α) τη συλλογή στοιχείων από έντυπα και αρχεία, β) την άμεση παρατήρηση με φυσική παρουσία του πρώτου ερευνητή στον εργασιακό χώρο των εφημερίδων και γ) την διεξαγωγή 7 συνεντεύξεων με ημιδομημένο οδηγό και ερωτήσεις ανοικτού τύπου, με δημοσιογράφους που έχουν δουλέψει σε όλα τα Μέσα. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι: α) οι περισσότερες αθλητικές εφημερίδες αντιμετωπίζουν σοβαρά οικονομικά προβλήματα που μειώνουν το βαθμό ανεξαρτησίας τους και είναι ορατό ακόμα και το ενδεχόμενο αναστολής της έκδοσής τους, β) η παρουσία τους στο διαδίκτυο είναι ισχνή, ενώ αξιοποιούν ελάχιστα τις ευκαιρίες που παρέχουν οι νέες τεχνολογίες και γ) οι εγχώριοι ψηφιακοί ανταγωνιστές τους κάνουν άλματα προόδου, παρουσιάζοντας συνεχώς καινοτόμα προϊόντα και ενσωματώνοντας νέους τρόπους προβολής της ειδησεογραφίας. Το γενικό συμπέρασμα που προκύπτει είναι ότι η κρίση του Τύπου επηρέασε και τις ελληνικές αθλητικές εφημερίδες, οι οποίες έχουν περιέλθει σε δύσκολη θέση ειδικά από το 2009 και μετά, ενώ μέχρι στιγμής δεν διαφαίνεται προοπτική ανάκαμψης. Από την παρούσα έρευνα υποστηρίζεται η μεταφοριστικότητα των αποτελεσμάτων, καθώς παρέχονται αρχικά στοιχεία για την κρίση στο χώρο του ελληνικού αθλητικού Τύπου.

**Λέξεις - κλειδιά:** Μ.Μ.Ε., Διαδίκτυο, κρίση στον Τύπο, ελληνικές αθλητικές εφημερίδες, ποιοτική έρευνα.

## ΧΟΡΗΓΗΣΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ ΑΠΟ ΤΙΣ ΚΑΕ ΤΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ ΣΤΑ ΑΘΛΗΤΙΚΑ ΜΜΕ: Ο “ΘΑΝΑΤΟΣ ΤΟΥ ΠΥΛΩΡΟΥ”

**Καραστογιάννη, Α., Σπηλιόπουλος, Π., Τσιγγίλης, Ν., & Μπαλτζής, Α.**

**Τμήμα Δημοσιογραφίας & ΜΜΕ, ΑΠΘ**

### Περίληψη

Σκοπός της παρούσας εργασίας ήταν να διαπιστώσει τον βαθμό και την έκταση που οι αθλητικοί συντάκτες με την ιδιότητα του “πυλωρού” της ειδησεογραφίας χρησιμοποιούν το πληροφοριακό υλικό που τους παρέχεται από τα τμήματα επικοινωνίας των Καλαθοσφαιρικών Ανώνυμων Εταιρειών (ΚΑΕ) της Αττικής, με ποιον τρόπο, και κατά πόσο αυτό επηρεάζει την οικοδόμηση της ατζέντας των αθλητικών Μέσων (κατ’ επέκταση και του κοινού). Η μεθοδολογία που ακολουθήθηκε ήταν αυτή της ποιοτικής έρευνας με εργαλείο την ατομική συνέντευξη σε βάθος. Το δείγμα αποτέλεσαν τέσσερις δημοσιογράφοι και δύο υπεύθυνοι επικοινωνίας που εργάζονταν σε ΚΑΕ και Μέσα με έδρα την Αττική. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι οι δύο πλευρές έχουν μία εύθραυστη συμβιωτική σχέση αλληλεξάρτησης, που είναι μάλλον επιφανειακή, και η οποία πολλές φορές κλονίζεται από δυσπιστία και προβλήματα, ενώ προκύπτει κυρίως από λειτουργικές ανάγκες και συμφέροντα των αθλητικών οργανισμών. Συμπερασματικά, οι ΚΑΕ της Αττικής καθορίζουν σε σημαντικό βαθμό το καθημερινό θεματολόγιο των αθλητικών Μέσων.

**Λέξεις - κλειδιά:** Καλαθοσφαιρικές Ανώνυμες Εταιρείες (ΚΑΕ), αθλητικά ΜΜΕ, πληροφοριακό υλικό, οικοδόμηση του θεματολογίου (agenda building / media agenda).

### Εισαγωγή

Οι αθλητικοί οργανισμοί χρειάζονται τα Μέσα Επικοινωνίας για να προβάλλουν τις εκδηλώσεις τους και τα Μέσα χρειάζονται τις ομάδες για να έχουν διαθέσιμο προς προβολή περιεχόμενο. Έτσι από την ίδρυση των τμημάτων επικοινωνίας στις επιχειρήσεις, δημοσιογράφοι και υπεύθυνοι επικοινωνίας (ΥΕ) ζουν και εργάζονται μαζί, στις ίδιες αγορές και η σχέση που προκύπτει από αυτή τη συνύπαρξη, είναι συμβιωτική (Schonhagen, & Meißner, 2016). Η παγκοσμιοποίηση και η εμπορευματοποίηση του αθλητισμού έθεσαν νέους όρους στη σχέση των δύο πλευρών, και έφεραν τους δημοσιογράφους σε μειονεκτικότερη θέση, λόγω της αμεσότητας στην επικοινωνία μεταξύ κοινού και ομάδων, χάρη στη χρήση των νέων Τεχνολογιών Πληροφορίας και Επικοινωνιών (ΤΠΕ) και κυρίως των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης (ΜΚΔ) από αυτές (Veglis, & Pomportsis, 2014). Καθώς ο μεσοποιημένος / διαμεσολαβημένος αθλητισμός (mediated sports) έχει αρχίσει να μελετάται σχετικά πρόσφατα (Wenner, 2003), και ενώ δεν έχει δοθεί ιδιαίτερη σημασία στον τομέα των αθλητικών δημοσίων σχέσεων και των Μέσων (Hopwood, 2007), η παρούσα έρευνα επιχειρεί να καλύψει μερικώς, αυτό το κενό. Οι σχέσεις μεταξύ των επαγγελματιών τέθηκαν στο επίκεντρό της, επειδή είναι αυτές που απαιτούνται για την υλοποίηση των αναγκών και την ικανοποίηση των συμφερόντων κάθε πλευράς.

## Σκοπός της έρευνας

Σκοπός της παρούσας εργασίας ήταν να διαπιστώσει τον βαθμό και την έκταση που οι αθλητικοί συντάκτες με την ιδιότητα του “πυλωρού” της ειδησεογραφίας χρησιμοποιούν το πληροφοριακό υλικό που τους παρέχεται από τα τμήματα επικοινωνίας των Καλαθοσφαιρικών Ανώνυμων Εταιρειών (ΚΑΕ) της Αττικής, με ποιον τρόπο, και κατά πόσο αυτό επηρεάζει την οικοδόμηση της ατζέντας των αθλητικών Μέσων (κατ’ επέκταση και του κοινού).

## Ανασκόπηση της βιβλιογραφίας

Η σημασία της εισχώρησης του πληροφοριακού υλικού στο καθημερινό θεματολόγιο των Μέσων αναδεικνύεται καθαρά μέσα από τις μελέτες που έχουν γίνει πάνω στη θεωρία οικοδόμησης του θεματολογίου. Αποτελεί επέκταση της θεωρίας της ρύθμισης του δημόσιου θεματολογίου και μελετά ποιος καθορίζει το θεματολόγιο των Μέσων μέσα από μία διαδικασία μεταφοράς θεμάτων και γνωρισμάτων μεταξύ των διάφορων θεματολογίων (McCombs, 2005). Μία πλευρά που θέλει να καθορίσει το θεματολόγιο των Μέσων είναι οι επιχειρήσεις, όπως οι ΚΑΕ. Για τον σκοπό αυτό παρέχουν μέσω των υπευθύνων επικοινωνίας πληροφοριακό υλικό στους δημοσιογράφους για τους λόγους που έχει εξηγήσει ο Gandy (1982). Οι δημοσιογράφοι που έχουν το ρόλο / ιδιότητα του πυλωρού το αξιοποιούν σε μεγάλο βαθμό, γεγονός που σε σημαντικό βαθμό καθιστά τις επιχειρήσεις ρυθμιστές του ειδησεογραφικού προϊόντος (Fortunato, 2000). Οι δημοσιογράφοι κρίνουν αρνητικά τους υπεύθυνους επικοινωνίας με τους οποίους έρχονται σε επαφή, ήδη από την εμφάνιση του θεσμού του υπεύθυνου επικοινωνίας και πρόκειται για μία σχέση που εξελίχτηκε σε σχέση αγάπης-μίσους, με αμοιβαία εξάρτηση και τριβές (Sallot, & Johnson, 2006). Στην Αγγλία, τη Γερμανία και την Ισπανία, οι αθλητικοί συντάκτες περιγράφουν ως αρνητική τη σχέση τους με τους υπεύθυνους επικοινωνίας και τους κατηγορούν για παρακράτηση πληροφοριών, χειραγώγηση και αδυναμία κατανόησης των αναγκών ενός Μέσου (Sánchez, 2015). Ανάλογες αρνητικές σχέσεις παρατηρούνται στην Αυστραλία και στις ΗΠΑ (Sherwood, Nicholson, & Marjoribanks, 2016; Suggs, 2015). Οι μελέτες στην Ελλάδα (Σπηλιόπουλος, Αποστολίδης, & Τσιγγίλης, 2019), μαρτυρούν μία σχέση συμβιωτική, που όμως, δεν εκλείπουν αρνητικά φαινόμενα, όπως εκείνα που εκφράζονται και στον υπόλοιπο κόσμο (Sánchez, 2015).

## Μεθοδολογία

Προκειμένου να επιτευχθεί ο σκοπός της έρευνας υιοθετήθηκε η μέθοδος της ποιοτικής προσέγγισης (Willig, 2015) και εξετάστηκαν οι εμπειρίες των υπευθύνων επικοινωνίας καλαθοσφαιρικών οργανισμών στο λεκανοπέδιο της Αττικής που δημιουργούν το πληροφοριακό υλικό που αναρτάται σε ιστότοπους και ΜΚΔ, όπως και των αθλητικών συντακτών που το χρησιμοποιούν, ρυθμίζοντας κατ’ επέκταση, την δημόσια ατζέντα (McCombs, 2005). Οι αφηγήσεις των συμμετεχόντων για τις εμπειρίες τους αναλύθηκαν υπό το πρίσμα της ερμηνευτικής φαινομενολογίας (Smith, 2011).

## Δείγμα - Εργαλείο συλλογής των δεδομένων

Συμμετείχαν δύο υπεύθυνοι επικοινωνίας (YE1, YE2) από ΚΑΕ της Αττικής και τέσσερις αθλητικοί συντάκτες (Δ1-Δ4), από τους οποίους μία ήταν γυναίκα υπεύθυνη επικοινωνίας και μία αθλητική συντάκτρια, που εργάζονται σε Μέσα της περιοχής. Η επιλογή τους ήταν σκόπιμη και θεωρητική, με



προϋπόθεση να έχουν τουλάχιστον πενταετή εμπειρία στο αντικείμενο και να αντιπροσωπεύουν όλους τους τύπους των Μέσων. Εργαλείο συλλογής των δεδομένων αποτέλεσε η συνέντευξη σε βάθος, με την χρήση ενός ημιδομημένου οδηγού (Willig, 2008). Επιχειρήθηκε οι ερωτήσεις να μην είναι κατευθυντικές, ώστε να μη χειραγωγούν τους ερωτώμενους. Σε μία προσπάθεια για «οιονεί ποσοτικοποίηση» της έρευνας (Bryman, 2017, σελ. 681), έγιναν τρεις ερωτήσεις που απαιτούσαν απάντηση σε δεκαβάθμια κλίμακα. Οι συνεντεύξεις διεξήχθησαν τον Ιούνιο και τον Ιούλιο του 2019.

## Ανάλυση δεδομένων

Τα δεδομένα που συλλέχθηκαν κωδικοποιήθηκαν στο πλαίσιο της θεματικής ανάλυσης (Braun & Clarke, 2012) με τη χρήση της συνεχούς συγκριτικής μεθόδου, και εστίαση στα μοτίβα που προέκυπταν (Willig, 2015). Για τη διασφάλιση της αξιοπιστίας της έρευνας, έγινε έλεγχος επικύρωσης από τον δεύτερο ερευνητή ως «μια άλλη μορφή ‘τριγωνισμού’» (Reid, Flowers, & Larkin, 2005, σελ. 23) της μεθοδολογίας. Τα θέματα που αναδύθηκαν, συζητήθηκαν με τη χρήση της ερμηνευτικής φαινομενολογικής ανάλυσης (ΕΦΑ) που υιοθετήθηκε για πρώτη φορά σε Ελλάδα και Κύπρο (Σπηλιόπουλος, Τσιγγίλης, Καλλίρης, Αυξεντίου, & Σουρκούνης, 2020), σύμφωνα με τη διαδικασία που περιγράφει η Willig (2015) και υπό το πρίσμα της θεωρητικής προσέγγισης της οικοδόμησης της ατζέντας των αθλητικών Μέσων.

## Αποτελέσματα - Συζήτηση

Τα αποτελέσματα της έρευνας έδειξαν μία σχέση μεταξύ υπεύθυνων επικοινωνίας και δημοσιογράφων, σε γενικές γραμμές καλή και συμβιωτική (Δ2, Δ3, YE2). Ωστόσο πρόκειται για μία εύθραυστη και πολλές φορές επιφανειακή συμβίωση. Βασικός παράγοντας επιρροής για τη σχέση των δύο πλευρών είναι οι κατά περίπτωση διαπροσωπικές επαφές (Δ4, YE1). Αν και ο επαγγελματισμός των εμπλεκόμενων συνήθως εκτιμάται, δεν είναι λίγες οι φορές που εκλείπει, σύμφωνα με τους συμμετέχοντες. Οι δημοσιογράφοι (Δ1, Δ4) κατηγορούν τους υπεύθυνους επικοινωνίας για προσπάθειες χειραγώγησης και ελέγχου των πληροφοριών που δημοσιεύονται, ακόμα και για εκφοβισμό (Δ1). Οι Κ.Α.Ε. αξιοποιούν τις νέες Τ.Π.Ε. για απευθείας επικοινωνία με το κοινό τους, έχοντας την τάση να παρεμποδίζουν την πρόσβαση των δημοσιογράφων σε πηγές ειδήσεων, αναλαμβάνοντας οι ίδιες τον ρόλο των ελεγκτών και διαχειριστών της ροής πληροφοριών (Δ3, YE2). Το πληροφοριακό υλικό αφθονεί, ενώ οι δημοσιογράφοι μπορεί να μην το εμπιστεύονται απόλυτα και να το αντιμετωπίζουν σύμφωνα με τις δημοσιογραφικές πρακτικές (Δ2, Δ3). Ωστόσο, τελικά δημοσιεύεται, φτάνοντας στο κοινό αυτολεξεί όπως «σε περιπτώσεις ανακοινώσεων» (YE1). Όσον αφορά τη σχέση μεταξύ των δύο πλευρών, τα ευρήματά μας συμφωνούν ως προς το θετικό πρόσημο με τα ευρήματα της ελληνικής βιβλιογραφίας (Σπηλιόπουλος και συν., 2019) και εν μέρει με τη διεθνή, όπου διαπιστώνονται προβληματικές σχέσεις (Sherwood et al., 2016). Ο επαγγελματισμός των δημοσιογράφων κρίνεται θετικά από τους υπεύθυνους επικοινωνίας στο σύνολο της βιβλιογραφίας, ενώ σχετικά με τους υπεύθυνους επικοινωνίας, η έρευνά μας βρήκε ότι οι Έλληνες δημοσιογράφοι θεωρούν κυρίως, ότι εξαρτάται από τον άνθρωπο και υπάρχουν εξαιρέσεις. Αντίθετα, στη διεθνή βιβλιογραφία αναφέρεται ότι οι υπεύθυνοι επικοινωνίας υποτιμώνται χαρακτηριστικά (Sánchez, 2015). Η έρευνα βρήκε επίσης, ότι σε μικρότερο ή μεγαλύτερο βαθμό, από τους υπεύθυνους επικοινωνίας επιδιώκεται και υπάρχει χειραγώγηση των αθλητικών συντακτών καθολικά. Το πιο σημαντικό, όμως, εύρημα – που δεν έχει αναφερθεί ως τώρα στη βιβλιογραφία – είναι ο εκφοβισμός των αθλητικών συντακτών από υπεύθυνους επικοινωνίας, ώστε να υιοθετήσουν και να μεταδώσουν άκριτα τις θέσεις των ομάδων (Δ1). Εν

κατακλείδι, εντοπίστηκε η επίδραση των ομάδων στην οικοδόμηση του θεματολογίου των Μέσων (Σπηλιόπουλος και συν., 2020).

### **Συμπεράσματα**

Η σχέση υπεύθυνων επικοινωνίας και δημοσιογράφων είναι εύθραυστη, μάλλον επιφανειακή και με μέλλον πιθανότατα δυσόιο. Τα κακώς κείμενα που σχετίζονται με τη χειραγώγηση των αθλητικών συντακτών, φαίνεται να αντιμετωπίζονται ως δεδομένα και η αυξανόμενη χρήση των Τ.Π.Ε. και των Μ.Κ.Δ. δυσχεραίνει όλο και περισσότερο τη θέση των δημοσιογράφων που παρότι πασχίζουν να αντισταθούν στην επιρροή των αθλητικών οργανισμών, δεν έχουν και πολλά περιθώρια να διατηρήσουν την ιδιότητα του ανεξάρτητου πυλωρού (White, 1950). Η επίδραση στην οικοδόμηση του θεματολογίου των Μέσων από πλευράς Κ.Α.Ε. φαίνεται σημαντική, όμως η αυτολεξεί δημοσίευση πληροφοριακού υλικού των Κ.Α.Ε. υπό τον εκφοβισμό ενίοτε των αθλητικών συντακτών, σίγουρα δεν παράγει καλή δημοσιογραφία (Σπηλιόπουλος και συν., 2019).

### **Πρακτικές συνέπειες.**

Το ενδιαφέρον εύρημά μας, αφορά τον εκφοβισμό των αθλητικών συντακτών από τους ΥΕ. Θεωρούμε ότι σηματοδοτεί μια νέα εποχή στην έρευνα δημοσίων σχέσεων και αθλητικών συντακτών και επαναφέρει σοβαρά στο προσκήνιο το θέμα της θυματοποίησής τους (Σπηλιόπουλος, 2007). Η διατήρηση της ιδιότητας του πυλωρού κάτω από αυτές τις συνθήκες, είναι περισσότερο κοντά στον «θάνατο του πυλωρού» όπως έχει προτείνει ο Vos (2015, σελ. 6), γεγονός που ταυτόχρονα σημαίνει και το τέλος της δημοσιογραφίας με τη γνωστή έως τώρα ελεγκτική μορφή του «φρουρού» των Μέσων. Περαιτέρω μελέτες με εστίαση σε αυτό το θέμα, προτείνονται τόσο από τους συγγραφείς της παρούσας μελέτης όσο και από άλλους ερευνητές. Θεωρούμε ότι η θεωρία για την οικοδόμηση της ατζέντας και η ΕΦΑ μπορούν να εφαρμοστούν με επιτυχία στον τομέα της έρευνας των αθλητικών μέσων.

### **Βιβλιογραφία**

- Braun, V., & Clarke, V. (2012). Thematic Analysis. In H. Cooper, *APA Handbook of Research Methods in Psychology: Vol. 2. Research Designs*. American Psychological Association, 57-71.
- Bryman, A. (2017). *Μέθοδοι κοινωνικής έρευνας*. Αθήνα: Gutenberg.
- Fortunato, J. A. (2000). Public relations strategies for creating mass media content: A case study of the National Basketball Association. *Public Relations Review*, 26(4), 481-497.
- Gandy, O. H. (1982). *Beyond agenda setting: Information subsidies and public policy*. Ablex Publishing Corporation.
- Hopwood, M. (2007). It's football but not as you know it: Using public relations to promote the world game in Australia. *Sport Marketing Europe*, 3, 32-37.
- McCombs, M. (2005). A look at agenda-setting: Past, present and future. *Journalism Studies*, 6(4), 543-557.
- Sánchez, F. O. (2015). Luces y sombras de la comunicación del Real Madrid CF. Reflexiones desde el periodismo deportivo. *Signo y Pensamiento*, 34(67). Αγγλική έκδοση, 1-16.
- Sallot, L. M., & Johnson, E. A. (2006). Investigating relationships between journalists and public relations practitioners: Working together to set, frame and build the public agenda, 1991-2004. *Public Relations Review*, 32(2), 151-159.

- Schonhagen, P., & Meißner, M. (2016). The co-evolution of public relations and journalism: A first contribution to its systematic review. *Public Relations Review*, 42, 748-758.
- Sherwood, M., Nicholson, M., & Marjoribanks, T. (2016). Access, agenda building and information subsidies: Media relations in professional sport. *International Review for the Sociology of Sport*, 52(8), 992-1007.
- Smith, J. A., (2011) Evaluating the contribution of interpretative phenomenological analysis. *Health Psychology Review*, 5(1), 9-27.
- Σπηλιόπουλος Π. (2007). *Βία και Επιθετικότητα στην Εργασία και τη Ζωή των Αθλητικών Συντακτών μελών του Π.Σ.Α.Τ.* Θεσσαλονίκη: ΠΑΝ-ΠΑΝ, 109-158.
- Σπηλιόπουλος, Π., Αποστολίδης, Ν., & Τσιγγίλης, Ν. (2019). Η επιρροή των πρακτικών των υπευθύνων επικοινωνίας στην οικοδόμηση του θεματολογίου των αθλητικών Μέσων. Διερεύνηση των επαρχιακών Π.Α.Ε. της Ελλάδος. *Φυσική Αγωγή & Αθλητισμός*, 39(1), 134-135.
- Σπηλιόπουλος, Π, Τσιγγίλης, Ν., Καλλίρης, Γ., Αυξεντίου, Π., & Σουρκούνης, Χ. (2020). Beyond Agenda Setting: Οι πηγές αθλητικών ειδήσεων των Κυπριακών ΜΜΕ μέσω μιας ερμηνευτικής φαινομενολογικής ανάλυσης. *Πρακτικά 20ού Συνεδρίου ΕλλΕΕΔΑΑ*. Θεσσαλονίκη, 24-26 Ιανουαρίου.
- Suggs, D. W. (2015). Tensions in the Press Box. *Communication & Sport*, 4(3), 261-281.
- Veglis, A., & Pomportsis, A. (2014). Journalists in the Age of ICTs. *Journalism & Mass Communication Educator*, 69(1), 61-75.
- White, D. M. (1950). The “gate keeper”: A case study in the selection of news. *Journalism Bulletin*, 27(4), 383-390.
- Willig, C. (2015). *Ποιοτικές μέθοδοι έρευνας στην Ψυχολογία*. Αθήνα: Gutenberg.
- Wenner, L.A. (2003). *Αθλητισμός και Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας*. Αθήνα: Καστανιώτης.

## ΤΟ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΟ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝ ΓΙΑ ΤΑ ΑΘΛΗΜΑΤΑ ΠΑΡΑΛΙΑΣ: Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΩΝ ΠΑΡΑΚΤΙΩΝ ΜΕΣΟΓΕΙΑΚΩΝ ΑΓΩΝΩΝ «ΠΑΤΡΑ 2019»

Τριανταφύλλου, Σ.,<sup>1</sup> Αντωνοπούλου, Π.,<sup>2</sup> Γαργαλιάνος, Δ.,<sup>3</sup> Μπεμπέτσος, Γ.,<sup>4</sup> & Σπηλιόπουλος, Π.<sup>5</sup>

<sup>1</sup> Τμήμα Μουσειολογίας, Πανεπιστήμιο Πατρών

<sup>2</sup> ΤΟΔΑ, Πανεπιστήμιο Πελοποννήσου

<sup>3</sup> ΤΕΦΑΑ, ΔΠΘ

<sup>4</sup> Οργανωτική Επιτροπή Παράκτιων Μεσογειακών Αγώνων «Πάτρα 2019»

<sup>5</sup> Τμήμα Δημοσιογραφίας & ΜΜΕ, ΑΠΘ

### Περίληψη

Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν να διερευνήσει αν οι Παράκτιοι Αγώνες αποτελούν ένα επικοινωνιακά αναδυόμενο γεγονός. Η μεθοδολογία που ακολουθήθηκε ήταν αυτή της μελέτης περίπτωσης και επιλέχθηκαν οι 2<sup>οι</sup> Παράκτιοι Μεσογειακοί Αγώνες που πραγματοποιήθηκαν στην Πάτρα από 25-31 Αυγούστου 2019. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι οι Αγώνες αυτοί προσέλκυσαν το ενδιαφέρον μεγάλου μέρους του κοινού. Το βασικό συμπέρασμα που προέκυψε ήταν ότι οι Παράκτιοι Αγώνες αποτελούν ένα αναδυόμενο επικοινωνιακά αθλητικό γεγονός.

**Λέξεις – κλειδιά:** Παράκτιοι Μεσογειακοί Αγώνες, αθλήματα παραλίας, ΜΜΕ, Πάτρα 2019.

### Εισαγωγή

Τα τελευταία χρόνια το ενδιαφέρον για τα αθλήματα της παραλίας (άμμου και θάλασσας) ολοένα και αυξάνει και οι Παράκτιοι Αγώνες (Beach Games) έχουν προσελκύσει το ενδιαφέρον όλων των Εθνικών Ολυμπιακών Επιτροπών (ΕΟΕ). Οι διοργανώσεις αυτές έχουν χαμηλό κόστος διεξαγωγής (απαιτούνται μόνο προσωρινές εγκαταστάσεις) και δημιουργούν ατμόσφαιρα πάρτι (δυνατή μουσική, παράπλευρες εκδηλώσεις κ.λπ.) (Μπεμπέτσος, 2019). Οι Παράκτιοι Αγώνες έχουν προσελκύουν το ενδιαφέρον και μεγαλύτερων αθλητικών οργανισμών. Η Διεθνής Ολυμπιακή Επιτροπή (ΔΟΕ) έχει περιλάβει το beach volley στο πρόγραμμα των Θερινών Ολυμπιακών Αγώνων από το 1996 και το beach handball στο πρόγραμμα των Θερινών Ολυμπιακών Αγώνων Νέων από το 2018.<sup>4</sup> Το 2015, η Διεθνής Επιτροπή Μεσογειακών Αγώνων (ΔΕΜΑ) ξεκίνησε την διοργάνωση των Παράκτιων Μεσογειακών Αγώνων,<sup>5</sup> η 2<sup>η</sup> διοργάνωση των οποίων πραγματοποιήθηκε στην Πάτρα από 25-31 Αυγούστου 2019.<sup>6</sup> Επίσης, από 12-16 Οκτωβρίου 2019 πραγματοποιήθηκαν στη Ντόχα του Κατάρ οι Παγκόσμιοι Παράκτιοι Αγώνες<sup>7</sup>.

<sup>4</sup> Βλέπε <https://www.olympic.org/beach-volleyball> και <https://www.olympic.org/buenos-aires-2018>

<sup>5</sup> Βλέπε <https://cijm.org.gr/mediterranean-beach-games/?lang=el>

<sup>6</sup> Βλέπε <https://www.mbgpatras2019.gr/>

<sup>7</sup> Βλέπε <https://www.awbgqatar.com/>

## Περιγραφή του προβλήματος

Ένα ερώτημα που δημιουργείται είναι εάν αυτή η νέα παγκόσμια τάση στις αθλητικές διοργανώσεις μπορεί να αποτελέσει ένα σημαντικό επικοινωνιακό γεγονός. Εάν, δηλαδή, οι Παράκτιοι Αγώνες μπορούν να εξελιχθούν από ένα αθλητικό και ψυχαγωγικό γεγονός και σε επικοινωνιακό γεγονός, εφόμιλλο άλλων σημαντικών αθλητικών διοργανώσεων, ειδικά σήμερα, στην εποχή των ραγδαίων τεχνολογικών εξελίξεων που έχουν μετασηματίσει και διαμορφώσει ένα νέο επικοινωνιακό τοπίο.

## Σκοπός της έρευνας

Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν να διερευνήσει αν οι Παράκτιοι Αγώνες αποτελούν ένα επικοινωνιακά αναδυόμενο γεγονός.

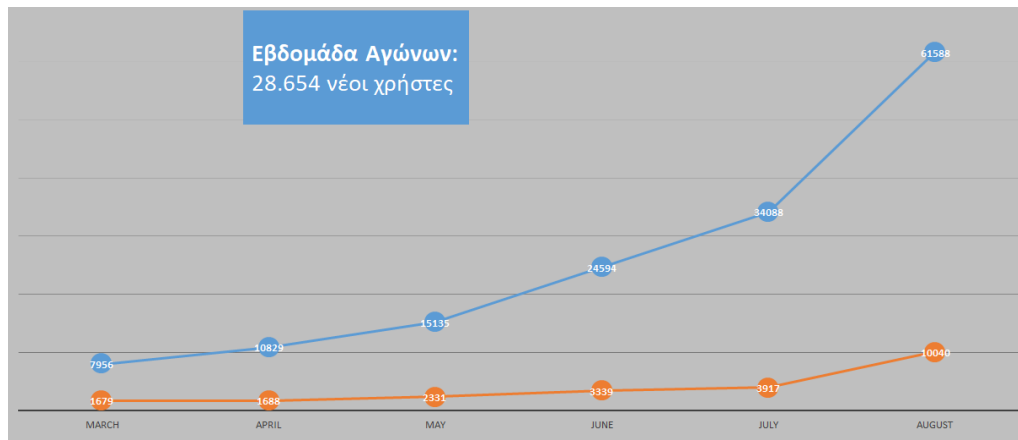
## Περιγραφή περιπτωσιακής μελέτης

Στους 2<sup>ους</sup> Παράκτιους Μεσογειακούς Αγώνες συμμετείχαν περίπου 700 αθλητές και από τις 26 χώρες μέλη της ΔΕΜΑ, οι οποίοι αγωνίστηκαν σε 11 αθλήματα σε τέσσερις εγκαταστάσεις.<sup>8</sup> Οι αγώνες αυτοί ήταν κρίσιμοι για πολλούς stakeholders: α) για την ΔΕΜΑ διότι είχε στόχο την καθιέρωση των Παράκτιων Αγώνων, β) για την Ελλάδα διότι επέστρεφε σε μεγάλες αθλητικές διοργανώσεις που τελούσαν υπό την εποπτεία των ΕΟΕ (multisport events) μετά την περίοδο των μνημονίων και τους Ολυμπιακούς Αγώνες του 2004 και μάλιστα με φιλοξενούσα πόλη της περιφέρειας, εγχείρημα που στην περίπτωση των Μεσογειακών Αγώνων του Βόλου το 2009 είχε αποτύχει και γ) για την Πάτρα διότι έπρεπε να ανταπεξέλθει στις απαιτήσεις μίας τόσο μεγάλης αθλητικής διοργάνωσης μετά τους Ολυμπιακούς Αγώνες του 2004 που φιλοξένησε αγώνες του αθλήματος του ποδοσφαίρου και να δημιουργήσει μία κυρίως άυλη κληρονομία (στελέχη, εθελοντές κ.λπ.) για το μέλλον.

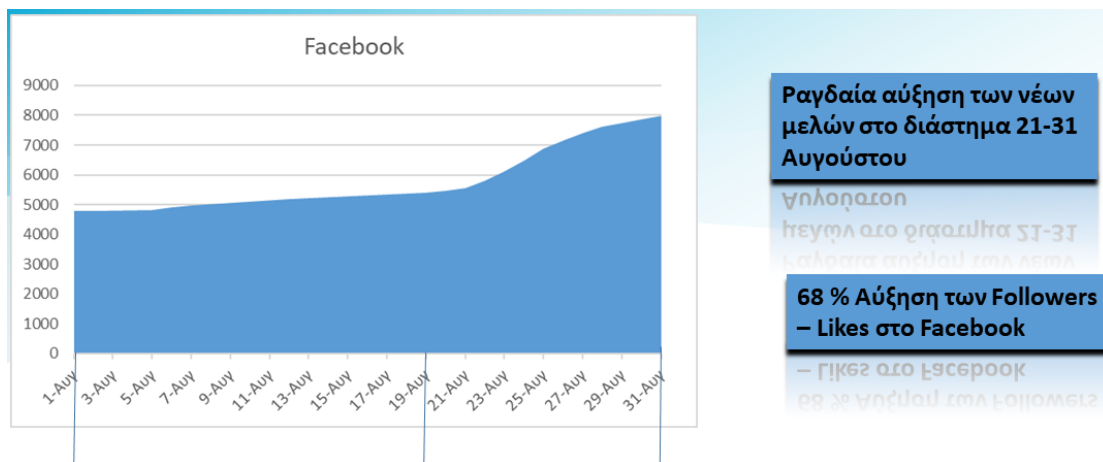
Οι Παράκτιοι Μεσογειακοί Αγώνες της Πάτρας αναδείχτηκαν σε ένα σημαντικό επικοινωνιακό γεγονός, αφού προβλήθηκαν από την ελληνική δημόσια τηλεόραση (ΕΡΤ), το Olympic Channel, τον τοπικό τηλεοπτικό σταθμό Ionian Channel, ενώ ξεχωριστή ήταν και η απήχυσή του στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (ΜΚΔ) (social media). Η ΕΡΤ μετέδωσε ζωντανά την Τελετή Έναρξης, πέντε τελικούς και αρκετούς προκριματικούς αγώνες, το Ionian Channel μετέδωσε την Τελετή Λήξης, έξι τελικούς και αρκετούς προκριματικούς αγώνες, ενώ υπήρχε live streaming που μεταδιδόταν από την ΕΡΤ, από το Ionian Channel, αλλά και από το Olympic Channel, του οποίου η τηλεθέαση είναι παρά πολύ ψηλή, ειδικά για τα ελληνικά δεδομένα. Χαρακτηριστικό της τηλεθέασης του Olympic Channel που προβάλλει μόνο live και social streaming είναι ότι το καλοκαίρι του 2019 είχε στα social media 2,37 δισεκατομμύρια video views και 8,6 εκατομμύρια ακόλουθους, με την επισκεψιμότητα στις ηλικίες <35 χρόνων να φθάνει το 78%. Επίσης, στους Αγώνες της Πάτρας διαπιστεύτηκαν συνολικά 145 εκπρόσωποι των ΜΜΕ όλων των ειδικοτήτων (δημοσιογράφοι, φωτογράφοι, τεχνικοί, κ.λπ.) από την Ελλάδα και τα εξωτερικό (Τριανταφύλλου, 2019). Η απήχηση των Αγώνων της Πάτρας όπως αυτή καταγράφηκε μέσω της επίσημης ιστοσελίδας τους και των επίσημων λογαριασμών στα ΜΚΔ φαίνεται από τα παρακάτω διαγράμματα 1 και 2.

<sup>8</sup> Βλέπε <https://www.mbgpatras2019.gr/>





Διάγραμμα 1: Επισκεψιμότητα επίσημης ιστοσελίδας των Αγώνων «Πάτρα 2019» (σε χιλιάδες χρήστες).



Διάγραμμα 2: Επισκεψιμότητα επίσημου λογαριασμού Facebook των Αγώνων «Πάτρα 2019» (σε χιλιάδες χρήστες).

### Συμπεράσματα

Το βασικό συμπέρασμα που προκύπτει από τα παραπάνω είναι ότι οι Παράκτιοι Αγώνες είναι ένα αναδυόμενο επικοινωνιακό γεγονός και μπορούν να καταστούν ένα σημαντικό και διεθνούς εμβέλειας επικοινωνιακό γεγονός. Η διοργάνωση της Πάτρας προσέλκυσε το ενδιαφέρον χιλιάδων φιλάθλων και φαίνεται ότι το νέο αυτό προϊόν του παγκόσμιου αθλητισμού συγκεντρώνει ολοένα και περισσότερους φίλους και ολοένα και μεγαλύτερο ενδιαφέρον τόσο των φιλάθλων, όσο και των ΜΜΕ.

### Βιβλιογραφία

ANOC World Beach Games 2019. Ανακτήθηκε στις 19.12.2019, από: <https://www.awbgqatar.com/>

- Διεθνής Επιτροπή Μεσογειακών Αγώνων. Ανακτήθηκε στις 19.12.2019, από:  
<https://cijm.org.gr/mediterranean-beach-games/?lang=el>
- International Olympic Committee. Ανακτήθηκε στις 19.12.2019, από: <https://www.olympic.org/buenos-aires-2018>.
- International Olympic Committee. Ανακτήθηκε στις 19.12.2019, από: <https://www.olympic.org/beach-volleyball>
- Μπεμπέτσος, Γ. (2019). Αθλήματα παραλίας: Η επανάσταση στον αθλητισμό. *Συνέδριο Εφημερίδας Πελοπόννησος*, 19-21 Σεπτεμβρίου, Πάτρα, 7<sup>ο</sup> Συνέδριο Περιφερειακής Ανάπτυξης.
- Οργανωτική Επιτροπή II Παράκτιων Μεσογειακών Αγώνων. Ανακτήθηκε στις 19.12.2019, από:  
<http://www.pelopevents.gr/7ο-Αναρτικσιako-Synedrio-eisigiseis>.
- Τριανταφύλλου, Σ. (2019). Υπηρεσίες Τύπου: Προβολή και απήχηση των II Παράκτιων Μεσογειακών Αγώνων «Πάτρα 2019». *Συνέδριο Εφημερίδας Πελοπόννησος*, 19-21 Σεπτεμβρίου, Πάτρα, 7<sup>ο</sup> Συνέδριο Περιφερειακής Ανάπτυξης.

## ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ, ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΚΑΙ ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑ ΚΑΤΑ ΤΗ ΔΙΕΘΝΟΠΟΙΗΣΗ ΤΟΥ ΚΛΑΣΙΚΟΥ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ ΓΥΝΑΙΚΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ: Η ΠΡΩΤΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ, 1928-1940

Ζάικος, Ν.<sup>1</sup> & Γαργαλιάνος, Δ.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Τμήμα Βαλκανικών, Σλαβικών & Ανατολικών Σπουδών, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας

<sup>2</sup> ΤΕΦΑΑ, ΔΠΘ

### Περίληψη

Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν να διερευνήσει τον στρατηγικό σχεδιασμό, την διοικητική πρακτική, καθώς και θέματα δεοντολογίας κατά την διεθνοποίηση του κλασικού αθλητισμού γυναικών στην Ελλάδα από το 1928 έως το 1940. Η μεθοδολογία που ακολουθήθηκε ήταν αυτή της διερεύνησης πρωτογενών και δευτερογενών πηγών. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι ο στρατηγικός σχεδιασμός του ΣΕΓΑΣ ήταν αντίθετος στην εξωστρέφεια του αθλητισμού γυναικών. Το βασικό συμπέρασμα που προέκυψε είναι ότι η διοίκηση του ΣΕΓΑΣ δεν συνέβαλε σε μία διεθνοποίηση στη βάση της ισότιμης και αμερόληπτης μεταχείρισης των αθλητριών – και κατ’ επέκταση στην καταξίωση και πρόοδο του στίβου γυναικών στην Ελλάδα.

**Λέξεις - κλειδιά:** Γυναικείος αθλητισμός, ΣΕΓΑΣ, Αρμάου Ειρήνη, Λανίτου Δομνίτσα, Στεργίου Γεωργία

### Εισαγωγή

Όταν το 1928 ο Σύνδεσμος Ελληνικών Γυμναστικών και Αθλητικών Σωματείων (ΣΕΓΑΣ) αποφάσισε να διευθύνει τον κλασικό αθλητισμό γυναικών, η πολιτική/νομική αυτή κίνηση έγινε ακούσια, με μεγάλη καθυστέρηση σε σχέση με την εγχώρια γυναικεία αθλητική πραγματικότητα και αφού είχε επικαλεστεί αστήρικτα επιχειρήματα από τους κλάδους της ευγονικής, της ιατρικής και της ηθικής για να οδηγήσει τον γυναικείο αθλητισμό στο περιθώριο. Ο γυναικείος αθλητισμός είχε ήδη εισαχθεί σε γειτονικά κράτη: Τουρκία (1922), Ρουμανία (1923), Βουλγαρία (1924), ενώ οι αθλήτριες της Γιουγκοσλαβίας και της Ρουμανίας συμμετείχαν σε διεθνείς συναντήσεις (Ζάικος, 2019).

### Σκοπός της έρευνας

Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν να διερευνήσει τον στρατηγικό σχεδιασμό, τη διοικητική πρακτική, καθώς και θέματα δεοντολογίας κατά τη διεθνοποίηση του κλασικού αθλητισμού γυναικών στην Ελλάδα από το 1928 έως το 1940. Ποια ήταν η στάση του ΣΕΓΑΣ απέναντι στην – τότε συνήθη στην υπόλοιπη Ευρώπη – προοπτική αποστολής αθλητριών στο εξωτερικό ή τη διοργάνωση διεθνών συναντήσεων γυναικών; Η μελέτη αφορά στην πολιτική των αθλητικών θεσμών σε σχέση με το Φύλο και γενικότερα τις έμφυλες σχέσεις στον αθλητισμό.

## Μεθοδολογία

Η έρευνα βασίστηκε σε πρωτογενείς πηγές (Δελτίο του ΣΕΓΑΣ) και δευτερογενείς πηγές (ελληνικός και διεθνής αθλητικός και πολιτικός Τύπος του Μεσοπολέμου). Επίσης, υπήρξε πρόσβαση στο αρχείο της πρωταθλήτριας Γεωργίας Στεργίου–Δεσποτοπούλου (ευχαριστίες προς την κ. Μαίρη Δεσποτοπούλου). Το θέμα της εργασίας είναι πρωτότυπο και δεν έχει διερευνηθεί ιστοριογραφικά.

## Περιγραφή περιπτώσιακής μελέτης

Το 1928, ο ΣΕΓΑΣ τέθηκε υπό την αιγίδα της Διεθνούς Γυναικείας Αθλητικής Ομοσπονδίας (ΔΓΑΟ, *Fédération Sportive Féminine Internationale*). Αν και την ίδια χρονιά η Επιτροπή Ολυμπιακών Αγώνων της χώρας αποφάσισε να στείλει μία πολυμελή ομάδα στους Ολυμπιακούς Αγώνες του Άμστερνταμ, η αποστολή αθλητριών ήταν εκτός συζήτησης. Ωστόσο, από την άνοιξη του επόμενης χρονιάς, οι αλληπάλληλες προσκλήσεις για την αποστολή Ελληνίδων αθλητριών στο εξωτερικό άρχισαν να αποτελούν ένα πονοκέφαλο για τον ΣΕΓΑΣ. Τα κυριότερα σχετικά στοιχεία:

- Μάρτιος 1929: Η ΔΓΑΟ κάλεσε τον ΣΕΓΑΣ να συγκροτήσει ομάδα για τους Γ΄ Παγκόσμιους Αγώνες Γυναικών (6-8 Σεπτεμβρίου 1930, Πράγα) (Δς, 1929).

- Λίγες μέρες αργότερα, η Αθλητική Ομοσπονδία της Ιταλίας κάλεσε τον ΣΕΓΑΣ να στείλει ομάδα στη Μπολόνια («Γυναικείοι αγώνες εις Ιταλίαν», 1929) – δεν δόθηκε συνέχεια σε αμφότερες τις προσκλήσεις.

- Φθινόπωρο 1929: Στο πλαίσιο των Προβαλκανικών Αγώνων της Αθήνας, ο αρχηγός της αποστολής της Ρουμανίας Οκτάβιος Λουκίντνυ υποστήριξε ότι η απουσία γυναικείου προγράμματος αποτελούσε μία ουσιωδέστατη παράλειψη («Ο ελληνικός αθλητισμός συγκρινόμενος», 1929). Ο ΣΕΓΑΣ απάντησε ότι «Η Ελλάδα στερείται επί του παρόντος τοιούτου αθλητικού υλικού και επομένως δεν θα δυνηθή να συνεισφέρει και αυτή το αναλογούν της μερίδιον» (Κουκ., 1929). Ωστόσο, όπως επεσήμανε ο δημοσιογράφος Αριστείδης Αγγελόπουλος, ένας από τους εγκυρότερους αναλυτές θεμάτων γυναικείου αθλητισμού κατά τον Μεσοπόλεμο στην Ελλάδα: «Η Ελλάδα έχει πολλές καλές αθλήτριες» [...] ακόμη, αι επιδόσεις των δεν απέχουν σημαντικά απ' αυτές [...] της Πράγας. Γιατί λοιπόν να μη μετέχη η Ελλάδα; Λείπουν τα μέσα από τον ΣΕΓΑΣ; Όχι δα. Τότε; Τότε λείπει η οργάνωσις, η προπαγάνδα, τα γυμναστήρια» (Αγγελόπουλος, 1930)

- Ιανουάριος 1931: Το Τμήμα του Γυναικείου Κλασικού Αθλητισμού της Ιταλίας προσκάλεσε τον ΣΕΓΑΣ να στείλει ομάδα στην *Ολυμπιάδα της Χάριτος* (30-31 Μαΐου 1931, Φλωρεντία), όπου θα συμμετείχαν 11 κράτη της Ευρώπης («Η Ολυμπιάς της Χάριτος», 1931) («Η πρώτη Ολυμπιάς της Χάριτος εις την Φλωρεντίαν», 1931). Ο ΣΕΓΑΣ δεν ανταποκρίθηκε.

- 1932: Ανακοινώθηκε ότι οι Βαλκανικοί Αγώνες εκείνης της χρονιάς θα περιλάμβαναν για πρώτη φορά γυναικείο πρόγραμμα, αλλά η εξαγγελία αυτή δεν πραγματοποιήθηκε («Ο Β΄ αθλητικός διαγωνισμός των γυναικών», 1932).

- 1933: Ο ΣΕΓΑΣ αποφάσισε συνάντηση Ελλάδας-Γιουγκοσλαβίας, η οποία ματαιώθηκε («Οι ελληνογιουγκοσλαβικοί»).

- 1934: Η προκήρυξη των Πανελληνίων Αγώνων Γυναικών προέβλεπε ότι τα αποτελέσματα θα αποτελούσαν κριτήριο για την κατάρτιση της εθνικής ομάδας για τους Βαλκανικούς Αγώνες στο Ζάγκρεμπ της Γιουγκοσλαβίας («Ήρχισαν χθες στο Στάδιον», 1934). Η δέσμευση δεν τηρήθηκε.

- Τέλη του 1934: Ο ΣΕΓΑΣ ανακοίνωσε ότι την άνοιξη του 1935 θα διεξαχθεί διμερής συνάντηση με τη Ρουμανία. Ένας νέος κύκλος εντατικής προετοιμασίας άνοιξε και οι πρωταθλήτριες Δομνίτσα Λανίτου (δρόμοι ταχύτητας, εμπόδια, άλματα) και Γεωργία Στεργίου (σφαιροβολία, δισκοβολία, ακοντισμός)

κατέρριψαν πανελλήνια ρεκόρ στο πλαίσιο της χειμερινής προπόνησής τους («Η πρωταθλήτρια Δομν. Λανίτου», 1934) («Αι προπονήσεις», 1935). Αν και το Διοικητικό Συμβούλιο του ΣΕΓΑΣ είχε παραδεχτεί ότι η συνάντηση Ελλάδα – Ρουμανία θα συνέβαλε στην πρόοδο του γυναικείου αθλητισμού, εντούτοις στη συνέχεια αναθεώρησε κρίνοντάς την ως «πρόωρη» («Ματαιούνται οι Ελληνορουμανικοί», 1935).

- Κατά την προολυμπιακή χρονιά (1935), ο ΣΕΓΑΣ έκανε λόγο για συμμετοχή Ελληνίδων αθλητριών στους Αγώνες του Βερολίνου. Σύμφωνα με την Τεχνική Επιτροπή Γυναικείου Αθλητισμού (ΤΕΓΑ) υπό την προεδρεία του Νικολάου Λανίτη [πατέρα της πρωταθλήτριας Δ. Λανίτου], τέθηκαν δύο κριτήρια για την ομάδα που θα μπορούσε να «αντιπροσωπεύσει τον Ελληνικόν Γυναικείον Αθλητισμόν εις τους Ολυμπιακούς του Βερολίνου»: α) τα αποτελέσματα των Πανελληνίων Αγώνων 1935 και β) η «μετέπειτα προπόνηση των αθλητριών» (Δελτίον ΣΕΓΑΣ, 1935). Τα αποτελέσματα των Αγώνων έδωσαν σαφείς κατευθύνσεις. Όπως σημειώθηκε στην *Αθλητική Φωνή*: «Αι πρωταθλήτριαι [Γεωργία] Στεργίου και Δομνίτσα Λανίτου είχαν και πάλιν την ευκαιρίαν να αναδείξουν τας υπερόχους αθλητικάς των αρετάς». Διακρίθηκε επίσης η εξαιρετική σφαιροβόλος Ειρήνη Αρμάου («Ο Ντόιτσεφ», 1935) («Γυναικείος αθλητισμός εις το Στάδιον», 1935).

Μετά από σιγή τεσσάρων μηνών, τον Σεπτέμβριο του 1935, ο ΣΕΓΑΣ ανακοίνωσε αιφνιδιαστικά ότι στο πλαίσιο της προγραμματισμένης συνάντησης ανδρών Ελλάδας-Αυστρίας θα ενταχθούν και αγωνίσματα γυναικών. Ο Τύπος παρουσίασε τις πρωταθλήτριες Γ. Στεργίου (ρίψεις) και Δ. Λανίτου (δρόμοι ταχύτητας και εμποδίων, άλματα) ως ασφαλείς βάσεις για μία αξιοπρεπή εμφάνιση της Ελλάδας («Η δις Στεργίου», 1935) (Ζήκος, 1935). Ωστόσο, ο ΣΕΓΑΣ ενέταξε στο πρόγραμμα μόνο δρόμους ταχύτητας, εμποδίων και άλματα, και κανένα αγώνισμα ρίψεων. Ο Τύπος σχολίασε αρνητικά την παράλειψη να ειδοποιηθούν έγκαιρα γνωστές πρωταθλήτριες («Είμεθα σε θέσι», 1935).

Μετά από την εξέλιξη αυτή, τον Οκτώβριο του 1935, ο Πανιώνιος ΓΣ υπέβαλε αίτημα προς την Τεχνική Επιτροπή Αθλητισμού, αρμόδια για την Ολυμπιακή ομάδα των ανδρών, να δοκιμάσει η πρωταθλήτρια Γ. Στεργίου να καταρρίψει το ρεκόρ της δισκοβολίας ενώπιον τεσσάρων επίσημων κριτών του ΣΕΓΑΣ («Θα καταρρίψει η Δις Στεργίου», 1935). Αν και, για άγνωστους λόγους, η δοκιμή δεν έγινε, μετά από ένα μήνα η Γ. Στεργίου σημείωσε ένα ακόμα (τρίτο μέσα στο 1935) ρεκόρ στο πλαίσιο μίας χειμερινής ημερίδας. Όπως επεσήμανε ο Α. Αγγελόπουλος στην *Ακρόπολη*: «[Η] αθλήτρια του Πανιωνίου δις Στεργίου κατέρριψε το ελληνικόν ρεκόρ της σφαιροβολίας με την απίστευτον δια γυναίκα βολήν των 10 μέτρων 97 εκατοστών!» (Α. Αγγ., 1935). Τέσσερις μέρες μετά από το παραπάνω ρεκόρ, ο ΣΕΓΑΣ προσκάλεσε 44 αθλητές για την Ολυμπιακή προετοιμασία («44 αθληταί δια την Ολυμπιάδα», 1935 και καμία αθλήτρια.

Στις αρχές του 1936, ο Ν. Λανίτης, Πρόεδρος της ΤΕΓΑ, ανέφερε σε Έκθεσή του προς το ΔΣ του ΣΕΓΑΣ: «Επιδόσεις άξια λόγου παρέχουσαι ευλόγως ελπίδας αξιοπρεπούς εμφανίσεως κατά τους Ολυμπιακούς Αγώνες του Βερολίνου είναι αι [...] της Διδος Δομνίτσας Ν. Λανίτου [...] Πλην της Διδος Λανίτου αποβλέπω και εις δύο άλλας αθλητριάς αίτινες τακτικώς προπονούμεναι δύνανται ν' αντιπροσωπεύσωσιν αξιοπρεπώς τον Γυναικείον Αθλητισμόν εις τους αγώνας του Βερολίνου» («Έκθεσις πεπραγμένων 1935», 1936). Οι «δύο άλλες αθλήτριες» τις οποίες ο Ν. Λανίτης δεν κατονομάζει, ήταν κατά πάσα πιθανότητα οι Γ. Στεργίου και Ε. Αρμάου.

Η επιλογή αθλητριών για τους Αγώνες του 1936 δεν ακολούθησε τα ίδια διαφανή κριτήρια με τα οποία επιλέχθηκαν οι αθλητές - δηλαδή την συγκρότηση προολυμπιακής ομάδας, την θέσπιση ορίων ανά



αγώνισμα και την επιλογή των καλύτερων μετά από προκριματικούς αγώνες. Ενώ οι εξελίξεις κατά την Ολυμπιακή προετοιμασία των ανδρών ήταν ραγδαίες, ο ΣΕΓΑΣ και πάλι αιφνιδιαστικά απαγόρευσε την είσοδο όλων των αθλητριών στο Παναθηναϊκό Στάδιο δήθεν λόγω ανηθικότητας. Τα συκοφαντικά δημοσιεύματα για δήθεν «έκτροπα» και «όργια των αθλητριών» στο Στάδιο (Ψ., 1936) (Δ.Ζ., 1936) δεν επαληθεύτηκαν ποτέ. Ταυτόχρονα, η ΤΕΓΑ εισηγήθηκε την ένταξη μόνο της Δ. Λανίτου στην προολυμπιακή ομάδα, η οποία συνέχισε να προπονείται εκεί «ιδιωτικώς» υπό την επίβλεψη του εθνικού προπονητή Όττο Σίμιτσεκ («Η Δνις Λανίτου», 1936). Οι έντονες διαμαρτυρίες των δύο «γνωστών πρωταθλητριών» για το ανήκουστο και ακατανόητο μέτρο δεν εισακούστηκαν («Έντονος διαμαρτυρία», 1936). Τον Ιανουάριο του 1936, ο Πανιώνιος ΓΣ αποφάσισε να βραβεύσει την πρωταθλήτρια Γ. Στεργίου για τις επιδόσεις της (Σολομωνίδης & Λωρέντης, 1967). Η Δ. Λανίτου και η αδελφή της Ισμήνη Λανίτου – η οποία μετέβη στους Αγώνες ιδίοις εξόδοις και δεν αγωνίστηκε – αντιπροσώπευσαν την Ελλάδα στους Αγώνες του 1936. Ο Ν. Λανίτης ορίστηκε επικεφαλής του πρώτου ομίλου της ελληνικής αποστολής ως αντιπρόσωπος της Ελληνικής Ολυμπιακής Επιτροπής («Πώς κατιρτίσθη», 1936). Αν και η απόδοση της Δ. Λανίτου ήταν θετική στο Βερολίνο, τέθηκε το ζήτημα της κραυγαλέας διάστασης μεταξύ της ατομικής ανόδου της συγκεκριμένης αθλήτριας και της αποκαρδιωτικής συνολικής παρακμής του γυναικείου αθλητισμού, καθώς και της αποχώρησης πολλών αθλητριών εξαιτίας της αδιαφορίας του ΣΕΓΑΣ (Ζαχάρωφ, 1936) (Γαρουφαλής, 1936α) («Τα χάλια του γυναικείου αθλητισμού», 1936).

Στα τέλη του 1936, η πρωταθλήτρια Γ. Στεργίου είχε το σθένος να καταγγείλει τον ανεξήγητο αποκλεισμό της από την Ολυμπιακή προετοιμασία. «Στους Ολυμπιακούς δεν μετέβην δια λόγους τους οποίους δεν γνωρίζω ούτε και εγώ η ίδια», δήλωσε. Η 19χρονη αθλήτρια δεν δίστασε να κάνει στον ΣΕΓΑΣ τις ακόλουθες υποδείξεις: «1ον) Να ορισθή ειδικός προπονητής δια τας αθλητρίας. 2ον) Να μας παραχωρηθή γήπεδον δια τας προπονήσεις μας ή τουλάχιστον ειδικές ώρες δια τας προπονήσεις του Σταδίου. 3ον) Να μετακληθή μία ξένη ομάς δι' αγώνας προς την ειδικήν μας και 4ον) Να λήψη από τους αρμοδίους η γνώμη, ότι για το γυναικείο αθλητισμό της Ελλάδος υπάρχει μόνον μία αθλήτρια. [...] Κατά την γνώμην μου δεν υπάρχει άλλος τρόπος. Άλλο τίποτε δεν έχω να σας πω και θα σας παρακαλέσω να μην επιμένετε»...» (Γαρουφαλής, 1936β). Οι παραπάνω δηλώσεις αντέβαιναν στην πρακτική που ήθελε ακόμα και τους άνδρες πρωταθλητές να είναι «σκλάβοι» μίας αυταρχικής διοίκησης και να μη διαμαρτύρονται σε καμία περίπτωση (Πρωταθλητής, 1936).

1937-1938: Δεν καταγράφεται καμία αξιοπρόσεκτη κίνηση του ΣΕΓΑΣ για την διεθνοποίηση του γυναικείου αθλητισμού – εκτός από την προοπτική της συμμετοχής της Δ. Λανίτου στην Πανεπιστημιάδα του Παρισιού («Πρόσκλησις φοιτητών – αθλητών», 1937).

Το 1939, ο Σύνδεσμος Γυναικείου Αθλητισμού της Γιουγκοσλαβίας απέστειλε πρόσκληση για μετάβαση αντιπροσωπευτικής ομάδας Ελληνίδων αθλητριών σε αγώνες στο Βελιγράδι και στο Ζάγκρεμπ, ο ΣΕΓΑΣ (στη διοίκηση του οποίου μετείχαν πλέον τόσο ο Ν. Λανίτης, όσο και η Δ. Λανίτου) ακολούθησε μία υποδειγματική διαδικασία κατάρτισης προεθνικής ομάδας («Πρόσκλησις δι' αγώνας», 1939). Ωστόσο και στην περίπτωση αυτή, οι αγώνες ματαιώθηκαν.

### **Αποτελέσματα - Συμπεράσματα**

Η επίσημη αποδοχή του γυναικείου κλασικού αθλητισμού στην Ελλάδα έθεσε το ευρύτερο ζήτημα της προσαρμογής ενός αναχρονιστικού νομικού πλαισίου σε μία νέα κοινωνική συνθήκη – δηλαδή ότι η

διοίκηση του αθλητισμού θα έπρεπε πλέον να περιλάβει και τις αθλήτριες. Το χρονικό της διεθνοποίησης του γυναικείου αθλητισμού έως το 1940 αποκαλύπτει σοβαρές διοικητικές στρεβλώσεις. Καταγράφονται αλληπάλλληλες απορρίψεις προσκλήσεων για συμμετοχή των Ελληνίδων αθλητριών στο εξωτερικό, καθώς και διαδοχικές ματαιώσεις των διεθνών συναντήσεων που εξαγγέλθηκαν – κατά κανόνα λόγω άρνησης του ΣΕΓΑΣ. Κατά τις δύο μοναδικές περιπτώσεις που κατορθώθηκε η διεθνοποίηση (1935-1936), οι διαδικασίες συγκρότησης των ομάδων ήταν κλειστές και αδιαφανείς, ενώ το 1936 συνοδεύτηκαν από την κατασυκοφάντηση των αθλητριών. Το βασικό συμπέρασμα είναι ότι η διοίκηση του ΣΕΓΑΣ δεν συνέβαλε σε μία εξωστρέφεια και διεθνοποίηση στη βάση της ισότιμης και αμερόληπτης μεταχείρισης των αθλητριών – και κατ' επέκταση στην καταξίωση και πρόοδο του στίβου γυναικών στην Ελλάδα. Το ερώτημα εάν ο ΣΕΓΑΣ ακολούθησε τις εύστοχες υποδείξεις της Γ. Στεργίου για την βελτίωση του αθλητικού διοικητικού πολιτισμού κατά την περίοδο μετά από τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο είναι ανοιχτό προς διερεύνηση.

## Βιβλιογραφία

- Αγγελόπουλος, Α. (1930, 21 Σεπτεμβρίου). Το γυναικείο πρωτάθλημα Αθηνών. Η απουσία μας από τους Διεθνείς της Πράγας. *Πατρίς*, σ. 2.
- Αγγελόπουλος, Α. (Α. Αγγ.) (1935, 18 Νοεμβρίου). Οι αγώνες των κοριτσιών. *Ακρόπολις*, σ. 2.
- Αι προπονήσεις των αθλητριών μας (1935, 4 Ιανουαρίου). *Αθλητική Φωνή*, σ. 3.
- Γαρουφαλής, Τ. (Τ. Γαρ.) (1936α). (1936, 6 Νοεμβρίου). Η κωμωδία του γυναικείου αθλητισμού. Δια τους αρμοδίους. *Αθλητισμός*, σ. 5.
- Γαρουφαλής, Τ. (Τ.Α.) (1936β). Η βεντέτα Στεργίου ονειρεύεται το Τόκυο. Αι γνώμαι της δια τα σπορ. *Αθλητισμός*. [Αρχειό Γεωργίας Στεργίου-Δεσποτοπούλου].
- Δελτίον του ΣΕΓΑΣ*. (1935). Μάρτιος-Απρίλιος 1935), σ. 4-5.
- Γυναικείος αθλητισμός εις το Στάδιον. *Ο Τύπος*. (1935, 26 Μαΐου), σ. 1.
- Δ.Ζ. Εσημειούντο έκτροπα εις τα αποδυτήρια του Σταδίου με ηρωϊδας μερικάς αθλητριάς;. (1936, 9 Ιανουαρίου). *Ελεύθερος Άνθρωπος*, σ. 3.
- Δς (1929, 9 Μαρτίου). Οι 3<sup>οι</sup> Γυναικείοι Διεθνείς Αθλητικοί Αγώνες. Πρέπει να μετάσχη και η Ελλάς. *Αθλητική*, σ. 1.
- Είμεθα σε θέσι να δώσουμε αγώνας με ξένες αθλήτριες;. (1935, 28 Αυγούστου). *Αθλητική Ημέρα*, σ. 2.
- Έκθεσις πεπραγμένων 1935, ΤΕΓΑ. Προς το Διοικητικόν Συμβούλιον του ΣΕΓΑΣ. (Ιανουάριος – Φεβρουάριος 1936). *Δελτίον του ΣΕΓΑΣ*, σ. 3-4
- Έντονος διαμαρτυρία των Ελληνίδων αθλητριών. (1936, 3 Ιανουαρίου). *Αθλητισμός*, σ. 3.
- Ζάικος, Ν. (2019). «Αι γυναίκες αθλήτριαι κατά 95% χάνουν την μητρότητά τους». Ο Σύνδεσμος Ελληνικών Γυμναστικών και Αθλητικών Σωματείων και η αποδοχή του κλασικού αθλητισμού γυναικών στην Ελλάδα. *Γυναίκα & Άθληση* XI/ 1, σ. 74-113
- Ζαχάρωφ, Κ. (Κ.Ζ.). Η εξέλιξις του γυναικείου αθλητισμού. Η Ελλάς έχει μίαν αθλήτριαν!. *Εθνική* (1936, 14 Σεπτεμβρίου).
- Ζήκος, Κ.Δ. (Κ.Ζηκ.). Ποία η θέσις των αθλητριών μας μέσα στο διεθνή στίβο (1935, 2 Σεπτεμβρίου). *Αθλητική Φωνή*, σ. 1,4.
- Η δίς Στεργίου πρωταθλήτρια Ελλάδος εις τας ρίψεις, ελπίς μας εις τους Ελληνο-αυστριακούς. (1935, 31 Αυγούστου). *Αθλητική Ημέρα*, σ. 1.
- Η Δνις Λανίτου προετοιμάζεται. (1936, 6 Ιανουαρίου). *Πρωΐα*, σ. 4.
- Η Ολυμπιάς της Χάριτος (1931, 3 Ιουλίου). *Βραδυνή*, σ. 2-3.
- Η πρωταθλήτρια Δομν. Λανίτου επέτυχε εκ νέου το ρεκόρ 80 μέτρ. μετ'εμποδίων 13'4)10 (1934, 17 Δεκεμβρίου). *Αθλητικός Χρόνος*, σ. 4.
- Η πρώτη Ολυμπιάς της Χάριτος εις την Φλωρεντίαν. (1931, 15 Ιουλίου). *Αθλητής* Α' /1, σ. 4.
- Ήρχισαν χθες στο Στάδιον οι Πανελλήνιοι Αγώνες 1934. (1934, 27 Μαΐου). *Ακρόπολις*, σ. 2.

- Θα καταρρίψει η Δις Στεργίου το ρεκόρ της δισκοβολίας;. (1935, 16 Οκτωβρίου). *Αθλητισμός της Ελλάδος*, σ. 4.  
Κουκ., Σ. (1929, 25 Σεπτεμβρίου). Πώς είναι οργανωμένοι οι αθληταί των Βαλκανίων. *Ακρόπολις*, σ. 1.  
Ματαιούνται οι Ελληνορουμανικοί γυναικείοι αθλητικοί αγώνες υπό του ΣΕΓΑΣ. (1935, 8 Φεβρουαρίου).  
*Αθλητικός Χρόνος*, σ. 4.  
Ο Β' αθλητικός διαγωνισμός των γυναικών. (1932, 23 Απριλίου). *Βραδυνή*, σ. 6.  
Ο ελληνικός αθλητισμός συγκρινόμενος προς τους ξένους (1929, 24 Σεπτεμβρίου). *Ακρόπολις*, σ. 1.  
Ο Ντόιτσεφ θριαμβευτής του δεκάθλου. (1935, 27 Μαΐου). *Αθλητική Φωνή*, σ. 4.  
Οι ελληνογιουγκοσλαβικοί γυναικείοι αγώνες. (1933, 4 Δεκεμβρίου). *Αθλητικά Χρονικά*, σ. 4.  
Πρόσκλησις δι' αγώνας εις Γιουγκοσλαβίαν. (1939, Απρίλιος). *Επίσημον Δελτίον ΣΕΓΑΣ* 15/157, σ. 47.  
Πρόσκλησις φοιτητών – αθλητών (1937, 13 Ιουλίου). *Εθνική*, σ. 5.  
Πρωταθλητής (1936, 8 Ιουλίου). Ο ΣΕΓΑΣ δημιουργεί ερείπια και θύματα με βοηθόν τον Αλή Πασά του Σταδίου  
Σίμιτσεκ!. *Αθλητισμός*, σ. 3  
Πώς κατιρτίσθη οριστικώς η εθνική μας ομάδα. Ποιοι θ' αντιπροσωπεύσουν τα ελληνικά χρώματα εν Βερολίνω  
(1936, 13 Ιουλίου). *Πρωΐα*, σ. 4.  
44 αθληταί δια την Ολυμπιάδα του Βερολίνου. (1935, 21 Νοεμβρίου). *Ακρόπολις*, σ. 2.  
Σολομωνίδης, Χ.Κ. & Λωρέντης Ν.Ε. (1967). *Τα 75 χρόνια του Πανιωνίου*. Αθήνα: Αξάκριστο.  
Τα χάλια του γυναικείου αθλητισμού (1936, 11 Νοεμβρίου). *Αθλητισμός*, σ. 2.  
Ψ. Ο γυναικείος αθλητισμός υπό διωγμόν! Αι αθλήτριά μας θα ξυλοφορτωθούν εάν ζητήσουν να προπονηθούν  
εις το Στάδιον! Απαγορεύεται η κρασοκατάλυσις!. (1936, 6 Ιανουαρίου). *Αθλητισμός της Ελλάδος*, σ. 3.

## ΤΟ ΣΟΒΑΡΟ ΔΙΑΔΥΚΤΙΑΚΟ ΠΑΙΓΝΙΟ TOP ELEVEN ΩΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΜΕΣΟ ΣΤΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΤΟΥ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ

Χρυσανθόπουλος, Θ. Π.,<sup>1</sup> Αυθίνος, Ι.,<sup>1</sup> Γαργαλιάνος, Δ.,<sup>2</sup> & Μανασής, Β.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> ΤΕΦΑΑ, ΕΚΠΑ

<sup>2</sup> ΤΕΦΑΑ, ΔΠΘ

### Περίληψη

Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν να εξεταστεί η δυνατότητα να χρησιμοποιηθεί το σοβαρό διαδικτυακό παίγνιο Top Eleven (2019) ως εκπαιδευτικό μέσο για την διαχείριση των οικονομικών μίας ομάδας ποδοσφαίρου. Για την υλοποίηση του σκοπού της έρευνας χρησιμοποιήθηκε η μέθοδος της μελέτης περίπτωσης. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι 12 από τις 18 οικονομικές έννοιες που διδάσκονται στο μάθημα «Αθλητική οικονομία» στο ΤΕΦΑΑ ΕΚΠΑ συσχετίζονται με την οικονομική λειτουργία του Top Eleven.

**Λέξεις - κλειδιά:** Σοβαρό παίγνιο, εκπαίδευση, οικονομικά, αθλητισμός.

### Εισαγωγή

Κατά τον 19<sup>ο</sup> αιώνα η εκπαίδευση βασιζόταν στο «μαθαίνω γνωρίζοντας», ενώ στον 21<sup>ο</sup> αιώνα βασίζεται στο «μαθαίνω κάνοντας» (Sandler, στον Aldrich, 2009) και μπορεί να υλοποιηθεί είτε με πρακτική άσκηση σε πραγματικά εργασιακά περιβάλλοντα, είτε με ψηφιακή άσκηση σε εικονικά εργασιακά περιβάλλοντα (Graafland et al., 2012). Η τεχνολογία επιτρέπει πλέον την προσομοίωση σχεδόν κάθε φυσικής δραστηριότητας με τη μορφή ψηφιακών παιχνιδιών, όπου ο εκπαιδευόμενος αποκτά έναν διαδικτυακό χαρακτήρα-προσωπικότητα, τον οποίο διαχειρίζεται μέσα σε ένα περιβάλλον που προσομοιάζει τον πραγματικό κόσμο (Freitas & Griffiths, 2007). Επίσης, τα παίγνια παρέχουν πολλές επιλογές δυσκολίας, οπότε μπορούν να προσαρμοστούν στις ικανότητες του κάθε παίκτη (Gentile & Gentile, 2005) και είναι ελκυστικά λόγω της διασκέδασης που προσφέρουν (Prensky, 2001). Την συγκεκριμένη τεχνολογία υιοθέτησαν πολλοί εκπαιδευτικοί οργανισμοί και την ενέταξαν στα προγράμματα σπουδών τους (Κιάφφας & Αυθίνος, 2013), μεταξύ των οποίων και το αντικείμενο της Οργάνωσης / Διοίκησης του Αθλητισμού.

### Σκοπός της έρευνας

Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν να διερευνήσει την δυνατότητα να χρησιμοποιηθεί το σοβαρό διαδικτυακό παίγνιο Top Eleven (2019) ως εκπαιδευτικό μέσο για την διαχείριση των οικονομικών μίας ομάδας ποδοσφαίρου με τα ακόλουθα ερευνητικά ερωτήματα: α) ποιες βασικές οικονομικές έννοιες περιλαμβάνονται στη διδασκαλία του γνωστικού αντικείμενου «Αθλητική οικονομία;» και β) ποια οικονομικά στοιχεία υπάρχουν στο Top Eleven που να μπορούν να αποτελέσουν δεδομένα εφαρμογής των οικονομικών εννοιών που διδάσκονται στο γνωστικό αντικείμενο «Αθλητική οικονομία;»

## Ανασκόπηση της βιβλιογραφίας

Η ενασχόληση με τα σοβαρά παίγνια συμβάλλει στην απόκτηση βιωματικών εμπειριών και δεξιοτήτων διαχείρισης (Hoff & Fletcher, 2007). Το Top Eleven περιλαμβάνει οικονομικές παραμέτρους για την οικονομική διαχείριση μίας επαγγελματικής ποδοσφαιρικής ομάδας και παίζεται σε ηλεκτρονικό υπολογιστή online, μέσω Facebook, με δυνατότητα φιλικών αγώνων. Η αγωνιστική απόδοση της ομάδας εξαρτάται από την αξία των παικτών της και από σταθμισμένους και αστάθμητους παράγοντες (π.χ., αγορές παικτών, ανανεώσεις συμβολαίων ή τραυματισμούς κ.λπ.) και η διάρκεια ενός κύκλου του παιχνιδιού είναι 28 ημέρες με καθημερινούς αγώνες. Η ενασχόληση μπορεί να είναι καθημερινή (αλλά όχι απαραίτητα), διάρκειας από 10' της ώρας. Ο μάνατζερ-διαχειριστής της ομάδας: α) δέχεται μηνύματα από το εξωτερικό περιβάλλον της ομάδας (π.χ., κληρώσεις, αγωνιστικά αποτελέσματα, προτάσεις συνεργασίας, κ.λπ.), β) λαμβάνει αποφάσεις που αναπτύσσουν αγωνιστικά την ομάδα (π.χ., αποκτά παίκτες με μεταγραφές, ανανεώνει τα συμβόλαιά τους, κ.λπ.) και βελτιώνουν την οικονομική της κατάσταση (π.χ., ανέγερση γηπέδου, δημιουργία μπουτίκ, κ.λπ.), γ) αναπτύσσει και διατηρεί την φυσική κατάσταση των ποδοσφαιριστών και δ) ελέγχει την σύνθεση της ομάδας σε κάθε αγώνα. Στόχος του παιχνιδιού είναι η συνεχής αγωνιστική και οικονομική βελτίωση της ομάδας, με τελικό σκοπό την κατάκτηση του πρωταθλήματος, του κυπέλλου και του Champions League.

*Διαχείριση επαγγελματικής αθλητικής ομάδας.* Η διαχείριση μίας ποδοσφαιρικής ομάδας περιλαμβάνει τομείς όπως τα οικονομικά, το μάρκετινγκ, τις εγκαταστάσεις και τον γραμματειακό συντονισμό (Αυθίνος, 2015). Για την καλύτερη διαχείρισή τους χρειάζεται η δημιουργία ενός συστήματος πληροφοριών (Management Information System) (Beer, 1979; Tushman & Nadler, 1978) και σε κάθε έναν από τους τομείς πρέπει να δημιουργηθούν δείκτες απόδοσης και η ανατροφοδότηση που λαμβάνεται να αξιοποιείται για την ορθή λήψη αποφάσεων. Ο συμψηφισμός όλων των αποτελεσμάτων των δεικτών δίνει την εικόνα της απόδοσης του οργανισμού (James, 1998).

*Οικονομική διαχείριση επαγγελματικής αθλητικής ομάδας.* Βασικό «εργαλείο» για την οικονομική διαχείριση κάθε νομικού προσώπου αποτελεί η λογιστική, η οποία είναι η παροχή οικονομικών πληροφοριών στη διοίκηση της επιχείρησης, καθώς και σε άλλους ενδιαφερόμενους που δεν εργάζονται για την συγκεκριμένη επιχείρηση, αλλά σχετίζονται οικονομικά με αυτή, ώστε να λάβουν ορθές οικονομικές αποφάσεις (Ναούμ, 1994). Βασική της λειτουργία είναι να συγκεντρώνει, να καταχωρεί, να ταξινομεί, να μετράει και να αναλύει όλα τα δεδομένα που επηρεάζουν οικονομικά μία επιχείρηση (Γιαννουλίδου, 2001).

*Διδασκαλία αθλητικής οικονομίας.* Λόγω της σπουδαιότητά της στη διαχείριση των αθλητικών οργανισμών η «Αθλητική οικονομία» διδάσκεται ως γνωστικό αντικείμενο στα ΤΕΦΑΑ των ΑΕΙ. Στο ΤΕΦΑΑ – ΕΚΠΑ διδάσκεται με το σύγγραμμα «Οικονομική της διοίκησης αθλητισμού: Εισαγωγικές έννοιες και εφαρμογές» (Νάσσης, 2004). Το περιεχόμενο του μαθήματος περιλαμβάνει τις ακόλουθες βασικές οικονομικές έννοιες: προσφορά, ζήτηση, προσδιορισμός κόστους, τιμολόγηση, προϋπολογισμός, ισολογισμός.

## Μεθοδολογία

Για την υλοποίηση του σκοπού της έρευνας χρησιμοποιήθηκε η μέθοδος της μελέτης περίπτωσης. Ο ερευνητής δημιούργησε μία ομάδα ποδοσφαίρου στο Top Eleven, την οποία διαχειριζόταν ως παίκτης.



Η επιλογή του συγκεκριμένου σοβαρού παιγνίου έγινε διότι πληρούσε τα εξής κριτήρια: δημοφιλία αθλήματος (ποδόσφαιρο), δωρεάν συμμετοχή, ευκολία πρόσβασης μέσω διαδικτύου από ηλεκτρονικό υπολογιστή και έξυπνα τηλέφωνα, «φιλικό» περιβάλλον ως προς τη χρήση του (Χρυσανθόπουλος & Αυθίνος, 2017). Προκειμένου να προσδιοριστούν οι οικονομικές έννοιες που διδάσκονται στο πλαίσιο του γνωστικού αντικειμένου «Αθλητική οικονομία» χρησιμοποιήθηκε το σύγγραμμα «Οικονομική της διοίκησης αθλητισμού - Εισαγωγικές έννοιες και εφαρμογές» (Νάσσης, 2004).

*Μέσο συλλογής των δεδομένων:* Το μέσο συλλογής των δεδομένων ήταν ένα ερευνητικό πρωτόκολλο που δημιουργήθηκε με βάση τα οικονομικά στοιχεία που απορρέουν από τη λειτουργία του Top Eleven.

*Διάρκεια συλλογής των δεδομένων:* Η συλλογή των δεδομένων διήρκεσε επτά σεζόν των 28 ημερών, με τις έξι από αυτές συνεχόμενες. Η καταγραφή των δεδομένων γινόταν: α) μία φορά στην έναρξη και μία φορά στη λήξη της σεζόν για τον οικονομικό προϋπολογισμό, τις χορηγίες και τα συμβόλαια των παικτών και β) σε καθημερινή βάση για ότι αφορούσε στην προσέλευση των οπαδών και την οικονομική διαχείριση με τα έσοδα και έξοδα του συλλόγου, τα bonus νίκης των παικτών της ομάδας, το κόστος για την κατασκευή ή/και αναβάθμιση των εγκαταστάσεων της ομάδας, όπως επίσης τις μεταγραφές των ποδοσφαιριστών με τις προσχωρήσεις και τις αποχωρήσεις.

*Ανάλυση δεδομένων:* Η ανάλυση των δεδομένων πραγματοποιήθηκε με περιγραφικά στατιστικά μέσα (min, max, εύρος, ποσοστά, μέσος όρος), ενώ εφαρμόστηκαν και δείκτες μέτρησης για την εξαγωγή επιπλέον δεδομένων με υπολογιστικές πράξεις του προγράμματος Microsoft Excel 365 (2011).

## **Αποτελέσματα**

Το 1<sup>ο</sup> ερευνητικό ερώτημα αφορούσε στο ποιες βασικές οικονομικές έννοιες περιλαμβάνονται στη διδασκαλία του γνωστικού αντικειμένου «Αθλητική οικονομία». Από την ανάλυση περιεχομένου του συγγράμματος «Οικονομική της διοίκησης αθλητισμού: Εισαγωγικές έννοιες και εφαρμογές» (Νάσσης, 2004) προέκυψε ότι διδάσκονται 18 οικονομικές έννοιες, οι οποίες ταξινομούνται στις ακόλουθες θεματικές ενότητες: α) προσφορά, β) ζήτηση, γ) κόστος, και δ) λογιστική (Πίνακας 1).

Το 2<sup>ο</sup> ερευνητικό ερώτημα αφορούσε στο ποια οικονομικά στοιχεία μπορούν να συλλεχθούν από τη λειτουργία του Top Eleven, τα οποία να μπορούν να αποτελέσουν δεδομένα εφαρμογής των οικονομικών εννοιών που διδάσκονται στο γνωστικό αντικείμενο «Αθλητική οικονομία». Από την ανάλυση του περιεχομένου του παιγνίου και την αντιστοίχιση με τις διδασκόμενες οικονομικές έννοιες, προέκυψε ότι παράγονται οικονομικά δεδομένα από τις τιμές των εισιτηρίων, τα bonus νίκης, τον οικονομικό απολογισμό, τις μεταγραφές και τα συμβόλαια των ποδοσφαιριστών, τα έσοδα από κάθε αγώνα, τον προϋπολογισμό, την χορηγία, την εγκατάσταση, την βαθμολογία του πρωταθλήματος. Από αυτές τις εννέα πηγές δεδομένων, οι έξι μπορούν να αξιοποιηθούν ως οικονομικοί δείκτες: α) τιμές των εισιτηρίων, β) bonus νίκης, γ) οικονομικός απολογισμός, δ) μεταγραφές και συμβόλαια των ποδοσφαιριστών, ε) έσοδα από κάθε αγώνα, στ) προϋπολογισμός. Οι δείκτες αυτοί ταξινομούνται σε 11 από τις 18 οικονομικές έννοιες που διδάσκονται στο γνωστικό αντικείμενο «Αθλητική οικονομία» (Πίνακας 1).

Θεματικές Ενότητες	Οικονομικές έννοιες		Δείκτες απόδοσης του Top Eleven	Εφαρμογή
Έννοιες προσφοράς	1	Ελαστικότητα προσφοράς	Τιμές εισιτηρίων	✓
	2	Καμπύλη προσφοράς	Τιμές εισιτηρίων	✓
	3	Ποσότητα και τιμή ισορροπίας	-	
	4	Συνάρτηση προσφοράς	-	
Έννοιες ζήτησης	5	Ελαστικότητα ζήτησης	Τιμές εισιτηρίων	✓
	6	Καμπύλη ζήτησης	Τιμές εισιτηρίων	✓
	7	Μέθοδοι πρόβλεψης ζήτησης	-	
	8	Παράγοντες ζήτησης / Ελκυστικότητα του αγώνα	Έσοδα για κάθε αγώνα / Απολογισμός	✓
	9	Συνάρτηση ζήτησης	-	
Έννοιες κόστους	10	Άμεσο - Έμμεσο κόστος	-	
	11	Ανάλυση νεκρού σημείου	Bonus νίκης / Απολογισμός	✓
	12	Μέθοδος ολικής απορρόφησης κόστους	-	
	13	Μέθοδος οριακού κόστους	-	
	14	Μέσο σταθερό-μεταβλητό κόστος & μέσο κόστος	Μεταγραφές και συμβόλαια ποδοσφαιριστών	✓
	15	Οριακό κόστος	Έσοδα για κάθε αγώνα	✓
	16	Συνολικό σταθερό-μεταβλητό κόστος	Μεταγραφές και συμβόλαια ποδοσφαιριστών	✓
Έννοιες βασικής λογιστικής	17	Ισολογισμός	Απολογισμός	✓
	18	Οικονομικός σχεδιασμός	Προϋπολογισμός	✓

**Πίνακας 1:** Εφαρμογή οικονομικών εννοιών στους δείκτες απόδοσης του Top Eleven.

### Συζήτηση - Συμπέρασμα

Στην συγκεκριμένη μελέτη, το Top Eleven αξιοποιείται ως μέσο παροχής οικονομικών δεδομένων που προκύπτουν ανάλογα με τις σχετικές αποφάσεις του διαχειριστή του και την αλγοριθμική λειτουργία του παιχνιδιού. Όσο πιο έμπειρος είναι ο διαχειριστής, τόσο πιο αποδοτικά είναι τα οικονομικά αποτελέσματα της λειτουργίας της ομάδας. Η διαδικασία αυτή παρέχει ρεαλιστική εξάσκηση σε θέματα οικονομικής διαχείρισης, αλλά και κατανόησης βασικών οικονομικών εννοιών.

### Βιβλιογραφία

- Aldrich, C. (2009). *The complete guide to simulations and serious games*. San Francisco: Pfeiffer.  
 Αυθίνος, Ι. (2015). *Αθλητική διοίκηση: Διάρθρωση και λειτουργία αθλητικών οργανισμών*. Αθήνα: Sport Option.  
 Beer, S. (1979). *The heart of enterprise*. Chichester: Wiley & Sons.

- Γιαννουλίδου, Γ. (2001). *Λογιστικές και φορολογικές υποχρεώσεις των αθλητικών επιχειρήσεων*. Στο Δ. Γαργαλιάνος, & Γ. Αυθίνος (εκδ.) *Αθλητικό Μάνατζμεντ: Διεπιστημονική προσέγγιση*, (σελ. 151-167). Ελλ.Ε.Δ.Α., Θεσσαλονίκη: University Studio Press.
- Freitas, S., & Griffiths, M. (2007). *Online gaming as an educational tool in learning and training*. *British Journal of Educational Technology*, 38(3), 535-537.
- Gentile, D. A., & Gentile, J. R. (2005). *Violent games as exemplary teachers*. Paper presented at the biennial meeting of the Society for Research in Child Development. Atlanta, GA: 2005
- Graafland, M., Schraagen, J. M., & Schijven, M. P. (2012). *Systematic review of serious games for medical education and surgical skills training*. Amsterdam, The Netherlands: 2012
- James, P. (1998). *Total Quality Management*. Rotterdam: International School of Economics.
- Hoff, K. S., J., & Fletcher, C. (2007). Developing a professional perspective. In J. B. Parks, J. Quarterman, & L. Thibault (Eds.), *Contemporary sport management* (pp. 27-46), Champaign, IL: Human Kinetics.
- Κιάφφας, Ζ., & Αυθίνος, Ι. (2013). Προσομοιώσεις για τη λήψη ορθών οργανωτικών αποφάσεων στη διοίκηση παραγωγής έργων αθλητικών διοργανώσεων. *Διοίκηση Αθλητισμού & Αναψυχής*, 10(1), 1-14.
- Νάσσης, Π. (2004). *Οικονομική της διοίκησης αθλητισμού: Εισαγωγικές έννοιες και εφαρμογές*. Αθήνα: Κλειδάριθμος.
- Ναούμ, Χ. Β. (1994). *Εισαγωγή στην χρηματοοικονομική λογιστική*. Β' Έκδοση, Αθήνα: Ο συγγραφέας.
- Prensky, M. (2001). *Digital game-based learning*. New York, NY: McGraw-Hill.
- Tushman, M. L., & Nadler, D. A. (1978). Information processing as an integral concept in organizational design. *Academy of Management Review*, 3, 613-624.
- Χρυσανθόπουλος, Θ. Π., & Αυθίνος, Ι. (2016). Διαδικτυακά σοβαρά παίγνια διαχείρισης αθλητικών συλλόγων στην εκπαίδευση αρχαρίων sport managers. 17<sup>ο</sup> Συνέδριο ΕλλΕΕΔΑΑ, Αθήνα, 2016

### Ιστοσελίδες

Top Eleven (2019). <https://www.topeleven.com/?pid=SocialMedia&c=FacebookCTAPlayButton>  
e-class (ΤΕΦΑΑ, ΕΚΠΑ, 2019).

## ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ERASMUS+ SPORT: “TRAINER 1.0 BETA”

Ματσάνκος, Ν.,<sup>1</sup> Γαργαλιάνος, Δ.,<sup>2</sup> & Κοτσώνη, Α.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> NGO – Interactive Media Knowledge Transfer – InterMediaKT

<sup>2</sup> ΤΕΦΑΑ, ΔΠΘ

### Περίληψη

Η Διπλή Σταδιοδρομία των Αθλητών (Dual Career of Athletes) είναι ένα πολύ σημαντικό ζήτημα που (πρέπει να) απασχολεί τους αθλητές όλων των ηλικιών, τους επαγγελματίες που ασχολούνται με τον αθλητισμό, καθώς και τους φορείς του χώρου (σωματεία, ομοσπονδίες, ενώσεις, κλπ.). Στο πλαίσιο του Ευρωπαϊκού έργου «Trainer 1.0 Beta» δημιουργήθηκαν 4 εκπαιδευτικά μοντέλα και ένας οδηγός για την Διπλή Σταδιοδρομία των Αθλητών, τα οποία στοχεύουν στους νέους αθλητές, ηλικίας 14-19 χρόνων, με σκοπό να τους παροτρύνουν στο ξεκίνημα της αθλητικής τους καριέρας, να αποκτήσουν τις πρώτες τους δεξιότητες/ικανότητες, έτσι ώστε να μπορούν να τις αξιοποιήσουν στην μετά τον αθλητισμό επαγγελματική τους αποκατάσταση. Η δημιουργία των εκπαιδευτικών μοντέλων και του οδηγού έγινε μέσω δια ζώσης συναντήσεων με αθλητές ακαδημιών και βασίστηκε σε 4 ομαδικά αθλήματα (ποδόσφαιρο, καλαθοσφαίριση, χειροσφαίριση, πετοσφαίριση).

**Λέξεις - κλειδιά:** Διπλή Σταδιοδρομία (Dual Career), αθλητισμός, Ευρωπαϊκό έργο, εκπαιδευτικά μοντέλα.

### Εισαγωγή

Μία από τις τρεις κύριες προκλήσεις που εντοπίζονται στις «Κατευθυντήριες γραμμές της ΕΕ για τη διπλή σταδιοδρομία των αθλητών» (2012) είναι η «φάση της αθλητικής σταδιοδρομίας των αθλητών, συμπεριλαμβανομένων όσων εγκαταλείπουν το σύστημα νωρίτερα από το προβλεπόμενο». Οι κατευθυντήριες γραμμές αναφέρουν επίσης ότι η «διπλή σταδιοδρομία» στον αθλητισμό ενσαρκώνει την απαίτηση των αθλητών να ξεκινήσουν με επιτυχία, να αναπτύξουν και να ολοκληρώσουν μια ελίτ αθλητική σταδιοδρομία στο πλαίσιο μιας δια βίου επαγγελματικής σταδιοδρομίας, ιδίως αναλαμβάνοντας έναν ρόλο στην κοινωνία, εξασφαλίζοντας ένα ικανοποιητικό εισόδημα, μια ταυτότητα και μια σχέση εταίρου. Η προσέγγιση του «Trainer1.0 Beta» προτείνει να επιτευχθούν αυτοί οι στόχοι εστιάζοντας στην παρότρυνση των νεαρών αθλητών, μόλις ξεκινήσουν τη σταδιοδρομία τους έτσι ώστε να αποκτήσουν τα πρώτα προσόντα προπόνησης σε δημοφιλή αθλήματα. Ο στόχος αυτής της προσέγγισης είναι να προσελκύσει σοβαρά τους νέους αθλητές στην ανάπτυξη των επαγγελματών τους. Η δημιουργία ενός μοντέλου που θα επιτρέψει την έναρξη της «διπλής σταδιοδρομίας» στην αρχή μιας αθλητικής σταδιοδρομίας θα συμβάλει στην εύκολη εφαρμογή της «στρατηγικής εξόδου» σε περίπτωση ξαφνικής ή προγραμματισμένης διακοπής μιας αθλητικής σταδιοδρομίας.

### Σκοπός της έρευνας

Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι να παρουσιάσει συνοπτικά το Ευρωπαϊκό έργο «Trainer 1.0 Beta» που ασχολείται με την διπλή σταδιοδρομία των αθλητών.

## Ανασκόπηση της βιβλιογραφίας

Σύμφωνα με τις οδηγίες της ΕΕ σχετικά με τη διπλή καριέρα των αθλητών, επικυρωμένες από την Ομάδα Εμπειρογνομώνων της ΕΕ για την «Εκπαίδευση & Κατάρτιση στον Αθλητισμό», λείπει ένα πλαίσιο πολιτικών εφαρμογής πάνω στο θέμα της επαγγελματικής κατάρτισης των αθλητών, η οποία διαφέρει σε μεγάλο βαθμό από χώρα σε χώρα. Συνεπώς, κρίνεται αναγκαία η δημιουργία προγραμμάτων που στοχεύουν στη ανταλλαγή καλών πρακτικών, με σκοπό τη δημιουργία ενός δεσμευτικού νομικού πλαισίου, βασισμένο σε εφαρμοσμένες βιωματικές μεθοδολογίες.

Από το 2009, η ΕΕ έχει παράσχει χρηματοδοτική στήριξη σε 18 διακρατικά προγράμματα για την προσέγγιση των διαφόρων πτυχών της Διπλής Σταδιοδρομίας (ΕΕ, 2009, 2013α, 2013β, 2016), οι οποίες αφορούν δικτύωση μεταξύ των ενδιαφερόμενων, δράσεις ευαισθητοποίησης, δράσεις συλλογής δεδομένων μέσω διαβουλεύσεων, έρευνες κλπ. Πιο συγκεκριμένα, σύμφωνα με το ευρωπαϊκό έργο «Gold in Education and Elite Sport (GEES)» (01.01.2015 έως 30.12.2016), μέσω του οποίου διεξήχθησαν 4 έρευνες με συμμετοχή περισσότερων από 3.000 αθλητών – μαθητών και 336 ειδικών υποστηρικτικών συμβούλων της διπλής σταδιοδρομίας του αθλητισμού (De Brandt et al., 2017), διαπιστώθηκε η ανάγκη των συμμετεχόντων για την βελτιστοποίηση των ικανοτήτων τους και την ανάπτυξη των υπηρεσιών που τους υποστηρίζουν στον τομέα της διπλής σταδιοδρομίας.

Επίσης, το ευρωπαϊκό έργο «Developing an innovative European Sport Tutorship model for the dual career of athletes - ESTPORT» (01.01.2015 έως 30.06.2017), το οποίο ανέπτυξε μία συνεργασία στον τομέα του αθλητισμού ανάμεσα σε φοιτητές και επαγγελματίες αθλητές, δημιουργώντας το μοντέλο «Αθλητικού Εκπαιδευτή», αναπτύσσοντας έτσι ένα δίκτυο μεταξύ των εμπλεκόμενων πανεπιστημίων που σχετίζονται με την αθλητική ανάπτυξη, με σκοπό οι φοιτητές - αθλητές να μπορούν να συνδυάσουν ανώτατη εκπαίδευση με επαγγελματικό αθλητισμό, διευκολύνοντας την ένταξή τους στο πανεπιστημιακό περιβάλλον ([www.sporttutorship.eu](http://www.sporttutorship.eu), 2015).

Αντίστοιχα, το ευρωπαϊκό έργο «AfterMatch – Life Beyond Sport» (2015-2017) ήταν από τα μοναδικά έργα που διερεύνησε την «μέσο-διάσταση», δηλαδή τις δεξιότητες που αποκτούν οι αθλητές κατά τη διάρκεια της αθλητικής τους ζωής, όταν τα περισσότερα προγράμματα επικεντρώνονται στη «μικρο-διάσταση», δηλαδή στους λόγους για τους οποίους οι αθλητές ασχολούνται με τον αθλητισμό, και στην «μάκρο-διάσταση», δηλαδή τις πρακτικές που είναι αποτελεσματικές για τους αθλητές τόσο στον αθλητισμό όσο και στο εκπαιδευτικό περιβάλλον (Matsankos et al., 2019).

Παρά τις διαφορές στις μεθοδολογικές προσεγγίσεις, τα προγράμματα αυτά παρείχαν χρήσιμες πληροφορίες για την κατανόηση του φαινομένου της Διπλής Σταδιοδρομίας, προσφέροντας πιθανές λύσεις για την ανάπτυξη, τη μεταφορά ή/και την εφαρμογή καινοτόμων πρακτικών για πρωτοβουλίες ευρύτερης κλίμακας σε εθνικό και ευρωπαϊκό επίπεδο. Το έργο «Trainer 1.0 Beta» έρχεται να απαντήσει σε αυτή την ανάγκη με τη δημιουργία και εφαρμογή μοντέλων σε πραγματικές καταστάσεις.

Επιπλέον, από διεθνή έρευνα των International University Sports Federation (FISU) και European Athlete Student Network (EAS), ένα από τα σημαντικότερα συμπεράσματα που προέκυψε είναι ότι «...για να ενισχυθεί το δυναμικό των μαθητών-αθλητών του μέλλοντος, θα πρέπει να καθιερωθεί ένα δίκτυο διπλής σταδιοδρομίας μεταξύ διαφόρων ενδιαφερομένων μερών, για διακρατική συνεργασία και ανταλλαγή γνώσεων και βέλτιστων πρακτικών μέσω εκτεταμένης επικοινωνίας



μεταξύ των υπευθύνων χάραξης πολιτικής, των επαγγελματιών και εκείνων που έχουν ισχυρή υποστηρικτική δομή (π.χ. γονείς, προπονητές και αθλητικό προσωπικό πανεπιστημίου)». Το έργο «Trainer 1.0 Beta», επιδοκιμάζει αυτό το συμπέρασμα και επιδιώκει να δημιουργήσει συνέργειες και συνεργασίες για αυτό το σκοπό.

## Μεθοδολογία

Η μεθοδολογία του έργου έχει σχεδιαστεί για την προώθηση καινοτόμων συνεργασιών μεταξύ αθλητικών οργανώσεων και εκπαιδευτικών φορέων, δημιουργώντας παράλληλα συνεργασίες μεταξύ δημόσιων και ιδιωτικών φορέων, καθώς και μέσων ενημέρωσης και χορηγιών, όπου όλοι συμμετέχουν στην ανάπτυξη αποτελεσματικών πρωτοβουλιών για την αντιμετώπιση των μεγάλων προκλήσεων της πορείας των αθλητών.

*Διάρκεια έργου και πιλοτικής φάσης:* Η συνολική διάρκεια του έργου είναι 24 μήνες (Ιανουάριος 2019 – Δεκέμβριος 2020). Η πιλοτική φάση του έργου με την εφαρμογή των εκπαιδευτικών μοντέλων θα ξεκινήσει τον Ιανουάριο του 2020 και θα τελειώσει τον Σεπτέμβριο του 2020.

*Κοινό – στόχος:* Το εκπαιδευτικό πρόγραμμα του έργου απευθύνεται κυρίως σε αθλητές – μαθητές/σπουδαστές ηλικίας 14 - 19 χρόνων.

*Εκπαιδευτικές συναντήσεις:* Κατά την πιλοτική φάση εφαρμογής των μοντέλων θα πραγματοποιηθούν συνολικά 20 συναντήσεις μελών από τις 9 χώρες που συμμετέχουν στο έργο.

*Δείγμα:* Ο απαιτούμενος αριθμός των συμμετεχόντων κατά την διάρκεια της πιλοτικής φάσης εφαρμογής των εκπαιδευτικών μοντέλων θα πρέπει να είναι τουλάχιστον 400 αθλητές αθλητικών ακαδημιών.

## Περιγραφή του προγράμματος

*Στόχοι:* Ο στόχος του έργου είναι να δημιουργήσει και να εφαρμόσει ένα πλέγμα εκπαιδευτικών μοντέλων, το οποίο θα δημιουργεί τις προϋποθέσεις για μεγαλύτερη ενημερότητα ως προς την αναγκαιότητα των νέων Ευρωπαίων αθλητών να εκπαιδευτούν στις αρχές της Διπλής καριέρας των αθλητών, με σκοπό να δημιουργήσουν μία «στρατηγική εξόδου».

*Εκπαιδευτικά μοντέλα:* Τα μοντέλα που δημιουργήθηκαν περιλαμβάνουν μεθόδους κατάρτισης και εκπαίδευσης των αθλητών για τη μετάβαση τους στη μετα-αθλητική τους πορεία σε παραδοσιακές διαδρομές επαγγελματικής προσέγγισης και θα απευθύνονται στις αθλητικές ομοσπονδίες στις χώρες των εταίρων του έργου (Πολωνία, Ισπανία, Ελλάδα, Ιταλία, Κύπρος, Κροατία, Αλβανία, Δανία και Βόρεια Μακεδονία). Τα εκπαιδευτικά μοντέλα στοχεύουν στην προώθηση των θετικών συμπεριφορών μεταξύ των νέων αθλητών εστιάζοντας κυρίως στην απόκτηση των πρώτων επαγγελματικών ικανοτήτων τους.

*Επιστημονικές ομάδες:* Τα εκπαιδευτικά μοντέλα δημιουργήθηκαν έπειτα από συναντήσεις των ειδικών επιστημονικών ομάδων στο χώρο του αθλητισμού και εστίασαν κυρίως στα 4 δημοφιλή ομαδικά αθλήματα (ποδόσφαιρο, καλαθοσφαίριση, πετοσφαίριση, χειροσφαίριση).

*Εφαρμογή - Πιλοτική φάση:* Τα εκπαιδευτικά μοντέλα θα εφαρμοστούν πιλοτικά στις 9 χώρες των φορέων της σύμπραξης, με σκοπό να εξαπλωθεί η εφαρμογή τους και σε χώρες που δεν έχουν αναπτύξει πλαίσια στήριξης για την επαγγελματική κατάρτιση των νέων αθλητών τους. Στην

συνέχεια, το έργο θα συνεχίσει στον τελικό ορισμό των μοντέλων, με τελικό προορισμό την υιοθέτησή τους από αθλητικά σωματεία και Ομοσπονδίες και την σύναψη συνεργασιών μαζί τους.

## Συζήτηση - Συμπεράσματα

Η προσέγγιση του έργου είναι απλή και προκύπτει από την εξής ερώτηση: «*πως μπορούν να πειστούν οι νέοι αθλητές να αποκτήσουν πρόσθετες ικανότητες και προσόντα, τα οποία θα είναι χρήσιμα και θα τους βοηθήσουν μετά το πέρας της αθλητικής τους καριέρας;*» Η απάντηση, όμως, στο ερώτημα αυτό δεν είναι εξίσου απλή, καθώς απαιτεί ένα αρθρωτό σύνολο ενεργειών. Το έργο «TrainerBeta 1.0» ξεκινά από μία ανάλυση μικρής κλίμακας, ώστε να είναι σίγουρη η εκκίνηση από τις πραγματικές καταστάσεις και ανάγκες, και εξελίσσεται σε ένα προκαταρκτικό σχέδιο υποδείγματος παρέμβασης που περιλαμβάνει 4 βασικά αθλήματα. Οι δράσεις θα ξεκινήσουν από τον πειραματισμό των εκπαιδευτικών μοντέλων σε 9 διαφορετικές χώρες της ΕΕ, με σκοπό την προσαρμογή τους στον τελικό ορισμό των ίδιων των μοντέλων, με την δημιουργία συνεργασιών και τη διάδοση των επιτευχθέντων αποτελεσμάτων στο ευρύ κοινό.

## Βιβλιογραφία

- Brandt, K., Wylleman, P., Torregrossa, M., & Defruyt, S. (2017). Gold in education and elite sport: Which competences do athletes require for a successful dual career? Ανακτήθηκε στις 05.01.2020, από: <http://www.sporttutorship.eu/UK/?3>
- Condello, G., Capranica, L., Doupona, M., Varga, K., & Burk, V. (2019). *Dual-career through the elite university student-athletes' lenses: The international FISU-EAS survey*. Ανακτήθηκε στις 18.12.2019, από: <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371%2Fjournal.pone.0223278&>
- European Commission (2009). Calls for proposals/tenders - EAC/21/2009 - Results of the selection process. Ανακτήθηκε στις 05.01.2020, από: [http://ec.europa.eu/sport/calls/2009/eac-21-2009-results\\_en.htm](http://ec.europa.eu/sport/calls/2009/eac-21-2009-results_en.htm)
- European Commission (2012). Guidelines on Dual Careers of Athletes – Recommended Policy Actions in Support of Dual Careers in High-Performance Sport. Brussels. Ανακτήθηκε στις 28.11.2019, από: [https://ec.europa.eu/assets/eac/sport/library/documents/dual-career-guidelines-final\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/assets/eac/sport/library/documents/dual-career-guidelines-final_en.pdf)
- European Commission (2013a) Erasmus Higher Education - Compendium 2013. Ανακτήθηκε στις 05.01.2020, από: [https://eu.daad.de/medien/eu/KA2/erasmus\\_compendium\\_2013\\_en.pdf](https://eu.daad.de/medien/eu/KA2/erasmus_compendium_2013_en.pdf)
- European Commission (2013b) European Partnership on Sports - EAC/S03/2013 - Results of the selection process. Ανακτήθηκε στις 06.01.2020, από: [http://ec.europa.eu/sport/policy/preparatory-actions/preparatory-actions-2013\\_en.htm](http://ec.europa.eu/sport/policy/preparatory-actions/preparatory-actions-2013_en.htm)
- Matsankos, N., Gargalianos, D., Coppola, S., Vastola, R., & Petromilli, A. (2019). Investigation of skills acquired by athletes during their sporting career. *Journal of Human Sport & Exercise*. In press.
- SEKTOROWA RAMA KWALIFIKACJI WSPORCIE (2015). Kwalifikacje przejryste dla trenerów, instruktorów i ich pracodawców. Ανακτήθηκε στις 28.11.2019, από: [http://akademiatrenerska.pl/uploaded\\_files/15081519971000\\_wydawnictwo-ibe-ok9-wersja-zaakceptowana-przez-ibe.pdf](http://akademiatrenerska.pl/uploaded_files/15081519971000_wydawnictwo-ibe-ok9-wersja-zaakceptowana-przez-ibe.pdf)
- Trainer 1.0 Beta, Authorship: Towarzystwo Sportowe Iron Man, Poland (2018). *Trainer 1.0 Beta – Project application form*.

## **E-SPORTS: ΠΙΘΑΝΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΕΥΚΑΙΡΙΑ; ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ ΤΗΣ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑΣ**

**Βασιλειάδης, Ι., Γαργαλιάνος, Δ., Αμούτζας, Κ., Ρηγάλος, Δ., Υφαντίδου, Γ., & Φιλίππου, Φ.**

**ΤΕΦΑΑ, ΔΠΘ**

### **Περίληψη**

Τα τελευταία χρόνια, αυξάνεται ο αριθμός των ατόμων που συμμετέχουν σε μία καινούργια κατηγορία αθλημάτων που εντάσσονται στο πλαίσιο του «ηλεκτρονικού αθλητισμού» (e-sports), τα οποία υλοποιούνται μέσω του διαδικτύου. Σκοπός αυτής της έρευνας ήταν ο εντοπισμός, η συλλογή και η συστηματική ανασκόπηση πρόσφατων (2010 – 2018) επιστημονικών άρθρων και άλλων έγκυρων πηγών που αναφέρονται στο θέμα των e-sports. Χρησιμοποιήθηκαν η μέθοδος της ανασκόπησης της βιβλιογραφίας, η οποία πραγματοποιήθηκε μέσω των μηχανών αναζήτησης Google Scholar και Scopus. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι η βιομηχανία των e-sports είναι μία από τις πλέον αναπτυσσόμενες και δίκαια προσελκύει την προσοχή των ερευνητών. Προβλέφθηκε ότι το 2018 στην Ελλάδα η ανάπτυξή τους θα φτάσει περίπου το 17-18%, ενώ ταυτόχρονα τονίζεται το γεγονός ότι οι έφηβοι 13-17 χρονών απαρτίζουν το 19% του συνόλου αυτών που ασχολούνται με τα e-sports. Το γενικό συμπέρασμα που προκύπτει είναι ότι τα e-sports δημιουργούν καινούργιες επιχειρηματικές ιδέες που σχεδιάζονται ειδικά για την «γενιά Z».

**Λέξεις - κλειδιά:** Επιχειρηματική ευκαιρία, e-sports, virtual-athletes.

### **Εισαγωγή**

Στη σημερινή εποχή, γίνεται εύκολα αντιληπτό πως η τεχνογνωσία και η ανάπτυξη της τεχνολογίας βρίσκονται σε υψηλά επίπεδα. Στο ευρύ φάσμα αυτής της ανάπτυξης, βρίσκεται και η βιομηχανία των video-games (v-g). Τα τελευταία χρόνια άρχισε να εμφανίζεται το φαινόμενο του «ηλεκτρονικού αθλητισμού» (e-sports). Σύμφωνα με τους Hamari και Sjöblom (2017), τα e-sports είναι μία μορφή αθλητισμού, που οι πρωταρχικές πτυχές του καλύπτονται από ηλεκτρονικά συστήματα. Ο τομέας αυτός έχει καταστεί ένας από τους πιο ραγδαία αναπτυσσόμενους, σαν μία μορφή ενός νέου μέσου, που καθοδηγείται από τη αυξανόμενη, συνεχώς εμφάνιση διαδικτυακών v-g και διαδικτυακών πλατφορμών τηλεοπτικής προβολής (live-streaming platforms). Ο Warr (2014), αναφέρει πως κατά την διάρκεια του 2013 e-sports παρακολούθησαν περισσότεροι από 70 εκ. άνθρωποι.

Μπορούν, όμως, τα e-sports να συμπεριληφθούν στο μεγάλο φάσμα του αθλητικού μάνατζμεντ; Για να απαντηθεί το ερώτημα αυτό, πρέπει να υπάρχει ένας λειτουργικός ορισμός της λέξης «άθλημα» και να διερευνηθεί, εάν τα e-sports πληρούν τις προδιαγραφές. Παρόλα αυτά, η δυσκολία στο να οριστεί η λέξη αυτή, γίνεται προφανής από την δήλωση του παλαιότερου διεθνούς σωματείου στη διαχείριση του αθλητισμού, North American Society for Sport Management (NASSM), όπου αναφέρεται: «...τα μέλη του σωματείου ασχολούνται με τις θεωρητικές και πρακτικές πτυχές της θεωρίας της υλοποίησης του μάνατζμεντ, που στοχεύει στον αθλητισμό, την άσκηση, το χορό και το παιχνίδι, καθώς αυτά είναι που επιδιώκονται από όλους τους τομείς του πληθυσμού» (<http://www.nassm.org/nassm/purpose>). Σε αυτήν την δήλωση, οι ιδρυτές της οργάνωσης δεσμεύονται στη διαχείριση του αθλητισμού ως ένα ευρύ πεδίο που αγκαλιάζει το θέμα του αθλητισμού, της άσκησης, του χορού και του παιχνιδιού. Ωστόσο, ταυτόχρονα, ορίζουν τον

αθλητισμό ως όρο που αποκλείει την άσκηση, το χορό και το παιχνίδι, καταγράφοντας τα ξεχωριστά. Αυτή η διχοτόμηση βρίσκεται στο επίκεντρο μίας διαρκούς συζήτησης σχετικά με το τι είναι ή δεν είναι η διαχείριση του αθλητισμού (με αποτέλεσμα τη συμβολή της σύγχυσης, σχετικά με το αν τα e-sports χαρακτηρίζονται ως άθλημα) (Heere, 2017). Ωστόσο, οργανωμένοι διαγωνισμοί v-g αναγνωρίζονται όλο και περισσότερο ως μέρος της βιομηχανίας αθλητικής ψυχαγωγίας. Τα e-sports έχουν ήδη θεσμοθετηθεί με την ίδρυση εθνικών και διεθνών οργανισμών (Seo, 2013).

### Σκοπός της μελέτης

Σκοπός της παρούσας μελέτης ήταν ο εντοπισμός, η συλλογή και η συστηματική ανασκόπηση πρόσφατων επιστημονικών άρθρων και πληροφοριών μέσω διαδικτύου, που να αναφέρονται άμεσα στο θέμα των e-sports, προκειμένου να εξαχθούν συμπεράσματα και ιδέες για την πιθανή επιχειρηματική αξιοποίησή τους.

### Μεθοδολογία

Η αναζήτηση έγινε μέσω του εικονικού ιδιωτικού δικτύου (VPN) του Δημοκρίτειου Πανεπιστημίου Θράκης, το οποίο επιτρέπει την πρόσβαση στην διαδικτυακή πύλη HEAL-LINK. Οι μηχανές αναζήτησης που χρησιμοποιήθηκαν ήταν το Google για την εύρεση πληροφοριών από ιστοσελίδες, το Google Scholar και το Scopus, το οποίο προσφέρει πρόσβαση στα επιστημονικά περιοδικά του εκδοτικού οίκου Elsevier. Οι λέξεις - κλειδιά που χρησιμοποιήθηκαν για την εύρεση των άρθρων ήταν «esports», «e-sports market», «competitive video gaming», «e-sports revenues» και «e-sports future». Κριτήρια για την ένταξη ενός άρθρου στο ενδιαφέρον της εργασίας ήταν: α) η άμεση αναφορά στον τίτλο του πάνω στο θέμα των esports και β) να είναι μεταγενέστερο του 2000. Τελικά συγκεντρώθηκαν 18 άρθρα.

### Ανασκόπηση βιβλιογραφίας

Σύμφωνα με τους Jenny, Manning, Keiper, και Olrich (2017) και Segal (2014) τα e-sports διαθέτουν πολλά στοιχεία παρόμοια με τα παραδοσιακά αθλήματα. Επαγγελματίες παίκτες, ομάδες, στολές, προπονητές, διαχειριστές, πράκτορες, πρωταθλήματα, διαγωνισμοί, εκδηλώσεις μάρκετινγκ, συμφωνίες εγκρίσεων, αμοιβές μεταγραφών παικτών, υποτροφίες κολλεγίων, ακόμα και στήσιμο αγώνων, ντόπινγκ, και διακρίσεις λόγω φύλλου. Η αυξανόμενη αγορά συμμετεχόντων και θεατών, οδήγησε σε μεγάλους εταιρικούς χορηγούς, όπως η Microsoft, η Samsung και η RedBull, να συμβάλουν στην υποστήριξη της βιομηχανίας e-sport με \$350 εκ. το 2016, με προβλεπόμενα έσοδα ύψους \$696 εκ. το 2017 (Newzoo, 2017). Συμπληρώνοντας τα παραπάνω, ο Casselman (2015), αναφέρει πως τα e-sports προσελκύουν χορηγίες ύψους \$500 εκ., τον χρόνο από επιχειρήσεις «κολοσσούς», όπως είναι η Coca-Cola, η Red Bull, η Logitech και η Nissan. Σύμφωνα με τον Grubb (2015), η θεαματικότητα των e-sports μπορεί να συγκριθεί με αυτή των παραδοσιακών αθλημάτων, λόγω της προβολής τους μέσω τηλεοπτικών καναλιών όπως είναι το ESPN και οι πλατφόρμες live-streaming στο διαδίκτυο.

Γιατί, όμως, να θέλει κάποιος να παρακολουθήσει e-sports; Ο Jenny et al., (2018) αναφέρει πως στις αρχές της δεκαετίας του 2000, οι ταχύτητες του διαδικτύου έγιναν γρηγορότερες και τα v-g έγιναν πιο ρεαλιστικά, πολύπλοκα και με μεγαλύτερη εμφάνιση στρατηγικών χαρακτηριστικών. Αυτές οι εξελίξεις επέκτειναν το χάσμα ανάμεσα στον έμπειρο και εξειδικευμένο «αθλητή» ενός e-sport, με έναν απλό παίκτη που ασχολείται απλά για λόγους ψυχαγωγίας, ενώ ταυτόχρονα η επιθυμία των δεύτερων να παρακολουθούν τους έμπειρους επαγγελματίες παίκτες αυξήθηκε. Σήμερα, η παγκόσμια σκηνή των e-sports αποτελείται από 1.3 δις ανθρώπους (15% αύξηση από το 2016)



(Newzoo, 2017). Το 2016 πραγματοποιήθηκαν 424 εκδηλώσεις e-sports παγκοσμίως, με χρηματικά έπαθλα πάνω από \$5.000, ενώ συνολικά, όλες οι εκδηλώσεις μαζί ξεπερνούν τα \$93,3 εκ., (50% αύξηση από το 2015). Σύμφωνα με την ανάλυση των Newzoo (2018), η παγκόσμια θεαματικότητα των e-sports το 2018 έφτασε τα 380,2 εκ., άτομα και εκτιμάται πως το 2021 θα φτάσει μέχρι και τα 557 εκ., άτομα. Ταυτόχρονα, τα συνολικά έσοδα του 2018 είναι περίπου \$906 εκ., και εκτιμάται πως το 2021, τα φτάσουν τα \$ 1,5 δις.

Το 2013 ο τελικός ενός αγώνα e-sport (league of legends world championship final), ο οποίος φιλοξενήθηκε στο Staples Center στο Los Angeles, είχε συμμετοχή 11.000 θεατών, αλλά στον κόσμο του αθλητισμού ο αριθμός αυτός, δεν θεωρείται μεγάλος (Keiper, Manning, Jenny, Olich, & Croft, 2017). Όμως, είναι εντυπωσιακό το γεγονός ότι τα 11.000 συνολικά εισιτήρια που εκδόθηκαν για τον τελικό αυτόν, αγοράστηκαν σε περίπου μία ώρα (Tassi, 2013). Ακόμα πιο αξιοσημείωτο είναι το γεγονός της αλλαγής τοποθεσίας του τελικού για το 2014 και τον τελικό αριθμό των θεατών. Η εκδήλωση μεταφέρθηκε στο World Cup Stadium της Seoul, όπου 40.000 θεατές εξάντλησαν όλα τα εισιτήρια (Evans, 2014). Κατά την διάρκεια των τελικών του 2013 η συνολική θεαματικότητα της εκδήλωσης άγγιξε τα 32 εκ. άτομα μέσω live-streaming (McCormick, 2013). Για τις ανάγκες σύγκρισης, ο Tannenwald (2014) αναφέρει πως το άθροισμα των θεατών του παγκοσμίου πρωταθλήματος της FIFA ήταν περίπου 27.3 εκατομμύρια και ο κρίσιμος αγώνας για το εθνικό κολεγιακό πρωτάθλημα ποδοσφαίρου μεταξύ του Oregon και του Ohio προσέλκυσαν συνολικά 33.4 εκατομμύρια θεατές (Adgate, 2015).

Παρατηρώντας τα παγκόσμια δεδομένα του «ηλεκτρονικού αθλητισμού», θα μπορούσε κάποιος να αναρωτηθεί: πόσο δυνατή είναι η παρουσία των e-sports στην Ελλάδα και αξίζει να ασχοληθεί κάποιος σε επιχειρηματικό επίπεδο; Σύμφωνα με έρευνα που πραγματοποίησε η εταιρία PayPal σε συνεργασία με τη Super Data, το 2017 (Μάλλας, 2018,) η Ελλάδα άγγιξε έσοδα \$850.000, τα οποία την κατατάσσουν στην 2<sup>η</sup> χαμηλότερη θέση στην Ευρώπη, η οποία είχε συνολικά κέρδη \$253 εκ. Ταυτόχρονα, όμως, προβλέπεται ότι το 2018 η ανάπτυξη των e-sports στην Ελλάδα θα φτάσει περίπου το 17-18%. Αυτό που προκαλεί ιδιαίτερο ενδιαφέρον από αυτή την έρευνα είναι ότι το 71% του ελληνικού κοινού των esports είναι 13-34 χρονών, ενώ πιο συγκεκριμένα η ηλικιακή κατηγορία 13-17 απαρτίζει το 19%, καταδεικνύοντας πόσο δημοφιλή είναι τα e-sports στους έφηβους. Πρόκειται μάλιστα για το υψηλότερο ποσοστό στην Ευρώπη μαζί με τη Γαλλία. Το γεγονός αυτό, ίσως να βγάζει στην επιφάνεια νέες επιχειρηματικές ιδέες, σχεδιασμένες ειδικά για την λεγόμενη «γενιά Z».

## Συμπεράσματα

Από τα παραπάνω γίνεται φανερό πως η βιομηχανία των e-sports είναι μία από τις πλέον αναπτυσσόμενες και δεν θα πρέπει να αμεληθεί. Η εκθετική αύξηση όλων των δεικτών που την αφορούν (παγκόσμια αγορά, αριθμός θεατών, ετήσια έσοδα, κλπ.) δείχνει ότι πρέπει να αξιοποιηθεί.

## Βιβλιογραφία

- Adgate, B. (2015). College Football Championship On ESPN Sets Cable TV Viewership Record With First 30+ Million Audience. Ανακτήθηκε στις 17.11.2018, από:  
<https://www.forbes.com/sites/bradadgate/2015/01/14/cables-biggest-night/#750f36ae3e21>
- Casselman, B. (2015). eSports is a massive industry - and it's growing. Ανακτήθηκε στις 17  
Νεμβρίου 2018, από: [http://www.espn.com/espn/story/\\_/id/13059210/esports-massive-industry-growing](http://www.espn.com/espn/story/_/id/13059210/esports-massive-industry-growing)
- Evans, S. (2014). League of Legends gaming final fills Seoul stadium - BBC News. Ανακτήθηκε



- στις 17 Νοεμβρίου 2018, από: <https://www.bbc.com/news/business-29684635>
- Grubb, J. (2015). Esports is already worth \$748M, but it'll reach \$1.9B by 2018 | VentureBeat. Ανακτήθηκε στις 17 Νοεμβρίου 2018, από: <https://venturebeat.com/2015/10/28/analyst-esports-is-already-worth-748m-but-itll-reach-1-9b-by-2018/>
- Hamari, J., & Sjöblom, M. (2017). What is eSports and why do people watch it? *Internet Research*, 27(2), 211-232.
- Heere, B. (2017). Embracing the sportification of society: Defining e-sports through a polymorphic view on sport. *Sport Management Review*, 21, 21-24.
- Jenny, S. E., Keiper, M. C., Taylor, B. J., Williams, D. P., Gawrysiak, J., Manning, R. D., & Tutka, P. M. (2018). eSports Venues: A new sport business opportunity. *Journal of Applied Sport Management*, 10(1), 34-49.
- Jenny, S. E., Manning, R. D., Keiper, M. C., & Olrich, T. W. (2017). Virtual(ly) athletes: Where esports fit within the definition of "Sport." *Quest*, 69(1), 1-18.
- Keiper, M. C., Manning, R. D., Jenny, S., Olrich, T., & Croft, C. (2017). No reason to LoL at LoL: The addition of esports to intercollegiate athletic departments. *Journal for the Study of Sports & Athletes in Education*, 11(2), 143-160.
- McCormick, R. (2013). "League of Legends" esports finals watched by 32 million people - The Verge. Ανακτήθηκε στις 17 Νοεμβρίου 2018, από: <https://www.theverge.com/2013/11/19/5123724/league-of-legends-world-championship-32-million-viewers>
- Newzoo (2017). 2017 Global Esports Market Report, Free Version. Ανακτήθηκε στις 17 Νοεμβρίου 2018, από: <https://newzoo.com/insights/trend-reports/global-esports-market-report-2017-light/>
- Newzoo (2018). 2018 Global Esports Market Report, Free Version. Ανακτήθηκε στις 17 Νοεμβρίου 2018, από: <https://newzoo.com/insights/trend-reports/global-esports-market-report-2018-light/>
- Segal, D. (2014). Behind League of Legends, E-Sports's Main Attraction - The New York Times. Ανακτήθηκε στις 17 Νοεμβρίου 2018, από: <https://www.nytimes.com/2014/10/12/technology/riot-games-league-of-legends-main-attraction-esports.html>
- Seo, Y. (2013). Electronic sports: A new marketing landscape of the experience economy. *Journal of Marketing Management*, 29(13-14), 1542-1560.
- Tannenwald, J. (2014). 2014 World Cup final sets some U.S. TV records, but not all - Philly. Ανακτήθηκε στις 17 Νοεμβρίου 2018, από: <http://www.philly.com/philly/blogs/sports/union/2014-World-Cup-final-sets-some-US-TV-records-but-not-all.html?arc404=true>
- Tassi, P. (2013). League of Legends Finals Sells Out LA's Staples Center In An Hour. Ανακτήθηκε στις 17 Νοεμβρίου 2018, από: <https://www.forbes.com/sites/insertcoin/2013/08/24/league-of-legends-finals-sells-out-las-staples-center-in-an-hour/#6a185832b803>
- Warr, P. (2014). eSports in numbers: Five mind-blowing stats. Ανακτήθηκε στις 17 Νοεμβρίου 2018, από: <https://www.redbull.com/int-en/esports-in-numbers-five-mind-blowing-stats>
- Μάλλας, Δ. (2018). 437 χιλιάδες Έλληνες ασχολούνται με τα eSports - CNN.gr. Ανακτήθηκε στις 15 Μαρτίου 2018, από: <https://www.cnn.gr/tech/story/121631/437-xiliades-ellines-asxoloyntai-me-ta-esports>

## ΟΡΓΑΝΩΣΗ E-SPORTS ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ ΓΙΑ ΑΤΟΜΑ ΜΕ ΑΝΑΠΗΡΙΕΣ: ΑΝΑΓΚΑΙΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ

Γδοντέλη, Κ.,<sup>1</sup> Γαβριηλίδου, Ε.,<sup>2</sup> Στέλλα, Α.,<sup>3</sup> & Κυπραίος, Γ.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Τμήμα Οργάνωσης & Διαχείρισης Αθλητισμού, Πανεπιστήμιο Πελοποννήσου

<sup>2</sup> ΤΕΦΑΑ, ΑΠΘ, Σέρρες

<sup>3</sup> Δήμος Κερατσινίου - Δραπετσώνας

### Περίληψη

Τα e-Sports έχουν αναγνωριστεί από την έρευνα ως ένα πολύ δημοφιλές μέσο διασκέδασης και μπορεί να αποδειχθεί εξαιρετικά ωφέλιμο για την ευημερία των ανθρώπων (Jones et al., 2014). Επιπλέον, έχουν αναγνωριστεί οι θεραπευτικές εφαρμογές πολλών ηλεκτρονικών παιχνιδιών για Άτομα με Αναπηρία (ΑμεΑ), καθώς συμβάλλουν στη διασκέδαση, στη χαλάρωση, στην κοινωνικοποίηση, στην αναγνωρισιμότητα και στην αποδοχή τους. Συνεπώς, η συμμετοχή σε e-Sports δεν πρέπει να αποκλείει τα άτομα αυτά. Η έρευνα στον τομέα του αθλητισμού για ΑμεΑ δείχνει ότι δεν έχουν γίνει ακόμη αξιόλογες ενέργειες για την ενσωμάτωσή τους. Η τεχνολογία έχει τη δυνατότητα να δώσει λύσεις, καθώς μπορεί να τροποποιήσει τα υπάρχοντα παιχνίδια ή ακόμα και να δημιουργήσει νέα παιχνίδια μόνο για τα άτομα αυτά (Power, Barlet, & Haynes, 2019). Ωστόσο, τα ηλεκτρονικά παιχνίδια έχουν σχεδιαστεί κατά κύριο λόγο για υγιείς ανθρώπους.

Η οργάνωση αθλητικών εκδηλώσεων e-Sports για ΑμεΑ βρίσκεται σε πολύ αρχικό στάδιο. Μόλις το 2019 πραγματοποιήθηκε, στην Gunma της Ιαπωνίας, η πρώτη e-Sports διοργάνωση, το 1<sup>ο</sup> e-Sports Event for Disabled, από την Ομοσπονδία e-Sports της χώρας, όπου συμμετείχαν μόνο άτομα με πιστοποιητικό αναπηρίας. Η διοργάνωση αυτή είχε ως πρωταρχικό σκοπό να υπογραμμίσει τις θετικές και σημαντικές αλλαγές στις στάσεις απέναντι στα ΑμεΑ στην Ιαπωνία, οι οποίες ανοίγουν το δρόμο προς τους Ολυμπιακούς και Παραολυμπιακούς Αγώνες του Τόκιο του 2020. Στην Ελλάδα πραγματοποιούνται 2 μεγάλες διοργανώσεις e-Sports, το Digital Expo, που γίνεται μία φορά το χρόνο και το Gameathlon που πραγματοποιείται 2 φορές το χρόνο. Αν και δεν αποτελούν αθλητικά γεγονότα για ΑμεΑ, υπάρχουν στοιχειώδεις διευκολύνσεις (π.χ. ράμπες), που ενθαρρύνουν τη συμμετοχή τους τόσο στο αγωνιστικό μέρος, όσο και στις παράπλευρες δραστηριότητες (ομιλίες, εκθέσεις, καλλιτεχνικά δρώμενα, κλπ.) (<https://dexpro.gr/>; <https://gameathlon.eu/schedule/>).

Τα τελευταία χρόνια, εταιρείες όπως οι Able Gamers Foundation & Charity και η OneLife Inc. έχουν δημιουργήσει προσβάσιμους χώρους και εξειδικευμένα κέντρα εκπαίδευσης για ΑμεΑ και παράγουν εξοπλισμό (π.χ., χειριστήρια στόματος, ειδικά χειριστήρια κλπ.) προκειμένου να διευκολυνθούν οι αθλητές των e-Sports με διαφορετικά επίπεδα ικανοτήτων (<https://ablegamers.org>). Επιπλέον, παρέχουν πληροφορίες στις εταιρείες που κατασκευάζουν ηλεκτρονικά παιχνίδια προκειμένου να κάνουν βελτιώσεις και προσαρμογές (Beeston, Power, Cairns, & Barlet, 2018). Προκειμένου η Ελλάδα να ακολουθήσει την παγκόσμια τάση και να αναδείξει τον κοινωνικό ρόλο της, την παροχή ευκαιριών σε ΑμεΑ και την αποδοχή της διαφορετικότητας, όπως αρμόζει σε ένα σύγχρονο κράτος, θα πρέπει σε αυτές και σε άλλες διοργανώσεις e-Sports, αλλά και σε ιδρύματα για ΑμεΑ, να παρέχονται διευκολύνσεις και τεχνογνωσία για τη συμμετοχή όχι μόνο σε άτομα με κινητικές αναπηρίες, αλλά και σε άτομα με αισθητηριακές αναπηρίες (κώφωση, τύφλωση), νοητικές αναπηρίες, πολλαπλές αναπηρίες κλπ.

**Λέξεις - κλειδιά:** e-Sports, αθλητικές διοργανώσεις, άτομα με αναπηρία.

## ΠΑΡΑΚΙΝΗΣΗ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΩΝ ΣΕ ΣΧΟΛΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ ΠΡΩΤΟΒΑΘΜΙΑΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ

Παπαγιαννόπουλος, Χ.,<sup>1</sup> Νικολάου, Γ.,<sup>1</sup> & Γαργαλιάνος, Δ.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Τ.Ε.Π.Ε.ΚΕ, ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΑΤΡΩΝ

<sup>2</sup> ΤΕΦΑΑ, ΔΠΘ

### Περίληψη

Μία σημαντική δραστηριότητα της διοίκησης είναι η παρακίνηση (motivation) του προσωπικού. Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν η διερεύνηση των απόψεων εκπαιδευτικών που εργάζονται σε δημοτικά σχολεία του Δήμου Πατρέων σχετικά με την επίδραση των παραγόντων παρακίνησης και υγιεινής της θεωρίας του Herzberg στο χώρο εργασίας τους. Χρησιμοποιήθηκε η μεθοδολογία της εμπειρικής έρευνας ποσοτικής μεθόδου. Το δείγμα αποτέλεσαν 167 εκπαιδευτικοί. Τα αποτελέσματα έδειξαν πως οι εκπαιδευτικοί είναι ικανοποιημένοι από την εργασία τους και δίνουν ιδιαίτερη σημασία στην υποκίνηση και τους παράγοντες που την επηρεάζουν. Το βασικό συμπέρασμα ήταν ότι οι παράγοντες υποκίνησης (στόχοι, υπευθυνότητα, αναγνώριση, αντικείμενο εργασίας και προσωπική ανάπτυξη) βρίσκουν μεγαλύτερη ανταπόκριση και εφαρμόζονται σε μεγαλύτερο βαθμό στις σχολικές μονάδες από ότι οι παράγοντες υγιεινής (διαπροσωπικές σχέσεις, κύρος-πολιτική, επίβλεψη, συνθήκες εργασίας και μισθός).

**Λέξεις - κλειδιά:** Παρακίνηση, κίνητρα, ενίσχυση, εκπαιδευτικοί, θεωρίες παρακίνησης.

### Εισαγωγή

Ο όρος «παρακίνηση» θεωρείται ταυτόσημος των λέξεων θέληση, επιθυμία, κίνητρο, στόχος και αποτελεί μία βασική ψυχολογική διαδικασία που έχει ως αποτέλεσμα τον επηρεασμό της συμπεριφοράς του ατόμου (Μπουραντάς, 2002). Η διερεύνηση διάφορων τεχνικών παρακίνησης που μπορούν να επιφέρουν συγκεκριμένες αλλαγές στην νοοτροπία και την συμπεριφορά των εργαζομένων στην εκπαίδευση μπορεί να συμβάλλει ουσιαστικά στην βελτίωση της απόδοσής τους (Σαΐτης, 1995).

### Σκοπός της έρευνας

Ο σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν η διερεύνηση των απόψεων εκπαιδευτικών που εργάζονται σε δημοτικά σχολεία του Δήμου Πατρέων, σχετικά με την επίδραση των παραγόντων παρακίνησης και υγιεινής της θεωρίας του Herzberg στο χώρο εργασίας τους.

### Σύντομη βιβλιογραφική ανασκόπηση

*Κίνητρα:* Η απόδοση του ατόμου στις δραστηριότητες της καθημερινής ζωής εξαρτάται από τις φυσικές και τις ψυχικές / πνευματικές του ικανότητες, τις γνώσεις του, αλλά και από άλλους παράγοντες που το κάνουν να επιλέγει τις δραστηριότητες με τις οποίες θα ασχοληθεί, να προσπαθεί, να βάζει στόχους και να επιμένει στην επίτευξή τους. Οι παράγοντες αυτοί ονομάζονται κίνητρα (Ζέρβας, 1993). Ο Σαΐτης (1995), υποστηρίζει ότι τα κίνητρα είναι μία εσωτερική κατάσταση που ενεργοποιεί και καθοδηγεί την συμπεριφορά προς την κατεύθυνση της επίτευξης στόχων.

*Παρακίνηση:* Ο Herzberg (1987), τονίζει ότι η παρακίνηση βασίζεται στις ανάγκες ανάπτυξης και είναι μία εσωτερική μηχανή, μία λειτουργία ανάπτυξης μέσα από την παροχή εσωτερικών κινήτρων που πηγάζουν από την ενδιαφέρουσα και προκλητική εργασία και τα αποτελέσματά της φαίνονται μετά από μία μακροχρόνια εφαρμογή κατάλληλων τεχνικών. Ο Wann (1992), υποστηρίζει ότι η παρακίνηση είναι μία διαδικασία διέγερσης μέσα σε ένα οργανισμό που μπορεί να οδηγήσει σε μία άμεση, ειλικρινή και δυναμική συμπεριφορά.

*Θεωρία του Herzberg:* Ο Herzberg βάσισε την θεωρία του σε αποτελέσματα έρευνας που διεξήγαγε σε χώρους εργασίας για τον εντοπισμό των παραγόντων που υποκινούν τους εργαζόμενους (Κουτούζης, 1999). Η θεωρία αυτή υποστηρίζει ότι μία ομάδα παραγόντων (παρακίνησης) προκαλεί ικανοποίηση και μία άλλη ομάδα παραγόντων (υγιεινής) προκαλεί δυσαρέσκεια (Μιχόπουλος, 1996)..

*Παράγοντες της θεωρίας του Herzberg:* Οι Everard και Morris (1999), σημειώνουν ότι ο Herzberg περιλαμβάνει στους παράγοντες παρακίνησης την επίτευξη, την ευθύνη, την αναγνώριση / ανέλιξη την φύση της εργασίας και την προσωπική ανάπτυξη, ενώ στους παράγοντες υγιεινής την πολιτική και την διοίκηση του οργανισμού, την διαχείριση, τις εργασιακές συνθήκες, τις διαπροσωπικές σχέσεις, τα χρήματα, την θέση / κύρος και την ασφάλεια.

## **Μεθοδολογία**

*Δείγμα:* Η παρούσα έρευνα ήταν μία μελέτη αντιπροσωπευτικού δείγματος και πιο συγκεκριμένα συστηματικής δειγματοληψίας χωρίς πιθανότητα, στην οποία επιλέχθηκαν άτομα διαθέσιμα (βολικό δείγμα) που αντιπροσωπεύουν κάποιο ιδιαίτερο χαρακτηριστικό (Howard & Sharp, 1998), δηλαδή ήταν εκπαιδευτικοί όλων των ειδικοτήτων της Α΄ βάρθμιας εκπαίδευσης του Δήμου Πατρέων, ο συνολικός αριθμός των οποίων ανέρχεται περίπου στους 1.500. Συλλέχτηκαν 167 ερωτηματολόγια, δηλαδή περισσότερα από 10% του συνολικού ειδικού πληθυσμού. Ο Robson (2010), αναφέρει πως στην δειγματοληπτική έρευνα είναι σημαντικό να επιλέγεται ένα δείγμα όσο το δυνατόν μεγαλύτερο έτσι ώστε να παρουσιάζει παρόμοια χαρακτηριστικά με τον πληθυσμό - στόχο.

*Εργαλείο μέτρησης:* Το εργαλείο που χρησιμοποιήθηκε ήταν το ερωτηματολόγιο για την διερεύνηση των παραγόντων υποκίνησης του Herzberg (Everard & Morris, 1999), οι ερωτήσεις του οποίου τροποποιήθηκαν για να χρησιμοποιηθούν σε ομάδα εκπαιδευτικών. Για τις κλίμακες μέτρησης επιλέχτηκε η δημοφιλής και δοκιμασμένη 5βάθμια κλίμακα Likert (συμφωνώ πολύ – διαφωνώ πολύ), η οποία ονομάζεται και κλίμακα διαστημάτων/αναλογιών (Creswell, 2011).

*Στατιστική ανάλυση:* Πραγματοποιήθηκε περιγραφική και επαγωγική ανάλυση με την χρήση του προγράμματος SPSS 22.

## **Αποτελέσματα**

Τα αποτελέσματα έδειξαν πως κατά την άποψη των εκπαιδευτικών στα σχολεία της Α΄ βάρθμιας, εκπαίδευσης οι παράγοντες παρακίνησης παρουσιάζονται σε μεγαλύτερο βαθμό (συνολικός μέσος όρος 2,152) από τους παράγοντες υγιεινής (συνολικός μέσος όρος 2,448) (Πίνακας 1).

<i>Παράγοντες Υγιεινής</i>	Mean	SD		<i>Παράγοντες Παρακίνησης</i>	Mean	SD
Κύρος – Πολιτική	1,93	0,67		Επίτευξη στόχων	2,15	0,64
Επίβλεψη	2,20	0,78		Αναγνώριση προσπάθειας	1,94	0,61
Συνθήκες εργασίας	2,90	0,74		Προσωπική ανάπτυξη	2,66	0,83
Διαπροσωπικές σχέσεις	1,86	0,71		Φύση εργασίας	1,93	0,64
Μισθός	3,35	1,23		Υπευθυνότητα	2,08	0,79
Μέσος όρος	2,448			Μέσος όρος	2,152	

**Πίνακας 1:** Μέσος όρος και τυπική απόκλιση ανά παράγοντα υγιεινής και υποκίνησης.

*Διαφορά της παρουσίας των παραγόντων παρακίνησης και υγιεινής των εκπαιδευτικών σε σχέση με τα χρόνια υπηρεσίας τους*

Για την απάντηση του ερωτήματος έγινε επαγωγική στατιστική ανάλυση και χρησιμοποιήθηκαν οι τεχνικές «One way – Anova» και «Tukey». Ο βαθμός Sig «Anova» ήταν στατιστικά σημαντικός για τις μεταβλητές κύρος, συνθήκες, στόχοι, προσωπική ανάπτυξη και εργασία. Η ανάλυση «Tukey» έδειξε ότι νεότεροι εκπαιδευτικοί, με 0 – 11 χρόνια υπηρεσίας, πιστεύουν λιγότερο στην παρουσία των παραπάνω παραγόντων από ότι οι παλαιότεροι συνάδελφοί τους (Πίνακας 2).

	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig</i>
Κύρος	1,380	3,150	,045
	,438		
Συνθήκες	4,177	8,289	,000
	,504		
Στόχοι	2,326	5,963	,003
	,390		
Προσωπική Ανάπτυξη	2,651	3,955	,021
	,670		
Εργασία	1,921	4,754	,010
	,404		

**Πίνακας 2:** Παράγοντες υγιεινής και παρακίνησης που είναι στατιστικά σημαντικοί με τα χρόνια υπηρεσίας.

*Διαφορά της παρουσίας των παραγόντων παρακίνησης και υγιεινής των εκπαιδευτικών σε σχέση με την ειδικότητά τους*

Για την διερεύνηση της σχέσης των παραγόντων υγιεινής και παρακίνησης του Herzberg με το δημογραφικό στοιχείο «ειδικότητα» διενεργήθηκε έλεγχος «t-test» και «Levene», δηλαδή σύγκριση των μέσων δύο υποομάδων του ίδιου δείγματος (εκπαιδευτικοί ειδικοτήτων και δάσκαλοι), σε σχέση με τις μεταβλητές διαστήματος των παραγόντων υγιεινής και υποκίνησης. Οι μέσοι όροι έδειξαν πως οι δάσκαλοι είναι περισσότερο θετικά διακείμενοι για την παρουσία των περισσότερων παραγόντων στο χώρο εργασίας τους από ότι οι εκπαιδευτικοί ειδικοτήτων. Εντοπίστηκε πως η ειδικότητα επηρεάζει τους παράγοντες «συνθήκες» και «στόχοι». Στις περιπτώσεις αυτές ο βαθμός Sig είναι μικρότερος από 0,05 (στόχοι Sig: 0,004 και συνθήκες Sig: 0,006). Αυτό σημαίνει πως η ειδικότητα διαφοροποιεί τον βαθμό συμφωνίας των εκπαιδευτικών ως προς την παρουσία η μη των παραγόντων «στόχοι» και «συνθήκες εργασίας» στο σχολείο. Πιο συγκεκριμένα, οι εκπαιδευτικοί ειδικοτήτων



(Φυσικής Αγωγής, Πληροφορικής, Αγγλικών, Θεατρικής Αγωγής, κλπ.), πιστεύουν λιγότερο από ότι οι δάσκαλοι, στην παρουσία των δύο παραπάνω παραγόντων στο χώρο εργασίας τους.

## Συζήτηση

Από την επεξεργασία των αποτελεσμάτων φάνηκε πως στα σχολεία Α' βάρθμιας εκπαίδευσης οι παράγοντες υποκίνησης εφαρμόζονται σε μεγαλύτερο βαθμό από τους παράγοντες υγιεινής. Ο υψηλότερος μέσος όρος στους παράγοντες της υποκίνησης παρουσιάζεται στη «φύση της εργασίας», δηλαδή οι εκπαιδευτικοί είναι ευχαριστημένοι από το αντικείμενο της εργασίας τους. Στους παράγοντες της υγιεινής τον υψηλότερο μέσο όρο έχουν οι «διαπροσωπικές σχέσεις», αφού η πλειοψηφία των εκπαιδευτικών (82,6%) πιστεύει πως στο σχολείο που εργάζονται υπάρχει συνεργασία και επικοινωνία. Ο χαμηλότερος μέσος όρος παρουσιάζεται στον παράγοντα «μισθός», γεγονός που δηλώνει την δυσαρέσκεια των εκπαιδευτικών για τις απολαβές τους και την υγειονομική περίθαλψη που τους παρέχεται από την υπηρεσία. Όσον αφορά στην σχέση των παραγόντων υγιεινής και υποκίνησης με τα «χρόνια υπηρεσίας», η γενική διαπίστωση είναι ότι όσο πιο νέοι στην υπηρεσία είναι οι εκπαιδευτικοί, τόσο λιγότερο ικανοποιημένοι είναι και τόσο λιγότερο θεωρούν πως υπάρχουν οι παράγοντες υποκίνησης και υγιεινής του Herzberg. Στην εξέταση της σχέσης των παραγόντων υγιεινής και υποκίνησης με την «ειδικότητα», φάνηκε πως οι δάσκαλοι είναι περισσότερο θετικά διακείμενοι στους περισσότερους παράγοντες από ότι οι εκπαιδευτικοί ειδικοτήτων, οι οποίοι θεωρούν λιγότερο από τους δάσκαλους πως είναι μέλη μίας ομάδας με κοινούς στόχους και αισθάνονται πολλές φορές παραγκωνισμένοι από τους συναδέλφους τους. Τέλος, διαπιστώθηκε ότι το προσωπικό του σχολείου παρακινείται ευκολότερα προς την επίτευξη στόχων στην οριοθέτηση των οποίων έχει συμμετάσχει και το ίδιο και προς την υλοποίηση των οποίων αισθάνεται πλήρη δέσμευση και αφοσίωση (Ιορδανίδης & Τσαγκαλίδου, 2002).

## Συμπέρασμα

Το βασικό συμπέρασμα που προέκυψε ήταν ότι οι παράγοντες υποκίνησης (στόχοι, υπευθυνότητα, αναγνώριση, αντικείμενο εργασίας και προσωπική ανάπτυξη) βρίσκουν μεγαλύτερη ανταπόκριση και εφαρμόζονται σε μεγαλύτερο βαθμό στις σχολικές μονάδες από ότι οι παράγοντες υγιεινής (διαπροσωπικές σχέσεις, κύρος-πολιτική, επίβλεψη, συνθήκες εργασίας και μισθός). Συνεπώς, για να είναι αποδοτική μία σχολική μονάδα η διοίκηση πρέπει να φροντίζει ώστε οι εκπαιδευτικοί να αισθάνονται μέλη μίας ομάδας με κοινούς στόχους και μέσα από την εργασία τους να ικανοποιείται το αίσθημα της επίτευξης (Παπαγιαννόπουλος & Μπάκας, 2018).

## Βιβλιογραφία

- Ανθοπούλου, Σ. (1999). Συμβουλευτική υποστήριξη και παρακίνηση εκπαιδευτικού προσωπικού. Στο Αθανασούλα-Ρέππα, Ανθοπούλου, Κατσουλάκης, Μαυρογιώργος. *Διοίκηση Ανθρώπινου Δυναμικού*. Τόμος Β, Πάτρα: ΕΑΠ.
- Creswell, J. (2011). *Η έρευνα στην εκπαίδευση. Σχεδιασμός, διεξαγωγή και αξιολόγηση της ποσοτικής και ποιοτικής έρευνας*. Επιμ.: Τσορμπατζοϋδης, Αθήνα: Εκδόσεις Έλλην.
- Everard, K. B. & Morris, G. (1999). *Αποτελεσματική εκπαιδευτική διοίκηση*. Πάτρα: ΕΑΠ.
- Ζέρβας, Γ. (1993). *Ψυχολογία φυσικής αγωγής & αθλητισμού*. Αθήνα: Γιάννης Ζέρβας.
- Herzberg, F. (1987). One more time: How do you motivate your employees. *Harvard Business Review*, Reprint 87507, Sep/Oct.
- Howard, K. & Sharp, J. (1998). *Η επιστημονική μελέτη*. Αθήνα: Gutenberg.
- Ιορδανίδης, Γ. & Τσαγκαλίδου, Μ. (2002). Διεύθυνση σχολικής μονάδας και παρακίνηση προσωπικού. *Διοικητική Ενημέρωση*, 24, 24-30.

- Κουτούζης, Μ. (1999). *Γενικές αρχές μάνατζμεντ*. Τόμος Α, Πάτρα: ΕΑΠ.
- Μιχόπουλος, Α. (1996). Η θεωρία των δύο παραγόντων του Herzberg στην σχολική οργάνωση. Η υποκίνηση του εκπαιδευτικού προσωπικού της σχολικής εκπαίδευσης μέσω των εργασιακών συνθηκών. *Παιδαγωγικός Λόγος*, 3, 89-111.
- Μπουραντάς, Δ. (2002). *Μάνατζμεντ: Θεωρητικό υπόβαθρο - Σύγχρονες πρακτικές*. Αθήνα: Μπένος.
- Παπαγιαννόπουλος, Χ. & Μπάκας, Θ. (2018). Απόψεις εκπαιδευτικών πρωτοβάθμιας εκπαίδευσης για την παρακίνηση τους στον χώρο εργασίας. *Νέα Παιδεία*, 168, 88-98.
- Robson, C. (2010). *Η έρευνα του πραγματικού κόσμου*. Επιμ. Μχαλοπούλου, Αθήνα: Gutenberg.
- Σαΐτης, Χ. (1995). Υποκίνηση των εκπαιδευτικών λειτουργών της πρωτοβάθμιας και δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης. *Σύγχρονο Σχολείο*, 29-30 και 192-194.
- Wann, D. (1997). *Sport psychology*. New Jersey: Prentice Hall.

## Η ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ ΤΟΥ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΜΑΝΑΤΖΜΕΝΤ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ: ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΕΩΝ ΣΤΟ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ ΤΗΣ ΕΛΛΕΕΔΑΑ

Παπαγεωργίου, Σ.,<sup>1</sup> Αυθίνος, Ι.,<sup>1</sup> Θαμνόπουλος, Ι.,<sup>1</sup> & Γαργαλιάνος, Δ.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> ΤΕΦΑΑ, ΕΚΠΑ

<sup>2</sup> ΤΕΦΑΑ, ΔΠΘ

### Περίληψη

Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν να διερευνηθούν, να αναλυθούν και να ταξινομηθούν οι δημοσιεύσεις του περιοδικού της Ελληνικής Επιστημονικής Εταιρείας Διοίκησης Αθλητισμού & Αναψυχής (ΕΛΛΕΕΔΑΑ) από το 2004, έως το 2017. Η μεθοδολογία που χρησιμοποιήθηκε ήταν αυτή της ανάλυσης περιεχομένου και διερευνήθηκαν N=100 επιστημονικά άρθρα. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι δημοσιεύθηκαν κατά μέσο όρο 7.14 άρθρα κάθε χρόνο, στην πλειονότητά τους με ποσοτική έρευνα, από τα πανεπιστήμια: Δημοκρίτειο, Αριστοτέλειο και Θεσσαλίας, με μέσο όρο έκτασης 15 σελίδες, από 3 ή 4 συγγραφείς, με γνωστικό αντικείμενο στο «μάνατζμεντ» (61%), το «μάρκετινγκ» (13%), τα «οικονομικά» (20%) και το αθλητικό «νομικό-θεσμικό» πλαίσιο (6%).

**Λέξεις - κλειδιά:** Αθλητικό μάνατζμεντ, περιοδικό ΕΛΛΕΕΔΑΑ.

### Εισαγωγή

Το αθλητικό μάνατζμεντ αποτελεί τομέα σπουδών που προσελκύει φοιτητές με ενδιαφέρον να εργαστούν σε διοικητικές θέσεις στο χώρο του αθλητισμού (Hoye et al., 2012) τόσο στο εξωτερικό, όσο και στην Ελλάδα. Τα μαθήματα που διδάσκονται σε αυτόν τον τομέα εμπλουτίζονται ερευνητικά με γνώσεις από διάφορες πηγές, μία σημαντική από τις οποίες στην Ελλάδα είναι το επιστημονικό περιοδικό της ΕΛΛΕΕΔΑΑ. Παρά την σημαντική επιστημονική αξία του περιοδικού αυτού, τα άρθρα που δημοσιεύει στο σύνολό τους δεν έχουν μέχρι σήμερα μελετηθεί, έτσι ώστε να διαπιστωθεί η έκταση του επιστημονικού έργου που παράγεται από Έλληνες ερευνητές της αθλητικής διοίκησης.

### Σκοπός της έρευνας

Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν να διερευνηθούν, να αναλυθούν και να ταξινομηθούν οι δημοσιεύσεις του περιοδικού της ΕΛΛΕΕΔΑΑ από το 2004 έως το 2017.

### Ανασκόπηση της βιβλιογραφίας

Η ΕΛΛΕΕΔΑΑ είναι ένα πρότυπο, επιστημονικό, μη-κερδοσκοπικό σωματείο, με έδρα στη Θεσσαλονίκη. Ένας από τους σημαντικούς σκοπούς του είναι η έρευνα σε θέματα οργάνωσης και διοίκησης του αθλητισμού στην Ελλάδα. Για την υλοποίηση του σκοπού αυτού εκδίδει το επιστημονικό περιοδικό «Διοίκηση Αθλητισμού και Αναψυχής» δύο φορές το χρόνο, ελεύθερο προς μελέτη, στην ιστοσελίδα της ([www.elleda.gr/περιοδικό](http://www.elleda.gr/περιοδικό)). Στόχος του περιοδικού είναι να συμβάλλει στην ανάπτυξη, στην προώθηση και στη διάδοση της επιστημονικής γνώσης που παράγεται στην Ελλάδα και στο εξωτερικό. Για τον λόγο αυτό δημοσιεύει πρωτότυπα άρθρα εμπειρικής έρευνας, αλλά και επισκοπήσεις σημαντικών θεμάτων οργάνωσης - διοίκησης αθλητισμού και αναψυχής, τα οποία εγκρίνουν κριτές με την διαδικασία της τυφλής εξέτασης. Η πολιτική του περιοδικού καθορίζεται από Συντακτική Επιτροπή, επιδίωξη της οποίας είναι να καλύπτονται όλοι οι τομείς που

αφορούν στη διοίκηση του αθλητισμού, της αναψυχής, του αθλητικού τουρισμού και του ελεύθερου χρόνου.

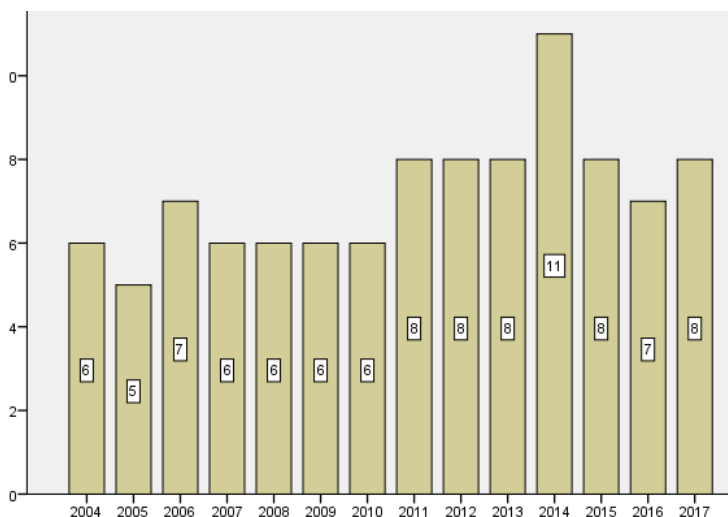
Στην Ευρώπη, υπάρχει ανάλογο περιοδικό επιστημονικών δημοσιεύσεων της αντίστοιχης ευρωπαϊκής επιστημονικής εταιρίας αθλητικής διοίκησης (European Association for Sport Management, EASM), με τίτλο European Sport Management Quarterly. Οι Pitts, Danylchuk και Quarterman (2014), διερεύνησαν το περιεχόμενο των 307 άρθρων που δημοσιεύτηκαν σε αυτό την χρονική περίοδο από το 1994 έως το 2012 και κατέταξαν τη σχετική θεματολογία σε 4 γνωστικές περιοχές: «διαχείριση και οργανωτικές δεξιότητες», «διοίκηση αθλητικών επιχειρήσεων», «αθλητικό μάρκετινγκ» και «αθλητική οικονομία».

## Μεθοδολογία

Η μεθοδολογία που χρησιμοποιήθηκε ήταν αυτή της ανάλυσης περιεχομένου. Η ανάλυση των δεδομένων πραγματοποιήθηκε με περιγραφική στατιστική. Η εγκυρότητα και η αξιοπιστία των αποτελεσμάτων βασίζεται στην συστηματική αποτύπωση και ταξινόμηση των δεδομένων του περιεχομένου των ετήσιων εκδόσεων του περιοδικού μέσω της επίσημης ιστοσελίδας του, αλλά και σχετικού ερευνητικού πρωτοκόλλου.

## Αποτελέσματα

*Αριθμός δημοσιεύσεων τον χρόνο:* Ο πληθυσμός της έρευνας ήταν N=100 επιστημονικά άρθρα που δημοσιεύτηκαν από το 2004 μέχρι το 2017. Τα περισσότερα άρθρα (f=11, 11%) δημοσιεύτηκαν το 2014 και τα λιγότερα (f=5, 5%) το 2005 (Γράφημα 1), με μέσο όρο 7.14 άρθρα το χρόνο.



**Γράφημα 1:** Αριθμός άρθρων ανά χρόνο.

*Είδος έρευνας:* Η πλειονότητα των άρθρων αφορούσε σε ποσοτική έρευνα (f=76, 76%) και ακολούθησαν η βιβλιογραφική ανασκόπηση (f=15, 15%), η ποιοτική έρευνα (f=4, 4%), η συγκριτική μέθοδος (f=1, 1%), η πειραματική μέθοδος (f=1, 1%) και η μελέτη περίπτωσης (f=1, 1%).

**Φορέας εργασίας συγγραφέων:** Οι φορείς εργασίας των συγγραφέων των άρθρων είναι πανεπιστημιακά ιδρύματα (μόνα ή σε συνεργασία). Τα τρία πρώτα ήταν: το Δημοκρίτειο Πανεπιστήμιο Θράκης, το Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης και το Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας.

**Εκταση άρθρων:** Ο ελάχιστος αριθμός των σελίδων ενός άρθρου ήταν 5, ο μέγιστος 25 και ο μέσος όρος ήταν 15 σελίδες, με τυπική απόκλιση 10.

**Αριθμός συγγραφέων:** Η πλειονότητα των άρθρων έχουν γραφτεί από 3 (f=29, 29%) και 4 (f=29, 29%) συγγραφείς, 22 δημοσιεύτηκαν με 2 συγγραφείς (f=22, 22%), 12 με έναν συγγραφέα (f=12, 12%), 4 με 5 συγγραφείς (f=4, 4%), 3 με 6 συγγραφείς (f=3, 3%) και 1 με 8 συγγραφείς (f=1, 1%).

**Γνωστικό αντικείμενο:** Στην πλειονότητά τους τα άρθρα αφορούσαν στο «μάνατζμεντ» (f=61, 61%), το «μάρκετινγκ» (f=13, 13%), τα «οικονομικά» (f=20, 20%) και το «νομικό-θεσμικό» πλαίσιο (f=6, 6%).

## Συζήτηση

Στην πλειονότητά τους τα άρθρα που δημοσιεύτηκαν στο περιοδικό της ΕΛΛΕΔΑΑ την περίοδο 2004-2017 εντάσσονται σε 4 γνωστικές περιοχές: στο «μάνατζμεντ», το «μάρκετινγκ», τα «οικονομικά» και το αθλητικό «νομικό-θεσμικό» πλαίσιο. Τα συγκεκριμένα αποτελέσματα συμπίπτουν σε μεγάλο βαθμό με αυτά της έρευνας των Pitts, Danylchuk και Quarterman (2014), οι οποίοι βρήκαν ότι η πλειοψηφία των άρθρων που δημοσιεύτηκαν σε αντίστοιχο Ευρωπαϊκό περιοδικό ταξινομούνταν σε 4 πεδία: «διαχείριση και οργανωτικές δεξιότητες», «διοίκηση αθλητικών επιχειρήσεων», «αθλητικό μάρκετινγκ» και «αθλητική οικονομία». Οι 2 προαναφερόμενες μελέτες συμπίπτουν σε 3 και διαφέρουν σε από 1 γνωστικό πεδίο: το «νομικό-θεσμικό» που εμφανίζεται στις ελληνικές δημοσιεύσεις και τη «διοίκηση αθλητικών επιχειρήσεων» των ευρωπαϊκών δημοσιεύσεων. Η επιμέρους αυτή διαφορά στον προσανατολισμό των επιστημονικών άρθρων αθλητικής διοίκησης, είναι πιθανό να οφείλεται στο γεγονός ότι ο ελληνικός επαγγελματικός αθλητισμός δεν έχει την επαγγελματική ανάπτυξη του ανάλογου διεθνούς, με αποτέλεσμα να βασίζεται - επηρεάζεται αρκετά από το κράτος μέσω του ισχύοντος θεσμικού πλαισίου. Το συγκεκριμένο επιχείρημα ενισχύεται και από το γεγονός ότι οι αθλητικές ανώνυμες εταιρίες (ΠΑΕ και ΚΑΕ) στην Ελλάδα παρουσιάζουν την εξής ιδιαιτερότητα: α) σχεδόν στο σύνολό τους δεν διαθέτουν ιδιόκτητους αγωνιστικούς χώρους και αγωνίζονται σε δημόσιους, αλλά και β) η δραστηριότητά τους ρυθμίζεται από την Επιτροπή Επαγγελματικού Αθλητισμού. Κατά συνέπεια, μεγαλύτερη βαρύτητα αποκτά η θεσμική και λιγότερο η επιχειρηματική τους λειτουργία, γεγονός που φαίνεται να αποτυπώνεται και στην εγχώρια ερευνητική δραστηριότητα των μελετητών του αθλητικού μάνατζμεντ.

## Βιβλιογραφία

- Hoye, R., Nicholson, M., Westerbeek, H., Smith, A., & Stewart, B. (2012). *Sport management: Principles and applications*. 3<sup>rd</sup> edition, Oxon: Routledge.
- Pitts, B., Danylchuk, K., & Quarterman, J. (2014). Analysis of sport management literature: European Sport Management Quarterly. *Choregia. Sport Management International Journal*, 10(2), 45-72.
- [www.elleda.gr/περιοδικό](http://www.elleda.gr/περιοδικό). Η πρόσβαση έγινε στο διάστημα Ιούνιος – Αύγουστος 2019.



## DEVELOPING AN ON-LINE JOB PLATFORM FOR RECRUITMENT IN THE TOURISM INDUSTRY

**Canal, H.**

### **Abstract**

The aim of the project is to create a job site platform for the tourism industry that instantly matches employers with eligible candidates. These candidates will have completed a series of skills and language tests. The platform will also boast a two-way review system and cross-country talent optimization. The main points of the presentation are: a) an overview of the platform, b) the main features, including instant Candidates & Candidate Screening, a Two Way Review System, Candidate Testing and Cross Country Talent Optimisation and c) recruitment for sports/leisure roles in the tourism industry. The project has resulted in the following: over 100 companies have expressed their interest in using the platform and the overall response has been incredibly positive. The project has support from both the Municipality of Thessaloniki and the LSE. The platform will help businesses operating within the tourism industry to hire better quality employees through the review system and candidate testing. There will be a huge decrease in the amount of time spent on hiring, as businesses will easily be able to filter candidates based on the unique requirements of the role. Additionally, businesses will only be sent candidates who have the right skills for the role, are still looking for work and are interested in the role.

**Key - words:** Jobs in tourism, recruitment, online platform.

## ΑΞΙΕΣ ΤΟΥ ΟΛΥΜΠΙΑΚΟΥ ΚΙΝΗΜΑΤΟΣ ΣΤΗΝ ΠΡΑΞΗ

Γιαννάκης, Σ.<sup>1</sup> Γαργαλιάνος, Δ.<sup>2</sup> & Σταθοπούλου, Γ.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> ΤΕΦΑΑ, ΕΚΠΑ

<sup>2</sup> ΤΕΦΑΑ, ΔΠΘ

### Περίληψη

Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν η αναζήτηση περιπτώσεων στη διάρκεια των θερινών Ολυμπιακών Αγώνων, κατά τις οποίες οι Αξίες του Ολυμπιακού Κινήματος εκφράστηκαν στην πράξη. Η μεθοδολογία που ακολουθήθηκε ήταν αυτή της ανασκόπησης της βιβλιογραφίας, κατά την οποία αναζητήθηκαν περιστατικά που χαρακτηρίζονται από σεβασμό στην προσπάθεια του αντίπαλου, αυτοσεβασμό, αξιοπρέπεια, μετριοφροσύνη, αλληλεγγύη, δηλαδή περιστατικά που αποπνέουν αθλητικό ήθος από τους 1<sup>ους</sup> Ολυμπιακούς Αγώνες στην Αθήνα (1896) μέχρι και τους 31<sup>ους</sup> στο Ρίο (2016). Εντοπίστηκαν αρκετά περιστατικά κατά τα οποία εκφράστηκαν οι Αξίες του Ολυμπιακού Κινήματος.

**Λέξεις - κλειδιά:** Ολυμπιακό Κίνημα, αθλητικό ήθος, Ευ αγωνίζεσθαι, ιστορία σύγχρονων Ολυμπιακών Αγώνων, ιστορία του Αθλητισμού.

### Εισαγωγή

Ο Pierre de Coubertin ονόμασε *Ολυμπισμό* μία σκέψη «...χρονολογημένη από εδώ και δύο χιλιάδες χρόνια, η οποία συγκινεί σήμερα το λαό όπως και στην αρχή, διότι συμμορφώνεται προς ένα ένστικτο που ανήκει στο πιο ζωτικό και το πιο ευγενές» (Moltmann, 1981). Ο Ολυμπισμός έχει ως θεμέλιο τις Αξίες του αθλητισμού, οι οποίες ταυτοποιούνται, *απαρέγκλιτα*, μέσω του *Εὖ αγωνίζεσθαι* (Γιαννάκης, 2000, σελ. 195-205) και που εφαρμοζόμενες παιδευτικά σε σώμα και σκέψη καθιστούν εφικτή την τελειοποίηση του ανθρώπου μέσα από μία διαρκή αναδημιουργία (Mzali, 1979). Αυτές οι αξίες αποτυπώνονται στον στίχο του Κωστή Παλαμά «αιώνιο πνεύμα του ωραίου, του μεγάλου, του αληθινού», που ψάλλεται στον ύμνο των Ολυμπιακών Αγώνων (ΟΑ) (Νησιώτης, 1979) και που εφαρμοζόμενες έμπρακτα στον αθλητισμό αναδεικνύουν όχι μόνο το ψυχικό μεγαλείο των αθλητών αλλά, πρωτίστως, την *ωραιότητα* της ανθρώπινης πάλης· αξίες που τα στελέχη της οργάνωσης/διοίκησης του αθλητισμού υποστηρίζουν να εφαρμοστούν στην πράξη.

### Σκοπός της έρευνας

Σκοπό της παρούσας έρευνας αποτέλεσε η αναζήτηση περιπτώσεων στη διάρκεια των θερινών Ολυμπιακών Αγώνων, κατά τις οποίες οι Αξίες του Ολυμπιακού Κινήματος εκφράστηκαν στην πράξη.

### Μεθοδολογία

Η μεθοδολογία που εφαρμόστηκε για την υλοποίηση του σκοπού αυτού ήταν αυτή της ανασκόπησης της βιβλιογραφίας.

## Αξίες του Ολυμπιακού Κινήματος που εκφράστηκαν στην πράξη

**Αθήνα 1896:** Στον ποδηλατικό αγώνα 100 χλμ., ο προπορευόμενος Γάλλος ποδηλάτης Leon Flameng σταμάτησε τον αγώνα του και περίμενε τον Έλληνα Γεώργιο Κωλέττη να επισκευάσει το δικό του ποδήλατο. Ακολούθως συνέχισε τον αγώνα και κατέκτησε το χρυσό μετάλλιο (Condron, 2015).

**Λονδίνο 1908:** Στην κατηγορία middle weight της ελληνορωμαϊκής πάλης ο τελικός ανάμεσα στους Σουηδούς Frithiof Martensson και Mauritz Andersson πραγματοποιήθηκε μία ημέρα αργότερα από την προγραμματισμένη, καθώς ο Andersson συμφώνησε να δοθεί χρόνος στον Martensson να επανέλθει μετά από μικρό τραυματισμό του. Στον τελικό, την επόμενη ημέρα, ο Martensson κατέκτησε το χρυσό μετάλλιο (<https://hoc.gr/en/node/456>).

**Στοκχόλμη 1912:** Το αθλητικό φαινόμενο Jim Thorpe κατέκτησε το χρυσό μετάλλιο στο 5αθλο και στο 10αθλο, αλλά του αφαιρέθηκαν λίγους μήνες αργότερα με την αιτιολογία ότι ήταν επαγγελματίας αθλητής. Ακολούθως, τα μετάλλια απονεμήθηκαν στους 2<sup>ο</sup>ς νικητές F. R. Bie και H. Weislander, αλλά αυτοί, αναγνωρίζοντας την αξία του Thorpe, αρνήθηκαν να τα δεχθούν (Γιαννάκης, 2002).

**Παρίσι 1924:** Ο ευγενικός, ιπποτικός στα αγωνίσματα και βαθύτατα θρησκευόμενος Σκοτσέζος Eric Liddel απαρνήθηκε τη «νίκη πάση θυσία» και απείχε από την προκριματική σειρά των 100 μ., το κατεξοχήν αγώνισμά του, που θα διεξαγόταν Κυριακή για να μην παραβεί τις Αρχές του που έλεγαν ότι εκείνη την ημέρα / ώρα έπρεπε να πηγαίνει στην εκκλησία. Λίγες μέρες αργότερα συμμετείχε στα 400 μ. όπου κατέκτησε το χρυσό μετάλλιο και σημείωσε παγκόσμιο ρεκόρ (Phillips, 2015).

**Άμστερνταμ 1928:** Στον τελικό των 110 μ με εμπόδια συμμετείχαν οι νοτιοαφρικανοί George Weightman - Smith και Sydney Atkinson. Για τον Atkinson ήταν η τελευταία ευκαιρία να κατακτήσει το χρυσό, αλλά το ενδεχόμενο για μία ακόμη άτυχη στιγμή στον τελικό αυτής της Ολυμπιάδας ήταν καταφανέστατο, καθώς στην κλήρωση των διαδρόμων του δόθηκε ο εσωτερικός διάδρομος, ο οποίος, λόγω της βροχής, είχε γίνει επικίνδυνος. Ο συναθλητής του Smith, που την προηγούμενη ημέρα είχε πραγματοποιήσει παγκόσμιο ρεκόρ (14''6) πλησίασε τον Atkinson και χαμηλόφωνα του είπε: «...πάρε τη δική μου διαδρομή (ήταν στεγνότερη), είμαι 5 χρόνια νεότερος, σε 4 χρόνια θα έχω ακόμη μία ευκαιρία». Ο Atkinson κατέκτησε το χρυσό μετάλλιο, αλλά ο Smith δεν είχε 2<sup>η</sup> ευκαιρία, καθώς δεν συμπεριλήφθηκε στην επόμενη Ολυμπιακή αποστολή λόγω οικονομικής δεινότητας (Russell, 2015).

**Λος Άντζελες 1932:** Στο αγώνισμα των 5000 μ., οι Lauri Lehtinen (FIN) και Ralph Hill (USA) τερμάτισαν στον ίδιο χρόνο (14' 30''). Η two eyes camera, πρωτοπορία της εποχής που εστίαζε στο χρονόμετρο και στον τερματισμό, ανέδειξε νικητή τον Lehtinen, ο οποίος κατά την διάρκεια της απονομής των μεταλλίων προσκάλεσε τον αργυρό Ολυμπιονίκη στην 1<sup>η</sup> θέση του βήθρου (Φιλίππου, 2002).

**Βερολίνο 1936:** Ο Γερμανός Luz Long, ανταγωνιστής του Jesse Owens στο άλμα σε μήκος, τον πλησίασε στον προκριματικό αγώνα και του πρότεινε να μετακινήσει το σημείο έναρξης της φόρας του λίγο πιο πίσω, ώστε να μην κάνει μία ακόμη (2<sup>η</sup>) άκυρη προσπάθεια. Ο Owens ακολούθησε την συμβουλή του, μετακινήθηκε 1,5 πόδι πίσω, έκανε έγκυρη προσπάθεια, προκρίθηκε στον τελικό και εκεί κατέκτησε το χρυσό μετάλλιο (Rosen, 2014).

**Μελβούρνη 1956:** Στα 3000 μ. με φυσικά εμπόδια νικητές αναδείχθηκαν οι Chris Brasher (GBR), Sandor Rozsnyoi (HUN) και Ernst Larsen (NOR). Μετά το τέλος του αγώνα οι κριτές ανακοίνωσαν στον πρώτο ότι αποκλείστηκε, με την αιτιολογία ότι παρεμπόδισε τον Larsen κατά την διάρκεια του αγώνα. Ο Larsen, όμως, τον υπερασπίστηκε και δήλωσε πως ο αποκλεισμός ήταν άδικος. Μετά από 3ωρη συνεδρίαση των κριτών το μετάλλιο αποδόθηκε κανονικά στον Brasher (Posey, 2015).

**Ρώμη 1960:** Το ενδιαφέρον των θεατών εστιάστηκε στις προσπάθειες δύο δεκαθλητών, του Αμερικανού Rafer Johnson και του Chuang - Kwang Yang από τη Φορμόζα, φίλων και συμφοιτητών στο Πανεπιστήμιο, οι οποίοι στα πρώτα 9 αγωνίσματα ισοβαθμούσαν και 1<sup>η</sup> θέση κρινόταν στο τελευταίο αγώνισμα, τα 1500 μ. Ο Yang τερμάτισε πρώτος, αλλά ο Johnson πήρε αρκετούς βαθμούς για να πάρει την 1<sup>η</sup> θέση (8392 βαθμούς, έναντι 8334 του Yang). Όταν ανακοινώθηκαν τα αποτελέσματα ο Yang συνεχάρη με θέρμη τον Johnson (Φιλίππου, 2002).

**Τόκιο 1964:** Κατά τη διάρκεια της 3<sup>ης</sup> από τις 7 ιστιοδρομίες στην κατηγορία Flying Dutchman, τα αδέρφια Lars Gunnar Kall και Stig Lennart Kall είδαν το σκάφος των προπορευόμενων Αυστραλών Jan Charles Winter και Gregory Dawe να ανατρέπεται και έστριψαν το δικό τους σκάφος προς αυτούς. Τους ανέσυραν από το νερό και με πρόσθετο βάρος (τους 2 Αυστραλούς) κατατάχθηκαν 12<sup>οι</sup> στους 21, σε μία ιστιοδρομία όπου ένας μεγάλος αριθμός σκαφών δεν τερμάτισε (The Organizing Committee for the Games of the XVIII Olympiad, 1966).

**Μέξικο Σίτυ 1968:** Η Maria de Pilar Roland Giffering, μία από τις λίγες αθλήτριες του Μεξικού στην ξιφασκία με αξιώσεις χρυσού μεταλλίου, αποφάσισε στον τελικό του αγωνίσματός της να περιμένει την αντίπαλό της Yelena Belova - Novikova (6 φορές Ολυμπιονίκης, σε 4 Ολυμπιάδες) που άργησε να εμφανιστεί στον αγωνιστικό χώρο και με βάση τον κανονισμό θα μηδενίζοταν. Η Giffering κατέκτησε την 2<sup>η</sup> θέση (<http://www.fairplayinternational.org>).

**Μόσχα 1980:** Ο Κουβανός πυγμάχος Teofilo Lawrence - Stevenson είχε κερδίσει ήδη 2 χρυσά μετάλλια (1972 και 1976) και είχε δεχτεί προσφορές πολλών εκατομμυρίων δολαρίων να γίνει επαγγελματίας. Στη Μόσχα κατάκτησε ένα ακόμη χρυσό μετάλλιο και έμεινε πιστός στη δήλωση που είχε κάνει παλαιότερα: «Τι αξίζει 1 εκατομμύριο δολάρια απέναντι στην αγάπη 8 εκατομμυρίων Κουβανών;» (Conlon, 2015).

**Σεούλ 1988:** Ο Καναδός Lawrence Lemieux αγωνιζόταν σε μονοθέσιο σκάφος Finn κατά τη διάρκεια παράλληλης διαδρομής - αγώνα με 2 άλλες κατηγορίες: 2θέσιου σκάφους 470 ανδρών και γυναικών. Οι καιρικές συνθήκες τον ανάγκασαν, ενώ προπορευόταν, να πέσει στην 2<sup>η</sup> θέση, καθώς τα διακριτικά σημάδια (οι σημαδούρες φθορισμού) ήταν μεν 2.5 μέτρα ψηλά, αλλά τα κύματα ήταν ψηλότερα και τις κάλυπταν. Ήταν η τελευταία του ευκαιρία να κατακτήσει ένα μετάλλιο σε ΟΑ, αλλά το θυσιάσε όταν αποφάσισε να παράσχει βοήθεια στους Joseph Chan και Shaw Her Siew, από την Σιγκαπούρη, το σκάφος των οποίων είχε ανατραπεί. Τους ανέσυρε, περίμενε μέχρι το βοηθητικό/περιπολικό σκάφος να τους παραλάβει και επανήλθε στον αγώνα, όπου και τερμάτισε 22<sup>ος</sup> (Lacey, 2002).

**Ατλάντα 1996:** Ο Αμερικανός Scott Shipley, αθλητής του καγιάκ με αξιώσεις στους Αγώνες, δάνεισε τον ειδικά σχεδιασμένο για εκείνον, υψηλών προδιαγραφών, αθλητικό εξοπλισμό στον Βόσνιο Samir Karabasic, το καγιάκ του οποίου καταστράφηκε κατά την διάρκεια των δοκιμαστικών. Ο Karabasic είχε επιζήσει από πολύμηνη ασθένεια και πόλεμο και συμμετείχε στους Αγώνες χωρίς προπόνηση, με υπέρτατο στόχο την εκπροσώπηση της Βοσνίας (US Olympic Committee, 1996).

**Σύδνεϋ 2000:** Σε αγώνες κατάταξης στο μονό κανό 500 μ., ο 2 φορές χρυσός Ολυμπιονίκης της Ατλάντα, Martin Doktor, τερμάτισε 2<sup>ος</sup> πίσω από τον Γερμανό Andreas Dittmer, αλλά αποκλείστηκε μετά από ένσταση της γερμανικής ομάδας για αντικανονική πλεύση του. Ο Dittmer αμφισβήτησε την ορθότητα της ένστασης και επιτράπηκε στον Doktor να αγωνιστεί. Τελικά ο Dittmer κατέκτησε το χάλκινο μετάλλιο, ενώ ο Doktor τερμάτισε 8<sup>ος</sup> (ESPN, 2000).

**Αθήνα 2004:** Η απογοητευτική βαθμολογία που έδωσαν οι κριτές σε μία προσπάθεια του Alexey Nemov στο μονόζυγο οδήγησε τους θεατές να εκφράσουν έντονα την διαφωνία τους για 12 ολόκληρα λεπτά, μη επιτρέποντας στον επόμενο αθλητή, Paul Hamm, να αγωνιστεί. Ο αγώνας συνεχίστηκε μόνον όταν ο Nemov ευχαρίστησε τους θεατές για την υποστήριξή τους και τους ζήτησε να σταματήσουν (TV-Gymnasia-Mex, 2009).

**Πεκίνο 2008:** Στον τελικό της κατηγορίας 2θέσιων σκαφών (49er) οι Κροάτες Pavle Kostov και Petar Rupac δάνεισαν το σκάφος τους στους Δανούς Jonas Warrer και Martin Kirketerp, το σκάφος των οποίων είχε αχρηστευτεί 15' πριν από την έναρξη της ιστιοδρομίας (είχε σπάσει το ιστίο). Οι Δανοί κατάφεραν να είναι έτοιμοι δευτερόλεπτα πριν από την έναρξη του αγώνα και κατέκτησαν το χρυσό μετάλλιο (Croatian Sailing Federation News, 2008).

**Λονδίνο 2012:** Ο Ούγγρος κολυμβητής Daniel Gyurta κατέκτησε το χρυσό μετάλλιο και έσπασε το παγκόσμιο ρεκόρ στα 200 μ. πρόσθιο. Για να τιμήσει την μνήμη του εκλιπόντα Νορβηγού αθλητή Alexandre Dale Oen (Οιέν) έφτιαξε ένα αντίγραφο του μεταλλίου του και το παρέδωσε στην οικογένειά του (Guardian Staff, 2012).

**Ρίο 2016:** Σε προκριματική σειρά για τα 5000 μ. γυναικών οι αθλήτριες Nikki Hamblin (N. Ζηλανδία) και Abbey D'Agostino (ΗΠΑ) έπεσαν. Η D'Agostino σηκώθηκε πρώτη και αντί να συνεχίσει τον αγώνα βοήθησε την Hamblin να σηκωθεί και εκείνη, κάτι που έπραξε και η Hamblin λίγο αργότερα, καθώς η D'Agostino τραυματίστηκε. Συνέχισαν και τερμάτισαν μαζί. Δόθηκε και στις δύο η πρόκριση για τον τελικό (Sims, 2016).

Στην κολύμβηση 10 χιλιομέτρων ανοιχτής θάλασσας ο Έλληνας Σπύρος Γιαννιώτης τερμάτισε στον ίδιο χρόνο με τον Ολλανδό Ferry Weertman (1 ώρα 52' 59'' 8), πέρασε 1<sup>ος</sup> το χέρι από τη νοητή γραμμή, αλλά ακούμπησε 2<sup>ος</sup> την πινακίδα. Ο Γιαννιώτης δεν επέτρεψε στην Ελληνική αποστολή να υποβάλλει ένσταση λέγοντας ότι: «... δεν είχε νόημα, ήξερα τη θέση μου, σεβάστηκα την προσπάθεια του αντιπάλου μου.... Για μένα αυτό έχει σημασία, να αναγνωρίζεις την προσπάθεια όλων. Εγώ σε εκείνη την κούρσα ήμουν δεύτερος, αν για κάποιο λόγο τελικά μου δινόταν και εμένα το χρυσό δεν θα το άντεχε η συνείδησή μου, ξέρω μέσα μου ότι έκανα το σωστό. Σωστό είναι αυτό που σου λέει η καρδιά σου!» (Γιαννιώτης, Σ., προσωπική επικοινωνία, 28 Απριλίου 2017).

## Συμπέρασμα

Οι πράξεις που παρατέθηκαν αποπνέουν, διαχρονικά, μετριοφροσύνη, ταπεινότητα, αξιοπρέπεια, φιλοτιμία, πνεύμα ιπποτισμού, ειλικρίνεια, ανιδιοτέλεια, θάρρος, αλληλεγγύη, σεβασμό στην προσπάθεια του αντιπάλου, ευγένεια, αυτοέλεγχο, απόρριψη της νίκης πάση θυσία, προβολή των αθλητικών αρχών, του αθλητικού πνεύματος, των Ολυμπιακών ιδεωδών, αθλητικό ήθος. Αποτελούν έμπρακτη εφαρμογή των Αξιών του Ολυμπιακού Κινήματος, επαληθεύουν το «Ωραίο, Μεγάλο και Αληθινό» του αθλητισμού προκαλούν, ενστικτωδώς, συγκίνηση μέσα από ενέργειες που υπενθυμίζουν το καθήκον απέναντι στη ζωή, δημιουργώντας θαυμασμό και αισιοδοξία. Ο ρόλος των



διοικητικών στελεχών του αθλητισμού στην οργάνωση των γεγονότων όπου συντελούνται οι πράξεις αυτές είναι αναμφίβολα σημαντικός.

## Βιβλιογραφία

- Γιαννάκης, Θ. (2002). *Ζάππειες & Σύγχρονες Ολυμπιάδες*. Αθήνα: Αυτοέκδοση.
- Γιαννάκης, Θ. (2000). *Ολυμπιακή και Αθλητική Παιδεία: Το «Εν Αγονίζεσθαι» κατά την Αρχαιοελληνική Παιδεία*. Ι. Γκίτσος (επιμέλεια). Αθήνα: Προπομπός.
- Condron, F. (2015). *The Olympic Century: I Olympiad Athens 1896. Vol. 2*. Toronto: Warwick Press Inc.
- Conlon, R. (2015). *The Olympic Century: XXII Olympiad: Moscow 1980, Sarajevo 1984. Vol. 20*. Toronto: Warwick Press Inc.
- Croatian Sailing Federation News (1 December 2008). Croatian 49er Sailors Presented With Fair Play Award. *World Sailing*. Ανακτήθηκε στις 19.12.2019, από: <https://www.sailing.org/news/4517.php#.XfyhVWQzbIU>
- ESPN (September 27, 2000). Doktor gets another chance to defend title. Ανακτήθηκε στις 19.12.2019, από: <http://a.espncdn.com/oly/summer00/news/2000/0927/784542.html>.
- Guardian Staff (2012). Daniel Gyurta to have gold medal made to honor Alexander Dale Oen. *The Guardian*. Ανακτήθηκε στις 19.12.2019, από: <https://www.theguardian.com/sport/2012/aug/06/daniel-gyurta-alexander-dale-oen>
- Lacey, H. (2012). Lawrence Lemieux, Canada. *Financial Times Magazine*. Ανακτήθηκε στις 20.12.19, από: <https://www.ft.com/content/4c667e50-adf7-11e1-bb8e-00144feabdc0>
- Moltmann, J. (1981). Ολυμπισμός και θρησκεία. Σε *Διεθνής Ολυμπιακή Ακαδημία, 20ή Σύνοδος, Ιούνιος 1980, Αρχαία Ολυμπία* (102). Αθήνα: Επιτροπή Ολυμπιακών Αγώνων.
- Mzali, M. (1979). Ολυμπισμός και Εκπαίδευση. Σε *Διεθνής Ολυμπιακή Ακαδημία, 18η Σύνοδος, Ιούλιος 1978, Αρχαία Ολυμπία* (76). Αθήνα: Επιτροπή Ολυμπιακών Αγώνων.
- Νησιώτης, Ν. (1979). Φιλοσοφία και Ολυμπισμός. Σε *Διεθνής Ολυμπιακή Ακαδημία, 18η Σύνοδος, Ιούλιος 1978, Αρχαία Ολυμπία* (194-195). Αθήνα: Επιτροπή Ολυμπιακών Αγώνων.
- Phillips, E. (2015). *The Olympic Century: VIII Olympiad Paris 1924, St. Moritz 1928. Vol. 8*. Toronto: Warwick Press Inc.
- Posey, C. (2015). *The Olympic Century: XVI Olympiad: Melbourne/Stockholm 1956, Squaw Valley 1960. Vol. 14*. Toronto: Warwick Press Inc.
- Rosen, K. (2014). *Great moments in Olympic Track & Field*. Minnesota: ABDO Publishing Co.
- Russell, G. (2015). *The Olympic Century: IX Olympiad: Amsterdam 1928, Lake Placid 1932. Vol. 9*. Toronto: Warwick Press Inc.
- Sims, A. (2016). Rio 2016: Abbey D'Agostino and Nikki Hamblin Embody 'Olympic Spirit' by Helping Each Other Finish Race. *Independent*. Ανακτήθηκε στις 20.12.19, από: <https://www.independent.co.uk/sport/olympics/rio-2016-runners-abbey-dagostino-and-nikki-hamblin-embody-olympic-spirit-by-helping-each-other-a7194651.html>
- Summer Games History: London 1908, Olympic Spirit. Ανακτήθηκε στις 19.12.2019, από: <https://hoc.gr/en/node/456>
- The Organizing Committee for the Games of the XVIII Olympiad (1966). *The Games of the XVIII Olympiad TOKYO 1964: The Official Report of the Organizing Committee*. Tokyo: The Organizing Committee for the Games of the XVIII Olympiad.
- TV-Gymnasia-Mex, (2009). Alexei Nemov HB EF Juegos Olimpicos Atenas 2004. Ανακτήθηκε στις 19.12.2019, από: <https://www.youtube.com/watch?v=qv17MvLcgkI>
- U.S. Olympic Committee, (1996). *United States Olympic Committee, Atlanta 1996*. Salt Lake City: By US OC.
- Φιλίππου, Ε. Α. (2002). *Η ιστορία των σύγχρονων Ολυμπιακών Αγώνων 1896 – 2000: Η θεατή και η αθέατη πλευρά τους*. Αθήνα: Σαββάλα.

## Η ΦΥΣΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΓΥΝΑΙΚΩΝ ΤΗΣ ΠΟΛΗΣ ΤΗΣ ΛΑΡΝΑΚΑΣ ΚΑΙ ΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΤΗΝ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ

Παπαϊωάννου, Α., Μπεμπέτσος, Ε., Θεοδωράκης, Ι., & Αντωνίου, Π.

ΤΕΦΑΑ, ΔΠΘ

### Περίληψη

Σκοπός της μελέτης ήταν η διερεύνηση των επιπτώσεων των δημογραφικών και κοινωνικών παραγόντων -δηλαδή της ηλικίας, του εισοδήματος, της απασχόλησης και της οικογενειακής κατάστασης- στη φυσική δραστηριότητα των γυναικών σε μία αστική περιοχή στην Κύπρο. Το δείγμα της έρευνας αποτελούσαν 240 γυναίκες. Η επιλογή των συμμετεχουσών έγινε με τη χρήση διαστρωματωμένης δειγματοληψίας με μη-αναλογικό δείγμα. Τα δεδομένα συλλέχθηκαν χρησιμοποιώντας το Διεθνές Ερωτηματολόγιο Φυσικής Δραστηριότητας (ΔΕΦΔ) (Craig et al., 2003), το οποίο αποτελείται από 27 ερωτήσεις και είναι κατάλληλο για άτομα από 15 μέχρι 69 χρόνων. Για την ανάλυση των δεδομένων εφαρμόστηκαν στατιστικοί έλεγχοι ανάλυσης διακύμανσης και περιγραφική στατιστική. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι η ηλικία δεν αποτελεί σημαντικό παράγοντα πρόβλεψης για το συνολικό σκορ φυσικής δραστηριότητας, αν και οι νεότερες γυναίκες φάνηκε να αφιερώνουν περισσότερο χρόνο στη φυσική δραστηριότητα αναψυχής και οι μεγαλύτερες γυναίκες στη φυσική δραστηριότητα που σχετίζεται με οικιακές εργασίες. Συμπερασματικά η φυσική δραστηριότητα των γυναικών που έλαβαν μέρος στην έρευνα επηρεάζεται από την ηλικία, το μορφωτικό επίπεδο και την οικογενειακή κατάσταση, αλλά δεν επηρεάζεται σε σημαντικό βαθμό από την εργασιακή κατάσταση.

**Λέξεις - κλειδιά:** Φυσική δραστηριότητα, γυναίκες, δημογραφικοί παράγοντες, κοινωνικοί παράγοντες.

### Εισαγωγή

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα διάφορων ερευνών (Al-Nakeeb et al., 2012; Department of Health, 2011), οι γυναίκες τείνουν να υιοθετούν έναν πιο καθιστικό τρόπο ζωής σε σύγκριση με τους άντρες, ενώ επιδεικνύουν λιγότερο ενδιαφέρον για συμμετοχή σε φυσικές δραστηριότητες (Hallal et al., 2012). Έρευνα που πραγματοποιήθηκε σε 27 χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΕΕ), περιλαμβανομένης και της Κύπρου, έδειξε ότι οι άντρες συμμετέχουν περισσότερο σε αθλήματα από ότι οι γυναίκες (Ειδικό Ευρωβαρόμετρο 334, 2010). Με βάση την ίδια έρευνα το 57% των γυναικών δεν ασκείται καθόλου ή ασκείται λιγότερο από μία φορά τον μήνα.

### Σκοπός της έρευνας

Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν η καταγραφή της ΦΔ των γυναικών της πόλης της Λάρνακας και η διερεύνηση των παραγόντων που την επηρεάζουν (ηλικία, μόρφωση, εισόδημα, εργασία, οικογενειακή κατάσταση).

### Ανασκόπηση της βιβλιογραφίας

Αποτέλεσμα του καθιστικού τρόπου ζωής του σύγχρονου ανθρώπου αποτελούν τα συνεχώς αυξανόμενα ποσοστά παχυσαρκίας που παρατηρούνται σήμερα παγκόσμια. Σύμφωνα με έρευνα που

διεξήγαγε ο Σύνδεσμος Διαιτολόγων Κύπρου (2016), το 46,9% των ανδρών και το 26% των γυναικών στην Κύπρο εμπίπτει στην κατηγορία των υπέρβαρων, ενώ 28,8% των αντρών και 26,9% των γυναικών είναι παχύσαρκοι/ες.

Οι Sternfeld, Ainsworth και Quesenberry (1999), σε έρευνά τους σε γυναικείο πληθυσμό, επισημαίνουν ότι οι γυναίκες που είχαν υψηλότερα ποσοστά συμμετοχής σε φυσικές δραστηριότητες/αθλήματα και ήταν περισσότερο δραστήριες στη ζωή τους ήταν κυρίως νεαρότερες, λευκές, με κολεγιακή μόρφωση και χωρίς παιδιά. Σύμφωνα με τον Eyster (2003) οι νεαρότερες γυναίκες (20-30) ασκούνταν περισσότερο από τις μεγαλύτερες σε ηλικία (40-50), ενώ οι γυναίκες με ψηλότερο ετήσιο εισόδημα ασκούνταν περισσότερο από αυτές με χαμηλότερο εισόδημα. Επίσης, οι εργαζόμενες ασκούνταν περισσότερο συγκριτικά με αυτές που δεν εργάζονταν, ενώ γυναίκες με περισσότερα από ένα παιδιά ασκούνταν λιγότερο από αυτές που είχαν μόνο ένα. Η μόρφωση δεν φάνηκε να επηρεάζει σημαντικά τη φυσική δραστηριότητα.

Σε έρευνα που πραγματοποιήθηκε από τους Plotnikoff, Mayhew, Birkett, Loucaides και Fodor (2004), φάνηκε ότι οι γυναίκες που ασχολούνταν με καθιστική εργασία ασκούνταν και λιγότερο, σε αντίθεση με τους άντρες που έκαναν την ίδια εργασία. Επίσης, από την ίδια έρευνα δείχθηκε ότι γυναίκες που ανήκαν στην ομάδα ηλικίας 46-59 ασκούνται πολύ λιγότερο από γυναίκες μικρότερης ηλικίας. Ακόμη, άτομα που οι φίλοι τους συμμετείχαν σε φυσικές δραστηριότητες και άτομα με υψηλότερο επίπεδο μόρφωσης ασκούνταν περισσότερο.

## Μεθοδολογία

*Δείγμα:* Στην έρευνα επιλέγηκαν με τυχαία στρωματοποιημένη δειγματοληψία 240 γυναίκες ( $n=240$ ) ηλικίας από 20 μέχρι 60 χρόνων, από όλες τις γεωγραφικές περιοχές του Δήμου της Λάρνακας.

*Όργανα μέτρησης:* Για την αξιολόγηση της ΦΔ χρησιμοποιήθηκε το Διεθνές Ερωτηματολόγιο Φυσικής Δραστηριότητας (ΔΕΦΔ) (Craig et al., 2003), στο οποίο περιλήφθηκαν και ερωτήσεις για τα δημογραφικά στοιχεία των συμμετεχουσών.

*Διαδικασία συλλογής δεδομένων:* Η διαδικασία της έρευνας περιλάμβανε την αυτοαξιολόγηση της ΦΔ και την καταγραφή των δημογραφικών στοιχείων του δείγματος, για σκοπούς στρωματοποίησης. Η προσέγγιση των ατόμων που συμμετείχαν στην έρευνα πραγματοποιήθηκε στις πέντε μεγαλύτερες υπεραγορές της πόλης.

*Ανάλυση δεδομένων:* Η ανάλυση των δεδομένων πραγματοποιήθηκε με τη χρήση του στατιστικού προγράμματος SPSS. Αρχικά πραγματοποιήθηκε περιγραφική ανάλυση και στη συνέχεια ανάλυση διακύμανσης με δύο παράγοντες (two-way ANOVA) και ανάλυση διακύμανσης με έναν παράγοντα (one-way ANOVA).

## Αποτελέσματα

*Ηλικία και ΦΔ:* Δεν εντοπίστηκε σημαντική επίδραση του παράγοντα ηλικία στο συνολικό σκορ ΦΔ ( $F_{0.885}$ ,  $p>.05$ ,  $\eta^2=.50$ ). Όσον αφορά στις κύριες επιδράσεις, η επίδραση του παράγοντα ηλικία ήταν στατιστικά μη σημαντική ( $F_{1.980}$ ,  $p>.05$ ,  $\eta^2=.11$ ). Στατιστικά σημαντική κύρια επίδραση εντοπίστηκε, όμως, σε σχέση με τον παράγοντα ηλικία για τη μεταβλητή της ΦΔ που σχετίζεται με την αναψυχή ( $F_{4.024}$ ,  $p<.001$ ,  $\eta^2=.01$ ). Έτσι, γυναίκες μικρότερης ηλικίας φάνηκε ότι είναι σημαντικά πιο δραστήριες. Ειδικότερα, στατιστικά σημαντικές διαφορές ( $p<.001$ ) στη ΦΔ ήταν αυτές μεταξύ της ηλικιακής κατηγορίας γυναικών Α (20-29) και Δ (50-60).

*Μορφωτικό επίπεδο και ΦΔ:* Στατιστικά σημαντική βρέθηκε η επίδραση του μορφωτικού επιπέδου ( $F_{5.212}, p < .001, \eta^2 = .00$ ) με τις γυναίκες με χαμηλή μόρφωση να είναι σημαντικά πιο δραστήριες. Σημειώνεται ότι στατιστικά σημαντικές διαφορές ( $p < .001$ ) στη ΦΔ ήταν αυτές μεταξύ της κατηγορίας γυναικών Α (Απόφοιτες Λυκείου) και Γ (Πανεπιστημιακή μόρφωση). Στατιστικά σημαντική κύρια επίδραση εντοπίστηκε για τον παράγοντα μορφωτικό επίπεδο σε σχέση με τη μεταβλητή της ΦΔ στον χώρο εργασίας ( $F_{3.297}, p < .001, \eta^2 = .04$ ) και τη ΦΔ που σχετίζεται με τη φροντίδα του σπιτιού ( $F_{4.291}, p < .001, \eta^2 = .02$ ). Οι γυναίκες με χαμηλότερη μόρφωση φαίνεται να είναι σημαντικά πιο δραστήριες. Τέλος, στατιστικά σημαντική κύρια επίδραση εντοπίστηκε, επίσης, και για τον παράγοντα μορφωτικό επίπεδο σε σχέση και τη μεταβλητή που μετράει τον χρόνο που αφιερώνεται σε καθιστικές δραστηριότητες ( $F_{4.905}, p > .05, \eta^2 = .01$ ), με τις γυναίκες χαμηλότερης μόρφωσης να αφιερώνουν λιγότερο χρόνο σε καθιστικές δραστηριότητες.

*Εργασία και ΦΔ:* Η επίδραση του παράγοντα εργασία στη συνολική ΦΔ ήταν στατιστικά μη σημαντική ( $F_{0.239}, p > .05, \eta^2 = .63$ ). Τα αποτελέσματα της πολυμεταβλητής ανάλυσης διακύμανσης δεν ανέδειξαν σημαντικές αλληλεπιδράσεις του παράγοντα εργασία στις κύριες εξαρτημένες μεταβλητές.

*Οικογενειακή κατάσταση και ΦΔ:* Η επίδραση του παράγοντα οικογενειακή κατάσταση στη συνολική ΦΔ βρέθηκε οριακά σημαντική ( $F_{4.191}, p < .001, \eta^2 = .04$ ). Συγκεκριμένα, στατιστικά σημαντική βρέθηκε η επίδραση του εν λόγω παράγοντα στη ΦΔ μέτριας έντασης ( $F_{18.745}, p < .001, \eta^2 = .00$ ) με τις παντρεμένες γυναίκες να είναι σημαντικά πιο δραστήριες από τις ανύπαντρες. Τέλος, η επίδραση της οικογενειακής κατάστασης στη ΦΔ υψηλής έντασης ( $F_{0.000}, p < .001, \eta^2 = .98$ ), καθώς και στη ΦΔ που περιλαμβάνει περπάτημα σε άνετο ρυθμό ( $F_{0.443}, p > .05, \eta^2 = .51$ ), βρέθηκε στατιστικά μη σημαντική.

### **Συζήτηση - Συμπεράσματα**

Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι η ηλικία δεν αποτελεί σημαντικό παράγοντα πρόβλεψης για το συνολικό σκορ φυσικής δραστηριότητας, αν και οι νεότερες γυναίκες φάνηκε να αφιερώνουν περισσότερο χρόνο στη φυσική δραστηριότητα αναψυχής και οι μεγαλύτερες γυναίκες στη φυσική δραστηριότητα που σχετίζεται με οικιακές εργασίες. Οι γυναίκες με χαμηλότερο εκπαιδευτικό επίπεδο φάνηκε να είναι πιο δραστήριες από τις γυναίκες με υψηλότερο μορφωτικό επίπεδο. Επίσης οι έγγαμες γυναίκες είναι σημαντικά πιο δραστήριες από τις ανύπαντρες γυναίκες. Το μηνιαίο εισόδημα φάνηκε ότι επηρεάζει σημαντικά τη φυσική δραστηριότητα, καθώς οι γυναίκες με χαμηλότερο μηνιαίο εισόδημα βαθμολογούνται υψηλότερα στο συνολικό σκορ φυσικής δραστηριότητας. Τέλος, η απασχόληση ή η ανεργία δεν έδειξε σημαντική επίδραση στη συνολική επίδοση φυσικής δραστηριότητας.

Κατά τη γενίκευση των πιο πάνω συμπερασμάτων θα πρέπει να ληφθούν υπόψη οι περιορισμοί της παρούσας έρευνας και η δυσκολία στο να απομονωθούν οι παράγοντες που σχετίζονται με τη ΦΔ.

Η ΦΔ της Κύπριας γυναίκας αποτελεί ένα θέμα που χρήζει περαιτέρω έρευνας και μελέτης, αφού τα στοιχεία και οι πληροφορίες που έχουμε στη διάθεσή μας είναι περιορισμένα. Απαιτείται μελλοντική έρευνα και καταγραφή της ΦΔ των γυναικών της Κύπρου, η οποία θα διευκολύνει τον σχεδιασμό αποτελεσματικών παρεμβατικών προγραμμάτων φυσικής δραστηριότητας και άσκησης που θα καλύπτουν τις ανάγκες και απαιτήσεις της σύγχρονης Κύπριας γυναίκας.



Τα αποτελέσματα της έρευνας παρείχαν χρήσιμες πληροφορίες οι οποίες μπορούν να χρησιμοποιηθούν στον σχεδιασμό παρεμβατικών προγραμμάτων με στόχο την αύξηση του ποσοστού των γυναικών που γυμνάζονται συστηματικά. Σίγουρα απαιτείται περαιτέρω ενημέρωση του γυναικείου πληθυσμού για τα οφέλη και τις θετικές επιπτώσεις της άσκησης στην υγεία.

## Βιβλιογραφία

- Al-Nakeeb, Y., Lyons, M., Collins, P., Al-Nuaim, A., Al-Hazzaa, H., Duncan, M. J., & Nevill, A. (2012). Obesity, physical activity and sedentary behavior amongst British and Saudi youth: A cross-cultural study. *International Journal of Environmental Research & Public Health*, 9(4), 1490-1506.
- Craig, C. L., Marshall, A. L., Sjostrom, M., Bauman, A. E., Booth, M. E., & Ainsworth, B. E. (2003). International physical activity questionnaire 12-country reliability and validity. *Medicine & Science in Sport & Exercise*, 35, 1381-1395.
- Department of Health, (2011). Physical Activity, Health Improvement and Protection *Start Active, Stay Active: A Report on Physical Activity from the Four Home Countries' Chief Medical Officers*; Department of Health: London, UK.
- Eyler, A. A. (2003). Personal, social, and environmental correlates of physical activity in rural Midwestern white women. *American Journal of Preventive Medicine*, 25(3), 86-92.
- Freedson, P. S., Melanson, E., & Sirard, J. (1998). Calibration of the Computer Science and Applications, Inc. accelerometer. *Medicine & Science in Sports & Exercise*, 30(5), 777-781.
- Hallal, P. C., Andersen, L. B., Bull, F. C., Guthold, R., Haskell, W., Ekelund, U., & Lancet Physical Activity Series Working Group. (2012). Global physical activity levels: surveillance progress, pitfalls, and prospects. *The Lancet*, 380(9838), 247-257.
- Plotnikoff, R. C., Mayhew, A., Birkett, N., Loucaides, C. A., & Fodor, G. (2004). Age, gender and urban-rural differences in the correlates of physical activity. *Preventive Medicine*, 39(6), 1115-1125.
- Special Eurobarometer 334 (2010). Sport and Physical Activity.
- Sternfeld, B., Ainsworth, B. E., & Quesenberry, C. P. Jr. (1999). Physical activity in a diverse population in women. *Preventive Medicine*, 28, 313-323.
- Σύνδεσμος Διαιτολόγων και Διατροφολόγων Κύπρου (2016), Επιδημιολογική έρευνα για το ποσοστό της παχυσαρκίας και υπερβάλλοντος βάρους στην Κύπρο και διαπίστωση των διατροφικών συνηθειών του Κύπριου πολίτη. Ανακτήθηκε στις 12.11.2017, από: <http://cydadiet.org/arhra/epidhmiologikh-ereyna-gia-to-pososto-ths-paxysarkias-kai-yperballontos-baroys-sthn-kypro-kai-diapistwsh-twn-diatrofikwn-synhdeiwn-toy-kyprioypolith>



## **BRANDING & KATHRINE SWITZER: ΑΠΟ ΤΟ ΟΝΕΙΡΟ ΣΤΗΝ ΠΡΑΓΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗ ΤΟΥ ΓΥΝΑΙΚΕΙΟΥ ΜΑΡΑΘΩΝΙΟΥ**

**Μελαχροινού, Α. & Αστραπέλλος, Κ.**

**ΤΕΦΑΑ, ΔΠΘ**

### **Περίληψη**

I've learned that finishing a Marathon isn't just an athletic achievement, it is a state of mind. A state of mind that says anything is possible (John Hanc, the essential runner). Κάτι τέτοιο ίσως είχε το 1967 η Kathrine Switzer στο μυαλό της όταν αποφάσισε να τρέξει τον μαραθώνιο της Βοστώνης. Αυτή την πρώτη απόπειρα ακολούθησε εκείνη των Αγώνων του Λος Άντζελες, το 1984, όπου για πρώτη φορά στην Ολυμπιακή ιστορία πραγματοποιήθηκε αγώνας Μαραθωνίου γυναικών. Σκοπός της παρούσας εργασίας ήταν η καταγραφή της σταδιακής συμμετοχής των γυναικών σε αθλητικά δρώμενα, η αποκωδικοποίηση των διαδικασιών θεσμοθέτησης του Μαραθωνίου γυναικών, και η ανάδειξη των της παρουσίας τους στο χώρο του αθλητισμού. Η μεθοδολογία που ακολουθήθηκε ήταν αυτή της ανασκόπησης της σχετικής βιβλιογραφίας μέσω του διαδικτύου, κυρίως άρθρων και βιβλίων που γράφτηκαν σχετικά με την αθλήτρια είτε από την ίδια, είτε από άλλους συγγραφείς. Σήμερα οι γυναίκες συμμετέχουν σε αγώνες αντοχής επιτυγχάνουν σημαντικά ρεκόρ, περνώντας το μήνυμα της ισότητας μεταξύ των δύο φύλων.

**Λέξεις - κλειδιά:** Μαραθώνιος, Kathrine Switzer, γυναίκες αθλήτριες.