



Θεματική Ενότητα:

**Αθλητικό Μάρκετινγκ – Οργάνωση & Διοίκηση του Αθλητισμού
Προφορικές Ανακοινώσεις 21^{ου} Διεθνούς Συνεδρίου Φυσικής Αγωγής & Αθλητισμού**

Section:

**Sports Marketing - Management
Oral Presentations of the 21st International Congress of Physical Education & Sport**

18458

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΑΠΟΔΟΣΗΣ ΕΛΛΗΝΩΝ ΠΤΥΧΙΟΥΧΩΝ ΝΑΥΑΓΟΣΩΣΤΩΝ ΣΕ ΚΟΛΥΜΒΗΤΙΚΕΣ ΔΕΞΑΜΕΝΕΣ.

Καπρίνης Σ., Βισβίκη Δ., Νηστικάκης Ι., Κυπραίος Γ.

Πανεπιστήμιο Πελοποννήσου, ΤΟΔΑ

skaprinis@yahoo.gr

PERFORMANCE EVALUATION OF GREEK LIFEGUARDS IN SWIMMING POOLS

S. Kaprinis, D. Visviki, I. Nistikakis, G. Kipreos

University of Peloponnese, D.S.M.

Η Ελλάδα, μια χώρα με 16.000χλμ ακτογραμμής και 3000χλμ παραλίες, παρουσιάζει το θλιβερό φαινόμενο να κατέχει την πρώτη θέση σε πνιγμούς στην Ευρώπη και τη δεύτερη παγκοσμίως (WHO, 2011). Εκτός από την ανάγκη εκπαίδευσης ορθής συμπεριφοράς στο νερό, κρίσιμο και αποφασιστικό παράγοντα, τόσο στον τομέα της πρόληψης όσο και στη διαχείριση των έκτακτων περιστατικών αποτελεί η ναυαγοσωστική κάλυψη (Bryant, 2005). Η διαχείριση και αξιολόγηση της απόδοσης του ναυαγοσώστη μεγιστοποιεί την ασφάλεια των λουομένων, ενώ αυξάνει την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών σε δημοτικές πισίνες, σε πισίνες ξενοδοχείων, σε κατασκηνώσεις και θαλάσσια πάρκα. Σκοπός της ερευνητικής μελέτης ήταν η αξιολόγηση της απόδοσης των ναυαγοσωστών που εργάζονται στις κολυμβητικές δεξαμενές της Περιφέρειας Αττικής. Στην έρευνα αξιολογήθηκαν 60 πτυχιούχοι ναυαγοσώστες (39 άνδρες, 21 γυναίκες) ηλικίας 23 – 34 ετών. Από αυτούς, οι 35 ήταν ναυαγοσώστες κολυμβητικών συλλόγων και οι 25 ναυαγοσώστες δημοτικών κολυμβητικών δεξαμενών. Τα ερωτηματολόγια συμπλήρωσαν οι υπεύθυνοι των αθλητικών συλλόγων και οι υπεύθυνοι των δημοτικών πισινών. Το ερωτηματολόγιο της έρευνας κατασκευάστηκε από τους ερευνητές, σε πενταβάθμια κλίμακα Likert, με βάση την Ανάλυση Εργασίας (Job Analysis) που προτείνει το Εθνικό Κέντρο Πιστοποίησης (Ε.ΚΕ.ΠΙΣ). Αποτελείται από τρεις παράγοντες: οργάνωση χώρου ευθύνης (7 ερωτήσεις, $\alpha=.81$), διαχείριση λουομένων (4 ερωτήσεις, $\alpha=.76$), διαχείριση κρίσιμων περιστατικών (8 ερωτήσεις, $\alpha=.82$). Από τη στατιστική ανάλυση των δεδομένων προκύπτει ότι οι ναυαγοσώστες εποπτεύουν με ιδιαίτερη προσοχή ομάδες υψηλού κινδύνου όπως ηλικιωμένους, παιδιά και αρχάριους ($M=4.50$ $SD=1.77$), γνωρίζουν αρκετά καλά τις τεχνικές προσέγγισης ($M=4.33$ $SD=1.87$), ρυμούλκησης και μεταφοράς του κινδυνεύοντα ($M=4.43$ $SD=1.87$), ενώ είναι σε θέση να εφαρμόσουν αποτελεσματικά καρδιοαναπνευστική αναζωογόνηση ($M=4.55$ $SD=1.81$). Ασυμφωνία της πραγματικής απόδοσης με την επιθυμητή παρουσιάζεται στην χρήση της υπερυψωμένης καρέκλας και στην τήρηση σύγχρονων μοντέλων ναυαγοσωστικής (5λεπτη στρατηγική οπτικού σαρώματος, μοντέλο 4W) ($M=3.62$ $SD=1.17$). Υπολείπονται επίσης στην υλοποίηση σεναρίων εικονικής διάσωσης με σκοπό την εξοικείωση τους με τις πραγματικές συνθήκες εργασίας ($M=3.07$ $SD=1.11$). Για τον εντοπισμό των διαφορών μεταξύ των ομάδων πραγματοποιήθηκε ανάλυση για ανεξάρτητα δείγματα (t-test). Τα αποτελέσματα έδειξαν στατιστικά σημαντική διαφορά και υψηλά σκορ για τους

ναυαγοσώστες δημοτικών πισινών στην παρακολούθηση και φροντίδα για αντικατάσταση υλικών και εξοπλισμού ($t=2.24$ $p<.01$), στην επικοινωνία με τους λουόμενους για καλύτερη πρόληψη ($t=2.72$ $p<.01$), και στην αποτελεσματική καθοδήγηση του κινδυνεύοντα ($t=2.28$ $p<.01$). Τα ευρήματα της παρούσας έρευνας πιστοποιούν ότι μέσα από την αποτίμηση του παραγόμενου έργου, εντοπίζονται οι ισχυρές πλευρές των ναυαγοσωστών, ανιχνεύονται οι αδυναμίες, καθορίζονται οι εκπαιδευτικές ανάγκες και οι ανάγκες κατάρτισης του προσωπικού, αναπτύσσεται ο στρατηγικός σχεδιασμός και υποστηρίζεται το ανθρώπινο δυναμικό προς την κατεύθυνση της μέγιστης αποδοτικότητας.

Λέξεις κλειδιά: αξιολόγηση απόδοσης προσωπικού, ναυαγοσώστες, κολυμβητικές δεξαμενές

18463

ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΚΑΙ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ ΠΕΛΑΤΩΝ ΣΕ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ ΧΡΩΜΑΤΟΣΦΑΙΡΙΣΗΣ.

Κυπραίος Γ., Λυμπερόπουλος Σ., Περρέα Α., Κανελλοπούλου Κ.

Πανεπιστήμιο Πελοποννήσου, ΤΟΔΑ

kipreos@uop.gr

INVESTIGATION OF SERVICE QUALITY AND CUSTOMER SATISFACTION AT PAINTBALL FACILITIES.

G. Kipreos, S. Lympferopoulos, A. Perrea, K. Kanellouli

University of Peloponnese, D.S.M.

Στη σημερινή εποχή του έντονου και σκληρού ανταγωνισμού και μέσα σ' ένα ταχύτατα μεταβαλλόμενο επιχειρηματικό περιβάλλον, η ικανοποίηση των αναγκών των πελατών θεωρείται προϋπόθεση για την επιτυχία, εάν όχι για την επιβίωση των επιχειρήσεων και των οργανισμών (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1985). Ο καθορισμός της ποιότητας σαν στρατηγική, αναγνωρίζεται ως σημαντική πηγή ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος δεδομένου ότι ένα υψηλό επίπεδο ικανοποίησης πελατών οδηγεί σε υψηλότερη πίστη και αφοσίωση έναντι του οργανισμού και συνδέεται με πρόθεση συμπεριφοράς για επαναχρησιμοποίηση των υπηρεσιών. (Bloemer, Ko de Ruyter & Wetzels, 1999; Zeithaml & Bitner, 2000; Roest & Verhallen, 1995). Σκοπός της παρούσας εργασίας ήταν η αξιολόγηση της ποιότητας υπηρεσιών που παρέχονται σε εγκαταστάσεις χρωματοσφαίρισης (paintball) στην Περιφέρεια Αττικής. Το δείγμα τα έρευνας αποτέλεσαν 87 αθλητικοί καταναλωτές μιας εγκατάστασης χρωματοσφαίρισης. Τα ερωτηματολόγια διανεμήθηκαν και συμπληρώθηκαν μέσα στην αθλητική εγκατάσταση, αφού προηγουμένως εξασφαλίστηκε η απαιτούμενη άδεια από τους ιδιοκτήτες. Το όργανο αξιολόγησης αποτελεί προσαρμογή του ερωτηματολογίου των Theodorakis, Tsiggilis, Alexandris (2009) που αφορά σε ικανοποίηση πελατών από την παρασχόμενη ποιότητα και αφοσίωση σε χιονοδρομικά κέντρα. Η κλίμακα τιμών ήταν επταβάθμια. Η στατιστική ανάλυση των δεδομένων έδειξε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των καταναλωτών βρίσκει ικανοποιητικές και λειτουργικές τις αθλητικές ($M=5.17$ $SD=0.99$), και συνοδευτικές εγκαταστάσεις (εστιατόρια, καφέ) ($M=4.97$ $SD=1.31$), ενώ υψηλές αξιολογικές κρίσεις λαμβάνει ο αρχιτεκτονικός σχεδιασμός ($M=5.22$ $SD=1.28$), και το επίπεδο συντήρησης των εγκαταστάσεων ($M=5.26$ $SD=1.27$). Εντοπίζουν όμως ελλείψεις στις προδιαγραφές ασφάλειας ($M=4.06$ $SD=1.18$). Θεωρούν ότι το προσωπικό είναι φιλικό ($M=5.28$ $SD=1.50$) και προσπαθεί να κατανοήσει και να ικανοποιήσει τις ανάγκες τους ($M=5.17$ $SD=1.35$), αν και δεν καταφέρνει να ανταποκριθεί άμεσα ($M=4.20$ $SD=1.34$). Γενικά, βιώνουν ευχάριστα συναισθήματα από την επίσκεψη τους στην αθλητική εγκατάσταση ($M=5.77$ $SD=1.10$), με αποτέλεσμα να βελτιώνεται η διάθεση τους ($M=5.86$ $SD=1.20$), και να χαλαρώνουν απολαμβάνοντας τη συμμετοχή τους στη δραστηριότητα ($M=4.98$ $SD=1.37$). Τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας πιστοποιούν ότι είναι σημαντικό για τις επιχειρήσεις να γνωρίζουν την άποψη των πελατών τους για την παρασχόμενη ποιότητα γιατί έτσι κατευθύνονται σε στρατηγικές διαδικασίες και πρακτικές που αφορούν στην επιχειρησιακή κουλτούρα, στην αλλαγή και στη βελτίωση της οντότητας του οργανισμού.

Λέξεις κλειδιά: ποιότητα υπηρεσιών, ικανοποίηση πελατών, εγκατάσταση χρωματοσφαίρισης

19187

ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΩΣ ΠΡΟΣ ΤΗΝ ΗΛΙΚΙΑ ΚΑΙ ΤΗ ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΠΡΟΣΕΛΕΥΣΗΣ ΤΩΝ ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΝΤΩΝ ΣΤΟΥΣ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΤΟΥ ΒΑΘΜΟΥ ΕΠΙΚΙΝΔΥΝΟΤΗΤΑΣ ΣΤΑ ΚΟΛΥΜΒΗΤΗΡΙΑ ΤΟΥ ΝΟΜΟΥ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

Τσεβαϊρίδου Λ., Ματσούκα Ο., Κώστα Γ., Κουθούρης Χ.

Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας, Τ.Ε.Φ.Α.Α.

lefki.tsevairidou@gmail.com

DIFFERENCES ACCORDING THE AGE AND THE FREQUENCY OF ATTENDANCE OF THE CUSTOMERS TO THE RISK FACTORS IN THE SWIMMING POOLS TO THE PREFECTURE OF THESSALONIKI

L. Tsevairidou, O. Matsouka, G. Costa, C. Kouthouris

University of Thessaly, D.P.E.S.S.

Η διαχείριση κινδύνου αποτελεί τον κεντρικό πυρήνα στρατηγικής διαχείρισης κάθε οργανισμού. Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν να καταγραφεί ο βαθμός επικινδυνότητας των συμμετεχόντων στα κολυμβητήρια του νομού Θεσσαλονίκης στις ώρες της ελεύθερης άθλησης. Ειδικότερα, εξετάστηκαν τυχόν διαφορές ως προς την ηλικία και τη συχνότητα προσέλευσης των συμμετεχόντων στα κολυμβητήρια του νομού Θεσσαλονίκης, στους παράγοντες του βαθμού επικινδυνότητας οι οποίοι είναι το ανθρώπινο δυναμικό, ο εξοπλισμός και η οργάνωση. Το δείγμα της έρευνας αποτέλεσαν 190 συμμετέχοντες, ηλικιακών κατηγοριών μεταξύ 18 έως και 55 ετών, των 8 κολυμβητηρίων του νομού Θεσσαλονίκης. Για την καταγραφή του βαθμού επικινδυνότητας που βιώνουν οι συμμετέχοντες κατά τη διάρκεια της συμμετοχής τους στην ελεύθερη κολύμβηση χρησιμοποιήθηκε το ερωτηματολόγιο του «RISK ASSESSMENT in Physical Education – The Triangle Model» των Beaumont, Eve, Kirkby, Whitlam (1998) το οποίο μεταφράστηκε αμφίπλευρα από τα Αγγλικά στα Ελληνικά και αντίστροφα από έμπειρο επιστημονικό προσωπικό. Το συγκεκριμένο ερωτηματολόγιο βασίζεται σε τρεις βασικούς παράγοντες που ορίζουν τον κίνδυνο, οι οποίοι είναι το ανθρώπινο δυναμικό, ο εξοπλισμός και η οργάνωση. Το πρώτο στάδιο της έρευνας περιελάμβανε εξασφάλιση άδειας από τους υπευθύνους του κάθε κολυμβητηρίου για τη δυνατότητα πραγματοποίησης της έρευνας και της διανομής των ερωτηματολογίων. Το επόμενο στάδιο περιελάμβανε τη διανομή των ερωτηματολογίων στους συμμετέχοντες, με σκοπό να καταγραφούν τυχόν διαφορές ως προς την ηλικία και τη συχνότητα προσέλευσης των συμμετεχόντων στους παράγοντες του βαθμού επικινδυνότητας τον αντιλαμβάνονται οι συμμετέχοντες. Η στατιστική ανάλυση έγινε με βάση το λογιστικό πακέτο SPSS 14. Μέσω της μη παραμετρικής ανάλυσης διακύμανσης ως προς ένα παράγοντα Krustal Wallis Η διαπιστώθηκε στατιστικά σημαντική επίδραση του παράγοντα ηλικία στις μεταβλητές οργάνωση και εξοπλισμός $\{X^2= 14.305, p< .05, X^2= 12.628, p< .05\}$ αντίστοιχα. Επιπλέον, μέσω της ίδιας ανάλυσης διαπιστώθηκε στατιστικά σημαντική επίδραση του παράγοντα συχνότητα προσέλευσης στις μεταβλητές ανθρώπινο δυναμικό και εξοπλισμός $\{X^2= 10.879, p< .05, X^2= 8.146, p< .05\}$ αντίστοιχα. Συμπερασματικά, όσον αφορά στις ηλικιακές κατηγορίες διαπιστώθηκαν διαφορές τόσο στη μεταβλητή οργάνωση όσο και στην μεταβλητή εξοπλισμός, ενώ αναφορικά με τον παράγοντα συχνότητα προσέλευσης των συμμετεχόντων διαπιστώθηκαν διαφορές τόσο στη μεταβλητή ανθρώπινο δυναμικό όσο και στη μεταβλητή εξοπλισμός.

Λέξεις κλειδιά: διαχείριση κινδύνου, αναψυχή, ασφάλεια

19517

Η ΠΡΟΒΛΕΨΗ ΤΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΚΑΙ ΤΗΣ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ ΠΕΛΑΤΩΝ ΑΠΟ ΤΙΣ «ΑΝΤΙΛΗΨΕΙΣ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΑΛΛΟΥΣ ΠΕΛΑΤΕΣ» ΣΕ ΓΥΜΝΑΣΤΗΡΙΑ

Τσιρίκη Α., Θεοδωράκης Ν.

Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, Τ.Ε.Φ.Α.Α. Σερρών

k_tsiriki@hotmail.com

THE INFLUENCE OF CUES FROM OTHER CUSTOMERS ON SERVICE QUALITY AND SATISFACTION IN A FITNESS SETTING

A. Tsiriki, N. Theodorakis

Aristotle University of Thessaloniki, D.P.E.S.S. of Serres

Ο σκοπός της μελέτης αυτής ήταν να διερευνήσει το ρόλο που παίζουν οι «αντίληψεις για τους άλλους πελάτες» στη διαμόρφωση της αντιλαμβανόμενης συνολικής ποιότητας υπηρεσιών και της ικανοποίησης πελατών στο χώρο των γυμναστηρίων. Για τη μέτρηση της «Αντίληψης για Άλλους Πελάτες» χρησιμοποιήθηκε η κλίμακα τριών διαστάσεων των Brocato et al (2012): Ομοιότητα (5 ερωτήματα), Εμφάνιση (4 ερωτήματα) και Συμπεριφορά (4 ερωτήματα). Η μέτρηση της συνολικής ποιότητας της ικανοποίησης πελατών εξετάστηκαν με κλίμακες που προτάθηκαν από τους Theodorakis et al (in press). Στην έρευνα πήραν 205 πελάτες ιδιωτικών γυμναστηρίων. Η αξιοπιστία όλων των κλιμάκων της έρευνας ήταν ικανοποιητική (>.70). Για την πρόβλεψη της συνολικής ποιότητας υπηρεσιών και της ικανοποίησης πελατών εφαρμόστηκε ανάλυση πολλαπλής παλινδρόμησης, με ανεξάρτητες μεταβλητές τις τρεις διαστάσεις της «αντίληψης για άλλους πελάτες». Τα αποτελέσματα των αναλύσεων έδειξαν ότι οι τρεις ανεξάρτητες μεταβλητές συνεισέφεραν στατιστικά σημαντικά στην πρόβλεψη τόσο της συνολικής ποιότητας υπηρεσιών ($F_{(3,186)}=14.29$, $p<.001$, $R^2=.18$), όσο και της ικανοποίησης πελατών ($F_{(3,187)}=12.98$, $p<.001$, $R^2=.17$). Τα αποτελέσματα θα μπορούσαν να αξιοποιηθούν από τους μάνατζερ των γυμναστηρίων στη βελτίωση των υπηρεσιών που παρέχουν, αλλά και στην κατανόηση των παραγόντων εκείνων που προβλέπουν στην ικανοποίηση των πελατών τους.

Λέξεις-κλειδιά: αντίληψη, πελάτες, ποιότητα υπηρεσιών

18141

ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΟΥ ΜΟΝΤΕΛΟΥ ΠΩΛΗΣΗΣ ΤΩΝ ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΩΝ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΩΝ ΣΤΑ ΕΣΟΔΑ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΩΝ ΠΟΔΟΣΦΑΙΡΙΚΩΝ ΣΩΜΑΤΕΙΩΝ

Κουτρομανίδης Χ., Λάιος Α.

Δημοκρίτειο Πανεπιστήμιο Θράκης, Τ.Ε.Φ.Α.Α.

christoskoutroumanides@yahoo.gr

EFFECT OF THE TELEVISION RIGHTS SELLING MODEL TO THE GREEK PROFESSIONAL SOCCER CLUBS REVENUES

C. Koutroumanides, A. Laios

Democritus University of Thrace, D.P.E.S.S.

Μία από τις σημαντικότερες πηγές εσόδων για τα ελληνικά επαγγελματικά ποδοσφαιρικά σωματεία είναι τα τηλεοπτικά δικαιώματα. Μετά από πολλά χρόνια συλλογικής πώλησης των δικαιωμάτων στις περισσότερες προηγμένες ποδοσφαιρικές ευρωπαϊκές χώρες, ορισμένες εξ αυτών στράφηκαν στη μεμονωμένη πώληση. Αυτή η μελέτη εξετάζει τι πιστεύουν τα στελέχη των ελληνικών επαγγελματικών ποδοσφαιρικών σωματείων για το πως το μοντέλο πώλησης των δικαιωμάτων των ελληνικών επαγγελματικών ποδοσφαιρικών σωματείων επηρεάζει τα έσοδα αυτών. Για τη συλλογή των δεδομένων χρησιμοποιήθηκε ένα ερωτηματολόγιο, το οποίο συμπληρώθηκε από 65 ανώτερα στελέχη των 34 σωματείων της Superleague, της Football League και της Football League 2, της περιόδου 2009–2010, των οποίων οι αγώνες μεταδόθηκαν τηλεοπτικά. Τα στοιχεία αναλύθηκαν με τη μέθοδο της Περιγραφικής Ανάλυσης. Η στατιστική ανάλυση που χρησιμοποιήθηκε ήταν οι Συχνότητες και τα τεστ ανεξαρτησίας Pearson's χ^2 . Η πλειοψηφία των στελεχών αξιολόγησε το μοντέλο πώλησης των δικαιωμάτων ως μέτριο, ενώ θεωρεί ότι η μεμονωμένη πώληση των δικαιωμάτων αυξάνει τα έσοδα των ομάδων. Επίσης θεωρούν ότι η μεγιστοποίηση των συνολικών εσόδων των ομάδων δεν οδηγεί απαραίτητα στη μεγιστοποίηση των εσόδων των ομάδων μεμονωμένα. Πιστεύουν ότι ο στόχος της μεγιστοποίησης των συνολικών εσόδων των ομάδων επηρεάζει την επιλογή του μοντέλου διανομής των εσόδων στις ομάδες. Δηλώνουν ότι τα έσοδα της ομάδας τους με βάση το τρέχων μοντέλο πώλησης των δικαιωμάτων, σε σύγκριση με την «πραγματική» (κατά τη γνώμη τους) αξία των δικαιωμάτων των ομάδων τους είναι η ίδια. Τέλος δηλώνουν ότι τα τηλεοπτικά έσοδα της ομάδας τους αντιπροσωπεύουν το 41-60% των συνολικών εσόδων αυτής. Τα αποτελέσματα της μελέτης δείχνουν ότι τα στελέχη αναγνωρίζουν την ανάγκη συλλογικής πώλησης των δικαιωμάτων από τα σωματεία. Από την άλλη πλευρά θεωρούν ότι με την μεμονωμένη πώληση των δικαιωμάτων επιτυγχάνονται μεγαλύτερα έσοδα για τις μεγάλες ομάδες. Ο συνδυασμός των παραπάνω αποτελεσμάτων, οδηγεί στο συμπέρασμα ότι ένα πιο «δίκαιο» μοντέλο διανομής των εσόδων από τη συλλογική πώληση των δικαιωμάτων, στα σωματεία πρέπει να εφαρμοστεί. Η μελέτη μπορεί να χρησιμοποιηθεί από τις ποδοσφαιρικές αρχές (Superleague, Football League, Ελληνική Ποδοσφαιρική Ομοσπονδία)

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

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

στη διαδικασία αξιολόγησης των εναλλακτικών μοντέλων πώλησης των δικαιωμάτων και των μοντέλων διανομής των εσόδων στα σωματεία, και στην υλοποίησης αυτών

Λέξεις κλειδιά: τηλεοπτικά δικαιώματα, επαγγελματικό ποδόσφαιρο, συλλογική πώληση

18156

ΜΠΟΡΟΥΝ ΟΙ ΔΙΑΣΤΑΣΕΙΣ ΤΗΣ ΑΝΑΜΕΙΞΗΣ ΝΑ ΠΡΟΒΛΕΨΟΥΝ ΤΗ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΦΙΛΑΘΛΩΝ ΠΟΔΟΣΦΑΙΡΟΥ;

Ρούσου Β., Τσίτσκαρη Ε., Τζέτζης Γ., Κώστα Γ.

Δημοκρίτειο Πανεπιστήμιο Θράκης, Τ.Ε.Φ.Α.Α., Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, Τ.Ε.Φ.Α.Α.

vrousou@phyed.duth.gr

MAY INVOLVEMENT DIMENSIONS PREDICT FOOTBALL FANS' BEHAVIOUR?

V. Rousou, E. Tsitskari, G. Tzetzis, G. Costa

Democritus University of Thrace, D.P.E.S.S., Aristotle University of Thessaloniki, D.P.E.S.S.

Η κατανόηση των φιλάθλων, η αύξηση της παρουσίας τους στο γήπεδο και σε δράσεις του συλλόγου, η δημιουργία αφοσιωμένων καταναλωτών και, ως συνέπεια, η αύξηση των εσόδων ήταν και παραμένει ένας από τους πλέον επιθυμητούς στόχους των μάρκετινγκ μάντζερ αθλητικών σωματείων. Στο πλαίσιο της σφαιρικής κατανόησης του αθλητικού καταναλωτή εντάσσεται και η προσπάθεια αξιολόγησης στοιχείων που αφορούν στην ανάμειξή του με την αγαπημένη του ομάδα. Στόχος της παρούσας έρευνας ήταν να εξετάσει το βαθμό ανάμειξης των Ελλήνων φιλάθλων με την ομάδα τους και το αν και κατά πόσο προβλέπει την πρόθεσή τους να συνεχίσουν να παρακολουθούν αγώνες της αγαπημένης τους ομάδας στο γήπεδο. Τα δεδομένα συλλέχθηκαν κατά τη διάρκεια τριών εντός έδρας αγώνων ενός συλλόγου που πρωταγωνιστεί στη Super League. Συνολικά συλλέχθηκαν 408 συμπληρωμένα ερωτηματολόγια, από τα οποία τα 397 (97,3%) ήταν κατάλληλα να χρησιμοποιηθούν. Για την υλοποίηση των στόχων της έρευνας επιλέχθηκε η Κλίμακας Ανάμειξης στην Αναψυχή των Kyle, Graefe, Manning και Bacon (2003), της οποίας την παραγοντική δομή και εγκυρότητα επιβεβαίωσαν σε δείγμα Ελλήνων φιλάθλων οι Νάσσης και Θεοδωράκης (2008). Η κλίμακα αποτελείται από τρεις παράγοντες των οποίων οι μεταβλητές και στο πλαίσιο της συγκεκριμένης μελέτης παρουσίασαν υψηλή συνοχή: α) την «Ελκυστικότητα», με πέντε μεταβλητές και $\alpha=.918$, β) την «Κεντρικότητα», με τρεις μεταβλητές και $\alpha=.894$ και γ) την «Αυτοέκφραση», με τέσσερις μεταβλητές και $\alpha=.865$. Οι απαντήσεις δόθηκαν με τη χρήση μίας 5-βάθμιας κλίμακας Likert. Το ερωτηματολόγιο περιελάμβανε επιπλέον μία ερώτηση όπου οι φίλαθλοι σημείωναν πόσο πιθανό πιστεύουν ότι είναι να συνεχίσουν να παρακολουθούν αγώνες της ομάδας τους μέχρι το πέρας της αγωνιστικής περιόδου, μέσω μίας 7-βάθμιας κλίμακας Likert. Το στατιστικό πακέτο που επιλέχθηκε για την ανάλυση των δεδομένων ήταν το SPSS for Windows 17.0. Όσον αφορά στο βαθμό ανάμειξης των φιλάθλων του δείγματος με την αγαπημένη τους ομάδα προέκυψε ότι αξιολογούν πιο θετικά τον παράγοντα «Ελκυστικότητα» (Μ.Ο.=4,24) και ικανοποιητικά τους παράγοντες «Κεντρικότητα» (Μ.Ο.=3,43) και «Αυτοέκφραση» (Μ.Ο.=3,17). Αναλόγως, η πρόθεση των απαντητών να συνεχίσουν να παρευρίσκονται ζωντανά στους αγώνες της αγαπημένης τους ομάδας προβλέπεται σημαντικά από τους παράγοντες «Ελκυστικότητα» και «Κεντρικότητα». Συμπερασματικά, οι αθλητικοί μάρκετερ προκειμένου να επιτύχουν την αύξηση ή/και διατήρηση της προσέλευσης φιλάθλων στο γήπεδο θα πρέπει, μέσω κατάλληλων στρατηγικών, να δώσουν έμφαση σε δράσεις που ενισχύουν κυρίως την «Ελκυστικότητα» (π.χ. ανάπτυξη δράσεων που αφορούν στην αλληλεπίδραση του φιλάθλου με το σύλλογο, αποστολή νέων του συλλόγου, κ.α.) και την «Κεντρικότητα» (π.χ. διαμόρφωση δράσεων προσωπικής επικοινωνίας με τους φιλάθλους).

Λέξεις κλειδιά: Φίλαθλος, Ανάμειξη, Πρόθεση