

## Προφορικές & Αναρτημένες Ανακοινώσεις του 15<sup>ου</sup> Διεθνούς Συνεδρίου Φυσικής Αγωγής & Αθλητισμού

### Oral & Poster Presentations of the 15<sup>th</sup> International Congress of Physical Education & Sport



#### Θεματική Ενότητα: Οργάνωση & Διοίκηση του Αθλητισμού Section: Sports Management

#### ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΩΝ ΤΜΗΜΑΤΩΝ ΑΘΛΗΤΙΚΗΣ ΔΙΕΥΚΟΛΥΝΣΗΣ

Αυγερινού Β., Μουντάκης Κ., Κυπραίος Γ.

#### EVALUATION OF THE SPORT FACILITATION CLASSES

V. Avgerinou, K. Mountakis, G. Kipraios

Ενόψει της διεκδίκησης των Ολυμπιακών Αγώνων του 1996, το σχολικό έτος 1988-89 ιδρύθηκαν τα πρώτα Τμήματα Αθλητικής Διευκόλυνσης (Τ.Α.Δ.) στην Ελλάδα, με σκοπό την καλλιέργεια των αθλητικών ταλέντων κατά τα διεθνή πρότυπα. Το 2004-2005 λειτουργούσαν 439 Τ.Α.Δ. σε 111 γυμνάσια σε 106 πόλεις και 73 Ε.Τ.Α.Δ. σε 19 Λύκεια σε 13 πόλεις της χώρας. Ο αριθμός των φοιτούντων μαθητών στα Τ.Α.Δ. ήταν 8.043 και στα Ε.Τ.Α.Δ. 1.003, ενώ ο αριθμός των διδασκόντων καθηγητών 724 και 124 αντίστοιχα. Σκοπός της παρούσας εργασίας ήταν να εξετάσει κατά πόσο ο θεσμός αυτός πέτυχε το σκοπό του, σε συνδυασμό με τους μορφωτικούς στόχους της δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης. Η έρευνα έγινε με τη μέθοδο του ερωτηματολογίου σε δείγμα 1.587 μαθητών Τ.Α.Δ. και 114 μαθητών Ε.Τ.Α.Δ., καθώς και σε δείγμα 420 καθηγητών Τ.Α.Δ. και 50 καθηγητών Ε.Τ.Α.Δ. κατά την χρονική περίοδο από τον Οκτώβριο του 2004 ως το Φεβρουάριο του 2005. Τα αποτελέσματα αναδεικνύουν τα προβλήματα του θεσμού: στον τομέα της αθλητικής επίδοσης οι συμμετοχές και οι διακρίσεις των μαθητών σε σημαντικούς αγώνες είναι ελάχιστες, ενώ παράλληλα οι μαθητές των Τμημάτων αυτών υστερούν βαθμολογικά σε σχέση με τους συμμαθητές τους. Κύριοι λόγοι για την αποτυχία του θεσμού είναι η απουσία επιστημονικού σχεδιασμού και η μη συνεργασία με τις Ομοσπονδίες και τα σωματεία των μαθητών - αθλητών.

#### ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΤΩΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΤΩΝ ΑΙΤΙΩΝ ΤΟΥΣ ΜΕΤΑΞΥ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ Π.Α.Ε. ΚΑΙ ΕΥΡΩΠΑΪΚΩΝ ΠΟΔΟΣΦΑΙΡΙΚΩΝ ΟΜΑΔΩΝ

Αυγερινού Β., Κωνσταντίνος Π., Μουντάκης Κ.

#### COMPARISON OF THE FINANCIAL PROBLEMS AND THEIR CAUSES BETWEEN GREEK AND EUROPEAN FOOTBALL CLUBS

V. Avgerinou, P. Konstantinacos, K. Mountakis

Σκοπός της παρούσας εργασίας ήταν η παρατήρηση της οικονομικής κατάστασης των ποδοσφαιρικών ομάδων σε 8 Ευρωπαϊκές χώρες (Αγγλία, Σκωτία, Ιταλία, Γερμανία, Πορτογαλία, Ισπανία, Γαλλία, Βέλγιο), η διερεύνηση της οικονομικής κατάστασης των ελληνικών Ποδοσφαιρικών Ανωνύμων Εταιριών (Π.Α.Ε.) και ο εντοπισμός κοινών στοιχείων και αιτιών. Η μεθοδολογία που χρησιμοποιήθηκε ήταν η ανασκόπηση της διεθνούς βιβλιογραφίας για τα οικονομικά στοιχεία των Ευρωπαϊκών ομάδων και η μελέτη των θεμελιωδών μεγεθών των οικονομικών καταστάσεων (δημοσιευμένων ισολογισμών και λογαριασμών αποτελεσμάτων χρήσης) των περιόδων από 1996 - 1997 έως 2004 - 2005 (των τελευταίων 9 ετών) για τις ελληνικές Π.Α.Ε. της Α' Εθνικής κατηγορίας (149 ισολογισμοί). Στις ευρωπαϊκές ποδοσφαιρικές ομάδες τα κύρια οικονομικά προβλήματα είναι η ανισορροπία εσόδων-εξόδων, οι αυξημένες υποχρεώσεις και οι ζημίες σε μεγάλο αριθμό ομάδων. Αν και οι παραπάνω 8 χώρες διαφέρουν σημαντικά ως προς τον πληθυσμό και την αγωνιστική δύναμη των ομάδων, τα οικονομικά προβλήματα που αναφέρθηκαν είναι κοινά στις περισσότερες χώρες. Οι οικονομικές καταστάσεις αποκαλύπτουν ότι οι ελληνικές Π.Α.Ε. στην συντριπτική τους πλειοψηφία παρουσιάζουν ζημίες, ανισορροπία εσόδων και μισθών και αυξημένες υποχρεώσεις. Κάποιες από τις αιτίες, στις οποίες αποδίδονται τα παραπάνω φαινόμενα στις ευρωπαϊκές χώρες, φαίνεται ότι ισχύουν και στην Ελλάδα: συγκεντρωτισμός του πρωταθλήματος (κατάληψη των πρώτων θέσεων από 3 ομάδες), κακή οικονομική διαχείριση (οι μισθοί ξεπερνούν τα έσοδα) και ιδιοκτησία και διοίκηση από τα ίδια άτομα.

#### ΑΝΤΙΛΑΜΒΑΝΟΜΕΝΗ ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΦΙΛΑΘΛΩΝ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΩΝ ΣΩΜΑΤΕΙΩΝ ΤΗΣ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ

Μπάρλας Α., Κουστέλιος Α., Μπεκιάρης Α., Θεοδωράκης Ν.

\* Η συμμετοχή στο συνέδριο με προφορική ή αναρτημένη ανακοίνωση πιστοποιείται από το παρόν ηλεκτρονικό αρχείο.

\* The participation in the congress with an oral or poster presentation is certified through this electronic file.

## Προφορικές & Αναρτημένες Ανακοινώσεις του 15<sup>ου</sup> Διεθνούς Συνεδρίου Φυσικής Αγωγής & Αθλητισμού

### Oral & Poster Presentations of the 15<sup>th</sup> International Congress of Physical Education & Sport



#### PERCEIVED SERVICE QUALITY OF SPECTATORS IN PROFESSIONAL SPORTS

A. Mparlas, A. Koustelios, A. Mpekiaris, N. Theodorakis

Σκοπός της παρούσας εργασίας ήταν να εξεταστεί το επίπεδο των διαστάσεων της αντιλαμβανόμενης ποιότητας υπηρεσιών φιλάθλων επαγγελματικών σωματείων ποδοσφαίρου και καλαθοσφαίρισης. Το δείγμα της έρευνας αποτέλεσαν 257 (n=257) φίλαθλοι επαγγελματικών σωματείων ποδοσφαίρου και καλαθοσφαίρισης που εδρεύουν στη Θεσσαλία. Για τη διερεύνηση του επιπέδου των πέντε διαστάσεων της ποιότητας υπηρεσιών (Εγκαταστάσεις, Προσωπικό, Πρόσβαση, Ασφάλεια, Αξιοπιστία Ομάδας) χρησιμοποιήθηκε η κλίμακα SPORTSERV (Theodorakis & Kambitsis, 1998) με την προσθήκη τριών επιπλέον ερωτημάτων. Οι φίλαθλοι εξέφρασαν τις αντιλήψεις τους σε μια επταβάθμια κλίμακα Likert από το Συμφωνώ Απόλυτα (1) έως το Διαφωνώ Απόλυτα (7). Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι το επίπεδο ποιότητας υπηρεσιών είναι σχετικά υψηλό, με τον παράγοντα "Ασφάλεια" να σημειώνει τις υψηλότερες τιμές (M= 5.95, SD= 1.11), γεγονός που οδηγεί στο συμπέρασμα πως η αίσθηση ασφάλειας τόσο μέσα όσο και έξω από την αγωνιστική εγκατάσταση, αλλά και η ασφαλής πρόσβαση στην κερκίδα αποτελούν σημαντικά κριτήρια ποιότητας υπηρεσιών για τους φιλάθλους.

#### Η ΕΠΑΝΟΔΟΣ ΤΗΣ ΡΥΜΑ ΣΤΟ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ ΠΡΟΣΚΗΝΙΟ ΚΑΙ Η ΚΥΡΙΑΡΧΙΑ ΤΗΣ ΣΤΟ ΧΩΡΟ ΤΟΥ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ.

Μπίνος Α., Καράκος Π., Μπουρονίκος Β.

#### THE COMEBACK OF PUMA IN THE INTERNATIONAL MARKET AND ITS SUPERIORITY IN THE SPORTS EQUIPMENT AREA

A. Mpinos, P. Karakos, V. Mpouronikos

Στις μέρες μας ο ανταγωνισμός στον εμπορικό τομέα και ειδικότερα στον αθλητικό τομέα είναι πολύ μεγάλος. Για να μπορεί μια εταιρεία να είναι ανταγωνιστική στη διεθνή αγορά θα πρέπει να ακολουθεί τα βήματα του αθλητικού μάρκετινγκ. Η έρευνα αυτή παρουσιάζει τις κινήσεις που έκανε η εταιρεία αθλητικών ειδών PUMA και κατόρθωσε να αναστηλωθεί από την οικονομική κρίση που παρουσίασε το 1993. Επίσης, αναλύει τα διοικητικά στάδια από τα οποία πέρασε η εταιρεία για να γίνει το 2006-2007 η πιο επιτυχημένη εμπορική "μάρκα" αθλητικών ειδών παγκοσμίως. Πιο συγκεκριμένα θα αναλυθούν οι στρατηγικές στον τομέα της διοίκησης (management) που ακολούθησε και θα παρουσιαστεί μια πραγματική υπόθεση (case study) του παγκοσμίου κυπέλλου ποδοσφαίρου 2006, όπου η Puma είχε συμβόλαιο με 12 ομάδες, ενώ η Nike είχε συμβόλαιο με 8 ομάδες και η Adidas με 6 ομάδες.

#### ΚΑΤΑΓΡΑΦΗ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΠΟΥ ΠΑΡΕΧΟΥΝ ΙΔΙΩΤΙΚΑ ΓΥΜΝΑΣΤΗΡΙΑ ΣΤΗΝ ΗΛΕΙΑ (ΕΛΛΑΔΑ)

Φουσκαρίνης Κ., Υφαντίδου Γ.

#### RECORD AND EVALUATION OF SERVICE QUALITY OF PRIVATE FITNESS CENTERS AT ELEIA, GREECE

K. Fouskarinis, G. Yfantidou

Ο σκοπός της έρευνας ήταν η καταγραφή και αξιολόγηση της ποιότητας των υπηρεσιών που παρέχουν ιδιωτικά γυμναστήρια της Ηλείας. Για τη διερεύνηση της ποιότητας υπηρεσιών χρησιμοποιήθηκε η κλίμακα ποιότητας υπηρεσιών του Alexandris (2002). Το δείγμα αποτέλεσαν 217 πελάτες έξι (6) ιδιωτικών γυμναστηρίων της Ηλείας. Η παραγοντική ανάλυση επιβεβαίωσε σε μεγάλο βαθμό την εγκυρότητα της κλίμακας του Alexandris (2002), καθώς προέκυψαν 7 παράγοντες: Αξιοπιστία, εγκαταστάσεις και προγράμματα, γυμναστές, αποτελέσματα στην υγεία, προσωπικό, εξυπηρέτηση, αποτελέσματα στην κοινωνικότητά. Από τις απαντήσεις των πελατών στις επταβάθμιες κλίμακες προέκυψε ότι οι αντιλήψεις τους για όλες τις διαστάσεις της ποιότητας υπηρεσιών ήταν πολύ θετικές με σκορ 6.58 για την αξιοπιστία του γυμναστηρίου, 6.04 για τις εγκαταστάσεις και τα προγράμματα, 6.40 για τους γυμναστές, 6.69 για τα αποτελέσματα στην υγεία τους, 6.54 για το προσωπικό, 6.42 για την εξυπηρέτηση, και 6.39 για τα αποτελέσματα στην κοινωνικότητά τους. Από τις αναλύσεις διακύμανσης προέκυψε στατιστικά σημαντική επίδραση της τοποθεσίας του γυμναστηρίου στις εγκαταστάσεις και τα προγράμματα, στην αξιοπιστία του γυμναστηρίου και στην εξυπηρέτηση των πελατών. Καθώς και

\* Η συμμετοχή στο συνέδριο με προφορική ή αναρτημένη ανακοίνωση πιστοποιείται από το παρόν ηλεκτρονικό αρχείο.

\* The participation in the congress with an oral or poster presentation is certified through this electronic file.

## Προφορικές & Αναρτημένες Ανακοινώσεις του 15<sup>ου</sup> Διεθνούς Συνεδρίου Φυσικής Αγωγής & Αθλητισμού

### Oral & Poster Presentations of the 15<sup>th</sup> International Congress of Physical Education & Sport



στατιστικά σημαντική επίδραση του φύλου των πελατών στους παράγοντες που περιγράφουν το προσωπικό και τους γυμναστές. Οι απόψεις των πελατών για την ποιότητα υπηρεσιών των γυμναστηρίων ήταν θετικές. Διαφαίνεται ότι τα γυμναστήρια που δραστηριοποιούνται σε αστικές περιοχές παρέχουν ποιοτικότερες υπηρεσίες, είναι περισσότερο ακριβή και αξιόπιστα, σε σχέση με τα γυμναστήρια αγροτικών περιοχών. Επίσης, άνδρες και γυναίκες αντιλαμβάνονται διαφορετικά την ποιότητα που αφορά στους γυμναστές και το υπόλοιπο προσωπικό του γυμναστηρίου.

#### Η ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗ ΤΟΥ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΠΙΣΤΗΜΗ ΤΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΣΤΗΝ ΑΝΑΨΥΧΗ.

Φράγκος Σ., Ιωαννίδου Μ., Υφαντίδου Γ.

#### THE USE OF SOCIAL MARKETING BY THE SCIENCE OF SOCIAL WORK IN RECREATION S. Fragkos, M. Ioannidou, G. Yfantidou

Ένα εργαλείο δράσης όπως το κοινωνικό μάρκετινγκ μπορεί να προσφέρει πολλά στην αποδοχή μιας επιθυμητής συμπεριφοράς, προς όφελος του ατόμου και της κοινωνίας ταυτόχρονα. Η επίτευξη τόσο της πρόληψης όσο και της καταστολής μιας προβληματικής κατάστασης μπορεί να αποτελέσει πρόκληση για το κοινωνικό μάρκετινγκ (Andreasen, 2002; Shaughnessy, 1996). Η αξιοποίησή του, ως εργαλείο από τους επαγγελματίες των κοινωνικών επιστημών, συμπεριλαμβανομένων και των κοινωνικών λειτουργών, εναπόκειται στην αξιολογική τους κρίση και στην δεκτικότητά τους, απέναντι στις νέες μεθόδους παρεμβατικότητας. Το παρόν άρθρο προσεγγίζει τον τρόπο με τον οποίο η επιστήμη της κοινωνικής εργασίας μπορεί να αξιοποιήσει το εργαλείο που ονομάζεται Κοινωνικό Μάρκετινγκ με στόχο την προώθηση των προγραμμάτων αναψυχής και την διαχείριση του ελεύθερου χρόνου γενικότερα. Στο ερώτημα εάν εφαρμόζοντας το κοινωνικό μάρκετινγκ παρεμβαίνει η κοινωνική εργασία στους χώρους άλλων επιστημών π.χ. οικονομικών επιστημών, η απάντηση είναι απλή. Τα όρια ειδικά στις επιστήμες, που ασχολούνται με την ανθρώπινη συμπεριφορά είναι εικονικά. Άλλωστε το ζητούμενο είναι η βελτίωση της ποιότητας ζωής των ανθρώπων μέσα από την επίτευξη της κοινωνικής αλλαγής, ασχέτως εάν είναι σαφή ή δυσδιάκριτα τα όρια παρέμβασης μιας επιστήμης. Κοινό χαρακτηριστικό του κοινωνικού μάρκετινγκ και της κοινωνικής εργασίας είναι η δράση στα πλαίσια της κοινωνικής δικαιοσύνης. Η κοινωνική φροντίδα και δικαιοσύνη είναι δύο όροι αλληλένδετοι στην εφαρμογή της κοινωνικής εργασίας. Δεν μπορεί να αποδοθεί το ένα χωρίς το άλλο. Η κοινωνική δικαιοσύνη χωρίς την φροντίδα είναι σκληρή ενώ η κοινωνική φροντίδα χωρίς την κοινωνική δικαιοσύνη είναι ασύλληπτη (Orme, 2002).

#### ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΟΥ SERVICE QUALITY SCALE ΣΕ ΑΘΛΟΥΜΕΝΟΥΣ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ Α.Ε.Ι. ΚΑΙ Τ.Ε.Ι

Γδοντέλη Κ., Μουντάκης Κ., Κωνσταντινάκος Π.

#### EVALUATION OF THE SERVICE QUALITY SCALE BY UNIVERSITY SPORT INTRAMURAL PARTICIPANTS

K. Gdonteli, K. Mountakis, P. Konstantinacos

Η παροχή ποιότητας υπηρεσιών είναι ένα σημαντικό θέμα στη βιβλιογραφία του μάρκετινγκ, αφού σχετίζεται με την ικανοποίηση και τη συγκράτηση των πελατών (Zeithaml, et al 1996). Για τη μέτρησή της στον αθλητισμό χρησιμοποιείται σήμερα το Service Quality Scale των Alexandris, et al (2004), το οποίο έχει χρησιμοποιηθεί ευρέως σε ιδιωτικά, αλλά και σε πανεπιστημιακά γυμναστήρια στην Ελλάδα. Σκοπός της παρούσας μελέτης είναι η αξιολόγηση της παρεχόμενης ποιότητας υπηρεσιών των γυμναστηρίων ΑΕΙ και ΤΕΙ της χώρας, όπως την αντιλαμβάνονται οι φοιτητές-τριες που συμμετέχουν στα προγράμματα άθλησης των ιδρυμάτων αυτών. Το ερωτηματολόγιο δόθηκε σε 383 φοιτητές και 230 φοιτήτριες (N=613), με μέσο όρο ηλικίας 20,4 (SD=1.9) έτη, μέλη οκτώ γυμναστηρίων που ανήκουν σε ΑΕΙ και ΤΕΙ της πρωτεύουσας και της περιφέρειας. Η εικοσιέξι (26) ερωτημάτων κλίμακα αποτελείται από πέντε υποκλίμακες: α) Εγκαταστάσεις, β) Προσωπικό, γ) Ανταπόκριση, δ) Αξιοπιστία, και ε) Προγράμματα. Οι απαντήσεις δόθηκαν σε επταβάθμια κλίμακα τύπου Likert. Η στατιστική ανάλυση έδειξε ότι οι φοιτητές-τριες είναι ικανοποιημένοι από τις υπηρεσίες των γυμναστηρίων. Η μεγαλύτερη ικανοποίηση παρατηρήθηκε στον παράγοντα των «προγραμμάτων» (M=5.5, SD=1.3), ενώ η χαμηλότερη παρατηρήθηκε στον παράγοντα «ανταπόκριση» (M=4.3, SD=1.5). Η στατιστική ανάλυση των πέντε

\* Η συμμετοχή στο συνέδριο με προφορική ή αναρτημένη ανακοίνωση πιστοποιείται από το παρόν ηλεκτρονικό αρχείο.

\* The participation in the congress with an oral or poster presentation is certified through this electronic file.

## Προφορικές & Αναρτημένες Ανακοινώσεις του 15<sup>ου</sup> Διεθνούς Συνεδρίου Φυσικής Αγωγής & Αθλητισμού

### Oral & Poster Presentations of the 15<sup>th</sup> International Congress of Physical Education & Sport



παραγόντων σε σχέση με τα δύο φύλα στη πολυμεταβλητική ανάλυση διασποράς (MANOVA) έδειξε σημαντικές διαφορές και στους πέντε παράγοντες στο Wilk's Lambda με πιθανότητα  $p=.001$ . Στη διακριτή ανάλυση που ακολούθησε βρέθηκε ότι οι φοιτήτριες βαθμολόγησαν υψηλότερα από τους φοιτητές τους παράγοντες «προγράμματα» και «εγκαταστάσεις» ( $p<.05$ ). Συμπερασματικά, διακρίνεται η βαθύτερη ανάγκη των φοιτητών-τριών για άθληση, επιβεβαιώνοντας παλαιότερη έρευνα (Πατσάκας, και συν. 2005). Παράλληλα, φαίνεται ότι οι φοιτήτριες είναι περισσότερο ικανοποιημένες και ενδεχόμενα δεν έχουν μεγάλες απαιτήσεις. Τα αποτελέσματα αυτά θα μπορούσαν να συνδεθούν με έρευνα που διεξήχθη στον ίδιο πληθυσμό σχετικά με τα κίνητρα και τους περιοριστικούς παράγοντες, όπου οι φοιτήτριες είχαν και πάλι υψηλότερη επίδοση (Gdonteli.K., et al 2007 in press), δεδομένου ότι οι Zeithaml, et al (1996) υποστήριξαν πως η ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών έχει απ' ευθείας επίδραση σε συμπεριφοριστικές προθέσεις.

#### ΜΕΤΑΟΛΥΜΠΙΑΚΗ ΧΡΗΣΗ ΤΟΥ ΠΑΓΚΡΗΤΙΟΥ ΣΤΑΔΙΟΥ

Γιακουμάκης Π., Καρδίτσας Γ., Τσιαβλής Δ.

#### POST OLYMPIC GAMES USE OF PANCTRETEON STADIUM

P. Giakoumakis, G. Karditsas, D. Tsiavlis

Με αφορμή τους Ολυμπιακούς Αγώνες η χώρα μας απέκτησε σύγχρονες αθλητικές εγκαταστάσεις. Από τα βασικότερα θέματα που απασχολούν την τοπική αυτοδιοίκηση, τους φορείς του αθλητισμού και την κυβέρνηση είναι η μεταολυμπιακή χρήση των εγκαταστάσεων αυτών. Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν να μελετήσει τη μεταολυμπιακή χρήση του Παγκρήτιου σταδίου. Η μεθοδολογία που χρησιμοποιήθηκε ήταν η συνέντευξη στελεχών του Δημοτικού Οργανισμού «ΗΡΑΚΛΕΙΟ 2004» και του σταδίου, καθώς επίσης και έρευνα στο διαδίκτυο. Τα αποτελέσματα της έρευνας έδειξαν ότι το Παγκρήτιο στάδιο διαθέτει τις προδιαγραφές για: α) τη φιλοξενία και ανάπτυξη πολλών (δημοφιλών, αλλά και νέων) αθλημάτων, β) τη διοργάνωση γεγονότων εθνικού και διεθνούς επιπέδου, και γ) την ανάπτυξη δράσεων αθλητικού και εναλλακτικού τουρισμού. Στους στόχους των αρμόδιων αρχών περιλαμβάνεται και η ανάπτυξη εμπορικών δράσεων στους χώρους του σταδίου, οι οποίες θα αποφέρουν έσοδα που θα χρησιμοποιηθούν για τη συντήρησή του, και για την ανάπτυξη πολιτιστικών δράσεων.

#### ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΟΥ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΟΣ ΚΑΙ ΤΗΣ ΧΡΗΣΗΣ ΤΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ ΣΕ ΠΟΔΟΣΦΑΙΡΙΣΤΕΣ ΕΡΑΣΙΤΕΧΝΙΚΩΝ ΚΑΤΗΓΟΡΙΩΝ

Ιγνατιάδης Κ., Τσιτσακάρη Έ., Τσιτσακάρης Γ., Τσιμπής Ι.

#### EVALUATION OF SPORT INTEREST AND THE USE OF INTERNET BY AMATEUR FOOTBALLERS

K. Ignatiadis, E. Tsitskari, G. Tsitskaris, I. Tsimpis

Με διάφορους τρόπους, και για διάφορους λόγους, ο αθλητισμός προκαλεί στο Ίντερνετ έντονο ενδιαφέρον (Brunelli & Semprini, 2000). Στα πλαίσια της έρευνας αυτής μελετήθηκαν οι κύριοι εκφραστές της φίλαθλης νοοτροπίας, δηλαδή οι ίδιοι οι αθλητές ερασιτεχνικών –όμως- κατηγοριών ποδοσφαίρου. Στόχος ήταν να συλλέξει τα δημογραφικά και ψυχογραφικά χαρακτηριστικά ποδοσφαιριστών της Α' Ερασιτεχνικής Κατηγορίας του Νομού Θεσσαλονίκης αναφορικά με το πώς επιλέγουν να ενημερώνονται για τον αθλητισμό αλλά και για τη σχέση τους με το Διαδίκτυο. Το δείγμα αποτέλεσαν 200 άτομα, όλοι αθλητές της Α' Ερασιτεχνικής Κατηγορίας Ποδοσφαίρου του Νομού Θεσσαλονίκης. Ως όργανο συλλογής των δεδομένων χρησιμοποιήθηκε το «Ερωτηματολόγιο Προτιμήσεων» των Τσιτσακάρη, Κώστα, Τζέτζης & Κιουμουρτζόγλου, (2003). Στο ερωτηματολόγιο απάντησαν οι 10 από τις 17 ομάδες της Κατηγορίας κατά το μήνα Νοέμβριο (2006). Πραγματοποιήθηκαν Επιβεβαιωτική Παραγοντική Ανάλυση και Αναλύσεις Αξιοπιστίας των μεταβλητών του ερωτηματολογίου. Από τις αναλύσεις αυτές προέκυψαν οι παράγοντες: α) «Αθλητικό ενδιαφέρον & ενημέρωση», με 12 μεταβλητές ( $\alpha=.83$ ) και β) «Χρήση & εξοικείωση με το Δίκτυο» με 21 μεταβλητές ( $\alpha=.80$ ). Στη συνέχεια, πραγματοποιήθηκαν Αναλύσεις Συχνότητας, προκειμένου να βρεθούν τα δημογραφικά χαρακτηριστικά του δείγματος. Βρέθηκε ότι: α) το 58,5% ήταν ηλικίας 19-25 ετών, β) το 44% ήταν απόφοιτοι Λυκείου και το 32,5% πτυχιούχοι κάποιας Πανεπιστημιακής Σχολής. Βρέθηκε, ακόμη, ότι: α) το 94,5% των απαντητών δήλωσαν φίλαθλοι κάποιας ομάδας, β) το 66,5% δήλωσαν ότι χρησιμοποιούσαν ηλεκτρονικό υπολογιστή, γ) το 57% δήλωσαν χρήστες του Διαδικτύου. Τέλος, οι αθλητές του δείγματος αξιολογούν

\* Η συμμετοχή στο συνέδριο με προφορική ή αναρτημένη ανακοίνωση πιστοποιείται από το παρόν ηλεκτρονικό αρχείο.

\* The participation in the congress with an oral or poster presentation is certified through this electronic file.

## Προφορικές & Αναρτημένες Ανακοινώσεις του 15<sup>ου</sup> Διεθνούς Συνεδρίου Φυσικής Αγωγής & Αθλητισμού

### Oral & Poster Presentations of the 15<sup>th</sup> International Congress of Physical Education & Sport



θετικότερα τον παράγοντα «Αθλητικό ενδιαφέρον & ενημέρωση» (Μ.Ο.=3,65) σε σχέση με τον παράγοντα «Χρήση & εξοικείωση με το Δίκτυο» (Μ.Ο.=2,73). Αν και με τον περιορισμό της συλλογής δεδομένων από συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή και τμήμα του πληθυσμού, τα δημογραφικά αποτελέσματα δε διέφεραν από ανάλογες έρευνες που έχουν πραγματοποιηθεί σε δικτυακούς χρήστες και στη σχέση αυτών με φιλάθλους. Το Διαδίκτυο αλλάζει, στη σημερινή εποχή, τον τρόπο με τον οποίο οι αθλητικοί οργανισμοί και οι μάρκετερ αυτών προσεγγίζουν τους πελάτες τους και καταδεικνύει τη δυνατότητα ανάπτυξης νέων καναλιών επικοινωνίας για την επίτευξη του στόχου αυτού. Νεότερες έρευνες αναφέρονται σε σημαντική αύξηση των Ελλήνων διαδικτυακών χρηστών (ΤΑ ΝΕΑ, Δεκέμβριος 2006) αν και η συγκεκριμένη μελέτη δε δείχνει το Διαδίκτυο να έχει εισχωρήσει σημαντικά στη ζωή και στην αθλητική ενημέρωση των αθλητών.

#### ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΣΥΝΕΙΣΦΕΡΟΥΝ ΣΤΗΝ ΑΥΞΗΣΗ ΤΗΣ ΑΦΟΣΙΩΣΗΣ ΤΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ ΣΤΑ ΓΥΜΝΑΣΤΗΡΙΑ

Καραγκούνης

Π.

#### FACTORS CONTRIBUTING TO THE IMPROVEMENT OF LOYALTY LEVELS AMONG FITNESS CLUB CUSTOMERS

P. Karagkounis

Η αναγκαιότητα της έρευνας στο χώρο της αφοσίωσης πελατών γυμναστηρίων είναι σήμερα περισσότερο από κάθε άλλη φορά επιτακτική. Ο ανταγωνισμός στην αγορά των γυμναστηρίων είναι αυξανόμενος στην Ελλάδα αλλά και στο διεθνή χώρο, ενώ υπάρχει μεγάλο πρόβλημα στην διατηρησιμότητα των πελατών. Τα γυμναστήρια στην Αμερική κατά μέσο όρο χάνουν 40% από τους πελάτες τους κάθε χρόνο (Sawyer & Smith, 1999). Επιπλέον, το 50% των ατόμων που ξεκινούν να συμμετέχουν σε αθλητικά προγράμματα σταματούν τους 6 πρώτους μήνες (Gerson, 1999). Τα νούμερα αυτά είναι ακόμα υψηλότερα στην Ελλάδα. Στόχος της παρούσας εργασίας ήταν η εξέταση της δυνατότητας πρόβλεψης της αφοσίωσης των πελατών γυμναστηρίων από το συναισθηματικό στοιχείο των στάσεων και την εμπιστοσύνη τους προς μια συγκεκριμένη μάρκα γυμναστηρίου. Το ερωτηματολόγιο που χρησιμοποιήθηκε ήταν προσαρμοσμένο από τους Gladder & Funk (2002), και περιλάμβανε τις διαστάσεις: 1) «Εμπιστοσύνη στην επωνυμία», η οποία μετρήθηκε με 3 κλίμακες: α) Σταθερότητα (3 θέματα), β) Αξιοπιστία (3 θέματα), γ) Δημοτικότητα (3 θέματα), 2) «Συναισθηματικό στοιχείο των στάσεων», η οποία μετρήθηκε με 5 κλίμακες: α) Νοσταλγία (3 θέματα), β) Αποδοχή από τον κοινωνικό περίγυρο (4 θέματα), γ) Διαφυγή (3 θέματα), δ) Σήμα της εταιρίας (3 θέματα), ε) Διοίκηση (3 θέματα), και 3) «Πρόθεση για συνέχιση της συμμετοχής», η οποία μετρήθηκε με μία κλίμακα (Alexandris & Carroll 1997) (3 θέματα). Το ερωτηματολόγιο απαντήθηκε από 100 πελάτες ιδιωτικής αλυσίδας γυμναστηρίων της Θεσσαλονίκης που επιλέχθηκαν τυχαία. Η ανάλυση παλινδρόμησης έδειξε ότι τα γνωστικά (εμπιστοσύνη στην επωνυμία) και συναισθηματικά στοιχεία των στάσεων προέβλεψαν συνολικά το 46% από τη διακύμανση της πρόθεσης. (F=9.8, p<.001). Τα βασικά συμπεράσματα της έρευνας συνοψίζονται στα ακόλουθα σημεία: Οι κλίμακες που χρησιμοποιήθηκαν είναι αξιόπιστες και μπορούν να εξελιχθούν περαιτέρω. Οι δύο έννοιες (εμπιστοσύνη και συναισθηματικό στοιχείο των στάσεων) έχουν τη δυνατότητα να προβλέψουν την αφοσίωση των πελατών. Το θέμα της αξιοπιστίας είναι σημαντικό και δεν έχει επιτευχθεί από τη διοίκηση του συγκεκριμένου γυμναστηρίου, η οποία δεν έχει καταφέρει να αναπτύξει και τη συναισθηματική σύνδεση με τους πελάτες του.

#### ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΤΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΠΟΥ ΠΑΡΕΧΕΙ ΤΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟ ΠΡΩΤΑΘΛΗΜΑ ΚΑΛΑΘΟΣΦΑΙΡΙΣΗΣ ΣΤΟΥΣ ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΝΤΕΣ ΑΘΛΗΤΕΣ / ΑΘΛΗΤΡΙΕΣ

Καρδομάτης Α., Τσιτσακάρη Ε., Τζέτζης Γ., Λάιος Α., Τσιτσακάρης Γ.

#### EVALUATION OF THE SERVICE QUALITY THE GREEK PROFESSIONAL BASKETBALL CHAMPIONSHIP PROVIDES TO THE PARTICIPATING ATHLETES

A. Kardomatis, E. Tsitskari, G. Tzetzis, A. Laios, G. Tsitskaris

Κύριος σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν η διερεύνηση των διαστάσεων αξιολόγησης της ποιότητας των υπηρεσιών που παρέχει το Ελληνικό επαγγελματικό πρωτάθλημα καλαθοσφαίρισης από τους συμμετέχοντες αθλητές / συμμετέχουσες αθλήτριες. Για την επίτευξη του στόχου αυτού έγινε προσαρμογή στα Ελληνικά ενός οργάνου αξιολόγησης παρόμοιων υπηρεσιών που δημιουργήθηκε από τον Κο (2000). Αρχικά πραγματοποιήθηκε

\* Η συμμετοχή στο συνέδριο με προφορική ή αναρτημένη ανακοίνωση πιστοποιείται από το παρόν ηλεκτρονικό αρχείο.

\* The participation in the congress with an oral or poster presentation is certified through this electronic file.

## Προφορικές & Αναρτημένες Ανακοινώσεις του 15<sup>ου</sup> Διεθνούς Συνεδρίου Φυσικής Αγωγής & Αθλητισμού

### Oral & Poster Presentations of the 15<sup>th</sup> International Congress of Physical Education & Sport



μετάφραση του ερωτηματολογίου με τη μέθοδο back-to-back. Ακολούθως, για να διαπιστωθεί η δυνατότητα κατανόησης του μεταφρασμένου και διαμορφωμένου ερωτηματολογίου, πραγματοποιήθηκαν δύο πιλοτικές έρευνες (σε 150 αθλητές και αθλήτριες σωματείων του Νομού Θεσσαλονίκης που αγωνίζονται σε χαμηλότερες κατηγορίες). Συνολικά διαμορφώθηκαν 41 μεταβλητές (10 συλλογής δημογραφικών χαρακτηριστικών και 31 αξιολόγησης). Το ερωτηματολόγιο δόθηκε σε όλα τα σωματεία της Α1 Εθνικής Κατηγορίας Ανδρών και Γυναικών κατά την αγωνιστική περίοδο 2005-2006. Συνολικά συλλέχθηκαν 135 ερωτηματολόγια από τους άνδρες και 121 από τις γυναίκες (194 Έλληνες/ίδες και 62 Αλλοδαποί/ές). Δεν επιστράφηκαν ερωτηματολόγια από το σωματείο Ολύμπια Λάρισας (άνδρες) και από τον Άρη Θήβας (γυναίκες). Η Διερευνητική Παραγοντική Ανάλυση που πραγματοποιήθηκε κατέδειξε τους ακόλουθους 5 παράγοντες αξιολόγησης της ποιότητας υπηρεσιών του επαγγελματικού πρωταθλήματος καλαθοσφαίρισης: 1) «*παροχές του πρωταθλήματος/σωματείου*» (με 4 μεταβλητές και  $\alpha=0,67$ ), 2) «*αλληλεπίδραση με τους συνεργάτες του σωματείου*» (με 6 μεταβλητές και  $\alpha=0,86$ ), 3) «*αποκόμιση από τη συμμετοχή*» (με 7 μεταβλητές και  $\alpha=0,84$ ), 4) «*περιβάλλον άσκησης και αγώνων*» (με 10 μεταβλητές και  $\alpha=0,92$ ) και 5) «*ικανοποίηση*» (με 4 μεταβλητές και  $\alpha=0,80$ ). Με βάση 7βάθμια κλίμακα Likert οι αθλητές/τριες αξιολόγησαν πιο θετικά τους παράγοντες: α) «*ικανοποίηση*» (Μ.Ο.=6,04), β) «*αποκόμιση από τη συμμετοχή*» (Μ.Ο.=5,68), γ) «*αλληλεπίδραση με τους συνεργάτες του σωματείου*» (Μ.Ο.=5,16), δ) «*περιβάλλον άσκησης και αγώνων*» (Μ.Ο.=4,68) και ε) «*παροχές του πρωταθλήματος/σωματείου*» (Μ.Ο.=4,60). Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι ενώ σε γενικές γραμμές οι αθλητές/τριες είναι ικανοποιημένοι με την ποιότητα των υπηρεσιών που τους παρέχεται δεν αξιολογούν ιδιαίτερα θετικά το περιβάλλον άσκησης και αγώνων και την ποιότητα του πρωταθλήματος/σωματείου.

**ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΥ ΠΡΩΤΑΘΛΗΜΑΤΟΣ ΚΑΛΑΘΟΣΦΑΙΡΙΣΗΣ ΑΠΟ ΑΘΛΗΤΕΣ/ΤΡΙΕΣ ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΑ ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥΣ**  
Καρδομάτης Α., Τσιτσακάρη Ε., Λάιος Α., Τζέτζης Γ., Τσιτσακάρης Γ.

**EVALUATION OF THE GREEK PROFESSIONAL BASKETBALL CHAMPIONSHIP BY ITS ATHLETES ACCORDING TO THEIR DEMOGRAPHIC CHARACTERISTICS**  
A. Kardomatis, E. Tsitskari, A. Laios, G. Tzetzis, G. Tsitskaris

Σκοπός της έρευνας αυτής ήταν να ερευνήσει πώς αξιολογούν οι αθλητές και οι αθλήτριες των ομάδων του επαγγελματικού πρωταθλήματος καλαθοσφαίρισης τις παρεχόμενες προς αυτούς υπηρεσίες με βάση το φύλο, την ηλικία, τα χρόνια επαγγελματικής ενασχόλησης, τα χρόνια παραμονής στην ίδια ομάδα και το επίπεδο μόρφωσης. Το δείγμα αποτέλεσαν 135 αθλητές και 121 αθλήτριες των ομάδων που αγωνίστηκαν στην Α1 εθνική κατηγορία την περίοδο 2005-2006 (194 Έλληνες/ίδες και 62 Αλλοδαποί/ες). Από τους άνδρες δεν απάντησε το σωματείο Ολύμπια Λάρισας και από γυναίκες το σωματείο Άρης Θήβας. Χρησιμοποιήθηκε το όργανο αξιολόγησης του Κο (2000) τροποποιημένο ώστε να ανταποκρίνεται στα ελληνικά δεδομένα. Η αξιολόγηση των παρεχόμενων υπηρεσιών βασίστηκε σε πέντε παράγοντες: α) «*παροχές του πρωταθλήματος/σωματείου*» ( $\alpha=0,67$ ), β) «*αλληλεπίδραση με τους συνεργάτες του σωματείου*» ( $\alpha=0,86$ ), γ) «*αποκόμιση από τη συμμετοχή*» ( $\alpha=0,84$ ), δ) «*περιβάλλον άσκησης και αγώνων*» ( $\alpha=0,92$ ) και ε) «*ικανοποίηση*» ( $\alpha=0,80$ ). Για να διαπιστωθεί η πιθανή ύπαρξη διαφορών μεταξύ των ανεξάρτητων μεταβλητών που εξετάστηκαν πραγματοποιήθηκαν T-test για ανεξάρτητα δείγματα και Ανάλυση Διακύμανσης για Έναν Παράγοντα (ONE WAY ANOVA). Σε όλες τις αναλύσεις που έγιναν, το επίπεδο σημαντικότητας για την αποδοχή, ή απόρριψη των υποθέσεων ορίστηκε σε 5% ( $p \leq 0,05$ ). Τα αποτελέσματα έδειξαν την ύπαρξη στατιστικά σημαντικών διαφορών ( $p < .001$ ) μεταξύ αθλητών και αθλητριών στους 4 από τους 5 παράγοντες (εκτός από τη διάσταση «*αποκόμιση από τη συμμετοχή*»), με τους αθλητές να αξιολογούν πιο θετικά τους 4 παράγοντες. Καμία στατιστικά σημαντική διαφορά δε βρέθηκε μεταξύ: α) των διαφορετικών ηλικιακών κατηγοριών, β) των ετών επαγγελματικής ενασχόλησης και γ) των χρόνων παραμονής στην ίδια ομάδα. Αντίθετα, στατιστικά σημαντικές διαφορές προέκυψαν μεταξύ των διαφορετικών επιπέδων μόρφωσης στους ακόλουθους παράγοντες: α) «*παροχές του πρωταθλήματος / σωματείου*» ( $F_{4,251}=9.05, p < .05$ ), β) «*αλληλεπίδραση με τους συνεργάτες του σωματείου*» ( $F_{4,249}=3.08, p < .05$ ), γ) «*περιβάλλον άσκησης και αγώνων*» ( $F_{4,251}= 3.05, p < .05$ ) και δ) της «*ικανοποίησης*» ( $F_{4,251}=9.05, p < .05$ ). Τα post hoc test (scheffe) που έγιναν στη συνέχεια έδειξαν ότι οι πτυχιούχοι Α.Ε.Ι. αξιολογούν κάθε παράγοντα με πιο αυστηρά κριτήρια από ότι οι απόφοιτοι του γυμνασίου, του λυκείου ή Τ.Ε.Ι.

\* Η συμμετοχή στο συνέδριο με προφορική ή αναρτημένη ανακοίνωση πιστοποιείται από το παρόν ηλεκτρονικό αρχείο.

\* The participation in the congress with an oral or poster presentation is certified through this electronic file.

## Προφορικές & Αναρτημένες Ανακοινώσεις του 15<sup>ου</sup> Διεθνούς Συνεδρίου Φυσικής Αγωγής & Αθλητισμού

### Oral & Poster Presentations of the 15<sup>th</sup> International Congress of Physical Education & Sport



#### ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΚΑΘΟΔΗΓΗΤΩΝ ΓΝΩΜΗΣ ΠΟΥ ΜΠΟΡΟΥΝ ΝΑ ΣΥΜΒΑΛΛΟΥΝ ΣΤΗΝ ΠΡΩΘΗΣΗ ΤΩΝ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ ΑΘΛΗΣΗΣ & ΑΝΑΨΥΧΗΣ ΤΩΝ ΓΡΑΦΕΙΩΝ ΦΥΣΙΚΗΣ ΑΓΩΓΗΣ ΤΩΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΩΝ

Μασμανιδής Θ., Κώστα Γ.

#### IDENTIFICATION OF OPINION LEADERS WHO CAN CONTRIBUTE IN THE PROMOTION OF UNIVERSITY SPORTS & RECREATION PROGRAMS

Th. Masmanidis, G. Costa

Οι φοιτητές/τριες δραστηριοποιούνται αρκετές ώρες την ημέρα στους χώρους του πανεπιστημίου, επικοινωνούν μεταξύ τους και αλληλοεπηρεάζονται. Η διαπροσωπική επικοινωνία (από στόμα σε στόμα) παίζει καθοριστικό ρόλο στη διαδικασία υιοθέτησης και διάδοσης προϊόντων και υπηρεσιών. Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν να εντοπίσει μεταξύ των φοιτητών/τριών του δείγματος διερεύνησης αυτούς που λειτουργούν ως καθοδηγητές γνώμης (opinion leaders) σε ό,τι αφορά στη συμμετοχή τους σε αθλητικές δραστηριότητες, οι οποίοι μπορούν να συμβάλλουν στην προώθηση των προγραμμάτων άθλησης των πανεπιστημίων. Το δείγμα περιλάμβανε 3.041 φοιτητές/τριες, από επτά από τα μεγαλύτερα πανεπιστήμια της Ελλάδας, τα οποία διαθέτουν γραφεία φυσικής αγωγής. Τα ερωτηματολόγια συμπληρώνονταν από τους φοιτητές/τριες που έτυχε να βρίσκονται στους χώρους των ιδρυμάτων κατά την ημέρα επίσκεψης των ερευνητών και η συλλογή τους γινόταν άμεσα, αφού πρώτα διαπιστώνονταν ότι απαντήθηκαν όλες οι ερωτήσεις. (πώς επιλέχθηκαν τα συγκεκριμένα πανεπιστήμια και οι συγκεκριμένοι φοιτητές;) Για τον εντοπισμό των καθοδηγητών γνώμης μεταξύ των φοιτητών/τριών που πήραν μέρος στην έρευνα χρησιμοποιήθηκε το ερωτηματολόγιο των Flynn, Goldsmith & Eastman (1994), το οποίο αποτελείται από 5 ενότητες προτάσεων σε πενταβάθμια κλίμακα Likert. Ως υψηλής ικανότητας καθοδήγησης γνώμης θεωρήθηκαν οι 49 (1,6%) -30 φοιτητές και 19 φοιτήτριες- που, μέσα από τη διαδικασία του αυτοπροσδιορισμού τους, δήλωσαν «συμφωνώ απόλυτα» και στις 5 προτάσεις προσδιορισμού του βαθμού καθοδήγησης. Από αυτούς 13 ανήκαν στο 1<sup>ο</sup> έτος σπουδών, 7 στο 2<sup>ο</sup> έτος, 8 στο 3<sup>ο</sup> έτος, 8 στο 4<sup>ο</sup> έτος, 7 στο 5<sup>ο</sup> έτος, 3 ήταν σε μεγαλύτερα έτη, ενώ 3 δεν απάντησαν σε ποιο έτος σπούδαζαν. Το 41,3% των καθοδηγητών γνώμης είχε ενεργή συμμετοχή στα προγράμματα του πανεπιστημιακού αθλητισμού τους τελευταίους 12 μήνες, ενώ από το σύνολο των φοιτητών/τριών που συμμετείχαν στην έρευνα μόνο το 20,8% συμμετείχε σε αυτά τα προγράμματα. Τα αποτελέσματα της έρευνας συνηγούνται με τη διαπίστωση ότι το εργαλείο μέτρησης είναι σημαντικό για τη διαδικασία εντοπισμού και περιγραφής του βαθμού καθοδήγησης. Πρακτικά, αυτό σημαίνει ότι κατά τη διαδικασία εγγραφής των φοιτητών στα προγράμματα άθλησης των γραφείων φυσικής αγωγής των πανεπιστημίων μπορεί να δίνεται στους φοιτητές/τριες ένα ερωτηματολόγιο για να το συμπληρώσουν, η ανάλυση του οποίου θα εντοπίζει τους καθοδηγητές γνώμης. Η διοίκηση του πανεπιστημιακού γυμναστηρίου μπορεί να ακολουθήσει πολιτικές και δράσεις για την αξιοποίηση των φοιτητών/τριών αυτών (για παράδειγμα, μπορεί να τους ενημερώνει αμεσότερα και προσωπικά για τα προγράμματα άθλησης, να τους αναθέτει καθήκοντα συνδέσμων με τους άλλους φοιτητές/τριες, κλπ.) με στόχο την προώθηση των προγραμμάτων άθλησης και την αύξηση του αριθμού των ατόμων που συμμετέχουν σε αυτά.

#### Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΣΤΗΝ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΤΩΝ ΑΘΛΗΤΙΚΩΝ ΕΙΔΩΝ

Παπαδουκάκης Α., Κώστα Γ.

#### E-COMMERCE EFFECTS IN SPORT RETAILING INDUSTRY

A. Papadoukakis, G. Costa

Η μεγαλύτερη αλλαγή που υπήρξε στο κλάδο της λιανικής πώλησης, μετά την δεκαετία 90', ήταν ο ερχομός και ανάπτυξη της έννοιας του ηλεκτρονικού εμπορίου (e-commerce). Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν να εξεταστεί την επίδραση του ηλεκτρονικού εμπορίου στην βιομηχανία των αθλητικών ειδών, ερευνώντας αλλαγές στις αγοραστικές συνήθειες των καταναλωτών, αναλύοντας την βιομηχανία, καθώς και την επίδραση στον τρόπο ανάπτυξης ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος. Για να εξεταστεί η μεμονωμένη συμπεριφορά των καταναλωτών χρησιμοποιήθηκε η μέθοδος της δημοσκοπήσης, δείγμα στην οποία αποτέλεσαν μέλη αθλητικών κέντρων. Για την ανάλυση των δεδομένων χρησιμοποιήθηκε ανάλυση συχνοτήτων και συσχετισμών. Για τη

\* Η συμμετοχή στο συνέδριο με προφορική ή αναρτημένη ανακοίνωση πιστοποιείται από το παρόν ηλεκτρονικό αρχείο.

\* The participation in the congress with an oral or poster presentation is certified through this electronic file.

## Προφορικές & Αναρτημένες Ανακοινώσεις του 15<sup>ου</sup> Διεθνούς Συνεδρίου Φυσικής Αγωγής & Αθλητισμού

### Oral & Poster Presentations of the 15<sup>th</sup> International Congress of Physical Education & Sport



συλλογή δεδομένων και ανάλυση της βιομηχανίας και του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος, χρησιμοποιήθηκαν ημιδομημένες συνεντεύξεις με ειδικούς της βιομηχανίας. Το μοντέλο των "5 Δυνάμεων" του Porter (2004) χρησιμοποιήθηκε ως πλαίσιο για την ανάλυση. Τα αποτελέσματα της έρευνας επιβεβαιώνουν ότι το ηλεκτρονικό εμπόριο έχει αλλάξει την καταναλωτική συμπεριφορά των καταναλωτών αθλητικών ειδών, έχει επηρεάσει τις ισοροπίες σε ολόκληρη την βιομηχανία ενώ έχουν ανοιχθεί και νέοι δρόμοι για την απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος. Η πρακτική εφαρμογή των ευρημάτων της έρευνας, είναι το ενδεχόμενο ενσωμάτωσης και ανάπτυξης του ηλεκτρονικού εμπορίου στην γενικότερη στρατηγική μιας εταιρίας αθλητικών ειδών, η υιοθέτηση πολυ-κάναλης στρατηγικής λιανικής, και η χρήση του για την βελτίωση τόσο της εξυπηρέτηση των πελατών όσο και της εφοδιαστικής αλυσίδας.

#### Η ΕΡΓΑΣΙΑΚΗ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΩΝ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΩΝ ΠΟΔΟΣΦΑΙΡΙΣΤΩΝ Ψωμάδης Θ., Παπαδόπουλος Δ., Σιδεριδης Α.

##### THE WORKING SATISFACTION OF GREEK PROFESSIONAL FOOTBALL PLAYERS Th. Psomiadis, D. Papadopoulos, A. Sideridis

Η παρούσα εργασία ασχολείται με την εργασιακή ικανοποίηση των Ελλήνων επαγγελματιών ποδοσφαιριστών. Για τον προσδιορισμό της ικανοποίησης διεξήχθη μια εμπειρική έρευνα με ερωτηματολόγιο. Οι απαντήσεις καταγράφονταν σε 5/βάθμια κλίμακα Likert. Το δείγμα αποτέλεσαν 106 Έλληνες επαγγελματίες ποδοσφαιριστές (N=106), που αγωνίζονταν σε ομάδες Α' (48,1%) και Β' εθνικής κατηγορίας (51,9%). Το 62,3% από αυτούς αγωνίζονταν ως βασικοί στις ομάδες τους, ενώ το 37,7% ως αναπληρωματικοί. Μια διερευνητική παραγοντική ανάλυση των σχετικών με την ικανοποίηση μεταβλητών του ερωτηματολογίου απέδωσε 4 παράγοντες: 1) «Φιλοδοξίες του Επαγγελματία Ποδοσφαιριστή», 2) «Συνέπεια Εργοδότη και Παρεχόμενη Ασφάλεια», 3) «Οικονομικές Απολαβές και Σχέσεις», και 4) «Εργασιακή Κόπωση και Ελεύθερος Χρόνος». Για την ανάλυση των δεδομένων χρησιμοποιήθηκε η πολλαπλή γραμμική παλινδρόμηση. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι τόσο η γενική όσο και η κατά τομέα εργασιακή ικανοποίηση των ελλήνων επαγγελματιών ποδοσφαιριστών κυμαίνεται μεταξύ του «μέτρια ικανοποιημένος» και του «πολύ ικανοποιημένος» (Μέσος όρος=3,58, Τυπ. Απόκλιση: 1,032). Η γενική αυτή ικανοποίηση φαίνεται να σχετίζεται με τις οικονομικές απολαβές, τις σχέσεις που υπάρχουν μέσα στην ομάδα και με την κατηγορία στην οποία αγωνίζεται ο ποδοσφαιριστής.

#### POTENTIAL IMPACT ON SPORT MANAGEMENT FROM TRANSNATIONAL MOBILITY S. Quick

##### ΔΥΝΗΤΙΚΗ ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΗΣ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΚΙΝΗΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΣΤΟ ΜΑΝΑΤΖΜΕΝΤ ΤΟΥ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ

Over the last two decades cross border education has exponentially morphed into a transnational activity. Students and academics now travel to study and research while institutions establish a range of relationships to take advantage of international expertise and knowledge. This paper explored the potential impact on sport management education via the adaptation of an exchange strategy and postulated how such a strategy was potentially beneficial to multiple stakeholders. The key questions underpinning the research were

1. How do our students benefit by embracing the process?
2. What are the benefits of the engagement to the university?
3. What are the potential benefits to the host and home nations?

The research determined that students who takes classes from leading international sport management academics, and immerse themselves in the diversity of sport delivery systems while undertaking such highly specialized academic programs, can return home and provide a service embedded in international best practice and informed by the leading thinkers in the field. The benefits to sport management or physical education departments in adopting such a collaborative focus in the establishment of programs is that it may concentrate on delivering that which they are excellent at while relying on strategically established partners to do the same. Such a situation benefits the individual, the program, the profession and ultimately the state of sport in their home country.

\* Η συμμετοχή στο συνέδριο με προφορική ή αναρτημένη ανακοίνωση πιστοποιείται από το παρόν ηλεκτρονικό αρχείο.

\* The participation in the congress with an oral or poster presentation is certified through this electronic file.



## Προφορικές & Αναρτημένες Ανακοινώσεις του 15<sup>ου</sup> Διεθνούς Συνεδρίου Φυσικής Αγωγής & Αθλητισμού

### Oral & Poster Presentations of the 15<sup>th</sup> International Congress of Physical Education & Sport



**Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΣΤΗΝ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ ΚΑΙ ΣΤΙΣ ΠΡΟΘΕΣΕΙΣ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑΣ ΣΕ ΑΘΛΗΤΙΚΕΣ ΚΑΤΑΣΚΗΝΩΣΕΙΣ**  
**Τόλκα Β., Τζέτζης Γ.**

**THE EFFECT OF SERVICE QUALITY ON SATISFACTION AND BEHAVIORAL INTENTIONS IN SPORT CAMPS**

**V. Tolka, G.Tzetzis**

Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν η αξιολόγηση της επίδρασης της ποιότητας υπηρεσιών στην ικανοποίηση και στις προθέσεις συμπεριφοράς, δηλαδή της πρόθεσης για επανάληψη της συμμετοχής και για ανάπτυξη θετικής προφορικής επικοινωνίας, παιδιών που συμμετέχουν σε αθλητικές κατασκηνώσεις. Για το σκοπό αυτό δημιουργήθηκε ερωτηματολόγιο με βάση την πρόσφατη βιβλιογραφία και τις προτάσεις του Yong (2000). Το δείγμα της έρευνας αποτέλεσαν 210 αγόρια ηλικίας 5-18 ετών, τα οποία συμμετείχαν σε κατασκηνώσεις ποδοσφαίρου. Έγινε ο έλεγχος της εγκυρότητας με παραγοντική ανάλυση και της αξιοπιστίας μέσω του δείκτη εσωτερικής συνοχής (Cronbach  $\alpha$ ). Από την ανάλυση αναδείχθηκαν 7 διαστάσεις / παράγοντες που εξηγούσαν εγκαταστάσεις», 4) «πρόγραμμα κατασκηνώσεων», 5) «αποτέλεσμα συμμετοχής - αθλητικοί παράγοντες», 6) «αποτέλεσμα συμμετοχής - ψυχαγωγικοί παράγοντες» και 7) «αποτέλεσμα συμμετοχής - ψυχοκοινωνικοί παράγοντες». Όλες οι διαστάσεις είχαν δείκτη αξιοπιστίας σε αποδεκτά όρια ( $\alpha=0,92 - 0,74$ ). Τα πιο σημαντικά κίνητρα συμμετοχής στην κατασκένωση ήταν «να ζήσω μια ευχάριστη εμπειρία» και «να περάσω καλά», ενώ το λιγότερο σημαντικό κίνητρο ήταν «να γνωρίσω προπονητές και μάνατζερ». Υπήρχε γενικά ικανοποίηση από την ποιότητα των υπηρεσιών από τις απαντήσεις που δόθηκαν σε κλίμακα 1-7 (Μ.Ο.=4,35). Έγινε ανάλυση παλινδρόμησης, στην οποία οι παράγοντες της ποιότητας υπηρεσιών ενσωματώθηκαν ως ανεξάρτητες μεταβλητές με την «ικανοποίηση», την «πρόθεση για επανάληψη της συμμετοχής» και την «πρόθεση για θετική προφορική επικοινωνία» ως εξαρτημένες μεταβλητές. Οι διαστάσεις της ποιότητας προέβλεψαν σημαντικά ( $F=70,52, p<0,001$ ) την «ικανοποίηση» ( $R^2=0,16$ ), την «πρόθεση για επανάληψη της συμμετοχής» ( $F=88,95, p<0,001, R^2=0,20$ ) και την «πρόθεση για θετική προφορική επικοινωνία» ( $F=253,34, p<0,001, R^2=0,41$ ). Από τα αποτελέσματα φάνηκε ότι η ποιότητα υπηρεσιών είναι μια πολυδιάστατη έννοια και εξαρτάται από τα ειδικά χαρακτηριστικά του χώρου που παρέχονται οι υπηρεσίες. Μερικώς επιβεβαιώθηκε το μοντέλο που πρότεινε ο Yong (2000). Η ποιότητα των παρεχομένων υπηρεσιών φαίνεται ότι προβλέπει ένα μέρος της ικανοποίησης και της πρόθεσης για επανάληψη της συμμετοχής και ένα μεγαλύτερο μέρος της πρόθεσης για θετική προφορική επικοινωνία. Τέλος, φαίνεται ότι στις παιδικές κατασκηνώσεις πιο σημαντικά για τα παιδιά είναι τα κίνητρα αναψυχής.

ΠΡΑΚΤΙΚΑ  
 PROCEEDINGS